

Datapunt 1E

Jochem Bakker
2153973
Stamgroep 1A
2024-25

Omvat:

- Keuzes van eerder gemaakte producten
- Vrije opdracht
- Terugblik op Cursus 1

Bijhorende Leeruitkomsten:

LUK 1.1 De student heeft inzichtelijk gemaakt dat zij bewust is van de interactieve media en -producten om zich heen en heeft een beeld van waar ze staat binnen het CMD-vakgebied en waar ze naar toe wil.

- **BC 1.1.1** Je identificeert interactieve media en -producten en begrijpt welke rol zij spelen in je dagelijks leven.
- **BC 1.1.2** Je geeft weer waar je je bevindt ten opzichte van het CMD-vakgebied en in welke richting je je wil ontwikkelen.

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

- **BC 1.2.2** Je past grafische ontwerpprincipes toe om de boodschap effectief over te brengen.

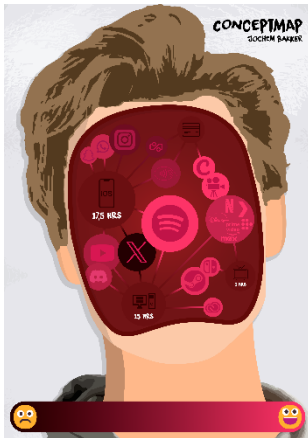
LUK 1.3 De student verkent op een methodische manier verschillende aangereikte ontwerptools om (onderdelen van) interactieve digitale producten te realiseren.

- **BC 1.3.1** Je laat zien dat je met verschillende ontwerptools hebt geëxperimenteerd.
- **BC 1.3.2** Je laat zien welke ontwerptools je het best kunt inzetten voor welke ontwerpactiviteit.

Daar waar het begrip van Leeruitkomsten (LUK's) wordt bewezen door middel van het behalen van Beoordelingscriteria (BC's) wordt de BC aangegeven tussen haakjes.

Keuzes van eerdere producten

1. Conceptmap (uit Datapunt 1A)



Tijdens de eerste opdracht moesten we met behulp van een conceptmap ons mediagebruik visualiseren. Het hielp mij om snel aan het begin bewust te worden van de hoeveelheid en het belang van interactieve mediaproducten om mij heen. Ik begon met deze eerste poster in Photoshop, maar heb het daarna verplaatst naar Illustrator. Het werk bestond uit Vectorvormen en Illustrator is een betere toepassing om met Vectoren te werken (BC 1.3.2). Dit programma was nieuw voor mij en deze eerste opdracht hielp als een oefening om bekend te worden ermee.

2. Campagneposter (uit Datapunt 1D)

In opdracht 1D moesten wij een poster creëren om een door ons gekozen boodschap over te brengen. Deze opdracht bracht mij de inspiratie om een filmposter als vrije opdracht te maken. Deze opdracht hielp met mij comfortabeler maken met Photoshop, een programma waar ik al bekend mee was maar waar ik nog niet geavanceerd mee kon werken.



Vrije opdracht

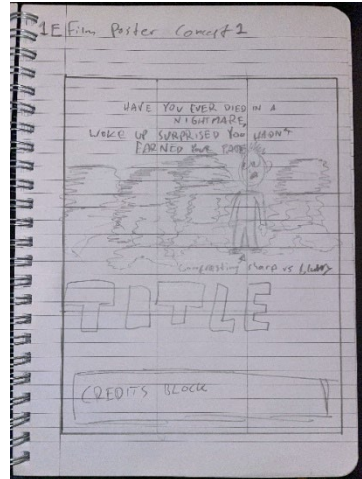
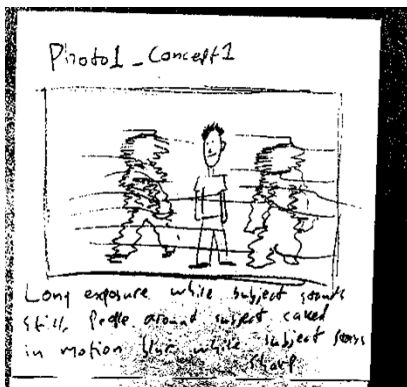
Voor mijn vrije opdracht ben ik een filmposter gaan maken. Ik wilde proberen om te kijken of ik een thema een toon van een film kon overbrengen met behulp van de grafische ontwerpprincipes die ik heb geleerd in Cursus 1. Ik wilde verder gaan op het idee van de Campagneposter. Waar we daar een boodschap over de wereld wilde overbrengen moet een filmposter een verhaal adverteren die een boodschap overbrengt. Het moet mensen hun aandacht trekken en duidelijk maken wat de thema's en toon van de film zullen zijn terwijl het nog steeds antwoorden weghoudt die de film vervolgens zal antwoorden.

Inspiratie



Uit mijn inspiratiebronnen waren er veel doorlopende lijnen te vinden. Eén ontwerp principe die ik later zou gebruiken was een **sterk contrast om de karakters te laten opvallen tegenover hun achtergrond**. Meer voorbeelden waar ik inspiratie heb verwerkt zullen door de rest van het verslag worden genoemd.

Schetsen



Ik ging een poster maken voor een hypothetische film, ik had geen boodschap waar ik aan vast zat, dus tijdens het schetsen kon ik nadenken over wat ik wilde overbrengen. Ik koos uiteindelijk voor een foto van een karakter die als enige scherp is in een wazige menigte. Ik wilde een idee overbrengen van een karakter die hun plek in de wereld niet kon vinden, een karakter die voelt alsof ze simpelweg met de stroming mee drijft en die meer wilde vinden. Ik besloot voor deze boodschap te gaan omdat het een bekend, clichéd verhaal was dat op veel manieren kan worden overgebracht. Dit gaf mij dus veel vrijheid in hoe ik het zou visualiseren.

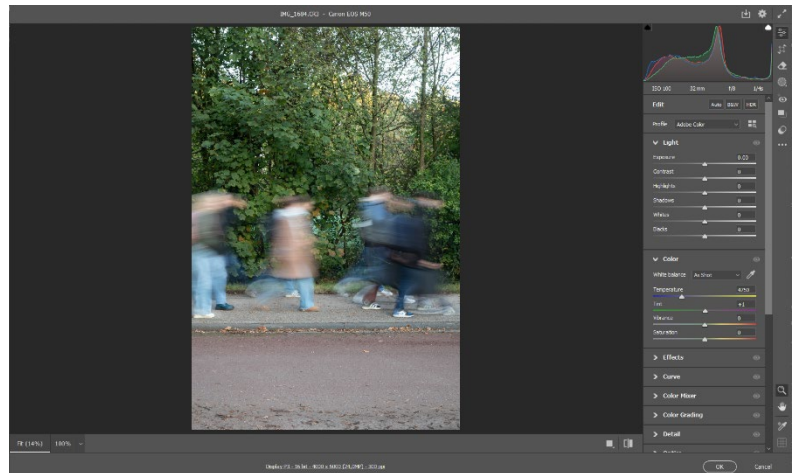
Foto

Ik heb Sander Bol (klas 1A) gevraagd om mijn model te zijn, op de weg van Station Presikhaaf naar de HAN foto's gaan maken om in mijn poster te gebruiken.



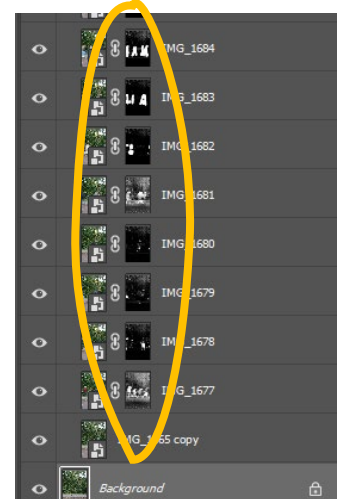
Ik maakte scherpe foto's van Sander (waar ik er later één van zou gebruiken) en vele lange sluitertijdfoto's van de menigte die langsliep.

Ik gebruikte Photoshop om alle foto's samen te voegen omdat het is gemaakt voor pixelbewerkingen als dit (BC 1.3.2). De foto's waren in RAW-formaat, dus ik gebruikte de Camera Raw functie van Photoshop om de kleuren tussen alle foto's gelijk te krijgen (BC 1.3.1).



Nadat ik alle foto's in hetzelfde document had gebruikt ik de **Mask-optie** om de menigte apart te krijgen van de achtergrond. Hierdoor kon ik alle foto's over elkaar leggen om één grote waas van mensen te maken (BC 1.3.1).

Ik voegde Sander nog toe tussen de menigte op dezelfde manier.



Posterdesign

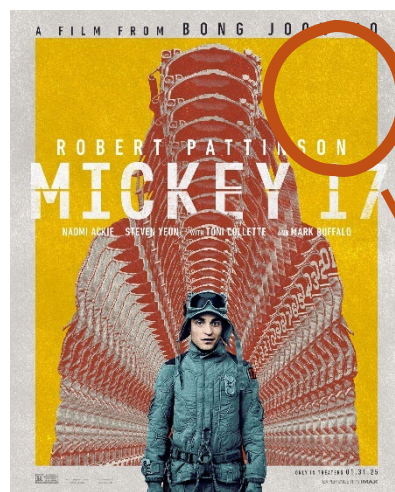
Het designprincipe dat centraal staat is contrast. Ik gebruik een **contrast** tussen wazig en scherp om een karakter op te laten vallen in een menigte. Ook gebruikte ik de **Rule of Thirds** door mijn karakter op het snijpunt tussen de getoonde lijnen te zetten, hierdoor voelt de poster dynamischer en fijner om naar te kijken (BC 1.2.2).

De **wet van nabijheid** binnen de Gestalt zorgt ervoor dat op een oogopslag zichtbaar is welke tekst bij elkaar hoort; de twee zinnen aan de bovenkant vormen bijvoorbeeld samen een tagline door hun nabijheid (BC 1.2.2).

Binnen de Semiotiek maakt een filmposter vaak gebruik van vele **symbolen** die herkenbaar zullen zijn voor mensen binnen de kunstvorm. Een voorbeeld hiervan is de leeftijdsbeoordeling in de hoek van de poster (Bron 7). Ik maakte gebruik van het Amerikaanse systeem, dus voor Amerikanen zou het herkenbaar zijn als idee voor hoe geschikt de film zou zijn voor hun kinderen.

Binnen de Retorica speel ik in op de pathos; je niet op je plek voelen is iets wat bijna iedereen wel een keer meemaakt en ik probeer mensen over te halen de film te ervaren door in te spelen op dit diepe menselijke gevoel.

Ik wilde de **wet van ingeslotenheid** binnen de Gestalt gebruiken om een nog sterker gevoel te geven dat het karakter vast zat en los moest breken. Ik wilde het kader een sterk contrasterende kleur geven en sinds de foto voornamelijk groen was had ik het kader oranje gemaakt. Ik haalde nog meer inspiratie van de poster voor *Mickey 17* om het kader een **ruwe textuur** te geven (Bron 1), deze soort van imperfectie in de vormgeving laat de poster menselijker voelen omdat we een gevoel kunnen koppelen aan een textuur waar we dat met een vlakke kleur niet kunnen.

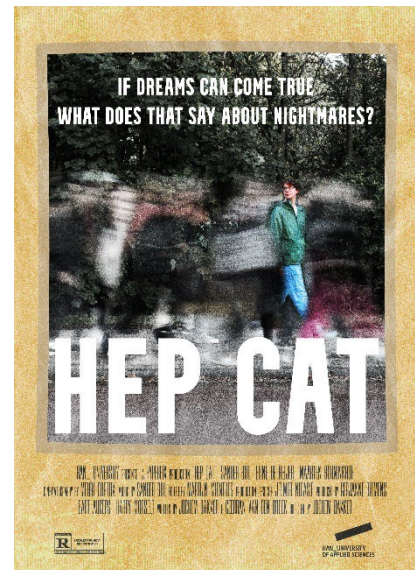


Filmposter v0.1.0



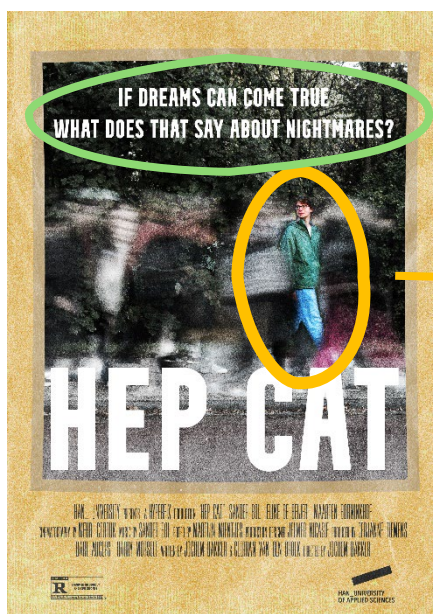
Filmposter v0.2.0

Deze versie deed mij denken aan een kijkdoos. Ik wilde doorgaan op dit idee, alsof we het leven van dit karakter die zijn plek moet vinden in gluren op een moment dat hij een belangrijk besluit maakt, gevisualiseerd door hoe hij contrasteert met zijn omgeving. Ik gaf het kader een minder verzadigde kleur om het een beter kartoneffect te geven. Ook heb ik online een foto van gekreukeld papier gezocht (Bron 2) die ik kon gebruiken met de Overlay Blending Mode in Photoshop om een subtiel gekreukeld effect te geven, weer om een imperfecter, menselijker gevoel te geven zodat mensen zich zichtbaar bij het ontwerp voelen.

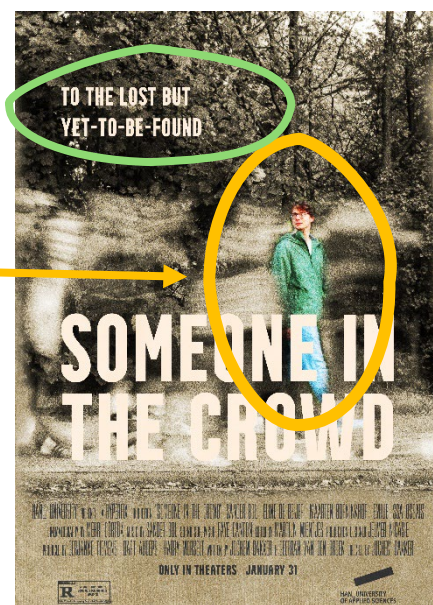


Filmposter v0.2.1

Ik heb op v0.2.1 feedback gevraagd (Bron 3). Harry benoemde dat tijdens het verwerken van het kijkdoosconcept het karakter was weggefallen door hoe klein hij was geworden op het design. De verdeling van schaal in v0.1.0 werkte beter om het karakter te laten opvallen naar de kijker. Maarten en Emilie merkte op dat het kader meer aandacht naar zich toe trok dan het afduwde naar het karakter. Met deze twee feedbackpunten had ik door dat het kijkdoosconcept niet werkte en heb ik het veranderd naar een print op een kartonnen achtergrond. Ik probeerde hier verschillende Blending Modes binnen Photoshop en kwam uit op de Hard Light mode om de foto op de kartonnen achtergrond te “branden” (BC 1.3.1). De kartonnen textuur en ruis behielden het ruwe, menselijke gevoel waar ik voor ging maar het weghalen van het kader zorgde ervoor dat het karakter weer het meeste opviel (BC 1.2.2). Mehri benoemde dat de tekst allemaal gecentreerd was en daardoor vermoeiend om allemaal te lezen. Hierom had ik de tagline links uitgelijnd in de nieuwe versie.



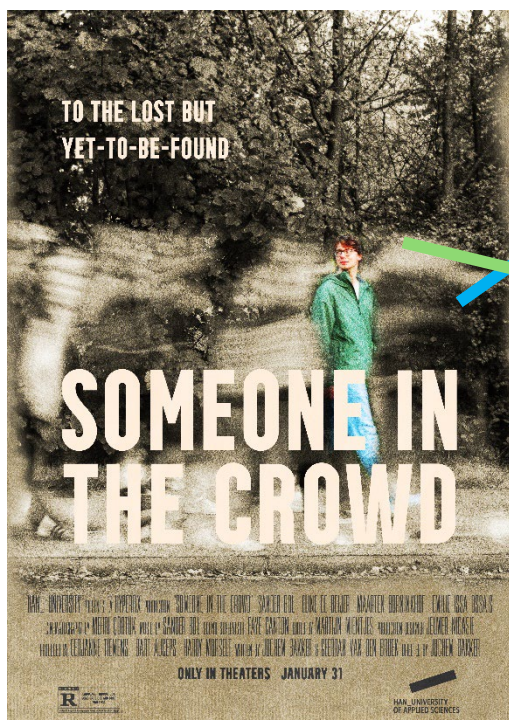
Filmposter v0.2.1



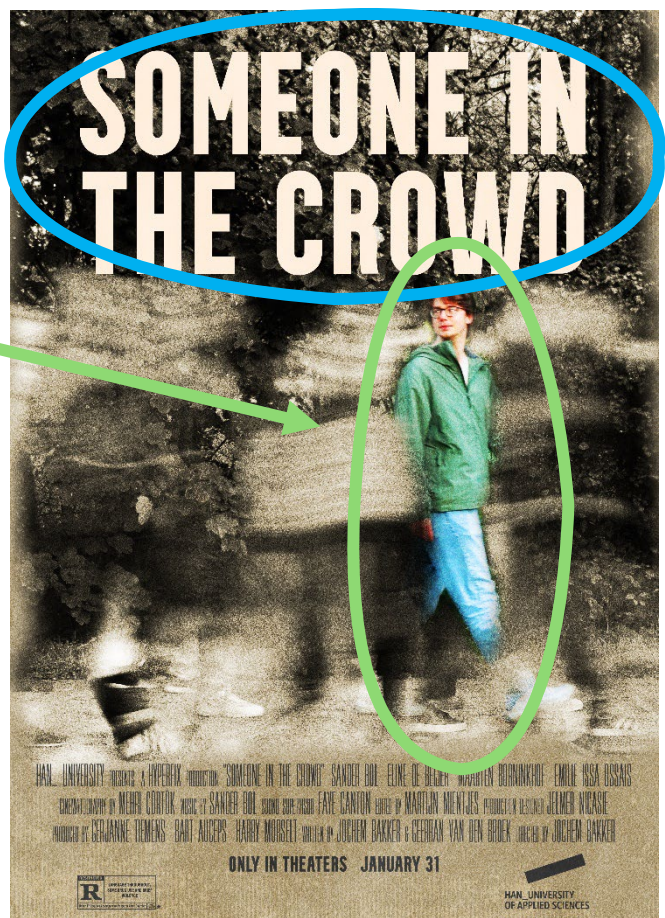
Filmposter v0.3.0

Tot v0.3.0 waren de titel en tagline nog placeholders, ik ben uiteindelijk voor “Someone in the Crowd” gegaan. Dit is een quote uit de musical *La La Land*, waar het verwijst naar het ontmoeten van iemand anders “in the crowd” (Bron 8). Samen met de tagline “To the lost but yet-to-be-found”, een speling op een lyric in de musical: *If you’re the someone ready to be found*, wilde ik een beeld schetsen van iemand vast in een menigte die zoekt op een manier om meer dan iemand in de menigte te zijn.

Als feedback op deze versie kreeg ik van Sander te horen dat de tagline meer stoorde dan het hielp (Bron 4). Ik haalde hem weg en verzette de titel naar boven en vond dat het een krachtigere boodschap gaf. Het karakter werd niet meer bedekt door de tekst. Het karakter voelde hierdoor meer in controle, alsof hij ervoor kiest om de monochrome stijl te verstoren (BC 1.2.2). Dit paste perfect bij de boodschap die ik wilde overbrengen. Ik kon hierdoor het karakter ook nog groter maken (hierarchie toepassen d.m.v. schaal) om hem nog beter centraal te zetten binnen het ontwerp (BC 1.2.2).

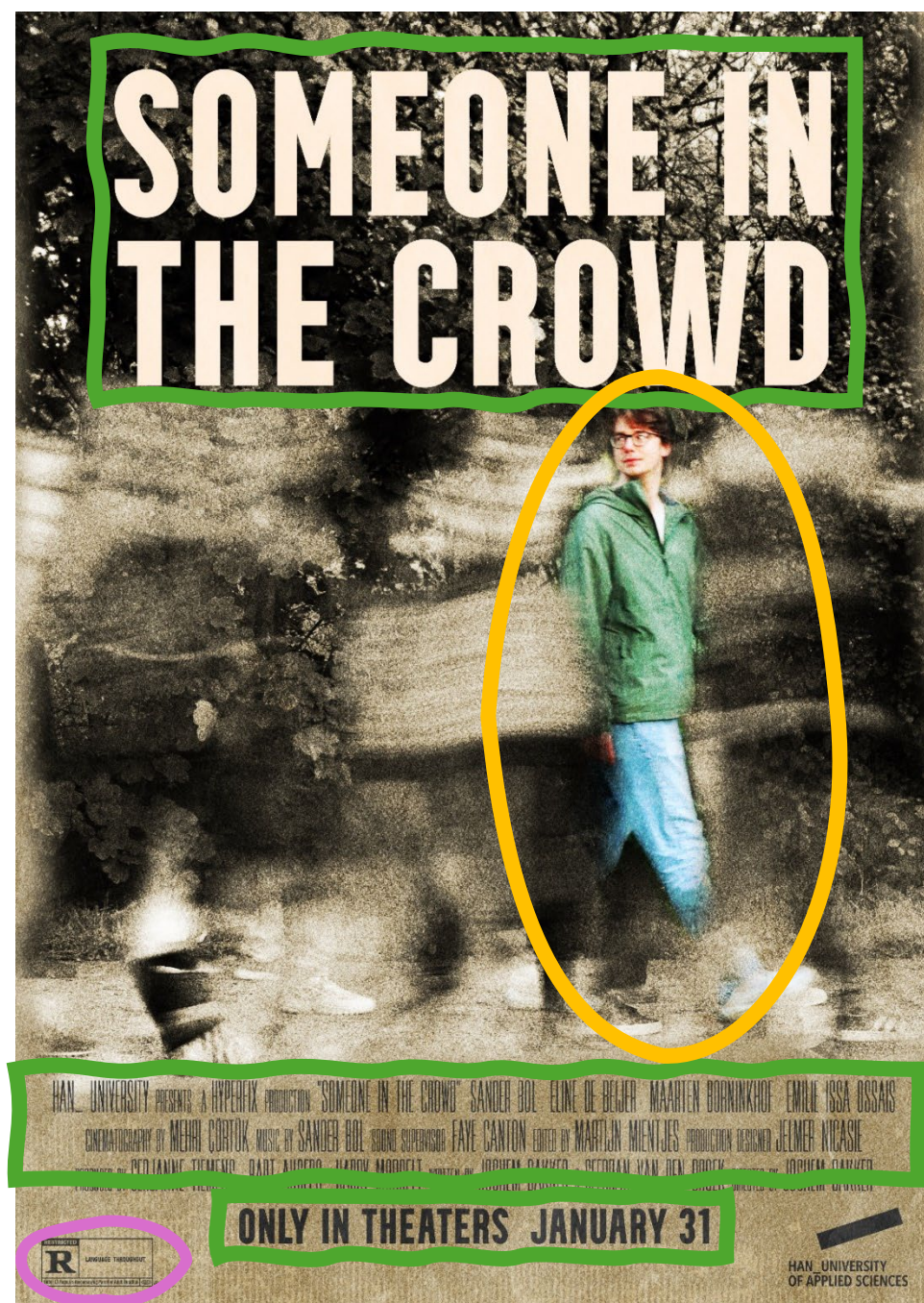


Filmposter v0.3.0



Filmposter v0.3.2

In de uiteindelijke versie (v1.0.0) zie je een kleurrijk, scherp karakter dat hoger in de hiërarchie staat door middel van een **contrast** tegen de monochrome, wazige achtergrond. Het anders zijn dan zijn achtergrond is een metafoor voor het vinden van je eigen persoonlijke stijl in de grote menigte mensen die je tegenkomt in je leven (BC 1.2.2). De **wet van nabijheid** binnen de Gestaltleer creëert een duidelijke scheiding tussen de titel, het creditsblok en de releasedatum waardoor de poster goed te overzien is, in een oogopslag snap je wat het belangrijkste is; de titel en het kleurrijke karakter (BC 1.2.2). De leeftijdsbeoordeling in de hoek is een **symbool binnen de semiotiek** die een Amerikaans publiek laat begrijpen wat de film kan bevatten wat schadelijk kan zijn voor een jonger publiek. De hele poster speelt in op de pathos binnen de Retorica door in te spelen op de emotionele staat door mensen te laten denken over waar ze staan in de wereld.



Filmposter v1.0.0

Terugblik op Cursus 1

Cursus 1 gaat over de basis van Grafische Designprincipes. Hierdoor is het pas een kleine proef van wat het CMD-vakgebied te bieden heeft. Zo heb ik bijvoorbeeld nog geen interactief product ontworpen, waardoor het usability aspect van design nog niet belangrijk is geweest, mijn ontwerpen uit Cursus 1 zijn puur vanuit een kunstperspectief gemaakt. Dit is de kant waar ik meer naartoe leun sinds mijn hobbies en interesses hier voornamelijk liggen. Kijkend naar de mogelijke beroepen die uit CMD kunnen komen spreekt Art Direction mij het meeste aan (BC 1.1.2). Ik zal dan ook in de volgende cursussen focus leggen op hoe ik de andere kant van dit vak ook kan leren zodat ik geen éézijdige ontwerpen ga maken (BC 1.1.2).

De Cursus heeft wel in beeld gebracht hoeveel ik met interactieve media omga in mijn dagelijkse leven. Het Mediadagboek was een goede opdracht om mee te beginnen omdat het mij forceerde om bewust te worden dat zo veel van ons leven afhangt van interactieve media. Apps als Spotify, NS, Snapchat en Instagram gebruik ik dagelijks, en een storing zou een groot obstakel in mijn dag zijn (BC 1.1.1). Ik ben nu bewust van apps die fijn of niet fijn zijn om mee te werken, en dit inspireert mij ook om me verder te verdiepen in het usability aspect in de volgende Cursussen.

Workshops

Workshop 1: Hoe werkt een camera?

Ik ben erg geïnteresseerd in film en fotografie en kom al redelijkerwijs onderweg met een camera, maar ik wil beter leren hoe ik handmatig kan spelen met de instellingen om het beeld te wijzigen. Ik ben blij genoeg met mijn foto's voor de Campagne- en filmposter maar heb toch het idee dat ze beter hadden kunnen zijn als ik beter wist wat ik in mijn handen had terwijl ik fotografeerde.

Workshop 2: Stop-motion

Dit komt ook uit mijn interesse in film. Stop-motion was mijn eerste manier waarop ik mezelf visueel uitte toen ik met Lego in de woonkamer verhalen zat te verzinnen. Ik ben altijd geïnteresseerd geweest in de animatiestijl en dit leek mij een perfect moment om er meer over te leren door het zelf te doen onder begeleiding van iemand die er veel over weet.

Bronnenlijst

Bron 1	Vintage Poster Texture
Bron 2	Crumpled Paper Texture
Bron 3	Mondelinge feedback op v0.2.1 van Harry Morselt, Mehri, Eline, Maarten, Sander en Emilie
Bron 4	Mondelinge feedback op v0.3.0 van Sander
Bron 5	Credit Block Font
Bron 6	Theater Font
Bron 7	MPAA "R" Rating Block
Bron 8	<i>La La Land</i> Screenplay