



Progress Infographic & Campagne Poster

Datapunt: 1D

Studentnummer: 2119667

Naam: Emilie Issa Ossais

Campagne Poster – Schetsen

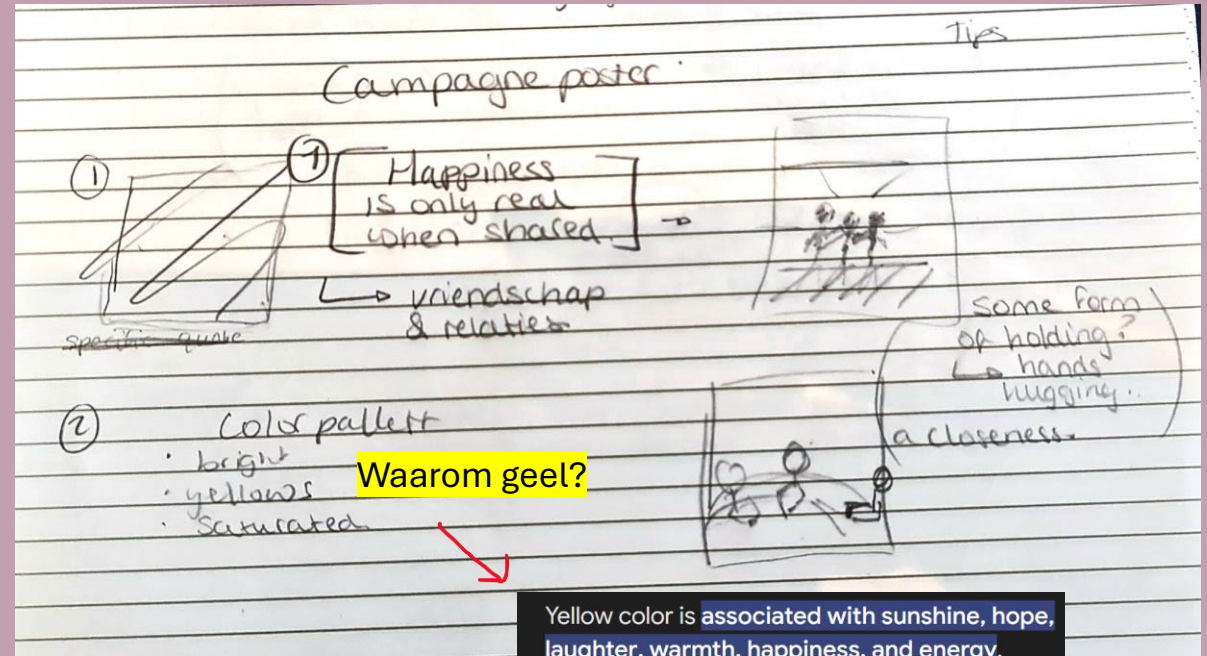
De onderwerp die ik bij deze opdracht heb gekozen was; **Vriendschap en relaties**. Wat ik daarbij eerst heb bedacht is een groep vrienden die buiten lopen, of die een picnic hebben.

Toen heb ik een quote online gezien van het film 'Into the wild' die zegt "Happiness [is] only real when shared." ik vond dat best wel mooi en wilde dat gebruiken voor mijn campagne poster.

Het idee was om van velle kleuren gebruik te maken. Het doel bij velle kleuren gebruiken was om meer aandacht te trekken & om het 'vrolijk' eruit te laten zien. Ik wilde dat mensen het link maakten van als je met geliefden bent, word je blij. Dus als ik donkere kleuren hierbij had gebruikt, zou dat meer depressief uit komen.

Ik had moeite met modellen vinden die het oke vonden om buiten gefotografeerd te worden, dus begon ik ideeën te bedenken die ik thuis kon doen. Ik kwam daarbij op het idee van clair-obscur te gebruiken. Ik vond het grote contrast tussen licht en donker heel erg mooi er uit zien. Het contrast van licht en donker kan ik ook mee spelen om de focus centraal te zetten bij wie of wat ik wil

Voorbeelden van clair-obscur



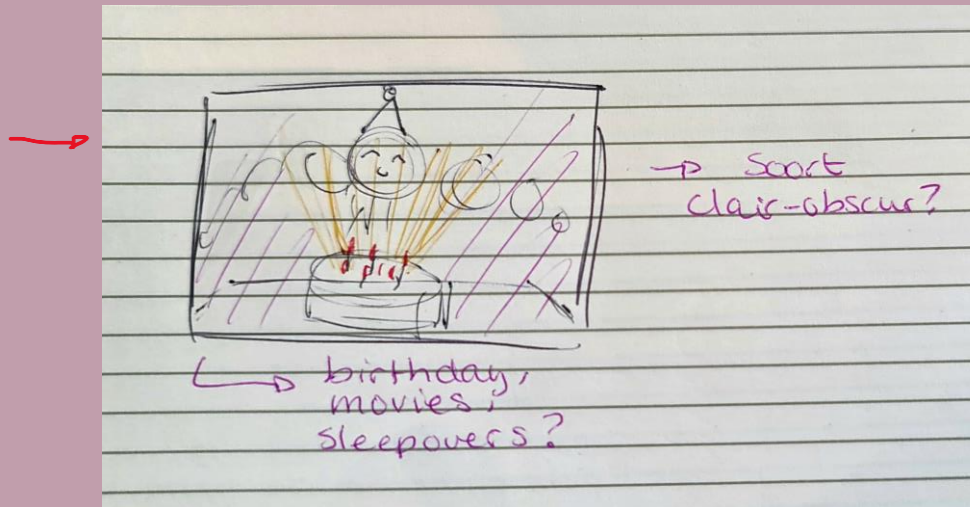
Yellow color is associated with sunshine, hope, laughter, warmth, happiness, and energy. Yellow is found to make a person feel spontaneous and happy. A splash of yellow on anything dull or dark can make a person feel cheerful and optimistic. 3 Aug 2022



Schetsen 2

Hiernaast staat een voorbeeld van wat ik met het idee van clair-obscur wilde doen.

Ik wilde bij dit opdracht complementaire kleuren gebruiken, ik vond dat het contrast van geel en paars heel goed bij het contrast van licht en donker paste.



Mijn modellen wilde toevalig rond die tijd een movie night doen bij mij thuis!

Dit was mijn enige kans om een goede foto te krijgen, dus heb ik een heleboel fotos met mijn telefoon gemaakt. Hierbij heb ik ook geëxperimenteerd met verschillende sterktes van licht: met en zonder flash, een flashlight naast hun, voor hun, verschillende strektes bij de flashlight, enz.

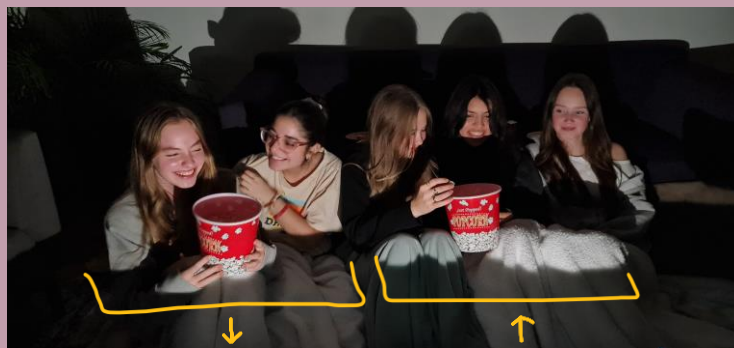


Foto uitkeizen

Ik was uiteindelijk het meest tevreden met deze 4 foto's.

Ik wilde als eerst de 4e foto gebruiken en alleen de twee meiden die omcirkeld zijn er in laten, maar dat paste niet bij de formaat die ik moest gebruiken. Dit gaat ook voor de 1e foto.

Ik zat daarna te twijfelen tussen de 2e en 3e foto. Ik merkte daarna dat bij de 3e foto de twee meiden meer naar voren leunde, dus zat de aandacht meer bij hun, vergeleken met de 2e foto waar de aandacht meer verspreid is.



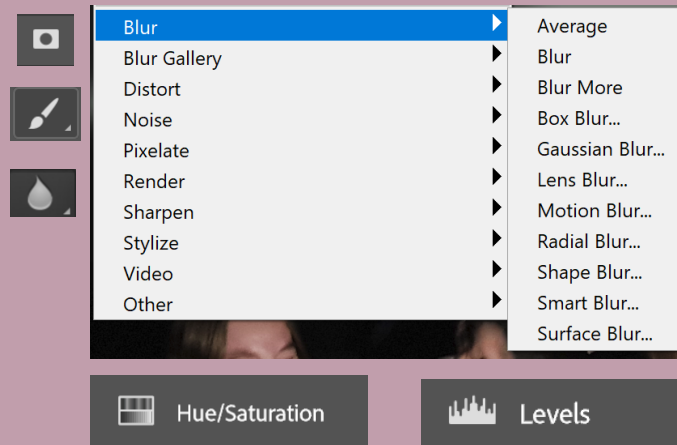
Experimenteren

Mijn fotos waren te breedt en niet hoog genoeg . Ik wilde ook de achtergrond wazig maken zodat de focus meer op de meiden staat en zodat er meer contrast tussen de tekst en achtergrond staat.

Om mijn foto het goede format te maken, heb ik de onderkant vaker onder elkaar geknipt en geplakt.

Om het wazig te maken probeerde ik zelf de blur tool te gebruiken maar dat lukte met mij niet. Daarom heb ik daarna een tutorial op youtube gekeken zodat ik mijn doel kon bereiken. Ik heb daarbij met masks en filters ge-experimenteerd.

Ik vond uiteindelijk dat gaussian blur het effect heeft die ik wil. Ik heb dan alles om de meiden heen wazig gemaakt.



Ik heb ook met hue/saturation & levels ge-experimenteerd. Ik wilde meer kleur contrast hebben tussen waar het licht en donker was. Ik wilde ook voor zorgen dat de meiden niet te rood er uit zagen.

Fonts

Ik zei eerder dat ik de contrast van paars en geel wilde gebruiken, maar kon hierbij geen paars gebruiken. Ik vond het contrast tussen zwart en geel toch het zelfde effect hebben die ik wilde.

Ik ging experimenteren met welke fonts ik mooier vond staan maar uiteindelijk kwam ik bij deze omdat het meer vriendelijk eruit ziet. Ik vond fonts die een beetje rond of 'bubbly' zijn meer vriendelijk eruit zien. Ik wilde eerst ook geen font met serifs want ik vind dat best formeel uit zien, maar ik vond niks beter.

Bij het eerste foto vond ik de placement van de tekst heel raar, dus ging ik voor feedback vragen bij Harry. Hij had mij het idee gegeven om de tekst in een soort boog boven op te zetten. Hoe de meiden zitten is er ook een soort boog gevormd. Daardoor most ik het foto weer aanpassen zodat er genoeg plaats is voor de tekst.



Before



After

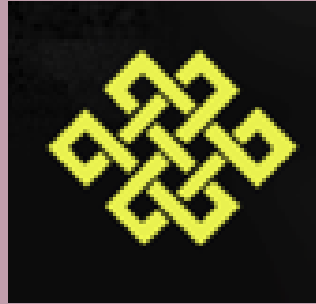


Ik merkte nadat ik de foto heb verwerkt dat het meer in balans is, en dat het niet zo donker en depressief eruit ziet!! 😊

Tekst

Ik heb Hierna een logo bij bedacht.

Ik koos voor de chinees knoop als logo door wat het voor staat.



In Chinese, "knot" means reunion, friendliness, peace, warmth, marriage, love, etc. The Chinese knot, with its classic elegance a

Ik heb het logo links onder geplaatst met een nummer en website, zodat er balans is in het poster. Ik heb Hierna feedback gekregen van medestudenten dat het boodschap niet meteen te weten is en dat het onderaan te leeg eruit ziet. Daardoor heb ik een quote geplaatst die ik op pinterest heb gevonden, maar ook die heel passend bij het onderwerp is.



Wet van voor- en achtergrond:
Het contrast tussen de tekst en
achtergrond maakt het meer
leesbaar.

HAPPINESS is only REAL when SHARED

Wet van overeenkomst:
Alle tekst hoort bij elkaar,
omdat alles in hetzelfde
kleur staat.

Wet van nabijheid: De logo en
informatie staan apart maar
wordt als 1 groep gezien door
hoe dichtbij ze zijn



ZONDER1ZAAMJEID.NL
+3161359628

Asking for help is a sign of STRENGTH

SEMIOTIEK: is symbolisch omdat de object en teken geen relatie hebben.

RHETORICA: de Rhetor ben ik, of ja, mijn bedrijf.

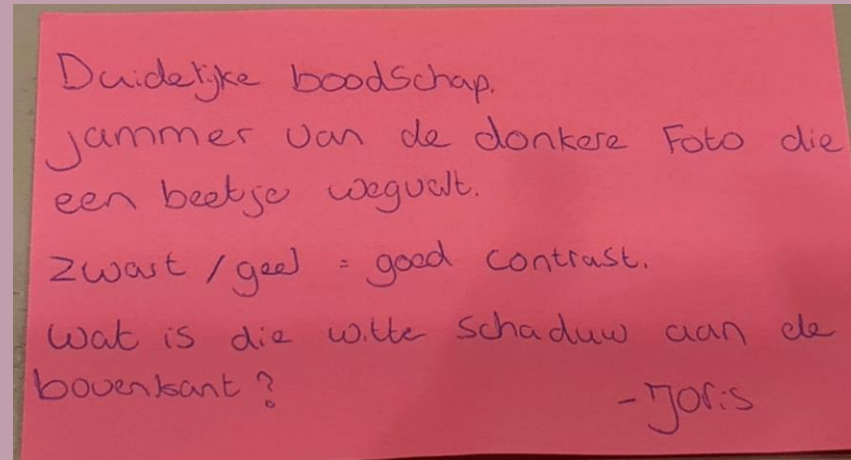
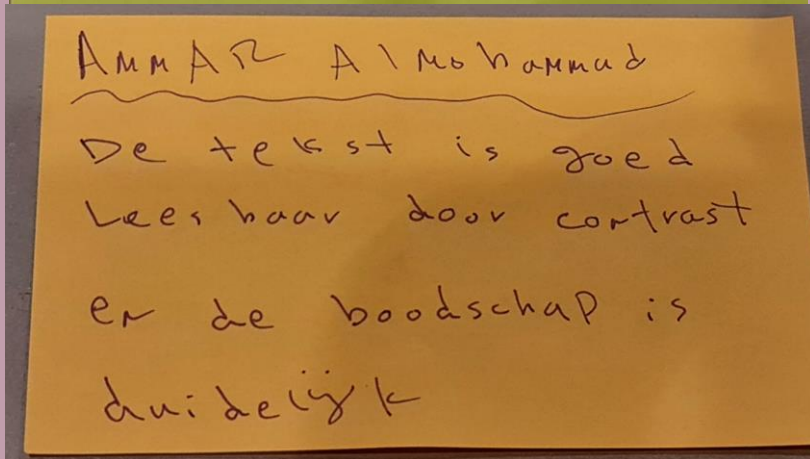
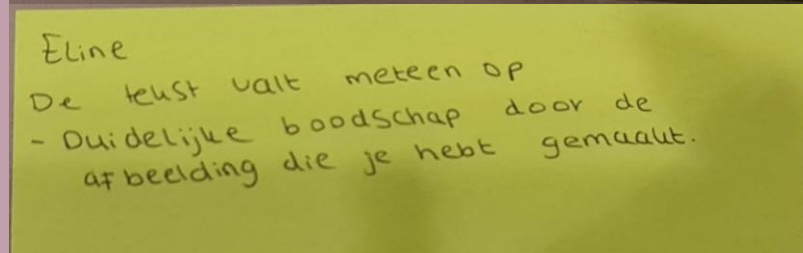
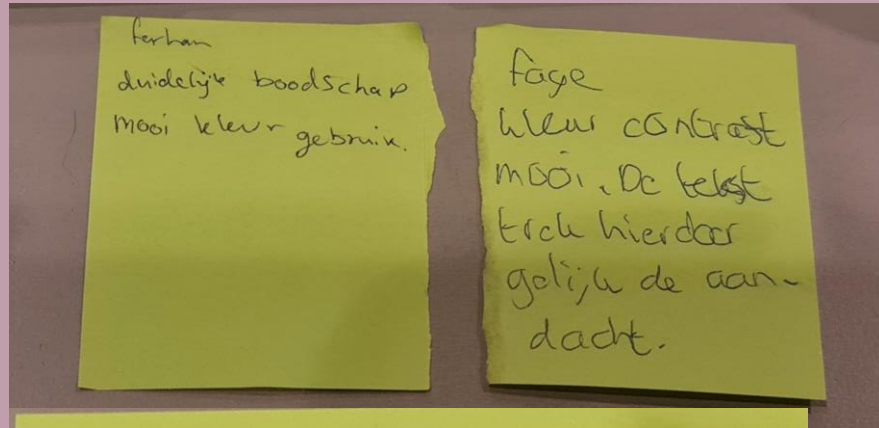
ETHOS: Door de logo en informatie daarnaast, vind ik dat het geloofwaardig kan zijn. Maar ook weer niet omdat ik geen bekend instituut ofzo ben.

PATHOS: Dit poster ligt heel erg aan pathos. Eenzaamheid hebben veel mensen, van jong naar oud last van. Dus ik denk dat het ligt aan als de tekst de person 'raakt' dat het overtuigend is ja of nee.

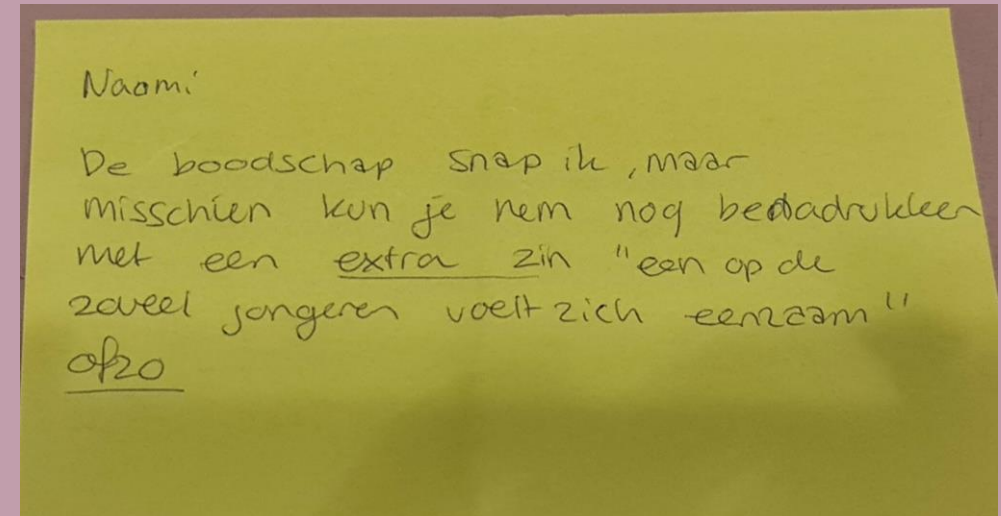
LOGOS: De logo en informatie daarnaast kan overtuigend zijn, maar er is niks anders dat overtuigend kan zijn. Geen cijfers of concrete informatie.



Feedback



Wist niet wat ik Hiermee moest doen



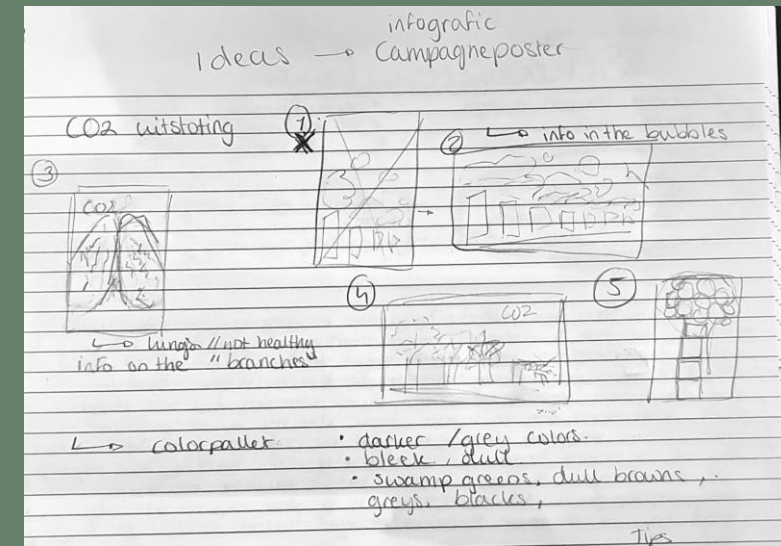
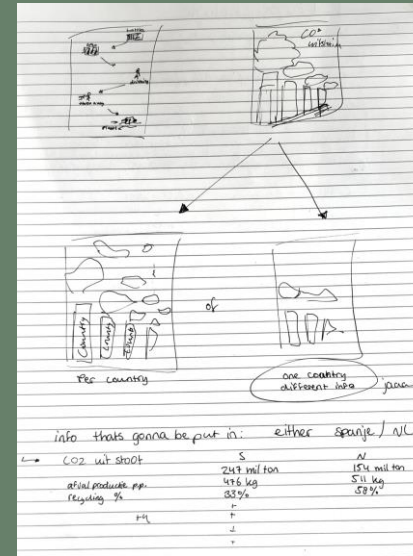
Hierbij heb ik een extra quote onderaan
geplaatst bij mijn poster om het boodschap
duidelijker te maken

Infographic – schetsen

Ik twijfelde eerst heel erg met welke onderwerp ik wilde kiezen, maar kwam uiteindelijk uit op CO2 uitstoting in Europa.

Ik had als eerst dat ik heel bleek en donkere kleuren wilde gebruiken, omdat ik het onderwerp ook een beetje depressief vond.

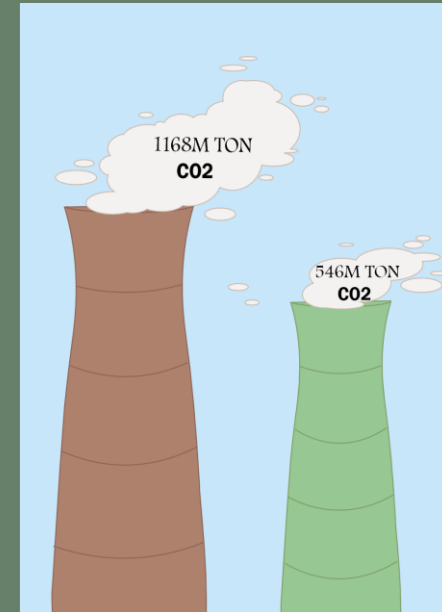
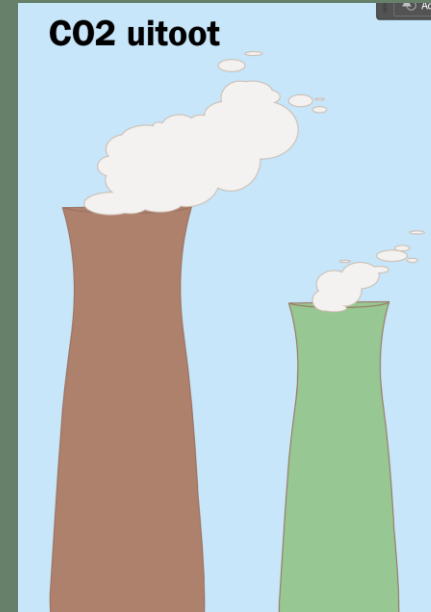
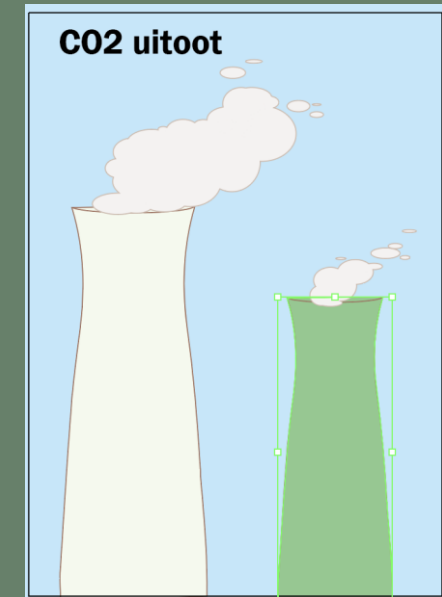
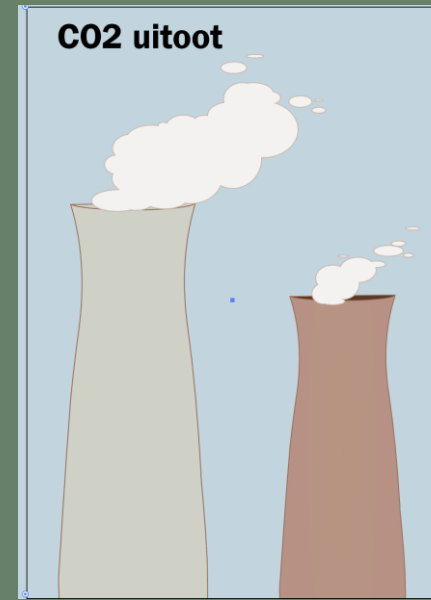
Hiernaast staat het schets waarmee ik echt begon. Ik heb mijn eerste uitwerking eraan geplaatst, zodat je ook snapt wat je naar kijkt. Je kan zien met wat sort kleuren ik wilde werken.



Meerdere versies

Ik vond dat ik in het pilaar niet alle informatie kon in zetten, dus heb ik daarna er twee van gemaakt. Ik had hier veel moeite mee omdat ik nog voor het eerst illustrator gebruikte, maar de mirroring tool kwam heel handig!

Ik had daarna heel veel moeite met de kleuren kiezen. Ik had feedback hierbij gekregen om de kleuren veller te maken, dus had ik daarmee ge-experimenteerd. Maar was uiteindelijk toch niet tevreden.

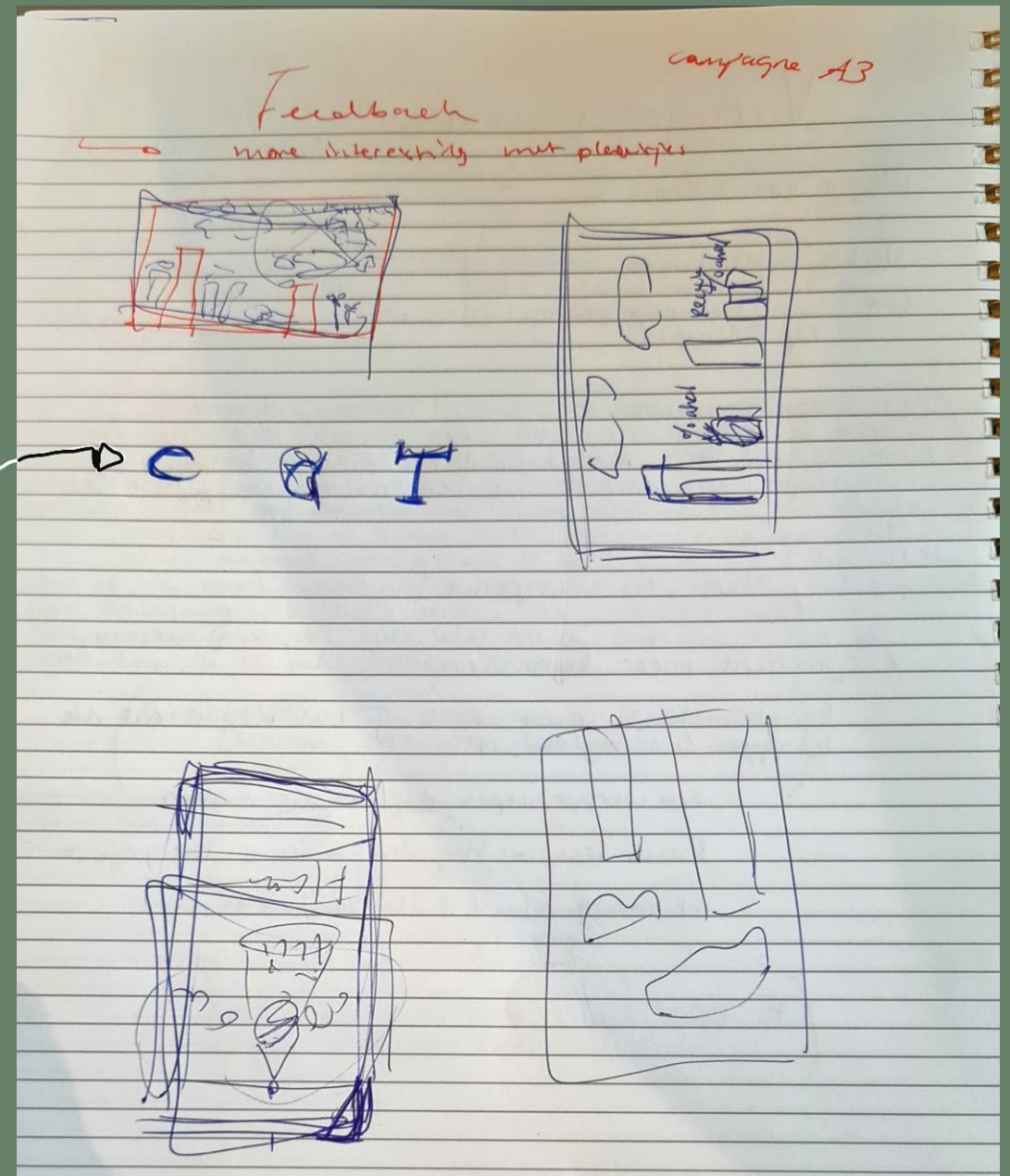


Weer schetsen

ik zat een dag te luisteren naar Faye & Naomi hun conversatie en ik herninner niet meer wat Faye zei, maar iets klikte toen bij mij. Ik herinnerde opeens dat ik de infographic horizontal kon maken !!!

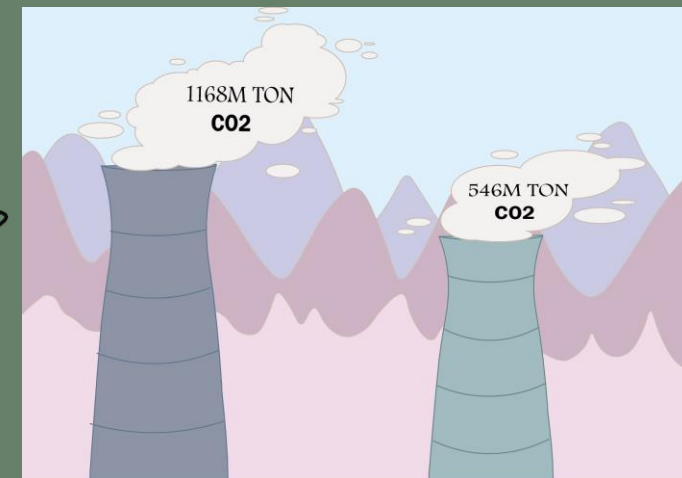
Daardoor kreeg ik opeens veel meer ideeën! Ik wilde de pilaren en grafieken wel symmetrisch houden, maar vond dat toch moeilijk omdat ik met schaal ook het contrast van goed/slecht wilde laten zien.

Hetzelfde dag kreeg ik ook feedback van Bart, dit was voor de typographie lessen. Hij zei om simpeler fonts te gebruiken en maximaal 3 fonts te gebruiken in 1 ontwerp. Harry gaf mij ook feedback over de kleur gebruik, om daarin meer te gaan experimenteren. En ook om de tekst meer ruimte te geven. Dit heb ik allemaal later in mijn ontwerp aangepast.

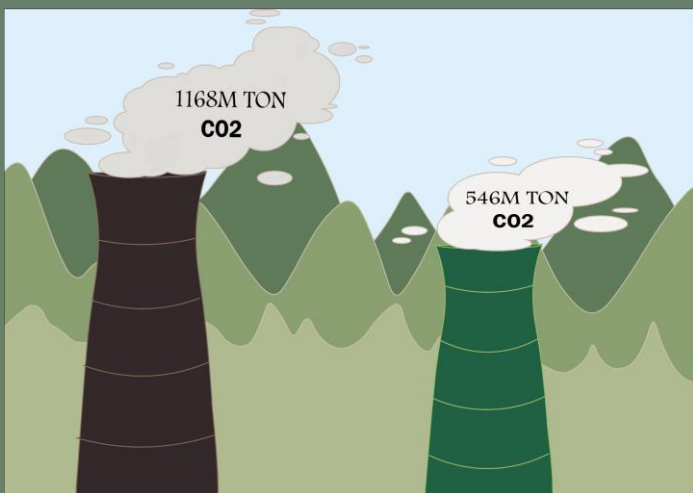


Meer experimenteren

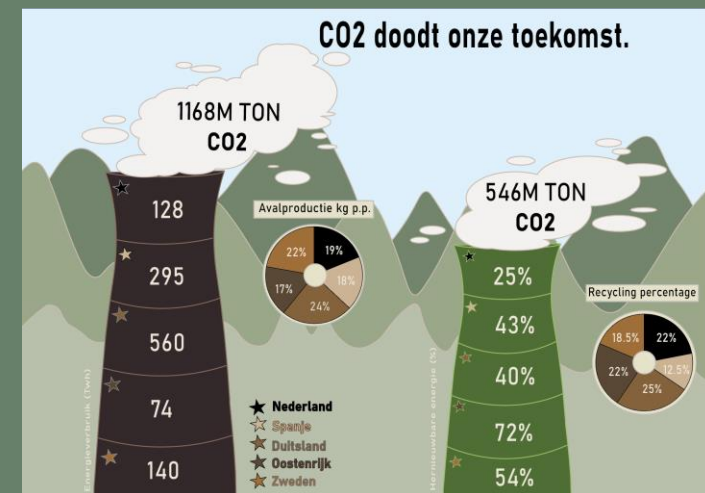
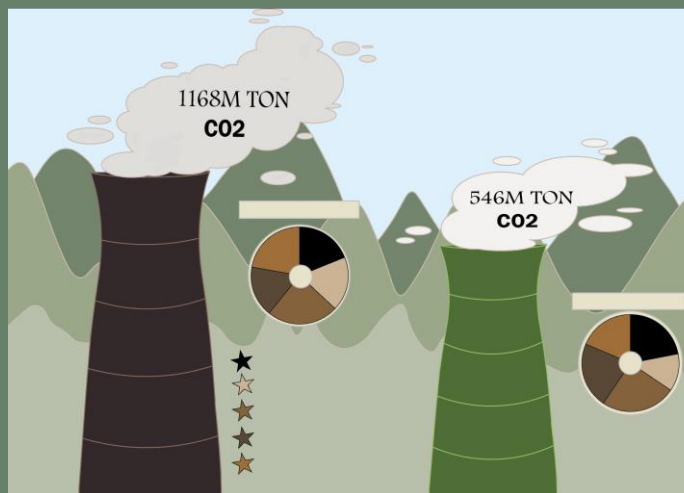
Hiernaast zit het schets en daarin de eerste uitwerking daarvan. Ik begon met kleuren te experimenteren die ik dacht meer aandacht zouden trekken, maar het paste helemaal niet bij het onderwerp! Dus ging ik meer richting natuur kleuren, zodat je ook aan het milieu of recyclen denkt. Ik heb een pilaar bruin gemaakt en de ander groen, om een soort goed/slecht contrast te maken. Daarom heb ik ook een wolkje groter dan de ander. Ik wilde de groter wolk donkerder maken, maar dat zorgde voor minder balans en harmonie.



Kleuren paste niet bij het boodschap

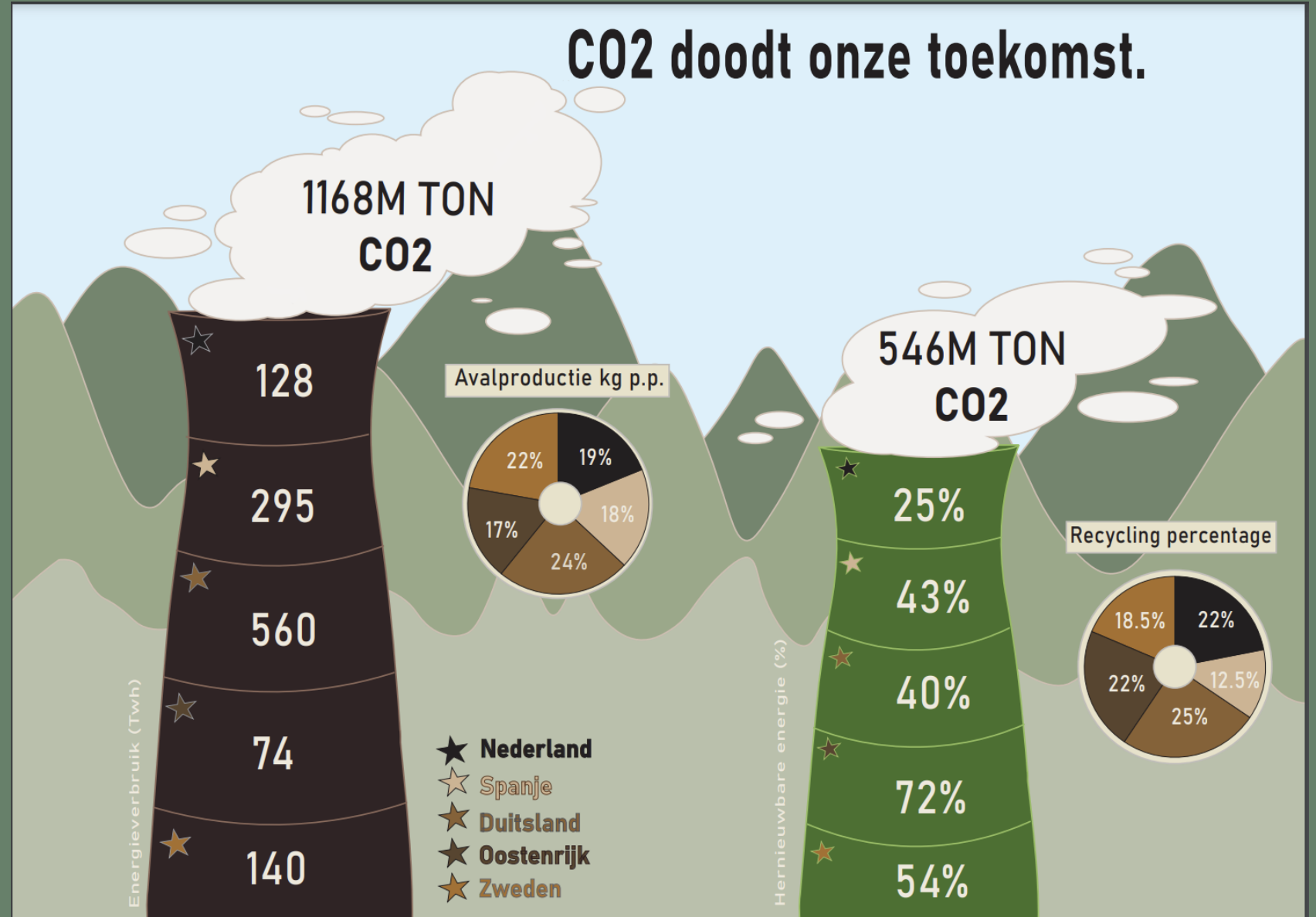


Contrast tussen pilaren en achtergrond is slecht, te veel saturatie.

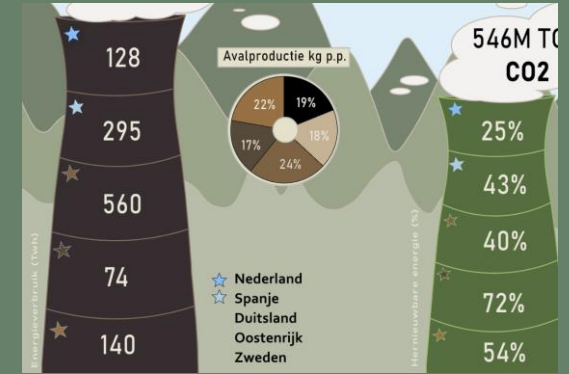
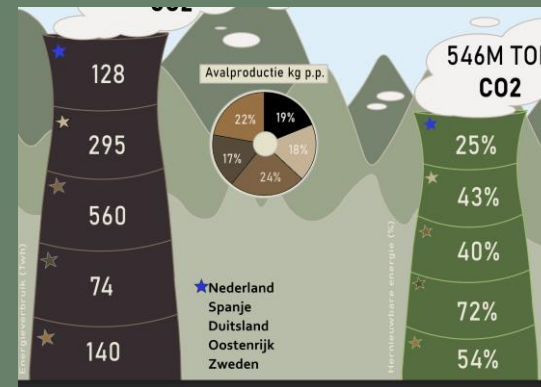
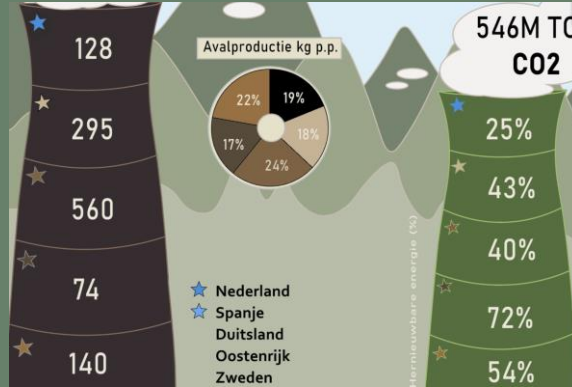
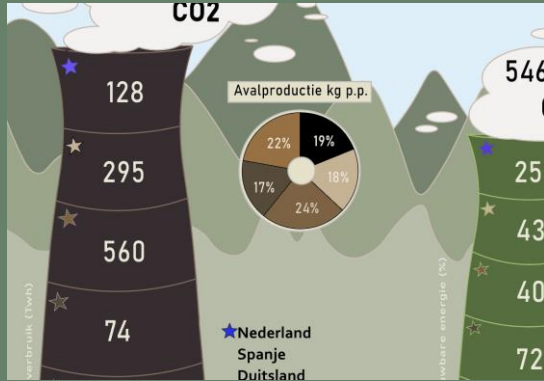


Bij deze versie heb ik gelukkig een screenshot van gemaakt, om mijn process te kunnen laten zien. Want ik heb het bestand niet meer! Gelukkig heeft Bart mij laten zien hoe ik tools in photoshop kon gebruiken om alles aan te passen. Bijv: lasso tool, magic wand tool en quick selection tool.

Wat ik als feedback kreeg die ik niet meer kon aanpassen maar wel wilde doen zijn: contrast beter maken, alles beter groeperen en schaal gebruiken.



Feedback



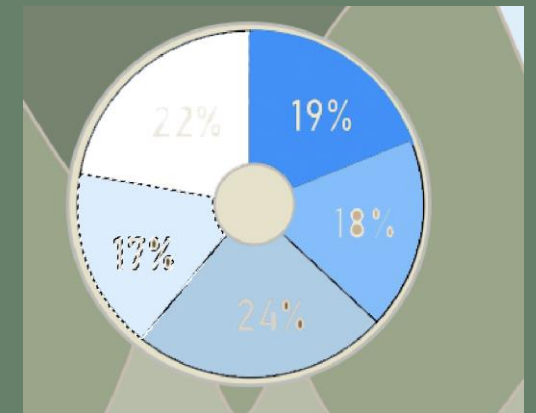
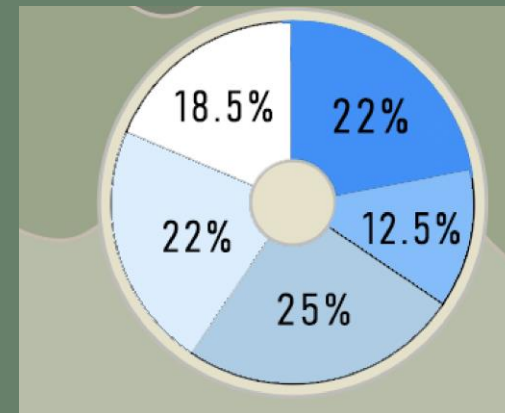
Kleuren van de legenda en sterren aan te passen

CO2 DOODT
ONZE
TOEKOMST

CO2 DOODT
ONZE
TOEKOMST

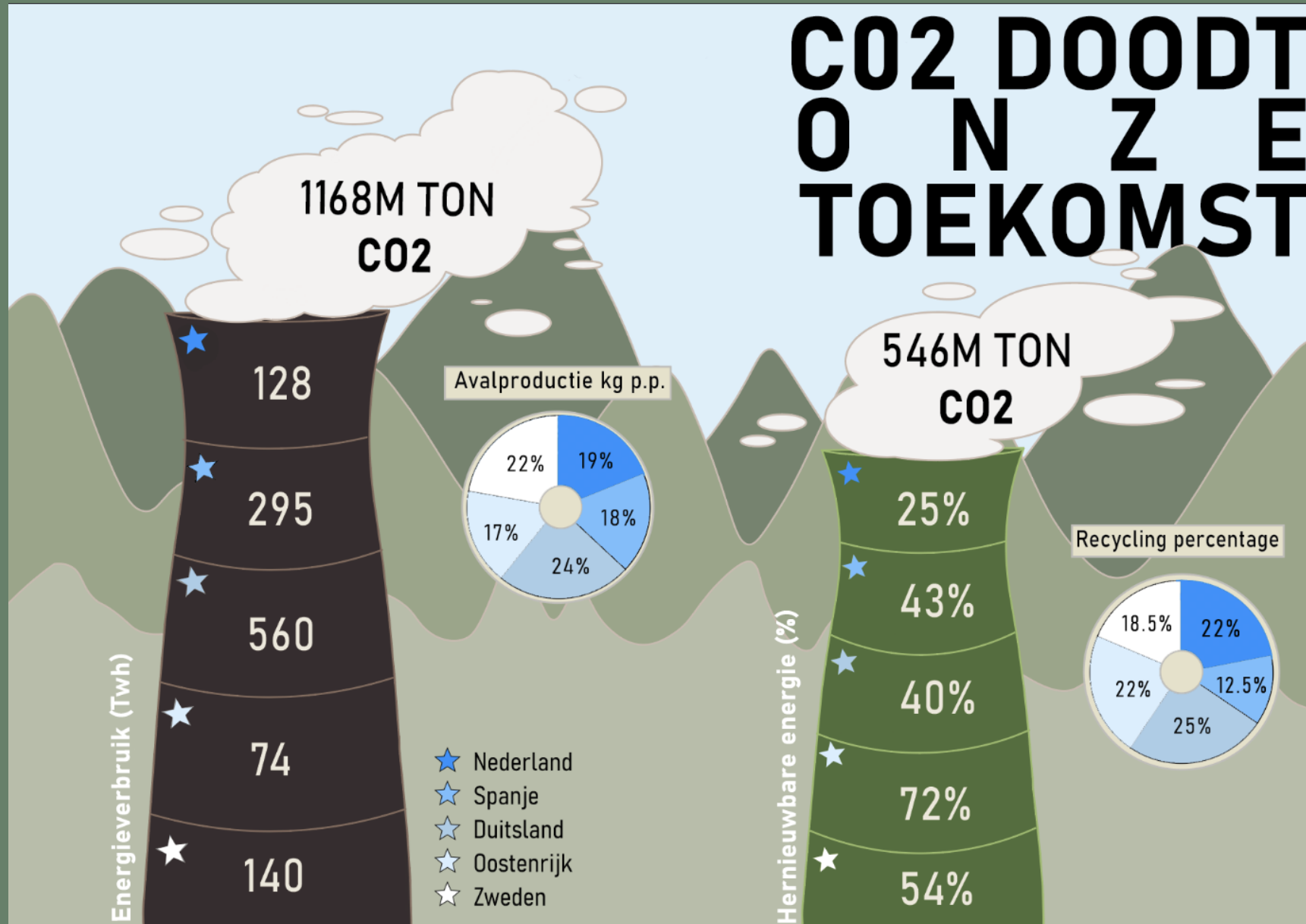
546M TON

Spelen met Schaal + plaatsing om de title aan te passen



Grafieken kleur en tekst aan te passen

**Wet van
overeenkomst:**
Alles in het blauw
hoort duidelijk bij
elkaar.



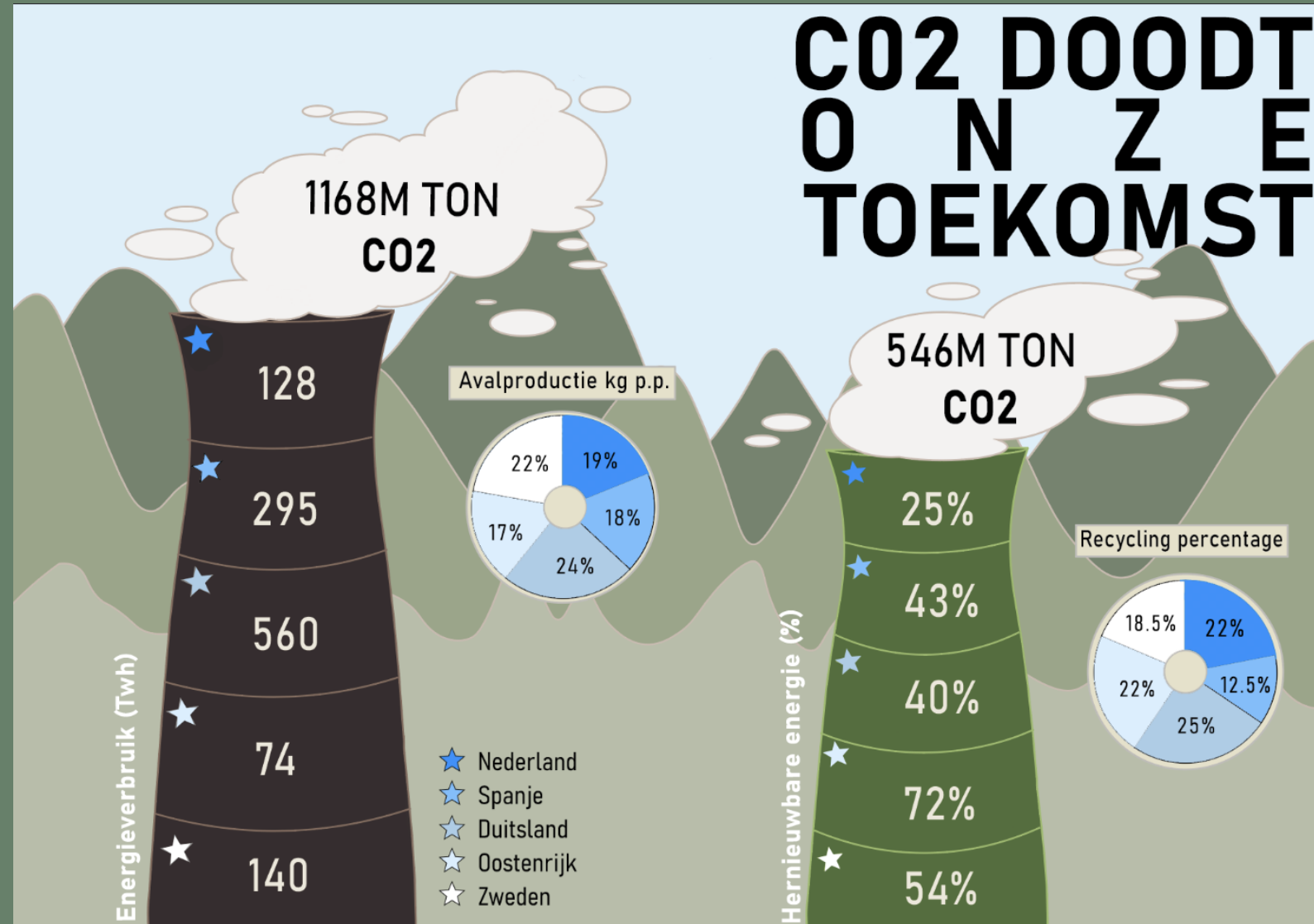
SEMIOTIEK: iconoisch, teken en object hebben gelijkenis.

RHETORICA: de rhetor ben ik.

ETHOS: Er zijn geen logo's, instituut, citaat of namen benoemd, dus is het niet zo geloofwaardig.

PATHOS: Dit onderwerp beïnvloed iedereen, maar overtuigd vooral mensen die om het milieu geven.

LOGOS: Alle getallen en percentages maken het meer overtuigend. De legenda en grafieken spelen daar ook een rol bij.



EIND!!!!