

# BILLEDKUNST

## *Grafisk design og kommunikation*

### PLAKATKUNST OG BUDSKABER

---



#### **Velkommen til School To Go og dagens undervisning!**

Dette er et forløb i faget "Billedkunst" i tre episoder, med de tre temaer om Grafisk design og kommunikation, nemlig: "Typografi og layout", "Logo og mærkeidentitet" og til sidst "Plakatkunst og budskaber". Der vil både være lytte-tekster og øvelser i episoderne.

#### **Introduktion**

Velkommen til en farverig og kreativ del af din billedkunstundervisning! Vi skal nu hoppe ind i den fascinerende verden af grafisk design og kommunikation, hvor vi særligt vil fokusere på plakatkunst og budskaber.

Plakater er overalt omkring os; de informerer os om begivenheder, reklamerer for produkter, og nogle gange forsøger de endda at overbevise os om vigtige budskaber. Men har du nogensinde stoppet op og tænkt over, hvad der gør en plakat virkelig fængende og effektiv? Hvordan kan et stykke papir med billeder og tekst få os til at stoppe op, kigge og tænke?

I denne del af undervisningen vil vi dykke ned i, hvordan man skaber effektfulde plakater. Det handler ikke bare om at gøre noget, der ser godt ud – det handler også om at kommunikere et budskab klart og kraftfuldt.

Vi vil udforske, hvordan grafiske designere bruger farver, former, billeder og tekst til at skabe plakater, der fanger vores opmærksomhed og får os til at tænke. For eksempel, vidste du, at visse farver kan få os til at føle bestemte følelser, eller at måden tekst er arrangeret på, kan gøre en stor forskel for, hvordan vi opfatter en besked?

Du vil også få chancen for at blive en plakatkunstner selv! Vi vil gå gennem processen med at designe din egen plakat fra start til slut. Du vil tænke over, hvad du vil sige, og hvordan du kan bruge designelementer til at sige det på den mest effektive måde. Vil du skabe en plakat for en skolefest, en oplysningskampagne om at redde miljøet, eller måske noget helt tredje? Det er op til dig!

Vi vil se på eksempler på berømte plakater fra historien og tale om, hvad der gjorde dem så mindeværdige. Vi vil også diskutere, hvordan plakater har ændret sig over tid og hvordan de fortsat påvirker den verden, vi lever i.

Så gør dig klar til at udforske, eksperimentere og udtrykke dig selv i den spændende verden af plakatkunst og visuel kommunikation. Det bliver en rejse fuld af farver, kreativitet og vigtige budskaber. Lad os begynde!

### **Mål for undervisningen:**

- Jeg skal kunne nævne de vigtige elementer i en plakat.
- Jeg skal kunne forklare, hvordan farver og billeder påvirker en plakats budskab.
- Jeg skal kunne bruge kontrast og layout til at lave en tydelig og forståelig plakat.
- Jeg skal kunne sammenligne forskellige plakater og identificere, hvilke designelementer der gør dem effektive.

## **Hvad er formålet med en plakat, og hvordan kan vi bruge visuelle elementer til at formidle et budskab effektivt?**

En plakat er som et stort kort, man hænger på en væg, som fortæller folk om noget vigtigt. Det kunne være en reklame for en ny film, en påmindelse om at vaske hænder, eller information om en skolefest. Formålet med en plakat er at få folks opmærksomhed og give dem vigtig information eller overbevise dem om at gøre noget - som at deltage i et event, købe noget, eller ændre en adfærd.

For at gøre dette effektivt bruger plakater visuelle elementer. Tænk på det som ingredienserne i din yndlingskage - hver del hjælper med at gøre det endelige resultat lækker. Her er nogle af de vigtigste visuelle elementer, og hvordan de hjælper en plakat med at formidle sit budskab:

**Farver:** Farver kan få folk til at føle forskellige ting. Rød kan gøre os ophidsede eller advare os om fare, mens blå kan få os til at føle os rolige. Ved at vælge de rigtige farver kan en plakat få os til at føle og tænke på bestemte måder. Designere bruger farver til at gøre plakaten tiltalende og til at fremhæve de vigtigste dele af deres besked.

**Billeder:** Billeder kan vise os ting, selv uden ord. Et billede af et træ kan fortælle os, at plakaten handler om natur eller miljøet. Et smilende ansigt kan gøre os glade og positive. Ved at vælge de rigtige billeder kan designere hurtigt fortælle os, hvad plakaten handler om og få os til at interessere os for deres budskab.

**Tekst:** Selvom billeder er kraftfulde, har vi også brug for tekst til at give specifik information, som datoer, steder, eller hvad vi skal gøre. Teksten skal være let at læse og tydelig. Designere tænker meget over, hvilken skrifttype de bruger, hvor stor teksten er, og hvor på plakaten den skal være, så folk nemt kan se og forstå den vigtigste information.

**Layout:** Layout handler om, hvor alt er placeret på plakaten. Ved at arrangere tekst og billeder på en klar og organiseret måde, kan designere guide vores øjne til at se på det vigtigste først og derefter lede os til resten af informationen. Dette hjælper med at sikre, at vi forstår plakatens budskab, så snart vi kigger på den.

Så når du ser på en plakat, tænk over de farver, billeder og ord, den bruger, og hvor alt er placeret. Disse elementer arbejder sammen for at fange din opmærksomhed og fortælle dig noget vigtigt. Og når du selv skal lave en plakat, kan du tænke på, hvilke elementer der bedst vil hjælpe dig med at dele din besked med andre.

## **Hvordan bruger man kontrast og farver i plakatkunst for at fange seerens opmærksomhed og fremhæve vigtige budskaber?**

Forestil dig, at du går ind i et rum fyldt med legetøj, men du leder kun efter din yndlings actionfigur, som er blå og rød. Hvis der er mange andre legetøj, der er grønne eller gule, vil din actionfigur skille sig ud, og du kan finde den hurtigere. Det er lidt sådan, kontrast og farver virker i plakatkunst.

Brugen af kontrast: Kontrast betyder, at vi sætter modsatte ting op ved siden af hinanden for at gøre dem mere iøjnefaldende. I plakatkunst kan dette betyde, at man bruger meget forskellige farver, som lys mod mørk, eller sætter en meget stor tekst ved siden af en lille tekst. Det gør det nemmere for øjnene at se forskelle og hjælper med at fremhæve vigtige dele af plakaten, som for eksempel hovedbudskabet eller event-datoen. Hvis en plakat for eksempel skal vise ordet "SALE" rigtig stort og klart, kan designeren beslutte at skrive "SALE" i hvid tekst på en sort baggrund, hvilket skaber en høj kontrast, så ordet popper ud og fanger din opmærksomhed.

Brugen af farver: Farver kan gøre en stor forskel i, hvordan vi opfatter noget, fordi forskellige farver kan få os til at føle forskellige ting. Rød kan gøre os spændte eller advare os om noget vigtigt, mens blå kan få os til at føle os rolige. Når plakatkunstnere vælger farver, tænker de på, hvad de vil have folk til at føle, og hvilke dele af plakaten de vil have folk til at lægge mærke til først.

For eksempel, hvis en plakat vil få dig til at føle dig energisk og glad, kunne den bruge lyse farver som gul eller orange. Hvis plakaten handler om jorden eller miljøet, vil du måske se mange grønne farver. Designere kan også bruge farver til at få visse ord eller billeder til at skille sig ud mere end andre. Hvis det meste af plakaten er i kølige farver som blå og grøn, kan et vigtigt budskab eller billede i varm rød farve virkelig fange din opmærksomhed.

Så ved at bruge kontrast og farver på smarte måder kan plakatkunstnere sikre, at vigtige budskaber ikke kun bliver set, men også husket. Næste gang du ser en plakat, prøv at lægge mærke til, hvordan farver og kontrast bruges - du vil måske opdage, at der er en hel videnskab bag, hvordan den blev designet!

### **Kender vi en berømt plakatkunstner fra historien, og beskrive hvordan deres arbejde har påvirket plakatkunstens udvikling?**

En berømt plakatkunstner fra historien er Henri de Toulouse-Lautrec. Han var en fransk kunstner, der levede i slutningen af 1800-tallet. Toulouse-Lautrec er især kendt for sine farverige og livlige plakater, som ofte annoncerede kabareter, teaterstykker og andre begivenheder i Paris.

Toulouse-Lautrecs arbejde var revolutionerende på flere måder. For det første brugte han dristige farver og stærke linjer, som fangede folkets opmærksomhed, selv fra lang afstand. Dette var ret nyt dengang, da mange plakater var mere tekststunget og ikke så iøjnefaldende. Hans stil gjorde plakaterne ikke bare til reklamer, men til kunstværker i sig selv.

For det andet skildrede Toulouse-Lautrec ofte det parisiske natteliv med en slags ærlighed og humor, som ikke var set før. Han fokuserede på mennesker og øjeblikke, der gav et indblik i den tids æra og kultur. Det gjorde, at hans plakater ikke bare reklamerede for en begivenhed, men også fortalte en historie og gav et snapshot af livet i Paris.

Toulouse-Lautrecs arbejde ændrede den måde, folk tænkte på plakater på. Plakater blev ikke længere set bare som annoncer, men som en form for kunst, der kunne udtrykke ideer, følelser og stemninger. Dette påvirkede mange andre kunstnere og designere i de følgende år og bidrog til udviklingen af plakatkunsten.

Hans indflydelse strækker sig til moderne tid, hvor grafiske designere stadig lærer af hans teknikker og tilgange. For eksempel bruges hans metoder til at skabe stærk visuel appel og kommunikere budskaber hurtigt gennem billeder og tekst stadig i dagens grafiske design. Henri de Toulouse-Lautrecs bidrag til plakatkunst har hjulpet med at forme den til den form for kunst og kommunikation, vi kender i dag.

### **Hvordan kan vi anvende layout og komposition i design af plakater for at guide seerens øje gennem plakaten og sikre, at budskabet bliver forstået?**

Når vi laver en plakat, er det ligesom vi planlægger en skattejagt. Vi ønsker at guide alle, der ser på plakaten, til at følge en sti, som vi har designet, så de ender med at finde skatten - som i dette tilfælde er plakats vigtigste budskab. For at gøre dette bruger vi layout og komposition, som er to måder at arrangere ting på plakaten.

**Layout:** Tænk på layoutet af din plakat som et kort. Det viser, hvor alt skal gå. Når du bestemmer dit layout, tænker du over, hvor du vil placere dine billeder, din tekst, og andre elementer. Du vil have det vigtigste budskab til at være det sted, hvor folk kigger først - som regel i midten eller øverst på plakaten. Andre informationer, som datoen for en begivenhed eller en hjemmeside, kan gå i bunden eller i hjørnerne, hvor folk kan søge efter detaljer, efter at hovedbudskabet har fanget deres opmærksomhed.

**Komposition:** Det handler om, hvordan alle de forskellige dele af din plakat passer sammen. Det inkluderer, hvor stor hver del er, og hvordan de er arrangeret i forhold til hinanden. For eksempel, store, fede overskrifter fanger opmærksomhed hurtigere end lille tekst. Så hvis dit vigtigste budskab er "Red planeten", vil du måske have de ord til at være de største, fedeste ord på plakaten. Derefter kan du bruge mindre billeder eller tekst til at tilføje ekstra information, som hvordan man kan hjælpe eller hvor man kan lære mere.

Her er nogle måder, vi kan guide seerens øje og sikre, at budskabet bliver forstået:

- Brug af linjer: Linjer, både bogstavelige og usynlige, kan guide seernes øjne i en bestemt retning. For eksempel, hvis alle dine billeder og tekst peger mod plakaternes midte, vil folk kigge der.
- Balance og vægt: Hvis alt vigtigt er på én side, vil plakaten se ubalanceret ud. Prøv at sprede tingene ud, så plakaten føles jævn og behagelig at kigge på.
- Kontrast og farver: Brug forskellige farver og størrelser for at vise, hvad der er mest vigtigt. Store, farverige elementer fanger opmærksomhed først, så brug dem til at fremhæve de vigtigste dele af dit budskab.
- Rum og gruppering: Hvis visse ting på plakaten handler om det samme, hold dem tæt sammen. Dette hjælper folk med at forstå, hvilke ting der hører sammen. Også, brug 'hvidt rum' (ubrugte dele af plakaten) for at forhindre, at den ser for travl ud, hvilket gør det lettere for folk at fokusere på de vigtigste dele.

Ved at bruge layout og komposition på disse måder kan vi lave plakater, der ikke kun ser gode ud, men som også får folk til at stoppe op og tænke. Og det er det, der gør en plakat virkelig effektiv!

## **Hvordan kan vi bruge typografi og tekst i plakatdesign til at understøtte og forstærke visuelle budskaber?**

Når vi designer plakater, er det vigtigt, at de ikke kun ser flotte ud, men også at de formidler et budskab på en klar og forståelig måde. Typografi – altså valget og brugen af skrifttyper og tekst – spiller en stor rolle i, hvordan vi forstår og føler, når vi kigger på en plakat. Her er nogle måder, vi kan bruge typografi og tekst på for at gøre vores plakater mere effektive:

Vælg den rigtige skrifttype: Skrifttypen du vælger, kan sige meget om emnet for din plakat. For eksempel, en sjov, legende skrifttype kan være perfekt til en fødselsdagsfest-plakat, mens en mere seriøs og professionel skrifttype kan være bedre til en plakat for et bibliotek. Skrifttypen skal matche stemningen af dit budskab.

Størrelse er vigtig: De vigtigste dele af din tekst, som hovedoverskriften, bør være større, så folk ser dem først. Dette hjælper med at skabe et fokusområde på din plakat. Mindre tekst, som detaljer om tid og sted, kan være mindre, men skal stadig være stor nok til, at folk kan læse det uden problemer.

Placering af tekst: Hvor du placerer teksten, kan hjælpe med at guide folk gennem din plakat. Normalt starter vi med at læse øverst og i midten, så det er et godt sted for den vigtigste information. Ved at arrangere teksten på en logisk måde kan du sikre, at folk nemt kan finde alle de oplysninger, de har brug for.

Farver: Brug farver til at gøre din tekst let at læse og for at skille forskellige dele af din besked fra hinanden. Hvis din plakat har en mørk baggrund, skal du bruge lys tekst, og omvendt. Du kan også bruge farver til at fremhæve vigtige ord eller sætninger.

Afstand og opdeling: Godt rum mellem bogstaver (kaldet kerning) og mellem ord og linjer kan gøre din tekst mere læselig. Hvis alt er presset sammen, bliver det svært at læse. Og ved at opdele din tekst i sektioner eller punkter kan du gøre det nemmere for seeren at absorbere informationen i bidder.

Husk, at dit mål er at gøre din plakats budskab så klar og letforståeligt som muligt. Ved at tænke nøje over, hvilken typografi du bruger, og hvordan du bruger den, kan du hjælpe med at sikre, at alle, der ser din plakat, forstår, hvad du prøver at sige.

Nu er det tid til at lave et par opgaver og tænke over hvad vi lige har lært.

## Arbejdsopgaver

1. Plakat Elementjagt: "Find fem forskellige plakater online eller i magasiner. Skriv ned, hvilke elementer (som billeder, tekst, farver) de bruger, og hvordan disse hjælper med at formidle plakats budskab."
2. Farve og Følelse: "Tegn to versioner af samme plakat, hvor du ændrer farverne for at skabe forskellige stemninger. Del dine plakater med en partner og diskuter, hvordan farverne ændrer opfattelsen af budskabet."
3. Kontrast-Eksperiment: "Lav en plakat, der annoncerer en skolebegivenhed. Brug kontrast mellem tekst og baggrund til at gøre de vigtigste detaljer mest iøjnefaldende."
4. Plakatanalyse: "Vælg en plakat, du godt kan lide, og forklar klassen, hvorfor du synes, den er effektiv. Brug termer som layout, typografi og farveskema."
5. Design Din Egen Plakat: "Lav en plakat for en miljøkampagne eller en kommende skoleaktivitet. Tænk over, hvad dit hovedbudskab er, og hvordan du vil bruge billeder, tekst og farver til at formidle det."

Når du har svaret på opgaverne, så slutter denne episode.

Her starter ideerne til lærerne:

### Ideer til læreren:

- Design Workshop: Indfør eleverne til grundlæggende designprincipper, og lad dem derefter anvende disse principper til at skabe deres egne plakater.

- Gæsteforelæser: Inviter en lokal grafisk designer til at tale om deres arbejde og proces i at skabe effektive visuelle kommunikationer.
- Gruppekritik: Arranger en session, hvor eleverne præsenterer deres plakater for klassen, og giv konstruktiv feedback for at fremme et reflekterende læringsmiljø.
- Plakatudstilling: Organiser en udstilling af elevernes plakater i skolen for at vise deres hårde arbejde og kreativitet.
- Historien om Plakatkunst: Giv en kort præsentation om historien bag plakatkunst og dens rolle i samfundet gennem tiderne. Dette kunne inkludere berømte plakater og plakatkunstnere.