

Datapunt 1D

Jochem Bakker
2153973
Stamgroep 1A
2024-25

Omvat:

- Campagneposter
- Infographic

Daar waar het begrijpen van Leerkuitkomsten (LUK's) word bewezen door middel van het behalen van Beoordelingscriteria (BC's) word dat met een sterretje (*) aangegeven, onderaan elke tweede pagina staat de bewezen BC uitgelegd.

Campagneposter

Na het kiezen van een onderwerp begon ik met het zoeken van inspiratie en het schetsen van ideeën. Wat mij opviel bij het bestuderen van verschillende campagneposters viel het gebruik van contrast mij op. Campagneposters gebruiken vaak sterk contrasterende kleuren om direct aandacht te trekken in een drukke omgeving*.

De boodschap die ik over wilde brengen was hoe de grote hoeveelheid AI-Gegenereerde foto's en illustraties die creatieve online ruimtes opvullen echte opkomende kunstenaars onderdrukken. Ik besloot dit over te brengen door middel van een brandend stuk papier met een kindertekening erop om te visualiseren hoe AI de nodige eerste creatieve stappen kan weerhouden door er geen ruimte voor te geven. Ik wilde een tekening gebruiken die eruit zag alsof hij door een kind was getekend, ik wilde inspelen op het Pathos principe binnen de Retorica door op mensen hun gevoel in te spelen**. Met deze ideeën had ik mijn foto gemaakt en kon ik beginnen in Photoshop.



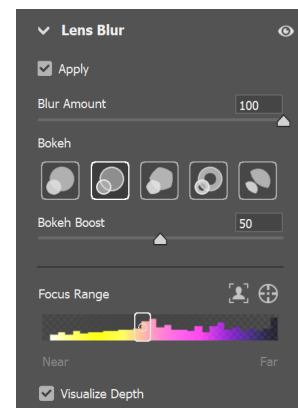
Originele foto



Bewerkte foto

In Photoshop kon ik de RAW-Foto importeren om vervolgens de foto te stileren door het feller en opvallender te maken. Ik werkte specifiek met het Light-menu om de schaduw puur zwart en de highlights van het papier puur wit te maken***, ik wilde maximaal contrast in de foto om de vlam (die ik later zou toevoegen) zo veel mogelijk te laten opvallen**. Ook werkte ik met het Lens Blur-menu om een ondiepe scherptediepte te geven, dit zorgt ervoor dat maar een klein stuk (alleen het papier) scherp is en de directe voor- en achtergrond wazig

zijn***. Dit deed ik om nog meer contrast te bouwen (in dit geval van scherpte/diepte) in de foto**.



Hierna was het tijd om aan de posterlementen zelf toe te voegen. Om de focus op menselijke kunst vast te houden zocht ik naar een lettertype dat deed denken aan een typemachine omdat dat mij direct een beeld opdoet van iemand die zijn creativiteit vrijlaat op een bladzijde.

Ik was geïnspireerd door een poster die ik door Arnhem zag die mensen wilt informeren over het risico van 21% btw op kunst (Bron 1). Het is een poster die

aandacht trekt door middel van grote tekst om vervolgens een blok tekst in kleiner lettertype te hebben voor geïntereseerden om je verder te kunnen laten informeren.

Na het toevoegen van tekst in de vorm van een tijdelijke slogan en een blok tekst die verder informeerde over de klimaatimpact van AI-Modellen. Ik voegde ook de vlam toe voor dramatisch effect en, zoals eerder genoemd, het bouwen van contrast met het vrijwel kleurloze papier en omgeving**. Ik heb een vlam asset op internet gezocht in de vorm van een Illustrator bestand zodat ik hem verder kon bewerken naar de vorm die ik nodig had (Bron 2). Om de vlam beter bij de foto te laten passen heb ik verschillende Blending Modes in Photoshop gebruikt, ik kwam uit bij de Screen Blending Mode, dit zorgde ervoor dat de achtergrond door de donkerdere delen van de vlam scheen***. Ook experimenteerde ik met de Add Noise Filter om de vlam een lichte ruis te geven zodat het beter bij de foto paste***.



Campagneposter v0.1



Campagneposter v0.1.2

De Slogantekst viel te weinig op naar mijn mening, dus ik besloot een ander lettertype te gebruiken die leek op geprinte labels. Deze stijl van imperfecte tekst hielp naar mijn mening meer met het idee indoen van mensen die werken aan kunst. Ook bracht ik de tekst een klein beetje naar beneden zodat de vlam over de Label heen ging, ik was van plan om later een brandplek toe te voegen aan de label op deze plek om nog een opvallend deel aan de poster toe te voegen om aandacht te trekken. Dit was de versie die ik meenam naar de Schouw om feedback te ontvangen.

De feedback (Bron 3) was vrij eensgezind en nuttig voor het verbeteren van het concept. Zoals verwacht was de huidige slogan ineffectief en te lang, dit gaf mij nog meer motivatie om dit deel te verbeteren. Ik merkte in persoon ook dat de poster te overweldigend was. De contrasterende foto en lap tekst vochten voor aandacht waardoor ze allebei niet goed werkten.

Ik wilde eerst werken aan de slogan, ik was er zelf niet blij mee en het gaf ook voor een te veel mensen een ander bericht dan ik wilde over brengen. Ik probeerde eerst de Hashtag die ik benoem in de footer bovenaan te zetten, maar dit was te onleesbaar en maakte de poster onduidelijk. Wel voegde ik hier het effect van de brandende label toe, waar ik wel blij mee was. Ik wilde hiermee inspelen op het Kairos-principe binnen de Retorica door het idee te geven dat de foto nog net op tijd

LUK 1.2: De student past onderbouwd aangereikte ontwerpprincipes toe in eigen ontwerp.

- ***BC 1.2.1:** Je benoemt ontwerpprincipes die je herkent in interactieve media en -producten om je heen.
- ****BC 1.2.2:** Je past grafische ontwerpprincipes toe om de boodschap effectief over te brengen.

LUK 1.3: De student verkent op een methodische manier verschillende aangereikte ontwerp tools om (onderdelen van) interactieve digitale producten te realiseren.

- *****BC 1.3.1:** Je laat zien dat je met verschillende ontwerp tools hebt geëxperimenteerd.



Slogan van v0.1.3

was genomen voordat het papier (een metafoor voor kinderlijke creativiteit) en de label wegbranden**.

Hierna kwam ik na wat brainstorming bij een slogan waar ik blij mee was. Ik voegde deze slogan toe en schreef een andere bodytekst die beter paste bij het bericht die ik origineel wilde overbrengen (het toevoegen van de klimaatboodschap zorgde voor een drukke en onoverzichtelijke poster met een onduidelijk doel (Bron 3)). Ik bewoog de tekst om verschillende balansen in de poster te brengen*** en belande ik op v0.1.4 waar ik vervolgens weer feedback op vroeg.



Campagneposter v0.1.4

Uit de feedback bleek dat de poster te saai was omdat alles gecentreerd stond en dat de tekst nog steeds te veel aandacht wegtrok van de foto (Bron 3). Dit was het punt dat ik besloot om de bodytekst volledig weg te halen omdat ik voldoende

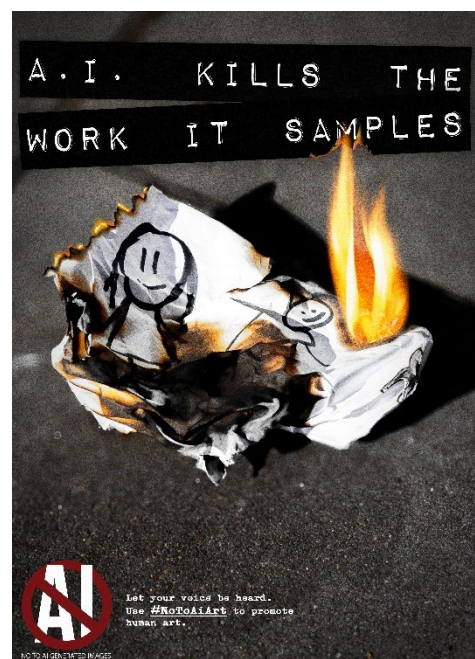


Campagneposter v0.1.5

vertrouwen had dat de foto en slogan voor zich konden spreken. Wel wilde ik de footer erin houden om mijn Call-To-Action in de vorm van een Hashtag te houden. Ik verkleinde de footer en zette hem links onderin om ervoor te zorgen dat de foto en slogan voor iedereen bovenaan de hiërarchie staan**.

Ik speelde verder met de Add Noise filter in Photoshop om een filmkorrel effect over de hele foto te leggen***. Dit maakte het makkelijker om de vlam beter met de foto

te blenden en gaf de hele poster een rauwer, imperfecter en daardoor menselijker gevoel in mijn mening. Ik splitte de tekst weer om de twee regels verschillende labels te maken zoals ze ook uit een labelprinter zouden komen en kwam hiermee uit op mijn uiteindelijke versie (v1.0.1).

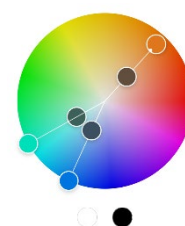


Campagneposter v1.0.1

Infographic

Mijn Infographic zou gaan over Milieu en Duurzaamheid. Hiervoor bestuurde ik de gegeven dataset en besloot ik te focussen op de hoeveelheid afvalproductie en energieverbruik dat gerecycled kon worden, in de stijl van een WWF-poster met een slogan die mensen aanzette om niet te stoppen omdat ze denken dat we al genoeg hadden gedaan. Ik wilde een boodschap overbrengen om nog steeds door te blijven werken aan toekomstige klimaatplannen omdat we op het goede pad zitten.

Ik was een stuk minder bekend met Illustrator dan ik was met Photoshop, dus simpele ideeën duurde een stuk langer om te executeren. Ik gebruikte veel de Adobe Forums om antwoorden te zoeken op vragen die ik had over de tools (Bron 4). Ik zocht online naar andere Infographics en zag dat veel ervan zich houden aan een strikt kleurenpalet*. Ik begon daarom met het creëren van een kleuren palet met behulp van Adobe Color (Bron 5).



In Illustrator begon ik met experimenteren met de tools. Mijn idee was om een aarde aan de onderkant van de poster te maken waar grote fabrieken opstonden die rook in de lucht pompten, in deze rook stond vervolgens de informatie die ik wilde verwerken. Ik gebruikte de Circle en Line tools om de vormen te maken***, na het verwerken van mijn kleurenpalet kwam ik uit op een basis waar ik blij mee was.



Infographic v0.1.1

Hierna gebruikte ik de Circle tool om vele cirkels toe te voegen om de rook te maken. Ik vond de grote hoeveelheid vormen onoverzichtelijk in het menu, dus ik heb de Adobe forums geraadpleegd (Bron 4) om op te zoeken hoe ik vormen kon versimpelen. Ik leerde dat dit kon met het Pathfinder menu, waarin ik verschillende overlappende vormen kon samenvoegen tot 1 vorm***. Dit maakte mijn lagen overzichtelijker en makkelijker om in te werken.



Infographic v0.1.2

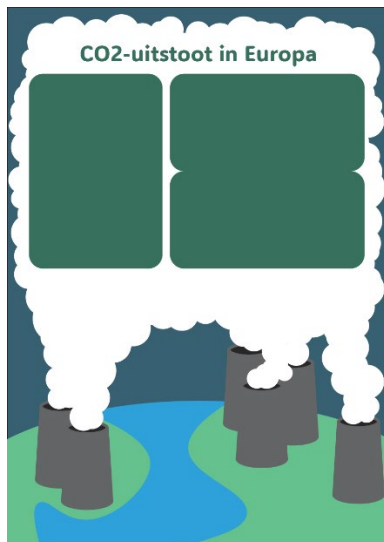
Hierna wilde ik focussen op het verwerken van de data. Ik begon met uitlijnen van vormen waar ik de data wilde hebben. Ik gebruikte eerst de Pen tool om rechthoeken het afgeronde hoeken te maken. Dit werkte minder goed dan ik hoopte, en ik zocht online naar andere manieren. Op de Adobe Forums (Bron 4)

LUK 1.2: De student past onderbouwd aangereikte ontwerpprincipes toe in eigen ontwerp.

- ***BC 1.2.1:** Je benoemt ontwerpprincipes die je herkent in interactieve media en -producten om je heen.
- ****BC 1.2.2:** Je past grafische ontwerpprincipes toe om de boodschap effectief over te brengen.

LUK 1.3: De student verkent op een methodische manier verschillende aangereikte ontwerp tools om (onderdelen van) interactieve digitale producten te realiseren.

- *****BC 1.3.1:** Je laat zien dat je met verschillende ontwerp tools hebt geëxperimenteerd.



Infographic v0.1.3

leerde ik dat de Rectangle tool dit van zichzelf al kon, dus ik gebruikte deze tool om vlakken te maken waar ik informatie op kwijt wilde***.

Ik maakte drie vlakken waarvan twee gekoppeld waren. Ik wilde het linker vlak op zichzelf aandacht laten trekken terwijl de rechter twee bij elkaar moesten vallen in de hiërarchie van de poster**.

Om de data te verwerken wilde ik cirkels toevoegen met de vlaggen van de landen in de Dataset erin.

Vervolgens wilde ik een deel van de vlag kleurrijker maken om te visualiseren hoeveel procent van afval/energie recyclebaar of hernieuwbaar is. Ik gebruikte weer de Circle tool om cirkels met

verschillende groottes te maken. Ik wilde deze vrij over de vlakken verdelen, en na een snelle zoektocht op de Adobe Forums (Bron 4) leerde ik over het Align menu die hiervoor is gemaakt***. Ik vond ik het menu een Clipping Mask optie. Ik herkende deze benaming van Photoshop en het deed precies wat ik verwachtte: Een bepaalde vorm limiteren tot een andere vorm die erboven ligt. Ik had dit al gebruikt om de stukken land op de aardbol te maken, en besloot het nu te gebruiken om de vlaggen van de landen in de cirkels te zetten. Tussen v0.1.4 en v0.1.5 voegde ik ook het WWF-logo toe (Bron 7) en een slogan om mijn boodschap duidelijk te maken. Ik besloot om niet verder te twijfelen over de lay-out van de Poster en voegde de rest van de dataset toe.



Infographic v0.1.5

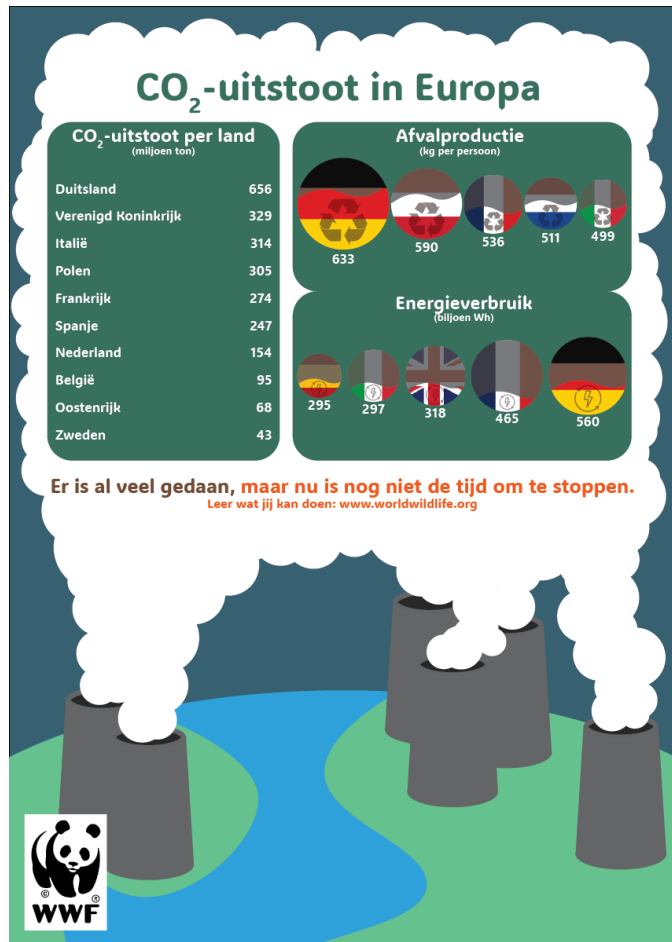


Infographic v0.1.7

Na het toevoegen van alle data creëerde ik het kleurverschil in de vlaggen met behulp van een vorm gemaakt met de Pen tool en de Blending Modes in Illustrator, waar ik uitkwam op de *Luminosity* modus, waar de vorm licht van de kleuren zou weghalen waar de vorm de vlag overlapte. Bij Afvalproductie gebruikte ik het bekende Recycle icoon omdat het internationaal bekend is. Voor de hernieuwbare energie gebruikte ik het recycle icoon om een bliksemschicht te maken met pijlen er omheen als icoon voor hernieuwbare energie. Ik gebruikte deze versie (v0.1.7) om feedback te verzamelen.

Uit de feedback (Bron 6) kwam dat de poster weinig dynamiek had en ongemakkelijk te lezen was omdat beide secties in de rechterzijde van links naar rechts lezen. Ze liepen dus slecht in elkaar over. Om dit op te lossen zette ik de Energiegebruik cirkels van rechts naar links om een mooi ritme tussen beide secties in te brengen**.

Hiermee kwam ik uit op mijn uiteindelijke versie (v0.1.8).



Infographic v0.1.8

LUK 1.2: De student past onderbouwd aangereikte ontwerpprincipes toe in eigen ontwerp.

- ***BC 1.2.1:** Je benoemt ontwerpprincipes die je herkent in interactieve media en -producten om je heen.
- ****BC 1.2.2:** Je past grafische ontwerpprincipes toe om de boodschap effectief over te brengen.

LUK 1.3: De student verkent op een methodische manier verschillende aangereikte ontwerp tools om (onderdelen van) interactieve digitale producten te realiseren.

- *****BC 1.3.1:** Je laat zien dat je met verschillende ontwerp tools hebt geëxperimenteerd.

Bronvermelding

	Bronbeschrijving	Samenvatting
Bron 1	21% <i>BTW op kunst</i> poster in Arnhem	Inspiratie posterdesign
Bron 2	www.freepik.com	Vectoren van vlammen en brandend papier
Bron 3	Persoonlijke feedback Campagneposter	v0.1.2: Bart, Mehri, Sander, Nynke & Violet v0.1.4: Bart, Maarten
Bron 4	community.adobe.com	Leren over tools en obstakels met Illustrator overkomen
Bron 5	color.adobe.com	Genereren van een kleurenpalet voor Infographic
Bron 6	Persoonlijke feedback Infographic	v0.1.5: Martijn Bakker, Imke Bakker, Leonie van Bentum
Bron 7	www.brandsoftheworld.com	WWF Logo SVG