

Umjetnost plakata kao poticaj kritičkog mišljenja kod učenika

Mičić, Natali

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:568077>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-01**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru

Odjel za izobrazbu učitelja i odgojitelja

Sveučilišni diplomski studij

Učiteljski studij



Zadar, 2024.

Sveučilište u Zadru

Odjel za izobrazbu učitelja i odgojitelja - Odsjek za razrednu nastavu

Sveučilišni diplomski studij

Učiteljski studij

Umjetnost plakata kao poticaj kritičkog mišljenja kod učenika

Diplomski rad

Student/ica:

Natali Mičić

Mentor/ica:

Izv. Prof. art. Saša Živković

Zadar, 2024.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Natali Mičić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Umjetnost plakata kao poticaj kritičkog mišljenja kod učenika** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 20. veljače 2024.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	5
2. GRAFIČKI DIZAJN.....	6
3. PLAKAT	7
3.1. POVIJEST PLAKATA.....	8
3.2 PLAKAT U HRVATSKOJ.....	10
4. FUNKCIJA I PODJELA PLAKATA.....	12
4.1 POLITIČKI PLAKAT.....	13
4.1.1 PLAKAT I PROPAGANDA	15
4.2 FILMSKI PLAKAT.....	16
4.3 EDUKACIJSKI PLAKAT.....	17
4.4 KAZALIŠNI I KONCERTNI (PLAKATI DOGAĐANJA).....	18
4.1 TURISTIČKI PLAKATI	19
5. ELEMENTI PLAKATA.....	20
5.1 TOČKA.....	21
5.2 LINIJA.....	21
5.3 OBLIK I FORMA.....	22
5.4 BOJA	23
5.5 SLIKA I TEKST	24
5.6 TIPOGRAFIJA	25
5.7 PROPORCIJA.....	26
5.8 RAVNOTEŽA	26
5.9 KONTRAST	27
6. SLIKA I TEKST U KONTEKSTU VIZUALNE KOMUNIKACIJE PLAKATA	28
7. VIZUALNI JEZIK I KOMUNIKACIJA.....	29
7.1 VIZUALNE PORUKE.....	30

7.2 VIZUALNA I MEDIJSKA PISMENOST	30
8. KRITIČKO MIŠLJENJE.....	32
8.1 KRITIČKO MIŠLJENJE I LIKOVNA KULTURA.....	33
8.2 PLAKAT KAO METODA POTICANJA KRITIČKOG MIŠLJENJA	34
9. PRAKTIČNO ISTRAŽIVANJE.....	35
9.1 ISPITANICI	35
9.2 VRSTA, METODA I INSTRUMENT ISTRAŽIVANJA	35
9.3 POSTUPAK ISTRAŽIVANJA.....	35
9.4 ANALIZA I VREDNOVANJE LIKOVNIH RADOVA	36
9.5 ANALIZA USPJEŠNOSTI LIKOVNIH RADOVA (1. RAZRED)	37
9.6 ANALIZA USPJEŠNOSTI LIKOVNIH RADOVA (2. RAZRED)	42
9.7 ANALIZA USPJEŠNOSTI LIKOVNIH RADOVA (3. RAZRED)	47
9.8 ANALIZA USPJEŠNOSTI LIKOVNIH RADOVA (4. RAZRED)	52
10.RASPRAVA	57
11. ZAKLJUČAK.....	58
12. PRILOZI	59
13. LITERATURA	92
14. POPIS ILUSTACIJA.....	95
16. POPIS TABLICA.....	96
17. ŽIVOTOPIS.....	97

SAŽETAK

Tema diplomskog rada je *Umjetnost plakata kao poticaj kritičkog mišljenja kod učenika*, a sastavljen je od teorijskog i praktičnog dijela. Poticanje i razvoj kritičkog mišljenja kod djece jedan je od važnijih zadataka kako roditelja tako i školskih ustanova u kojima djeca provode dobar dio vremena na početku svog života, stoga se obrazovno razdoblje djeteta smatra temeljem za cjelokupni razvoj i cjeloživotno učenje. Dobro razvijeno kritičko mišljenje stvara mlade ljude koji su manje pasivni, više tolerantni i empatični prema sadržajima kojima su izloženi, u isto vrijeme omogućuje im da usvojenim znanjima ali isto tako i oprezom čitaju i razumiju tekstove i slike koje promatraju, kao i činjenicu da ne treba vjerovati svemu što vide. Kritičko mišljenje djeci omogućuje da u kasnijim godinama svog života mogu donositi prave i dobre odluke, one odluke koje će imati pozitivne ishode za razliku od negativnih. Ono stvara ljude koji se znaju izboriti za svoja prava i mišljenja pritom uvažavajući i poštivajući stavove, mišljenja drugih osoba. Kako kritičko mišljenje postaje neizostavna vještina, na obrazovnim je sustavima pa tako i učiteljima da pronalaze načine kako ga uspješno razvijati. Jedan od često zanemarenih načina je putem likovne umjetnosti. Likovna umjetnost u koju naravno spada i umjetnost plakata nije samo stvaranje lijepih stvari, već je ona proces u kojem se događa promatranje, interpretacija, donošenje odluka, rješavanje problema, a sve to su ključni elementi kritičkog mišljenja. Na temelju teorijskog dijela provedeno je istraživanje s učenicima prva četiri razreda Osnovne škole u školskoj godini 2023/2024. Nakon provedenog istraživanja zaključeno je kako je umjetnost plakata jedan on načina kojim je moguće poticanje kritičkog mišljenja kod učenika.

Ključne riječi: plakat, elementi plakata, kritičko mišljenje, nastava likovne kulture

SUMMARY

Poster art as an incentive for student's critical thinking

The topic of the thesis is *Poster art as an incentive for student's critical thinking*, and it is composed of theoretical and practical part.

Encouraging and developing critical thinking in children is one of the most important tasks both parents and school institutions where children spend a good part of their time at the beginning of their lives, therefore the educational period is considered to be the basis for overall development and lifelong learning. Well developed critical thinking creates young people who are less passive, more tolerant and empathetic towards the content they are exposed to. At the same time with the acquired knowledge it allows them to read and understand the text and imagines they observe, but still keeping in mind they should not believe everything they see. Critical thinking gives power to children to make right and good decisions in the later years of their lives, those decisions that will have positive outcomes as opposed to negative ones. It creates people who know how to fight for their rights and opinions while respecting the views and opinions of other people. As critical thinking is becoming an essential skill, it is up to educational systems and teachers to find ways to successfully develop it. One of often overlooked ways is trough fine arts. Fine arts, which also includes poster art , are not just about creating beautiful things but a process in which observation, interpretation, decision-making and problem-solving takes place, all of which are key elements of critical thinking. Based on theoretical part the research was conduced with students of the first four grades of Elementary school in the school year 2023/2024. After the research, it was concluded that poster art is one of the ways in which it is possible to encourage critical thinking in students.

Key words: poster, poster elements, critical thinking, art education

1. UVOD

Kritičko mišljenje se često naziva reflektivnim i individualnim razmišljanjem, odnosno smatra se sposobnošću primanja informacija i donošenja razumnih zaključaka. Ono omogućava pojedincu da preispituje svoje postupke i odluke te da stvori značajan i strukturiran život. Prilikom kritičkog razmišljanja dolazi do propitivanja ideja i pretpostavki, a ne pukog prihvatanja serviranih informacija. Ono pojedinca vodi do krajnjeg rezultata moralnim i etičkim putem, gledajući situacije, strategije i probleme s različitih stajališta. Taj proces istovremeno omogućuje interakciju s drugima te prihvatanje njihovih stavova i ideja.

Iz do sada navedenog može se vidjeti da je kritičko mišljenje nešto na čemu se uvijek treba raditi ne samo zbog pojedinca, već i drugih oko njega. Kako uspješnost bilo čega ovisi o čvrstim temeljima, važno je na početku dječjeg života, polaskom djeteta u školu pronalaziti načine poticanja kritičkog mišljenja. Jedan od načina je putem likovne kulture, stoga je cilj ovog diplomskog rada istražiti kako umjetnost plakata potiče učenike na kritičko promišljanje i samim time na koji ga način razvija. Plakat je definiran kao grafički umnožena, crtana ili pisana obavijest izložena na javnom mjestu.

Prvi dio diplomskog rada usmjeren na teorijsku obradu plakata, njegovih vrsta i elemenata, kao i definiranje kritičkog mišljenja, dok se drugi dio diplomskog rada odnosi na praktično istraživanje učeničkih radova u dobi od prvog do četvrtog razreda osnovne škole. Provedenom istraživanju prethodilo je osmišljavanje likovnih aktivnosti koje su temeljene na teorijskim spoznajama iz prvog djela diplomskog rada. Osmišljene, a potom provedene školske likovne aktivnosti će na kraju rada opisati, opisivanje će biti popraćeno analiziranjem učeničkih radova i njihove uspješnosti, a potom će dati vlastiti osvrt na umjetnost plakata kao načina poticanja kritičkog mišljenja kod učenika.

2. GRAFIČKI DIZAJN

Prije definiranja pojma plakat, važno je definirat što je to dizajn, a u širem smislu Dizajn (eng. desing) je opisan kao djelatnost koja uspostavlja komunikaciju između predmeta i njegovog korisnika, odnosno pojedinca i zajednice (Tomiša, Milković 2013.)

Grafički dizajn širok je pojam koji datira iz vremena egipatskih hijeroglifa i crtnja u pećinama, a kao pojam prvi put se spominje 1920-ih godina zajedno s osjetnim razvitkom tehnologije. Marković (2009) u knjizi Osnovi grafičkog dizajna, dizajn definira kao proces donošenja niza odluka čiji je krajnji cilj oblikovanje, konstruiranje i kreiranje nečega, dok je prema internetskoj stranici (Hrvatska enciklopedija 1.2.2023.) grafički dizajn ili grafičko oblikovanje definirano kao tehničko i estetsko stvaranje poruke korištenjem vizualnih sastavnica u koje se ubrajaju slike, simboli, fotografija, boja, tipografija) te verbalnih sastavnica. Koristi se i na taj način ostvaruje u suradnji s tipografima, ilustratorima, piscima, fotografima, tiskarima i dr., a dalje se prenosi preko umnoženih tiskarskih proizvoda poput novina, časopisa, plakata, kataloga, knjiga, ambalaža.

Hembree (2006) navodi kako grafički dizajn služi kao metoda za poboljšanje društva kroz djelotvornu komunikaciju koja komplicirane stvari čini jednostavnijima za razumjeti, ujedno potiče i utječe na javno mišljenje. Iz navedenih definicija da se zaključiti kako je grafički dizajn širok pojam koji pokriva većinu vizualnih materijala oko nas, a u te materijale spadaju i plakati. Koristeći istovremeno vizualne i verbalne elemente nastoji kreirati vizualnu komunikaciju koja ispunjava kulturne, ekonomske, tehničke i druge potrebe društva.

3. PLAKAT

Plakat je jedan od načina prenošenja informacija, odnosno poruka koji se u hrvatskom jeziku često može pronaći pored riječi poster. Važno je na početku naglasiti kako te riječi u hrvatskom jeziku nemaju isto značenje, tako da poster nije plakat u klasičnom smislu. Prema Hrvatskoj enciklopediji definiran je kao slikovno – tekstualna obavijest koja izložena na javnom mjestu ostvaruje jednu vrstu vizualne komunikacije (Hrvatska enciklopedija 1.2.2023.).

Objašnjenje pojma nalazimo i u Školskom rječniku hrvatskog jezika, a isti je definiran kao „veliki tiskani oglas ili likovno oblikovana objava izložena na javnom mjestu“ (Birtić 2012), dok je prema rječniku stranih riječi, riječ plakat (lat. placare, plectum) objašnjena kao „oglas ili objava, proglas na zidu i drugim javnim mjestima da bi ga mogao svatko vidjeti i proučiti“ (Anić, Klaić, Domović 1999: 1104). Isto tako Opća i nacionalna enciklopedija u 20 knjiga objašnjava pojam plakata kao „grafički oblikovan oglas najčešće velikog formata izložen ili nalijepljen na javnom mjestu u obavijesne, reklamne, promidžbene i druge svrhe“ (Vujić 2005: 265). Na temelju danih definicija leksikografske literature može se zaključiti kako je glavna funkcija plakata javno komuniciranje.

Nadalje, Marković (2009: 69) u djelu Osnovi grafičkog dizajna navodi kako plakat „održava kulturni, ekonomski, socijalni i tehnički nivo jednog vremena i same društvene cjeline na neposredan način“ te se ujedno smatra urbanim fenomenom koji nastaje kao produkt unutar neke gradske sredine i gradskog načina života (Kavurić 1999).

Dublje analiziranje funkcije i forme nalazimo u radovima Maragret Timmers: The power of poster, gdje Timmers ističe da funkciju plakata možemo objasniti kao proizvod koji služi za prijenos informacija od pošiljatelja do primatelja, dok njegov kreator može biti individualna institucija, organizacija ili poslovanje.

Kad je riječ o formi najčešće je karakterizirana na temelju veličine, oblika, materijala te prema značenju proizvodnje i komunikacije (Timmers 1998:7). Isto tako navodi kako plakat ima sposobnost neposrednog zauzimanja pažnje promatrača, na kratko, ali vrlo učinkovito vrijeme kako bi postigao svoju funkciju. Još jedna od pozitivnih strana je ta da nisu limitirani na statično prikazivanje na zidovima i nepomičnim konstrukcijama, već se oni mogu vidjeti na

pomičnim površinama poput vlakova, autobusa, ljudima „hodajuće reklame“ što uvelike povećava vjerojatnost za uočavanje.

Kroz sve navedene definicije naglašena je izloženost, nalijepljenost plakata na javnom mjestu što je ključna stavka plakata jer prema izjavi Rikarda Morisa, u djelu „Uspion i pad plakata“ „on mora da bude javno izložen“ (Rickards 1971:3), odnosno komunološki je besmislen ako nije javno izložen. Nadalje „plakat mora da bude masovno proizveden; jedna jedina ručno izrađena obavest ne može se smatrati plakatom“ (Rickards 1971:3), drugim riječima plakat je reprodukcija.

3.1. POVIJEST PLAKATA

Smatra se i spominje kako je vrijeme antičkog rima označeno kao razdoblje začetka plakata koji je u to vrijeme izgledao kao obavijest ispisivana na zidovima ili drvenim pločicama. Plakati koje danas poznajemo ipak su začeti nešto kasnije, pa tako Cavallo – Chartier (1999) prema radu Velegić (2008) navodi da je plakat s početkom 20. stoljeća doživio dvije razvojne revolucije. Njegova povijest započinje Gutenbergovim izumom koji je omogućio masovno umnažanje istih otisaka. Izgledom su prvi plakati bili jednostavni, manjih dimenzija, na njima je prevladavao tekst, a poneki su imali kombinaciju teksta i slike (Rickards 1971:7). Posebnim oblikom vizualne komunikacije plakat se počeo smatrati u drugoj polovici 19. stoljeća znatnim razvijanjem litografske tehnike koja je na taj način omogućavala masovnije izrađivanje grafičkih predložaka (Hrvatska enciklopedija 5.2.2023.)

Kako je za plakat izuzetno važna vizualna komponenta, drugom revolucijom smatra se otkriće i napredovanje fotografije i litografije. U knjizi Likovni jezik i likovne tehnike, litografija (od grčke riječi „lithos“ koja u prijevodu znači kamen i „grapho“ prevedeno pišem) je definirana kao tehnika otiskivanja crteža na ravnoj površini kamene ploče, ocrtane litografskim tušem, masnom kredom ili kemijskom tintom (Jakubin 1990.). Jednostavnije rečeno: „crtež masnom litografskom kredom ili tušem na posebno prepariranom kamenu vapnencu ispire se vodom koja navlaži samo one dijelove kamena koji nisu obrađeni litografskim tušem“ (Pelc 2002:176). Izumiteljem, drugim riječima ocem litografije smatra se Alois Senefelder koji je u djelu „The invention of lithography“ pobliže opisao začetke i proces usavršavanja litografije. Upravo zahvaljujući litografiji, gradovima su krajem 19. stoljeća

osvanuli umjetničko oblikovani, šareni plakati često popraćeni nizom različitih informacija (Pelc 2002:177)

Iako se litografija pojavila 1796. godine procvat plakata dogodio se tek u kasnijim godinama 19. stoljeća. Popularizaciju i napredovanje plakatne umjetnosti možemo zahvaliti Julesu Chéretu (Wrende 1988.), francuskom grafičaru i slikaru, još zvanog ocem i začetnikom modernog i slikovno ilustriranog plakata koji je ujedno postao prvi profesionalni umjetnik plakata (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje 5.2.2023.)

Ono što je bilo karakteristično za umjetnost Chéreta bio je način na koji je eksperimentirao s litografijom koristeći nekoliko kamenih ploča istovremeno kao i napredak koji je postigao u primjeni boje, odnosno višebojnog tiska. Chéretovi postereri su bili drastično drugačiji od onoga što se do tada moglo vidjeti na ulicama, počevši od teksta koji više nije bio samo izvor informacija ,već je postao dio cjelokupnog dizajna. Slova su bila integrirana u cjelokupnu sliku koja ujedno postaje fokus i primarni prenositelj poruke što je na kraju rezultiralo smanjenjem količine teksta (Iskin, 2014).



Slika 1. Jules Chéret, „Pantomimes Lumineuses. 1892., Slika 2. Jules Chéret, "Saxoléine"1896. (Dostupno na: <https://www.windsorfineart.com/jules-cheret>)

3.2 PLAKAT U HRVATSKOJ

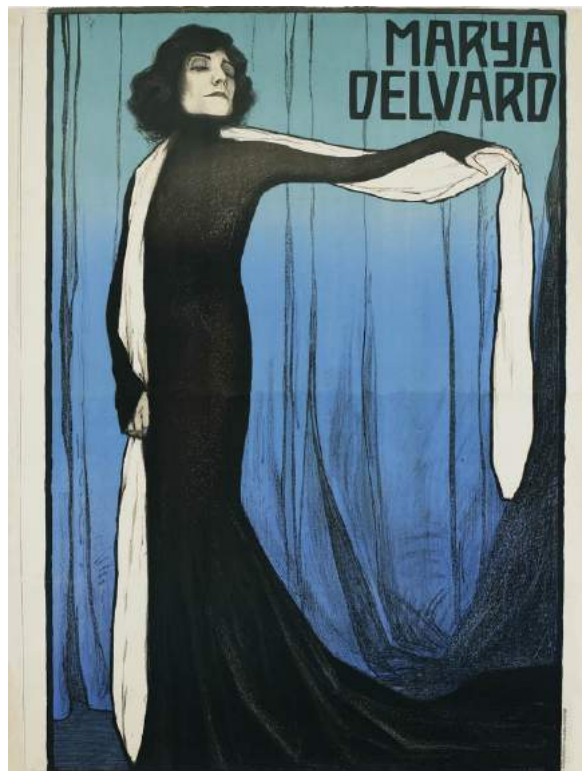
Devetnaesto stoljeće za zemlje zapadne Europe, točnije Francuske, Njemačke, Engleske i dr. bilo je vrijeme preobrazbe i napretka. Kako je Hrvatska uz svoje kulturne, političke, društvene i gospodarske osobnosti pripadala europskom krugu, preobražaj je zahvatio i našu zemlju. Povoljan financijski položaj i industrijska razvijenost europskih zemalja omogućio je pojavu i razvijanje medija kao što je plakat (Kavurić 1999), „Nastupa zlatno doba litografskih plakata“ (Pelc 2002: 266).

Pojava plakata nije bila slučajnost, već je njemu prethodio niz posljedica prouzročenih industrijskom revolucijom (Kavurić 2001). Svi preduvjeti – tehnološki, gospodarski i umjetnički, koji su bili nužni za osamostaljenje plakata i njegovo ostvarivanje kao komunikacijskog medija ispunjeni su krajem 19. i početkom 20. stoljeća (Velegić, 2008). Kako ističe Kavurić (1999), grad je mjesto gdje se osnivaju institucije i koncentrira kapital koji je nužan za poticanje i kreiranje kulturnog, gospodarskog i društvenog razvoja nužnog za produkciju plakata. Tako se prvi litografski tisak u Hrvatskoj pojavio 1851. godine u Zagrebu, u tiskari D. Albrechta (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje 8.2.2023.)

U Zagrebu se počinju otvarati prva litografska poduzeća. Najpoznatija su bila ona Vladimira Rožankowskog i Rudolfa Mosingera, a nakon toga slijedi otvorenje Obrtne škole gdje su predavali „očevi hrvatskog plakata“ Bela Čikoš-Sesija i Tomislav Krizman koji su svoju pažnju kod prenošenja znanja usmjeravali ka grafičkim tehnikama i dizajnu (Pelc 2002). Prekretnicu u povijesti vizualnih komunikacija označava formiranje prve agencije zadužene za osmišljavanje i izradu plakata pod nazivom IMAGO krajem 20. stoljeća (Magaš 2008). Kako ističe Kavurić u djelu Hrvatski plakat do 1940.: „Prvi se put stvara tim koji o plakatu i ostalim oblicima primijenjene grafike razmišlja, ne više kao o isključivo kreativnom činu pojedinca, u pravilu slikaru kojemu je to usputna djelatnost, nego kao o zasebnoj disciplini koja, osim finalnog produkta, sadrži i znanstvenu, teorijsku komponentu“ (Kavurić 1999: 128).



Slika 3. Bela Čikoš-Sesija, „Mladost“. 1898. (Dostupno na: <http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/plakat.htm>)



Slika 4. Tomislav Krizman, „Marya Delvard“. 1907. (Dostupno na: <http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/plakat.htm>)

4. FUNKCIJA I PODJELA PLAKATA

Plakati su vrlo važan dio vizualne kulture koji prenoseći velike količine različito dizajniranih poruka s ljudima dolaze u kontakt u svakodnevnim situacijama te na taj način igraju veliku ulogu u tome kako čovjek percipira svijet čak i na podsvjesnoj razini (Petter i Put 2012). Kavurić (2001) naglašava kako je komunikacijska misija plakata višeslojna, te u svom pristupu istraživanja objašnjava dvije dominantne orijentacije plakata: karakterizira ga kao kulturološki fenomen koji opisuje i priča povijest naroda u nekom zadanom vremenu i likovno-komunikacijski fenomen koji na poseban način prikazuje promjene i mijene unutar umjetničkog stvaranja koje su nastale kao posljedica pojavljivanja različitih pokreta, stilova, pravaca i tendencija.

Plakat je, osim što se smatra umjetničkim tekstom, i jednostavan reklamni medij koji prolazi kroz estetske prosudbe, a njegova posebnost izražena je „u njegovu načinu komuniciranja s dvama prostorno i vremenski razdvojenim ambijentima: s društvom za koje je proizveden i kojemu je izložen, prenoseći aktualne, ali kratkotrajne informacije (u tom je ambijentu plakat oglasni medij), te s društvom koje nastoji otkriti njegova značenja, koje ga povijesno, umjetnički i tehnološki kontekstualizira, a koje se s njim nije susrelo u izvornom okruženju u kojem je bio izložen (taj ambijent percipira plakat kao umjetničko djelo)“ (Velegić, 2008: 182). Velegić dalje naglašava kako je glavni zadatak plakata izazvati reakciju kod osobe koja ga promatra. Plakat mora predvidjeti na koji način i kakvu će reakciju korisnik imati na primljene informacije, kako će korisnik iskoristiti tu informaciju i hoće li „učiniti ono što plakat od njega očekuje“ (Velegić 2008: 188).

Kavurić plakatima daje naziv „ogledalo društva“ zbog njihove mogućnosti da prate relevantne i popularne teme određenog vremena na poljima kulture, zabave, sporta i politike. Iz te se izreke da naslutiti kako postoje različiti plakati za različite prigode, pa tako Vinaj plakate klasificira prema sadržaju na filmske, komercijalne, političke i prigodne (drugim riječima kulturne), (Kavurić1999. i Vinaj 2008).

Timmers (1998) je u knjizi „The power of poster“ kategorizirala plakate u tri grupe na temelju onog što „promoviraju“: zadovoljstvo i razonoda (odnose se na plakate promoviranja nastupa i kulturnih događanja, tako i sporta), prosvjed i propaganda (uključuje plakate koji promiču ideje i stavove, potiču stanovništvo na iznošenje mišljenja), te zadnja grupa trgovina i komunikacija (plakati usmjereni na proizvodnju i pružanje usluga).

U „Zborniku radova“ Mikulek i Korda razrađuju dvije vrste podjela. Prva je tako sadržajna klasifikacija plakata u devet skupina koja ih dijeli na: izložbene, političke, edukativne, gospodarske, filmske, turističke, manifestacijske, kazališne i koncertne. Druga je klasifikacija usmjerena na odnos između sadržaja plakata pa su tako oni podijeljeni na: konstruktivne plakate (podređeni su dizajnu, usmjereni su na slaganje odnosa između elemenata), objektivno-informativni plakati (usmjereni na prenošenje informacije što objektivnije), eksperimentalni plakati (karakteristični su po tome što ga tvore različiti oblici i njihove varijacije), te ilustrativni plakati (predstavljaju situacije, ljude, objekte prikazane fotografskim i grafičkim sredstvima) (Mikulek, Korda 2005).

4.1 POLITIČKI PLAKAT

Politički plakati pojavljuju se najčešće u vremenima promjena i prevrata, odnosno razdobljima nestabilnosti. Političkim plakatima ostvaruje se mogućnost predstavljanja stavova, vrijednosti i ideja u samim začecima njihovog postojanja, „plakati su svojevrsni tragovi prošlosti na kojima je izravno vidljiv i pošiljatelj poruke“ (Wróblewska-Trochimiuk 2019: 8). Iz ovoga možemo zaključiti kako je politički plakat važan za stvaranje i oblikovanje predodžbi o političkim pitanjima i problemima.

Reimann (1961), kako je navedeno u radu Palašić (2014) naglašava kako je plakat ujedno jedan od najdjelotvornijih sredstava koji političkim licima stoji na raspolaganju prilikom reklamiranja samih sebe i svojih ideja. Plakat može biti sredstvo manipulacije i uvjeravanja, odnosno političarima i propagatorima način na koji će širiti svoje ideje. Njihov je prvenstveni cilj da se njihove središnje ideje slažu s mentalitetom i idejama promatrača, u protivnom je cilj manipulirati promatračima u pozitivnom ili negativnom smislu (Chambers 1983).

Kako je već prije navedeno i Chambers ističe kako plakat mora biti upečatljiv i sposoban odmah zauzeti promatračevu pažnju, njegovu pažnju odvući u željenom pravcu i slijedu, te je zadržati dovoljno dugo da se poruka koja se želi prenijeti razumije odnosno „primi“ (1983: 54). Zaključujemo kako plakat razvija brzu komunikaciju, koji za razliku od drugih medija nije moguće ponijeti sa sobom, tako da mora biti razumljiv i jednostavan da ga svaka osoba koja dođe u kontakt s njime i razumije. Zato je velika usmjerenost na dizajn, njegove vizualne elemente kao i tekstualne, koji moraju biti minimalni kako bi plakat uspješno prenio poruku. U današnje vrijeme politički plakat se uvelike koristi i kod predizbornih kampanja. Političke stranke smatraju kako je komunikacija plakatima odličan način neverbalne komunikacije koji im omogućava dopiranje do svakog građana bez potrebe organiziranja izravnog susreta. Tako će se građani osloniti na sliku koju oblikuje vizualni medij (Turković 2009).

Osim sredstva prenošenja informacija i ideja, plakat prema Rabrenoviću (2012) služi i za kreiranje kulta ličnosti pojedinih vladara i načina njihovog predstavljanja. Smatra ga sredstvom političke propagande koji svojim jednostavnim slikovnim izrazom uspješno informira publiku koja bez velikog napora interpretira poruku kojoj je izložena. Govoreći o političkim plakatima važno je napomenuti i komponente od kojih je politički plakat načinjen, pa tako Rabrenović (2012) ističe dvije komponente koje čine cjelinu političkog plakata, a to su:

1. Vizualna komponenta – obuhvaća grafičku opremu, boje, simbole, odnosno sve vizualne elemente plakata u koje spada boja, oblik, slika, veličina i tip slova. Vizualni elementi ključni su za dojam koji plakat ostavlja na promatrača.
2. Verbalna komponenta – obuhvaća tekstualne poruke i slogane koji se smišljaju i upućuju u specifičnim situacijama.



Slika 5. Shepard Fairey, „Hope“. 2008.

(Dostupno na: <https://www.theguardian.com/culture/gallery/2020/oct/07/posters-that-changed-the-world-in-pictures>)

4.1.1 PLAKAT I PROPAGANDA

Jedan od češće prepoznatih načina na koji je plakat utjecao na društvo kao značajan medij u oglašavanju i promociji je njegov doprinos kod propagande. Propaganda kako je definirana na internetskoj stranici Enciklopedije je „poseban način prikazivanja poruka kojim se izravno utječe na stavove i ponašanje većeg broja ljudi“ (Enciklopedija.hr pristupila 10.2.2023) Prema Mihailoviću (1984) cilj propagande je utjecaj na mišljenje i stavove grupe ili pojedinca u korist neke organizacije.

Haramija (1993) politički plakat definira kao jedan od načina prenošenja političke poruke, koji nameće i pod utjecajem je političkog stava te je nastao zbog nekog političkog zadatka. Svrstava ga u dvije kategorije prema političkom okruženju i to kao sredstvo za postizanje političkih ciljeva, odnosno kao pošiljatelja koji prenosi donesene političke odluke i kao sudionika pri političkim događanjima, dok Rabrenović (2012) plakat smatra učinkovitim i jeftinim sredstvo propagande, koji je u isto vrijeme jednostavan i kompleksan te bez velikog napora prenosi poruku i osvaja publiku u naletu. Zbog svojih karakteristika da informira, potakne, uvjeri, zavede, plakat se koristi kako bi se ljude uspješno informiralo o događajima i aktualnim pitanjima, kao i u nametanju određenog stava. Smatra ga se najagresivnijim medijem

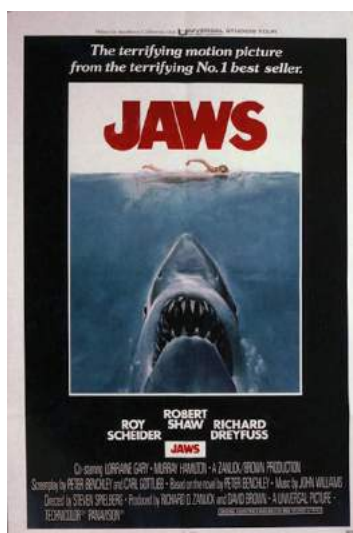
i sredstvom propagande jer ga nije moguće izbjeći, a ono što ga čini posebnim i primamljivim političkim ličnostima je njegova izloženost za vrijeme predizborne šutnje. Za razliku od ostalih masovnih medija koji moraju prestati s objavljivanjem informacija, plakat najčešće ostaje stajati na vidljivim javnim površinama Rabrenović (2012).

4.2 FILMSKI PLAKAT

Za filmski plakat možemo reći da se razvijao u isto vrijeme kada i film. Braća Lumière 1895. prikazali su svoj prvi film, a prvi filmski plakat na ulicama Pariza pojavio se početkom 1896. godine (Filmska enciklopedija, mrežno izdanje 18.2.2023) U njegovim počecima bio je jedini način kako javnost obavijestiti o zanimljivim događanjima, pa je tako na sebi nosio informacije, grafički je komunicirao i prikazivao o čemu film govori. Istaknut je bio i studio koji ga je napravio, glumci koji su igrali u filmu, te informacije o tome gdje će se i kada film prikazivati (Heide, Gilman 1986). Ono što je bilo zanimljivo za filmske plakate kroz povijest bila je činjenica da su dizajnirani s nekoliko boja, dok su filmovi koje su promovirali bili crno-bijeli (Heide, Gilman 1986).

Prema filmskoj enciklopediji, plakat se definira kao oglas većeg formata kojemu je cilj oglašavanje nekog filma na način da se plakatom sažmu sve važne i bitne karakteristike. Najčešće se na njima prikazuju upečatljivi prizori ili glavni likovi, dok se bojom i kompozicijom, odnosno vizualnim putem nastoji prenijeti emocija koju film nastoji postići kod gledaoca. Svi elementi moraju podržavati sadržaj filma i njegovu poruku kako bi se publika zainteresirala za gledanje istog. Može se reći da filmski plakati prenose bit filma, odnosno u nekim slučajevima plakati su usko povezani s filmom te prenose istu poruku, dok u drugim slučajevima plakat i film prenose povezane ali različite poruke (King 2003).

Osim slikovnog prikaza, filmski plakat na sebi sadrži informacije o redatelju, producerskoj kući, glavnim glumcima itd. (Filmska enciklopedija, mrežno izdanje 18.2.2023)



Slika 6. Roger Kastel, „Jaws“. 1975.

(Dostupno na: <https://www.empireonline.com/movies/features/best-posters/>)

4.3 EDUKACIJSKI PLAKAT

Edukacijski plakat koristi se za akademske svrhe te ga se najčešće može vidjeti na zidovima u školama. Sastavljen je od nekoliko elemenata: naslova, slika i sažetih natuknica koje promatraču pružaju informacije o novim istraživanjima, istraživanjima provedenim od strane učenika koji na taj način sažeto i organizirano prezentiraju ono što su naučili. Njihova svrha je dijeljenje informacija s ciljem motiviranja drugih da nastave istraživanje sličnih ili povezanih tema.



Slika 7. Dominika Debak, „Kako napraviti plakat“ 2017.

(Dostupno na: http://www.os-sucidar-st.skole.hr/ucenici?news_hk=5510&news_id=504&mshow=1455)

4.4 KAZALIŠNI I KONCERTNI (PLAKATI DOGAĐANJA)

Jednom riječju može ih se nazvati plakati događanja. Kako im samo ime govori, plakati događanja postavljaju se kako bi se javnost obavijestila o nadolazećim kazališnim predstavama, koncertima, sportskim utakmicama, sajmovima itd. Ovisno o tome što promoviraju, plakat će na sebi primjerice imati slike prijašnjih događanja ako je nešto slično već održano, slike pjevača, glumaca popraćene s nekoliko jasnih riječi kojima će se promatraču pružiti informacije o vrsti događanja, datuma i lokacije. Plakati su često šareni u svrhu privlačenja što većeg broja ljudi.



Slika 8. Boris Bućan, „Labuđe jezero“ 1988.

(Dostupno na: <https://mrezadizajna.com/katalog/plakat-za-predstavu-labude-jezero>)

4.1 TURISTIČKI PLAKATI

Turistički plakati namijenjeni su promoviranju posebnih destinacija, naglašavajući atrakcije i aktivnosti koje ih čine vrijednim posjetiti. S ciljem privlačenja pažnje, turistički plakati prikazuju šarene slike i uvjerljiv tekst, a izloženi su u turističkim agencijama, hotelima, restoranima, zračnim lukama i brojnim drugim mjestima.



Slika 9. Conrado Walter Massaguer, „Visit Cuba“ 1950.

(Dostupno na: <https://www.discountdisplays.co.uk/our-blog/top-10-vintage-travel-posters-from-the-posterforest-collection/>)

5. ELEMENTI PLAKATA

Plakat prenosi vizualnu poruku koja je sastavljena od individualnih komponenata koordiniranih tako da tvore jednu smislenu cjelinu. Kada govorimo o elementima plakata vraćamo se grafičkom dizajnu prije definiranom kao vrsta umjetnosti koja koristi razne kombinacije fotografije, tipografije, ilustracije i tiska s ciljem prenošenja poruke.

Rabrenović (2010) ističe da vizualna učinkovitost utječe na koji način i u kojoj mjeri će plakat utjecati na mišljenje promatrača. Kako bi plakat bio ostvaren i učinkovit u potpunosti na sebi mora sadržavati neke elemente. Prema tome elemente plakata dijeli u dvije skupine: vizualne elemente i verbalne elemente.

Vizualni i verbalni elementi na plakatima se najčešće prikazuju u omjeru 70:30, jer su vizualni elementi najčešće upečatljiviji i lakše pamtljivi za promatrača, i na koncu lakše prenose poruku. Osim toga promatrač ne mora poznavati jezik, već gledanjem može razumjeti poruku koja se želi prenijeti. No valja naglasiti i da verbalni elementi ponekad imaju veliku ulogu jer daju smisao i kontekst, odnosno govore o onome što na slici možda nije vidljivo, najčešće koristeći neformalan jezik kroz jednostavne i kratke rečenice (Dyer, 1982). Da bi to uopće moglo biti moguće elementi od kojih je plakat sastavljen moraju biti međusobno skladni i povezani, odnosno na taj način vizualni i verbalni elementi čine komunikacijsku cjelinu. (Likovna kultura, internetska stranica, pristupljeno 23.2.2023).

Prema knjizi *Exploring the elements of design* kao elementi plakata navedeni su: oblik, prostor, linija, veličina, boja, kontrast, ritam, tekstura i tipografija (Thomas, Evans 2004).

Prema Poulinu (2011) vizualni elementi su osnova onog što možemo vidjeti, a neki od njih su: točka, linija, oblik, ton, boja, tekstura, dimenzija, omjer itd. Na prvi pogled plakat izgleda vrlo jednostavan, pogotovo osobi koja ga promatra, ali iz navedenog možemo vidjeti kako se plakat sastoji od mnogih elemenata koji jednako pridodaju svoju vrijednost i na taj način ostvaruju glavnu značajku plakata, odnosno komunikaciju.

5.1 TOČKA

Točka je oblik bez naglašene dimenzije, bez visine, širine i dužine, apstraktan i gotovo nedefiniran oblik koji je kao takav osnova za sve ostale vizualne oblike (Marković 2009).

Jakubin (1999) je definira kao temeljnu likovnu i optičku vrijednost, odnosno ona je u grafičkom smislu najmanji grafički znak, dok je Dondis (1973) definira kao najjednostavniju jedinicu vizualne komunikacije.

Prema Poulinu (2011) temeljna je građevna jedinica svih elemenata i načela vizualne komunikacije. Isto tako ona je najjednostavniji i najčešće korišten geometrijski element u rječniku grafičkih dizajnera i jedan je od bitnih elemenata u geometriji.

Bitna karakteristika točke je da može stajati sama, no spoji li ih se nekoliko zajedno mogu stvoriti nekakav novi element kao što je linija, forma, tekstura, ton, uzorak, oblik (Poulin 2011), no iako na prvu jednostavna, točka je kompleksan objekt koji je ujedno temelj za sve ostale forme (Samara 2007).

Dakle točka može biti realizirana na više načina i zauzeti različite grafičke forme. Po prirodi najčešće je prikazana okruglog ili ovalnog oblika koja ima vizualnu moć toliko snažnu da privlači pogled promatrača bez obzira na njen položaj (Dondis 1973).

„Točkom možemo graditi, možemo je varirati i međusobno kombinirati. Točke možemo nizati vodoravno, okomito, dijagonalno, kružno ili slobodno. Točke možemo po plohi pravilno ili nepravilno raspoređivati“ (Jakubin 1999: 14).

5.2 LINIJA

Damjanov (1991) liniju određuje kao znak koja može imati dva vida: osjetilni još zvan i vizualni, te osjetilno-izvedbeni odnosno likovni. Kada su točke blizu jedna drugoj, toliko da se ne mogu individualno prepoznati, točka postaje novi prepoznatljiv vizualni element - linija (Dondis 1973), još zvana crta „je osnovni element crteža“ (Jakubin 1999: 16).

„Linija označava naglu i kontinuiranu promjenu u gustoći rasporeda podražaja na mrežnici prouzročenu naglom i kontinuiranom promjenom intenziteta svjetlosti“ (Damjanov 1991: 8).

Prema Poulinu (2011) linija je kao i točka jedan od baznih elemenata dizajna i stoga vrlo važna u području vizualne komunikacije. Zbog svoje prirode, ima ogromnu energiju, nije statičan element za razliku od točke koja je. Ona nesvjesno usmjerava promatračev pogled, komunicira pokret, olakšava čitljivost i razumijevanje poruke i na taj način olakšava pristup informacijama. Nastaje gibanjem točke, označavajući kretanje u prostoru ili na plohi (Jakubin 1999), a kako ističe Poulin (2011) linija ima broje sposobnosti poput spajanja, odvajanja ili stvaranja novih grafičkih elemenata. Već je naglašeno kako je stvorena od nebrojeno puno točaka poredane jedne do drugih u jednom smjeru. Broj točaka može biti beskonačan, ali isto tako mogu biti dvije krajnje točke koje označavaju početak i kraj neke linije. Njezina putanja određuje vrstu i karakter neke linije (Poulin 2011).

Linije možemo odrediti na tri načina. Prema karakteru linije se dijele na tanke, debele, kratke, dugačke, isprekidane, oštre. Prema toku na ravne, krive, otvorene i zatvorene, a prema svom značenju na konturne, teksturne i strukturne crte (Marković 2009).

One su ekspresivne i svojim izgledom (dugačke, kratke, debele, tanke, isprekidane, oštre) mogu prenijeti širok raspon emocija. Primjerice podebljana linija komunicira i prenosi osjećaj snage i moći. Linija koja je nacrtana kistom prenosi dojam fluidnosti, manjka discipline, dok linija napravljena kemijskom olovkom prenosi dojam preciznosti i discipline (Poulin 2011).

5.3 OBLIK I FORMA

Važan element dizajna i vizualne komunikacije je oblik koji može biti definiran kao figura ili masa u dvodimenzionalnom dizajnu koja posjeduje širinu i dužinu.

Poulin (2011) objašnjava kako je oblik definiran kao obris ili kontura stvari, dok Dondis (1974) daje detaljnije objašnjenje i definira ga kao dvodimenzionalnu ravninu definiranu zatvorenim obrisom linijom koja počinje i završava u jednoj točki, te na taj način tvori zatvoreni oblik ili prostor. Oblici se koriste kako bi se definirao raspored, stvarali uzorci i komponirali različiti elementi u nekoj likovnoj kompoziciji. Neki primjeri jednostavnih oblika su krug, kvadrat, trokut koji su temelj svih ostalih oblika. Kao i linija, oblik može nositi i prenositi poruku, pa tako meki, zaobljeni krajevi i oblici daju dojam topline, dok oštri oblici mogu odavati dojam hladnoće.

Svaki od navedenih jednostavnih oblika također ima svoje značenje koje se može biti temeljeno na asocijacijama i percepciji. Kvadrat se poistovjećuje s izravnosti i iskrenosti, krug na toplinu, zaštitu, beskonačnost, dok trokut asociira na sukob, akciju i tenzije (Dondis: 1974). Iako se može činiti da oblik i forma nose isto značenje, oni su posve odvojeni i različiti pojmovi, pa tako Evans (2004) formu objašnjava kao oblik koji posjeduje volumen. Nastaje dodavanjem dubine ili volumena dvodimenzionalnom obliku, odnosno ona je „oblik i struktura nečega što se razlikuje od njegovog materijala ili oblik i struktura predmeta“ (Poulin, 2011: 39). Osnovne su forme izvedene iz jednostavnih oblika: sfera iz kruga, piramida iz trokuta i kocka iz kvadrata (Poulin, 2011).

5.4 BOJA

Boju je moguće definirati kroz dva pojma. „Prvi pojam označava fizikalnu osobinu svjetlosti, odnosno osjećaj koji u oku stvara svjetlost emitirana iz nekog izvora ili reflektirana od površine neke materije. Drugi pojam označava tvar za bojenje, koja ima svojstvo da oboji bezbojnu materiju“ (Jakubin 1999: 28). Definira je Poulin (2011) kao fenomen svjetla ili vizualne percepcije koja omogućava razlikovanje inače identičnih predmeta, te naglašava kako je boja jedna od najsnažnijih komunikacijskih elemenata bilo kojeg dizajna, a o važnost boje u vizualnoj komunikaciji piše i Dondis (1973) koji objašnjava da se zbog obilja informacija koje se iz boje mogu iščitati ostvaruju najprodornija vizualna iskustva.

O vizualnim iskustvima konkretnije nalazimo kod Evansa (2004) koji ističe kako je uloga boja u vizualnoj komunikaciji kompleksna te utječe na promatračevu percepciju, potiče emocionalnu i psihološku reakciju, a može nametnuti i neki stav ili raspoloženje. Svaka boja na neki način ima simboličko značenje koje komunicira bez intervencije riječi. Osim simboličkih, boja može imati i asocijacijska značenja, te je u mogućnosti potaknuti odgovor, stvoriti raspoloženje, simbolizirati ideju i izraziti emociju. Ljudi imaju različite asocijacije s bojom, a svaka boja ima povezanosti koje pomažu prenositi informaciju. Na to kako će se boja odraziti na promatrača utječu i neki drugi faktori poput dobi promatrača, spola, osobnom iskustvu, raspoloženju, povijesti i tradiciji (Stone 2006).

Tomiša, Milković (2013) navode neke psihološke karakteristike boja pa tako crvenu boju opisuju kao aktivnu, osvježavajuću, energičnu, snažnu, privlačnu. Roza boja veže se uz

pojmove nježna i brižna, ljubičasta je mistična, muževna, očaravajuća, uznemirujuća, obuzdavajuća, tamno crvena daje dojam otmjenosti, dostojanstvenosti i ozbiljnosti, zelena je kao boja osvježavajuća, smirujuća, skladna, optimistična, bijela je potvrdna, čista, nesputana, otvorena. Kao udaljena, osjećajna, ali hladna i sterilna, opisana je tirkizna boja, žuta je vedra, slikovita, živahna, zabavna, siva je kao boja neutralna, ali može se doimati bezosjećajnom, ispraznom i dosadnom. Narančasta se veže uz nešto uzbudljivo, toplo, izravno, a crna je čvrsta, elegantna, tužna i negativna. Boja dakle povećava vizualnu zainteresiranost i ojačava značenje i organizaciju elementa bilo kakve vizualne kompozicije, tako da u teoriji svijetle boje proizvode blaže efekte, dok tamne čine obrnuto (Poulin 2011).

5.5 SLIKA I TEKST

„Slika vrijedi tisuću riječi“ Fred R. Barnard

Slika je vizualna reprezentacija koja ima moć pojačati vizualnu poruku, komunicirati emociju, privući i zadržati pažnju i potaknuti maštu promatrača (Poulin 2011). Koristi se za brže i jednostavnije prenošenje informacija koja bi u pisanom obliku teže i sporije prenosila poruku. Moć slike je značajna, to je univerzalni jezik svima poznat iz kojeg je moguće učiti s malo napora za razliku od riječi. „Slike mogu potaknuti svijest drugih o onome što su vidjeli, ili što su zapazili, čega se sjećaju, što očekuju ili razmišljaju i oni to rade bez ikakvog pretvaranja informacija u drugi oblik“ (Turković 2009: 333), drugim riječima slike igraju važnu i često nevidljivu ulogu u oblikovanju naših identiteta.

Turković (2009) nadalje naglašava kako su vrijednost slike i njezine moći kod širenja informacija među prvima prepoznale političke ličnosti. Mozak ima veću sposobnost u primanju neograničenih količina vizualnih informacija u isto vrijeme, koje su ujedno konkretnije od same riječi, dok pisane informacije zahtijevaju poredak, procesiranje i tek onda razumijevanje. Ne možemo zanijekati činjenicu da se tekst i slika na plakatu međusobno nadopunjuju. I slika i tekst su način reprezentacije informacija. Njihova uloga je dok mi konstruiramo njihovo značenje, oni zauzvrat rade na „konstruiranju nas“. Slike na prvi pogled izgledaju jednostavnije od teksta jer se gledaju u cjelini, ali su neizmjerljivo složenije od teksta u njihovoj neposrednosti i suptilnosti, dok se tekst promatra izravno te je sposoban i dovoljno moćan da usmjeri razmišljanje promatrača u željenom pravcu (Freedman, 2003).

5.6 TIPOGRAFIJA

Čovjek je okružen slovima svaki dan, čitanje novina, časopisa, prilikom surfanja internetom ili prolaskom pored plakata. Slova omogućuju komuniciranje složenih poruka, ali to ne znači da će se poruka primijetiti ili pročitati. Percepcija i razumijevanje tiskane riječi uvelike će ovisiti o slovima i kako su predstavljeni. Na tome radi tipografija koja nastoji stvoriti vizualnu zainteresiranost i u isto vrijeme prenijeti željenu poruku na jasan i uvjerljiv način. Pojam tipografija izveden je od riječi grč. *typos* koja u prijevodu znači žig- znak, reljefno izrezbaren za svrhe otiskivanja, i riječi *graphem* što znači pisati. U doslovnom prijevodu tipografija je „vještina pisanja pomoću specijalno izrađenih žigova“ (Mesaroš, 1985: 5).

Tipografija je „umijeće slaganja tipografskih elemenata, tj. dijelova tiskarskog sloga (teksta) i ilustracija u jedinstvenu i razumljivu optičku cjelinu“ (Hrvatska enciklopedija 3.3.2023.). Mesaroš (1985) je nadalje definira kao vizualnu disciplinu koja se bavi oblicima i oblikovanjem, čiji glavni zadatak je prenošenje informacija, dok je prema Poulinu (2011) tipografija objašnjena kao tehnika slaganja i oblikovanja tipografskih elemenata u koje spadaju brojevi, slova te interpunkcijski znakovi s ciljem stvaranja narativnih formi.

Podjelu i objašnjenje osnovnih tipografskih pojmova dala je Miličić (2013), pa tako razlikujemo slovni znak, od engleske riječi *letterform* koji se odnosi na formu svakog znaka odnosno slova u alfabetskom pismu, čije posebne karakteristike utječu na njegovu čitljivost. Potom razlikuje pismo (engl. *Letterface*) drugim riječima samo jedan set slovnih i interpunkcijskih znakova i brojeva koji dijele ista vizualna svojstva te na taj način tvore jedinstven izgled tog pisma, dok je font (engl. *Type font*) kompletan set kojeg čine oblikovani slovni znakovi, jedinstveni po stilu i veličini. Ti slovni znakovi u pravilu tvore font, a u njega također spadaju brojevi te slovni i interpunkcijski znakovi. Rez (engl. *Type style*) je definiran kao razne varijacije, a te varijacije se mogu očitovati u širini pisma (condensed, extended, regular), debljini (light, medium, bold), formi (obrubno, dekorativno, osjenčano) i kutu (ukošeno, uspravno). Zadnji pojam je pismovna obitelj (eng *type family*) odnosno jedno pismo unutar kojeg se nalaze sve stilske varijacije.

5.7 PROPORCIJA

Berger (1998) kaže da je za oko promatrača proporcija privlačna i oku ugodna. Proporcija je „odnos veličina pojedinih dijelova cjeline jednih prema drugima kao i prema samoj cjelini“ (Miličić 2013: 30), odnosno proporcija „označava međusobni odnos veličina dijelova neke cjeline“ (Jakubin 1999: 129). Poulinu (2011) proporciju objašnjava kao odnos između dvije stvari u bilo kojem sastavu, dok je u vizualnoj komunikaciji bitno načelo dizajna definirano kao odnos veličina unutar neke kompozicije. Na temelju danih definicija možemo vidjeti zašto je proporcija važna za sam dizajn plakata. Neizostavan je koncept pri kreiranju realistične, skladne i uvjerljive kompozicije koja samim time omogućava stvaranje naglaska i kontrasta koji vode promatrača kroz djelo.

Kao najpoznatija proporcija ističe se zlatni rez, kojeg Zlatić (2013) definira kao božansku proporciju, odnosno najsavršeniji rez u prirodi koji takav ljudskom oku izgleda potpuno savršen, on je harmonija potpune preciznosti i kaotične nesavršenosti, dok je prema Bergeru (1998) to odnos gdje bi mali element prema velikom elementu trebao biti isti kao odnos između velikog elementa prema ukupnom. Berger (1998) isto tako naglašava kada je riječ o proporcionalnosti, da se pozornost treba obratiti na sljedeće faktore: veličinu (veliko, malo), os (vertikalno, horizontalno), oblik (pravilan, nepravilan), i boju (svijetlo, tamno, toplo, hladno), (Berger 1998).

5.8 RAVNOTEŽA

Isto kao i kod proporcije, oko je ono koje automatski traži ravnotežu. Potreba za ravnotežom kod čovjeka može se opravdati činjenicom da je upravo ona potrebna za prve korake koje čovjek napravi, kao i za stajanje i trčanje. Čovjek po prirodi naginje prema ravnoteži i stabilnosti. Uravnotežene kompozicije čovjek percipira kao skladne te na njih reagira pozitivno, dok s druge strane neuravnotežene mogu imati negativan učinak.

„Ravnoteža označava uravnotežen odnos lijeve i desne strane“ (Jakubin 1999: 127), drugim riječima estetski je ugodna integracija elemenata skladnim rasporedom unutar neke vizualne kompozicije.

Postoje tri vrste ravnoteža. Simetrična ravnoteža opisana je kao „raspored oblika istih veličina i težina u istom razmaku u odnosu na središnju os“ (Jakubin 1999: 127), asimetrična kao „raspored oblika različitih ili kontrastnih veličina ili težina u različitom razmaku u odnosu na središnju os“ (Jakubin 1999: 128). Optička ravnoteža zahtijeva isključivo vizualno promatranje, a posebno se mora paziti na oblike, težišnu vrijednost oblika, te njegovo mjesto u prostoru. Svaki oblik ima imaginarnu težinu pa će tako četverokut djelovati teže od trokuta unatoč istim veličinama. Isto je i kod boje, hladne boje doimaju se lakše od toplih (Jakubin 1999).

5.9 KONTRAST

Definiciju kontrasta nalazimo kod Jakubina (1999) a objašnjava ga kao međusobno suprotstavljanje istih ili različitih elementa koje se ostvaruje kombiniranjem različitih veličina (veliko-malo, kratko-dugo, visoko-nisko), boja (svijetlo-tamno, toplo-hladno, komplementarni kontrast), oblika (jednostavno-složeno, oblo-uglato, puno-šuplje), crta (ravne-zakrivljene, tanke-debele) (Jakubin, 1999). Kontrast je sinonim suprotnosti, vizualni koncept koji u osnovi oku pruža primjetnu razliku između dvije stvari ili objekta (npr. crveno-zeleno, svijetlo-tamno, toplo hladno), Poulin (2011).

Ljudsko oko i um zahtijevaju stimulaciju koju kontrast lagano postiže. Kontrast je u mogućnosti potaknuti i privući pažnju promatrača, ali isto tako dramtizirati značenje nečega i na taj način učiniti ga važnijim i dinamičnijim, odnosno ako se nešto želi naglasiti i istaknuti kao veliko, stavlja se pored nečega malog (Dondis 1973).

6. SLIKA I TEKST U KONTEKSTU VIZUALNE KOMUNIKACIJE PLAKATA

Tekst i slika smatraju se modelima komunikacije koji na temelju svojih funkcija različito doprinose prenošenju poruke. Kombinacija slike i teksta u mnogim kontekstima je najnormalnija stvar toliko da ljudi već stotinama godina stavljaju tekstualne informacije zajedno sa slikama. Jedan od češće proučavanih slikovnih prikaza kombiniranih s kraćim tekstom je plakat, koji je svojim sažetim, upečatljivim i dinamičnim porukama postao duboko uključen u kulturu. Po dosadašnjim istraživanjima može se zaključiti kako slikovni prikaz posjeduje veću moć od verbalnog. O funkcijama tekstnog i slikovnog prikaza u kontekstu plakata govori Palašić (2014) koja naglašava kako je slikovni prikaz temeljen na vizualnom kodu te kako bi postigao cilj, mora biti dobro osmišljen. Bilo kakva slika ne može biti dovoljna za postizanje željenog cilja, drugim riječima neće se uspješno izazvati emocija kod promatrača što će dovesti do izostanka interpretacije.

Kako je Paić (2008) definira, slika je komunikacijski medij koja omogućava sporazumijevanje. Ono gdje leži moć slike može se pripisati činjenici da se slika odjednom prezentira promatraču, za razliku od teksta koji je sastavljen nekim redoslijedom.

Ono što je zajedničko i tekstu i slici jest način njihove obrade od strane promatrača jer se slici pridodaju riječi prilikom interpretacije, a te riječi podliježu nekom rasporedu kao i tekst.

Freedman (2003) podupire ideju da se vizualne slike čitaju kao tekst te naglašava da su slike u nekim tehničkim značajkama slične tekstu. Prema semiotičkoj teoriji koja istražuje funkcioniranje, nastajanje i prenošenje vizualnih znakova, jedno i drugo su oblici reprezentacije koje ovise o nekoj vrsti metafore ili drugim oblicima simboliziranja.

Palašić (2014) ističe kako funkcija teksta nije lako zanemariva, te iako kratak, potreban je promatraču jer pruža informaciju koja preko slike nije vidljiva, a u isto vrijeme ta šturost teksta potiče recipijenta na razmišljanje da nadopuni ono što nedostaje. Odnos slike i teksta je kompleksan te se u kontekstu plakata ne može proučavati i interpretirati odvojeno bez negativnog učinka, odnosno gubitka njegovog smisla i značenja.

7. VIZUALNI JEZIK I KOMUNIKACIJA

Vizualni jezik i komunikacija prisutni su u svakodnevnom životu čovjeka i obuhvaćaju sve oblike komunikacije koje se oslanjaju na osjetilo vida pa se tu ubraja grafički dizajn, ilustracije, fotografije, animacije, slike itd. Kako je plakat vizualni medij koji se služi vizualnom komunikacijom stvorenom vizualnim elementima u prenošenju poruke, u nastavku će se pobliže objasniti sam pojam i njen doprinos plakatnoj umjetnosti.

Verbalni jezik ima vokabular, gramatiku i sintaksu, dok su to u vizualnom jeziku likovni elementi poput boje, linije, kontrasta ili pozicije nekog objekta koji stvara vizualnu poruku (Ausburn, Ausburn, 1978). Zbog toga je univerzalan, drugim riječima iz slika se može učiti s manje napora, nego što je potrebno kada se uči putem riječi (Turković 2006).

Racine (2002) je vizualnu komunikaciju definirao kao primanje i prenošenje poruka putem vizualnih sredstava, te naglašava kako ova vrsta komunikacije jasnije prenosi poruku od samog teksta. Prema Hembree (2006) ona je kombinacija teksta i slike koja se zbog svoje estetske prirode lako povezuje s publikom na intelektualnom i emocionalnom levelu te im na taj način pruža relevantne informacije, dok Turković (2009) navodi kako je sastavljena od simbola koji svoje značenje poprimaju mišljenjem i promatranjem.

O njezinoj važnosti piše i Wileman (1993) te ističe tri razloga zašto je vizualna komunikacija uspješna u prenošenju poruke. Kao prvi razlog navedena je promatračeva pažnja, odnosno vizualna poruka dinamično komponirana izazvati će zainteresiranost, što je ujedno i prvi korak prilikom komuniciranja. Drugi razlog je njezina učinkovitost jer se komunikacija i prenošenje poruke odvija brzo, dok je kao treći razlog navedena efikasnost. Vizualni prikaz ima sposobnost proizvesti željeni ishod, odnosno usmjeriti promatračevu pažnju na željeni aspekt poruke koji se želi prenijeti i na taj način pomoći u razumijevanju i pamćenju iste. Vizualna komunikacija neizostavan je dio plakata koji sažima informacije za lakše razumijevanje, zadovoljava potrebu globalne komunikacije predstavljajući osnovne, ali ključne informacije te je iz tog razloga pristupačna i razumljiva svim kulturama.

7.1 VIZUALNE PORUKE

O načinu primanja vizualnih poruka piše Dondis (1973) u djelu „A primer of visual literacy“, a dijeli ih na tri razine. Kao prvu i najefikasniju Dondis smatra reprezentativnu razinu. Ova razina odnosi se na ono što se može vidjeti i prepoznati iz našeg iskustva i okoline, drugim riječima stvarnost je osnovni i dominantni vizualni doživljaj. Sljedeća je apstraktna razina usmjerena na osnovne vizualne elemente. Što je vizualna informacija reprezentativnija, njezino značenje je specifičnije, dok je apstrakcijom značenje općenitije. Posljednja razina je simbol, definiran kao pojednostavljivanje vizualnih detalja na minimum. Upravo je simbol, u nekim slučajevima slika ili fotografija, postavljen kao glavni dio plakata koji zbog svoje jednostavnosti osigurava vizualno prenošenje informacija.

Simbol je znak, odnosno vizualni prikaz koji predstavlja ideju (Šimrak, Markulin, Perus 2011). Gledajući povijest simbola, sve oko nas može poprimiti simboličko značenje, od prirodnih objekata kao kamena, biljke, životinje, vjetra, vode do objekata napravljenih od strane čovjeka poput kuća, automobila, brodova. Dakle simboli plakatu omogućuju prenošenje poruke koje bi inače bile teške za ilustrirati. Plakat čine zanimljivijim, a s druge strane pričaju priču, prenose značenje i na taj način stvaraju veći utjecaj.

7.2 VIZUALNA I MEDIJSKA PISMENOST

Svakodnevni život djeteta ispunjen je informacijama, a te informacije sve češće postaju problem nego nešto pozitivno. Zato se svijet okreće prema umjetnosti, simbolima, slikama i drugim oblicima vizualne komunikacije koje omogućuju prenošenje informacija, a u isto vrijeme smanjuju obujam informacija. Da bi se informacije mogle prenijeti na dijete, a potom kritički analizirati i tim putem dalje razvijati kritičko mišljenje, ono mora biti vizualno i medijski pismeno.

Kako su je definirali Giorgis, Johnson, Bonomo, Colbert (1999) vizualna pismenost je sposobnost stvaranja mišljenja putem vizualnih slika. Djeca u kontakt sa slikama dolaze svakodnevno, a kako smo već prije definirali slike je potrebno interpretirati, analizirati te o njihovom značenju kritički razmišljati kako bi se doznao njihov smisao. Njezina važnost leži u činjenici da vizualno pismena osoba posjeduje mogućnost uspješno dekodirati i interpretirati

vizualne poruke, a na temelju toga stvarati smislenu vizualnu komunikaciju. Bamford (2003) objašnjava kako vizualna pismenost uključuje razvijanje skupa vještina potrebnih za interpretaciju vizualnih slika, ispitivanje socijalnog utisaka kojeg ostvaruju te raspravljanje o njihovoj namjeni. Uključuje i donošenje prosudbi o točnosti, pouzdanosti i vrijednosti slika. Nadalje, pod pojmom vizualno pismen podrazumijeva se svaka osoba koja može razumjeti temu slike, analizirati i interpretirati slike s ciljem stvaranja njihovog značenja, analizirati tehnike kojima je slika stvorena te evaluirati estetsku vrijednost dijela. Drugim riječima vizualno pismena osoba čita slike na smislen način.

Kako plakat spada u jednu od vrsta medija, za njegovo razumijevanje osim vizualne pismenosti potrebna je i medijska pismenost. Medijska pismenost u knjizi *Media Literacy and its Importance* definirana je kao kritički informirano razumijevanje masovnih medija odnosno sposobnost kritičkog analiziranja medijskih poruka te definiranje funkcija koju publika posjeduje prilikom stvaranja značenja poruke (Malik, 2008), dok prema priručniku *Medijske pismenosti* (CESI, 2016), medijska pismenost omogućuje razvijanje kritičkog mišljenja, razumijevanje poruka i njegovog utjecaja na kulturu i društvo, prepoznavanje točnih i netočnih informacija, proučavanje informacije temeljem iskustva i vjerovanjima (Letinić 2016). Slično stajalište ima Zgrabljčić (1999) koja u priručniku o odgoju za medije za roditelje, nastavnike i učitelje smatra da „medijsko opismenjavanje omogućava kritičko mišljenje o ponuđenim medijskim slikama i potiče na stvarateljski ulazak u masovno komunikacijski prostor“ (Zgrabljčić, 1999: 29). U nastavku dijeli medijsku pismenost na dvije razine. Prva je refleksivna koja se odnosi na mogućnost kritičkog razmišljanja o medijskim sadržajima i oblicima te produktivna koja omogućuje izrađivanje plakata, crtanja, stvaranja časopisa. Iz navedenog se može zaključiti kako su mediji sveprisutni, a upravo to utječe na stvarnost svakog čovjeka, odnosno utječe na formiranje stavova i mišljenja. Zato je važnost medijske pismenosti velika u pogledu razumijevanja i kritičkog promišljanja vijesti i informacija s kojima se djeca susreću u svakodnevnom okruženju.

8. KRITIČKO MIŠLJENJE

U prethodnom poglavlju objašnjeni su pojmovi vizualna i medijska pismenost te njihova važnost za kritičko mišljenje. Ovo poglavlje se usmjerava na pobliže objašnjavanje samog pojma kritičkog mišljenja koji se u novije vrijeme smatra jednom od važnijih kompetencija u životu čovjeka. Tehnologija koja iz dana u dan sve više napreduje dovodi do brojnih promjena, a posljedica tih promjena je velika količina informacija s kojom se djeca sve ranije susreću. Zato razvoj kritičkog mišljenja u obrazovanju postaje jedan od ključnih ciljeva, jer osoba koja ga posjeduje u stanju je promišljati, filtrirati, preispitivati i na temelju toga donositi odluke.

Proučavajući literaturu, kao jednom od prvih definicija na kojoj su temeljene sve ostale definicije kritičkog mišljenja spominje se ona Johna Deweyja (1910), koji isto naziva reflektivno mišljenje, a u knjizi „How we think“ objašnjava ga kao aktivno, pažljivo i neprestano razmatranje pretpostavki ili zaključaka pritom razmatrajući one značajke koje ih podupiru, te produkte koji iz njih proizlaze. Kritičko mišljenje je prema knjizi „Critical thinking“ definirano kao širok raspon kognitivnih vještina i intelektualnih struktura koje su potrebne za analizu i prosuđivanje argumenata, njihove istinitosti; formiranje i prezentiranje uvjerljivih razloga koji upotpunjuju donesene zaključke; donošenje razumnih, inteligentnih odluka o tome u što vjerovati (Bassham, Irwin, Nardone, Wallace 2012).

Definirali su ga i Michael Scriven i Richard Paul na konferenciji kritičkog mišljenja i edukacijske reforme održane u ljeto 1987. godine kao proces aktivnog, vještog oblikovanja, analiziranja i procjene dobivenih informacija prikupljenih iskustvom, promatranjem, razmišljanjem ili komunikacijom. Jednostavniju definiciju kritičkog mišljenja nalazimo kod (Norris, Ennis, 1989) a definiraju ga kao razumno i reflektivno mišljenje koje je svojim djelovanjem usmjereno na donošenje odluke što činiti i u što vjerovati. Pod pojmom razumno smatraju da je kritičko mišljenje dobro mišljenje, odnosno ono koje je temeljeno na pravim razlozima i uzrocima, dok se pojam reflektivno odnosi na sposobnost pojedinca da sagleda vlastitu razumnost mišljenja kao i razumnost mišljenja drugih. Osim toga može se opisati kao fokusirano mišljenje jer je svjesno usmjereno, dakle ono se ne pojavljuje slučajno ili bez razloga već postoji svrha u traženju i primjeni dobrih razloga.

Na temelju definicija može se vidjeti da kritičko mišljenje nije puko davanje kritika, već je način argumentiranja. Drugim riječima kritičko mišljenje omogućuje pojedincu informiranje i propitivanje o nekom problemu u svrhu stvaranja šireg pogleda na problem, odnosno procjenjivanje istinitosti informacija, zaključivanje koje su od njih zlonamjerne, a koje dobronamjerne.

Kako razina razvijenosti kritičkog mišljenja ima veliki utjecaj na tijek i razvoj čovjekovog života zbog brojnih odluka koje čovjek donosi tijekom života, zalaganje za poticanje i razvoj kritičkog mišljenja od najranije dobi je od velike važnosti. Time se pobliže bave Miliša, Ćurko (2010) koji naglašavaju da je zbog sve učestalijeg manipuliranja i zloupotrebljavanja informacija potrebno djecu uvježbati kritičkom promišljanju informacija i općenito svijeta oko sebe unutar odgojno-obrazovnih ustanova. Navode kako je najčešći problem manjak organiziranog učenja za kritičko mišljenje, a za bilo kakav program uvježbavanja kritičkog mišljenja potrebne su velike promjene. Kako velike promjene nisu uvijek najpraktičnije Miliša, Ćurko (2010) smatraju kako bi se napredak u razvoju kritičkog mišljenja kod djece mogao odvijati preko učitelja, tako da ih se osposobi da kroz već postojeće predmete kritički osvještavaju učenike.

8.1 KRITIČKO MIŠLJENJE I LIKOVNA KULTURA

Jedan od predmeta kojim je moguće razvijati i poticati kritičko mišljenje je likovna kultura, a prema sadržaju navedenom u nacionalnom kurikulumu nastavnog predmeta likovna kultura i umjetnost „djela likovne umjetnosti i vizualna okolina polazište su za emocionalni, asocijativni i intelektualni doživljaj, za upoznavanje likovnog jezika, oblikovanje kritičkog mišljenja, postavljanje pitanja o temama koje su bliske učenicima te su poticaj za izražavanje i komunikaciju“ (Nacionalni kurikulum nastavnog predmeta Likovna kultura i Likovna umjetnost 2016: 4).

Unutar predmetnog kurikulumu definirane su tri domene učenja: Umjetnost u kontekstu, Stvaralaštvo i produktivnost, te Doživljaj i kritički stav koja je usmjerena na „razvijanje analitičkog i kritičkog mišljenja kao nužnog preduvjeta za odgajanje budućeg

kompetentnog promatrača koji je sposoban izraziti argumentirane stavove o likovnom stvaralaštvu i vizualnom okružju. Učenike se potiče na aktivno promatranje i raspravljanje o likovnim djelima/stvaralaštvu i srodnim temama te na otvorenost prema različitim idejama, stavovima i umjetničkim pristupima“ (Nacionalni kurikulum nastavnog predmeta Likovna kultura i Likovna umjetnost 2016: 5).

8.2 PLAKAT KAO METODA POTICANJA KRITIČKOG MIŠLJENJA

Kako je ovaj diplomski rad usmjeren na umjetnost plakata i njegov doprinos razvoju kritičkog mišljenja u nastavku je provedeno istraživanje s djecom osnovnoškolske dobi čiji zadatak je bio osmisлити plakat na zadani problem.

Proces stvaranja umjetničkog plakata uključuje sve važne faktore potrebne za kritičko mišljenje, a to su kako je prije navedeno promatranje, promišljanje, tumačenje i primjena. Drugim riječima sam proces potiče djecu na kritičko razmišljanje kako o svojem radu tako i radovima drugih. Kako su djeca po prirodi znatiželjna, sudjelovanje u umjetničkim aktivnostima izrade plakata kod njih razvija vještinu zapažanja i percepcije što im daje mogućnost da efektivnije analiziraju vizualne informacije. U tom procesu djeca su izložena različitim materijalima, tehnikama i kompozicijama što dovodi do eksperimentiranja, te na kraju donošenja odluka i rješavanja potencijalnih problema. Tim putem potiče ih se na komuniciranje, kritičko analiziranje vlastitog rada kao i objašnjavanje pozadine njihovog umjetničkog plakata te promatranje načina na koji je njihov rad utjecalo na druge.

9. PRAKTIČNO ISTRAŽIVANJE

Cilj istraživanja: istražiti umjetnost plakata kao načina poticanja kritičkog mišljenja kod učenika. Provesti likovne aktivnosti izrade plakata, potom analizirati na koje načine i u kojoj mjeri plakati mogu utjecati na razvoj kritičkog mišljenja.

Problem istraživanja: Je li moguće umjetničkim plakatom utjecati na razvoj kritičkog mišljenja? Kako izrada plakata utječe na kritičko mišljenje? Kakav utjecaj na kritičko mišljenje ima analiziranje i promatranje izrađenog plakata?

9.1 ISPITANICI

U istraživanju su sudjelovali učenici uzrasta od prvog do četvrtog razreda osnovne škole. Ukupan broj učenika koji su sudjelovali u istraživanju je 45, od toga je u prvom razredu sudjelovalo je 12 učenika, drugom 14 učenika, trećem 8 učenika i u četvrtom 11.

9.2 VRSTA, METODA I INSTRUMENT ISTRAŽIVANJA

Kvalitativno istraživanje provedeno je u teorijskom dijelu deskriptivnom metodom prikupljanjem literature. Instrument su bili učenički radovi prikupljeni putem osmišljenog praktičnog istraživanja.

9.3 POSTUPAK ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je provedeno u Osnovnoj školi Smiljevac u Zadru u prvom, drugom, trećem i četvrtom razredu. Istraživanje je provedeno kroz nastavu likovne kulture prema propisanom planu i programu. Svaki razred trebao je izraditi plakat na zadanu temu, a sve teme prilagođene su uzrastu učenika. Analiza radova temeljila se na postavljenim kriterijima u nastavku rada. Likovni radovi (podaci) prikupljeni putem ovog istraživanja korišteni su za interpretaciju i analizu istih.

9.4 ANALIZA I VREDNOVANJE LIKOVNIH RADOVA

Na temelju provedenog istraživanja koje je popraćeno dodatnom analizom likovnih radova ispitat će se utjecaj plakatne umjetnosti na razvoj kritičkog mišljenja kod učenika, kao i njegovo kasnije promatranje i analiziranje. Prema kriterijima koji su postavljeni s ciljem provjere problemskog pitanja u nastavku, provest će analizu izrađenih likovnih radova i na taj način odrediti njihovu uspješnost. Kriteriji koji definiraju kvalitetu i uspješnost obavljenog zadatka podijeljeni na vrlo uspješan rad, uspješan i manje uspješan rad.

Tablica 1. Kriterij vrednovanja učeničkih radova

<p>VRLO USPJEŠAN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Vrlo uspješno realiziran likovni problem ♣ Rad je jedinstven, zanimljiv, kreativan, uredan ♣ Učenik je motiviran, uspješno shvaća zadatak, sudjeluje i odgovorno pristupa radu ♣ Vrlo uspješno koristi odabrane likovne tehnike ♣ Učenik smisleno bira boje (odabire upečatljive, intenzivne boje) ♣ Učenik smisleno bira motiv ♣ Učenik vrlo uspješno kritički promišlja i smišlja poruku koju želi prenijeti (poruka je originalna) ♣ Omjer slike i teksta je dobar
<p>USPJEŠAN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Uspješno realiziran likovni problem ♣ Učenik je motiviran, no potreban je poticaj kod ispravljanja grešaka ♣ Rad je kreativan, jedinstven, zanimljiv, manje uredan ♣ Učenik uspješno koristi odabrane likovne tehnike ♣ Učenik uspješno smišlja poruku (poruka nije originalna) ♣ Omjer slike i teksta je zadovoljavajući
<p>MANJE USPJEŠAN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ♣ Manje uspješan / polovično odrađen likovni zadatak ♣ Učenik nije motiviran, radu ne pristupa odgovorno, nezainteresiran ♣ Nedostaje kreativnosti, učenik koristi druge radove kao izvor inspiracije ♣ Papir nije dovoljno ispunjen, omjer slike i teksta je loš ♣ Rad je neuredan

9.5 ANALIZA USPJEŠNOSTI LIKOVNIH RADOVA (1. RAZRED)

Nastavna jedinica

1. **Cjelina:** Površina
2. **Nastavna tema:** Vizualna komunikacija
3. **Likovni problemi (ključni pojmovi):** Reklama, poruka, plakat
4. **Motiv:** Slobodan izbor
5. **Likovno tehnička sredstva i likovne tehnike:** Pestele, flomasteri, bojice

U prvom razredu Osnovne škole Smiljevac tijekom provođenja praktičnog rada na satu Likovne kulture sudjelovalo je 12 učenika. Nastavna tema sata je bila *Vizualna komunikacija* u cjelini *Površina*. Na satu su se obradili ključni pojmovi, a ključni pojmovi bili su popraćeni promatranjem različitih vrsta plakata. U prilogu na kraju diplomskog rada, u sklopu priprema za sat prikazani su slajdovi korišteni na satu Likovne kulture. Nakon pripreme za rad i demonstracija likovnih tehnika krenuli su na promatranje slika s različitim odnosima slike i teksta. Učenici su uspješno uočavali razlike te su odgovorili na sva postavljena pitanja. Uslijedilo je promatranje prvog primjera plakata, reprodukcija Henria de Toulouse-Lautreca „*La Chaîne Simpson*“ popraćeno definicijom pojma plakata. Učenicima su se nakon promatranja plakata postavila pitanja: „Promotrite sliku i recite mi što mislite kakvu poruku nam pokušava prenijeti ovaj plakat?“ Učenici su zaključili da se radi o promoviranju bicikla. S obzirom na sliku koji događaj bi ovaj plakat možda mogao najavljujivati- učenici odgovaraju biciklijadu. Na pitanje što im najviše dolazi do izražaja većina učenika je rekla „crvena boja“, a što misle zašto je odabrana baš crvena boja, odgovorili su jer „kričava“. Njihovom odgovoru slijedilo je pitanje „Ukoliko su mogli birati boje na plakatu, koje boje bi oni koristili“. Za naslov su predlagali zelenu, žutu, plavu ili nekoliko boja zajedno, dok se većina složila kako bi žutu boju prikazanu kao travu zamijenili zelenom bojom. Razgovor se nastavio propitivanjem učenika o odnosima teksta i slike na plakatu, učenici su s lakoćom zaključili da veći dio prostora zauzima slika, manji tekst. Na ostalim primjerima plakata propitivala je učenike na isti način (primjer slajd 3, slika 2. da je plakat crno bijeli, da li bi on isto uhvatio našu pažnju, kao što je hvata kombinacija žuto

plave boje? Sva djeca su odgovorila negativno, a na slici 3. prva asocijacija djeci je bila šuma (odnosno stabla). Nakon poticanja da još jednom pomno promotre sliku, djeca su došla do zaključka da se radi o tipkama klavira, a potom da plakat mora najavljivati nekakav koncert. Učenici su predložili dodavanje nekih drugih boja, a neki su predložili stavljanje slika klavira, violine da je lakše prepoznati o čemu je riječ. Nakon promatranja različitih vrsta plakata razgovarali su o okolišu, načinima njegovog očuvanja, te je predstavljen likovni zadatak gdje su učenici u grupama po troje morali izraditi plakat za zaštitu okoliša. Prije početka realizacije učenike se potkanulo na međusobnu komunikaciju i suradnju, poštivanje i uvažavanje svih ideja, te jednaku podjelu zadataka. Naglasilo se da paze kako će raspodijeliti tekst (poruku) i sliku. Da razmisle kako bi oni svima nama poručili zašto je važno čuvati okoliš. Učenici su imali potpunu slobodu prilikom odabira dostupnih likovnih tehnika, boja, kao i motiva i poruke koju su osmislili. U nastavku slijedi analiza uspješnosti likovnih radova prvog razreda prema već prije definiranim kriterijima.

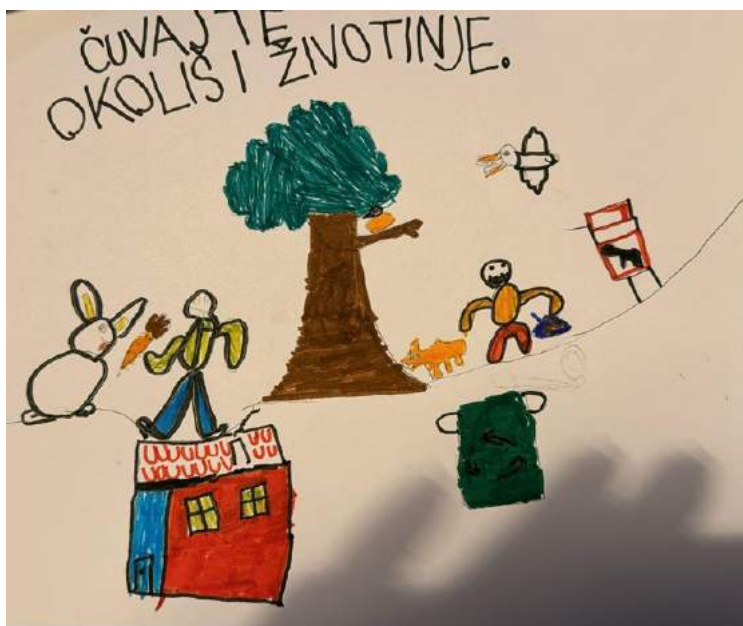
Vrlo uspješan rad



Slika 10.

Grupa učenika vrlo uspješno je realizirala likovni zadatak. Učenici su bili motivirani, podjednako su sudjelovali u izradi, uvažavali su međusobne ideje, slagali su se i uspješno komunicirali. Korištene su sve tri tehnike koje su učenicima bile na raspolaganju (flomasteri, bojice, pastele). Učenici su smisleno birali motive (slika zemlje, drveća, kante za recikliranje s detaljem znaka). Omjer slike i teksta je dobar. Poruka je specifična, učenici su došli na ideju da važnost očuvanja okoliša dočaraju tako da su dva puta napisali riječ „moraju“. Riječi su naglašene tako što su vanjske linije slova izrađene s flomasterom, dok je unutrašnjost obojana pastelama. Kako bi što bolje privukli promatračevu pažnju odlučili su za svaku riječ koristiti drugu boju. S obzirom da se radi o učenicima prvog razreda, rad je iznimno uredan.

Uspješan rad



Slika 11.

Grupa učenika uspješno je realizirala likovni zadatak. Učenici su bili motivirani, međusobno su komunicirali, svi su sudjelovali u realizaciji. Odlučili su se za korištenje samo jedne tehnike (flomastera). Odabrani motivi su domišljati, vezani su za čuvanje okoliša (prikazali su životinje, čovjeka kako ih hrani, drugog čovjeka kako izvodi psa u šetnju, ako se obrati na sami lik tog čovjeka može se vidjeti da nosi vrećicu za izmet, a odmah iza njega nalazi se i kanta za smeće. Ispod istog lika nalazi se kanta za recikliranje, na kojoj istoimeni znak ne dolazi toliko do izražaja zbog sličnih boja. Omjer slike i teksta mogao bi biti malo bolji (tekst po mogućnosti napisati malo većim fontom). Poruka nije toliko kreativna kao poruka na prethodnom crtežu, odlučili su se za crni flomaster, nema nekog naglaska na poruci zbog nedostatka boje ili detalja. Plakat je uredan, ali bi mogao djelovati dovršenije.

Manje uspješan rad



Slika 12.

Grupa učenika manje uspješno je realizirala likovni zadatak. Učenici su bili motivirani, no međusobno se nisu najbolje slagali. Unatoč naglašavanju na međusobno uvažavanje ideja nisu se odmah uspjeli složiti što žele. Koristili su dvije tehnike (flomastere i bojice). Odabrani motivi imaju smisla ali su dosta jednostavni. Radu nedostaje detalja. Ideja plakata je zanimljiva, ali nije u potpunosti izvedena. Omjer slike i teksta je takav da tekst ne dolazi toliko do izražaja. Poruka je jednostavna, ali učinkovita. Slova su malena, teško uočljiva. Učenici su slova pokušali naglasiti kombiniranjem nekoliko boja (crvenu, plavu, zelenu), te su se svakako mogli još posvetiti radu na plakatu i više paziti na urednost.

9.6 ANALIZA USPJEŠNOSTI LIKOVNIH RADOVA (2. RAZRED)

Nastavna jedinica

1. **Cjelina:** Površina
2. **Nastavna tema:** Odnos slike i teksta
3. **Likovni problemi (ključni pojmovi):** Reklama, poruka, plakat
4. **Motiv:** Slobodan izbor
5. **Likovno tehnička sredstva i likovne tehnike:** Kolaž papir, flomasteri, bojice

U drugom razredu Osnovne škole Smiljevac tijekom provođenja sata Likovne kulture sudjelovalo je 14 učenika. Nastavna tema bila je *Odnos slike i teksta* u cjelini *Površina*. Na satu su obrađeni ključni pojmovi popraćeni promatranjem različitih odnosa slike i teksta, te različitih vrsta plakata. Kao što je napisano u prethodnoj analizi, u prilogu na kraju diplomskog u sklopu priprema za sat uključeni su slajdovi prezentacije gdje je vidljivo koji primjeri plakata su promatrani. Po završetku pripreme za rad i demonstracije likovnih tehnika, pažnja je bila usmjerena na prezentaciju gdje su učenici uočavali različite odnose slike i teksta. To je osmišljeno s ciljem naglašavanja važnosti omjera slike i teksta na plakatu. učiteljica definira ključne pojmove, te se sat nastavlja promatranjem prvog primjera plakata. Promatran je plakat Zvonimira Lončarića „Animafest“. Učiteljica potiče učenike da promotre plakat i pokušaju saznati kakav događaj najavljuje plakat. Učenici zaključuju da plakat najavljuje festival animiranih filmova, a na pitanje kako su to zaključili, odgovorili su da su pročitali tekst iznad slike. Učiteljica pojašnjava da se čovječuljak prikazan na plakatu naziva „Manutlek“ čiji oblik podsjeća na poznati šešir šestinske narodne nošnje. Učiteljica potom postavlja, a učenici odgovaraju sljedeća pitanja: Što vam na plakatu najviše dolazi do izražaja- ruke, što predstavlja slovo Z na plakatu- grad Zagreb, da imate mogućnost nešto promijeniti na ovom plakatu, što bi promijenili- napisala bih veća slova, obojala bih slova drugačijom bojom, koristila bih

kombinaciju crveno zelene boje za ruke čovječuljka bili su neki od odgovora. Potom promatraju ostale primjere plakata, postavljaju se slična pitanja. Slajd 5, slika 1: kakav je ovo plakat – filmski, zašto je prikazano veliko slovo s – zato što se film zove „Shrek“, što mislite zašto je korištena zelena boja – jer je Shrek zelene boje, zašto su prikazani ovi likovi na plakatu – jer su to glavni likovi u crtiću. Učiteljica je pitala učenike jesu li oni negdje vidjeli plakate, a odgovori su bili različiti: kod doktora, na cesti, u kinu, u školi. Nakon promatranja plakata slijedilo je razgovor o vodi kao jednom od najvažnijih tekućina na svijetu, kojoj mnogi nemaju pristup. Govorilo se o problemima zagađenja vode i načina na koje vodu mogu štedjeti. Slijedila je najava likovnog zadatka gdje su učenici u paru (2 učenika) morali izraditi plakat na temu „Zaštita voda“. Učiteljica je istaknula važnost međusobne komunikacije, uvažavanja i sagledavanja svih ideja, kao i jednaku raspodjelu zadataka. Učenici su imali potpunu slobodu u odabiru likovnih tehnika (flomasteri, bojice, kolaž papir), kao i motiva kojeg su željeli nacrtati. Učiteljica naglašava učenicima da razmisle o tome što žele nacrtati, što žele da taj crtež prenese ljudima koji će ga promatrati, te da smisle poruku koju žele poslati. Učenici su imali pravo odabira bilo koje tehnike koja im je bila dostupna na tom satu te na koji način će je koristiti, sloboda se odnosila i na odabir motiva koje će nacrtati kao i na poruku koju će osmisliti. U nastavku je prikazana analiza uspješnosti likovnih radova drugog razreda.

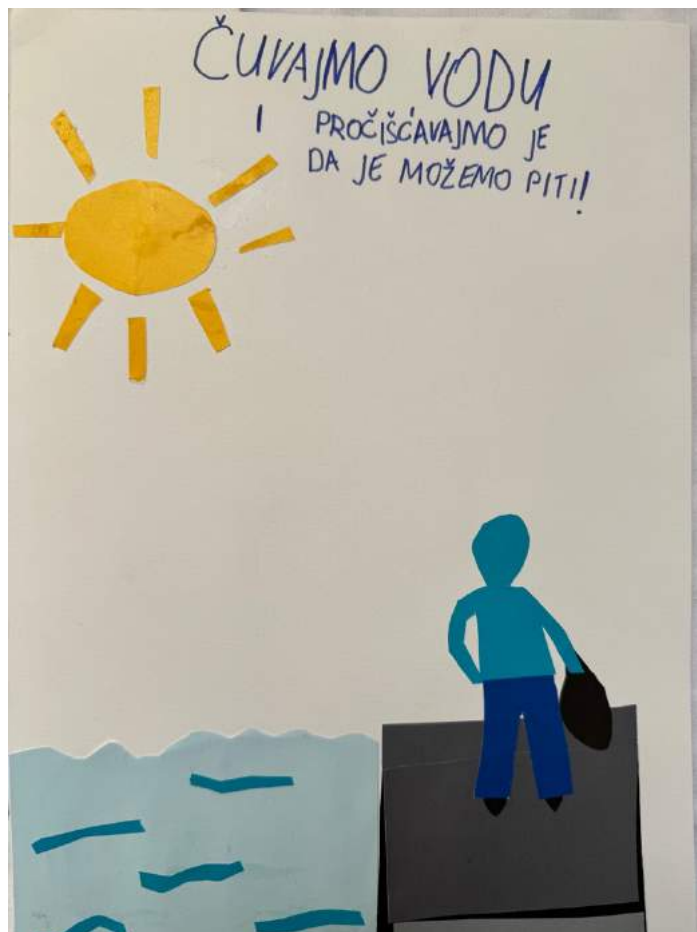
Vrlo uspješan rad



Slika 13.

Učenici su vrlo uspješno realizirali likovni zadatak. Bili su motivirani, ostvarili uspješnu komunikaciju, u istoj mjeri su sudjelovali u izradi, uvažavali su jedni drugima ideje. Odlučili su se za korištenje samo jedne tehnike (kolaž papira). Jedan dio kolaž papira rezali su škarama, dok su drugi trgali rukama i te komadiće koristili na različite načine. Motiv koji su odabrali izraditi je Zemlja, ali su to izradili na maštovit način. Prikazali su Zemlju kao dio stabla, te su joj dodali detalje (oči, usta- prikazali su Zemlju koja je sretna). Omjer slike i teksta dobar. Poruka je jedinstvena. Posebno je zanimljivo da su je izradili od komadića različito obojanog kolaž papira, te su pri tome koristili su lako upečatljive boje (koristili su plavi kolaž papir za riječ „voda“, dok su crvenu koja se najčešće povezuje s nečim važnim koristili za riječ „blago“ i „je“, te na taj način dodatno naglasili same riječi). Rad je vrlo uredan.

Uspješan rad



Slika 14.

Učenici su uspješno realizirali likovni zadatak. Bili su motivirani, međusobno su surađivali i podjednako sudjelovali u izradi. Prilikom izrade izabrali su dvije likovne tehnike (flomastere i kolaž papir). Motivi koje su odabrali vezani su za dodijeljeni likovni zadatak. Prikazan je čovjek s vrećom u ruci pored vodene površine što inicira na važnost očuvanja čistoće vode. Čovjek je izrađen od kolaža na domišljat način korištenjem dvije nijanse plave boje, plava boja asocira na vodu. Omjer slike i teksta je zadovoljavajući (tekst bi mogao biti više naglašen, da bolje dođe do izražaja). Poruka ima potencijala. Rad je uredan, ali nešto jednostavniji. Učenici su se mogli još posvetiti radu na plakatu.

Manje uspješan



Slika 15.

Manje uspješno/polovično realiziran likovni zadatak. Prvenstveno je razlog tome to što je suradnja među učenicima mogla biti bolja. Koristili su dvije od tri ponuđene tehnike (kolaž papir i flomastere). Neki od odabranih motiva imaju veze s odabranim zadatkom, dok se kod drugih motiva ta veza ne prepoznaje lako, ni u razgovoru s učenicima (kanta goriva, limenke pive, natpisi na ambalaži u donjem desnom kutu). Kanta goriva i limenka pive obojane su upečatljivim bojama, dok je boca vode ostala nebojena. Odnos slike i teksta bi mogao biti bolji. Poruka je značenjski kvalitetna, ali bi mogla biti napisana urednije.. Riječi nisu naglašene, te ne dolaze toliko do izražaja. U cjelini gledano, učenici su se mogli više posvetiti radu na plakatu i obratiti pozornost na urednost.

9.7 ANALIZA USPJEŠNOSTI LIKOVNIH RADOVA (3. RAZRED)

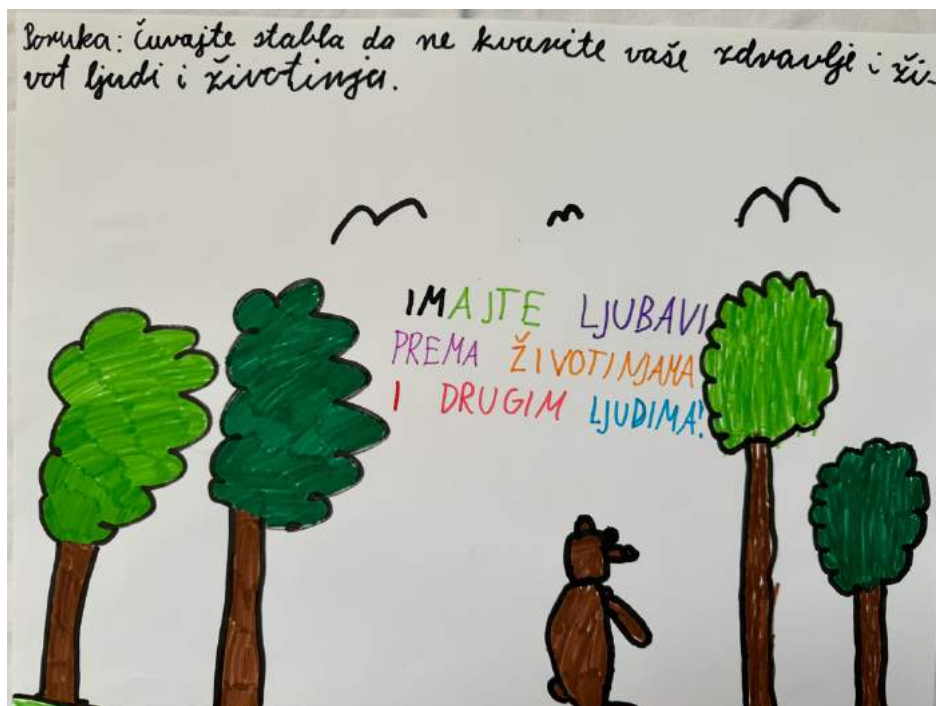
Nastavna jedinica

1. **Cjelina:** Površina
2. **Nastavna tema:** Slikarska tekstura
3. **Likovni problemi (ključni pojmovi):** plakat, grafički dizajn
4. **Motiv:** Slobodan izbor
5. **Likovno tehnička sredstva i likovne tehnike:** Kolaž papir, flomasteri, tempere

U trećem razredu Osnovne škole Smiljevac tijekom praktičnog istraživanja sudjelovalo je 8 učenika. Nastavna tema je bila Slikarska tekstura u cjelini Površina. Tijekom sata obradili su se ključni pojmovi, promatrale su se različite vrste plakata, a sve je zaključeno njegovom izradom. Kao i za prethodna dva sata u prilogu na kraju diplomskog rada nalazi se priprema za sat, te slajdovi korišteni tijekom obrade sata Likovne kulture. Na početku učenici su se pripremili za sat, a učiteljica je demonstrirala likovne tehnike. Potom su se promatrali različiti odnosi slike i teksta, kako bi učenici mogli zaključiti koje su važne karakteristike plakata i kasnije to primijeniti na svojim radovima. Sat se nastavio promatranjem prvog primjera plakata. Bio je to plakat Borisa Bućana, „Labuđe jezero“. Učiteljica je usmjerila pažnju na promatranje slike prikazane na plakatu. Na pitanje što to vidimo na plakatu, jedan od učenika je odgovorio ruke, a drugi guske, a učiteljica je dala potvrdu da se zaista radi o rukama koje su izvedene tako da su šake glave, a prsti kljunovi labudova. Učiteljica potiče učenike da su na dobrom putu, da je riječ o nekoj vrsti ptice, te da još probaju malo promisliti na što ih asocira. Nedugo nakon nekoliko učenika je u glas izgovorilo „labudovi“. Pitanjem što bi ovaj plakat onda mogao najavljavati, učenica je odgovorila balet labuđe jezero. Nakon usmjeravanje pažnje na sliku, prešlo se na promatranje teksta na plakatu. Učiteljica ponovo pita čega na slici ima više, teksta ili slike, a učenici jednoglasno odgovaraju slike, a na pitanje što mogu iščitati iz teksta učenici su dali različite odgovore: informacije, mjesto gdje će se predstava baleta održavati, povodom čega i vrijeme održavanja. Slijedilo je pitanje ukoliko bi imali priliku nešto

promijeniti na plakatu učenici su većinom htjeli promijeniti tekst, prikazati ga malo većim i dodati neku boju, a na potpitanje zašto odgovarali su da se bolje vidi, da dođe do izražaja. Promatrani su ostali primjeri plakata, učenici su odgovarali na pitanja. Posebno ih se dojmio plakat na slajdu 5, slika 3 napravljen za olimpijske igre 1968. godine. Učenici su na temelju slike zaključili da se radi o plakatu koji najavljuje sportski događaj, a pažnju im je zauzela optička iluzija gdje su linije na slici plakata dok se promatrao izgledale kao da se pomiču. Potom je slijedio razgovor o šumama, njihove važnosti za život ljudi i životinja, te važnosti njihovog očuvanja, a učiteljica je potom učenike upitala imaju li ideju kakav će oni plakat danas izrađivati. Učenici su odgovorili plakat za zaštitu šuma, a slijedila je najava zadatka. Naglašeno im je da razmisle o načinu na koji žele prenijeti poruku, što žele da njihova slika probudi u promatračima, te da smisle poruku kojom će dodatno potaknuti sve one koji će ga promatrati. Učenici su imali slobodu odabira tehnika, načina na koje će ih koristiti. Sloboda se odnosila i na odabir motiva i poruke. U nastavku je provedena analiza uspješnosti učeničkih radova.

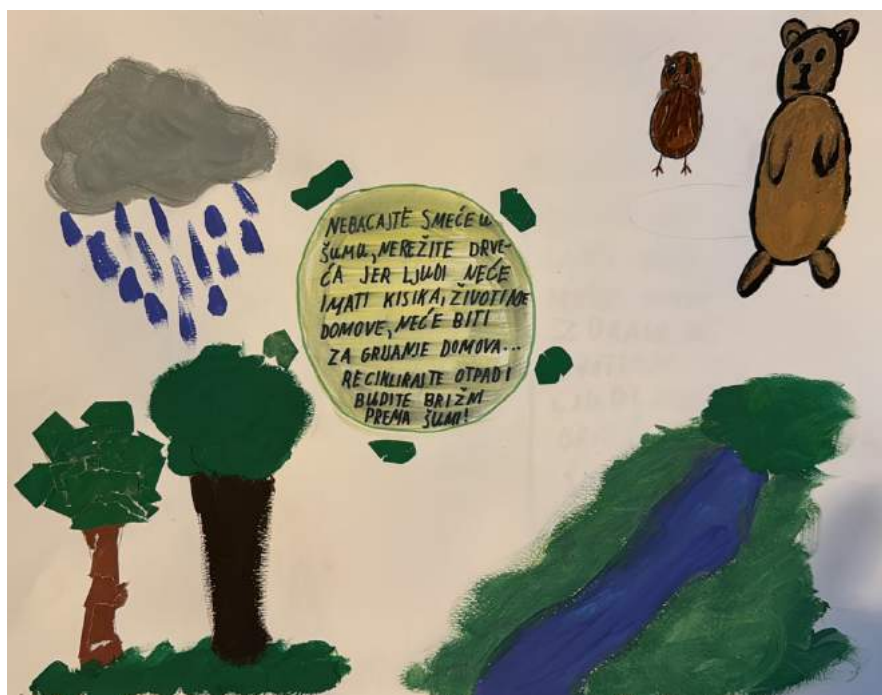
Vrlo uspješan rad



Slika 16.

Učenik je vrlo uspješno realizirao likovni zadatak. Bio je motiviran, shvatio je zadatak, odgovorno je pristupio zadatku. Odlučio se za korištenje jedne likovne tehnike (flomasteri). Učenik je smisleno birao motiv s obzirom na temu plakata, prikazao je drveće i medvjeda koji živi u šumi. Omjer slike i teksta je dobar. Učenik se potrudio i smislio je dvije poruke. I prva i druga poruka su originalne. Jedna je napisana pisanim slovima crnim flomasterom, dok se u drugoj odlučio za velika tiskana slova, pritom koristeći različite boje flomastera kako bi je što bolje naglasio i na taj način dodatno potaknuo samo promatranje plakata. Rad je vrlo uredan.

Uspješan rad



Slika 17.

Učenik je uspješno realizirao likovni zadatak. Bio je motiviran, no tijekom izrade tražio je pomoć učiteljice. Učenika se poticalo na razmišljanje, ohrabrialo ga se. Učenik se odlučio za kombinaciju sve tri ponuđene tehnike (flomasteri, tempere, kolaž papir). Motivi koje je učenik odabrao vezani su za temu zaštite šuma (medo, sova, stabla), još neki od motiva su oblak i prikaz rijeke. Kompozicija odnosno raspored odabranih motiva mogao bi biti skladniji. Učenik je koristio dobre motive, ali ih je prilikom crtanja mogao kompozicijski međusobno bolje povezati. Omjer slike i teksta također bi mogao biti takav da je tekst malo veći. Učenik se odlučio na sredinu plakata staviti oblačić (kojeg je dodatno izvana ukrasio komadićima zelenog kolaž papira koji na neki način centrira pogled promatrača) i unutar njega napisati poruku. Poruka je dobra, no da je veća, bila bi čitljivija. Nakon što je poruku već napisao flomasterom, učenik je odlučio oblak obojati laganim slojem tempere što je rezultiralo razmazivanjem flomastera što je dodatno utjecalo na čitljivost poruke i urednost plakata.

Manje uspješan rad



Slika 18.

Učenik je manje uspješno realizirao likovni zadatak. Učenik ga je izveo uz poticaj, s time da se i nešto kasnije od ostalih odlučio za slikanje plakata koji u konačnici nalikuju radu drugog učenika. Prilikom izrade plakata odabrao je dvije likovne tehnike (flomastere i kolaž papir). Motivi koje je odabrao imaju veze s temom plakata, no radu nedostaje detalja. Omjer slike i teksta bi mogao ići više u prilog tekstu, izrađeni motivi su premaleni u odnosu na papir. Tekst je trebao biti veći, ili napisan velikim tiskanim slovima, iz tog razloga poruka se teško čita. Plakat je većim dijelom uredan, ali je nedovršen.

9.8 ANALIZA USPJEŠNOSTI LIKOVNIH RADOVA (4. RAZRED)

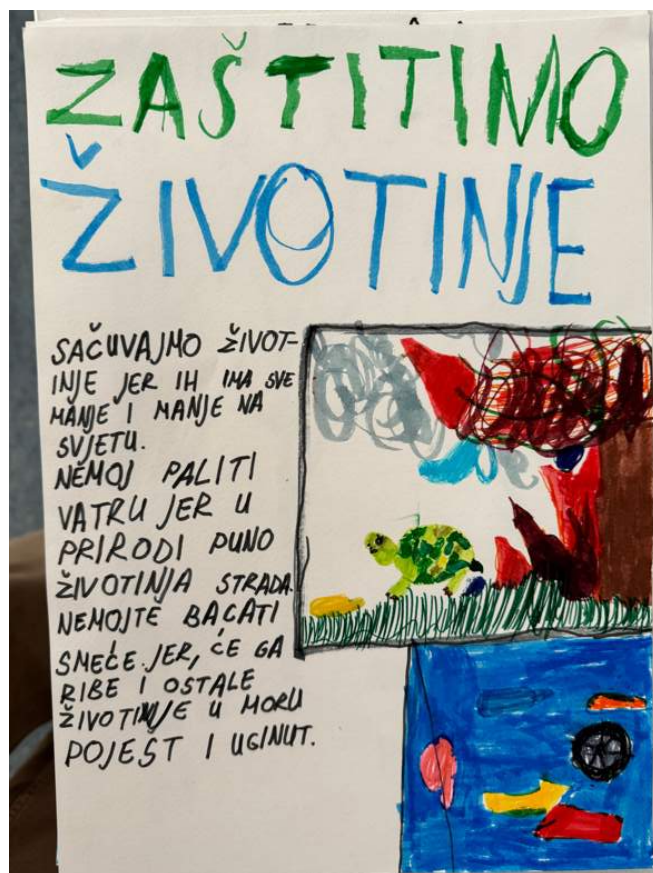
Nastavna jedinica

1. **Cjelina:** Boja
2. **Nastavna tema:** Kontrast i dominacija boja, oblika i veličina
3. **Likovni problemi (ključni pojmovi):** plakat, grafički dizajn
4. **Motiv:** Slobodan izbor
5. **Likovno tehnička sredstva i likovne tehnike:** Kolaž papir, tempere, flomasteri

U četvrtom razredu Osnovne škole Smiljevac tijekom provođenja praktičnog rada Likovne kulture sudjelovalo je 11 učenika. Nastavna tema sata bila je *Kontrast i dominacija boja oblika i veličina*, u cjelini *Boja*. Na satu su se obrađivali ključni pojmovi zajedno s promatranjem i analizom različitih vrsta plakata. Kao i za ostale sate, na kraju diplomskog rada u prilogu je prokazana pripreme za sat, zajedno sa slajdovima prezentacije korištene na satu Likovne kulture. Sat je započeo pripremom za rad i demonstracijom likovnih tehnika, nakon čega je slijedilo promatranje različitih odnosa slike i teksta. Promatranje plakata započelo je radom Borisa Bućana, plakat za izložbu Jagode Kaloper. Učiteljica potiče učenike da pomno promotre plakat i zaključite koji događaj plakat najavljuje. Nakon nekog vremena učenici odgovaraju galerija. Učiteljica objašnjava da je galerija zapravo prostorija u kojoj se održavaju neki događaji, te postavlja pitanje koji su to događaji? Učenici potom odgovaraju izložbe. Potom ih pita zašto je na ovom plakatu motiv jagode, a odgovor koji su učenici većim dijelom dali je bio „zato što je to izložba jagoda“. Učiteljica nastavlja s potpitanjem, što ako je prezime umjetnice čiji radovi će biti izloženi u galeriji Kaloper i samo je ono napisano na plakatu, što mislite možete li na temelju slike zaključiti kako se umjetnica zove. Učenici brzo odgovaraju „Jagoda“. Na pitanje: je li plakat upečatljiv učenici su odgovorili potvrdno, a na pitanje zašto odgovorili su zbog crvene boje. Učenici kroz priču i propitivanje zaključuju kako je na plakatu više teksta nego slike, i kako plakat sadrži važne informacije kao što je mjesto i vrijeme održavanja izložbe. Sat se nastavlja promatranjem različitih vrsta plakata. Kod reklamnog plakata slajd 4, slika 2 na pitanje da li plakat zauzima pažnju učenici odgovaraju da zauzima,

a nakon pitanja zašto odgovaraju zbog boje. Pitanje što bi se dogodilo da je plakat crno bijeli svi su se složili da plakat vjerojatno ne bi ni primijetili. Učenici su uspješno zaključili o kakvim se plakatima radi, a nakon toga krenuo je razgovor o temi njihovog plakata. Učiteljica je s učenicima razgovarala o ugroženim životinjama, učenici su imenovali različite vrste životinja, navodili su razloge njihove ugroženosti i načine na koji ih čovjek može zaštititi. Potom su uspješno došli do odgovora na pitanje o temi njihovog plakata. Učiteljica je pitala zna li netko kakav plakat će izrađivati, nakon odgovora učiteljica najavljuje zadatak, naglašava im da dobro promisle o motivima koje žele nacrtati i zašto, kao i o poruci koju žele poslati promatračima njihovog plakata. Učenici su imali potpunu slobodu odabira tehnika koje su im taj sat bile dostupne, sloboda odabira odnosila se i na motive, kao i poruku koju će napisati. U nastavku je provedena analiza uspješnosti učeničkih radova.

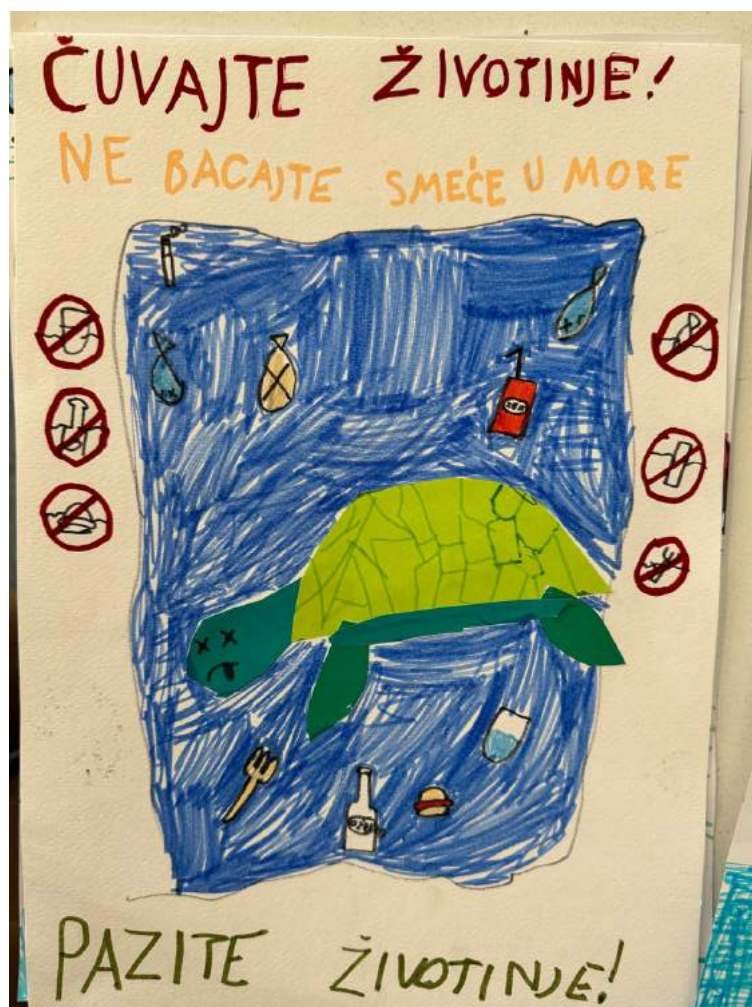
Vrlo uspješan rad



Slika 19.

Učenik je vrlo uspješno realizirao likovni zadatak. Odmah ga je shvatio, bio je motiviran i odgovorno je pristupio radu. Odlučio se za korištenje jedne likovne tehnike (flomasteri) i uspješno je koristio. Smisljeno je birao motive (prikazao je kornjaču u šumi koja je zahvaćena plamenovima, prikazao je more zagađeno smećem). Vrlo lijepa kombinacija boja na motivu kornjače. Odličan je omjer slike i teksta. Poruka je kreativna, utjecajna i jedinstvena. Učenik se odlučio da većim slovima i kombinacijom boja (zelene i plave) napisati „zaštitimo životinje“ što zauzima pažnju promatrača, a ostatak poruke o važnosti čuvanja životinja napisao je crnim flomasterom. Rad je uredan.

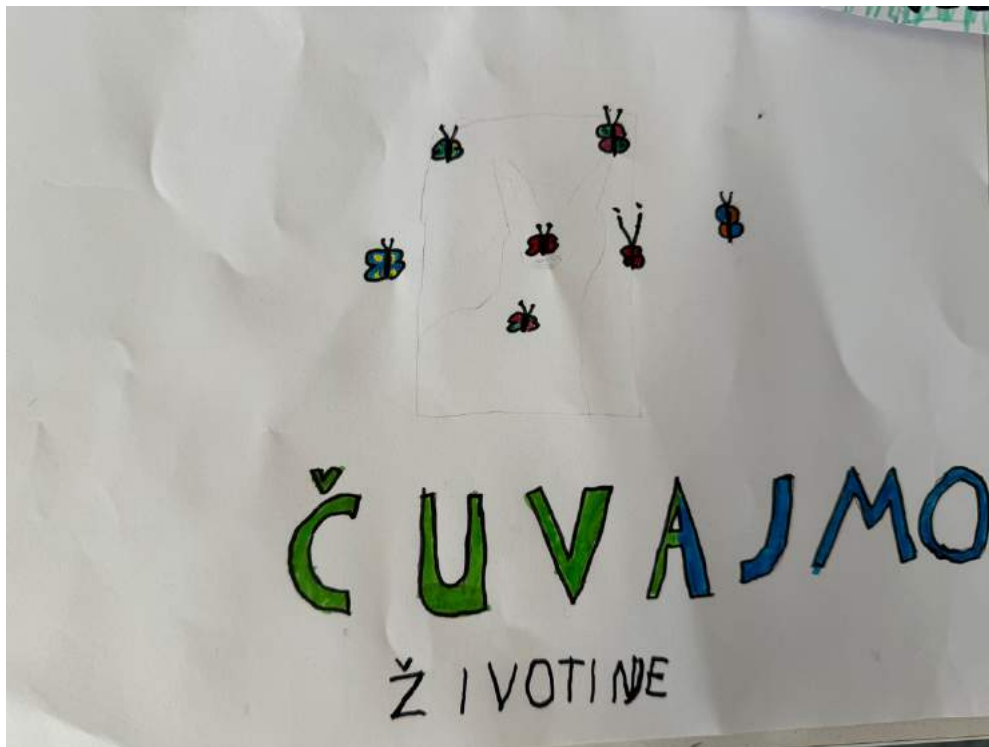
Uspješan rad



Slika 20.

Učenik je uspješno realizirao likovni zadatak. Bio je motiviran, a odlučio se za kombinaciju dvije od tri ponuđene tehnike (flomasteri i kolaž papir). Smisljeno je birao motive (nacrtao je plavi okvir koji predstavlja more, kornjaču koja se nalazi u moru okružena smećem, ribe, a oko okvira je nacrtao predmete koji se ne bi smjeli naći u moru, to je naglasio koristeći crveni flomaster križajući iste). Kornjaču je izradio od kolaž papira, a flomasterom je prikazao teksturu kornjačinog oklopa. Ako promotrimo glavu kornjače, primijetit ćemo izraz lica kornjače (korišteni su znakovi X, te je prikazano tužno lice kornjače), isto primjećujemo i na motivima ribe gdje su korišteni isti znakovi. Odnos slike i teksta je dobar. Poruka je jasna i dobra ali jednostavna. Učenik je koristio tri različite boje kako bi naglasio poruku, a crveni flomaster koristio je na samom vrhu, odnosno početku poruke. Crvena boja se veže uz nešto što je od iznimne važnosti. Plakat bi mogao biti uredniji.

Manje uspješan rad



Slika 21.

Učenik je manje uspješno obavio zadatak. Razlog tome je što se u odnosu na ostale mnogo manje posvetio samoj izradi plakata. Odabrao je jednu likovnu tehniku (flomasteri). Motiv koji je koristio jednim dijelom je vezan uz temu (leptir). Radu nedostaje detalja, motiv koji je nacrtao je premalen. Omjer slike i teksta je takav da tekst dolazi do izražaja, ali slika ne. Poruka je jednostavna, ali je učenik koristio dvije vrste boja kako bi naglasio poruku. Slova su lijepo podebljana i lako dolaze do izražaja, većim dijelom jer je papir poprilično prazan. Radu se svakako moglo još posvetiti u svrhu dobivanja kreativnijeg rezultata.

10.RASPRAVA

Provedenim istraživanjem željelo se istražiti umjetnost plakata kao načina poticanja kritičkog mišljenja kod učenika kroz promatranje plakata, kao i kako sam proces izrade plakata i njegovo kasnije analiziranje i vrednovanje na postavljeni problem utječe na razvoj istog. Sa sva četiri razreda Osnovne škole provedeno je promatranje različitih vrsta plakata izrađenih na različite načine, koji su u svojoj izvedbi imali prikazane brojne motive, te su na njima korištene različite vrste boja, i različite vrste poruka. Učenici su aktivno i vješto analizirali i interpretirali informacije koje su mogli prikupiti na temelju promatranja plakata te su uspješno donosili različite zaključke. Prilikom procesa izrade plakata učenicima se ciljano predstavio samo problem, te im se dala potpuna sloboda u odabiru tehnika, motiva i poruka koju će napisati kako bi se potaknulo kritičko razmišljanje koje uključuje donošenje odluka i rješavanje problema. Prilikom izrade od učenika se očekivalo da razmišljaju o postavljenom problemu, da preispitaju svoje umjetničke namjere i način na koji će njihovo likovno djelo utjecati na promatrače.

Na temelju analize učeničkih radova vidljivo je kako su učenici kritički promišljali prilikom odabira motiva i načina na koji su ih prikazivali te odabirom boja. Provođenjem vrednovanja na kraju sata dobiven je dublji uvid u sam proces učenikovog kritičkog razmišljanja i proces izrade njihovih plakata (objašnjavali su zašto su odabirali prikazane motive, što su prikazanim motivima htjeli postići, zašto su se odlučili za određene boje te kakve osjećaje i kakvu poruku su htjeli prenijeti na promatrača plakata, promatrali su i radove drugih učenika, te davali svoja mišljenja o tome zašto su se oni odlučili za drugačije motive).

11. ZAKLJUČAK

Kritičko mišljenje važna je vještina svakog pojedinca jer omogućava propitivanje, analiziranje, interpretiranje i evaluaciju nečega pročitano, viđeno ili napisano s ciljem donošenja odluke. Odnosno ona je sposobnost koja učeniku omogućuje da pažljivo promotri dostupne informacije, razmotri moguća višestruka značenja informacija koje promatra, te na temelju toga donese zaključak. S obzirom da učenik, jednog dana odrasli čovjek u današnjem modernom svijetu svakodnevno dolazi u kontakt s različitim vrstama informacija od kojih je velika količina lažna, i da će tijekom života morati donositi različite odluke, a da odluke koje donese budu ispravne i korisne, tu vještinu potrebno je razvijati. Promatranje umjetnost plakata je kompleksno, slojevito, te od učenika traži pomno promatranje i analiziranje. Isto tako sam proces izrade plakata od učenika zahtjeva planiranje, promatranje, donošenje odluka što u svakom pogledu pomaže razvijanju kritičkog mišljenja. Ovim diplomskim radom istraživala se umjetnost plakata kao poticaj kritičkog mišljenja kod učenika, a provedenim istraživanjem pokazalo se da je umjetnost plakata jedan od dobrih načina kojim je moguće poticati kritičko mišljenje kod učenika. Likovna kultura u današnje vrijeme je sve više zanemarena, te je u školama ona odmor od prave nastave. Na likovnu kulturu pa tako i na umjetnost plakata trebalo bi se gledati kao način koji uključuje sve važne faktore koji su potrebni za razvijanje kritičkog mišljenja što bi ujedno trebao biti poticaj svim učiteljima da više pažnje usmjere na satove likovne kulture.


12. PRILOZI

PRIPREMA ZA IZVOĐENJE NASTAVNOG SATA LIKOVNE KULTURE	
Ime i prezime studenta:	Natali Mičić
Razred:	1.
Datum izvedbe:	
Tema:	Umjetnost i zajednica
Podtema:	Plakat
Odgojno obrazovni ishodi:	<p>OŠ LK A.1.1. Učenik prepoznaje umjetnost kao način komunikacije i dogovara na različite poticaje likovnim izražavanjem.</p> <p>OŠ LK A.1.2. Učenik demonstrira poznavanje osobitosti različitih likovnih materijala i postupaka pri likovnom izražavanju.</p> <p>OŠ LK B.1.2. učenik uspoređuje svoj likovni ili vizualni rad i radove drugih učenika te opisuje svoj rad i vlastiti doživljaj stvaranja.</p> <p>OŠ LK C.1.2. Učenik povezuje neki aspekt umjetničkog djela s iskustvima iz svakodnevnog života te društvenim kontekstom.</p>
Odgojno-obrazovna očekivanja međupredmetnih tema:	<p>uku A.1.3. učenik spontano i kreativno oblikuje i izražava svoje misli i osjeća je pri učenju i rješavanju problema.</p> <p>uku D.1.2. učenik ostvaruje dobru komunikaciju s drugima, uspješno surađuje u različitim situacijama i spreman je zatražiti i ponuditi pomoć.</p>
Odgojno-obrazovni ishodi drugih nastavnih predmeta:	<p>OŠ HJ A.1.4. Učenik piše školskim formalnim pismom slova, riječi i kratke rečenice u skladu s jezičnim razvojem.</p> <p>PID OŠ B.1.1. Učenik uspoređuje promjene u prirodi i opisuje važnost brige za prirodu i osobno zdravlje.</p>
Likovno područje:	Primijenjeno oblikovanje – dizajn
Likovni pojmovi:	Reklama, poruka, plakat
Motiv:	Plakat – Očuvajmo okoliš
Likovne tehnike i materijali:	Pastele, flomasteri, bojice
Umjetnička djela:	Henri de Toulouse-Lautrec „La Chaîne Simpson“ (1896).

Načini rada:	prema promatranju	nakon promatranja	prema sjećanju
	prema zamišljanju	prema izmišljanju	
Oblici rada:	frontalni	Rad u grupi	individualni
Nastavne metode (uvodni i završni dio sata):	analitičko promatranje	Demonstracija	razgovor
	usmeno izlaganje	metoda scenarija	rad s tekstem
Nastavne metode (realizacija):	Kombiniranje	Variranje	građenje
	Razlaganje		
Nastavna sredstva i pomagala:	Ploča, kreda, projektor, Power point prezentacija, reprodukcija umjetničkog djela		

PLAN PLOČE

PLAKAT – Očuvajmo okoliš



Plakat- je grafički umnožena ulična obavijest

ARTIKULACIJA NASTAVNOG SATA LIKOVNE KULTURE

ETAPE NASTAVNOG SATA	UČITELJ	UČENIK
Priprema (5min)	Učiteljica pozdravlja učenike i upućuje na materijal koji im je potreban za današnju nastavnu jedinicu (Pastele, flomasteri, bojice, A3 papir) te provjerava jesu li donijeli potrebne materijale. Naglašava učenicima da zaštite svoje radne klupe. Zatim im govori da pospreme sa radnog mjesta sve osim navedenih materijala.	Učenici pripremaju svoja sredstva za rad.
Demonstracija (5 min)	Potom demonstrira likovne tehnike. Flomasterima možemo obrisnim crtama nacrtati oblik potom taj oblik ispuniti. Objašnjava kako flomaster bez obzira na pritisak ruke uvijek daje linije jednakih debljina i da nije potreban jak pritisak ruke da bi ostao trag. Obojenu plohu dobivamo tako da nižemo crte jednu do druge, ali površina koju bojimo ne smije biti prevelika. Za drvene bojice naglašavam da kod bojanja idu u istom smjeru kako bi rad ispao što uredniji. Pastelama možemo dobiti svjetlije i tamnije tonove. Svjetlije nijanse dobivamo tako da pastelom napravimo samo početni sloj, a ako želimo tamnije nijanse potrebno je nekoliko puta preći preko početnog sloja.	Učenici prate demonstraciju.
Motivacija (12-15min)	Na power point prezentaciji prikazuju se različiti odnosi slike i teksta (reklame,	Učenici pažljivo promatraju primjere, slušaju i daju

	<p>udžbenici, slikovnice). Učiteljica postavlja pitanja za svaki primjer: Kakav je odnos slike i teksta? Čega ima više, slike ili teksta?, Kakva su slova na primjerima?, Koju ulogu imaju slova u svakom od primjera, odnosno koja je njihova funkcija (dio priče, naslov, poruka)?. Učiteljica objašnjava definiciju poruke, a potom stavlja primjer plakata te pita učenika što to vidimo na prezentaciji. Objašnjava definiciju plakata i nastavlja postavljati ista pitanja kao i na prethodnim primjerima. Napominje kako je na plakatu uvijek manje riječi, a više slike. Nadalje na temelju slika učiteljica postavlja pitanja o kojim vrstama plakata se radi (reklamni, kazališni, koncertni, politički, plakat o zaštiti šuma, zaštiti planeta Zemlje, vode, sportski plakati, turistički plakati, plakati koji osvještavaju ljude o zdravlju itd.). Razgovor nastavlja pitanjem po čemu zaključujete zašto je neki plakat kazališni, politički, plakat zaštite planete zemlje, vode, šuma...)? Što vam prvo zauzima pažnju promatrajući prikazane plakate? Koja boju ste prvo zapazili kada ste promatrali plakate? Što mislite zašto su korištene baš te boje, a ne neke druge? Učiteljica odabire jedan od primjera plakata, te postavlja pitanje koje boje bi vi možda stavili umjesto prikazanih boja? Zašto baš te boje? Kakve su slike na</p>	<p>odgovore na postavljena pitanja.</p> <p>Pažljivo slušaju.</p> <p>Odgovaraju na postavljena pitanja.</p> <p>Promatraju primjere i daju odgovore na pitanja.</p> <p>Razmišljaju, daju primjere i sudjeluju u razgovoru.</p> <p>Sudjeluju razgovoru i daju odgovore na pitanja.</p>
--	---	---

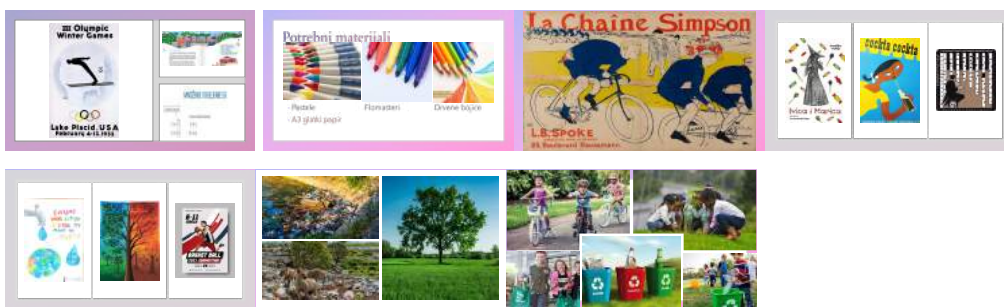
	<p>plakatima?, što nam te slike pokušavaju reći? S obzirom na vrstu plakata o kojoj razgovaraju učiteljica potiče učenike da probaju zamisliti neku drugu sliku kojom bi prenijeli istu poruku. Zašto misle da bi baš ta slika dobro prenijela poruku? Što mislite zašto slike moraju biti upečatljive? Kako je ta upečatljivost postignuta na danim primjerima?</p> <p>Razgovor se nastavlja o plakatima, postavljajući pitanja: Što mislite kome je plakat namijenjen?, Što na plakatu prevladava? Kakva su slova na plakatima?, Što mislite zašto su neka slova na plakatima velika, a neka mala?, Kakve su slike na plakatima?, Što mislite zašto slike moraju biti upečatljive? Kako je ta upečatljivost postignuta? Koje se boje najviše ističu? Jeste li morali pročitati tekst na plakatu da bi znali o čemu plakat govori? Gdje sve možemo vidjeti plakate? Jeste li vi negdje vidjeli plakate?, Kako su izgledali? O čemu je plakat bio? Kakve informacije plakati sadrže?, Tko mi može reći čemu onda plakati služe?</p> <p>Danas ćemo i mi izrađivati plakat, no prije nego vam otkrijem kakav ćemo plakat točno izrađivati, recite mi brinete li se vi svom okolišu? Kako? Bacamo li smeće u prirodu? Gdje se baca smeće? Odvajate li smeće? Ako odvojimo npr.</p>	<p>Učenici daju različite primjere.</p>
--	---	---

	<p>plastiku, što možemo s tom plastikom? Jeste čuli za pojam recikliranje? Što postižemo recikliranjem? A što spašavamo recikliranjem papira? Je li čupanje biljaka način na koji brinemo o okolišu? Je li sadenje biljki i stabala način na koji se brinemo za okoliš? Učiteljica pokazuje slike zagađenog i čistog okoliša? Postavlja pitanje kako bi okoliš trebao izgledati, kao prva ili druga slika? Trebamo li se svaki dan brinuti o okolišu? Na koji se sve načine možemo brinuti o okolišu (skupljati smeće, saditi biljke i drveće, štedjeti vodu, energiju, smanjiti zagađivanje zraka voženjem bicikla umjesto auta, smanjiti korištenje jednokratnih vrećica, plastičnih čašica, slamki, razdvajati smeće, reciklirati) Zašto je važno brinuti o okolišu i njegovoj čistoći? Sada kada smo malo razgovarali, zna li možda neko kakav plakat ćemo mi danas izrađivati?</p>	
<p>Najava praktičnog likovnog zadatka (2 min)</p>	<p>Učiteljica najavljuje praktični zadatak. Objasnjava da je njihov zadatak upotrebom pastela, flomastera i drvenih bojica izraditi plakat kojim će prenijeti i naglasiti poruku o važnosti brige za okoliš. Plakat ćete izrađivati u grupi po četiri učenika. Učiteljica formira grupe i pritom naglašava važnost međusobne suradnje i prihvaćanje svih ideja. Potiče jednaku podjelu rada. Usmjerava ih se da dobro promisle o poruci koju žele</p>	<p>Učenici slušaju učiteljevu najavu.</p>

	<p>prenijeti, i način na koji je žele prenijeti. Kakve osjećaje žele postići kod promatrača. Naglašava važnost slike, da dobro razmisle koja slika bi najbolje prenijela poruku a isto tako i važnost teksta koji iako kratak treba imati svoj utjecaj. Da paze na omjer slike i teksta. Naglašava im se da dobro promisle o bojama koje će koristiti.</p> <p>Učiteljica odabire jednog učenika da ponovi zadatak.</p>	<p>Netko od učenika ponavlja kako glasi praktični likovni zadatak.</p>
<p>Realizacija praktičnog likovnog zadatka (20 min)</p>	<p>Učiteljica obilazi učenike i pazi na korištenje likovne tehnike. Učeniku po potrebi ponavljam demonstraciju likovnih tehnika, potiče ih na rad alternativnim pitanjima, konzultira ih i razgovara o njihovim idejama, te kako će realizirati svoju ideju.</p>	<p>Učenici izvode praktični likovni zadatak.</p>
<p>Vrednovanje (5min)</p>	<p>Učeničke radove stavljam na klupu i razgovaram s učenicima, postavljajući im pitanja: Koji je bio naš zadatak?, Koje likovne tehnike ste koristili? Zašto ste se odlučili za baš te tehnike? Želi li netko opisati svoj rad, a ostali učenici pokušat će pogoditi o kojem je radu riječ. Učenike pita koji je od radova (plakata) najupečatljiviji? Zašto? Zašto su se odlučili za te boje? Koji plakat po vama ima najjaču poruku? Čija nas poruka potiče na razmišljanje? Koja poruka u vama budi želju da zaštitite prirodu? Koji je plakat po vama jedinstven? Zašto?</p>	<p>Sudjeluju u razgovoru, te vrednuju svoj i radove drugih učenika.</p>

Učiteljica ponavlja pitanja: po čemu možemo reći da je neki plakat uspješan? Što svaki uspješni plakat mora imati? Kako znamo da je neki plakat dobar? Što mislite jesu li svi izloženi plakati dobro napravljeni. Kakav vam je bio današnji zadatak? Da li su zadovoljni sa svojim radovima? Da mogu, bi li nešto promijenili?

Ppt slajdovi




PRIPREMA ZA IZVOĐENJE NASTAVNOG SATA LIKOVNE KULTURE			
Ime i prezime studenta:	Natali Mičić		
Razred:	2.		
Datum izvedbe:			
Tema:	Umjetnost i zajednica		
Podtema:	Plakat		
Odgojno obrazovni ishodi:	<p>OŠ LK A.2.1. Učenik likovnim i vizualnim izražavanjem interpretira različite sadržaje</p> <p>OŠ LK A.2.2. Učenik demonstrira poznavanje osobitosti različitih likovnih materijala i postupaka tijekom likovnog izražavanja.</p> <p>OŠ LK B.2.2. učenik uspoređuje svoj likovni ili vizualni rad te radove drugih učenika i opsuje vlastiti doživljaj stvaranja</p> <p>OŠ LK C.2.1. Učenik prepoznaje i u likovnom djelu ili vizualnom radu interpretira povezanost oblikovanja vizualne okoline s aktivnostima i namjenama koje se u njoj odvijaju.</p>		
Odgojno-obrazovna očekivanja međupredmetnih tema:	<p>uku A.1.3 učenik spontano oblikuje i izražava svoje misli i osjećaje pri učenju i rješavanju problema</p> <p>uku D.1.2. učenik ostvaruje dobru komunikaciju s drugima, uspješno surađuje u različitim situacijama i spreman je zatražiti i ponuditi pomoć.</p>		
Odgojno-obrazovni ishodi drugih nastavnih predmeta:	<p>OŠ HJ C.2.4. Učenik piše školskim rukopisnim pismom slova, riječi i kratke rečenice u skladu s jezičnim razvojem.</p> <p>PID OŠ B.2.1. učenik objašnjava važnost odgovornog odnosa čovjeka prema sebi i prirodi.</p>		
Likovno područje:	Primijenjeno oblikovanje – dizajn		
Likovni pojmovi:	Reklama, poruka, plakat		
Motiv:	Plakat – Zaštita voda		
Likovne tehnike i materijali:	Kolaž, flomasteri, drvene bojice		
Umjetnička djela:	Zvonimir Lončarić: „Plakat za 4. Animafest“ 1980.		
Načini rada:	prema	nakon	prema sjećanju
	promatranju	promatranja	
	prema zamišljanju	prema izmišljanju	

Oblici rada:	frontalni	Rad u paru	individualni
Nastavne metode (uvodni i završni dio sata):	analitičko promatranje	demonstracija	razgovor
	usmeno izlaganje	metoda scenarija	rad s tekstem
Nastavne metode (realizacija):	kombiniranje	variranje	građenje
	razlaganje		
Nastavna sredstva i pomagala:	Ploča, kreda, projektor, Power point prezentacija, reprodukcija umjetničkog djela		

PLAN PLOČE

PLAKAT – Zaštita voda



Plakat- je grafički umnožena ulična obavijest

ARTIKULACIJA NASTAVNOG SATA LIKOVNE KULTURE

ETAPE NASTAVNOG SATA	UČITELJ	UČENIK
Priprema (5min)	Učiteljica pozdravlja učenike i upućuje na materijal koji im je potreban za današnju nastavnu jedinicu (kolaž papir, flomasteri, drvene bojice, ljepilo, škare, A3 papir) te provjerava jesu li donijeli potrebne materijale. Naglašava učenicima da zaštite svoje radne klupe. Zatim im govori da pospreme sa radnog mjesta sve osim navedenih materijala.	Učenici pripremaju svoja sredstva za rad.
Demonstracija (5 min)	Potom demonstrira likovne tehnike. Flomasterima, i drvenim bojicama ćemo crtati, pisat, dok ćemo kolažem slikati. Odnosno po želji flomasterima možemo obrisnim crtama nacrtati oblik potom taj oblik ispuniti. Objašnjava kako flomaster bez obzira na pritisak ruke uvijek daje linije jednakih debljina i da nije potreban jak pritisak ruke da bi ostao trag. Obojenu plohu dobivamo tako da nižemo crte jednu do druge, ali površina koju bojimo ne smije biti prevelika. Kolažem možemo pomoću škara izrezivati oblike, a isto ga tako možemo rukama trgati na komadiće i tim komadićima ispunjavati nacrtane oblike. Naglašavam na važnost urednosti, bojanje s bojicama i flomasterima treba ići u jednom smjeru.	Učenici prate demonstraciju.

Motivacija (12-15min)	<p>Na power point prezentaciji prikazuju se različiti odnosi slike i teksta (reklame, udžbenici, slikovnice). Učiteljica postavlja pitanja za svaki primjer: Kakav je odnos slike i teksta? Čega ima više, slike ili teksta?, Kakva su slova na primjerima?, Koju ulogu imaju slova u svakom od primjera, odnosno koja je njihova funkcija (dio priče, naslov, poruka)?. Učiteljica objašnjava definiciju poruke, a potom stavlja primjer plakata te pita učenika što to vidimo na prezentaciji. Objašnjava definiciju plakata i nastavlja postavljati ista pitanja kao i na prethodnim primjerima. Napominje kako je na plakatu uvijek manje riječi, a više slike. Nadalje na temelju slika učiteljica postavlja pitanja o kojim vrstama plakata se radi (reklamni, kazališni, koncertni, politički, plakat o zaštiti šuma, zaštiti planeta Zemlje, vode, sportski plakati, turistički plakati, plakati koji osvještavaju ljude o zdravlju itd.). Razgovor nastavlja pitanjem po čemu</p>	<p>Učenici pažljivo promatraju primjere, slušaju i daju odgovore na postavljena pitanja.</p> <p>Pažljivo slušaju.</p> <p>Odgovaraju na postavljena pitanja.</p> <p>Promatraju primjere i daju odgovore na pitanja.</p>

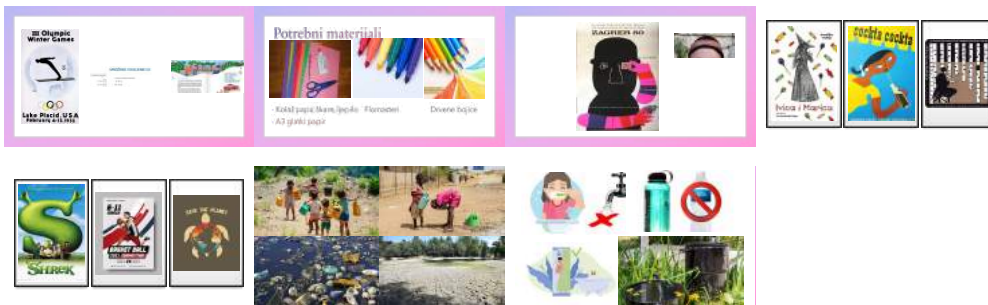
	<p>zaključujete zašto je neki plakat kazališni, politički, plakat zaštite planete zemlje, vode, šuma...)? Što vam prvo zauzima pažnju promatrajući prikazane plakate? Koja boju ste prvo zapazili kada ste promatrali plakate? Što mislite zašto su korištene baš te boje, a ne neke druge? Učiteljica odabire jedan od primjera plakata, te postavlja pitanje koje boje bi vi možda stavili umjesto prikazanih boja? Zašto baš te boje? Kakve su slike na plakatima?, što nam te slike pokušavaju reći? S obzirom na vrstu plakata o kojoj razgovaraju učiteljica potiče učenike da probaju zamisliti neku drugu sliku kojom bi prenijeli istu poruku. Zašto misle da bi baš ta slika dobro prenijela poruku? Što mislite zašto slike moraju biti upečatljive? Kako je ta upečatljivost postignuta na danim primjerima?</p> <p>Razgovor se nastavlja o plakatima, postavljajući pitanja: Što mislite kome je plakat namijenjen?, U odnosu na ostale primjere kako plakati izgledaju? Što na plakatu prevladava? Kakva su slova na plakatima?, Što mislite zašto su neka slova na plakatima velika, a neka mala?, Kakve su slike na plakatima?, Što mislite zašto slike moraju biti upečatljive? Kako je ta upečatljivost postignuta? Koje se boje najviše ističu? Jeste li morali pročitati tekst na plakatu da bi znali o čemu plakat govori? Gdje možemo</p>	<p>Razmišljaju, daju primjere i sudjeluju u razgovoru.</p> <p>Sudjeluju razgovoru i daju odgovore na pitanja.</p> <p>Učenici daju različite primjere.</p>
--	---	---

	<p>vidjeti plakate? Jeste li vi negdje vidjeli plakate?, Kako su izgledali? O čemu je plakat bio? Kakve informacije plakati sadrže?, Tko mi može reći čemu onda plakati služe?</p> <p>Danas ćemo i mi izrađivati jedan plakat. No prije nego vam otkrijem kakav plakat ćemo raditi recite mi, nama kao ljudima, što je sve potrebno kako bi mogli živjeti. Osim za piće, zašto još ljudi koriste vodu? Osim ljudima, kome je još potrebna voda? Je li svaka voda na zemlji pitka? Koja voda nije pitka? Osim mora i oceana koji spadaju pod slane vode, zašto neke slatke vode nisu dobre za piće? Što mislite je li svi ljudi na zemlji imaju pristup pitkoj vodi? Zašto? Kakve osjećaje budi u vama informacija da nemaju svi ljudi pristup pitkoj vodi? Misli li da bi svi trebali imati pristup pitkoj vodi? Da li netko može naslutiti temu našeg plakata? Danas ćemo izrađivati plakat o važnosti zaštite voda. Uskoro se obilježava svjetski voda. Zna li netko kojeg datuma se obilježava taj dan? Sada kada znate da nemaju svi pristup vodi, i da je voda iznimno važna za sve biljke, životinje i ljude što mislite je li važno očuvati i štedjeti vodu? Na koji način mi možemo pridonijeti očuvanju i štednji vode?</p>	
--	--	--

<p>Najava praktičnog likovnog zadatka (2 min)</p>	<p>Učiteljica najavljuje praktični zadatak. Objašnjava da je njihov zadatak upotrebom željenih materijala na raspolaganju izraditi plakat kojim će prenijeti i naglasiti poruku i važnost zaštite voda. Rad će se izvoditi u paru. Učiteljica potiče učenike na međusobnu suradnju i uvažavanje svih ideja, te na jednaku podjelu rada. Usmjerava ih se da dobro promisle o poruci koju žele prenijeti, i način na koji je žele prenijeti. Kakve osjećaje žele postići kod promatrača. Naglašavam važnost slike, isto tako i teksta koji iako kratak treba imati svoj utjecaj. Da paze na omjer slike i teksta. Naglašava im se da dobro promisle o bojama koje će koristiti.</p> <p>Učiteljica odabire jednog učenika da ponovi zadatak.</p>	<p>Učenici slušaju učiteljevu najavu.</p> <p>Netko od učenika ponavlja kako glasi praktični likovni zadatak.</p>
<p>Realizacija praktičnog likovnog zadatka (20 min)</p>	<p>Učiteljica obilazi učenike i pazi na korištenje likovne tehnike. Učeniku po potrebi ponavljam demonstraciju likovnih tehnika, potiče ih na rad alternativnim pitanjima, konzultira ih i razgovara o njihovim idejama, te kako će realizirati svoju ideju.</p>	<p>Učenici izvode praktični likovni zadatak.</p>

<p>Vrednovanje (5min)</p>	<p>Učeničke radove stavljam na klupu i razgovaram s učenicima, postavljajući im pitanja: Koji je bio naš zadatak?, Koje likovne tehnike ste koristili? Zašto ste se odlučili za baš te tehnike? Želi li netko opisati svoj rad, a ostali učenici pokušat će pogoditi o kojem je radu riječ. Učenike pita koji je od radova (plakata) najupečatljiviji? Zašto? Zašto su se odlučili za te boje? Koji plakat po vama ima najjaču poruku? Čija nas poruka potiče na razmišljanje? Koja poruka u vama budi želju da čuvate i zaštitite vodu? Koji je plakat po vama jedinstven? Zašto?</p> <p>Učiteljica ponavlja pitanja: po čemu možemo reći da je neki plakat uspješan? Što svaki uspješni plakat mora imati? Kako znamo da je neki plakat dobar? Što mislite jesu li svi izloženi plakati dobro napravljeni. Kakav vam je bio današnji zadatak? Da li su zadovoljni sa svojim radovima? Da mogu, bi li nešto promijenili?</p>	<p>Sudjeluju u razgovoru, te vrednuju svoj i radove drugih učenika.</p>
-------------------------------	---	---

Ppt slajdovi




PRIPREMA ZA IZVOĐENJE NASTAVNOG SATA LIKOVNE KULTURE

Ime i prezime studenta:	Natali Mičić
Razred:	3.
Datum izvedbe:	
Tema:	Umjetnost i zajednica
Podtema:	Plakat
Odgojno obrazovni ishodi:	<p>OŠ LK A.3.1. Učenik likovnim i vizualnim izražavanjem interpretira različite sadržaje</p> <p>OŠ LK A.3.2. Učenik demonstrira fine motoričke vještine upotrebom različitih likovnih materijala i postupaka u vlastitom likovnom izražavanju</p> <p>OŠ LK B.3.1. Učenik povezuje likovno umjetničko djelo s osobnim doživljajem, likovnim jezikom i tematskim sadržajem djela</p> <p>OŠ LK B.3.2. Učenik uspoređuje svoj likovni ili vizualni rad i radove drugih učenika te opisuje vlastiti doživljaj stvaranja.</p> <p>OŠ LK C.3.2. Učenik povezuje umjetničko djelo s iskustvima iz svakodnevnog života te društvenim kontekstom.</p>
Odgojno-obrazovna očekivanja međupredmetnih tema:	<p>uku A.2.4. učenik razlikuje činjenice od mišljenja i sposoban je usporediti različite ideje</p> <p>uku D.2.2. učenik ostvaruje dobru komunikaciju s drugima, uspješno surađuje u različitim situacijama i spreman je zatražiti pomoć i ponuditi pomoć.</p>
Odgojno-obrazovni ishodi drugih nastavnih predmeta:	<p>OŠ HJ C.3.2. učenik razlikuje tiskane publikacije primjerene dobi i interesima</p> <p>PID OŠ B.3.1. Učenik raspravlja o važnosti odgovornog odnosa prema sebi, drugima i prirodi.</p>
Likovno područje:	Primijenjeno oblikovanje – dizajn
Likovni pojmovi:	Plakat, grafički dizajn
Motiv:	Plakat – Zaštita šuma

Likovne tehnike i materijali:	Kolaž, tempere, flomasteri		
Umjetnička djela:	Boris Bučan, „Labuđe jezero“ 1988.		
Načini rada:	prema promatranju	nakon promatranja	prema sjećanju
	prema zamišljanju	prema izmišljanju	
Oblici rada:	frontalni	individualni	Rad u paru
Nastavne metode (uvodni i završni dio sata):	analitičko promatranje	demonstracija	razgovor
	usmeno izlaganje	metoda scenarija	rad s tekstom
Nastavne metode (realizacija):	kombiniranje	variranje	građenje
	razlaganje		
Nastavna sredstva i pomagala:	Ploča, kreda, projektor, Power point prezentacija, reprodukcija umjetničkog djela		

PLAN PLOČE

PLAKAT – Zaštita šuma



Plakat- je grafički umnožena ulična obavijest

ARTIKULACIJA NASTAVNOG SATA LIKOVNE KULTURE

ETAPE NASTAVNOG SATA	UČITELJ	UČENIK
Priprema (5min)	Učiteljica pozdravlja učenike i upućuje na materijal koji im je potreban za današnju nastavnu jedinicu (kolaž papir, flomasteri, tempere, čašica, kistovi, voda, paleta, krpica, ljepilo, škare, A3 papir) te provjerava jesu li donijeli potrebne materijale. Naglašava učenicima da zaštite svoje radne klupe. Zatim im govori da pospreme sa radnog mjesta sve osim navedenih materijala.	Učenici pripremaju svoja sredstva za rad.
Demonstracija (5 min)	Potom demonstrira likovne tehnike. Flomasterima ćemo crtati, pisati, dok ćemo kolažem slikati. Odnosno po želji flomasterima možemo obrisnim crtama nacrtati oblik potom taj oblik ispuniti komadićima potrganog kolaža. Objašnjava kako flomaster bez obzira na pritisak ruke uvijek daje linije jednakih debljina i da nije potreban jak pritisak ruke da bi ostao trag. Kolažem možemo pomoću škara izrezivati oblike, a isto ga tako možemo rukama trgati na komadiće i tim komadićima ispunjavati nacrtane oblike. Temperama se koristimo miješajući ih s malom količinom vode na paleti, izravno na papir ili miješajući s drugom bojom. Koristimo različite debljine kistova. Tanje kistove koristimo za slikanje detalja i ispunjavanja manjih	Učenici prate demonstraciju.

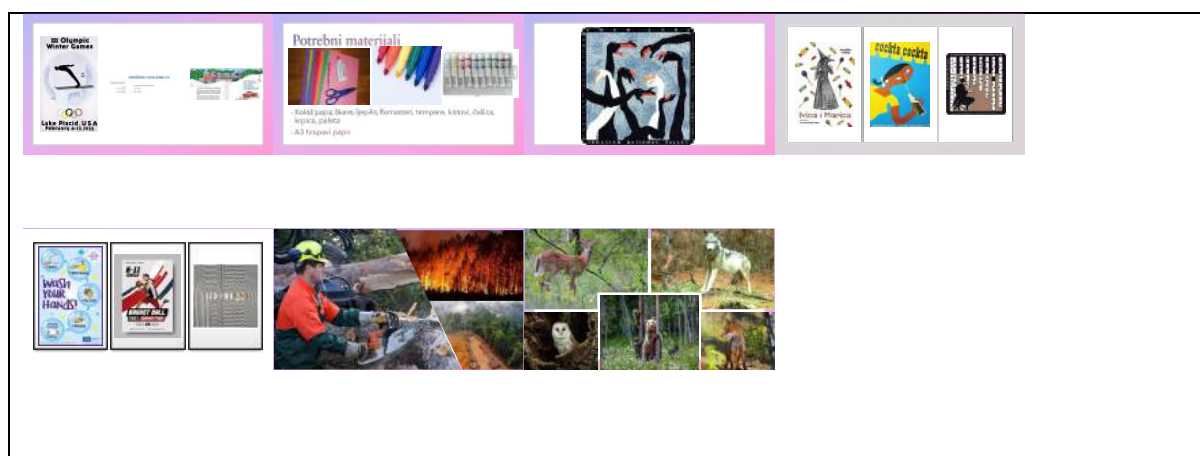
	<p>ploha dok deblje kistove koristimo za veće plohe. Boju možemo posvijetliti dodavanjem bijele boje, dok crnom dobivamo tamnije tonove. Naglašava im kako nanos tempere na papir ne smije biti predebeo kako kasnije ne bi došlo do ljuštenja boje.</p>	
<p>Motivacija (12-15min)</p>	<p>Na power point prezentaciji prikazuju se različiti odnosi slike i teksta (reklame, udžbenici, slikovnice). Učiteljica postavlja pitanja za svaki primjer: Kakav je odnos slike i teksta? Čega ima više, slike ili teksta?, Kakva su slova na primjerima?, Koju ulogu imaju slova u svakom od primjera, odnosno koja je njihova funkcija (dio priče, naslov, poruka)?. Učiteljica objašnjava definiciju poruke, a potom stavlja primjer plakata te pita učenika što to vidimo na prezentaciji. Objašnjava definiciju plakata i nastavlja postavljati ista pitanja kao i na prethodnim primjerima. Napominje kako je na plakatu uvijek manje riječi, a više slike. Nadalje na temelju slika učiteljica postavlja pitanja o kojim vrstama plakata se radi (reklamni, kazališni, koncertni, politički, plakat o zaštiti šuma, zaštiti planeta Zemlje, vode, sportski plakati, turistički plakati, plakati koji osvještavaju ljude o zdravlju itd.). Razgovor nastavlja pitanjem po čemu</p>	<p>Učenici pažljivo promatraju primjere, slušaju i daju odgovore na postavljena pitanja.</p> <p>Pažljivo slušaju.</p> <p>Odgovaraju na postavljena pitanja.</p> <p>Promatraju primjere i daju odgovore na pitanja.</p>

	<p>zaključujete zašto je neki plakat kazališni, politički, plakat zaštite planete zemlje, vode, šuma...)? Što vam prvo zauzima pažnju promatrajući prikazane plakate? Koja boju ste prvo zapazili kada ste promatrali plakate? Što mislite zašto su korištene baš te boje, a ne neke druge? Učiteljica odabire jedan od primjera plakata, te postavlja pitanje koje boje bi vi možda stavili umjesto prikazanih boja? Zašto baš te boje? Kakve su slike na plakatima?, što nam te slike pokušavaju reći? S obzirom na vrstu plakata o kojoj razgovaraju učiteljica potiče učenike da probaju zamisliti neku drugu sliku kojom bi prenijeli istu poruku. Zašto misle da bi baš ta slika dobro prenijela poruku? Što mislite zašto slike moraju biti upečatljive? Kako je ta upečatljivost postignuta na danim primjerima?</p> <p>Razgovor se nastavlja o plakatima, postavljajući pitanja: Što mislite kome je plakat namijenjen?, U odnosu na ostale primjere (reklame, udžbenici, slikovnice) kako plakati izgledaju? Što na plakatu prevladava? Kakva su slova na plakatima?, Što mislite zašto su neka slova na plakatima velika, a neka mala?, Jeste li morali pročitati tekst na plakatu da bi znali o čemu plakat govori? Učiteljica odabire jedan od primjera plakata te postavlja pitanje što nam tekst na plakatu poručuje. Kakve osjećaje i mišljenja budi</p>	<p>Razmišljaju, daju primjere i sudjeluju u razgovoru.</p> <p>Sudjeluju razgovoru i daju odgovore na pitanja.</p> <p>Učenici daju različite primjere.</p>
--	--	---

	<p>u vama? Potom od učenika traži da smisle neki drugi tekst kojim bi ostavili utisak na promatrača plakata? Gdje možemo vidjeti plakate? Jeste li vi negdje vidjeli plakate?, Kako su izgledali? O čemu je plakat bio? Kakve informacije plakati sadrže?, Tko mi može reći čemu onda plakati služe?</p> <p>Na današnjem satu ćemo i mi izrađivati plakat, no prije nego vam otkrijem temu našeg plakata uskoro se obilježava dan zaštite šuma. Zna li netko kojeg datuma obilježavamo dan zaštite šuma? Učiteljica razgovara s učenicima o štetnosti krčenja šuma, sječe stabala, požara. Izlaže zanimljive činjenice. Pita učenike zašto su nam šume važne?, Koje pojave narušavaju zdravlje šuma? Zašto je krčenje šuma loše? Kome sve šteti krčenje šuma? Koja bića stradaju od požara i krčenja šuma? Zašto uopće dolazi do krčenja šuma? Kako mi možemo pridonijeti zaštiti šuma? Smatrate li da je važno čuvati šume? Zašto tako mislite? Sada kada smo malo razgovarali, zna li netko temu naših plakat danas?</p>	
<p>Najava praktičnog likovnog zadatka (2 min)</p>	<p>Učiteljica najavljuje praktični zadatak. Objasnjava da je njihov zadatak upotrebom željenih materijala na raspolaganju izraditi plakat kojim će prenijeti i naglasiti poruku i važnost</p>	<p>Učenici slušaju učiteljevu najavu.</p>

	<p>zaštite šuma. Usmjerava ih se da dobro promisle o poruci koju žele prenijeti, i način na koji je žele prenijeti. Kakve osjećaje žele postići kod promatrača. Naglašavam važnost slike, isto tako i teksta koji iako kratak treba imati svoj utjecaj. Da paze na omjer slike i teksta. Naglašava im se da dobro promisle o bojama koje će koristiti.</p> <p>Učiteljica odabire jednog učenika da ponovi zadatak.</p>	<p>Netko od učenika ponavlja kako glasi praktični likovni zadatak.</p>
<p>Realizacija praktičnog likovnog zadatka (20 min)</p>	<p>Učiteljica obilazi učenike i pazi na korištenje likovne tehnike. Učeniku po potrebi ponavljam demonstraciju likovnih tehnika, potiče ih na rad alternativnim pitanjima, konzultira ih i razgovara o njihovim idejama, te kako će realizirati svoju ideju.</p>	<p>Učenici izvode praktični likovni zadatak.</p>
<p>Vrednovanje (5min)</p>	<p>Učeničke radove stavljam na klupu i razgovaram s učenicima, postavljajući im pitanja: Koji je bio naš zadatak?, Koje likovne tehnike ste koristili? Zašto ste se odlučili za baš te tehnike? Želi li netko opisati svoj rad, a ostali učenici pokušat će pogoditi o kojem je radu riječ. Učenike pita koji je od radova (plakata) najupečatljiviji? Zašto? Zašto su se odlučili za te boje? Koji plakat po vama ima najjaču poruku? Čija nas poruka potiče na razmišljanje? Koja poruka u vama budi želju da zaštitite šume? Koji je plakat po vama jedinstven? Zašto?</p>	<p>Sudjeluju u razgovoru, te vrednuju svoj i radove drugih učenika.</p>

	<p>Učiteljica ponavlja pitanja: po čemu možemo reći da je neki plakat uspješan? Što svaki uspješni plakat mora imati? Kako znamo da je neki plakat dobar? Što mislite jesu li svi izloženi plakati dobro napravljeni. Kakav vam je bio današnji zadatak? Da li su zadovoljni sa svojim radovima? Da mogu, bi li nešto promijenili?</p>	
--	--	--




PRIPREMA ZA IZVOĐENJE NASTAVNOG SATA LIKOVNE KULTURE

Ime i prezime studenta:	Natali Mičić
Razred:	4.
Datum izvedbe:	
Tema:	Umjetnost i zajednica
Podtema:	Plakat
Odgojno obrazovni ishodi:	<p>OŠ LK A.4.1. Učenik likovnim i vizualnim izražavanjem interpretira različite sadržaje.</p> <p>OŠ LK A.4.2. Učenik demonstrira fine motoričke vještine upotrebom različitih likovnih materijala i postupaka u vlastitom likovnom izražavanju.</p> <p>OŠ LK B.4.1. Učenik analizira likovno i vizualno umjetničko djelo povezujući osobni doživljaj, likovni jezik i tematski sadržaj djela.</p> <p>OŠ LK B.4.2. Učenik opisuje i uspoređuje svoj likovni ili vizualni rad i radove drugih učenika te opisuje vlastiti doživljaj stvaranja.</p> <p>OŠ LK C.4.1. Učenik objašnjava i u likovnom i vizualnom radu interpretira kako je oblikovanje vizualne okoline povezano s aktivnostima i namjenama koje se u njoj odvijaju.</p>
Odgojno-obrazovna očekivanja međupredmetnih tema:	<p>uku A.2.2. primjena strategija učenja i rješavanja problema</p> <p>uku A.2.4. učenik razlikuje činjenice od mišljenja i sposoban je usporediti različite ideje.</p>
Odgojno-obrazovni ishodi drugih nastavnih predmeta:	<p>OŠ HJ B.4.4. Učenik se stvaralački izražava potaknut književnim tekstom, iskustvima i doživljajima.</p> <p>PID OŠ B.4.1. učenik vrednuje važnost odgovornog odnosa prema sebi, drugima i prirodi.</p>
Likovno područje:	Primijenjeno oblikovanje - dizajn
Likovni pojmovi:	Plakat, grafički dizajn
Motiv:	Plakat – Zaštita ugroženih životinja

Likovne tehnike i materijali:	Kolaž, tempere, flomasteri		
Umjetnička djela:	Boris Bučan, Plakat za izložbu Jagode Kaloper 1970.		
Načini rada:	prema promatranju	nakon promatranja	prema sjećanju
	prema zamišljanju	prema izmišljanju	
Oblici rada:	frontalni	individualni	Rad u paru
Nastavne metode (uvodni i završni dio sata):	analitičko promatranje	demonstracija	razgovor
	usmeno izlaganje	metoda scenarija	rad s tekstem
Nastavne metode (realizacija):	kombiniranje	variranje	građenje
	razlaganje		
Nastavna sredstva i pomagala:	Ploča, kreda, projektor, Power point prezentacija, reprodukcija umjetničkog djela		

PLAN PLOČE

PLAKAT – Zaštita životinja



Plakat- je grafički umnožena ulična obavijest

ARTIKULACIJA NASTAVNOG SATA LIKOVNE KULTURE

ETAPE NASTAVNOG SATA	UČITELJ	UČENIK
Priprema (5min)	Učiteljica pozdravlja učenike i upućuje na materijal koji im je potreban za današnju nastavnu jedinicu (kolaž papir, flomasteri, tempere, čašica, kistovi, voda, paleta, krpica, ljepilo, škare, A3 papir) te provjerava jesu li donijeli potrebne materijale. Naglašava učenicima da zaštite svoje radne klupe. Zatim im govori da pospreme sa radnog mjesta sve osim navedenih materijala.	Učenici pripremaju svoja sredstva za rad.
Demonstracija (5 min)	Potom demonstrira likovne tehnike. Flomasterima ćemo crtati, pisati, dok ćemo kolažem slikati. Odnosno po želji flomasterima možemo obrisnim crtama nacrtati oblik potom taj oblik ispuniti komadićima potrganog kolaža. Objašnjava kako flomaster bez obzira na pritisak ruke uvijek daje linije jednakih debljina i da nije potreban jak pritisak ruke da bi ostao trag. Kolažem možemo pomoću škara izrezivati oblike, a isto ga tako možemo rukama trgati na komadiće i tim komadićima ispunjavati nacrtane oblike. Temperama se koristimo miješajući ih s malom količinom vode	Učenici prate demonstraciju.
	na paleti, izravno na papir ili miješajući s drugom bojom. Koristimo različite debljine kistova. Tanje kistove koristimo za slikanje detalja i ispunjavanja manjih	

	<p>ploha dok deblje kistove koristimo za veće plohe. Boju možemo posvijetliti dodavanjem bijele boje, dok crnom dobivamo tamnije tonove. Naglašava im kako nanos tempere na papir ne smije biti predebeo kako kasnije ne bi došlo do ljuštenja boje.</p>	
<p>Motivacija (12-15min)</p>	<p>Na power point prezentaciji prikazuju se različiti odnosi slike i teksta (reklame, udžbenici, slikovnice). Učiteljica postavlja pitanja za svaki primjer: Kakav je odnos slike i teksta? Čega ima više, slike ili teksta?, Kakva su slova na primjerima?, Koju ulogu imaju slova u svakom od primjera, odnosno koja je njihova funkcija (dio priče, naslov, poruka)?. Učiteljica objašnjava definiciju poruke, a potom stavlja primjer plakata te pita učenika što to vidimo na prezentaciji. Objasnjava definiciju plakata i nastavlja postavljati ista pitanja kao i na prethodnim primjerima. Napominje kako je na plakatu uvijek manje riječi, a više slike. Nadalje na temelju slika učiteljica postavlja pitanja o kojim vrstama plakata se radi (reklamni, kazališni, koncertni, politički, plakat o zaštiti šuma, zaštiti planeta Zemlje, vode, sportski plakati, turistički plakati, plakati koji osvještavaju ljude o zdravlju itd.). Razgovor nastavlja pitanjem po čemu</p>	<p>Učenici pažljivo promatraju primjere, slušaju i daju odgovore na postavljena pitanja.</p> <p>Pažljivo slušaju.</p> <p>Odgovaraju na postavljena pitanja.</p> <p>Promatraju primjere i daju odgovore na pitanja.</p>

	<p>zaključujete zašto je neki plakat kazališni, politički, plakat zaštite planete zemlje, vode, šuma...)? Što vam prvo zauzima pažnju promatrajući prikazane plakate? Koja boju ste prvo zapazili kada ste promatrali plakate? Što mislite zašto su korištene baš te boje, a ne neke druge? Učiteljica odabire jedan od primjera plakata, te postavlja pitanje koje boje bi vi možda stavili umjesto prikazanih boja? Zašto baš te boje? Kakve su slike na plakatima?, što nam te slike pokušavaju reći? S obzirom na vrstu plakata o kojoj razgovaraju učiteljica potiče učenike da probaju zamisliti neku drugu sliku kojom bi prenijeli istu poruku. Zašto misle da bi baš ta slika dobro prenijela poruku? Što mislite zašto slike moraju biti upečatljive? Kako je ta upečatljivost postignuta na danim primjerima?</p> <p>Razgovor se nastavlja o plakatima, postavljajući pitanja: Što mislite kome je plakat namijenjen?, U odnosu na ostale primjere (reklame, udžbenici, slikovnice) kako plakati izgledaju? Što na plakatu prevladava? Kakva su slova na plakatima?, Što mislite zašto su neka slova na plakatima velika, a neka mala?, Jeste li morali pročitati tekst na plakatu da bi znali o čemu plakat govori? Učiteljica odabire jedan od primjera plakata te postavlja pitanje što nam tekst na plakatu poručuje. Kakve osjećaje i mišljenja budi</p>	<p>Razmišljaju, daju primjere i sudjeluju u razgovoru.</p> <p>Sudjeluju razgovoru i daju odgovore na pitanja.</p> <p>Učenici daju različite primjere.</p>
--	--	---

	<p>u vama? Potom od učenika traži da smisle neki drugi tekst kojim bi ostavili utisak na promatrača plakata? Gdje možemo vidjeti plakate? Jeste li vi negdje vidjeli plakate?, Kako su izgledali? O čemu je plakat bio? Kakve informacije plakati sadrže?, Tko mi može reći čemu onda plakati služe?</p> <p>I mi ćemo danas izrađivati plakat, ali prije nego vam otkrijem kakav plakat ćemo mi danas izrađivati promotrite slike na slajdu. Što se to na slajdu nalazi? Zna li kako se zovu te životinje? Učiteljica na slajdu prikazuje slike nekih od ugroženih životinja (morski konjic, sredozemna medvjedica, plemenita periska, dupin, vidra, bjeloglavi sup (orao), vuk, medvjed, ris). Gdje nalazimo životinje, gdje one žive? Jeste li možda čuli za pojam zaštićene životinje? Što mislite zašto su neke životinje zaštićene, a neke ne? Kako dolazi do toga da životinja bude ugrožena, tko je krivac? Što se događa s njihovim staništima? Kako se pokušava spriječiti njihovo izumiranje? Što mislite kako se ljudi moraju ponašati prema zaštićenim i ugroženim životinjama? Na koji način mi možemo pridonijeti zaštiti životinja? Sada kada smo malo razgovarali, zna li netko kakav ćemo mi plakat danas izrađivati?</p>	
--	--	--

<p>Najava praktičnog likovnog zadatka (2 min)</p>	<p>Učiteljica najavljuje praktični zadatak. Objašnjava da je njihov zadatak upotrebom željenih materijala na raspolaganju izraditi plakat kojim će prenijeti i naglasiti poruku i važnost zaštite ugroženih životinja. Usmjerava ih se da dobro promisle o poruci koju žele prenijeti, i način na koji je žele prenijeti. Kakve osjećaje žele postići kod promatrača. Naglašavam važnost slike, isto tako i teksta koji iako kratak treba imati svoj utjecaj. Da paze na omjer slike i teksta. Naglašava im se da dobro promisle o bojama koje će koristiti.</p> <p>Učiteljica odabire jednog učenika da ponovi zadatak.</p>	<p>Učenici slušaju učiteljevu najavu.</p> <p>Netko od učenika ponavlja kako glasi praktični likovni zadatak.</p>
<p>Realizacija praktičnog likovnog zadatka (20 min)</p>	<p>Učiteljica obilazi učenike i pazi na korištenje likovne tehnike. Učeniku po potrebi ponavljam demonstraciju likovnih tehnika, potiče ih na rad alternativnim pitanjima, konzultira ih i razgovara o njihovim idejama, te kako će realizirati svoju ideju.</p>	<p>Učenici izvode praktični likovni zadatak.</p>
<p>Vrednovanje (5min)</p>	<p>Učeničke radove stavljam na klupu i razgovaram s učenicima, postavljajući im pitanja: Koji je bio naš zadatak?, Koje likovne tehnike ste koristili? Zašto ste se odlučili za baš te tehnike? Želi li netko opisati svoj rad, a ostali učenici pokušat će pogoditi o kojem je radu riječ. Učenike pita koji je od radova</p>	

	<p>(plakata) najupečatljiviji? Zašto? Zašto su se odlučili za te boje? Koji plakat po vama ima najjaču poruku? Čija nas poruka potiče na razmišljanje? Koja poruka u vama budi želju da zaštitite životinje? Koji je plakat po vama jedinstven? Zašto?</p> <p>Učiteljica ponavlja pitanja: po čemu možemo reći da je neki plakat uspješan? Što svaki uspješni plakat mora imati? Kako znamo da je neki plakat dobar? Što mislite jesu li svi izloženi plakati dobro napravljeni. Kakav vam je bio današnji zadatak? Da li su zadovoljni sa svojim radovima? Da mogu, bi li nešto promijenili?</p>	<p>Sudjeluju u razgovoru, te vrednuju svoj i radove drugih učenika.</p>
--	---	---



13. LITERATURA

1. Anić, Š., Klaić. N., Domović, Ž. (1999). Rječnik stranih riječi. Zagreb: Sani-plus.
2. Ausbrun, L., i Ausburn, F. (1978). Visual literacy: Background, theory and practice. PLET, 15(4), str. 291-297
3. Balić Šimrak, A. ; Markulin, V. ; Perus, M. KOMUNIKACIJA PUTEM SLIKOVNIH SIMBOLA I NJENA POJAVNOST U DJEČJIM LIKOVNIM RADOVIMA // ZBORNİK RADOVA: "Umjetničko djelo u likovnom odgoju i obrazovanju", ĆCNSI, Zagreb, 2011. / Balić Šimrak, A. ; Perus, M. (ur.). Zagreb: Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2011. str. 157-163
4. Bamford, A. (2003). The visual literacy white paper. Australia: Adobe Systems Pty Ltd.
5. Bassham, G., Irwin, W., Nardone, H., Wallace, J., M. (2012). Critical thinking A student's introduction. New York: McGraw-Hill
6. Berger, A., A., (1998). Seeing is believing.: California. Mayfield Pub. Co.
7. Birtić, M. (2012). Školski rječnik hrvatskog jezika. Zagreb: Školska knjiga.
8. Chambers, R. (1983). Art and Propaganda in an Age of War: The Role of Posters. Scientia Militaria, 13 (4).
9. Damjanov, J., (1991). Vizualni jezik i likovna umjetnost.: Zagreb: Školska knjiga.
10. Dewey, J. (1910). How we think. D. C. Heath & Co.
11. Dondis, D., A., (1973). A primer to visual literacy.: Cambridge, Mass., MIT Press.
12. Dyer, G., (1982). Advertising as communication.: London: Routledge
13. Evans, P., Thomas, M., A., (2004) Exploring the elements of design.: New York: Thomson/Delmar Learning.
14. Freedman, K., J., (2003). Teaching visual culture: curriculum, aesthetics, and the social life of art.: New York: Teachers College Press, Columbia University.
15. Haramija, P. (1993). Politički plakat u Hrvatskoj: 1848.-1990.: magistarski rad, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet.
16. Heide, R., Gilman, J. (1986). Starstruck: the wonderful world of movie memorabilia.: NY: Doubleday.
17. Hembree, R. (2006). The Complete Graphic Designer: A guide to Understanding Graphics and Visual Communication. Rockport Pub.
18. Iskin, R., E. (2014). The Poster: Art, Advertising, Design, and Collecting, 1860s-1900s. Dartmouth College Press
19. Jakubin, M. (1999). Likovni jezik i likovne tehnike. Zagreb: Educa

20. Kavurić, L. (1999). Hrvatski plakat do 1940. Zagreb: Institut za povijest umjetnosti.
21. Kavurić, L. (2001). Stoljeće hrvatskog plakata. Zagreb: HAZU-kabinet grafike
22. King, E. (2003). A century of Movie Posters: From Silent to Art House: New York: Barron's.
23. Letinić, A. (2016). Čitajmo između redaka – priručnik medijske pismenosti, Zagreb: GONG i Kurziv.
24. Lynna J. Ausburn & Floyd B. Ausburn (1978) Visual Literacy: Background, Theory and Practice, Programmed Learning and Educational Technology, 15:4, 291-297, Pristupljeno (20.5.2023)
25. Magaš, L. (2008) Reklamni zavod Imago u komercijalni grafički dizajn u Hrvatskoj 1920-ih. U: Zbornik radova za povijest umjetnosti, 51, str. 99-118.
26. Malik, S. (2008). Media literacy and its Importance. Society for Alternative Media and Research with (FES).
27. Marković, D., Cvetković, D., Kostić, Z., Tasić, A. (2009). Osnovi grafičkog dizajna – Praktikum. Beograd: Univerzitet Singudunum.
28. Mesaroš, F., (1985). Tipografski priručnik.: Zagreb: Grafički obrazovni centar.
29. Mihailović, V. (1984). Propaganda i rat. Beograd: Vojnoizdavački zavod.
30. Mikulek, A., Korda, A. (2005). Teorija i razumijevanje plakata kao sredstva vizualne komunikacije u Međunarodno savjetovanje tiskarstva, dizajna i grafičkih Komunikacija Blaž Baromić. Zagreb: Grafički fakultet.
31. Miličić. I., (2013). Uvod u dizajn i izdavaštvo. Priručnik za polaznike: Zagreb: Algebra d.o.o
32. Miliša, Z., Ćurko, B. (2010). Odgoj za kritičko mišljenje i medijska manipulacija. MediAnali, 4(7), str. 57-72
33. Norris, P., Ennis, R., H. (1989). Evaluating critical thinking. Pacific Grove CA: Midwest Publications.
34. Paić, Ž., (2008). Vizualne komunikacije.: Durieux
35. Palašić, N. (2014). Vizualna komunikacija: Politički plakat kao persuasivno komunikacijsko sredstvo. Pismo – Časopis za jezik i književnost, vol 12., str. 50-64.
36. Pelc, M. (2002). Pismo, knjiga, slika. Golden Marketing
37. Petter, R., Put, R. (2012). Poster No 524. Valiz.
38. plakat. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013 – 2024. Pristupljeno (1.02.2023) <<https://www.enciklopedija.hr/clanak/plakat>>.

39. Poulin, R., (2011). The language of graphic design: an illustrated handbook for understanding fundamental design principles.: Rockport Publishers, Inc.
40. Rabrenović, A. (2012). Plakat kao sredstvo političke propagande. *Medijski dijalozi*, 5 str. 13-14.
41. Rabrenović, A., (2010). Vizuelni i verbalni elementi političkog plakata. *CM – časopis za upravljanje komuniciranjem*, 5 (17).
42. Racine, N., (2002). Visual communication: understanding maps, charts, diagrams, and schematics.: New York: LearningExpress.
43. Rickards, M. (1971). *Uspon i pad plakata*. Jugoslavenska revija.
44. Samara, T., (2007). *Design elements: a graphic style manual: understanding the rules and knowing when to break them.*: New York: Rockport Publishers.
45. Stone, T., L., (2006). *Color design workbook: a real-world guide to using color in graphic design.*: Rockport Publishers
46. Timmers, M. (1998). *The power of the poster*. London, England: V & A Publications.
47. Tomiša, M. i Milković, M. (2013). *Grafički dizajn i komunikacija*. Varaždin: Veleučilište.
48. Turković, V. (2009). Vizualne/likovna (ne)pismenost političkih stranka u Hrvatskoj. *Politička misao: časopis za politologiju*, 46 (1)
49. Velagić, Z. (2008). Od plakata do plakatiranja: komuniciranje plakatima u prvim desetljećima 20. stoljeća. *Libellarium: časopis za istraživanja u području informacijskih i srodnih znanosti*, Vol. 1 / No. 2 str. 181 – 202
50. Velagić, Z., i Gracek, M. (2008). 'Od plakata do plakatiranja: komuniciranje plakatima u Osijeku u prvim desetljećima 20. stoljeća', *Libellarium*, 1(2), str. 181-202. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/37155> (Datum pristupa: 21.03.2023.)
51. Vujić, A. (2005). *Opća i nacionalna enciklopedija u 20 knjiga*. Zagreb: Pro Leksis.
52. Wileman, R., E., (1993) *Visual communicating*. Englewood Cliffs: Educational Technology Publications.
53. Wróblewska-Trochimiuk, E., (2019.) *Umjetnost na marginama*. Hrvatski politički plakat u 19. i 20. stoljeću. Institut za etnologiju i folkloristiku.
54. Zgrabljić, N., Košir, M., Ranfl, R. (1999). *Život s medijima: priručnik o odgoju za medije, za roditelje, nastavnike i učitelje*. Zagreb: Doron.
55. Zlatić, S., (2013). „Zlatni rez.“ *Tehnički glasnik*, vol. 7, br1, str. 84-90.

14. POPIS ILUSTACIJA

Slika 1. Jules Chéret, „Pantomimes Lumineuses. 1892., (Dostupno na: https://www.windsorfineart.com/jules-cheret).....	9
Slika 2. Jules Chéret, "Saxoléine"1896. (Dostupno na: https://www.windsorfineart.com/jules-cheret).....	9
Slika 3. Bela Čikoš-Sesija, „Mladost“. 1898. (Dostupno na: http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/plakat.htm).....	11
Slika 4. Tomislav Krizman, „Marya Delvard“. 1907. (Dostupno na: http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/plakat.htm).....	11
Slika 5. Shepard Fairey, „Hope“. 2008. (Dostupno na: https://www.theguardian.com/culture/gallery/2020/oct/07/posters-that-changed-the-world-in-pictures).....	15
Slika 6. Roger Kastel, „Jaws“. 1975. (Dostupno na: https://www.empireonline.com/movies/features/best-posters/).....	17
Slika 7. Dominika Debak, „Kako napraviti plakat“ 2017. (Dostupno na: http://www.osucidar-st.skole.hr/ucenici?news_hk=5510&news_id=504&mshow=1455).....	17
Slika 8. Boris Bućan, „Labuđe jezero“ 1988. (Dostupno na: https://mrezadizajna.com/katalog/plakat-za-predstavu-labude-jezero).....	18
Slika 9. Conrado Walter Massaguer, „Visit Cuba“ 1950. (Dostupno na: https://www.discountdisplays.co.uk/our-blog/top-10-vintage-travel-posters-from-the-posterforest-collection/).....	19
Slika 10. Likovni rad grupe učenika 1. razreda.....	38
Slika 11. likovni rad grupe učenika 1. razreda.....	39
Slika 12. likovni rad grupe učenika 1. razreda.....	40
Slika 13. likovni rad dvoje učenika 2. razreda.....	43
Slika 14. likovni rad dvoje učenika 2. razreda.....	44
Slika 15. likovni rad dvoje učenika 2. razreda.....	45
Slika 16. likovni rad učenika 3. razreda.....	47
Slika 17. likovni rad učenika 3. razreda.....	48
Slika 18. likovi rad učenika 3. razreda.....	49
Slika 19. likovni rad učenika 4. razreda.....	51
Slika 20. likovni rad učenika 4. razreda.....	52
Slika 21. likovni rad učenika 4. razreda.....	53

16. POPIS TABLICA

<i>Tablica 1. Kriterij vrednovanja učeničkih radova.....</i>	36
--	-----------

17. ŽIVOTOPIS

Natali Mičić rođena je u Zadru 12. listopada 1998. godine. Pohađala je Osnovnu školu Smiljevac od 2005. do 2013. godine. Potom upisuje Ekonomsko-birotehničku i trgovačku školu u razdoblju od 2013. do 2017. godine, a od 2017. do 2024. obrazovanje završava na Sveučilištu u Zadru.