

REPUBLIKA SLOVENIJA MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT



PREDSTAVITVENE TEHNIKE – PRIROČNIK ZA VAJE

ANDREJ BOŽIN

Višješolski strokovni program: Oblikovanje materialov Učbenik: Predstavitvene tehnike – priročnik za vaje Gradivo za 1. letnik

Avtor: Mag. Andrej Božin, univ. dipl. inž. arh. Lesarska šola Maribor Višja strokovna šola



Strokovna recenzentka: Bojana Topolovec Amon, univ. dipl. inž. arh.

Lektorica: Tatjana Perić, prof. slov. j.

```
CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana
741:72.011:514.18(075.8)
347.427(075.8)
BOŽIN, Andrej, 1965-
Predstavitvene tehnike. Priročnik za vaje [Elektronski vir] :
gradivo za 1. letnik / Andrej Božin. - El. knjiga. - Ljubljana :
Zavod IRC, 2010. - (Višješolski strokovni program Oblikovanje
materialov / Zavod IRC)
Način dostopa (URL): http://www.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/
Predstavitvene_tehnike-Bozin_1.pdf. - Projekt Impletum
ISBN 978-961-6824-34-7
251043328
```

Izdajatelj: Konzorcij višjih strokovnih šol za izvedbo projekta IMPLETUM Založnik: Zavod IRC, Ljubljana. Ljubljana, 2010

Strokovni svet RS za poklicno in strokovno izobraževanje je na svoji 124. seji dne 9. 7. 2010 na podlagi 26. člena Zakona o organizaciji in financiranju vzgoje in izobraževanja (Ur. l. RS, št. 16/07-ZOFVI-UPB5, 36/08 in 58/09) sprejel sklep št. 01301-4/2010 / 11-2 o potrditvi tega učbenika za uporabo v višješolskem izobraževanju.

© Avtorske pravice ima Ministrstvo za šolstvo in šport Republike Slovenije.

Vsebina tega dokumenta v nobenem primeru ne odraža mnenja Evropske unije. Odgovornost za vsebino dokumenta nosi avtor.

Gradivo je sofinancirano iz sredstev projekta Impletum 'Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008–11'.

Projekt oz. operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete 'Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja' in prednostne usmeritve 'Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja'.

KAZALO VSEBINE

| PREDGOVOR | |
|---|----|
| 1 PROSTOR IN OBLIKA | 4 |
| 1.1 DVODIMENZIONALNI PROSTOR – PLOSKEV | |
| 1.2 NAVIDEZNI TRIDIMENZIONALNI PROSTOR | |
| 1.3 KOMPOZICIJA | |
| 1.4 OSNOVNA NAČELA POSTAVITVE | |
| 2 BARVNE DEFINICIJE | |
| 2.1 BARVA, JAKOST, SATURACIJA | |
| 2.2 UPORABA BARV V PRAKSI – BARVNI KROG | |
| 2.2.1 Oporada barvnega kroga 2 3 BARVNE RAZLIKE IN ČITLIVOST | |
| 2.4 PSIHOLOGIJA BARV | |
| 2.5 TEMNI IN SVETLI TONI | |
| 3 ŠTIRI OSNOVNA OBLIKOVALSKA NAČELA | |
| 3.1 RAZMIKI | |
| 3.2 PORAVNAVA | |
| 3.3 PONAVLJANJE | |
| 3.4 NASPROIJE ALI KONIRASI | |
| 4 TIPOGRAFIJA | |
| 4.1 ANATOMIJA ČRK | |
| 4.2 BERLJIVOST IN CITLJIVOST BESEDILA | |
| 4.5 OBLIKOVANJE STRANI | |
| 5 VIZUALIZACIJA IDEJE | |
| 5.1 SKICA | |
| 5.2 I RIDIMENZIONALNA MAKETA | |
| 6 OBLIKOVANJE V POSLOVNI PRAKSI | |
| 6.1 OGLAŠEVANJE | |
| 6.2 LOGOTIP | |
| 7 FOTOGRAFIJA – OSNOVE | 68 |
| 7.1 KOMPOZICIJA | |
| 7.2 DIGITALNA FOTOGRAFIJA | |
| 8 OSVETLITEV | |
| 8.1 POSEBNE OSVETLITVE | |
| 8.2 KONCEPTI OSVETLITVE | |
| 9 NEKATERA IZBRANA RAČUNALNIŠKA ORODJA | |
| 9.1 PROGRAM ZA OBDELAVO DIGITALNIH SLIK - GIMP | |
| 9.1.1 Primer uporabe programa GIMP | |
| 9.2 SCRIBUS | |
| 9.2.1 Frimer uporabe programa SCRIBUS | |
| 9.3.1 Primer uporabe programa Sketch Up | |
| 10 LITERATURA | |
| | |

SEZNAM SLIK

| Slika 1: »Negativen« in »pozitiven« prostor | |
|---|----|
| Slika 2: Oblika in ozadje | 5 |
| Slika 3: Bližina in pomembnost | 6 |
| Slika 4: Iskanje linij komponent kompozicije | 6 |
| Slika 5: Iz belega papirja izrezana črka A ter njen »negativ« | 7 |
| Slika 6: Črno in belo | 7 |
| Slika 7: Blizu – daleč | 8 |
| Slika 8: Osnovna načela postavitve | 9 |
| Slika 9: Tople ali hladne barve | 11 |
| Slika 10: Barvni kontrast 1 | 11 |
| Slika 11: Barvni kontrast 2 | 11 |
| Slika 12: Vibracija | |
| Slika 13: Vtis teže ali lahkosti, ki ga dosežemo z barvami | |
| Slika 14: Primarne (osnovne) barve | |
| Slika 15: Sekundarne barve | 14 |
| Slika 16: Terciarne barve. | 14 |
| Slika 17: Komplementarne barve v barvnem krogu 1. | 15 |
| Slika 18: Komplementarne barve v barvnem krogu 2 | |
| Slika 19: Primer uporabe komplementarnih barv | |
| Slika 20: Triada 1 | 17 |
| Slika 21: Triada 2 | |
| Slika 22: Primera razdeljene komplementarne triade | 19 |
| Slika 23: Primera analogne barvne kombinacije | 19 |
| Slika 24: Primera uporabe analogne barvne kombinacije | |
| Slika 25: Prikaz vpliva barve podlage na značaj kompozicije | |
| Slika 26: Čitljivost | |
| Slika 27: Rdeče črke | |
| Slika 28: Igranje z ognjem | |
| Slika 29: Nevarnost | |
| Slika 30: Barva sonca | |
| Slika 31: Z usklajeno barvno shemo poenoten videz plakata | |
| Slika 32: Prikaz temnih in svetlih tonov | |
| Slika 33: Barvni krog | |
| Slika 34: Oranžna - monokromatična barvna kombinacija | |
| Slika 35: Primera uporabe monokromatične barvne kombinacije | |
| Slika 36: Primera uporabe tople in hladne barvne kombinacije | |
| | |

| Slika 37: Primer uporabe fotografije kot reklamnega letaka | |
|--|----|
| Slika 38: Povečan del zgornje fotografije in izbrana barvna lestvica | |
| Slika 39: Primer poslovne vizitke 1 | |
| Slika 40: Primer poslovne vizitke 2 | |
| Slika 41: Reklamna razglednica »Naučite se plesati« 1 | 35 |
| Slika 42: Reklamna razglednica »Naučite se plesati« 2 | |
| Slika 43: Primer poslovne vizitke 3 | |
| Slika 44: Primer poslovne vizitke 4 | |
| Slika 45: Primer poslovne vizitke 5 | |
| Slika 46: Primer naslovnice zbirke pesmi - nezanimivo oblikovanje | |
| Slika 47: Primer naslovnice zbirke pesmi – zanimivo oblikovanje | |
| Slika 48: Primer celostne podobe | 40 |
| Slika 49: Primer večbarvnega reklamnega letaka | 41 |
| Slika 50: Primer reklamnega letaka | 43 |
| Slika 51: Primer reklamnega letaka | 43 |
| Slika 52: Primer letaka. Nezanimivo oblikovanje – nejasno sporočilo | 44 |
| Slika 53: Primer letaka. Zanimivo oblikovanje – jasno sporočilo | 45 |
| Slika 54: Različice vrste pisave Universe | 46 |
| Slika 55: Prikaz nekaterih tipografskih značilnosti | 47 |
| Slika 56: Prekrivanje besedila | |
| Slika 57: Velikost naslova | |
| Slika 58: Poudarjena prva črka | 49 |
| Slika 59: Poudarjena prva črka besedila | 50 |
| Slika 60: Razmak med vrsticami | 51 |
| Slika 61: Simetrično oblikovana stran | |
| Slika 62: Asimetrično oblikovana stran | |
| Slika 63: Integrirana simetrično in asimetrično oblikovana stran | |
| Slika 64: Dinamična postavitev izven centra | 53 |
| Slika 65: Začetne skice vizualizacije idej | 55 |
| Slika 66: Kvader iz kartona | 55 |
| Slika 67: Ideja stola – izhodiščna idejna skica in delovna maketa | 56 |
| Slika 68: Delovne makete stolov | 57 |
| Slika 69: Predstavitev ideje | 59 |
| Slika 70: Začetne skice – ideja 1 | 60 |
| Slika 71: Začetne skice – ideja 2 | 60 |

| Slika 72: Končni videz | . 61 |
|--|------|
| Slika 73: Logotipi nekaterih znanih podjetij | . 62 |
| Slika 74: Podobe slonov | . 64 |
| Slika 75: Skice | . 64 |
| Slika 76: Čista grafična rešitev | . 65 |
| Slika 77: Abstrakten pristop | . 66 |
| Slika 78: Logotip na dopisnem papirju | . 67 |
| Slika 79: Dolge linije | . 68 |
| Slika 80: Nenavadne oblike vsakdanjih uporabnih predmetov | . 69 |
| Slika 81: Abstrakcija | . 69 |
| Slika 82: Diagonale | . 70 |
| Slika 83: Izrezovanje | . 70 |
| Slika 84: Učinek izrezovanja in približevanja | . 71 |
| Slika 85: Videz fotografije | . 72 |
| Slika 86: Sence na objektu | . 74 |
| Slika 87: Enakomerna osvetlitev iz enega izvora svetlobe | . 75 |
| Slika 88: Žarometna osvetlitev | . 75 |
| Slika 89: Osvetlitev od daleč | . 76 |
| Slika 90: Klasična tri-točkovna osvetlitev | . 76 |
| Slika 91: Tri-točkovna osvetlitev | . 77 |
| Slika 92: Svetloba od strani | . 78 |
| Slika 93: Svetloba od zadaj | . 78 |
| Slika 94: Svetloba od spodaj | . 79 |
| Slika 95: »Wilber« maskota GIMPa | . 80 |
| Slika 96: Domača internetna stran programa GIMP | . 81 |
| Slika 97: Glavno delovno okno in podokna z orodji programa GIMP | . 81 |
| Slika 98: Prostostoječa slika mačkona | . 82 |
| Slika 99: Dodana plast bele barve (a) in orodje za izdelavo senc (b) | . 83 |
| Slika 100: Nastavitve sence | . 83 |
| Slika 101: Polaganje sence | . 84 |
| Slika 102: Dodajane maske (a), izbira prekrivnosti (b), izbira barve ospredja in ozadja(c) | . 85 |
| Slika 103: Določanje smeri prehajanja moči sence | . 85 |
| Slika 104: Okence s seznamom plasti v programu GIMP | . 86 |
| Slika 105: Slika 1 in slika 2 | . 87 |
| Slika 106: Koraki 1, 2 in 3 v postopku preproste fotomontaže | . 88 |
| Slika 107: Korak 4 | . 88 |
| Slika 108: Dodajanje besedila | . 89 |

| Slika | 109: | Plast sence | 89 |
|-------|------|---|-----|
| Slika | 110: | Logotip programa Scribus | 90 |
| Slika | 111: | Domača spletna stran programa Scribus | 91 |
| Slika | 112: | Grafični uporabniški vmesnik programa Scribus | 91 |
| Slika | 113: | Knjižna naslovnica, ki jo bomo oblikovali | 92 |
| Slika | 114: | Začetni meni | 93 |
| Slika | 115: | Nova stran | 93 |
| Slika | 116: | Ustvarjena oblika na strani | 94 |
| Slika | 117: | Paleta »Properties = lastnosti« | 94 |
| Slika | 118: | Knjižna naslovnica, ki jo oblikujemo | 95 |
| Slika | 119: | Paleta lastnosti – slikovni okvir | 96 |
| Slika | 120: | Meni za množitev elementov | 96 |
| Slika | 121: | Nastavitev nivoja elementov | 97 |
| Slika | 122: | Vstavljanje slike | 97 |
| Slika | 123: | Meni za vstavljanje elementov v dokument | 98 |
| Slika | 124: | Izbrana slika vstavljena v okvir | 98 |
| Slika | 125: | Paleta »Properties = lastnosti« - proporcionalno prilagodimo sliko okvirju | 99 |
| Slika | 126: | Scribus omogoča uporabo posebnih efektov na izbrani digitalni sliki | 99 |
| Slika | 127: | Rezultat vstavljanja slik na naslovnico | 100 |
| Slika | 128: | Meni »Properties = lastnosti« | 101 |
| Slika | 129: | Naslovnica z dodanim poudarkom | 101 |
| Slika | 130: | Naslovnici smo dodali še spremljevalno besedilo | 102 |
| Slika | 131: | Lastnosti narisane črte prav tako opredelimo v palet »Properties = lastnosti« | 102 |
| Slika | 132: | Meni: »Image Effects = efekti slike« 1 | 103 |
| Slika | 133: | Meni: »Image Effects = efekti slike« 2 | 103 |
| Slika | 134: | Naslovnica, ki smo jo oblikovali s programom Scribus | 104 |
| Slika | 135: | Logotip programa Google Sketch Up | 105 |
| Slika | 136: | Domača spletna stran programa Google Sketch Up | 105 |
| Slika | 137: | Fotomontaža narejena s Sketch Up-om | 106 |
| Slika | 138: | Grafični uporabniški vmesnik programa Sketch Up | 107 |
| Slika | 139: | Kratki filmčki za učenje uporabe programa Sketch Up | 107 |
| Slika | 140: | Primer vaje s programom Sketch Up | 108 |

PREDGOVOR

Knjiga je namenjena študentom višješolskega strokovnega programa Oblikovanje materialov. Predstavitvene tehnike je izraz, ki se pogosto uporablja in se z njim na področju oblikovanja, umetnosti, tehnike, pa tudi na drugih področjih, veliko srečujemo. Pa vendar pomena vsega, kar to kompleksno področje pokriva, marsikdo ne pozna. Kot študenti oblikovanja ste se že znašli v situaciji, ko ste želeli predstaviti svojo oblikovalsko zamisel ali izdelek, ki ste ga oblikovali. Takrat ste se s pomenom predstavitvenih tehnik že srečali, čeprav pravih odgovorov na vprašanje, kakšno predstavitev obikovati in na kakšen način predstaviti zamisel ali izdelek, še niste poznali. Pričujoče gradivo vam bo pomagalo poiskati odgovore in rešitve na nekatera vaša vprašanja, ki se pojavljajo pri oblikovanju predstavitev zamisli ali izdelkov, naj gre za predstavitev izdelka profesorjem, sošolcem ali kasneje v praksi sodelavcem, obrtnikom ali investitorju.

Gradivo je razdeljeno na devet vsebinskih poglavij, ki si med seboj sledijo v logičnem zaporedju uporabe pridobljenega teoretičnega znanja pri oblikovanju predstavitve v praksi. Posamezna poglavja analizirajo posamezne sestavne dele ali pa faze v nastajanju predstavitve: na primer vizualizacija ideje, fotografija, tipografija, ...

Z navajanjem spletnih naslovov in z uporabo svetovnega spleta kot sestavnega dela nalog in vaj, gradivo navaja študente na njegovo uporabo. Računalniška orodja, ki so opisana v gradivu in so pomemben sestavni del nastajanja predstavitve, so odprtokodni računalniški programi in so brezplačno dostopni na svetovnem spletu.

Pričujoče gradivo je sestavni del študijskih gradiv, ki jih študentje uporabljajo pri predmetu Predstavitvene tehnike, namenjeno pa je predvsem vajam in laboratorijskim vajam. Nedeljiv komplementarni del študijskega procesa, ki omogoča študentu, da doseže formativne in informativne cilje v okviru tega predmeta, so poleg tega še obvezna interaktivna predavanja, skupne vaje in samostojne vaje študentov. Kot rezultatanta vseh teh komponent nastane tudi študentova zaključna projektna naloga, ki jo študent pripravi kot samostojni izdelek – predstavitev.

Skozi seznanjanje s posameznimi komponentami predstavitev študenti namreč izoblikujejo potrebno celovitost pristopa. Ob preizkušanju posameznih zamisli in spoznavanju učinkov, ki jih imajo njihove zamisli, ko se le-te materializirajo, študenti realizirajo svoja teoretična znanja in preverjajo možnosti predstavitve svojih idej, zamisli in tudi konkretnih izdelkov. S tem je dopolnjeno obstoječe gradivo pri tem predmetu (Božin Andrej, Predstavitvene tehnike, 2009), ki je namenjeno zlasti teoretičnim osnovam in predavanjem. Pričujoče gradivo sedaj zaokroža vsebino predmeta in je usklajeno s katalogom znanj za predmet Predstavitvene tehnike.

Vsem študentom želim, da bi v gradivu našli teoretična znanja in vodila, ki vam bodo pomagala pri praktičnem delu in pripravi predstavitev vaših oblikovalskih dosežkov ter vseh drugih izdelkov in strokovnih zamisli v času študija, pa tudi kasneje pri uresničevanju vaših zamisli in pri komunikaciji z naročniki.

> Andrej Božin, Maribor, 2010

1 PROSTOR IN OBLIKA

V tem poglavju boste:

- → spoznali odnose med oblikami v dvodimenzionalnem prostoru,
- → spoznali odnose med oblikami v navideznem tridimenzionalnem prostoru,
- → spoznali zakonitosti kompozicije,
- → spoznali postavitev in kombinacijo različnih elementov predstavitve
- → uporabljali svetovni splet za pridobivanje, pripravo in distribucijo informacij.

Ob koncu poglavja boste:

- razumeli zakonitosti percepcije,
- © razumeli zakonitosti vizualnega sporočanja,
- © spoznali zakonitosti kompozicije in,
- © spoznali osnovna načela postavitve elementov v oblikovani predstavitvi.

1.1 DVODIMENZIONALNI PROSTOR – PLOSKEV

Predstavitev lahko izvedemo znotraj dvodimenzionalnega prostora – višina in širina. Tako je bel list papirja prazna površina, vse dokler nanjo ne postavimo nekega znaka, s čimer postane prostor z določeno vizualno močjo. S povečevanjem števila elementov postaja ta moč vedno večja. Dinamika vizualnih elementov, ki jo ustvarimo, vpliva na vizualno moč predstavljenih znakov – sestavnih delov predstavitve.

Oblika in ozadje

Neka oblika, ki jo postavimo v prostor, je vedno v določenem razmerju, odnosu s svojo podlago oziroma ozadjem ter z drugimi oblikami, ki so lahko prav tako prisotne. Oblike ne moremo ločiti od ozadja – v splošnem je oblika »pozitivna« in ozadje »negativno«.

Ozadje oziroma podlago je treba z obliko sestaviti pazljivo in kontrolirano. Slabo oblikovana podlaga je kot neprimeren postanek v govoru, ki lahko močno izniči pomen in poudarke sicer dobro zastavljenega govora. Ozadje se namreč ne sme raztezati brez cilja in neorganizirano, saj lahko oslabi strukturo celotne postavitve.



Slika 1: »Negativen« in »pozitiven« prostor

Vir: <u>http://z.about.com/d/painting/1/5/d/W/1/NegativeSpace-Vase.jpg</u> (10.1.2010)



VAJA - SIMETRIJA IN ASIMETRIJA

Z namenom preučitve odnosa med obliko in ozadjem bomo izvedli nekaj preprostih eksperimentov. Na bel list papirja narišite s svinčnikom kvadrat s stranico 12,5 cm. Iz temnega lista papirja izrežite nekaj kvadratov s stranico 1,25 cm.

Vaja 1: Na sredino narisanega kvadrata postavite mali temni kvadrat.

Ko postavite enega izmed temnejših kvadratov v sredino kvadrata, ki ste ga narisali na bel list papirja, ugotovite, da se je odnos kvadrata, ki ste ga narisali s svinčnikom, sedaj spremenil glede na okolico. Kvadrat, ki ste ga narisali s svinčnikom, je sedaj videti, kot da je potisnjen v ospredje. Sredinski položaj temnejšega kvadrata znotraj večjega, ki ste ga narisali s svinčnikom, ko je temnejši kvadrat enako oddaljen od vseh štirih stranic, pa lahko označimo za mirujočega, pasivnega, morda celo dolgočasnega. Predstavlja pa tudi simetrijo – če z navpično črto razdelimo kvadrat na dve polovici, bosta polovici predstavljali zrcalni sliki sosednjih polovic in nakazujeta popolno ravnotežje.

Vaja 2: Levo od sredinskega malega kvadrata postavite še en mali kvadrat v isti višini in točno na polovici med robom narisanega kvadrata in robom prilepljenega kvadrata.

Torej zalepite temnejši kvadrat na sredinsko mesto znotraj kvadrata, ki ste ga narisali s svinčnikom in dodajte še en temnejši manjši kvadrat. Postavite ga poleg prvega temnejšega kvadrata, in sicer med mejo večjega kvadrata in manjši temnejši kvadrat na levo od manjšega kvadrata tako, da je točno na sredini prostega prostora med stranico večjega in manjšega kvadrata. Njegovo lego poravnajte v isto višino, kot je zalepljen manjši kvadrat. Tako postavljena temnejša kvadrata zdaj dajeta vtis, da vstopata z leve strani v prostor, ki ga omejuje večji kvadrat. To je povezano tudi z našim načinom branja, saj pišemo z leve proti desni.

Vaja 3, 4:

Dodajmo zdaj manjši temnejši kvadrat v notranjost večjega kvadrata, narisanega s svinčnikom tako, da ga postavimo poleg prvega temnejšega kvadrata, in sicer med mejo večjega kvadrata in manjši temnejši kvadrat na desno od manjšega kvadrata tako, da je točno na sredini prostega prostora med stranico večjega in manjšega kvadrata. Njegovo lego poravnajte v isto višino, kot je zalepljen manjši kvadrat. Tako postavljena temnejša kvadrata dajeta vtis, da se pomikata na desno in izstopata iz večjega kvadrata.

Če na podoben način postavimo drug temnejši kvadrat med zalepljen temnejši kvadrat in stranico večjega kvadrata na sredino prostega prostora do zgornje stranice večjega kvadrata, dobimo vtis, da temnejša kvadrata padata v prostor, ki ga omejuje kvadrat, narisan s svinčnikom.

Vse te zadnje tri postavitve dveh temnejših kvadratov so asimetrične.



Slika 2: Oblika in ozadje

Vir: Dabner, 2004, 11

1.2 NAVIDEZNI TRIDIMENZIONALNI PROSTOR

Preučimo zdaj tridimenzionalni prostor oziroma vsaj navidezni tridimenzionalni prostor (navidezni prostor znotraj dveh dimnezij ploskve). Videz tridimenzionalnega prostora (globina in prostornina) je orodje, ki se je razvilo v času italijanske renesanse.



VAJA – NAVIDEZNI TRIDIMENZIONALNI PROSTOR

Na bel list papirja ponovno narišite s svinčnikom kvadrat s stranico 12,5 cm. Iz temnega lista papirja izrežite nekaj kvadratov s stranico 1,25 cm ter kvadrat s stranico 5 cm.

Kvadrat s stranico 1,25 cm ponovno postavite točno v sredino kvadrata, ki ste ga narisali s svinčnikom in ga zalepite. Nato dodajte še kvadrat s stranico 5 cm, in sicer v spodnji levi kot kvadrata, ki ste ga narisali s svinčnikom. Kvadrat s stranico 5 cm postavite v sredino praznega prostora tako, da se zgornja stranica kvadrata ujema z linijo, v kateri leži spodnja stranica zalepljenega kvadrata. Tako postavljena kvadrata zdaj dajeta vtis, da je večji kvadrat bližje, manjši, zalepljeni kvadrat pa bolj oddaljen. Večji kvadrat zaradi tega tudi pritegne večjo pozornost, je bolj pomemben.



Slika 3: Bližina in pomembnost

Vir: Dabner, 2004, 13



VAJA – OBLIKA KOMPONENT POSTAVITVE

Izberite zanimivo, vendar ne preveč razdrobljeno fotografijo. Na paus papir, ki ga položite čez fotografijo, prerišite glavne linije sestavnih komponent fotografije. S tem boste razkrili strukturo oziroma kompozicijo fotografije in s tem pokazali, kako pozitiven in negativen prostor predstavljata pomembna sestavna dela (pomen postavitve elementov na formatu).



Slika 4: Iskanje linij komponent kompozicije



Pri tej vaji nadaljujemo s preučevanjem oblike in ozadja, vendar na nekoliko zahtevnejši način.

S škarjami iz belega lista papirja pazljivo izrežite dve ali tri črke različnih velikosti, iz črnega papirja pa njihove »negative«, kot je prikazano na sliki spodaj.



Slika 5: Iz belega papirja izrezana črka A ter njen »negativ«

Vir: Dabner, 2004, 13

Izrezani deli predstavljajo osnovne elemente, s katerimi boste preučili odnos med obliko in prostorom. Ko boste črke postavljali na papir, ne iščite postavitve, ki bi vam dala smiselne besede: postavljajte jih obrnjene na glavo, poševno, ravno ... Črke predstavljajo elemente dinamike znotraj kompozicije, ki le zaradi tega, ker so nam domači in znani, ne delujejo popolnoma abstraktno.

Na spodnji sliki je prikazana tako narejena kompozicija na črnem ozadju, lahko pa jo naredite tudi na belem ali na uokvirjenem belem ozadju s črnim okvirjem. V vseh treh primerih smo ustvarili kompozicije z dvoumnim pomenom oblike in ozadja, oziroma oblike in prostora, v katerem se ta oblika nahaja.



Slika 6: Črno in belo Vir: Dabner, 2004, 13

1.3 KOMPOZICIJA

V zgodovini oblikovanja in umetnosti so se razvijale različne teorije o kompoziciji. Vitruvij, italijanski arhitekt in inženir, je razvil matematično formulo za razdelitev prostora na sliki. Njegova rešitev, imenovana zlati rez, temelji na razmerju med daljšo in krajšo stranico pravokotnika. Francoski slikar Henri Matisse (Dabner, 2004, 14) je poudarjal, da je kompozicija umetnost urejanja različnih elementov tako, da izražajo čustva. Osnovno spoznanje je torej, da je mogoče z elementi izražati čustva, ki izvirajo iz učinkovite kompozicijske študije. Z namenom pridobivanja izkušenj začnimo z enostavnejšo nalogo. Dober začetek predstavlja uporaba oblik in tekstur, s katerimi je mogoče ob pravi postavitvi spodbuditi določene občutke. Elementov ne postavljamo preprosto centralno na papir, ampak lahko na primer »vstopajo« na papir ali »izstopajo« z njega iz vogalov, simetrična postavitev lahko vzbuja bolj umirjena občutja, večjo dinamiko pa lahko ustvarimo z asimetrično ureditvijo elementov.

S preučevanjem prostora in ustvarjanjem navidezne globine lahko na dvodimenzionalnem papirju pridemo do zanimivih odnosov. To lahko dosežemo s spreminjanjem velikosti in barve oblik, ali z uporabo perspektive, ko element izginja v daljavi v dveh ali več bežiščih.



Izberite dve besedi, ki predstavljata dva nasprotna pojma, kot sta na primer odprto – zaprto ali debelo – tanko. Pripravite preproste oblike, znake in teksture, ki jih boste zložili v kompozicijo tako, da bo dobro ilustrirala pomen izbranih dveh besed. Preizkusite različne načine za razdelitev površine papirja – posamezni elementi naj na različne načine zavzemajo površino papirja. Posamezni elementi naj vstopajo na papir na različne načine z različnih delov – roba, kota ipd.

Kot primer takšne kompozicije, ki odraža dva nasprotna pojma, in sicer blizu in daleč, sta na spodnji sliki prikazana dva elementa. To je vrsta vzporednih navpičnih črt, narisanih z vodenimi barvami, ter vrsta ljudi; obe vrsti izginjata v daljavi, kar je doseženo z diagonalno postavitvijo oblik.



Slika 7: Blizu – daleč

Dabner, 2004, str. 15

1.4 OSNOVNA NAČELA POSTAVITVE

Izraz postavitev (angl. »layout«) se nanaša na način, na katerega so postavljeni različni elementi, ki skupaj tvorijo določeno predstavitev, katere cilj je predstavitev informacij na logičen, skladen in jasen način, pa tudi to, da primerno izpostavimo in poudarimo pomembne elemente.

Pri pripravi predstavitve začnemo z osnovno skico, kjer določimo, katere elemente bomo vključili v predstavitev. To pomeni, da določimo kombinacijo besedila, naslove, odstavke, prostor za slike, fotografije in druge elemente. Iz takšne skice je razviden osnovni videz končnega izdelka, ki je seveda med drugim odvisen tudi od publike, kateri je predstavitev namenjena. Ali naj daje predstavitev strog in formalen videz, je poudarek na informativnosti? Ali naj bo predstavitev jasna, ostra, z veliko praznega prostora? Ali naj bo zabavna in igriva? Ko rišemo skico, se izogibamo detajlom.

V naslednjem koraku osnovno skico preučimo z vidika praktične izvedbe, kot sta razpoložljiv ali zahtevan format, barve ipd. Določimo tiste elemente, ki so pomembnejši od ostalih, in morajo biti na predstavitvi poudarjeni. Njihov poudarek lahko seveda dosežemo na različne načine: z velikostjo črk, njihovo debelino, barvo ipd.

V tretjem koraku izvedemo v prvih dveh korakih opredeljeno postavitev. Pri tem je lahko v bistveno pomoč mreža, s katero razdelimo stran na prostorske enote. S tem pridobimo orodje, ki nam je v pomoč pri razdelitvi teksta v stolpce, pri določitvi robov, številk strani ...



Na stran velikosti A4, postavljeno ležeče, razporedite naslednje elemente: fotografijo velikosti 1/4 strani A4 ter besedilo z enim glavnim naslovom in enim podnaslovom. Pri tem razporedite besedilo v nekaj ožjih in en širši stolpec.

Kot primer podobne postavitve je na sliki spodaj prikazana osnovna skica in nato pripravljena postavitev plakata, na katerem je predstavljen urbani način življenja.



Slika 8: Osnovna načela postavitve Vir: Dabner, 2004, 16-17

2 BARVNE DEFINICIJE

V tem poglavju boste:

- \rightarrow spoznali lastnosti barv,
- → spoznali različne vidike pomena barv pri oblikovanju predstavitev,
- \rightarrow spoznali, kaj so barvni krog, barvne palete in njihov pomen,
- → razmišljali o psihologiji barv, razliki med barvami,
- → razmišljali o uporabi barv v praksi,
- → spoznali primere oblikovanja in uporabnost barvnih kombinacij v celotni kompoziciji predstavitve,
- \rightarrow uporabljali svetovni splet za pridobivanje, pripravo in distribucijo informacij.

Ob koncu poglavja boste:

- © spoznali pomen barv v praksi pri oblikovanju sporočil,
- © uporabnost barvnega kroga pri reševanju konkretnih problemov,
- o pomen psihologije barv,
- © primernost izbire različnih barvnih palet v povezavi z različnimi tematskimi predstavitvami.

Obstaja na deset tisoče barv, ki jih ima oblikovalec na voljo pri oblikovanju, in neskončno možnosti za barvne kombinacije. V splošnem pa lahko rečemo, da se barve razlikujejo na tri načine.

2.1 BARVA, JAKOST, SATURACIJA

Čisti barvi (angl. »hue«) sta na primer rdeča ali modra, vsaka čista barva pa se seveda lahko pojavlja v veliko različnih variacijah, od svetlih do temnih. To lastnost označujemo kot jakost barve (angl. »tone«). V računalniških programih je jakost označena v odstotkih. Vsaka barva pa lahko variira tudi glede na živost (angl. »brighteness«) – govorimo o saturaciji (angl. »saturation«). Izraz saturacija namreč v grobem predstavlja živost barve. Barve glede na ta kriterij variirajo od živih barv (angl. »brighteness«) do sivin (angl. »grayness«).

Dopolnilne ali komplementarne barve so tiste, ki si v barvnem krogu stojijo nasproti, kot sta na primer rdeča in zelena. Analogne ali podobne barve, kot sta na primer zelena in modra, pa v barvnem krogu stojita druga ob drugi. V primeru dopolnilnih barv govorimo o barvnih kontrastih, v drugem primeru pa o harmoniji ali sozvočju.

Velikokrat govorimo tudi o hladnih ali toplih barvah. Na splošno velja, da na primer rumena barva z dodajanjem rdeče in zmanjševanjem rumene postaja toplejše. Modra barva je zelo hladna. Zelena je nekoliko toplejša barva – vsebuje dodano rumeno barvo.



Slika 9: Tople ali hladne barve

Vir: Dabner, 2004, 27

Ko govorimo o barvah, jih lahko opredelimo tudi glede na to, kako približajo objekt. Nekatere barve so videti bližje (angl. »advancing colours«), medtem ko so druge videti bolj oddaljene (angl. »receding colours«). Če želimo nekaj postaviti v gledalčevo ospredje, bomo izbrali tople barve, kot sta rdeča ali oranžna. Zelene ali modre barve, če jih postavimo ob toplih barvah, pa dajejo vtis oddaljenosti.

Vtis barvnega kontrasta dveh barv je odvisen od razlike med barvama. Tako je na primer na sliki beseda Bravo v obeh primerih enake barve, barvi podlage pa se razlikujeta. Ker je podlaga na levi strani temnejša, tudi barva besede na tej podlagi daje vtis temnejše barve, kot pa na desni strani slike.



Slika 10: Barvni kontrast 1 Vir: Dabner, 2004, 28



Slika 11: Barvni kontrast 2 Vir: <u>http://www.lighthouse.org/accessibility/</u> (10.1.2010)

Predstavitvene tehnike

Kadar postavimo drugo ob drugo dve dopolnilni barvi, kot je prikazano na sliki, dobi gledalec vtis vibracije napisa na podlagi.



Slika 12: Vibracija

Vir: <u>http://www.colourlovers.com/pattern/590779/Colour_Vibration</u> (10.1.2010)

Barve se med seboj razlikujejo tudi po »teži«. Če bi nekemu človeku dali nalogo, naj dvigne eno izmed škatel, pri čemer bi bila ena pobarvana svetlo zeleno, druga pa temno rjavo, bi se najverjetneje odločil za svetlo zeleno, ki daje vtis manj težke škatle. Na splošno velja, da so svetle zelene, rumene ali modre barve »lažje« in temne rdeče, rjave ali črne barve »težje«.



Slika 13: Vtis teže ali lahkosti, ki ga dosežemo z barvami Vir: Dabner, 2004, 28



To nalogo izvedete na računalniku. Besedo super napišite na listu formata A4, postavljenem ležeče (angl. »landscape«), z malimi tiskanimi črkami, s pisavo brez serifov. Velikost črk naj

bo takšna, da beseda zavzame približno 2/3 dolžine vrstice. Postavite jo približno na sredino. Nato izvedite naslednje vaje:

- a) Za barvo besede in za barvo podlage izberite takšen barvni par, da bo beseda postavljena v ospredje.
- b) Za barvo besede in za barvo podlage izberite takšen barvni par, da bo beseda postavljena v ozadje.
- c) Izberite barvni par tako, da boste predstavili dve analogni barvi.
- d) Izberite barvni par tako, da boste predstavili dve komplementarni barvi.

2.2 UPORABA BARV V PRAKSI – BARVNI KROG¹

Teorija barv lahko postane zelo kompleksna, vendar bomo stvari poenostavili in jih prilagodili konkretni uporabi barv v praksi. Tako se bomo naučili, kaj je barvni krog in kako ga uporabljamo. Barvni krog je namreč zelo uporaben pripomoček, ko moramo izbrati barve za konkreten projekt.

Rumena, rdeča in modra barva so **primarne (osnovne) barve** barvnega kroga. Primarne (osnovne) barve jih imenujemo zato, ker so edine, ki jih ne moremo ustvariti z mešanjem drugih barv. Primarne (osnovne) barve so enakomerno razporejene v barvnem krogu.



Slika 14: Primarne (osnovne) barve

Vir: Williams, 2008, 92

Sekundarne barve dobimo z mešanjem primarnih barv. Vemo, da dobimo pri mešanju rumene in modre zeleno, pri mešanju modre in rdeče purpurno, rdeča in rumena pa ustvarita oranžno. Sekundarne barve so v barvnem krogu enakomerno razporejene med primarnimi barvami.

¹ Povzeto po Williams Robin, The non-designers design book, Berkeley, Peachpit press, 2008, str.91-97.



Slika 15: Sekundarne barve Vir: Williams, 2008, 92

Prazna mesta v barvnem krogu napolnimo s **terciarnimi** (tretjimi) **barvami**. Terciarne barve dobimo tako, da zmešamo enaki del barve na levi in desni strani »praznega prostora«, v katerega vstavimo barve. Tako dobimo z mešanjem rumene in oranžne barve rumeno-oranžno barvo, modra in zelena ustvarita modro-zeleno in tako naprej, dokler ne zapolnimo vsa prosta mesta v barvnem krogu.



Slika 16: Terciarne barve. Vir: Williams, 2008, 93

S terciarnimi barvami zapolnimo še ostale prazne prostore v barvnem krogu. Tako smo ustvarili barvni krog z dvanajstimi temeljnimi barvami. Z uporabo barvnega kroga lahko sestavljamo različne barvne kombinacije, za katere smo lahko bolj ali manj prepričani, da bodo »delovale« v praksi.

2.2.1 Uporaba barvnega kroga

Komplementarne barve

komplementaren = dopolnilen, dopolnjujoč (SSKJ, II. Knjiga, 1993, 389)

Barvi na nasprotnih straneh (točno nasproti) barvnega kroga sta komplementarni barvi. Ker sta barvi tako nasprotni med seboj največkrat najbolje »delujeta«, če je ena uporabljena kot vodilna barva in druga nastopa zgolj kot barvni poudarek kompozicije.

Komplementarne barve v barvnem krogu na sliki spodaj so kombinacija primarne in sekundarne barve.



Slika 17: Komplementarne barve v barvnem krogu 1. Vir: Williams, 2008, 94



Slika 18: Komplementarne barve v barvnem krogu 2

Vir: Williams, 2008, 94

Komplementarne barve v barvnem krogu zgoraj so kombinacija dveh terciarnih barv. Za barvne kombinacije na prikazanem primeru lahko na nek način rečemo, da so precej čudne in nevsakdanje. Vendar je prav to pomembna stvar pri uporabi barvnega kroga. Sproščeno lahko uporabljamo prikazane barvne kombinacije, ki izhajajo iz barvnega kroga, in lahko smo trdno prepričani, da bodo v projektu dobro »delovale«.



Slika 19: Primer uporabe komplementarnih barv Vir: Williams, 2008, 94

Na prikazanem primeru je vodilna barva modro-zelena in njena komplementarna rdečeoranžna, ki nastopa kot poudarek.



V komplementarnih barvah oblikujte vaše ime in priimek. Poljubno izberite vrsto in velikost pisave.

Barvna triada

Skupina treh barv, ki so v barvnem krogu enako oddaljene med seboj, zmeraj ustvarjajo **triado** všečnih barv. Triada, sestavljena iz rdeče, rumene in modre barve, je velikokrat uporabljena kombinacija. Ker je sestavljena iz primarnih barv, jo imenujemo **primarna triada. Sekundarna triada** je sestavljena iz zelene, oranžne in purpurne barve. V barvno skupino – triado pa lahko sestavljamo tudi terciarne barve. Tako imamo na razpolago dve terciarni triadi: v obratni smeri urinega kazalca od rumene barve (v levo) in v smeri urinega kazalca od rumene barve (v desno).



Slika 20: Triada 1 Vir: Williams, 2008, 95

Triada 1 na zgornji sliki je primarna (osnovna) triada, ki je sestavljena iz osnovnih barv v barvnem krogu, terciarna pa iz terciarnih barv -v obratni smeri urinega kazalca od rumene barve (v levo).



Slika 21: Triada 2 Vir: Williams, 2008, 95

Triada 2 na sliki zgoraj je sekundarna triada, ki je sestavljena iz sekundarnih barv v barvnem krogu, terciarna pa iz terciarnih barv – v smeri urinega kazalca od rumene barve (v desno).

Deljena komplementarna triada

Poznamo pa tudi obliko barvne triade, ki jo imenujemo **deljena komplementarna triada.** Ustvarimo jo tako, da izbrani barvi določimo komplementarno barvo na nasprotni strani barvnega kroga. V tem primeru vzamemo za triado sosednji barvi, levo in desno od komplementarne, in ne komplementarno barvo. Tako ustvarimo kombinacijo barv, ki deluje bolj prefinjeno od navadne barvne triade, saj »dodatni« barvi v barvnem krogu nista več tako oddaljeni med seboj.





Analogne barve

analogen = podoben (SSKJ, I. Knjiga, 1987, 40)

Analogna kombinacija je sestavljena iz barv, ki so v barvnem krogu druga zraven druge. Ne glede na to, katere tri barve izberemo, imajo zmeraj vse podton enake barve in tako ustvarijo harmonično kombinacijo.



Slika 23: Primera analogne barvne kombinacije Vir: Williams, 2008, 97

Predstavitvene tehnike



Slika 24: Primera uporabe analogne barvne kombinacije

Vir: Williams, 2008, 97

Primera prikazujeta uporabo analogne barvne kombinacije pri oblikovanju reklamnega letaka. (Vsebina in pomen letaka v danem primeru nista pomembna.) Prva analogna kombinacija predstavlja harmonično kombinacijo, ki ima za izhodišče zeleno barvo, druga pa ima za izhodišče oranžno barvo. Obe izhodiščni barvi nastopata kot vodilni barvi kompozicije. Ostali barvi iz kombinacije vodilno dopolnjujeta ali pa nastopata kot poudarka letaka. Opozoriti velja na uporabo bele barve (beline), ki je za oblikovanje pomembna vrednota. V našem primeru nastopa kot četrta barva, čeprav je barva podlage. Tako vidimo, da je zmeraj potrebno upoštevati tudi barvo podlage, ki nastopa kot dodaten dejavnik pri oblikovanju.



Slika 25: Prikaz vpliva barve podlage na značaj kompozicije Vir: Williams, 2008, 97

Na tem enostavnem primeru vidimo, da barva podlage nima zgolj lastnega vpliva na barvno kompozicijo in barvni značaj celote, temveč vpliva na prav vse elemente, ki so združeni v enotno kompozicijo. Katero barvo podlage izberemo za našo kompozicijo, je odvisno predvsem od značaja barvne zasnove, ki jo želimo ustvariti.

2.3 BARVNE RAZLIKE IN ČITLJIVOST

Izrednega pomena v oblikovanju je poznavanje končnega vtisa, ki ga bo barvna postavitev imela na gledalca. Vedeti moramo, kako bo gledalec posamezne dele grafične postavitve zaznal in kako čitljivi bodo zanj.

Ker so barve na barvnem zaslonu seveda drugačne od tiskanih barv (optično-aditivno ali seštevalno mešanje barv v prvem primeru ter snovno-substraktivno ali odštevalno mešanje barv v drugem primeru), to oblikovalcu v splošnem lahko povzroča veliko težav: barve na zaslonu vedno delujejo bolj žive kot tiskane na papirju, hkrati pa se računalniško tiskana verzija razlikuje tudi od tiskane v tiskarni. Tudi kvaliteta papirja vpliva na zaznavanje barv. Na bolj svetlečem papirju so tudi barve videti živahnejše kot na matirani papirni podlagi.

Barvna čitljivost

Čitljivost (angl.» legibility«) se nanaša na to, kako jasno lahko nekaj preberemo, na čitljivost pa vpliva vrsta dejavnikov. Poleg osvetljenosti okolja, v katerem beremo, na čitljivost vpliva izbira barve napisa, barve podlage ter velikost in oblika črk. O velikosti in obliki črk govorimo v poglavju Tipografija v nadaljevanju, na tem mestu pa opisujemo barvno čitljivost. Dobra barvna čitljivost je v primeru, ko sta barvi podlage in besedila, ki ga položimo na podlago, nasprotni: na primer vijolična barva (ki je najbližje črni barvi) besedila na beli podlagi. Pri beli barvi podlage pa bo besedilo (ali drug objekt), na primer v rumeni barvi, veliko slabše čitljivo.

Kadar sta barvi podlage in besedila (ali drugega objekta) v harmoniji – dopolnilni barvi – je večja čitljivost dosežena ob večjem kontrastu. Če poznamo barvni krog, vemo, da je največji kontrast med vijolično barvo besedila (ali nekega objekta) na rumeni podlagi, najmanjši kontrast pa ob rdeče-oranžnem objektu na rdeči podlagi.



Slika 26: Čitljivost Vir: Dabner, 2004, 31

Čeprav je na zgornji sliki uporabljena pisava s serifi, ki lahko včasih poslabša čitljivost, je čitljivost plakata dobra. Temna podlaga predstavlja dovolj močan kontrast sliki ter besedilu.



To nalogo izvedete na računalniku.

Besedo »berljivost« napišite na listu formata A4, postavljenem ležeče, z malimi tiskanimi črkami, s pisavo brez serifov. Velikost črk naj bo takšna, da beseda zavzame približno 2/3 dolžine vrstice. Postavite jo približno na sredino. Barva podlage naj bo bela. Nato izvedite naslednje vaje:

- a) Za barvo besede izberite vijolično barvo tako, da bo stala močno v ospredju glede na belo podlago. Barvo besede nato spreminjajte tako, da se pomikate po barvnem krogu preko modre, zelene, rdeče, oranžne do rumene. Opazili boste, da je beseda v zadnjem primeru najtežje berljiva.
- b) Besedo prikažite na barvi podlage, ki predstavlja kontrast izbrani barvi besede. Prehajajte od rumene besede na vijolični podlagi preko oranžne besede na modri podlagi. Nadaljujte z vedno bolj podobnima barvama, dokler ne pridete do rdečeoranžne besede na rdeči podlagi. Opazili boste, da je pri takšni barvni kombinaciji čitljivost najslabša.

2.4 PSIHOLOGIJA BARV

Primerna izbira barv glede na situacijo je povezana s tem, da ljudje določene barve povezujemo z določenimi občutki, dogodki ipd., kar se je izoblikovalo skozi tisočletja človekovega obstoja in v večini primerov izhaja iz narave. Tako na primer rdeče črke na temni podlagi takoj ustvarijo občutek dramatičnosti.



Slika 27: Rdeče črke Vir: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/3/3e/Black_ice_red.jpg (10.1.2010)

Barve v različnih kulturah

Inteligenca, spomin, izkušnje, zgodovina in kultura – vse to igra pomembno vlogo pri tem, kako človek zaznava in sprejema določeno barvo. Pri tem barve v različnih kulturah sprožajo podobne ali različne zaznave pri pojavljanju v na primer, političnih, okoljskih ali drugih vsebinah. Tako je na primer črna barva – barva žalovanja in smrti v zahodnih kulturah, v Indiji in na Kitajskem pa ima takšen pomen bela barva. V 19. stoletju je zaradi zelene barve arzenika zelena predstavljala strupenost, v današnjem času pa zeleno povezujemo zlasti s pomladjo ter okoljskim zavedanjem ter ekologijo. Takšne različne družbene asociacije mora imeti oblikovalec v mislih, če deluje v mednarodnem okolju.

Barve v čustvih

Kljub tem razlikam imajo nekatere barve univerzalne značilnosti. Rdeče, oranžne in rumene barve vzbujajo čute in jih zaznavamo kot tople – vzbujajo stimulacijo, vedrost, dobro zdravje ter tudi agresivnost. Na drugi strani barvnega kroga dajejo modre in zelene barve občutek hladnosti, mirnosti, miru, varnosti in depresije. Tople barve lahko vzbujajo občutke telesne toplote, zvišajo krvni pritisk, hladne barve pa imajo nasprotno temu sproščujoč učinek. Tople, rdeče barve silijo v ospredje, modre v ozadje.



Slika 28: Igranje z ognjem Vir: Dabner, 2004, 33



Slika 29: Nevarnost Vir: Dabner, 2004, 34



Slika 30: Barva sonca Vir: Dabner, 2004, 34

Rumena barva na zgornji sliki daje v oblikovanje določeno toplino, kar odraža dejstvo, da je arhitektura bazično namenjena oblikovanju človekovega zavetja.

Pomen barv

Rdečo barvo pogosto povezujemo z ognjem. Ima intenziven, dinamičen in agresiven značaj, spodbuja telesno aktivnost, pospešuje srčni utrip in zvišuje krvni tlak. Vzbuja pozitivne asociacije na ljubezen (rdeče vrtnice), spolnost, prazničnost (Božiček) in srečo. Lahko pa vzbuja tudi negativne asociacije, kot so pekel, vrag, revolucija (rdeča zastava), nevarnost in podobno.

Zelena barva je povezana s pomladjo, mladostjo, okoljem in pomaga ljudem, da se počutijo mirne (kar je največkrat razlog, da je zelena barva tako pogosto uporabljena v bolnišnicah). Zelena barva povzroča manj utrujenosti in napetosti kot katera koli druga barva. Zeleno-modra barva velja za najbolj hladno barvo. Prav tako lahko zelena barva vzbuja negativne asociacije, kot so strup, zavist in podobno.

Rumeno barvo povezujemo s soncem in svetlobo, velikokrat je uporabljena kot opozorilna barva, saj jo običajno najprej zagledamo, še posebej, če je postavljena zraven črne. Čeprav rumeno barvo včasih povezujemo tudi z boleznijo (zlatenica, mrzlica) in strahopetnostjo, jo večinoma povezujemo s srečo: sonce, denar in upanje.

Modra barva je povezana z nebom, vodo, svetlobo, v nekaterih kulturah tudi z duhovnostjo. Ker je jasna, hladna, jo povezujemo tudi z izločenostjo, razdaljo, čustveno hladnostjo in nevznemirjanjem, pogosto tudi z depresijo, mrazom in introvertiranostjo.



To nalogo izvedete na računalniku.

Izberite pravokotnik velikosti A5 na listu A4 in razdelite pravokotnik na 4 dele. Izvedite naslednje naloge:

- a) Izberite tri barve, ki vzbujajo tople občutke ter jih uporabite za tri dele pravokotnika. Napišite besedo temperatura v preostali del lika.
- b) Ponovite vajo tako, da tokrat vzbudite hladne oziroma mrzle občutke.

Barvni kontrasti in harmonija

V predstavitvi morajo uporabljene barve vzpostaviti še dodatno povezanost med pomenom in občutki. Kot smo že povedali, barve, ki so v barvnem krogu postavljene druga ob drugi, dajejo občutek harmonije – na primer rumena in zelena. Komplementarne barve, ki si v barvnem krogu stojijo nasproti, takšni sta na primer rdeča in zelena, pa v predstavitev vnašajo več gibanja in vibracij.

Poleg tega je naslednji pomemben dejavnik delež barve, ki naj jo uporabimo v predstavitvi. Zelo majhna količina močne rdeče barve na komplementarni podlagi lahko ima mnogo večji učinek kot uporaba enakega deleža rdeče in zelene barve. Še več, če na primer uporabite enako količino živo rdeče barve in zelene skupaj, bo lahko učinek neprijetna vizualna disharmonija. Če pa uporabimo večji delež manj žive zelene barve in dokaj živo rdečo barvo, bo rdeča dobila še poseben poudarek.

Na spodnji sliki je prikazan primer predstavitvenega plakata, kjer je z usklajeno barvno shemo poenoten videz celotnega plakata, ki ga sicer sestavljajo različni deli slike in besedila.



Slika 31: Z usklajeno barvno shemo poenoten videz plakata Vir: Dabner, 2004, 37

2.5 TEMNI IN SVETLI TONI²

Osnovni barvni krog, ki smo ga do sedaj spoznali, je sestavljen samo iz »čistih« barv, torej barv, ki jih nismo ne potemnili ne posvetlili. Barvni krog pa lahko zelo razširimo in s tem tudi naše možnosti izbire barv in sestave barvnih kombinacij, če čistim barvam dodamo črno ali belo barvo.

Izhodišče razširitve barvnega kroga je »čista« barva. Če »čisti« barvi dodajamo črno barvo, dobivamo zmeraj temnejše tone. Enako, če izhodiščni »čisti« barvi dodajamo belo barvo, dobivamo zmeraj svetlejše tone.



Slika 32: Prikaz temnih in svetlih tonov Vir: Williams, 2008, 98

Na sliki zgoraj je prikaz temnih in svetlih tonov, ki izhajajo iz »čistih« barv. Paleto »čistih« barv smo razširili s temnimi in svetlimi toni.

»Čiste« barve ter temne in svetle tone lahko prav tako združimo v barvni krog. Takšen barvni krog predstavlja nadgraditev barvnega kroga, sestavljenega iz »čistih« barv. »Čiste« barve so v srednjem obroču.

² Povzeto po Williams, 2008, 98-104.



Slika 33: Barvni krog Vir: Williams, 2008, 98

Barvno kolo poleg »čistih« barv prikazuje tudi temne in svetle tone. »Čiste« barve so v srednjem krogu. Kar vidimo na zgornjem primeru, se zdi, kot da so barvni obroči sestavljeni v krog. V bistvu pa so prikazani deli barvne lestvice z neskončnim številom tonov, ki se stopnjujejo od bele barve v središču kroga, preko svetlih tonov do »čiste« barve v sredini in dalje preko temnih tonov do črne barve na obodu kroga.

Monokromatične barve

monokromatičen = enobarven (SSKJ, II. knjiga, 1993, 835)

Monokromatična barvna kombinacija je sestavljena iz »čiste« barve in poljubnega števila njenih svetlih in temnih tonov.

Lahko rečemo, da nam monokromatična kombinacija nikakor ni tuja, saj je vsaka črno-bela fotografija sestavljena iz črne barve (čeprav črna barva v resnici ni barva) in svetlih ter temnih sivih tonov.



Slika 34: Oranžna - monokromatična barvna kombinacija Vir: Williams, 2008, 100

Predstavitvene tehnike

Prikazana je oranžna monokromatična barvna kombinacija s svetlimi in temnimi toni. Pri oblikovanju lahko dejansko uporabimo monokromatično barvno kombinacijo z vsemi njenimi svetlimi in temnimi toni.



Slika 35: Primera uporabe monokromatične barvne kombinacije

Vir: Williams, 2008, 100

Zgornji reklamni letak na sliki je oblikovan samo z uporabo sivin. V bistvu lahko vidimo celoten razpon monokromatične lestvice – »od bele pa vse do črne«. Spodnji letak je enak kot zgornji, le da je tukaj uporabljena oranžna monokromatična barvna lestvica. Sivine na zgornjem letaku so enostavno zamenjane z oranžnimi toni. Torej, na spodnjem reklamnem letaku je črna postala temno rjava barva (to je izhodišče) in tako naprej ... Le belo smo ohranili belo.

Tople in hladne barve

Barve lahko razdelimo na tople, kar pomeni, da vsebujejo nekaj rdeče ali rumene barve, in na hladne, ki imajo v sebi nekaj modre barve. **Pri uporabi v praksi se moramo zavedati, da se hladne barve nekako potegnejo v ozadje, medtem ko tople stopijo v ospredje.** Tako je potrebno le malo tople barve, če hočemo ustvariti poudarek. Tople barve namreč takoj opazimo. Torej, če pri oblikovanju uporabljamo tople in hladne barve skupaj, je potrebno zmeraj paziti na količino tople barve, ki je naj bo manj kot hladne barve. Topla barva naj nastopa kot poudarek na hladni podlagi.



Slika 36: Primera uporabe tople in hladne barvne kombinacije Vir: Williams, 2008, 100

V prvem primeru, kjer topla barva nastopa kot podlaga in hladna barva kot poudarek, je količina tople (rdeče) barve prevelika, kar je za opazovalca lahko celo moteče. V tem primeru tudi poudarek hladne barve ne pride do izraza, saj je vsa pozornost usmerjena na podlago, ki kar sili v ospredje. **Rezultat oblikovanja ni najboljši.**

V drugem primeru pa je hladna barva uporabljena za podlago. Rdeča nastopa tukaj le kot poudarek. Oblikovanje je bolj jasno, poudarek nas pritegne k branju letaka. **Rezultat je veliko boljši.**

Vprašanje, ki se ob prikazanem primeru poraja, pa je: Katere barve iz širokega spektra barvnega kroga naj izberemo in uporabimo pri oblikovanju? Kot smo videli, vsaka barvna kombinacija ni primerna za vsako priložnost.

Kako izberemo barvno paleto

Včasih pri izbiri barv nismo povsem prepričani v pravilnost lastne presoje. Izbira primerne barvne kombinacije sploh ni tako enostavna naloga. Najbolje se je stvari lotiti po logični poti.

Nekaj logičnih primerov, s katerimi si lahko pomagamo:

Če oblikujemo projekt, ki se nanaša na predstavitev predmetov znotraj letnih časov, lahko na primer uporabljamo analogne barve, ki spominjajo na letne čase. Rdeča in rumena nas spominjata na vroče poletje, modra na hladno zimo, različni toni oranžne in rjave na jesen,

Predstavitvene tehnike

svetlo zeleni toni pa na pomlad. Skratka, lahko se naslonimo na neke splošne skupinske asociacije.

Ali ima podjetje, za katerega oblikujemo projekt, prepoznavne barve, s katerimi se identificira? Mogoče lahko izberemo svetle in temne tone uradnih barv podjetja. Ali ima podjetje v svojem logotipu kakšne barve? Mogoče lahko uporabimo te barve deljene s komplementarnimi triadami? Možnosti za izbiro ustrezne barvne kombinacije je veliko, le pravo pot moramo poiskati.

Če pri projektu uporabimo fotografijo ali sliko, je najbolje izbrati kakšno barvo s fotografije. Na podlagi izbrane barve se lahko odločimo za celotno barvno lestvico, ki jo bomo pri projektu uporabljali. Lahko se odločimo za paleto analognih barv, če želimo projektu dati značaj umirjenosti in resnobnosti, ali za uporabo komplementarnih barv, če želimo v projekt vnesti nekaj vizualnega nemira.



Slika 37: Primer uporabe fotografije kot reklamnega letaka Vir: Williams, 2008, 104

Fotografija v zgornjem primeru nastopa kot podlaga, ki je opremljena z besedilom.

V prikazanem primeru je barva neba uporabljena za glavni naslov. Za podnaslove je uporabljena analogna (podobna) barva barvi peska. Modra nad zgornjim levim delom glavnega naslova pa predstavlja barvni poudarek.



Slika 38: Povečan del zgornje fotografije in izbrana barvna lestvica Vir: Williams, 2008, 104
Barvno lestvico, ki jo bomo uporabili pri oblikovanju besedila, lahko izberemo na fotografiji, ki bo uporabljena kot podlaga. (Za izbiro uporabimo orodje »Kapalka«.) Tako sestavimo barvno lestvico, ki ima izhodišče v uporabljeni fotografiji. V projekt tako vnesemo umirjenost in resnobnost. Lahko pa uvedemo tudi nove barve kot poudarke, ki naredijo oblikovanje bolj dinamično in pritegnejo pogled opazovalca.

Za razliko od umirjenega in resnobnega oblikovanja lahko namesto izbranih barv s fotografije uporabimo njihove komplementarne barve po barvnem krogu in naredimo napis bolj živahen, igriv, razposajen. Vendar moramo pri uporabi prevelikega števila živih barv paziti na to, da barvne kombinacije na postanejo moteče ali celo odbijajoče. Po drugi strani moramo paziti, da pri oblikovanju ne zapademo v dolgočasnost s preveliko resnobnostjo in umirjenostjo.

3 ŠTIRI OSNOVNA OBLIKOVALSKA NAČELA³

V tem poglavju boste:

- → usvojili osnovna oblikovalska načela pri pripravi predstavitve, ki so:
 - o nasprotje
 - o ponavljanje
 - **o** poravnava
 - o razmik
- → načrtovali prezentacijo in razmišljali o njenem sporočilnem pomenu,
- → z uporabo navedenih načel boste oblikovali kompozicijo, ki bo pritegnila pozornost opazovalca,
- → razmišljali o pomenu kompozicijskih načel pri predstavitvi ideje,
- → razvijali predstavitev kot komunikacijo,
- \rightarrow uporabljali svetovni splet za pridobivanje, pripravo in distribucijo informacij.

Ob koncu poglavja boste razumeli:

- © kaj so štiri osnovna oblikovalska načela predstavitve,
- 😊 na kakšen način jih uporabljamo,
- ⊙ kako lahko s predstavitvijo komuniciramo z okolico,
- © kako pritegnemo opazovalčevo pozornost.

Spoznali bomo osnovna načela oblikovanja, na katera se lahko pri delu zmeraj naslonimo. Čeprav jih bomo spoznali kot načela grafičnega oblikovanju, moramo vedeti, da so splošno aplikativna in niso omejena zgolj na grafiko. Uporabljajo se lahko na vseh področjih oblikovalčevega dela, celo pri snovanju arhitekturne kompozicije.

Na kratko bom predstavil osnovna načela (grafičnega) oblikovanja, ki jih lahko zasledimo v vsakem kvalitetnem oblikovalskem delu. Čeprav bom pojasnil vsako oblikovalsko načelo posebej, se moramo zavedati, da so vsa našteta oblikovalska načela med seboj povezana in se nerazdružljivo prepletajo. Malokdaj se pri oblikovalskem delu samostojno uporablja le eno osnovno načelo. Osnovna načela so: **nasprotje (kontrast), ponavljanje, poravnava in razmik.**

Nasprotje ali kontrast

Ideja, na kateri temelji nasprotje kot osnovno oblikovalsko načelo, je izogibanje uporabi podobnih elementov. Če uporabljeni elementi (na primer: uporabljena tipografija, barva, velikost, debelina črte, oblika, prostor ...) niso enaki, jih je treba narediti zelo drugačne in čim bolj različne. Nasprotje je pogosto najpomembnejši vizualni poudarek nekega oblikovalskega dela in tisto, kar pritegne opazovalčevo pozornost.

³ Deloma povzeto po Williams, 2008, 13-80.

Ponavljanje

Ponavljanje kot osnovno oblikovalsko načelo pomeni oblikovati kak izdelek (grafični izdelek) s ponavljanjem značilnih manjših vizualnih elementov. Ponavljamo lahko barve, oblike, teksture, prostorske odnose, debeline črt, vrsto pisave, velikost črk, grafične koncepte ... Ponavljajoči se elementi ustvarijo neko organizacijo kompozicije in hkrati poudarijo enotnost le-te.

Poravnava

Nobenega elementa ne smemo postaviti na oblikovalsko ploskev (grafično stran) naključno. Vsak uporabljeni element mora imeti vizualno povezavo z drugimi elementi v kompoziciji (grafični kompoziciji). Tako lahko oblikujemo čisto, rafinirano in svežo kompozicijo.

Razmik

Med seboj povezani elementi morajo biti postavljeni bližje drug drugemu. Ko so elementi postavljeni v neposredno bližino, le-ti delujejo kot enovita celota in ne kot skupek naključnih enot. Na takšen način lahko podamo želeno informacijo, se izognemo zmešnjavi in opazovalcu ponudimo jasno ter razumljivo strukturo kompozicije.

3.1 RAZMIKI

Ločimo razmike med enakimi ali podobnimi elementi in razmike med različnimi elementi.

Osnovno načelo razmika pravi, da je potrebno elemente, ki so tako ali drugače povezani med seboj (sporočilno, estetsko, pomensko ...) fizično postaviti bližje drug drugemu. Tako so povezani elementi v očeh opazovalca videti kot enovita skupina, ne pa kot skupek nepovezanih koščkov. Elementi ali skupine informacij, ki niso povezane med seboj, naj bodo na oblikovano ploskev postavljene z večjo medsebojno razdaljo. Različni razmiki med elementi, uporabljenimi pri oblikovanju, opazovalcu (bralcu) posredujejo vizualno vodilo organizacije in vsebine grafičnega lista.

Ko so različni elementi postavljeni v neposredno bližino, le-ti postanejo vizualna celota in opazovalec jih ne vidi več kot posamezne, samosvoje delce. Tako majhen medsebojni odmik ali neposredna bližina dodeljuje elementom na določen način nek medsebojni odnos. Z združevanjem podobnih elementov v enovito celoto mnogih različnih stvari, postane grafično delo ali stran bolj organizirano. Opazovalec razume, kje naj začne brati sporočilo in ve, kdaj je le-to prebrano do konca. Tudi tako imenovani »beli prostor« okoli črk posledično postane bolj organiziran.



Slika 39: Primer poslovne vizitke 1

V primeru poslovne vizitke imamo na majhnem prostoru razporejenih pet različnih elementov.

Težava s takšno, bolj ali manj naključno razporeditvijo elementov je, da le-ti niso povezani med seboj, zato bralčeve oči begajo in preverjajo prikazane podatke. Bralcu ni jasno, kje naj začne z branjem.

Enake elemente na vizitki lahko razporedimo tudi v drugačnem vrstnem redu, jih vsebinsko povežemo in združimo v pomensko celoto.



Slika 40: Primer poslovne vizitke 2

V zgornjem primeru so različni elementi združeni v pomenski skupini.

S tem enostavnim konceptom je vizitka organizirana **intelektualno** in **vizualno**. Vsebinsko povezani elementi so tako združeni ne samo v pomensko, temveč tudi v vizualno celoto. Vizitka z bralcem vzpostavi jasno in razumljivo komunikacijo.

Pri združevanje elementov v skupine je včasih potrebno prilagoditi njihove lastnosti, kot so velikost črk, poudarjenost črk, razmik med vrsticami ... Skratka, posamezne elemente je potrebno prilagoditi vizualnim zahtevam celotne kompozicije.

Uporaba oblikovalskega načela razmikov ne pomeni, da so elementi naključno postavljeni drug zraven drugega, temveč da so le-ti razporejeni na oblikovalski ploskvi tako, da so vsebinsko med seboj povezani in tvorijo pomensko celoto sporočila. Elementi, ki so med seboj sporočilno povezani, morajo biti tudi vizualno.

Drugi elementi ali skupine elementov naj ne bodo nameščeni v neposredni bližini, kajti medsebojna bližina in oddaljenost elementov izkazuje njihovo medsebojno soodvisnost in sporočilni pomen.

| Free Tea! | earn to] | Danc | Free Scones! C. Prizes! |
|-----------|--------------------------|------------------|----------------------------|
| Hip Hop | Salsa | Clown | Funk |
| Tang | go Rumb | a Saturda | avs Quickstep |
| Bolero | Foxtrot 109 Jive Lane | 9-3 Матьо | Lindy Hop |
| Swing | Cha Cha Rosetta Dano | Krv ce Studio | mp East Coast Swing |

Slika 41: Reklamna razglednica »Naučite se plesati« 1

Vir: Williams, 2008, 23

Pri oblikovanju reklamne razglednice »Naučite se plesati« je bil oblikovalčev namen najbrž ustvariti razposajeno in veselo, z energijo nabito reklamno sporočilo. Vendar na prvi pogled ne moremo ugotoviti niti naslova plesnega studia. Podano sporočilo je nejasno, komunikacija z bralcem sporočila pa zmedena.

Občutek, da moramo v danem primeru reklamne razglednice za plesni studio na nek način oblikovati »ples«, nas ne sme zapeljati k oblikovanju po občutku. **Cilj oblikovanja mora vedno biti jasna komunikacija.**



Slika 42: Reklamna razglednica »Naučite se plesati« 2

Vir: Williams, 2008, 23

Na zgornji sliki je reklamna razglednica »Naučite se plesati«, kjer je poudarjena jasna komunikacija z bralcem.

Elementi, ki so na nek način povezani med seboj, so združeni v posamezne pomenske enote. Z organizirano uporabo enostavnega oblikovalskega načela – **razmika** je oblikovana ploskev postala ne samo bolje organizirana, temveč tudi privlačnejša na pogled.

Povzetek – razmik

Če različne elemente na oblikovalski ploskvi razmestimo v medsebojnem razmiku, le-ti delujejo kot vizualna celota, ne pa kot naključno razmetani elementi. Vsebinsko povezani elementi morajo biti združeni v skupine.

Osnovi namen oblikovalskega načela razmika je organizacija uporabljenih elementov. Čeprav se pri oblikovanju neke grafične ploskve uporabljajo tudi druga oblikovalska načela, že samo z uvajanjem razmika med elementi lahko le-to organiziramo v jasno in sporočilno celoto.

Če so podane informacije na nek način organizirane, je bolj verjetno, da jih bo opazovalec prebral in si jih tudi zapomnil. Kot stranski produkt organizacije elementov na oblikovani ploskvi pa nastane tudi bolje organizirana in očem privlačnejša »bela ploskev« - ozadje.

Kako udejanimo oblikovalsko načelo razmika na ploskvi?

Določiti moramo elemente, ki jih lahko med seboj združimo v vizualne in sporočilne celote.



Na listu velikosti A5 oblikujte reklamno razglednico za namišljeno mizarsko delavnico (podjetje), ki bo vsebovala podatke o lastniku, lokaciji podjetja in elemente (izdelke), ki jih lahko izdelajo po naročilu. Reklamna razglednica mora biti črno-bela. Uporabite samo različne tipografije brez slik. Vaša rešitev naj se čim bolj razlikuje od prikazanega primera.

3.2 PORAVNAVA

Osnovno načelo poravnave govori o tem, naj se na stran, ki jo želimo oblikovati, elementi ne nameščajo samovoljno. Vsi elementi na strani morajo biti med seboj vizualno povezani.

Ko so uporabljeni oblikovalski elementi na strani med seboj poravnani, je rezultat močna, povezana celota. Tudi ko so poravnani elementi fizično ločeni med seboj, obstaja v očeh in mislih opazovalca nekakšna nevidna zveza med njimi. Čeprav lahko določene elemente med seboj ločimo, da poudarimo njihov medsebojni odnos (v smislu načela razmika), je oblikovalsko načelo poravnave tisto, ki pravi opazovalcu – bralcu, da so tudi elementi, ki niso postavljeni v neposredno bližino, del iste pomenske celote.



Slika 43: Primer poslovne vizitke 3

Uporabljeni elementi na vizitki delujejo naključno postavljeni v prazen prostor, ki je bil na razpolago.

Če bolj natančno analiziramo poslovno vizitko, ugotovimo, da je del oblikovalskega problema tudi ta, da uporabljeni elementi med seboj niso poravnani. Na tako majhnem prostoru so bile uporabljene tri različne poravnave: skrajno leva, skrajno desna in središčna. Uporabljeni elementi delujejo, kot bi bili preprosto nametani na ploskev vizitke, saj niti eden izmed njih nima povezave z drugimi elementi na površinj.



Slika 44: Primer poslovne vizitke 4

Na primeru poslovne vizitke vidimo, da je uporabljeno besedilo (elementi) središčno poravnano. Primer prikazuje lepo in urejeno razmestitev elementov, ki so nanizani v logičnem zaporedju. Besedilo na sliki je središčno poravnano in postavljeno na sredo oblikovalske površine. Čeprav je v prikazanem primeru središčna postavitev črkovnih elementov povsem logična, so robovi celotne kompozicije neopredeljeni: ne moremo videti niti začutiti »moči« navidezne črte, ki elemente povezuje med seboj.

Središčna poravnava deluje neopredeljeno. Če namesto središčne izberemo poravnavo na levo ali desno stran, je navidezna navpična črta, na katero se rob elementov (besedila) naslanja, mnogo močnejša. Poudarjeni stranski rob daje levi ali desni stranski poravnavi besedila bolj jasen in dramatičen videz, torej bolj dramatičen videz kompozicije. Tako imajo vsi uporabljeni elementi besedila skupno črto, nekakšno mejo, na katero se le-ti naslanjajo. Navidezna meja med seboj povezuje vse uporabljene elemente.



Slika 45: Primer poslovne vizitke 5

Prikazana razporeditev črkovnih elementov ima enako logično zasnovo kot v primeru, ko so elementi središčno poravnani. Na prikazanem primeru so elementi desno poravnani. Tako lahko vidimo poudarjen desni rob – zaključek kompozicije. Elementi imajo zdaj skupno mejo. Močna navidezna črta povezuje elemente med seboj. Zaključni rob razmestitve elementov je jasno viden. Poudarjen rob je v kompozicijo vnesel dramatičnost.

Povzetek – poravnava

Nobenega elementa ne smemo na stran, ploskev, ki jo oblikujemo, postavljati naključno. Vsak uporabljen element mora imeti vizualno povezavo z ostalimi elementi na strani.

Enotnost uporabljenih elementov je zelo pomembna za videz oblikovane strani. Da bi vsi uporabljeni elementi na strani delovali enotno in med seboj povezano, mora obstajati med njimi vizualna povezava. Tudi različni elementi, ki niso fizično postavljeni drug zraven drugega, lahko delujejo povezano in med seboj povezujejo informacije samo s svojo postavitvijo na strani.

Osnovni namen poravnave je **poenotiti in organizirati stran** – oblikovano ploskev. Poudarjena poravnava je največkrat uporabljeno oblikovalsko načelo, seveda v povezavi z drugimi elementi (npr. ustrezno izbiro vrste pisave), ki lahko ustvari določen videz strani – oblikovane površine.

Kako udejanimo oblikovalsko načelo poravnave na ploskvi?

Vedeti moramo, kje in kako razporejamo elemente na strani. Nobenih elementov ne smemo razmeščati naključno. Vedno jih je potrebno med seboj na nek način poravnati, tudi če so le-ti med seboj precej oddaljeni.

Primer:

Včasih je potrebno pri oblikovanju hkrati uporabljati različne poravnave elementov na isti strani, vendar je zmeraj potrebno pomenske skupine na nek način med seboj povezati.



Slika 46: Primer naslovnice zbirke pesmi - **nezanimivo oblikovanje** Vir: Williams, 2008, 41

V prikazanem primeru sta naslov in podnaslov knjige levo poravnana, opis knjige pa je na strani sredinsko poravnan. Vendar elementa naslova na zgornji strani ploskve in opis knjige na spodnji strani med seboj nista poravnana. Tako med uporabljenimi elementi na ploskvi ni nobene povezave, med seboj niso povezani. Kompozicija ne deluje kot enovita celota.



Slika 47: Primer naslovnice zbirke pesmi – **zanimivo oblikovanje** Vir: Williams, 2008, 41

Elementa naslova in opis knjige sta tudi v tem primeru različno poravnana (na zgornji strani je uporabljena leva, na spodnji pa desna poravnava). Besedilo na dnu strani je poravnano z desnim robom tanke črte na zgornji strani. Tako ustvarjena navidezna črta poveže vse elemente na strani med seboj. Ustvarjena je enovita kompozicija.



Na strani velikosti A4 oblikujte naslovnico namišljenega kataloga lesnih izdelkov, ki jih izdeluje namišljena mizarska delavnica (podjetje). Pri oblikovanju uporabite naslednje elemente: ime delavnice (podjetja), ime lastnika, naslov, telefonsko številko in pojasnilo, da je to za katalog lesnih izdelkov in da izdelke izdelujejo tudi po naročilu. Naslovnica naj biti črno – bela. Uporabite samo različne tipografije, lahko tudi črte, vendar nobenih slik. Vaša rešitev naj se čim bolj razlikuje od prikazanih primerov.

3.3 PONAVLJANJE

Oblikovalsko načelo ponavljanja pomeni ponavljati kak del celote skozi celotno kompozicijo. Ponavljamo lahko vsak element kompozicije (lahko tudi celoten motiv), da ga bralec zlahka spozna in si ga zapomni. Čeprav ponavljanje v različnih kompozicijah večkrat nezavedno

uporabljamo, ponavljanje v bistvu pomeni napor poenotiti vse dele kompozicije v vizualno celoto.

Ponavljanje pomaga organizirati podane informacije na strani in pomaga bralca voditi skozi besedilo ter poenoti različne dele kompozicije. Celo na enostranskem dokumentu lahko ponavljajoči se elementi ustvarijo kontinuiteto strani in povežejo vse segmente med seboj. Če oblikujemo več enostranskih dokumentov, ki so del večje celote, je nujno uporabljati oblikovalsko načelo ponavljanja, npr. pri oblikovanju celostne podobe.

Primer: Celostna podoba

Pri oblikovanju kvalitetne **celostne podobe** podjetja, ki je npr. sestavljena iz poslovne vizitke, glave podjetja na poslovnem papirju in kuverte, je potrebno dosledno uporabljati oblikovalsko načelo ponavljanja. Ponavljanje elementov je potrebno uporabljati ne samo na posameznih izdelkih, temveč na vseh delih, ki sestavljajo celoto, saj ponavljanje poveže vse sestavne dele v celovito podobo.



Slika 48: Primer celostne podobe Vir: Williams, 2008, 56

V prikazanem primeru vidimo, kako ponavljanje krepkih rdečih črk v povezavi z navpično črto poenoti vse sestavne dele v razpoznavno celoto.

Z uporabo načela ponavljanja oblikujemo površino, ki pri bralcu (opazovalcu) ustvarja vtis profesionalizma. Bralec se zaveda dobrega oblikovanja, saj se s ponavljanjem izkazuje strokovno znanje in oblikovalčeva avtoriteta, kajti uporaba načela ponavljanja zahteva zelo premišljene oblikovalske odločitve.

| | 6 parts lemon-flavored vodka 1 top sugar 1 part Cointreau or lemoncelli liqueur |
|--|---|
| CLASSIC MARTINI 6 parts gin 1 part dry vermouth Cocktail olive Stir in a mixing glass with lots of cracked ice. Strain into chilled glass and garmish with olive. | Combine ingredients in a cocktail shaker half- filled with ice cubes; shake well. Swith half a lemon around the rim of a martini glass and dip in sugar. Pour the contents of the cocktail shaker into the glass and serve. |
| A parts gin a parts dry vermouth a parts dry vermouth a parts dry vermouth a parts dry vermouth Cocktail olives Combine linguid ingredients cackedi ice; shake well, cackedi ice; shake well, cackedi ice; shake well, gass. Garnish with one or | Series gin or vodka a parts Rose's line juice Combine ingredients i octotail sheak a codtail sheak sheak ewell. Strain into a chilled martini glass |
| | Queen Bess martini |
| 4 parts vodka 2 parts Cointreau or lemoncelli liqueur 2 parts cranberry juice 1 part fresh lime (optional) Combine ingredients in a cocktail shaker with cracked ice; shake well. Strain into a chilled martini glass. | 6 parts gin 1 parts dry vermouth 2 teaspoons Benedictine Combine all ingredients in a cocktail shaker with cracked ice; shake well. Strain into a chilled cocktail glas. |

Slika 49: Primer večbarvnega reklamnega letaka

Vir: Williams, 2008, 63

V primeru večbarvnega reklamnega letaka, opremljenega z ilustracijami, lahko vidimo, da uporaba načela ponavljanja ne pomeni, da moramo ponavljati enak element (motiv). Pri vseh naslovih na reklamnem letaku je uporabljena enaka oblika pisave, a drugačna barva, kar lahko opredelimo kot enotnost v različnosti. Tudi uporabljene ilustracije so različne, a vse so pomensko podobne in izkazujejo radost bivanja in dobro voljo.

Pri tem je potrebno zagotoviti zadostno število ponavljajočih se elementov tako, da je razlika med elementi jasna, celotna zasnova pa ne deluje kot zmeda nametanih elementov. V navedenem primeru vidimo, da je za vse recepte uporabljena ista oblika pisave in enaka razporeditev med elementi. Če ustvarimo jasno izoblikovano in poudarjeno zasnovo osnovne

strukture, lahko imamo bolj svobodne roke pri delu z ostalimi elementi (v prikazanem primeru z naslovi).

Povzetek – ponavljanje

Ponavljanje vizualnih elementov poenoti celotno oblikovano površino, saj ponavljanje na nek način združi in poveže v celoto med seboj različne elemente. Ponavljanje je zelo uporabno načelo za oblikovanje enostranskih dokumentov, pa tudi kot način poenotenja večstranskih dokumentov ali delov celostne podobe.

Osnovni namen poravnave je poenotiti celoto in zainteresirati opazovalca (bralca). »Nikakor ne smemo podcenjevati moči vizualne zanimivosti strani – kajti bolj zanimiva je stran, večja je verjetnost, da jo bodo prebrali« (Williams, 2008, 64).

Kako udejanimo oblikovalsko načelo ponavljanja na ploskvi?

Ponavljanje moramo razumeti kot doslednost. Biti dosleden pri oblikovanju pomeni npr. uporabljati isti format na vseh straneh, isto pisavo, iste velikosti črk, razmik med njimi ...

Vendar lahko posamezne elemente naredimo vizualno bolj razpoznavne in poudarjene, npr. naslove poglavij ... Z namenom poudariti oblikovanje in podati opazovalcu jasno razumljivo informacijo, kar je osnovni namen oblikovalskega načela oblikovanja.

Kljub temu se moramo pri uporabi načela izogibati pretiranemu ponavljanju elementov, saj lahko postane moteče, informacije pa postanejo nejasne in nerazumljive.

3.4 NASPROTJE ALI KONTRAST

Kontrast je zelo učinkovito oblikovalsko načelo za dodajanje vizualnega poudarka strani, ki jo oblikujemo. Kontrast kot premišljen poudarek na strani pritegne pozornost in pri opazovalcu vzbudi željo, da bi stran prebral. S kontrastom prav tako organiziramo hierarhijo med elementi na strani.

Pomembno pravilo pri uporabi kontrasta kot oblikovalskega načela je, da mora biti močan, da bi bil učinkovit.

Kontrast je ustvarjen, če sta uporabljena elementa med seboj različna. Če sta elementa le delno različna, nismo ustvarili kontrasta, ampak konflikt med njima. Velja torej, če elementa nista povsem enaka, ju moramo narediti različna – zelo različna med seboj, saj lahko le tako ustvarimo kontrast.

Primer: Primerjajmo vsebinsko enaka (oblikovalsko različna) reklamna letaka med seboj. Oba imata enako zasnovo postavitve strani, sta lepo poravnana, uporabljeno je načelo razmikov med elementi in ponavljanje. V bistvu je edina razlika med letakoma v uporabi kontrasta kot oblikovalskega načela.





Letak je lepo in natančno oblikovan ter dosledno urejen, vendar na predstavljenem primeru ni ničesar, kar bi pritegnilo našo pozornost. Če nič na letaku ne pritegne opazovalčeve pozornosti, ga najbrž tudi ne bo prebral.



Slika 51: Primer reklamnega letaka Vir: Williams, 2008, 67

Pri oblikovanju je zdaj uporabljeno načelo kontrasta.

Način oblikovanja kontrasta je na prikazanem primeru zelo jasen. Zgornja stran – naslov letaka je poudarjen s temno barvo, kar ustvarja kontrast s površino strani. Kontrast je dodatno poudarjen še z uporabo bele barve za izbrano vrsto pisave v naslovu. Enaka oblika pisave je uporabljena tudi za naslove odstavkov, prav tako krepka. Glavni naslov in podnaslovi so v močnem nasprotju z izbrano pisavo sporočila. Izbrana pisava tako ustvarja močno nasprotje v kompoziciji celote. Na dnu strani se ponovi črna barva iz naslova, kar dodatno pripomore k poudarjanju kontrasta na strani in pritegne opazovalčevo pozornost.

Nasprotje je zelo pomembno načelo pri organiziranju informacij na strani, kajti bralec mora že ob bežnem pogledu razumeti, kaj se na strani dogaja. Kontrast je oblikovalsko načelo, s katerim lahko na stran vnesemo največ dramatičnosti.

| etoxification is the most excit- | ing tool in natural i | medicine for its simplicity, low cost and superior and you'll feel results almost immediately. | |
|--|---|---|--|
| ur bodies detox continuously verloaded that the process bec | as a natural functio | on. It's only when our detox mechanisms become and symptoms may occur. | |
| oxins may be internal or exter 1 our detox organs, the kidney iternal form of toxins in the w oxic side effects and therefore i | nal in origin. Pollut is and liver. Improp ay of metabolic by- impact negatively o | tion or pesticides in our food source put undue stress er digestion and imbalanced gut ecology provide the products stemming from certain bacteria which have n overall health by compromising detox pathways. | |
| has been suggested that toxic iseases, inflammatory/rheums arkinson's. | overload contribut atoid arthritis and r | tes to more serious conditions such as autoimmune neurological disorders such as Alzheimer's and | |
| ymptoms which may be reliev | ed by following a d | etox program include: | |
| Digestive problems | • Irritability Hea | daches | |
| Joint pain | Itchy skin | | |
| Pallor | Bad breath | | |
| General malaise | Fatigue | | |
| Constipation | Skin rashes | | |
| Vhat a carefully planned deto | vification program | can offer you: | |
| Anti-aging effects | • Increased prod | uctivity | |
| Weight loss | Greater motiva | ition and creativity | |
| • Clearer skin and eyes | Reduction of al | llergic symptoms | |
| r. Sara Ferguson and Certifier ay detoxification cleanse. Lear etox; and What to avoid dur | l Nutrition Consul m proven methods ing detox | tant Shannon Williams invite you to join them for a 28- for detox: How to prepare for a detox; How to safely | |
| hree mandatory meetings: Th wenues for Health | ursdays, August 2r | ıd, 9th, and 30th at 7:00 p.m. | |
| 01 San Ramon Valley Blvd., Si Damiilla C & 94526 | uite 130 | Place and This program is not counted by much add | |
| Limited Seating, Seminar fee is \$99 | | rease note: This program is not coverea by your health insurance. Specific detoxification products are reauired | |
| hree mandatory meetings: Th wenues for Health 01 San Ramon Valley Blvd., Si Danville, CA 94526 | uirsdays, August 2r uite 130 | rd, 9th, and 30th at 7:00 p.m. Please note: This program is not cover | |

Slika 52: Primer letaka. Nezanimivo oblikovanje – nejasno sporočilo

Vir: Williams, 2008, 72

Največja težava, ki jo vidimo na prikazanem letaku, je dolžina vrstic besedila, ki so predolge za prijetno branje. Prav tako ni nobenega poudarka, ki bi opazovalca pritegnil k branju besedila.

Na letaku je potrebno preoblikovati naslov, da bo pritegnil opazovalca. Prav tako moramo oblikovati kontrastne poudarke, ki bodo bralcu olajšali branje in predstavili vsebino sporočila, tudi če letaka ne bo prebral v celoti.

Za preoblikovanje letaka poleg kontrasta uporabimo tudi načelo razmika, poravnave in ponavljanja. V praksi redko kdaj uporabljamo samo eno načelo, kajti oblikovalska načela delujejo v nekakšni soodvisnosti in skupaj ustvarijo končni učinek.



Slika 53: Primer letaka. Zanimivo oblikovanje – jasno sporočilo

Vir: Williams, 2008, 73

Če moramo na stran postaviti veliko besedila, je smiselno besedilo razbiti in ga postaviti v stolpcih, saj je stran tako lažje berljiva, dolge vrstice pa ne odvrnejo opazovalca od branja. Prav tako je za vse podnaslove, kontrastno glede na ostalo besedilo, uporabljena krepka pisava.

Poudarjeni podnaslovi opazovalcu po koščkih predstavljajo besedilo in ustvarjajo nekakšno vizualno vodilo, ki bralca vabi k branju ostalega besedila.

Na letak lahko postavimo tudi ornamente (v sivih tonih) in na ta način dodamo nekaj vizualne zanimivosti, a paziti moramo, da dodana dekoracija ne preglasi osnovnega oblikovanja strani.

Pri oblikovanju je potrebno zaupati svojim občutkom. Opazovalca moramo pritegniti k letaku, ga spodbuditi, da prebere vsaj poudarjene naslove; potem obstaja večja verjetnost, da bo prebral tudi ostalo besedilo.

Povzetek – nasprotje (kontrast)

Osnovni namen kontrasta je pritegniti opazovalčevo pozornost. Če na stran postavimo elementa, ki nista povsem enaka, le-ta ne smeta biti podobna. Da je lahko oblikovalsko načelo – kontrast učinkovito, morata biti elementa med seboj zelo različna.

Oblikovalsko načelo kontrasta ima dva osnovna namena. Prvi je oblikovati zanimivost na strani. Če je stran zanimivo oblikovana, bo pritegnila opazovalce – tako je večja verjetnost, da bo tudi prebrana. Drugi namen kontrasta je skupaj z ostalimi načeli organizirati informacije, ki so podane na strani. Bralec mora namreč že ob prvem pogledu na stran razumeti, kako so informacije na njej organizirane. Kontrast med elementi bralca nikoli ne sme zmesti ali narediti strukturo besedila nerazumljivo.

4 TIPOGRAFIJA

V tem poglavju boste:

- → spoznali anatomijo črk (značilnosti posameznih vrst pisav),
- → spoznali berljivost in čitljivost besedila v odvisnosti od vrste pisave,
- → spoznali načela pri oblikovanju strani,
- → raziskovali odnos med obliko, funkcijo in vsebino zapisa v oblikovani predstavitvi,
- \rightarrow uporabljali svetovni splet za pridobivanje, pripravo in distribucijo informacij.

Ob koncu poglavja boste:

- © razumeli značilnosti posameznih vrst pisav,
- © poznali geometrijo znakov (črk, številk, simbolov) in njihove spremljevalne dimenzije,
- © razumeli odvisnost med obliko, funkcijo in vsebino zapisa v oblikovani predstavitvi,
- © spoznali značilnost odnosa med črko in besedilom ter besedilom in besedilom.

4.1 ANATOMIJA ČRK



Slika 54: Različice vrste pisave Universe Vir: Dabner, 2004, 88

Poznavanje strukture in zgradbe črk je bistvenega pomena za pravilno izbiro in uporabo črk besedila v predstavitvi. Obstaja več kot 25 značilnosti, ki določajo obliko oziroma strukturo črk, med njimi je nekaj pomembnejših, na primer: višina znaka, serif, zgornja in spodnja votlina in drugi.

Na spodnji sliki je prikazana črka U v fontu Universe, ki ima zelo veliko različic, kar je zelo uporabno, ko je potrebno oblikovati veliko različnih stopenj informativnosti predstavitve.



Oblikujte letak, s katerim boste čim bolj nazorno prikazali tipografijo črk. Izberite font črk, ki ga želite uporabiti za predstavitev. S povečevanjem, zmanjševanjem, izrezovanjem in spreminjanjem poudarite izbrane pojme oziroma karakteristike fonta. Za poudarek lahko uporabite tudi dve različni barvi. Pet karakteristik fonta, ki jih boste predstavili, izberite izmed naslednjih: višina – x, drog, noga, okroglina, serif, roka, vrat, polica, votlina, rep.

Pomembno je, da pred izvedbo svoje ideje na računalniku dobro razmislite o svoji predstavitvi, z roko narišite skice, preizkusite različne barvne kombinacije ...

Na spodnjih slikah je prikazanih nekaj možnih rešitev. Na sliki (a) je prikazan zelo enostaven način poudarka tistih elementov, ki jih želimo poudariti. Na sliki (b) je učinkovito uporabljen črn in bel prostor, vendar diagonalno postavljena črka vnaša nekoliko zmede v razlago. Na sliki (c) pa je prikazana interpretacija ideje z uporabo praznega prostora, kar ni nujno posrečena rešitev. Pozornost opazovalca je namreč bolj kot k narisanemu usmerjena v prazne prostore in v razmišljanje o tem, kakšne oblike so deli, ki manjkajo.



Slika 55: Prikaz nekaterih tipografskih značilnosti Vir: Dabner, 2004, str. 43

Velikost

Velikost črk, izražena s tipografskimi točkami, je absolutna mera velikosti, vendar pa lahko črke iste velikosti dajejo zelo različen vtis, če imajo različne druge značilnosti – na primer velikost praznega prostora med črkami, velikost okoliškega besedila, debelina fonta in podobno.

Na spodnji sliki je prikazano prekrivanje besedila v različnih velikostih in barvah, ki daje vtis duševne zmedenosti, hrupa in panike. Lahko predstavlja tudi učinkovito komunikacijsko orodje.



Slika 56: Prekrivanje besedila Vir: Dabner, 2004, 48

Seveda je pomembna tudi velikost naslovov. Naslovi različne pomembnosti naj bodo različnih velikosti: tako je na primer glavni naslov v velikosti 48 pt, prvi podnaslov pa 24 pt. Obstaja veliko načinov, s katerimi dodatno poudarite pomembnost naslova: razbitje besede ali vrstice na več delov in izmenjavanje velikosti v naslovu lahko poveča vtis dinamičnosti.

Na spodnji sliki je prikazana naslovnica revije z naslovom v zelo velikih črkah. Takšen font izredno močno pritegne bralčevo pozornost, potrebna pa je pazljivost pri razmakih med črkami, saj je vsaka neenakomernost pri takšni velikosti črk še bolj opazna.



Slika 57: Velikost naslova Vir: Dabner, 2004, 49

Prvo črko besedila lahko poudarimo z večjo velikostjo, pa tudi z različno obliko in dodatnimi poudarki. S tem pritegnemo bralčev pogled na začetno mesto besedila. Pri tem je lahko velikost začetne črke različna – obsega lahko velikost dveh ali več vrstic ostalega besedila.



Slika 58: Poudarjena prva črka

Vir: http://www.xaraxone.com/webxealot/workbook62/drop-caps_06.png (10.1.2010)



Izberite kratko besedilo in poudarite prvo črko besedila z večjo pisavo in še na naslednje različne načine:

- a) s poševno pisavo (italic)
- b) s prvo črko v negativu
- c) z večjo debelino prve črke

Nekaj možnih načinov tovrstnih poudarkov je prikazanih na sliki spodaj.



Slika 59: Poudarjena prva črka besedila Vir: Dabner, 2004. Str. 49

4.2 BERLJIVOST IN ČITLJIVOST BESEDILA

Velikokrat lahko slišimo mnenje, da so črke s serifi lažje berljive, saj pomagajo ohranjati razdaljo med črkami, hkrati povezujejo črke v besede – vse to pa so dejavniki, ki pripomorejo k temu, da se bralčevo oko pomika vzdolž horizontalne linije, vzdolž vrstice besedila. Po drugi strani se pojavlja tudi mnenje, da tudi črke brez serifov vodijo k enakemu učinku ter tako niso slabše berljive.

Obstaja pa nekaj pravil, ki jih je pri doseganju berljivosti nedvomno treba upoštevati. Tako je na primer dejstvo, da je dolge odstavke, zapisane z velikimi tiskanimi črkami zelo težko brati, saj imajo vse besede podoben, štirikoten videz.

Velikost črk, dolžina vrstice (angl. »measure«) in razmak med vrsticami (angl. »leading«)

Izredno pomemben dejavnik berljivosti besedila je razmerje med velikostjo črk, dolžino vrstice ter razmakom med vrsticami. Optimalno število znakov v vrstici je približno med 60 in 72, pri daljših vrsticah pa je težko preiti v naslednjo vrstico. Podobno pa lahko premajhno število znakov v vrstici moti tok branja, saj so potrebni neprestani premiki glave pri prehajanju v novo vrstico.



Slika 60: Razmak med vrsticami Vir: http://www.lighthouse.org/images/leading_01.jpg_(10.1.2010)

Boljšo čitljivost in berljivost besedila lahko dosežemo tudi pri daljših vrsticah ob uporabi širokega razmaka med vrsticami in pisavo brez serifov, ki kompenzirata prej omenjeno pomanjkljivost.

Poravnava teksta v odstavku

Poravnava vrstic enako od levega do desnega roba (angl. »justified«) naj bi pripomogla k večji berljivosti in čitljivosti, vendar raziskave kažejo, da ni nujno tako. Če je besedilo poravnano na levi strani, kaže, da belina ob koncu nekaterih vrstic lajša oziroma krajša premikanje glave in s tem pripomore k večji berljivosti teksta. Dejstvo pa je, da desno poravnan rob prispeva k zmanjšani berljivosti besedila, saj bralec pri vsakem prehodu v novo vrstico išče njen začetek, kar lahko zlasti pri daljšem besedilu postane moteče in zamudno.

4.3 OBLIKOVANJE STRANI

Oblikovanje strani (angl. »layout«) pomeni način, kako je stran oblikovana, kako so posamezni sestavni deli na strani organizirani in postavljeni, z namenom predstavitve informacije na logičen in skladen način s poudarjenimi pomembnimi elementi.

Oblikovanje strani lahko razmejimo na dva osnovna stila – simetrično in asimetrično. V splošnem lahko rečemo, da simetrično oblikovana stran predstavlja tradicionalen način oblikovanja strani, kjer obstaja osnovna os, okoli katere so postavljeni sestavni deli strani. Tak način izraža red in razumskost. Asimetričnost se je pri oblikovanju strani pričela pojavljati v dvajsetih in tridesetih letih 20. stoletja ob hkratnem pojavu pisave brez serifov. V

današnjem oblikovanju sta simetrična in asimetrična oblika pogosto integrirani znotraj ene postavitve.

| Symmetry algoring det, sed darm nommany nibb enismod talogoring det, sed darm nommany nibb enismod talogoring det, sed darm nommany nibb inductur tal horest commodia compared talogoring exceeding talogoring det inductor exceeding talogoring det talogoring talo | Deprivation of the second seco | darieni gina doker iti anet, consectenter divisioni efit sed dam norumny nihe visionod violarya. Ut visi esimi ad minin veriani, guis notrad eserci taion ullancorper succifi dobrisis nil at alapine ese commodos comequal. To subjate velt ese madisfice consequit, vel dium dobre es fengus nulla facilito at vero eso resolutativa velt ese madisfice consequit, vel forgati nulla facilito at vero eso resolutativa velt ese madisfice consequit, vel forgati nulla facilito at vero eso resolutativa velt ese madisfice consequit, vel forgati nulla facilito at vero eso resolutativa velt ese madisfice angus dati dobre a forgati nulla facilito at vero eso resolutativa esta ese accorrectione adpositione and dobre magina daguane area voltopat. Ut visi entim ad minim veniami, quis nostradi alapine es es conmodo consequat. Dins antem | Symmetricity approximate of the second secon |
|--|--|---|---|
|--|--|---|---|

Slika 61: Simetrično oblikovana stran

Vir: Dabner, 2004, 103



Slika 62: Asimetrično oblikovana stran

Vir: Dabner, 2004, 103



Slika 63: Integrirana simetrično in asimetrično oblikovana stran Vir: Dabner, 2004, 104

Predstavitvene tehnike



Slika 64: Dinamična postavitev izven centra Vir: Dabner, 2004, 105

Na zgornji sliki je prikazana dinamična postavitev z informacijami, posredovanimi v zgornjem levem kotu.

5 VIZUALIZACIJA IDEJE

V tem poglavju boste:

- → razmišljali o pomenu »viharjenja možganov« in ideje,
- → razmišljali o pomenu vizualizacije ideje,
- → razmišljanju o procesu materializacije ideje,
- → razmišljali o pomenu multidisciplinarnega delovanja pri snovanju in izvedbi izdelkov,
- → uporabljali svetovni splet za pridobivanje, pripravo in distribucijo informacij.

Ob koncu poglavja boste:

- © razumeli, na kakšen način predstavimo idejo,
- © vedeli, kako lahko z risbo komuniciramo z okolico v kontekstu multidisciplinarnega sodelovanja,
- © znali predstaviti idejo s skico,
- © znali predstaviti idejo s tridimenzionalno maketo.

5.1 SKICA

Vizualizacija idej pomeni, preprosto povedano, prenos idej na papir. Najprej je to groba skica, ki je narisana s prosto roko. Ta faza je pomembna, saj je pri direktnem prenosu ideje v izvedbeno obliko s pomočjo računalnika oziroma računalniškega programa človek nujno omejen s tehničnimi možnostmi.

Začetne ideje bodo bolj plodne, če jim boste namenili nekaj minutno »viharjenje možganov«, v katerem boste svoje ideje na hitro skicirali na papir. Koordinacija med možgani, očmi in roko je izjemno hitra in na tak način boste lahko ujeli veliko idej. Ko producirate takšno vrsto prvih konceptov oziroma idej, bo vaša zavest začela sestavljati različne vidike idej v nove kombinacije, s katerimi boste dodelovali in izboljševali svojo osnovno idejo.



Izberite kratico, sestavljeno iz nekaj črk (na primer SK – smučarski klub, LZS – lovska zveza Slovenije ipd.) in izvedite vajo vizualizacije osnovne ideje. V 20-minutnem intenzivnem procesu vizualizacije osnovne ideje pripravite čim več skic.

Na spodnji sliki je prikazanih nekaj takšnih vizualizacij, ki jih je pripravil oblikovalec, ko je razmišljal o videzu znaka KAF – Kingston Art Festival.



Slika 65: Začetne skice vizualizacije idej Vir: Dabner, 2004, 56

5.2 TRIDIMENZIONALNA MAKETA

Tridimenzionalna maketa je zelo uporabno orodje pri vizualizaciji oblikovalske ideje, ko se oblikovanje nanaša na tridimenzionalni objekt. Izdelava makete je preprost proces, v katerem seveda odmislimo različne konstrukcijske posebnosti in detajle z namenom, da dobimo osnovno predstavo o tridimenzionalnem videzu objekta. Na tako dobljeni maketi lahko nato preizkušamo vtis različnih barv, napisov in podobno.



Za začetek izdelajte enostavno maketo kvadra. Iz papirja ustrezne teže izdelajte plašč kvadra, kjer upoštevajte robove, potrebne za to, da boste stranice lahko zalepili – slika (a) spodaj. Nato plašč prepognite na potrebnih mestih – slika (b) in na koncu sestavite maketo – slika (c).



Slika 66: Kvader iz kartona Vir: Dabner, 2004, 59





Slika 67: Ideja stola – izhodiščna idejna skica in delovna maketa Vir: Byars, 2006, 61.

Izberite misel, ki vam bo dala navdih za oblikovanje stola, prostoročno narišite idejo in oblikujte enostavno delovno maketo iz kartončka za krompirček.





Slika 68: Delovne makete stolov

Makete stolov na zgornji sliki so izdelali študentje Višje lesarske šole Maribor, smer Oblikovanje, študijsko leto 2008/09, pri vajah pri predmetu Predstavitvene tehnike v 1. letniku.

6 OBLIKOVANJE V POSLOVNI PRAKSI

V tem poglavju boste:

- → na realnih primerih spoznali pomen multidisciplinarne komunikacije in sodelovanja različnih strok,
- → pri oblikovanju predstavitve uporabljali načela, ki ste jih spoznali v prejšnjih poglavjih,
- \rightarrow načrtovali logotip in njegove aplikacije,
- → izvajali osnovne predstavitvene tehnike in promocijo lastnega znanja,
- \rightarrow uporabljali svetovni splet za pridobivanje, pripravo in distribucijo informacij.

Ob koncu poglavja boste razumeli:

- © pomen sodelovanja različnih strok pri oblikovanju predstavitve, logotipa,...,
- ☺ na kakšen način uporabljati načela, ki ste jih spoznali v prejšnjih poglavjih,
- © na kakšen način oblikujemo logotip,
- © pomen logotipa in celostne podobe za promocijo podjetja.

6.1 OGLAŠEVANJE

Oblikovanje v oglaševanju zahteva od človeka vse: pisanje, fotografiranje, ilustracije, animacije, glasbo ipd., zato oblikovanje v oglaševanju običajno pomeni skupinsko delo sodelavcev.

Oglaševanje je dejavnost, v kateri vlada izredno močna konkurenca. Najboljši oglasi so tisti, ki gledalca v poplavi oglasov pritegnejo in ustavijo njegov pogled, spodbudijo njegovo zanimanje. Najboljši oglasi so tisti, ki znajo prikazati izdelek tako, da ga diferencirajo od drugih in ga s tem naredijo zaželenega s strani potencialnih kupcev. V večini primerov ni pomembno, v čem je razlika, le da obstaja: daljše, mehkejše, cenejše, okusnejše, udobnejše ... Kako to doseči? Hitrega in natančnega navodila za to ni, velja le: Ne bodite dolgočasni!

Glavnina dela v oglaševanju ni povezana z oblikovanjem, pač pa z idejami. Oglas, prikazan na sliki spodaj, ni dober le zaradi svojega videza, postavitve, barvne usklajenosti ..., temveč predvsem zaradi ideje. Ta ideja se kaže v vzpostavitvi živahnosti pri sicer dolgočasni prodaji proizvodnih in upravnih sistemov s tem, ko so zaposleni postavljeni na podlago iz sladkega sirupa, na katerega se jim lepijo podplati.



Slika 69: Predstavitev ideje Vir: Dabner, 2004, 149

Oblikovanje v oglaševanju je mehanizem za izražanje ideje, ki nima nobenega smisla, če ni prave ideje, ki naj bi jo oblikovanje izražalo. Ob vsakem takem projektu se oblikovalcu običajno porodi veliko število idej. Prva je seveda lahko tudi najboljša, vendar je smiselno vrsto začetnih idej razdelati in pretehtati njihove prednosti in slabosti.



Za podjetje Huge & Mighty, ki proizvaja in prodaja oblačila za moške, ki potrebujejo zelo velike konfekcijske številke, morate pripraviti predstavitev na plakatu. Pri tem je pomembno, da predstavitev ne bo vzbujala nobenih sodb o občinstvu oziroma potencialnih kupcih, katerim so oblačila namenjena. Izoblikujte osnovno idejo in jo skušajte prikazati na skici.

Na spodnji sliki je prikazana ena od izhodiščnih konceptualnih skic, ki prikazuje bistvo podjetja. Sporočilo – prodaja velikih oblačil za velike moške – je iz skice jasno razvidno. Pri gledalcu naj prikaz na plakatu spodbudi interpretacijo prikazanega, ki posredno kaže na »izvenserijsko« velikost.

⁴ Povzeto po Dabner, 2004, 150-152.



Slika 70: Začetne skice - ideja 1

Na spodnjih slikah je osnovna dejavnost podjetja prikazana z drugega zornega kota – na njih je prikazana odločitev sporočiti potencialnim kupcem, da ni nobene potrebe, da pristajajo na prekratke hlače in rokave.



Slika 71: Začetne skice – ideja 2

Na spodnjih slikah je vsebina, ki jo nosi prva ideja, prikazana na izdelanem plakatu. Ker mora gledalec sam interpretirati vsebino, je pričakovati, da bo gledalcu predstavitev tudi dalj časa ostala v spominu. Izdelki, ki so po velikosti bistveno večji od običajnih (ogromne kljukice za perilo, likalnik z dvojno površino), dajejo preprosto sporočilo. Ime podjetja in podnapis predstavljata edino besedilo na sliki, vsi ostali slogani so izpuščeni, saj je brez njih osnovna ideja jasneje in čisteje predstavljena.



Slika 72: Končni videz

6.2 LOGOTIP

Oblikovanje znaka, ki predstavlja bistvo podjetja (bodisi da gre fizično osebo, samostojnega podjetnika ali gospodarsko družbo), je mnogo več kot grafična oblika logotipa. Logotip je le majhen znak oziroma sestavni del imidža podjetja. Oblikovanje identitete podjetje se mora odražati tudi na logotipu. Identiteta podjetja pomeni vedeti, kaj podjetje razlikuje od ostalih – če v oblikovanju nismo uspeli diferencirati osebe, izdelka, podjetja od ostalih, je naše oblikovanje neuspešno.



Slika 73: Logotipi nekaterih znanih podjetij

Vir: http://www.knowtebook.com/uploaded/2008/07/free-logotype.png (10.1.2010)

Pri oblikovanju logotipa, ki bo imel zgoraj omenjene značilnosti in izpovedno moč, je potrebno upoštevati nekaj izhodišč:

Dolgoročno razmišljanje

V mislih moramo imeti, da je podjetje razvijajoči in spreminjajoči se subjekt. Oblikovanje logotipa naj bo resnično (ne zlagano), enostavno in neposredno.

Raziskovanje

Oblikovalec logotipa mora do potankosti poznati vse aktivnosti podjetja, zato mora postavljati vprašanja, opazovati in raziskovati, fotografirati, delati zapiske in zbirati vzorce. Pri tem je pomembno, da ima oblikovalec v mislih tudi najpogostejše mesto, kjer se bo logotip pojavljal. Na primer, logotip letalske družbe bo najbolj pojaven na repu letal.

Podoba podjetja

Oblikovanje podobe podjetja, kjer logotip predstavlja le njen del, pomeni pravzaprav upodobitev tega, kar podjetje je oziroma bi rado bilo. Zato je pomembno, da rezultat oblikovanja odseva dejansko, resnično stanje.

Razvijanje oblikovalskega koncepta

V fazi zbiranja informacij oblikovalec ne zavrže nobene ideje, češ da je neprimerna in nenavadna. V tej fazi zbere največ informacij, zbranih materialov pa še ne ureja in izbira.

Razvijanje osnovne ideje

Ko ima oblikovalec že izoblikovano osnovno idejo, kako se bo lotil oblikovanja, pripravi vrsto skic ter liste identifikacijskih znakov konkurenčnih podjetij. Prehitra uporaba računalnika ter spuščanje v podrobnosti, razmišljanje o aplikacijah logotipa in podobno, v tej fazi omejuje razvijanje osnovne ideje.

Oblikovanje

Pri oblikovanju logotipa je smiselno imeti v mislih nekaj osnovnih dejstev:

- Zelo kompleksne oblikovalske rešitve so le redko učinkovite.
- Preveliko število barv je neučinkovito (največ tri).

- Preizkus, ali je oblikovalska rešitev učinkovita, najprej v črno-beli različici.
- Preizkus postavitve oblikovalske rešitve na resnične objekte.
- Besedilo naj bo zapisano v večih različicah ene pisave ali v dveh pisavah, ki se dobro dopolnjujeta. Več kot dvema različnima vrstama pisave se v splošnem izogibamo.
- Upoštevamo mesta, na katerih se bo znak pojavljal: pisemska ovojnica, dopisni papir ...



Oblikujte logotip podjetja »TIGER varnostni sistemi«. Najprej zapišite vse asociacije, ki vam jih vzbujata besedi tiger in varnost. Narišite nekaj osnovnih skic in poskušajte najti bistvo te blagovne znamke. Uporabite vaš logotip na pisemski ovojnici in upoštevajte njen ustrezen format.



Za podjetje (»Elephant«) »Slon – izposoja orodja«, ki daje v najem orodja za gradbeništvo, od ročnih električnih orodij in kompresorjev do ogromnih žerjavov in velikih gradbenih strojev, morate izdelati ustrezen logotip. Okolje, v katerem podjetje posluje, je težko in umazano. Podjetje je nastalo z združitvijo dveh obstoječih podjetij. Ime podjetja vzbuja močne asociacije – sloni so močni, zanesljivi, ljubki, odvisni in nikoli ne pozabijo. Ime ni podobno imenom konkurenčnih podjetij.

Oblikovalska rešitev mora biti takšna, da jo bo moč uporabiti na vseh orodjih in strojih, ki jih podjetje daje v najem, hkrati pa mora biti primerna tudi za pisemske ovojnice, dopisni papir, poslovne vizitke ipd. Oblikovalska rešitev mora biti takšna, da bo identificirala podjetje in oglaševala dejavnost podjetja, hkrati pa jo bo mogoče uporabiti v barvni in črno-beli različici.

Na slikah spodaj so najprej prikazani nekateri osnovni viri inspiracije, preko slik in podob slonov, zbranih iz različnih virov. Nato so prikazane prve skice podob slona, ki naj bi zajele pomembne podrobnosti in bistvo.

⁵ Povzeto po Dabner, 2004, 153 -165.



Slika 74: Podobe slonov



Slika 75: Skice

Na spodnjih slikah je prikazanih nekaj čistih grafičnih rešitev podobe slona, ustreznih v dveh velikostih. Roza barva slona je primerna glede na vtis oziroma človekovo predstavo o slonu.



Slika 76: Čista grafična rešitev

Pri bolj abstraktnem pristopu se oblikovalec najprej poigra z oblikami, ki se pri gradbenih orodjih pogosto pojavljajo. V tem primeru je dejavnost podjetja predstavljena zlasti s temi oblikami in ne z imenom podjetja, v katerem se pojavlja beseda slon. Nekaj takih oblik je na slikah spodaj vseeno povezanih z vključitvijo podobe slona.



Slika 77: Abstrakten pristop


Na slikah spodaj je prikazanih nekaj oblikovalskih rešitev logotipa na dopisnem papirju.

Slika 78: Logotip na dopisnem papirju

7 FOTOGRAFIJA – OSNOVE

V tem poglavju boste:

- → spoznavali značilnosti digitalne fotografije in različne formate,
- → spoznali pomen kompozicije v digitalni fotografiji,
- → spoznali elemente načrtovanja fotografskega posnetka za potrebe predstavitve,
- \rightarrow uporabljali svetovni splet za pridobivanje, pripravo in distribucijo informacij.

Ob koncu poglavja boste razumeli:

- © lastnosti digitalne fotografije in različnih formatov,
- © na kakšen način s fotografijo predstavimo videno okolje za potrebe predstavitve.

Kljub temu da fotografijo štejemo med moderne oblike grafičnih predstavitev, je prisotna že tri stoletja, njen vpliv na različne sfere človekovega življenja in delovanja pa je ogromen.

Pri oblikovanju predstavitve je za oblikovalca pomembno vprašanje: Zakaj ima fotografija tako veliko moč in tako velik vpliv na našo presojo? Tako je na primer število prodanih izvodov neke revije močno odvisno od izbire ustrezne fotografije na naslovnici ter njene izrazne moči, usklajene z naslovno temo. Zato je izrednega pomena, da oblikovalec predstavitve izbere učinkovito fotografijo z ustreznimi barvnimi toni, dobro postavitvijo objektov ter združljivo s tipografijo, drugimi ilustracijami ... Produkcija in izdelava fotografij je sicer v oblikovanju največkrat prepuščena profesionalnemu fotografu, oblikovalčeva naloga pa je njihova izbira pri oblikovanju predstavitve. Kljub temu mora tudi oblikovalec poznati osnove fotografovega dela.

Kaj »dela« fotografijo dobro?

Razlogov, ki vplivajo na to, da neka fotografija pritegne gledalčevo pozornost, druga pa ne, je veliko. Nekaj teh razlogov je seveda povezanih z lego fotografije na strani, z vsebino posnetka ipd., kar pa seveda ni vse. Da bo fotografija dobra, mora gledalcu posredovati zanimive informacije, mora ga pritegniti, da se ustavi in začne razmišljati. Na slikah spodaj je prikazanih nekaj fotografij, ki s svojimi značilnostmi pritegnejo pozornost.



Slika 79: Dolge linije (Vir: <u>http://decision.csl.illinois.edu/</u>)(10.1.2010)

Dolge linije na fotografiji pripomorejo k ustvarjanju vidne steze, ki gledalcu optično poveže sprednje strani s sredino in zaledjem. Takšne linije na sliki simbolizirajo premikanje oziroma neko aktivnost. Prav tako bo fotografija z nenavadnimi oblikami zagotovo pritegnila pozornost. Z zanimivo idejo lahko tudi povsem funkcionalni predmet preoblikujemo v oblikovalski presežek, kot je prikazano na spodnji sliki.

Slika 80: Nenavadne oblike vsakdanjih uporabnih predmetov Vir: http://farm3.static.flickr.com/2138/2454877191_f18d434ffd.jpg (10.1.2010)

Slika 81: Abstrakcija Vir: Dabner, 2004, 23

Ob pogledu na sliko zgoraj gledalec zlahka pozabi, da je na fotografiji nebotičnik, ki ga vidi skozi kupolasto stekleno streho ter se namesto tega izgubi v opazovanju prijetne estetike krožnih oblik na podlagi oddaljujočih se kvadratov.

Slika 82: Diagonale

Vir: na: www.vlaki.info/forum/viewtopic.php?t=3553 (10.1.2010)

Diagonale na fotografiji vedno povečajo dramatičnost posnetka, še zlasti če le-ta vsebuje nasprotje med diagonalnimi in pravokotnimi ali drugimi običajnimi oblikami..

7.1 KOMPOZICIJA

Kompozicija fotografije je izrednega pomena. Slaba kompozicija lahko namreč uniči še tako dobro fotografijo. Premalo objektov na fotografiji kaj hitro povzroči, da je fotografija dolgočasna, če pa jih je preveč, posnetek daje vtis zmedenosti in natlačenosti. Pri portretiranju na primer ni nujno, da portret pokaže celoten obraz, morda zadostuje že ena stran obraza, kar lahko dosežemo bodisi z ustreznim približanjem objekta bodisi z ustrezno osvetlitvijo. Na posnetku ni potrebno prikazati vsega – nekaj je lahko prepuščeno tudi gledalčevi domišljiji. Z dobro kompozicijo se v veliki meri izognemo kasnejšemu izrezovanju (angl. »cropping«).

Izrezovanje

Slika 83: Izrezovanje Vir: Dabner, 2004, 24

S tem izrazom opisujemo postopek, ko na posnetku izvzamemo neželene dele (na primer iztegnjeno roko neznanca ipd.), je pa tudi zelo koristno orodje, ko se želimo znebiti odvečnih informacij na fotografiji ter želimo povečati izrazno moč fotografije.

Slika 84: Učinek izrezovanja in približevanja

Vir: Dabner, 2004, 24

Z izrezovanjem in približevanjem (angl. »zooming«) lahko statično sliko vaze spremenimo tako, da bomo imeli občutek, da smo med zelenjem – slika zgoraj.

Poiščite tri fotografije na <u>http://www.flickr.com/</u> (10.1.2010) in z dvema oblikama črke L, ki ju izrežete iz črnega kartona, preizkušajte, koliko fotografije lahko prekrijete, ne da bi izgubili bistvo izraženega motiva na fotografiji.

7.2 DIGITALNA FOTOGRAFIJA

Za digitalno fotografijo, ki je že skoraj popolnoma nadomestila klasično, velja glede kompozicije in drugih načel dobre fotografije podobno kot pri klasičnih fotografijah. Razlika je le v postopku fotografiranja in v obliki shranjevanja fotografij. V primerjavi s klasično fotografijo, kjer je mogoče negativ vedno znova retuširati, je izguba ali poškodba digitalne fotografije običajno dokončna. Zato digitalna fotografija, ki je shranjena le na enem mestu (na primer na trdem disku računalnika), pravzaprav sploh ni shranjena – tako imenovane »back-up« različice so nujno potrebne.

Format datoteke

Format datoteke je način, kako so podatki shranjeni v računalniškem dokumentu. Tako uporabljamo različne formate za različne vrste informacij. Nekateri formati so namenjeni shranjevanju specifičnih podatkov: JPEG je tako namenjen shranjevanju statičnih digitalnih slik, nekateri drugi formati pa lahko shranijo različne vrste podatkov. GIF podpira shranjevanje statičnih digitalnih slik pa tudi enostavnih animacij (http://en.wikipedia.org/wiki/File_format).

Pri shranjevanju datoteke, digitalne fotografije, je pomembno izbrati ustrezen format:

PSD – Adobe Photoshopova datoteka (nativni format programa)

XCF – GIMP-ova datoteka (nativni format programa)

TIFF – uporabljamo za prenašanje slikovnih podatkov med različnimi slikovnimi računalniškimi programi in operacijskimi sistemi

JPEG – zapis z zgoščevanjem, ki je primeren zlasti za pošiljanje slikovnih datotek kot priponke pri elektronski pošti, kjer se slika pojavlja le na ekranu. Pri izpisu bo kvaliteta slike močno vprašljiva. V tem formatu lahko sicer shranimo slike s poljubnim številom barv, žal pa se pri shranjevanju nekaj podatkov izgubi. Koliko informacije izgubimo, je odvisno od stopnje zgoščevanja.

Videz fotografije

Fotografijo lahko shranimo v RGB- (barvnem) videzu (angl. Red, Green, Blue). Prav tako lahko fotografijo shranimo v sivem videzu (angl. »grayscale«) oziroma v sivinah, medtem ko popolnoma črno-bel videz oblikujemo z bitmapnim načinom (angl. »Bitmap«).

Slika 85: Videz fotografije Vir: Dabner, 2004, 67

8 OSVETLITEV

V tem poglavju boste:

- \rightarrow usvojili pomen osvetlitve pri pojavnosti objektov,
- → spoznali vrste različnih osvetlitev in njihov pomen pri načrtovanju in končnemu vtisu predstavitve,
- → opredelili svetlobo in senco pri ustvarjanju vzdušja predstavitve,
- → uporabljali svetovni splet za pridobivanje, pripravo in distribucijo informacij.

Ob koncu poglavja boste razumeli:

- © kako je pojavnost objektov odvisna od uporabljene osvetlitve,
- ☺ in znali načrtovati uporabo različnih vrst osvetlitev,
- ☺ na kakšen način oblikujemo vzdušje svetlobe in senc v predstavitvi.

Pojavnost objektov predstavitve je v veliki meri odvisna od osvetlitve, v kateri se nam predstavljajo. Osvetlitev vpliva na oblikovanje senc in na videz barv objekta.

»Senca je področje, kamor svetloba iz svetlobnega vira ne seže, ker ji to preprečuje nek objekt. Senca zajema prostor za objektom, pred katerim je vir svetlobe. Senca je dvodimenzionalna silhueta objekta, ki preprečuje pot svetlobi« (http://en.wikipedia.org/wiki/Shadow, 10.1.2010).

Slika 86: Sence na objektu Vir: http://kakibassiclasses.com/contents/en-us/shading.jpg (10.1.2010)

Ko govorimo o osvetlitvi objekta, imamo na splošno dve možnosti: prostorsko osvetlitev (angl. ambient light) in posebne osvetlitve, med katere sodijo enakomerna osvetlitev iz enega izvora svetlobe (angl. bulb light), žarometna osvetlitev (angl. spot light) in osvetlitev od daleč (angl. distant light) (Carrara 5, 2005/2006, 364).

Prostorska osvetlitev je enakomerna osvetlitev celotnega prizorišča in pomeni, da prihaja od izvora, ki ni posebej namenjen osvetlitvi prizorišča. Takšna osvetlitev je sicer prijetna, vendar velikokrat vpliva na zmanjšanje vtisa globine, saj zabriše sence in kontraste. Svetloba, ki izvira iz nekega vira, pa nasprotno od tega poudari sence, oblike objekta, ki ga predstavljamo, in oblike ter značilnosti ozadja.

8.1 POSEBNE OSVETLITVE

Posebne osvetlitve omogočajo večji nadzor nad predstavitvijo objekta, zlasti kar se tiče barv, njihove živosti in moči senc. Pripomorejo k celoviti kompoziciji in razpoloženju celotne predstavitve.

Enakomerna osvetlitev iz enega izvora svetlobe izvira iz ene same točke in se enakomerno širi v vseh smereh. Na sliki spodaj je prikazan takšen tip osvetlitve, ko je izvor svetlobe postavljen pred škatlo in nad njo. Svetloba izzveneva z večanjem razdalje od izvora in svetloba žari na vsaki vidni površini.

Slika 87: Enakomerna osvetlitev iz enega izvora svetlobe

Vir: http://en.wikibooks.org/wiki/Animation:Master_Features/Objects/Light (10.1.2010)

Žarometna osvetlitev pomeni, da svetloba izvira iz ene same točke, svetloba pa je usmerjena v določeno smer. Takšno osvetlitev dajejo odrski žarometi – tisto, kar osvetljujejo, je v središču naše pozornosti. Primer žarometne osvetlitve je prikazan na sliki spodaj.

Slika 88: Žarometna osvetlitev

Vir: http://curiousiq.com/assorted%20bots%20in%20a%20spot%20light.jpg (10.1.2010)

Osvetlitev od daleč je osvetlitev, kjer je vir svetlobe oddaljen, običajno odmaknjen izven prizorišča predstavitve, vendar pa je mogoče z določenimi linijami pokazati smer izvora svetlobe. Ta izraz se običajno nanaša na naravne vire svetlobe (na primer sonce) ali umeten vir, kot je na primer splošna osvetlitev celotnega prostora ali prizorišča. Svetlobni žarki vstopajo vzporedno na prizorišče predstavitve.

Slika 89: Osvetlitev od daleč Vir: http://en.wikibooks.org/wiki/Animation:Master Features/Objects/Light (10.1.2010)

8.2 KONCEPTI OSVETLITVE

Tritočkovna osvetlitev (angl. »Three-point lighting«) je klasičen način postavitve luči. Dva vira svetlobe postavimo v kotu 45⁰ v ospredje prizorišča (kot med obema viroma je pravi kot). Ta dva vira osvetlitve imenujemo ključna luč (angl. »key light«) in zapolnitvena luč (angl. »fill light«). Ključna luč, kot že ime samo pove, sveti neposredno na objekt in predstavlja glavno osvetlitev. Zapolnitvena luč je mehkejša in običajno manj svetla.

Tretji vir osvetlitve je zadnja luč (angl. »back light«). Zadnjo luč uporabimo zato, da ločimo objekt od ozadja, z njo pa ustvarimo občutek globine.

Slika 90: Klasična tri-točkovna osvetlitev

Vir: <u>http://commons.wikimedia.org/wiki/File:3_point_lighting.svg</u> (10.1.2010)

Drugi koncepti osvetlitve so še svetloba od spredaj, svetloba od strani, svetloba od zadaj in svetloba od spodaj.

O svetlobi od spredaj govorimo, ko je vir svetlobe pred objektom in sveti neposredno nanj. Svetloba pokriva objekt enolično, kar dovoljuje praviloma dobro osvetlitev. Barve so bogate in nasičene. Takšna osvetlitev se odlikuje z mnogimi detajli na subjektu, vendar pa oslabi sence in globino.

Če izvedemo postavitev s svetlobo od strani, dobi objekt posebne oblike, dimenzijo in globino. Svetloba, ki prihaja od strani, ustvarja sence, ki pomagajo določiti oblike in formo. Če ne želimo, da so določeni deli objekta popolnoma osenčeni, lahko rahel vir osvetlitve postavimo nasproti osnovnega vira svetlobe od strani.

Najbolj dramatična razporeditev svetlobe in senc se pojavi pri svetlobi od zadaj. V tem primeru je vir svetlobe za subjektom in ustvarja silhuete in druge zanimive učinke. Podobno tudi osvetlitev od spodaj ustvarja silhuete. Če pa želimo, da je na objektu vidnih več podrobnosti, dodamo zapolnitveno luč z virom svetlobe nad objektom.

Ključna luč

Zadnja luč

Zadnja + ključna luč

Zadnja + ključna

Slika 91: Tri-točkovna osvetlitev

Vir: Napaka! Sklicna hiperpovezava ni veljavna. (10.1.2010)

Zanimive predstavitve različnih konceptov osvetlitve so prikazane na http://www.itchyanimation.co.uk/tutorials/light02.htm (10.1.2010):

Slika 92: Svetloba od strani

Slika 93: Svetloba od zadaj

Slika 94: Svetloba od spodaj

9 NEKATERA IZBRANA RAČUNALNIŠKA ORODJA

V tem poglavju boste:

- → usvojili uporabo odprtokodnih brezplačnih programov,
- \rightarrow usvojili osnove obdelave digitalnih slik,
- → usvojili koncept uporabe programa za namizno založništvo,
- \rightarrow spoznali uporabo programa za 3D modeliranje.
- \rightarrow uporabljali svetovni splet za pridobivanje, pripravo in distribucijo informacij.

Ob koncu poglavja boste:

- © znali oblikovati računalniške rešitve za potrebe predstavitev in dokumentiranja oblikovalskih rešitev,
- © razmišljali o prihodnosti predstavitev v informacijski družbi.

9.1 PROGRAM ZA OBDELAVO DIGITALNIH SLIK - GIMP

GIMP je akronim za GNU Image Manipulation Program (akronim = skrajšanka, beseda sestavljena iz začetnih črk ali zlogov ene ali več besed, Verbinc, 1987) Je odprtokodni program za rastrsko grafično obdelavo digitalnih slik, ki ga lahko namestimo na različne operacijske sisteme (Microsoft Windows, Mac Os X, Linux) v mnogih jezikih (<u>http://en.wikipedia.org/wiki/GIMP</u>, 10.1.2010).

Slika 95: »Wilber« maskota GIMPa Vir: <u>http://en.wikipedia.org/wiki/GIMP</u> (10.1.2010)

Program je **brezplačen** in na svetovnem spletu dostopen vsem (<u>http://www.gimp.org</u>, 10.1.2010), preveden pa je tudi **v slovenščino**. Tako je program idealen za naše študijske vaje, kasneje pa bo zelo uporaben tudi pri vašem profesionalnem delu. Program je zelo zmogljiv, zmogljivejši od marsikaterega plačljivega programa za enostavno obdelavo digitalnih slik, na primer Corel Photo Paint. Je nekakšen posnemovalec (v pozitivnem pomenu besede) Adobe Photoshopa, ki je profesionalno orodje. V primerjavi z Adobe Photoshopom nima nekaterih naprednejših funkcij, a je kljub vsemu dovolj zmogljiv. V primerjavi z drugimi grafičnimi programi ima precej samosvoj (nestandardni) grafični uporabniški vmesnik, ki se ga kar hitro navadimo (<u>http://www.slo-foto.net/reviews-113.html</u>, 10.1.2010).

Slika 96: Domača internetna stran programa GIMP

Na spletnem naslovu: <u>http://www.gimp.org</u> (10.1.2010) je na voljo brezplačni program za obdelavo digitalnih slik, ki se lahko enakovredno kosa s profesionalnimi programi. Prvenstveni namen programa je torej obdelava in urejanje digitalnih slik, omogoča pa tudi prostoročno risanje in dopisovanje besedila. GIMP omogoča vse potrebne funkcije v delovnem procesu oblikovanja, kot je povečevanje ali pomanjševanje, urejanje in obrezovanje, sestavljanje in kombiniranje različnih digitalnih slik kot tudi spreminjanje in uporabo različnih grafičnih formatov. GIMP je povsem primeren za ljubiteljsko in profesionalno obdelavo digitalnih slik, ki so namenjene ogledovanju na monitorjih ali tiskanju na tiskalnikih (<u>http://en.wikipedia.org/wiki/GIMP</u>) (10.1.2010). Edina pomembnejša pomanjkljivost je, da GIMP namreč še ne ponuja možnosti upravljanja s posameznimi barvami, torej shranjevanje slik v tiskarski CMYK format, kar pa je bistveno za pripravo materialov za tisk v velikih nakladah (Zorec, 2009, 42).

Slika 97: Glavno delovno okno in podokna z orodji programa GIMP Vir: Zorec, 2009, 42

Program in delo z njim ter njegove značilnosti bomo natančneje spoznali pri laboratorijskih vajah v računalniški učilnici, zdaj pa poglejmo le nekaj oblikovalskih izzivov, ki jih zlahka rešimo z GIMP-om.

9.1.1 Primer uporabe programa GIMP

Ustvarjanje umetne sence v programu GIMP⁶

Podlaganje senc je postopek, v katerem prostostoječemu objektu dodamo umetno senco, s katero predmet navidezno spojimo s podlago. Postopek, v katerem določimo smer in videz sence, je razmeroma preprost. Običajno je namreč mogoče tudi na obrezanih in prostostoječih slikah prepoznati smer in moč svetlobe ter skladno temu določiti smer, dolžino in moč (temnost) umetne sence, ki jo dodamo. Pri tem imejmo v mislih, da zelo močna svetloba ustvari zelo temne sence z ostrimi robovi, šibka in razpršena svetloba pa medle sence z mehkimi robovi. Ustvarimo ustrezno umetno senco k prostostoječi sliki mačkona.

Slika 98: Prostostoječa slika mačkona

Postopek:

1. Za lažje delo najprej pod plast z mačkonom dodamo belo plast.

Če podlaganje plasti že obvladate, lahko koraka 1. a in 1. b izpustite.

1. a S klikom na ikono lističa pod seznamom plasti dodamo novo plast. V okencu, ki se pri tem odpre, izberemo belo barvo. Pritisnemo na gumb V redu (OK) in v seznamu plasti se pojavi nova plast bele barve.

1. b Novo plast poimenujmo Belo ozadje, leži naj pod plastjo z mačkonom.

⁶ Povzeto po Zorec, 2009, 121-123.

| Plasti, Kanali, Poti, Ra The point of th | muc.CZ_00.psd-6.0 (RGB, 2 plasti) 1417x1417 Detoteka Ured Izberi Bogled Sika Blasti Barve Orodje Okaa Detoteka Ured Izberi Bogled Sika Blasti Barve Orodje Okaa Detoteka Ured Izberi Bogled Sika Blasti Barve Orodje Jaka Nato poiščemo orodje za izdelavo senc Do | Ekri Penovni "Vrži senco." Ctrl+F Nazadnje uporabljen Penostavi vse fikre Megljenje | |
|---|--|--|--|
| Prekrivnost: 100,0 - Zakleni: 👹 | njega pridemo preko menija Filtri> Svetloba in senca > Vrži senco | Izbolišaj Popačenja Svetokola ni senca Šum Prepoznaj (obove Splošno Združj | Odblesk leče Qdblesk s prelvi Supergova Syetobni učinki Zablešči |
| Belo ozadje | (Filters > Light and Shadow > Drop Shadow). | Umetniški Posikarj Upodobi Splet Posikarj Posikarj Posikarj Posici Posic | Xach-učinek Perspektiva Yrži senco Tlakovanje s gteklom Uporabi ječo |
| (a) | (b) | Tare. | |

Slika 99: Dodana plast bele barve (a) in orodje za izdelavo senc (b)

3. V nastavitvenem okencu lahko nastavimo vodoravni (X) in navpični (Y) **zamik** (offset) sence, **polmer megljenja** (blur radius) povečamo na 50, barva naj bo črna, **prekrivnost** sence pa 95%. Po opravljenih postavitvah pritisnemo na gumb **V redu** (OK) in v nekaj trenutkih se za sliko pojavi senca. (Ker bomo kasneje senco preoblikovali v ležečo, je v našem primeru vseeno, kakšen je zamik sence.

| Zomik A: | -100 | \$ | | | (RGB, 3 plasti) 1417x1417 |
|------------------|---------------|-----|------------------|--------|--|
| amik Y: | 20 | \$ | | | 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1 |
| olmer megljenja: | 50 | Ŷ | | | |
| arva: | | | | | |
| rekrivnost: | L | | | 95 🗘 | |
| Dovoli spremi | njanje veliko | sti | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| Pomoc | Ponasti | | V redu | skliči | |
| | | | Ţ | | |
| | | | ŏ- | | |
| | | | 1 | | |
| | | | | | |
| | | | T | | |
| | | | 1. | | |
| | | | | | |
| | | | 1-000 to 1 - 1 - | | |

Slika 100: Nastavitve sence

4. V okencu s seznamom plasti izberemo plast s senco (A).

Slika 101: Polaganje sence

6. Senca, ki je sicer videti kar prepričljiva, ima enoten ton, ki nakazuje na nenavadno močno svetlobo. Zato videz sence v mehkem prehodu oslabimo tako, da njena moč – črnina – z oddaljenostjo od mačkona pojenja. Zato v okencu s plastmi z levo tipko miške kliknemo nad plastjo s senco in v meniju, ki se pri tem odpre, izberemo **Dodaj plasti masko** (Add Layer Mask).

7. Nato v nastavitvenem okencu, ki se pri tem odpre, izberemo **Bela (popolna prekrivnost)** – White (Full opacity).

8. V orodjarni vzamemo orodje za izdelavo prehodov (A) in poskrbimo, da sta za barvi ospredja in ozadja izbrani črna in bela (B).

| 🥙 Plasti, Kanali, Poti, Ra 📳 🗖 🔀 | 🥶 Dodaj masko plasti 🛛 🔀 | 🧠 GIMP 🔚 🗔 🔀 |
|----------------------------------|--|---------------------------|
| 🔔 muc-CZ_00.psd-6 🛛 👻 Samodejno | Dodaj masko plasti Kopija Mačkon-11 (muc-CZ_00.psd) | Datoteka Razširitve Pomoč |
| | Inicializiraj masko plasti na: | |
| Plasti | Bela (popolna prekrivnost) | |
| Način: Navadno 😪 | 🔘 <u>Č</u> rna (polna prosojnost) | 🛯 🖾 🗛 🜓 🔝 🥖 🏑 🚨 📈 🖷 |
| Prekrivnost: 94,8 🗘 | 🔿 Kanal <u>a</u> lfa plasti | 8 8 8 8 8 8 8 |
| Zakleni: 🗌 🎆 | O Prenesi alfa kanal plasti | |
| A Martino | C Izbor | |
| - SG Plackon | 🔘 Sivinska kopija sloja | |
| O Drop Shadow | 🔿 Kanal | Zlij |
| 🖉 🖉 Uredi lastnosti plasti | | Način: Navadno 🗸 |
| Be Nova plact | Preobra maska | Prekrivnost: |
| | | Preliv: |
| Zasirkai plast | Pomož Dodni Prokliž | |
| 💼 🕐 🐠 🔐 Spoji s spodnjo plastjo | | |
| 🗑 Izbriši plast | | |
| | | |
| ± Mejna veikost plasti | | Stresanje |
| Plast v velikost slike | | Prilagajoče nadvzorčenje |
| Spremeni velikost plasti | | |
| 📓 Dodaj plasti masko 💦 | | |
| Uporabi maska plasta 😽 | | |
| 😭 Librek megko plast | | , |
| | | |
| | · · · | |

Slika 102: Dodajane maske (a), izbira prekrivnosti (b), izbira barve ospredja in ozadja(c)

9. Orodje postavimo na začetek prehoda (pritisnemo in držimo levo tipko na miški) in povlečemo črto do konca prehoda, kjer tipko na miški spustimo. Pri tem senca pod mačkonom zbledi od konca proti začetku prehoda.

Slika 103: Določanje smeri prehajanja moči sence

Na <u>http://www.flickr.com/</u> poiščite fotografijo poljubnega enostavnega lesenega izdelka (prostostoječa slika brez senc) in v programu GIMP ustvarite ustrezno umetno senco objekta.

Nizanje digitalnih slik v plasteh – preproste fotomontaže⁷

Nizanje digitalnih slik v plasteh omogočajo vsi malo boljši računalniški programi, kar nam omogoča izdelovanje različnih fotomontaž, od enostavnih fotolepljenk do obsežnih panoramskih slik.

V programu GIMP (in v vseh ostalih programih, ki omogočajo uporabo plasti) je okence s seznamom plasti, v katerem so plasti nanizane druga vrh druge, enako kot ležijo v delovnem oknu. Vsaki plasti lahko določimo prekrivnost in način spajanja s spodaj ležečo plastjo. S klikom na sličico očesa lahko plast začasno skrijemo oziroma izklopimo, s čimer preprečimo njeno spreminjanje ali si zgolj olajšamo delo na drugih plasteh.

Slika 104: Okence s seznamom plasti v programu GIMP

Pri fotomontažah je bistvo v sestavljanju večih fotografij v novo sliko, pri čemer želimo doseči čim bolj prepričljiv rezultat. Pri tem je treba paziti, da so uporabljene fotografije posnete iz približno enakega zornega kota in osvetljene iz enake smeri, kar pomeni, da sence padajo v isto smer. Če slednje ni mogoče, lahko uporabimo motiv, na katerem smer svetlobe ni izrazito vidna, sence v pravi smeri pa narišemo sami.

Ključni koraki vsake fotomontaže so:

- 1. Priprava ozadja slika 1
- 2. Vnos druge slike (slika 2) kot druge dodatne plasti
- 3. Odstranitev ozadja dodane slike (slike 2) (če tega nismo naredili že prej)
- 4. Prilagoditev velikosti in perspektive dodane slike
- 5. Senčenje ali risanje senc
- 6. Dodajanje napisov
- 7. Shranitev slike v delovnem formatu (XCF v GIMP-u)

⁷ Povzeto po Zorec, 2009, 92-95.

8. Sploščitev slike in shranitev v enem od standardnih formatov (TIFF, JPEG ...)

Postopek preproste fotomontaže:

1. Najprej odpremo sliko (slika 1), ki jo bomo uporabili za ozadje – za spodnjo plast, nad katero bomo nizali druge slike.

Slika 105: Slika 1 in slika 2

2. Drugo sliko (slika 2) dodamo kot novo plast. Odpremo meni **Datoteka** (File) in kliknemo na **Odpri kot plast** (Open as layers) ter v okencu za odpiranje datotek izberemo želeno fotografijo.

3. Druga fotografija (slika 2) se pojavi kot nova plast nad plastjo z izvorno sliko (slika 1), kar lahko vidimo tudi v okencu s seznamom plasti.

4. Delo nadaljujemo z odstranjevanjem ozadja z druge slike (slika 2). V orodjarni vzamemo radirko in preprosto zbrišemo okolico objekta. Najprej uporabimo večjo radirko, ki nam omogoči, da hitro odstranimo večje predele, nato pa radirko zmanjšamo in natančno zbrišemo še predele ob robu avtomobila.

Slika 106: Koraki 1, 2 in 3 v postopku preproste fotomontaže

Slika 107: Korak 4

5. Lahko dodamo še napis.

Če dodajanje besedila že obvladate, lahko koraka 5. a in 5. b izpustite.

5. a V orodjarni izberemo orodje za pisanje in urejanje besedila (1), določimo obliko (2) in barvo pisave (3).

5. b S klikom miške na sliko pokažemo, kje približno želimo imeti napis. Pri tem se odpre majceno okence, v katerega vpišemo želeno besedilo. Na sliki se pojavi napis, v seznamu plasti pa se pojavi nova ikona s črko »T«. Če nam velikost besedila ne ustreza, jo v nastavitvenem delu orodjarne spremenimo.

Slika 108: Dodajanje besedila

6. Za prepričljivejši videz pod avtomobilom ustvarimo senco. Najprej s klikom na ikono lističa pod seznamom plasti dodamo novo plast. V okencu, ki se pri tem odpre, izberemo plast brez polnila in pritisnemo V redu (OK). V seznamu plasti se pojavi nova plast, ki jo imenujmo Senca. Leži naj pod plastjo slike, ki smo jo uporabili za ozadje (slika 1).

V orodjarni vzamemo velik čopič z mehkimi robovi. Dodelimo mu črno barvo in zmanjšamo prekrivnost nanosa na 50% ter predel pod avtomobilom previdno potemnimo. Če je senca videti premočna, jo lahko oslabimo z zmanjšanjem prekrivnosti njene plasti tako, da drsnik **Prekrivnost** (Opacity) preprosto premaknemo nekoliko v levo (označeno na sliki spodaj skrajno desno z *).

| 🔊 fotomontaza.xcf-5 🛛 👻 Samodejno | Ustvari novo plast fotomontaza.xcf-15 | 🔊 fotomontaza.xcf-5 🛛 🖌 Samodejr |
|-----------------------------------|---|----------------------------------|
| | Ime plasti: Senca | |
| lasti 🔳 | Širina: 2166 | Plasti |
| tacin: Navadno | Višina: 1444 🗘 px 💙 | Prekrivnost: 100,0 |
| akleni: | Polnilo plasti | Zakleni: |
| Garaža | barva ospredja barva ozadja | (a) T Garaža |
| 👁 🧔 Avto | ○ bela barva ④ brez polnila - prosojna plast | 👁 🏹 Avto |
| Lonec | Domož Vredu Prekliči | Senca |
| | Found Treat | 💿 🗾 🚺 Lonec |
| | | |

Slika 109: Plast sence

7. Sliko shranimo najprej v delovnem formatu. Preden jo shranimo v enega od standardnih formatov, sliko sploščimo – vse plasti združimo v eno. Odpremo meni **Slika** (Image) in kliknemo na **Splošči sliko** (Flatten image).

VAJA – PREPROSTA FOTOMONTAŽA; GIMP

Na <u>http://www.flickr.com/</u> poiščite dve fotografiji: fotografijo poljubnega enostavnega lesenega izdelka in fotografijo poljubnega okolja (ulica, park, omara ...), v katerega boste z fotomontažo postavili leseni izdelek. Uporabite program GIMP.

9.2 SCRIBUS

Scribus je **odprtokodni program za namizno založništvo**, ki ga lahko namestimo na različne operacijske sisteme (Microsoft Windows, Mac Os X, Linux). Program je **brezplačen** in na svetovnem spletu dostopen vsem (http://www.scribus.net), žal pa še ni preveden v slovenščino, a kot bodoči profesionalci se moramo navaditi tudi na uporabo tujejezičnih programov. Pri delu bomo uporabljali angleško različico. Program je idealen za študijske vaje, kasneje pa bo zelo uporaben tudi pri vašem profesionalnem delu. Program je zelo zmogljiv. Scribus je povsem primerljiv s plačljivimi profesionalnimi programi, kot so: Adobe PageMaker, PagePlus, QuarkXPress ali Adobe InDesign, če naštejem najpomembnejše.

Slika 110: Logotip programa Scribus Vir: <u>http://en.wikipedia.org/wiki/Scribus</u> (10.1.2010)

Scribus **ni program za urejanje besedila.** To je zelo pomembna stvar, ki jo moramo pri delu s programom za namizno založništvo razumeti. Tovrstni programi nam nudijo veliko možnosti in svobode pri sestavljanju slik, logotipov, besedila, okvirjev in raznih oblik v enotno kompozicijo. Scribus je **zelo zmogljiv** program, s katerim lahko zlahka oblikujemo in kvalitetno izdelamo različne dokumente, kot so na primer: ovitki za zgoščenke, poslovne vizitke, reklamne razglednice, letaki, brošure za podjetja, manjši časopisi, naslovnice za knjige, plakati. Oblikujemo dokumente in jih pripravimo za tisk na profesionalnih tiskalnikih. Izdelamo lahko različne predstavitve in PDF-dokumente. S pomočjo enostavnih risarskih pripomočkov oblikujemo logotipe. V program lahko uvažamo tudi digitalne slike z natančno kontrolo barv, kjer jih pripravimo za visokokvalitetno tiskanje. V programu (za Microsoft Windows) je inkorporiran tudi nadzor za kontrolo barv, ki omogoča, da enake barve, ki jih vidimo na monitorju, tudi tiskamo (http://docs.scribus.net). Na svetovnem spletu (http://docs.scribus.net) je na razpolago tudi obširna dokumentacija o programu.

Slika 111: Domača spletna stran programa Scribus

Na spletnem naslovu: http://www.scribus.net je na voljo brezplačni program za namizno Na spletnem naslovu http://www.scribus.net je na voljo brezplačni program za namizno založništvo, ki se lahko enakovredno kosa s profesionalnimi programi.

Program za namizno založništvo je torej namenjen sestavljanju slik in besedila v enotno kompozicijo in pripravi oblikovanih dokumentov za tisk. Tako Scribus podpira uporabo (uvoz digitalnih slik v program) vseh pomembnih grafičnih formatov, dokumente pa lahko izvažamo celo v PDF-formatu. Podpira pa tudi shranjevanje dokumentov v tiskarski CMYK-format, kar je bistveno za pripravo materialov za tisk. Besedilo lahko v program uvažamo v vseh formatih najbolj uporabljanih urejevalnikov besedil (OpenOffice, Microsoft Word) (http://en.wikipedia.org/wiki/Scribus).

Program ima profesionalno oblikovan in prilagodljiv grafični uporabniški vmesnik.

Slika 112: Grafični uporabniški vmesnik programa Scribus

Program in delo z njim ter njegove značilnosti bomo natančneje spoznali pri laboratorijskih vajah v računalniški učilnici, za začetek pa poglejmo oblikovalskih izziv, kot je oblikovanje namišljene knjižne naslovnice.

9.2.1 Primer uporabe programa SCRIBUS

Naloga: Oblikovanje knjižne naslovnice

Za vajo potrebujemo digitalno sliko Rembrandtov avtoportret, ki je na spletnem naslovu Wikimedia (Povzeto po: <u>http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rembrandt_Harmensz.</u> van Rijn 137.jpg, 10.1.2010).

Slika 113: Knjižna naslovnica, ki jo bomo oblikovali

Postopek:

1. Ustvarjanje dokumenta in ozadje strani

Ko zaženemo program za urejanje besedila, le-ta odpre prazno stran in že lahko začnemo pisati besedilo. Pri programu, kot je Scribus, pa tudi pri večini programov za namizno založništvo, moramo naprej določiti, kakšno stran želimo oblikovati. Namreč, osnovni namen tovrstnih programov je, da oblikovalcem omogočijo popolni nadzor nad oblikovanjem in vsebino dokumenta. Tako moramo za začetek dela izbrati »File>New« in Scribus odpre pogovorno okno:

| 📀 New Document | | | | ?) |
|-----------------|--|---|--|---|
| Document Layout | Page Size Size: Cu Orientation: Po Width: 10.000 | ustom | – Options N <u>u</u> mber of Pag Default Unit: [I | jes: 1 🗘 |
| Double Sided | Margin Guides Preset Layouts: Left Right: Dop: Dop: Dop: Preset Layouts: Dop: Dop: Dop: Preset Layouts: Dop: Dop: Preset Layouts: Dop: Dop: Dop: Dop: Preset Layouts: Dop: Dop: Dop: Dop: Dop: Dop: Dop: Dop | None .000 mm .000 mm .000 mm .000 mm | - <u>A</u> utomatic T Colu <u>m</u> ns: <u>G</u> ap: | I Imm Imm |
| First Page is: | Bottom: | 0.00 mm 🚖 Printer Margins | | QK <u>C</u> ancel |

Slika 114: Začetni meni

Za našo naslovnico bomo izbrali eno stran. Nato nastavimo velikost strani. Ker bo naslovnica brez robov, nastavitev robov nastavimo na 0 mm. Ostale prednastavitve lahko pustimo nespremenjene. Naše nastavitve potrdimo z »OK« in odpre se nova stran:

Slika 115: Nova stran

Sedaj potrebujemo sivo ozadje za naslovnico. Izberemo »beli pravokotnik« v orodjarni ali pritisnemo bližnjico tipko »S« na tipkovnici, kar pomeni »Shape« = »oblika«. Za vnašanje besedila v dokument ne moremo kar tipkati po tipkovnici, temveč moramo uporabiti **okvir za besedilo**, v katerega tipkamo, kar bomo spoznali v nadaljevanju. Za oblikovanje ozadja pa potrebujemo »Shape = obliko«, ki jo izberemo z ukazom »S«.

Miškin kazalec se spremeni v trikotnik s plusom v zgornjem levem vogalu. Kliknimo in s pritisnjenim levim miškinim gumbom potegnemo + čez celo stran. Tako smo ustvarili obliko. Velikost, položaj in barva le-te sedaj niso pomembni, saj bomo vse lastnosti kasneje prilagodili našim potrebam.

Slika 116: Ustvarjena oblika na strani

Če nismo kliknili z miško, je naša oblika še zmeraj izbrana, kar pomeni, da ima rdeč črtkan rob in izročke na vogalih in na sredini strani. Naslednji korak je izbira »Windows>Properties« na menijski vrstici, ali bližnjica »F2«, kar prav tako odpre paleto »Properties = lastnosti«. V paleti določimo ime oblike, da jo lahko ločimo od ostalih elementov, vnesemo enake dimenzije, kot smo jih določili na novi strani.

| Properties | ; | | | |
|-------------------|------------|-----------------|--|--|
| Х, Ү, <u>Z</u> | | \searrow | | |
| Backgrour | hd | | | |
| Geometry | | | | |
| <u>X</u> -Pos: | 0.000 mm | - | | |
| ⊻-Pos: | 0.000 mm | ÷ | | |
| <u>W</u> idth: | 210.000 mm | | | |
| <u>H</u> e ght: | 235.000 mm | ▲ ≝ ▼ | | |
| <u>R</u> otation: | 0.00 | - | | |
| Basepoint: | | | | |
| | \ (±) ≉ | | | |
| <u>S</u> hape | | \sim | | |
| Text | | \mathbb{N} | | |
| Image | | | | |
| Line | | \sim | | |
| <u>C</u> o ours | | <u> </u> | | |

Slika 117: Paleta »Properties = lastnosti«

Prednastavitev polnila vseh oblik je črna barva. Ker želimo spremeniti barvo ozadja, pri zavihku »Color = barve« izberemo sivo barvo za polnilo oblike. Vsaka oblika ima tudi rob, ki je v prednastavitvah prav tako črne barve. Ker ne želimo obrobljene podlage, na paleti izberemo sličico s svinčnikom in za barvo roba izberemo »None = nič« in rob izgine. Ker ne želimo po nerodnosti premakniti podlago z lista, le-to zaklenemo s klikom na sličico ključavnice.

2. Vstavljanje slike na naslovnico

Ko smo končali z ozadjem, moramo vstaviti sliko na naslovnico. Tudi slike ne moremo neposredno vstavljati na stran, temveč to storimo tako, da digitalno sliko uvozimo v okvir za slike. Okvir za slike odpremo s klikom na »okvir slike« na orodni vrstici ali z bližnjico – tipka »I« na tipkovnici. Narišemo okvir, kot smo ga za ozadje in odpremo paleto »Properties = lastnosti« z bližnjico »F2«, sedaj za okvir slike (Ne smemo pozabiti, da mora biti okvir označen!).

Slika 118: Knjižna naslovnica, ki jo oblikujemo

Bodite pozorni na položaj slike na strani. Da ga zlahka ločimo od ostali elementov, okvir poimenujemo. Za »širino = Width« in »višina = Height« vnesemo vrednosti, kot vidimo na naslednji sliki, kjer je odprta paleta »Lastnosti«. Naša slika mora biti postavljena natančno v spodnjem desnem vogalu naslovnice. Čeprav se zdi natančna postavitev slike v vogal precej komplicirana, je postopek povsem enostaven. Poznamo točno velikost naše strani, saj smo jo na začetku nastavili – dimenzije (X in Y koordinate) so 210 mm in 285 mm. Torej vnesemo vrednosti za »X-Pos« in »Y-Pos« (dimenzije strani) v paleto »Lastnosti«. Vendar moramo najprej označiti »Basepoint = sidrišče« slikovnega okvirja, kar izvedemo s klikom na spodnji desni vogal. To storimo, preden vnesemo dimenzije slike. Da ne bi pomotoma spreminjali dimenzije naše slike preden zapremo paleto, slikovni okvir še zaklenemo s klikom na sliko ključavnice.

| Properties | | | × |
|-------------------|------------|---|----------|
| X, Y, Z | | | |
| Rembrand | 1 | | - |
| -Geometry- | | | |
| <u>X</u> -Pos: | 210.000 mm | - | |
| ⊻-Pos: | 285.000 mm | | |
| <u>W</u> idth: | 172.921 mm | Ē | |
| <u>H</u> eight: | 207.375 mm | | |
| <u>R</u> otation: | 0.00 | | |
| Basepoint | | | |
| | | X | • |
| <u>S</u> hape | | | _ |
| ext | | | _ |
| image | | | - |
| | | | - |
| <u>u</u> oiours | | | _ |

Slika 119: Paleta lastnosti – slikovni okvir

Da bi naredili našo naslovnico bolj zanimivo, dodamo še majhen detajl – sivino ob levi strani slike. Na menijski vrstici izberemo »Item>Multiple Duplicate«. To je ukaz, ki nam omogoča zelo natančne premike elementov v navpični in vodoravni smeri, hkrati pa lahko izbiramo število pomnoženih elementov. Potrebujemo eno kopijo. Za vodoravni zamik vnesemo – 6 mm, kar pomeni 6 mm zamik podvojene kopije v levo od izhodiščne slike. Navpičnega zamika ne potrebujemo, zato pustimo vrednost 0.00 mm.

| 😌 Multiple Duplicate 🛛 ? 🗙 | | | | |
|------------------------------|--|--|--|--|
| Number of Copies: 1 | | | | |
| Horizontal Shift: -6.00 mm 韋 | | | | |
| ⊻ertical Shift: 0.00 mm 🜩 | | | | |
| <u>OK</u> <u>Cancel</u> | | | | |

Slika 120: Meni za množitev elementov

Ker je nova slika kopija obstoječe slike, ni potrebno spreminjati njenih dimenzij, saj je bil njen položaj že določen z nastavitvami ob kopiranju. Poimenujemo nov slikovni okvir. Pri kopiranju pa se pojavi problem, ker je nov slikovni okvir postavljen nad okvir slike. Potrebno ga je premakniti pod sliko. Enostavno premaknemo kopijo v paleti Lastnosti za eno stopnjo nižje – torej pod sliko naslovnice. To storimo z nastavitvijo v kvadratu »Level = nivo«, s katerim postavljamo izbran element v ospredje ali ozadje glede na ostale elemente na strani, ki jo oblikujemo.

| Properties | | X |
|-------------------|----------------|---|
| <u>х, ү, </u> | | _ |
| Rembrand | lt2 | P |
| Geometry | | |
| <u>X</u> -Pos: | 204.000 mm 🐥 | |
| <u>Y</u> -Pos: | 285.000 mm 🚔 | |
| <u>W</u> idth: | 172.921 mm | |
| <u>H</u> eight: | 207.375 mm 📮 🖱 | |
| <u>R</u> otation: | 0.00 | |
| Basepoint: | | |
| Level 3 | | • |
| <u>Sh</u> Move o | ne level down | _ |
| ∐ext | | |
| <u>I</u> mage | | |
| <u>L</u> ine | | |
| <u>C</u> olours | | |

Slika 121: Nastavitev nivoja elementov

Z nastavitvijo nivoja izbiramo, kateri elementi so postavljeni v ospredje in kateri v ozadje.

Ko smo ustvarili in namestili vse okvirje, moramo uvoziti digitalne slike, ki so izven programa, v naš dokument. Sliko naslovnice uvozimo v program tako, da z desno tipko miške kliknemo na okvir, ki ga želimo napolniti in na meniju, ki se odpre, izberemo »Get Image = vstavi sliko«.

| | In <u>f</u> o | • |
|---|----------------------------|--------------|
| ٠ | <u>U</u> ndo | Ctrl+Z |
| 4 | <u>R</u> edo | Ctrl+Shift+Z |
| | Get Image | Ctrl+D |
| × | l <u>m</u> age ∨isible | |
| | Preview Settings | • |
| | <u>A</u> ttributes | |
| | ls <u>L</u> ocked | Ctrl+L |
| × | Size is Locked | Ctrl+Shift+L |
| | Send to S <u>c</u> rapbook | |
| | Le <u>v</u> el | + |
| | Conve <u>r</u> t to | + |
| ø | Cu <u>t</u> | Ctrl+X |
| b | <u>C</u> opy | Ctrl+C |
| | <u>D</u> elete | |
| | Contents | • |
| × | Properties | F2 |

Slika 122: Vstavljanje slike

Klik z desno tipko miške na okvir odpre meni, na katerem izberemo »Get Image = vstavi sliko«, če želimo vstaviti sliko. Bližnjica je »CRTL+D«.

Tako se bo odprla bližnjica do mape, kjer imamo shranjene vse digitalne slike, ki jih želimo vstaviti v dokument, ki ga oblikujemo. Za lažjo izbiro nam meni ponuja predogled elementov.

| I Open | |
|--|-----------|
| Look jn: 🔄 /home/christoph/Documents/rembrandt/_pics/ | 11 |
| Rijn 130 jpg @Rembrandt_Harmensz_van_Rijn_141 jpg @Rembrandt_Harmensz_van_Rijn_143 jpg @Rembrandt_Harmensz_van_Rijn_145 jpg @Rembrandt_Harmensz_van_Rijn_145 jpg @Rembrandt_Harmensz_van_Rijn_145 jpg @Rembrandt_Harmensz_van_Rijn_145 jpg @Rembrandt_Harmensz_van_Rijn_145 jpg @Rembrandt_Harmensz_van_Rijn_145 jpg @Rembrandt_Harmensz_van_Rijn_148 jpg | |
| File marrie. Remoranot_Harmensz_van_Rijn_137.jpg | pen |
| File type: All Supported Formats (*.gif *.CIF *.jpg *.jpeg *.JPC *.JPEC *.png *.PNC *.xpm *.XPM *.tif *.tiff *.TIFF *.TIFF • C | ancel |

Slika 123: Meni za vstavljanje elementov v dokument

Izberemo želeno sliko, dvokliknemo »Open = odpri« in vstavimo sliko v izbrani okvir. A pride do zapleta.

Slika 124: Izbrana slika vstavljena v okvir

Vidimo, da je vstavljena slika prevelika za našo velikost okvirja. Odpremo paleto »Properties = lastnosti« in v meniju »Image = slika« izberemo »Scale To Frame Size = prilagodi velikosti okvirja« in kliknemo še »Proportional = proporcionalno«, kar pomeni, da se bo slika proporcionalno prilagodila narisanemu okvirju. Torej se razmerje med širino in višino slike ne bo spremenilo, le slika bo manjša.

| Properties | | | × |
|---|----------|------------------|---|
| Х, Ү, <u>Z</u> | | \checkmark | |
| <u>S</u> hape | | $\sum_{i=1}^{n}$ | |
| Iext | | \mathcal{A} | |
| <u>I</u> mage O <u>F</u> ree Scaling | | | |
| <u>×</u> -Pos | 0.000 mm | - | |
| Y-Pos: | 0.000 mm | * | |
| X-Sc <u>a</u> le: | 38.9 % | * | |
| Y-Scal <u>e</u> : | 38.9 % | - | Ŭ |
| Actual X-DPI: | 185.1 | - | ļ |
| Actual Y-DPI: | 185.1 | * | Ŭ |
| Scale <u>T</u> o Frame | Size | | |
| 🗙 P <u>r</u> oportional | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| _ <u>L</u> ine | | \sim | |
| <u>C</u> olours | | 1 | |

Slika 125: Paleta »Properties = lastnosti« - proporcionalno prilagodimo sliko okvirju

Ko smo enkrat v okvir že vstavili in velikostno prilagodili izbrano sliko, lahko vsebino okvirja kopiramo v drugi okvir. Z desno tipko miške kliknemo našo sliko in nato v meniju, ki se odpre: »Contents = vsebine«, nato še »Copy = kopiraj«. Desno-kliknemo na viden del navpičnega delčka spodnjega okvirja in »Contents > Insert« = »Vsebine > Vstavi«. Desno-kliknemo spodnji okvir in ponovno se odpre meni, a tokrat izberemo »Image Effects = efekti slike«. Odpre se meni za nastavljanje posebnih efektov na sliki.

| | In <u>f</u> o | • | | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------------|--------------------------------|----------|--|----|----------------------------------|
| * | · <u>U</u> ndo Redo | Ctrl+Z Ctrl+Shift+Z | Image Effects | | | | ? 🗆 🗙 |
| × | Get Image I <u>m</u> age ∀isible Preview Settings | Ctrl+D | 10 | | Available Effects Blur Brightness | | Effects in use Invert Blur |
| | Image Effects Edit Image Update Image Adjust Frame to Image | Ctrl+E | Mar. 64 | - | Colourise Contrast Greyscale Invert | | Greyscale Brightness |
| | <u>A</u> ttributes | | | 100 | Posterise | | |
| × | Is <u>L</u> ocked Size is Locked Send to S <u>c</u> rapbook Le <u>v</u> el Conve <u>r</u> t to | Ctrl+L Ctrl+Shift+L | Options: | | Sharpen | << | |
| e e e e e e e e e e e e e e e e e e e | Cut Copy Delete Contents | Ctrl+X Ctrl+C | Radius: 7.0 Value: 5.0 | • | | | OK Cancel |
| × | Properties | F2 | 20 | | | | |

Slika 126: Scribus omogoča uporabo posebnih efektov na izbrani digitalni sliki

Na meniju za nastavljanje posebnih efektov izberemo »Blur = popačenje«, nastavimo vrednosti kot na sliki, izberemo še »Greyscale = sivina« in nastavimo vrednost na – 43, torej sliko posvetlimo. Toliko dela za takšen robek, a le-ta ni zgolj narisan sivi trak, temveč je spremenjena in našim željam prilagojena podvojena slika naslovnice, ki pri opazovalcu vzbudi občutek prostorske globine.

Poglejmo rezultat:

Slika 127: Rezultat vstavljanja slik na naslovnico

Z opravljeno nalogo smo lahko zelo zadovoljni.

1. Dodajanje besedila

Slike so na naslovnici, opremiti jo moramo še z besedilom. Najprej moramo narediti besedilni okvir, zato kliknemo na »Text Frame = tekstualni okvir« v orodjarni ali uporabimo bližnjico »T« na tipkovnico. Okvir narišemo z miško. Dvoklinemo okvir in vpišemo »REMBRANDT« – naslov naše knjige. Z miško kliknemo izven okvirja – odznačimo, napis je tako vstavljen v okvir. S klikom miške ponovno označimo tekstualni okvir, saj želimo opredeliti lastnosti uporabljene pisave.

Bližnjica »F2« na tipkovnici odpre paleto »Properties = lastnosti«, izberemo »Text = besedilo«.

Naslednji korak je izbira »Windows>Properties« na menijski vrstici ali bližnjica »F2«, kar prav tako odpre paleto »Properties = lastnosti«. Opredelimo vrsto in velikost pisave ter izberemo belo barvo za naslov.

Slika 128: Meni »Properties = lastnosti«

Z vstavljenim naslovom je naša naslovnica dokončana, korektno oblikovana, a če smo iskreni, deluje skoraj dolgočasno. Zatorej moramo dodati še kakšne poudarke, ki bodo pritegnili opazovalce, da bodo vzeli knjigo v roke, jo kupili in prebrali.

Zgodovinska dejstva so na naši strani. »Rembrandt« je bilo v bistvu njegovo ime, priimek pa »van Rijn«. Znova naredimo tekstualni okvir (»Text Frame = tekstualni okvir« v orodjarni ali uporabimo bližnjico »T« na tipkovnici), dvoklinemo okvir, vpišemo »van Rijn«. Izberemo enako vrsto in velikost pisave kot za naslov, a namesto bele barve poudarku določimo roza barvo. Izberemo »Colours = barve« in vpišemo vrednost za »Shade = nianse« 50% in »Opacity = neprozornost« 20%. Novo besedilo premaknemo na nižji nivo – v ozadje.

Slika 129: Naslovnica z dodanim poudarkom

Naredimo še tri tekstualne okvirje, vpišemo »1606«, »2006« in »Painting the Dutch Golden Century« = »Slikanje Nizozemskega zlatega stoletja«. Uporabimo isto vrsto pisave, velikost besedila pa vnesemo za številke 52 točk in za besedilo 31 točk, izberemo tudi barvo.

Slika 130: Naslovnici smo dodali še spremljevalno besedilo

Vidimo lahko, da kljub uporabi različnih barv in velikosti črk za besedilo z uporabo iste vrste pisave kompozicija deluje poenoteno in je vabljiva za opazovalca.

Črto med številkama narišemo tako, da kliknemo na ikono«Line = črta« na orodni vrstici, nato jo potegnemo z miško. Med vlečenjem črte držimo pritisnjeno tipko »CTRL« na tipkovnici. S tipko zaklenemo kot risanja in črta je povsem ravna. Nato odpremo paleto »Properties = lastnosti«, v »Line = črta« vpišemo vrednost 0,5 točk in tako določimo debelino narisane črte, odpremo »Colors = barve« in določimo še barvo črte. Premaknemo črto med številke.

| 3 Properties | | | | | | |
|----------------------------|--------------|--|--|--|--|--|
| Х, Ү, <u>Z</u> | | | | | | |
| <u>S</u> hape | | | | | | |
| Text | | | | | | |
| Image | | | | | | |
| Line Basepoint: Left Point | | | | | | |
| Type of Line: | | | | | | |
| Start Arrow: | End Arrow: | | | | | |
| None 🔫 | None 🔻 | | | | | |
| Line <u>W</u> idth: | 0.5 pt 🚔 | | | | | |
| Ed <u>g</u> es: | Mitre Join 🔻 | | | | | |
| <u>E</u> ndings: | 🗖 Flat Cap 🔻 | | | | | |
| No Style | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| <u>C</u> olours | \sim | | | | | |

Slika 131: Lastnosti narisane črte prav tako opredelimo v palet »Properties = lastnosti«

2. Dodajanje logotipa podjetja

Za konec dodamo naslovnici še logotip in ime namišljenega podjetja. Seveda naredimo najprej majhen slikovni okvir, nato vanj vstavimo logotip »Scribus«. V okvir uvozimo sliko. Barvo logotipa uskladimo z barvo naslovnice (ozadja). Desno-kliknemo okvir in kot že vemo, odpre se meni, v katerem izberemo»Image Effects = efekti slike«, nato izberemo »Grescale = sivine« ter povečamo vrednost kontrasta tako, da se logotip ne bo zlil z ozadjem ali preveč odstopal od njega.
| 😌 Image Effects | | | 8 🗉 | × |
|-----------------|--|----|---|---|
| | Available Effects Blur Brightness Colounse Contrast Greyscale Invort Poster se Sharpon | >> | Effects in use Greyscale Contrast | |
| Options: | | | OK Cancel | |

Slika 132: Meni: »Image Effects = efekti slike« 1

Na zgornji sliki je prikazan meni »Image Effects = efekti slike«, kjer smo uredili sivino logotipa namišljenega podjetja, ki smo ga vstavili v naslovnico.

K logotipu podjetja dodamo še napis, ki ga zasučemo za 90 stopinj. To storimo v paleti »Properties = lastnosti« tako, da v »Rotation = rotiranje« vpišemo 90, kar je kot, za katerega zavrtimo izbrani element.

| | Properties | 3 | | | | |
|-------|-------------------|------------|----|--|--|--|
| | X. Y. Z | | | | | |
| | ScribusPublishing | | | | | |
| | Geometry | | | | | |
| | X-Pos: | 24.261 mm | • | | | |
| | <u>Y</u> -Pos: | 198.445 mm | • | | | |
| | <u>W</u> idth: | 67.858 mm | | | | |
| | <u>H</u> eight: | 9.172 mm | | | | |
| | <u>R</u> otation: | 90.00 | | | | |
| | Basepoint | <u>ĵ</u> | | | | |
| | | | | | | |
| ing | <u>S</u> hape | | | | | |
| blisr | Text | | _\ | | | |
| Pul | Image | | | | | |
| snqi | Line | | | | | |
| Scr | <u>C</u> olours | | | | | |

Slika 133: Meni: »Image Effects = efekti slike« 2

Z miško premaknemo rotirano besedilo na želeno mesto. Na meniju izberemo »File > Save = shrani«. Tako je naša naslovnica končana. Rezultat je povsem zadovoljiv.



Slika 134: Naslovnica, ki smo jo oblikovali s programom Scribus



Oblikujte naslovnico vašega prvega kataloga lesenih izdelkov »Les je lep«. Na <u>http://www.flickr.com/</u> poiščite fotografije, ki jih boste potrebovali. Uporabite program SCRIBUS.

9.3 Google SKETCH UP

Sketch Up je **odprtokodni program** za 3D-modeliranje, namenjen oblikovalcem, arhitektom in inženirjem, filmskim ustvarjalcem, razvijalcem iger in podobnim strokam. Zasnovan je tako, da je uporaba enostavnejša kot pri drugih CAD-programih (akronim za »Computer Aided Design«), kar je tudi vzrok, da je program zelo priljubljen (http://en.wikipedia.org/wiki/SketchUp, 10.1.2010).



Slika 135: Logotip programa Google Sketch Up

Vir: http://en.wikipedia.org/wiki/SketchUp (10.1.2010)

Namestimo ga lahko na različne operacijske sisteme (Microsoft Windows, Mac Os X). Program ie brezplačen in je na svetovnem spletu dostopen vsem (http://sketchup.google.com), žal pa še ni preveden v slovenščino. A kot smo že ugotovili, bodoči profesionalci se moramo navaditi tudi na uporabo tujejezičnih programov. Obstajata dve različici programa: Sketch Up Pro in Sketch Up, ki je brezplačen in ga bomo uporabljali. Delali bomo z angleško različico. Program je idealen za študijske vaje, kasneje pa bo zelo uporaben tudi pri vašem profesionalnem delu.



Slika 136: Domača spletna stran programa Google Sketch Up

Vir: <u>http://sketchup.google.com</u> (10.1.2010)

Na spletnem naslovu http://sketchup.google.com je na voljo brezplačni program za 3D-modeliranje.

Google Sketch Up je program za 3D-modeliranje, torej orodje, s katerim oblikujemo, urejamo in predstavljamo tridimenzionalne modele, naj gre za preurejanje dnevne sobe, oblikovanje pohištva ali objektov, ali celo celega mesta. Izdelamo pa lahko tudi fotomontaže ali animacije in jih objavimo na svetovnem spletu (<u>http://sketchup.google.com/product/gsu.html</u>, 10.1.2010).

Predstavitvene tehnike

3D-modele, ki jih ustvarimo v programu, lahko prav tako objavimo na spletu ali pa v našo risbo uvozimo izdelke, objavljene na spletu.



Slika 137: Fotomontaža narejena s Sketch Up-om Vir: <u>http://sketchup.google.com/product/gsu.html</u> in <u>http://www.srww.com/blog/?p=7</u> (10.1.2010)

Na zgornji sliki je prikazana fotomontaža, narejena s Sketch Up-om, izdelamo pa lahko tudi video za objavo na spletu. Lesena mizica na sliki zgoraj je prav tako oblikovana s Sketch Up-om.

Na svetovnem spletu je bogata knjižnica učnih videov za začetnike in za nadgradnjo profesionalnega znanja. Čeprav so učni videi v angleščini, le-ti vsebujejo mnogo vizualnih informacij, zato so zlahka razumljivi tudi nepoznavalcem jezika. Brezplačno si jih lahko ogledamo na spletnem naslovu <u>http://sketchup.google.com/training/videos.html</u> (10.1.2010).

Dokumente iz programa lahko shranjujemo – izvozimo v vseh glavnih grafičnih formatih, kot .bmp, .png, .jpg, .tif tako, da so primerni tudi za nadaljnjo obdelavo (<u>http://en.wikipedia.org/wiki/Sketch_Up</u>, 10.1.2010).

Program ima profesionalno oblikovan in prilagodljiv grafični uporabniški vmesnik.



Slika 138: Grafični uporabniški vmesnik programa Sketch Up

9.3.1 Primer uporabe programa Sketch Up

Program in delo s programom ter njegove značilnosti bomo natančneje spoznali pri laboratorijskih vajah v računalniški učilnici.



Slika 139: Kratki filmčki za učenje uporabe programa Sketch Up Vir: <u>http://sketchup.google.com/training</u> (10.1.2010)

Na spletnem naslovu <u>http://sketchup.google.com/training/videos.html</u> (10.1.2010) si lahko ogledamo kratke filmčke za učenje uporabe programa Sketch Up. Tako se lahko v prostem času svobodno učimo uporabe programa.

Predstavitvene tehnike



Slika 140: Primer vaje s programom Sketch Up

Na zgornji sliki je prikazan primer vaje s programom Sketch Up, ki sta jo naredili študentki Višje lesarske šole Maribor, smer Oblikovanje, štud. leto 2008/09, pri laboratorijskih vajah za predmet Predstavitvene tehnike v 1. letniku.

Nato modeliranim objektom dodamo različne teksture (vrste materialov), ki so vsebovane v računalniških programih. Preizkusimo tudi različne pozicije svetlobe in s tem osenčenosti objekta, z namenom čim bolj realnega prikaza videza objektov.



Oblikujte 3D model svojega stola z imenom »Sanje v lesu«. Uporabite program Sketch Up.

10 LITERATURA

Bajec, A., Jurančič, J., Klopčič, M. et al., ur. *Slovar Slovenskega knjižnega jezika – 1. knjiga – A-H*. Ljubljana: Državna založba Slovenije, 1987.

Bajec, A., Jurančič, J., Klopčič, M. et al., ur. *Slovar Slovenskega knjižnega jezika – 2. knjiga – I-Na*. Ljubljana: Državna založba Slovenije, 1993.

Byars, M. New Chairs, Design, Tehnology, and Materials. London: Laurence King Publishing, 2006.

Dabner, D. Graphic design school. London: Thames and Hudson, 2004.

CARRARA 5. Reference Guide. ZDA, 2005/2006.

Williams, R. The non-designers design book. Berkeley: Peachpit press, 2008.

Zorec, M. Digitalna temnica, Obdelovanje digitalnih fotografij. Grosuplje: Knjigca, 2009.

Projekt Impletum

Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008-11

Konzorcijski partnerji:



Operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja in prednostne usmeritve Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja.