

EKSAMEN – Prosjektoppgave

Digitale bilder

Innledning

Eksamensoppgaven er å bruke det praktiske og teoretiske jeg har lært gjennom studiet til lage en logo og plakat ut ifra en problemstilling jeg har laget selv.

I rapporten presenteres først fargepalett, deretter logo. Deretter gjennomgås prosessen kronologisk fra idé til ferdig produkt. Her argumenterer jeg for valg gjort underveis. Hoveddelen avsluttes med presentasjon av produkt og symbolikk. I avsluttende del er en oppsummering med svar på problemstilling.

Scenario

Jeg laget et tenkt scenario om en økologisk og vegansk is-kafé i Oslo som ønsker å promotere isen de selger ved inngangen. Målgruppen er de mellom 20 og 40 år som er opptatt av veganske varer i god kvalitet til en konkurransedyktig pris. Isen og andre produkter er laget av overskuddsbananer. Hver dag kastes det 140.000 bananer i Norge (Jørgensen, 2019). Å bruke bananene til noe er et av kafeens bidrag mot matsvinn. De har avtale med butikkjeder for mottak av bananer til redusert pris. Kafeen er inspirert av 60- og 70-tallet.

Med dette i betraktning er min problemstilling: *"Hvordan kan jeg lage en plakat med moderne designuttrykk kombinert med inspirasjon fra 70-tallet?"*

Besvarelsen er plakaten med logo. I avslutningen av rapporten drøftes hvordan valg av designuttrykk fungerer i plakaten, og hvordan disse svarer til problemstillingen. Budskapet i fokus er isen de produserer av veganske og naturlige råvarer. Et underliggende budskap er at isen lages av overskuddsbananer. Logotrender fra 2019 vil prege logoen.

Hoveddel

Disposisjon

- Fargepalett
- Logo
- Framgangsmåte:
 - Gjennomgår prosessen fra idé til ferdig produkt.
 - Skisser
 - Argumenterer for valg.
- Ferdig produkt
 - Symbolikk

Fargepalett

Opprinnelig var ideen kun basert på designtrender og organiske og bananer, dermed mer jord- og naturfargene brun og grønn i fokus. På grunn av trend-elementet var planen å bruke "Pantone color of the year – Living Coral", men dette endret seg da jeg jobbet mot et mer 70-tallspreget design.

Ferdig fargepalett:

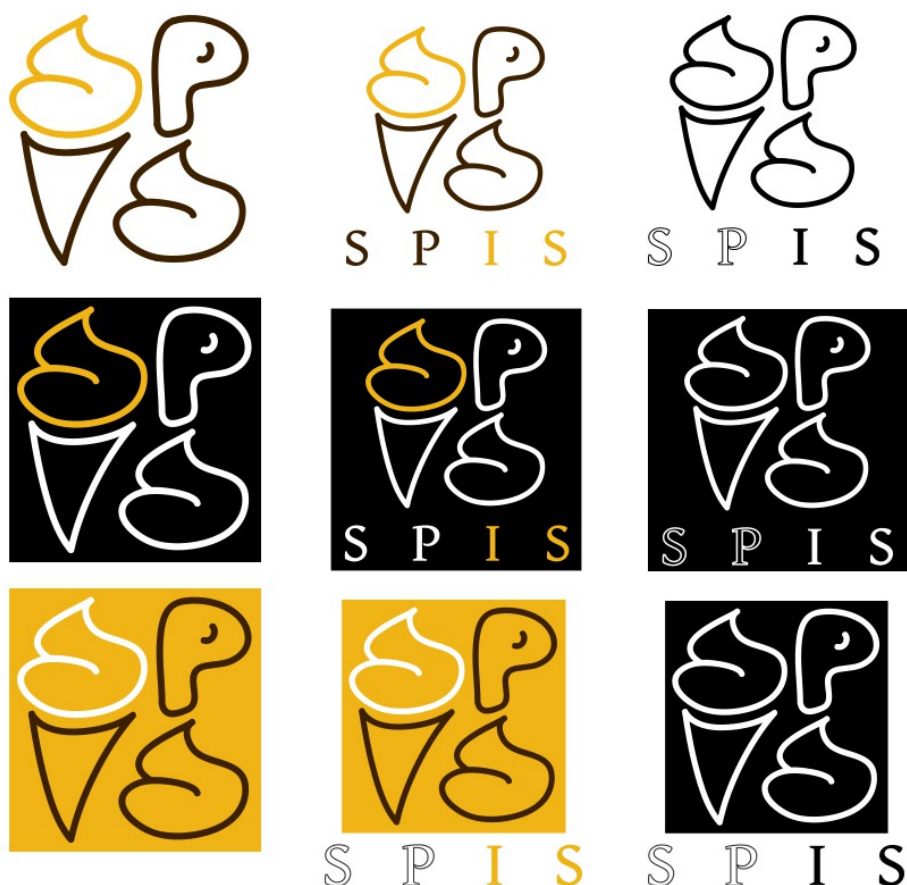


Grønt og brunt symboliserer jorden og naturlige produkter (Erichsen, 2006, s. 518). Gult er fargen til banan, men har valgt en gulfarge med varm nyanse for å gi plakaten et positivt og sommerlig preg. Gulfargen symboliserer sunnhet og energi, som også kaféen symboliser (Gult, u.å.). Oransje, brunt og grønt er typiske 70-tallsfarger (1970-tallshuset, u.å.).

Logo

Jeg lot meg inspirere av lister over logotrender og kladdet mange forslag. Flere logoer viste blanding av bokstaver av illustrasjon. Designere gjør dette for på en forenklet måte vise budskap og navn (Enchev, 2019). Jeg endte opp med å lage en is ut av S-ene i navnet "SPIS". "SP" og "IS" ble satt i to forskjellige farger for å understreke at kafeen sitt hovedprodukt er is.

Tegnet opp logoen for hånd i Illustrator. La til teksten "SPIS" (fra nå kalt "logotittel") i en seriffont for å skape kontrast til den illustrerte delen (fra nå kalt "logoillustrasjon"), og for å tydelig vise navn for de med lesevansker.

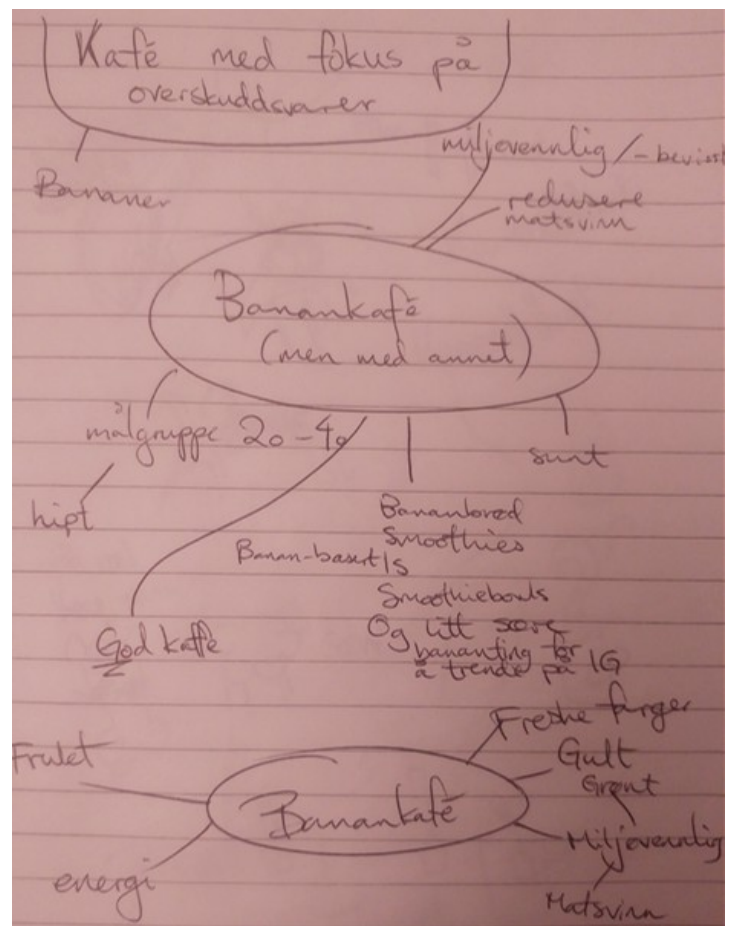
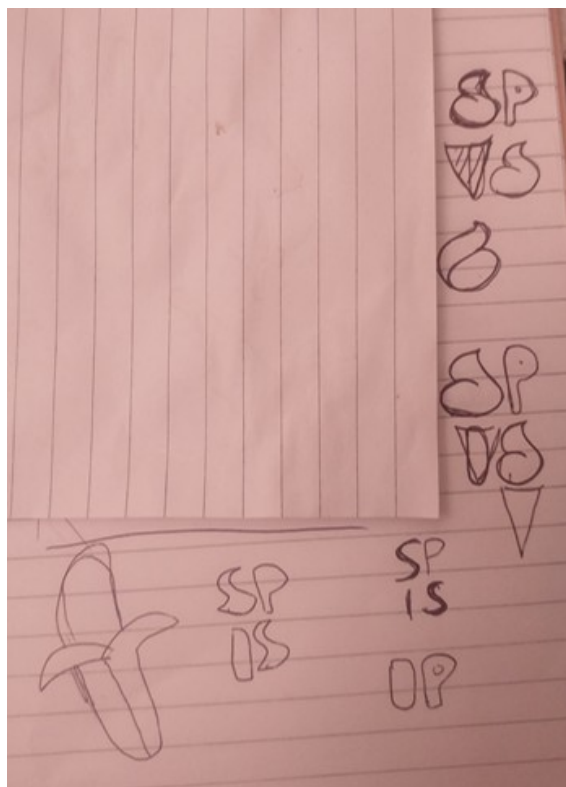
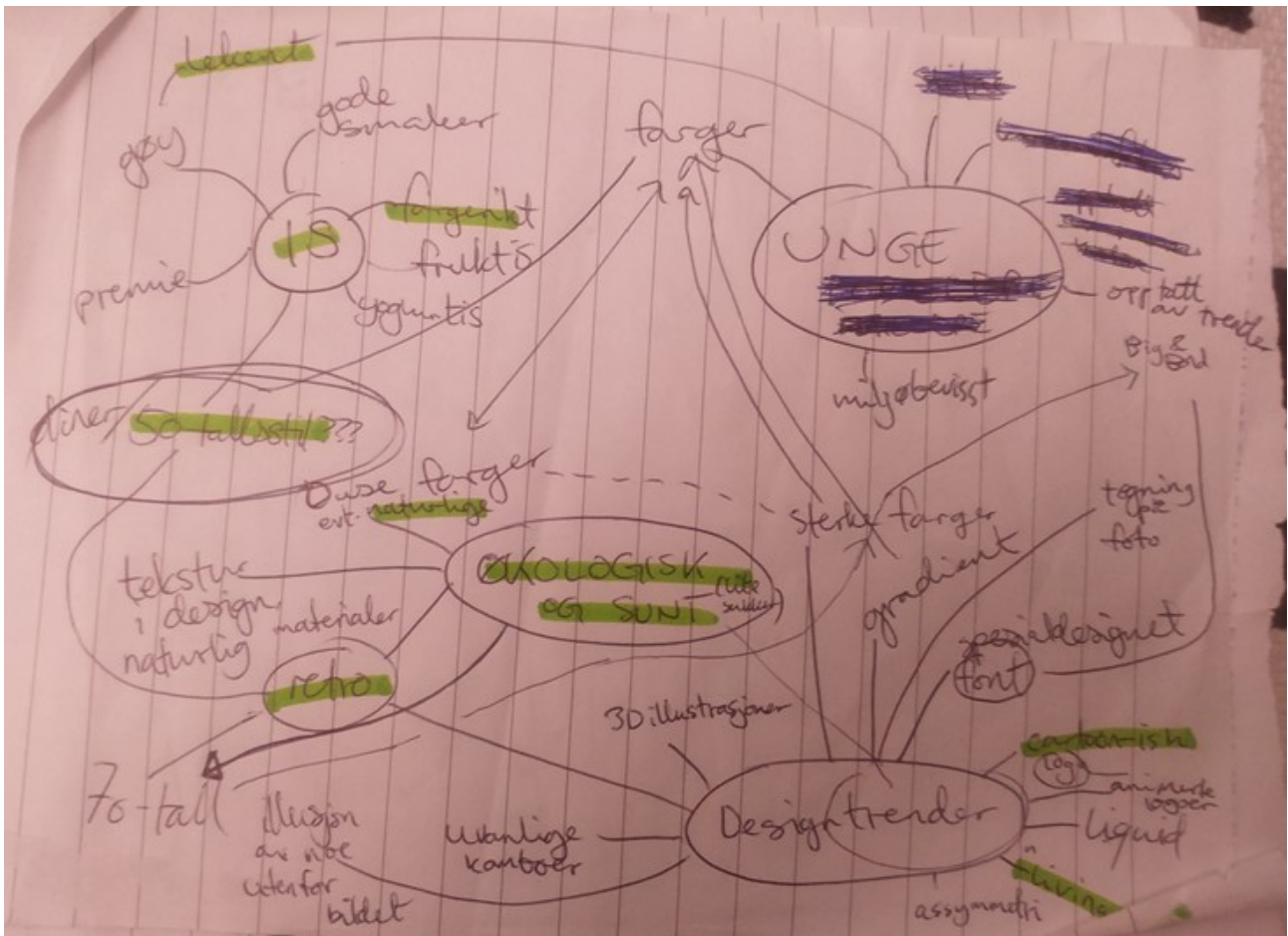


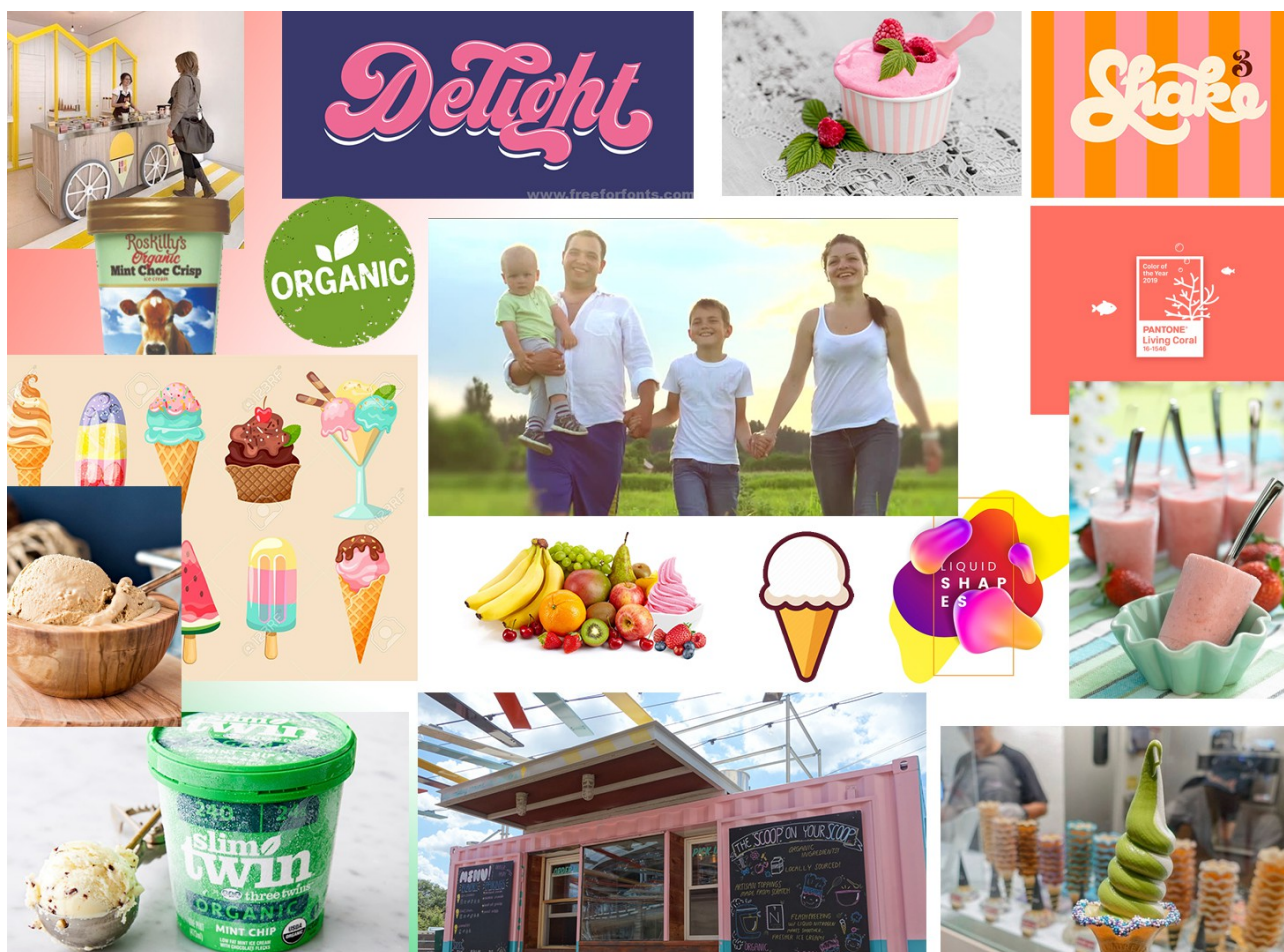
I tilfeller der logoen er uten tittel, må den vises i farger. Isen er et viktig budskap i logoen, og dette understrekes av kontrasterne. I logoillustrasjonen er det kun farger som er kontrast. Logotittelen har en kontrast også uten farger.

Tankeprosess

Starten på prosjektet var å finne et scenario. Takket være en artikkel om hvor mange bananer som kastes i Norge, fikk jeg en idé om en kafé basert på bananprodukter. Jeg begynte med å sette opp tankekart med stikkord jeg syntes passet til ideen og markerte de jeg betraktet som viktigst og som kunne kombineres med hverandre. Eksempelvis, duse farger og sterke farger er motsetninger, men frukt og sterke farger er en passende kombinasjon ettersom frukt finnes i mange farger.

Is er gjerne ikke det man tenker er sunnest siden det har et høyt innhold av fett, sukker og karbohydrater. Men det er likevel fullt mulig å inkludere iskrem i en sunn diett. (Berkheiser, 2019). Og i kombinasjon med at det er anbefalt å spise frukt i forskjellige farger for å få i seg en variasjon av vitaminer og andre næringsstoffer (American Heart Association, u.å.), vil det være en god symbolikk i å bruke sterke farger. Likevel, for at plakaten skal unngå å gi et rotete inntrykk, velger jeg å bruke en enkel fargepalett med tre farger i fokus for å skape variasjon uten å gi et rotete inntrykk (Tigercolor, u.å.). Jeg lagde også tankekart i bilder (bilde neste side).





Tankekartprosessen var veldig inspirerende, og ut fra denne utviklet jeg videre en problemstilling som jeg ønsket å jobbe ut ifra. Idéen om 70-tallet oppstod i denne prosessen på grunn av to hovedpunkter:

- 1) På 70-tallet flyttet mange hippier på 70-tallet til landlige områder der de dyrket organisk og levde som vegetarianere (Pruitt, 2018).
- 2) Mange nye miljøorganisasjoner opprettet i Norge rundt 1970 (Benum, 2015).

Skisser

Jeg hadde en vag idé i hodet om hvordan plakaten skulle se ut, men tydeliggjorde ideen ved å prøve meg fram i Photoshop. Jeg ønsket å bruke monstera-blader fordi denne planten var en trend på 70-tallet og i dag (Lieber, 2018) og fargen "Living Coral" siden Pantone har erklært den som årets farge. Begge deler ser man i kladden til høyre. Andre elementer jeg bruker som jeg har observert er trendy: Kombo av tegning og foto, grafiske elementer bak motiv og åpen komposisjon. Eksempler på andres arbeid med samme virkemidler på neste side.

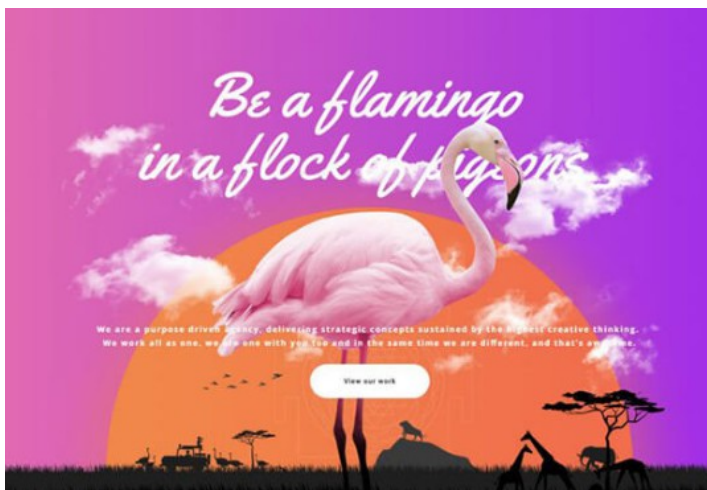




(Forsgren, 2019)



(Katro, 2017)



(Brandaffair.ro, u.å.)

Produksjonsprosessen

Ettersom det skal være en plakat som henger i vinduet på butikken er A3 en passende størrelse. Fordi plakaten skal printes setter jeg den til 300 dpi. Det er en fordel å produsere i CMYK når produktet skal printes. Jeg ville vanligvis valgt CMYK, men fordi min PC er gammel ble jeg anbefalt av en lærer å produsere i RGB for bedre flyt i programvare.

Jeg begynte å klippe ut bananpalmeblader satte inn i plakaten. Bildene fotograferte jeg selv. Ved alle utklipp passet jeg på å gi en myk kant ved å øke smooth og feather.



Bananbladene ble plassert rundt omkring for å skape følelse av en overflod av bananpalmer. Deretter klippet jeg ut "Guds arm" fra Michelangelo's "Adams Skapelse" fra det sixtinske kapell. Fordi opphavsretten bortfaller når opprinnelig rettighetshaver har vært død i 70 år, er bildet offentlig eiendom. Det betyr at jeg kan bruke det til mitt tenkte formål uten å kjøpe rettigheter. I EU gjelder også foto av kunstverk der bildet ikke er tydelig forandret (Intellectual Property Office, 2014, s. 3).





Fordi bakgrunnen og forgrunnen hadde liten kontrast endret jeg bakgrunnsfarge. Jeg benyttet en tilnærmet rødfarge fordi det gir en komplementær kontrast til grønn. (Erichsen, 2006, s. 517-518).

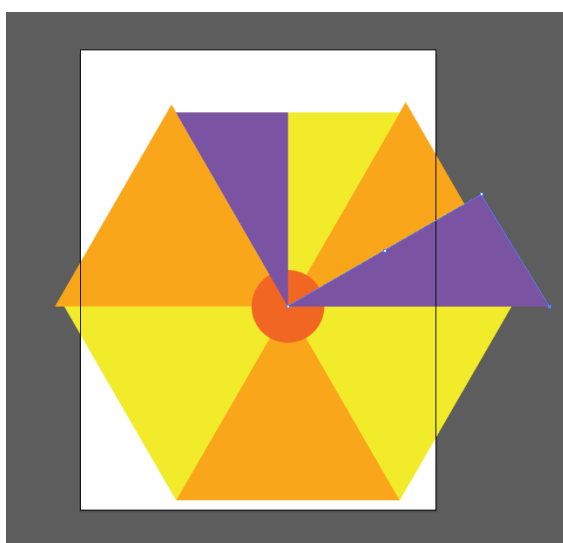
Jeg satte inn stand-in-hånd med is, endret plasseringen av bananbladene og plasserte hendene i det gylne snitt. Teksten ble plassert i nedre del av det gylne snitt, mens hendene møter ved det øvre. Siden antikken har det gylne snitt vært brukt i komposisjon av bilder og arkitektur. Det er en harmonisk måte å sette opp bilder på (Det gylne snitt, u.å.).

Etter dette begynte jeg å få feilmeldinger på .psd-filen fordi jeg hadde mange lag i smart object. Dette ble løst ved å sette inn lagene på nytt, men som normale lag, og slette alle bildelagene som ikke var i bruk.

På grunn av feilmeldinger satte jeg inn noen lag på nytt. Da fikk jeg se plakaten med færre blader. Dette gav en en bedre fargefordeling etter 60-30-10-prinsippet (Tigercolor, u.å.). Derfor flyttet jeg på bladene.

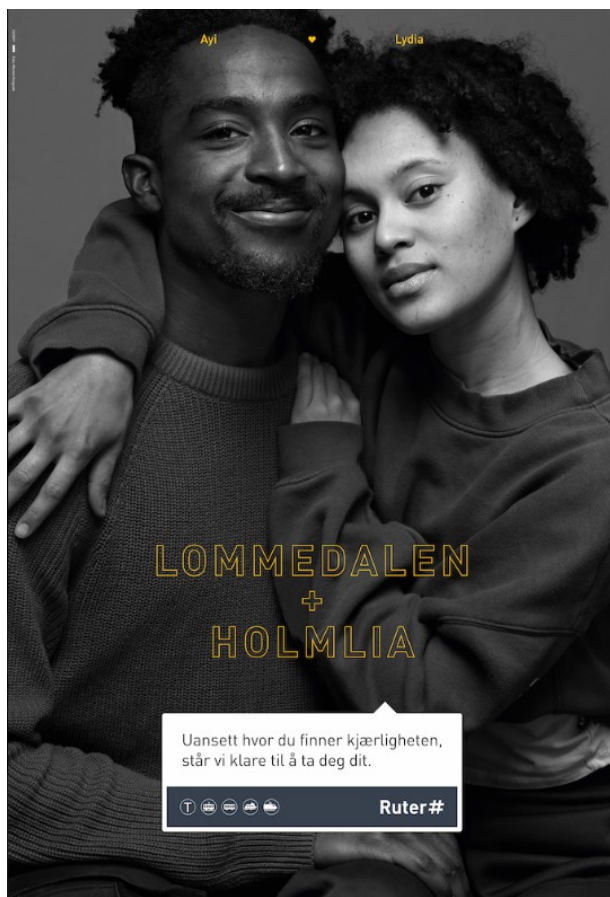
Begynte å revurdere bakgrunnen fordi plakaten manglet 70-tallsvibbe. Den har til nå vært grønn og rød. 70-tallet var preget av geometriske former og tykke striper, forsøkte derfor å lage solskinn med dette som inspirasjon. Brukte oransje som var mer egnet i fargepaletten. Grønt, oransje og brunt huskes best som 70-tallsfarger her i Norge (1970-tallshuset, u.å.). Jeg ønsket også en ramme i plakaten med hensikt å skape en 3D-følelse.

Flyttet også rundt på bladene igjen for å følge det gylne snitt mer. Justerte også nyansen på bladene etter fargepaletten for å gi en mer rustikk og "vintage" følelse.





Med de nye bladene som ramme i bildet, så bildet rotete ut. Derfor valgte jeg å benytte meg av en moderne trend fremfor en 70-tallstrend som bakgrunn. Nemlig gradient (Reid, 2018). I gradienten valgte jeg oransje for å fortsatt få inn 70-tallet mot gulfargen jeg bruker i fonten.



Dersom man søker "seventies typography" på Google bildesøk, får man opp mange eksempler på tykke fonter med kurver. Det var en slik font jeg var ute etter, som vist i bildetankekartet. Den opprinnelige fonten "Skin and Bones" (bildet over) passet godt fordi fonten er i 70-tallsstil. En maken ble brukt på forsiden av 1979-boken "Magnificent Macramé". Den ligner også på en fonttrend som er i vinden i dag, nemlig font som viser ytterlinjene (Stan, 2018). Dette kan man også se på ruter sine reklameplakater som sier "Uansett hvor du finner kjærligheten, står vi klare for å ta deg dit." (Kreativt Forum, u.å.).

Den nye fonten heter "The Brandy". Fordelen med denne over "Skin and Bones" er den kan legges lagvis med flere farger fordi den er "tett". Hensikten med dette er å skape både en regnbue- og 3D-effekt, noe man kan observere i flere grafiske designelementer fra 70-tallet (Gable, 2007). Jeg benyttet farger fra fargepaletten. Gult, oransje og brunt passet best fordi fargene har en naturlig overgang til hverandre, dessuten var det allerede mye grønt i plakaten, men ikke så mye brunt.



Teksten "prøv du også" fikk skygge og en gjennomsiktig tynn stroke i grønn for å øke kontrasten til bakgrunnen for leselighet.

Et gjenstående og viktig element er hånden med isen. Jeg satte av en formiddag med naturlig dagslys. Iskulene ble valgt etter fargepaletten, og siden bananer er gult, og isen er kjent for å være laget av bananer, var gul et naturlig valg. Brun ble valgt fordi det er fargen til sjokolade. I sjokolade finnes det stoffer som ligner på dopamin. Dopamin er det hjernen produserer som belønning, og dette at vi føler oss bra. Når vi ser sjokolade blir vi minnet på følelsen vi får av sjokolade, som ligner på den dopamin gir oss (Kristiansen, 2019). Isen i plakaten skal vekke en lignende følelse.

Deretter gjenstod det å klippe inn den nye hånda, og justere kontrastene. Etter dette var det finjustering av kantene til alle objektene, og skyggelegge bladene. Sjekket at plakaten har kontrast som fargeblinde kan se. Endret gradient i henhold til fargepaletten: Brunt mot oransje. Helt til slutt endret jeg teksten. For ryddighet sørget jeg for at de typografiske elementene utenom logotittelen hadde lik bredde. Fordi det nederste tekstelementet ikke var bredt nok, brukte jeg en boks for å gi bredde og opprettholde grid.

Elementer jeg valgte bort



Stjernen bak isen var ment for å få en tegneeffekt som er trendy nå (Pavlova, 2019). Valgte den bort fordi den fjernet noe av kontrasten til isen, og var ikke i stil med resten av plakaten.

Fjerner tekst for å forenkle budskap og at setningene ikke konkurrerer om oppmerksomheten.

Ettersom målgruppen er folk som er opptatt av veganisme, endres fokus mot dette. Fjerner tema om bærekraft siden bananer blir betraktet som miljøverstering på grunn av reisevei (Holmberg, 2018), selv om andre igjen argumenterer mot (Eriksen, 2019). For å unngå forvirringen unngår plakaten temaet.



"De er de beste ingrediensene når butikken ikke vil ha dem". Hvorfor vil nye kunder spise det når ikke butikken vil selge det? Fokus på vegansk og organisk da dette er allment akseptert.

Hadde hele veien hatt i tankene å inkludere monsterablader, fordi planten Monstera Tanken å inkludere flere planter var å skape en vegetasjonsvariasjon som symboliserer variasjonen i kaféen som er mer enn bare bananer, men også noe trendy. Valgte likevel vekk monsterabladene siden bananbladene allerede skapte flere linjer i bildet, og monsterabladene med sin fasong gjorde at det så rotete ut. Det samme gjorde rammen i bildet.

Resultat



Symbolikk

Det er flere symboler i plakaten som kobles til hverandre.

Blikkfanget er utklippet av "Adams Skapelse" malt av Michelangelo. Dette er et motiv de fleste kjenner igjen. Det skal gi budskapet om at isen er et fullkomment verk. I Michelangelo's maleri gir Gud liv til Adam. Parallellen er kafeen gir nytt liv ved at bananene går "fra søppel til dessert", eller mer delikat formulert – "blir gjort til gull fra gråstein". Dette understrekes ved teksten "Gir liv til din dessert". Dersom noen leser retningen i bildemotivet fra venstre til høyre, forteller det at isen er så bra Gud vil ha den.

Skapelsen knyttes til Edens hage – et fullkomment paradys. Utopi og harmoni er synonymer på paradys (synonymordboka.no, u.å.). Isen er en del av paradiset, og du som kunde kan få smake den og få en smak av fullkommenhet og utopi. Paradiset kan også knyttes til et tropisk paradys, et perfekt sted for en god is.

"Banan" er tittel for å tydelig informere kafeens hovedingrediens. Etterfølgeren "Gir liv til din dessert" viser den positive forskjellen bananene gjør.

"Veganske fristelser" peker tilbake på Edens hage der fristelser også var en tematikk. I motsetning til der, utgjør disse fristelsene en positiv endring for planeten vår ved å kutte matsvinn. "Kun naturlig innhold" er ment som informasjon, i tillegg legges ordet "naturlig" i underbevissthetsområdet til forbigående. I tillegg dekker ordet begrepet "naturlig innhold" at produktet er økologisk. Ikke-økologiske produkter er ikke naturlige på grunn av sprøytemidlene.

Avslutning

Jeg har fått til å lage en moderne plakat med elementer fra 70-tallet jeg er fornøyd med. Plakaten har en assymmetrisk balanse, med tekst i forgrunn, bananblader i mellomgrunn, og den oransje gradienten i bakgrunn. Diagonalen armene utformer skaper gir liv til bildet. Det gylne snitt er benyttet for flere elementer: B-en i "Banan" og Guds hånd er plassert i det gylne snitt, bladene følger spiralen det gylne snitt utformer.

Prinsippene "Less is more" og "Kill your darlings" har vært mye brukt underveis. Jeg ønsket å inkludere flere 70-tall- og 2019-elementer, men dette var detaljer som var mindre viktig enn budskapet. Å inkludere alt ville forhindre mottaker å forstå budskapet tydelig. Derfor holdt jeg meg til en palett og typografi inspirert fra 70-tallet.

Grønt, oransje og gult er sentrale farger i plakaten, alle farger som assosieres til 70-tallet. Jeg kunne ønske jeg hadde en klar fargepalett fra starten av, men hadde jeg stått fast ved den første paletten, hadde ikke plakaten hatt helhet. Tilpasning er viktig for et optimalt resultat.

Konklusjon

Problemstillingen lyder: *"Hvordan kan jeg lage en plakat med moderne designuttrykk kombinert med inspirasjon fra 70-tallet?"*

Nøkkelen er å finne fellestrekk mellom moderne design og design fra 70-tallet. Ved bruk av elementer som typografi og farger, har jeg laget en plakat med trekk fra 70-tallet uten at plakaten ser gammel ut.

Kildehenvisninger

Karina Kaupang Jørgensen. (2019, 6. november). Unngå banankrisa på kjøkkenet. *Norsk rikskringkasting [NRK]*. Hentet fra <https://www.nrk.no/livsstil/unnga-bananfella-pa-kjokkenet-1.14735371>

Stein Holmboe Erichsen. (2006). *Mediedesign* (3. utg.). Oslo: GAN Forlag.

Gult. (u.å.) *Store Norske Leksikon [SNL]*. Hentet 8. desember 2019 fra <https://snl.no/gult>

1970-tallshuset. (u.å.) *Maihaugen*. Hentet 8. desember 2019 fra <https://maihaugen.no/Opplev-Maihaugen/Friluftsmuseet/boligfeltet/1970-tallshuset>

Lyudmil Enchev. (2019, u.d.). Logo Design Trends 2020: A Blast of Colors and Shapes. *Graphicmama*. Hentet fra <https://graphicmama.com/blog/logo-design-trends-2020/>

Kaitlyn Berkheiser (2019, 2. september). Is Ice Cream Good For You? Nutrition Facts and More. *Healthline*. Hentet fra <https://www.healthline.com/nutrition/ice-cream>

American Heart Association (u.å.). Hentet 30. november 2019 fra <https://www.heart.org/en/healthy-living/healthy-eating/add-color/eat-more-color>

Tiger Color (u.å.). How many colors should you use in your designs. Hentet 01.02.2019 fra <https://www.tigercolor.com/color-lab/tips/tip-01.html>

Sarah Pruitt. (2018, 18. mars). How the Vietnam War Empowered the Hippie Movement. *History*. Hentet fra <https://www.history.com/news/vietnam-war-hippies-counter-culture>

Edgeir Benum. (2015, u.d.). Forurensing og naturvern. *Norgeshistorie.no*. Hentet fra <https://www.norgeshistorie.no/oljealder-og-overflod/teknologi-og-okonomi/1902-forurensning-og-naturvern.html>

Chavie Lieber. (2018, 6. Juni). How the Monstera Leaf Took Over Design. *Racked.com*. Hentet fra <https://www.racked.com/2018/6/6/17426290/monstera-leaf-trend>

Intellectual Property Office. (2014). *Copyright Notice: digital images, photographs and the internet*. (Copyright Notice Number: 1/2014). Hentet fra https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/481194/c-notice-201401.pdf

Det gylne snitt. (u.å.). *SNL*. Hentet 8. desember 2019 fra https://snl.no/det_gylne_snitt

Meg Reid. (2019, u.d.). The 10 most inspirational graphic design trends for 2019. *99designs*. Hentet fra <https://99designs.no/blog/trends/graphic-design-trends-2019/#duotones>

Andrea Stan. (2018, u.d.). 9 creative font trends for 2019. *99designs*. Hentet fra <https://99designs.no/blog/trends/font-trends-2019/>

Kreativt Forum. (u.å.). Grenseløs kjærlighet fra Ruter og SMFB. Hentet 8. desember 2019 fra <https://kreativtforum.no/arbeid/2019/03/grenselos-kjarlighet-fra-ruter-og-smfb>

Gene Gable. (2007, 15. August). Scanning Around With Gene: Part 1 of That '70s Type!. *Creative Pro*. Hentet fra <https://creativepro.com/scanning-around-gene-part-1-70s-type/>

Nina Kristiansen. (2019, 20. februar). Liker alle folk i hele verden sjokolade? *Forskning.no*. Hentet fra <https://ung.forskning.no/mat/liket-alle-folk-i-hele-verden-sjokolade/1295914>

Iveta Pavlova. (2019, u.d.). Graphic Design Trends 2020: Breaking the Rules. *Graphicmama*. Hentet 27. november 2019 fra <https://graphicmama.com/blog/graphic-design-trends-2020/>

Sara Berge Holmberg. (2018, 2. juli). Disse matvarene er miljøverstinger. *Godt.no*. Hentet 9. november fra <https://www.godt.no/artikkel/24384004/disse-matvarene-er-miljoeverstinger>

Inge Eriksen. (2019, 25. april). Slik spiser du klimavennlig. *Iform*. Hentet 9. november fra <https://iform.nu/sunn-livsstil/slik-spiser-du-klimavennlig>

Bilder i produkt

skapelsen

<https://www.thetimes.co.uk/article/michelangelos-sistine-chapel-up-close-but-impersonal-tqznbchd6>

Bilder i rapport

Lina Forsgren (2019, 9. september) Behind Closed Eyes. Hentet fra <https://www.behance.net/gallery/85233613/Behind-Closed-Eyes>

Vasjen Katro (2017, 18. november). Right. Hentet fra <https://www.behance.net/gallery/48113425/Baugasm-Series-Pack-4>

Brandaffair.ro (u.å.). Skjerm bilde tatt 10. desember 2019 på brandaffair.ro

Kreativt Forum. (u.å.). Grenseløs kjærlighet fra Ruter og SMFB. Hentet 8. desember 2019 fra <https://kreativtforum.no/arbeid/2019/03/grenselos-kjarlighet-fra-ruter-og-smfb>