

Zveza za tehnično kulturo Slovenije
DRŽAVNO SREČANJE MLADIH RAZISKOVALCEV SLOVENIJE

OBLIKOVANJE PO POTEH SECESIJE

Aplikativni inovacijski predlogi in projekti

Avtorica Zala Mesarič
Mentorici Marija Toure in Barbara Crnković

Srednja šola za oblikovanje Maribor

Maribor, april 2022

Zahvala

Zahvaljujem se mentorici, ki me je spodbujala, svetovala in nudila pomoč pri oblikovanju inovacijskega predloga.

Kazalo vsebine

Zahvala	2
Kazalo vsebine	3
Kazalo slik	4
Povzetek	5
Abstract	6
1 Uvod	7
1.1 Namen in cilj	7
2 Teoretični del 2.1 Secesija	8
2.1.1 Dva ideala secesijskega obdobja: narava in ženska	9
2.1.2 Secesija v arhitekturi	9
2.2 Secesija na Slovenskem	10
2.1 Secesija v Mariboru	10
2.1.2 Fritz Friedrigger (1859–1922)	11
2.1.3 Baroničina hiša	12
2.2 Oblikovanje in secesija	13
2.2.1 Secesijski ornament (okrasek)	13
2.2.2 Embalaža	14
2.2.2.1 Embalaža v secesiji	15
2.2.3 Plakat	16
2.2.3.1 Plakat v obdobju secesije	16
2.2.3.2 Alphonse Mucha	17
3 Praktični del	19
3.1 Orodja za delo	19
3.2 Metodologija dela	19
3.2.1 Metoda proučevanja pisnih virov	19
3.2.2 Oblikovanje plakatov	19
3.2.2.1 Plakat 1: Pomlad	20
3.2.2.2 Plakata 2 in 3: Jesen in zima	21
3.2.2.3 Plakat 4: Poletje	22
3.2.3 Oblikovanje embalaže	24
4 Zaključek in družbena odgovornost	25
5 Viri in literatura	27

Kazalo slik

SLIKA 1: CANKARJEVA ULICA V MARIBOR.....	11
SLIKA 2: BARONIČINA HIŠA.....	13
SLIKA 3: HAUPTMANOVA HIŠA, WOLFOVA 2, ARHITEKT CIRIL METOD KOCH, 1904.....	14
SLIKA 4: BARONIČINA HIŠA	14
SLIKA 5: PRIMER OBSTOJEČE SODOBNE EMBALAŽE	15
SLIKA 6: HLAKAT, KIJE RAZSTAVLJEN V MUZEJU MAK NA DUNAJU	17
SLIKA 7: ŠTIRJE LETNI ČASI, MUCHA.....	20
SLIKA 8: SKICA ZA PLAKAT	21
SLIKA 9: PLAKAT POMLAD	21
SLIKA 10: PLAKATA JESEN IN ZIMA	22
SLIKA 11: SKICA ZA ORNAMENTA V OZADJU, NASTAJANJE KONČNEGA IZDELKA.....	23
SLIKA 12: PLAKAT POLETJE.....	23
SLIKA 13: MREŽA EMBALAŽE.....	24
SLIKA 14: OVITEK ZA ČOKOLADO	24
SLIKA 15: NASLOVNA STRAN EMBALAŽE	25

Povzetek

Secesija je bil priljubljen slog dekorativne umetnosti, ki se je pojavil konec 19. stoletja. Zanj so bile značilne okrašene, tekoče linije, uporaba naravnih elementov ter erotika ženske figure. Ta slog je vplival na arhitekturo, notranje oblikovanje, pohištvo, nakit ... Na področju grafičnega oblikovanja je imela secesija velik vpliv na oblikovanje plakatov, embalaže in drugih tiskovin. Uporaba svetlih, živahnih barv in ornamentalnih linij je tem vzorcem dala videz prefinjenost.

Secesijski slog in povezava z grafičnim oblikovanjem nas je navdihnila za inovacijski predlog, v katerem smo se preizkusili v oblikovanju plakatov in embalaže s secesijskim pridihom. Oblikovali smo plakat, primeren za vsak letni čas, saj je bila glavna tematika in vodilo secesijske umetnosti narava, njena lepota, pojavi, živahnost in erotičnost naravnih lepot. V sklopu inovacijskega predloga se bomo preizkusili tudi v oblikovanju embalaže za čokolado. Namen inovacijskega predloga je vključiti tradicionalne secesijske motive ter vzorce v oblikovanje plakatov in embalaže danes.

Ključne besede: secesija, grafično oblikovanje, plakat, dizajn za embalažo

Abstract

Art Nouveau was a popular style of decorative art that emerged at the end of the 19th century. It was characterised by ornate, flowing lines, the use of natural elements and the eroticism of the female figure. This style influenced architecture, interior design, furniture, jewellery... In the field of graphic design, Art Nouveau had a major influence on the design of posters, packaging and other printed materials. The use of bright, vibrant colours and ornamental lines gave these patterns a look of sophistication. The Art Nouveau style and the link with graphic design inspired us to come up with an innovation proposal where we tried designing posters and packaging with an Art Nouveau touch. We designed a poster suitable for every season, because the main theme and guiding principle of Art Nouveau art was nature, its beauty, phenomena, the vibrancy and eroticism of natural beauty. As part of the innovation proposal, we will also try our hand at designing chocolate packaging. The innovation proposal aims to incorporate traditional Art Nouveau motifs and patterns into poster and packaging design today.

Keywords: secession, graphic design, poster, packaging design

1 Uvod

Ob koncu 19. stoletja in v začetku 20. stoletja so se mladi umetniki, slikarji, kiparji, arhitekti želeli osvoboditi težnje po oživljanju historičnih tem. Uprli so se akademijam in njihovim monopolom nad razstavami, kar je povzročilo odcepitev od uradnih organizacij in ustanovitvi združenja secesije. Cilj je bil predstavljati sodobne umetnine. Ker se je secesija razvijala na različnih področjih, jo poznamo pod različnimi imeni: Art Nouveau (Francija), Jugendstil (Nemčija), Modern Style (Anglija). Za secesijsko umetnost so značilne mehke okrasne linije, ornamenti, kontrasti med velikimi barvnimi ploskvami, ritmično ponavljanje izbranih prvin in jasni obrisi.

1.1 Namen in cilj

Namen inovacijskega predloga je preučiti obdobje secesije, preoblikovati secesijske motive in na sodoben način prikazati uporabnost tega sloga na izdelkih s področja vizualnih komunikacij.

Cilj pa je ustvariti serijo plakatov in embalažo s prirejenim motivi secesijske umetnosti.

V teoretičnem delu smo raziskali nastanek in razvoj secesije v Evropi in Sloveniji, predvsem pa v Mariboru.

V praktičnem delu smo se posvetili oblikovanju in izdelavi embalaže ter plakatov. Ob koncu dela je nastala serija plakatov, ki temeljijo na secesijski umetnosti. Motive za plakate smo dobili v letnih časih in tako vsak plakat predstavlja svoj letni čas. Ob tem so letnim časom prilagojeni barvni odtenki in motivi, ki so značilni za secesijsko obdobje, prav tako pa nas povežejo z letnim časom, ki ga plakat predstavlja. Na podoben način je oblikovana tudi embalaža za mlečno čokolado. Zaznamuje jo secesijski motiv z barvno paleto.

2 Teoretični del

2.1 Secesija

secesija -e ž (i)

1.um. srednjeevropska umetnostna smer ob koncu 19. in v začetku 20. stoletja, ki se odcepi od tradicionalnih smeri in si prizadeva za nove oblike: secesija v slovenski arhitekturi; stavbe, vinjete v stilu secesije / berlinska, dunajska secesija (SSKJ, 1994).

Beseda secesija izvira iz latinščine (lat. secessio) in pomeni odhod ali odcepitev. Secesija je umetnostni pojav, ki se je razvil na prehodu iz 19. v 20. stoletje in je trajala od leta 1890 do leta 1920. Umetnostni slog je dobil več imen, ker je hkrati izbruhnil v različnih evropskih mestih: Art Nouveau – nova umetnost (Pariz, Nancy, Bruselj...), Secession – secesija (Dunaj, Praga, Ljubljana ...), Jugendstil – mladeniški stil (München, Dunaj, Norveška, Riga ...), Modern Style (Glasgow) (Pirkovič in Mihelič, 1997).

V tem obdobju so umetniki želeli ustvariti nekaj povsem novega, modernega, primernega času, nekaj, kar ni bilo podobno nobenemu zgodovinskemu slogu. Arhitekti so se upirali historicizmu, slikarji pa strogemu akademizmu.

Za secesijo je značilna heterogenost oblikovnih izrazov.

Ločimo dve glavni smeri secesije. Prva oz. starejša je uporabljala rastlinske elemente, kot so krivulje, konveksno – konkavne površine, robove in obrobe. Pogosto so se ti elementi mešali z elementi novega baroka, severnjaške renesanse in predvsem historičnih slogov.

Druga, kasnejša, smer izvira iz Arts and Craft in iz Glasgowske šole, kjer je bil vodilni arhitekt Josef Hoffmann in značilna arhitektura Wiener Werkstätte, za katero je bil značilen geometrijski slog. Umetniki so iskali nove ideje in vzorce izven Evrope in krščanstva, v Japonskih, staroegipčanskih, tihomorskih kulturah, prav tako pa tudi v drugih kulturah primitivnih ljudstev, ideje in navdih so črpali v naravnih oblikah, kjer jim je bila v oporo tudi literatura o botaniki, geologiji in zoologiji.

Nova umetnost je močno povezana z industrijsko revolucijo, ki je prinesla nove stroje in s tem tudi materiale, kot npr. industrijske tekstilne izdelke, železo, jeklo, steklo. Umetniki, od katerih so nekateri bili tudi industrijski tehnologi, so znali nove materiale dobro uporabljati. Niso zavračali novosti in cenenosti industrije, kot je to počelo gibanje arts and crafts, ampak so jih povezovali s popolnostjo rokodelstva.

Umetniki so želeli ustvarjati funkcionalne, kakovostne in obenem tudi lepe izdelke. Uporabno umetnost so cenili enako kot »visoke umetnosti« in vsakdanji uporabni predmeti – posode,

pepelniki, vaze, pribor so se jim zdeli vredni umetniškega dela. Razvijali so serijsko proizvodnjo za manj premožnejši srednji sloj in unikatne izdelke za najbogatejše. Umetniki so ustvarjali osupljive oblike, polne arabesk, krivulj in tudi geometrijskih likov (Pirkovič in Mihelič, 1997).

2.1.1 Dva ideala secesijskega obdobja: narava in ženska

Bistveni trenutek, ki je secesijo odcepil od drugih zgodovinskih stilov, je bilo zanimanje za naravo, ki so jo mnogi umetniki povelečevali. Pogost motiv pa so bile ženske figure, ki dobivajo erotične konotacije. Teoretiki in umetniki so začeli iskati izvore ornamenta v ljudski umetnosti; raziskovali so bogastvo slovenske preteklosti, poskušali so izluščiti, v čem se slovenski narod in kultura razlikujeta od drugih narodov in spraševali so se, v čem je naša avtentičnost. Na našem področju se je obdobje časovno pokrivalo z impresionizmom v likovni umetnosti, v literaturi pa z nastopom naših štirih modernistov, ki so kritizirali realistično usmerjene avtorje in meščansko moralo. Ideje za novi stil so prihajale večinoma z Dunaja, kjer sta v tistem času delovala karizmatična slikar Gustav Klimt in psiholog Sigmundt Freud.

Naši umetniki so pobude iz tujine ponotranjili in jih priredili slovenskim razmeram. Najlepše primere slikarstva najdemo na naslovnica knjig slovenskih modernistov in v kulturno-znanstvenih revijah, kot je bil npr. Dom in svet (slikarji: Gaspari, Birolla, Vavpotič, Smrekar). Prva svetovna vojna je nasilno prekinila s secesijskim razmahom in odprla pot ekspresionizmu ter avantgardnim smerem, ki so popolnoma spremenile odnos do umetnosti in človeka, vedno bolj so dojemale kot eksistencialistični problem, kateremu lepota je postajala neznanka (Secesija kot najbolj dekorativen stil: obuditev mladosti, lepih linij, barv in svežine, 2009).

2.1.2 Secesija v arhitekturi

V arhitekturi se je secesija uveljavljala sočasno z industrijsko revolucijo, ki je spremenila prebivalstveno strukturo mest, zmanjšalo se je kmečko in zelo naraslo meščansko in delavsko prebivalstvo. Vedno številčnejši in bogatejši meščani so svoje bogastvo ter modni okus radi razkazovali z bliščem svojih domov, ki so jih gradili arhitekti. Pomembno so vplivali na videz mest. Tudi nižji srednji razredi so posnemali novi življenjski slog v skromnejših razsežnostih. Poleg meščanskih vil pa drugo pomembno skupino secesijske arhitekture predstavljajo še pošte, banke, tiskarne, hranilnice in poslovne stavbe. Te so bile pogosto kombinirane s stanovanji.

Politiki, urbanisti in arhitekti so se v tem obdobju spraševali, kakšno naj bi bilo mesto prihodnosti. Zaradi skokovite rasti prebivalstva, so morali poskrbeti za širitev mest. Ljudem so olajšala vsakdanje premikanje v mesto in iz njega nova prometna sredstva, zlasti železnica. V obdobju nove umetnosti so se vrstile številne razstave, ki so jih prirejale mesta in na njih so industrialci predstavljali svoje izdelke ter inovacije. Secesija se je razširjala z umetnostnimi revijami, ilustriranimi s fotografijami (Pan, Die Jugend, Kunst und Künstler, Ver Sacrum, Der Architekt, Die Kunst) in razstavami. Med najpomembnejšimi je bila svetovna razstava v Parizu leta 1900. Po tej razstavi se je novo gibanje hitro razširilo po Evropi in zaznamovalo tako zasebno kot javno arhitekturo ob koncu 19. stol., še posebej železniške postaje, bančne stavbe in veleblagovnice, ki so bile pogosto kombinirane s stanovanji.

Številne secesijske stavbe so tako imenovane celostne umetnine, kjer so arhitekti, umetniki enako skrbno obravnavali vse veje umetnosti, arhitekturo, likovno in uporabno umetnost, scenografijo, kostumografijo, dramsko umetnost in glasbo. Prizadevali so si za popolno skladnost vseh umetnosti, ki se je najbolj pokazala pri meščanskih domovih, pa tudi ateljejih arhitektov, umetnikov. To ne pomeni le, da so oblikovali vsak detajl v hiši, ampak so v njej tudi živeli s svojimi umetniškimi nazori. Zaradi začetka prve svetovne vojne je secesija doživela precej hiter zaton.

2.2 Secesija na Slovenskem

Ljubljano je na prelomu 19. in 20. stoletja močno zaznamovala secesijska arhitektura. Mesto se je začelo hitreje razvijati po izgradnji železnice v sredi 19. stoletja in številne nove mestne pridobitve so izboljšale higienske razmere ter olepšale podobo mesta. Za uveljavitev secesije pa je bil ključnega pomena katastrofalni potres leta 1895, ki je povzročil veliko materialne škode, a hkrati spodbudil prenavo mesta in dal veliko prostora novim stavbam. Po prvi svetovni vojni je secesija izzvenela. Na začetku dvajsetih let 20. stol. je Ljubljana dobila še Zadružno gospodarsko banko Ivana Vurnika, ki je zgrajena bolj v narodnem slogu in nakazuje odvod od secesije in prehod v Art deco.

2.1 Secesija v Mariboru

V drugi polovici 19. stoletja se je s prihodom železnice Maribor začel razvijati. S širjenjem gospodarstva je Maribor presegel provincialni značaj, prav tako ste se začela spreminjati in izboljševati tudi higienski in delovni standard. Zaključilo se je obdobje fevdalizma, kar je

prineslo spremembo v zaposlovanju, ljudje so hodili na delo od doma in tako je nastala potreba po več bivalnih prostorih, stanovanjih. Hkrati pa se je pojavila potreba po javnih ustanovah, kar je prineslo v Maribor nov stavbni tip. Država je podprla gradnjo Južne železnice, gradnjo šolskih in upravnih poslopij, kadetnice, kompleks bolnišnic ter palačo pošte in sodišča. Secesijski dekor se je na pročeljih mariborskih pozno historističnih fasad pojavil šele ob prelomu stoletja in je dopolnjeval enega od neoslogov. Motivi so bile ženske glave, stilizirano rastlinje, geometrijski liki in rozete. Primer je stavba iz leta 1905, ki je bila zgrajena kot deželna sadjarska šola pod gričem Kalvarija, na kateri izstopa ornament, ki simbolizira sadjarsko in vinarsko dejavnost in deška ljudska šola (Osnovna šola Prežihovega Voranca) na Gosposvetski cesti. V Mariboru več secesijskih elementov najdemo tudi na stanovanjskih zgradbah (Pirkovič in Mihelič, 1997).



Slika 1: Cankarjeva ulica v Maribor

2.1.2 Fritz Friedriger (1859–1922)

V tistem času je v Mariboru deloval arhitekt Fritz Friedriger, transilvanski Nemec, ki se je izsolal na dunajski akademiji pri Theopilu von Hansenu (1813–1891). V Mariboru je živel med letoma 1894 in 1920 in je načrtoval predvsem stanovanjske stavbe historističnih slogov, opremljenih s secesijskih okrasom. Načrtoval je stavbe za meščane srednjega razreda in enodružinske vile najbogatejših Mariborčanov, ki so bile večinoma zgrajene v koroškem predmestju in v bližini mestnega parka.

Friedriger je bil po prelomu stoletja eden redkih v Mariboru, ki je vpeljal drobce dunajske secesije v arhitekturo. Razlog za odločitev o spremembi sloga je bilo verjetno dejstvo, da je sledil sočasnemu strokovnemu revijalnemu tisku. Manj verjetno pa je, da je neposredno dobil

tako drzna naročila, saj vemo, da je bilo mariborsko meščanstvo precej tradicionalno in zadržano (Štuhec, 2016).

2.1.3 Baroničina hiša

Leta 1902 je Fritz Friedrigger za baronico Emmo Mixich Rast na jugovzhodnem vogalu Prežihove in Smetanove ulice načrtoval večstanovanjsko hišo. Iz načrtov iz leta 1902 je razvidno, da je sprva nameravala zgraditi poslovno-stanovanjsko stavbo s kavarno v pritličju in veliko dvorano v nadstropju. Stanovanja pa so bila predvidena le v stranskih delih obeh traktov. Risba pročelja stavbe kaže, da je bila načrtovana z bolj monumentalno in reprezentančno podobo, členjeno z različnimi slogovnimi stavbnimi elementi, značilnimi za pozni historizem. Friedriggerjevi načrti iz leta 1903 pa kažejo na secesijsko stavbo, ki je bila potem dejansko zgrajena kot večstanovanjska hiša. Baroničina hiša je enonadstropna stavba s petimi osmi na Smetanovo ulico in osmimi na Prežihovo ulico, njen tloris ima obliko črke L. Friedrigger je zasnoval hišo z eno fasado, ki se vije okoli vogala. Enotno fasado razgibajo trije izmenično razporejeni rahlo izstopajoči rizaliti. Iz skic in načrtov lahko razberemo, da je bilo pročelje načrtovano drugače, kot je bilo kasneje realizirano. Glavna posebnost zunanjsčine Baroničine hiše so ženski obrazi, ki poudarjajo prirezan vogal stavbe. Vliti so bili s pomočjo treh kalupov, ki so se razlikovali po obliki in velikosti. Ploskovita obraza z značilno secesijsko vegetabilno oblikovani lasmi sta nameščena namesto kapitelov na stranskih pilastrih rizalita. Drugi tip ženskega obraza, ki je izrazito plastično zasnovan, nosi v smislu konzole napušč na vogalih prirezanega dela stavbe. Tretji tip ženskega obraza pa se pojavlja na segmentno oblikovanem strešnem čelu, prav tako na prirezano zasnovanem vogalu. Ženski obraz s strašljivo grimaso je vstavljen kot sklepnik nad veliko polkrožno in zastekljeno luneto. Zgornji rob lunete je ob ženskem obrazu poudarjen s predimenzioniranim bisernim nizom. Druga vrsta okrasa na stavbi so motivi iz rastlinskega sveta, kjer prevladujeta akant in stilizirano cvetje ter druge geometrijske in antropomorfne oblike. Vse to predstavlja okras okenskih in vhodnih obrob, balkonske ograje ter zaključek pod napuščem. Značilno secesijski okras so tudi pasovi iz rumene keramike med okni.

Okrasni detajli na Baroničini stavbi predstavljajo motiviko stiliziranega rastlinja, uporabljena je tudi keramika, vendar so tudi tu maske ženskih obrazov, ki so izdelane precej šablonsko. Četudi je dejanska izvedba stavbnega okrasa na Baroničini hiši očitno šablonska in se zdijo maske, konzole ter kapiteli preveliki za enonadstropno stavbo in vse skupaj daje občutek

potlačnosti ter neubranosti, moramo pritrditi, da gre v tem trenutku po uspešni prenovi za najlepšo stavbo s secesijskim okrasjem v mestu (Štuhec, 2016).



Slika 2: Baroničina hiša

2.2 Oblikovanje in secesija

2.2.1 Secesijski ornament (okrasek)

Beseda ornament izvira iz latinske besede ornare, kar pomeni krasiti. Nastal je že v daljni preteklosti zaradi človekove potrebe po okraševanju predmetov, ki jih je oblikoval. Ornament srečujemo na uporabnih in okrasnih predmetih, tkaninah, slikah, arhitekturi ter kiparskih izdelkih. Ornament je ena od najpomembnejših značilnosti secesije. Umetniki so navdihe zanje dobivali iz narave, rastlinskega in živalskega sveta, pa tudi iz ljudske umetnosti, japonske, staroegipčanske umetnosti, umetnosti tujih kultur, knjig o botaniki, geologiji ter zoologiji.

V obdobju secesije sta se glede okraševanja razvili dve smeri. Prva, načeloma starejša, je uporabljala predvsem naturalistične ornamente z motivi, prevzetimi iz narave; linije valovnic in krivulj spominjajo na rastlinsko steblo ali na vitek plamen, na fasadah so se tudi pojavljali kipci ženskih glav in živali. Druga smer, ki izvira predvsem iz gibanja Arts and Craft in glasgowske šole, pa je uveljavila geometrične ornamente, ki so predstavljali različne geometrijske like (Halb, 2011).



Slika 3: HAUPTMANOVA HIŠA, Wolfova 2, Arhitekt Ciril Metod Koch, 1904



Slika 4: Baroničina hiša

2.2.2 Embalaža

Embalaža je sredstvo, s pomočjo katerega shranjujemo oz. skladiščimo izdelke. Med embalažo uvrščamo material, v katerega lahko blago oz. surovine zavijemo, vstavimo ali napolnimo. Embalažo razvrščamo glede na material (papirna, steklena, plastična, kovinska itd.), funkcijo oz. namen uporabe (primarna/prodajna, sekundarna/ovojna, terciarna/transportna) in trajnost (povratna/nepovratna).

Prvotni namen zaščite in informiranja izdelka je prevzel način oglaševanja ter nagovor k odločitvi nakupa. Embalaža je tako postala osnova za reklamiranje in pomemben instrument trženja, ki ponuja raznovrstne podjetniške priložnosti.

Embalaža ima prodajno funkcijo, ki s svojo vizualno privlačnostjo pritegne pozornost kupca ter na ta način spodbuja k nakupu in pospešuje prodajo. S tem se je embalaža iz svoje podrejene vloge povzpela na zelo pomembno mesto. Sodobna embalaža povečuje vrednost blagu in ima pomembno vlogo pri odločitvi za nakup.

Embalaža je postala pomemben del marketinga. Podjetja razumejo moč dobre embalaže za ustvarjanje takojšnje prepoznavnosti podjetij in blagovnih znamk pri kupcih. V tako

konkurenčni sredini lahko embalaža predstavlja zadnjo priložnost proizvajalca, da vpliva na nakup.



Slika 5: Primer obstoječe sodobne embalaže (vir: avtorica)

2.2.2.1 Embalaža v secesiji

Za embalažo v secesiji je značilna kombinacija ornamentalnih vzorcev, cvetličnih motivov in vijugastih linij. Zanj so pogosto značilne asimetrične oblike, ukrivljene linije in živahne barve. Na embalaži v tem slogu so pogosto podobe narave, kot so rože, ptice in druge živali, ter abstraktni motivi in vzorci. Med običajnimi materiali, ki se uporabljajo za embalažo tega sloga, so karton, papir, steklo in kovina. Takšna embalaža se pogosto uporablja za izdelke, kot so parfumi, mila, vina in drugi luksuzni izdelki.

Glavne značilnosti secesijske embalaže:

- ~ Dekorativne pisave: secesijska embalaža pogosto vsebuje okrašene, dekorativne pisave, ki naj bi spominjale na isti slog kot umetniška dela, ki so prikazana na embalaži.
- ~ Cvetlični motivi in motivi, navdihnjeni z naravo: secesijska embalaža pogosto uporablja cvetlične motive, navdihnjene z naravo, kot so rože, trte in listi.
- ~ Krivoljne linije: secesijska embalaža ima pogosto valovite krivulje in linije, ki ustvarjajo edinstveno, tekočo estetiko.
- ~ Barve: barve, uporabljene v secesijski embalaži, so pogosto umirjene, s poudarkom na pastelnih in umirjenih odtenkih modre, zelene, rumene in vijolične barve.
- ~ Zlati poudarki: zlato se pogosto uporablja za poudarjanje nekaterih elementov umetniških del na secesijski embalaži.

2.2.3 Plakat

Plakat je večji list, pola papirja z obvestilom, vabilom, razglasom, pritrjena na javnem prostoru. Plakat je uporabljen za oglaševalske in propagandne namene. Prednost pred drugimi oblikami vizualne komunikacije je, da se nahaja na prostem, kjer se odvijajo bistveni dogodki, nahaja se tako rekoč na vsakem koraku. Plakati se nahajajo v trgovini, pri zdravniku, na ulici, povsod, kjer so ljudje. Oblikovani so tako, da pritegnejo ciljno občinstvo. Sporočilo, podobe, barvne kombinacije so skrbno izbrane, jasne, preproste in razumljive.

Funkcija plakata je posredovanje sporočil oz. komuniciranje med oddajnikom in prejemnikom. Oddajnik je organizacija, prejemnik pa smo mi gledalci. Pomembno pri tem je, da ciljno publiko dovolj dobro prepričamo, da sporočilo kupi.

Vizualno sporočilo plakata mora vzbuditi zanimanje in hitro podati informacijo. Enaki plakati se frekvenčno ponavljajo na javnih mestih, kar pripomore, da se gledalcu sporočilo vtisne v spomin. Njegova naloga je, da se nam nezavedno vtisne v spomin. Plakat je oblikovan tako da nas:

- ~ informira: posreduje nam neko informacijo,
- ~ aktivira: s svojo podobo naredi vtis na gledalca in v njem sproži čustva,
- ~ stimulira: pripravi nas do tega, da o določeni stvari začnemo razmišljati,
- ~ mobilizira: zaradi tega, ker smo videli plakat, smo danes na predstavi.

2.2.3.1 Plakat v obdobju secesije

Na prelomu stoletja je plakat dobil zagon v obdobju Art Nouveau, torej secesije; vidni predstavniki so Čeh Alphonse Mucha, Avstrijec Gustav Klimt in Anglež William Morris.

Ta umetnostni slog je prinesel spremembe na vseh področjih likovne umetnosti. Zanj so značilne organske oblike, stilizirani cvetlični motivi, rastlinske vitice, množica ukrivljenih in elegantnih črt.

Zaživel je plakat, ki je povezoval vsakdanje življenje in umetnost. Zakonsko odpravljene omejitve o svobodi tiska v Franciji so marsikomu omogočile velik razstaveni prostor na javni površini, na ulici.

V dvajsetih letih dvajsetega stoletja v Evropi v plakatu in oblikovanju nasploh prednjači visoka šola za oblikovanje »Bauhaus«, v tridesetih letih v Nemčiji pa je čas političnih plakatov skupine »Nova realnost«, ki reagira na Hitlerja.

V kompoziciji plakata imajo črke skupaj s podobo enakovredno vlogo, vendar se običajno ne vzamejo enaki deleži slike in besedila (50–50 %), da ne bi ustvarili neodločnosti pogleda, ki je pomembnejši, ampak je razmerje običajno 70–30 %, da se ugotovi dominanta. Črke morajo biti dovolj velike in čitljive, da jih potrošniki lahko hitro zabeležijo, ko gredo mimo peš, z avtomobilom, z avtobusom.



Slika 6: Plakat, ki je razstavljen v Muzeju Mak na Dunaju

2.2.3.2 Alphonse Mucha

Alfons Mucha je bil češki secesijski slikar in dekorativni umetnik, najbolj znan po svojem izrazitem dekorativnem slogu. Rodil se je leta 1860 na Moravskem in študiral na Akademiji za likovno umetnost v Münchnu in pozneje na Akademiji Julian v Parizu. Najbolj znan je po svojih plakatih igralke Sarah Bernhardt in litografiranih oglasih za slovito francosko znamko šampanjca Moët & Chandon. Ustvaril je tudi številne slike, načrte za vitraje, knjižne ilustracije in skulpture. Za njegova dela so pogosto značilni vijugaste krivulje, cvetlični motivi in pastelne barve. Njegova umetnost je imela velik vpliv na razvoj secesijskega sloga v Evropi in je priljubljena še danes.

Alphonse Mucha je ena najbolj ikoničnih osebnosti obdobja Art nouveauja. Njegovi plakati so med najbolj prepoznavnimi deli iz tega obdobja. Na Muchovih plakatih so bile pogosto upodobljene lepe ženske v plapolajočih oblekah, z naturalističnimi lasmi in obraznimi potezami, pogosto obdane z bujnimi cvetličnimi motivi ali drugimi organskimi elementi. Njegovi plakati veljajo za praznovanje lepote narave in lepote ženskih oblin. Muchovi plakati

so postali kulturni simboli obdobja secesije in so še vedno zelo iskani med zbiratelji in ljubitelji tega obdobja (Sato, 2022).

3 Praktični del

3.1 Orodja za delo

Večino dela sem opravila v programu Adobe Photoshop. To je profesionalen računalniški program za obdelavo fotografij in drugih bitnih slik. Razvili so ga pri podjetju Adobe Systems, ki je trenutno eden izmed vodilnih izdelovalcev grafičnih računalniških programov na svetu. Pri oblikovanju sem uporabljala predvsem orodja kot so: brush tool in pencil tool (svinčnik in čopič), ki delujeta kot tradicionalni orodji za risanje, ki nanašata barvo s potezami svinčnika in čopiča. Orodja, kot so Eraser tool (radirka), paint Bucket tool, spremenijo obstoječe barve na sliki. Orodje paint Bucket tool nam omogoči pobarvati celotno ploskev naenkrat. Za dodajanje besedila uporabimo orodje type tool. Pri risanju sem si pomagala z grafično tablico.

3.2 Metodologija dela

Uporabili smo naslednje metode dela:

- metoda proučevanja pisnih virov
- oblikovanje embalaže
- oblikovanje plakatov

3.2.1 Metoda proučevanja pisnih virov

Začetna metoda dela je bila metoda dela s pisnimi viri. Literaturo sem najprej iskala v Mariborski knjižnici. Veliko sem si pomagala s spletnimi viri, predvsem članki, nekaj pa tudi diplomskimi in magistrskimi deli. Zbrane materiale sem preučila in prebrala. Ob pomoči mentorice sem ugotovitve povzela in uskladila.

3.2.2 Oblikovanje plakatov

Vsak plakat je sestavljen iz skupka več enot in delov (figur, ozadja, likovnih prvin ali elementov ...) ki so razporejeni v končno celoto ali kompozicijo.

Na obliko kompozicije vplivajo tako izbira formata, likovna tehnika in vsebina motiva.

Secesijske kompozicije pogosto vsebujejo cvetlične motive, ukrivljene linije in naravne elemente, kot so ptice, živali, žuželke in druge organske oblike. Vključujejo lahko tudi abstraktne oblike, geometrijske vzorce in asimetrične vzorce. Ti elementi so pogosto

razporejeni v zapletene in kompleksne kompozicije, da bi ustvarili splošni občutek harmonije in lepote.

Na začetku sem najprej zasnovala idejo za plakate. Nato sem idejo prenesla na papir.

Ideje za plakat sem dobila ob prebiranju literature, pozornost so mi pritegnile Munchove risbe, zaradi živahnih barv in zanimivih vzorcev sem se odločila izvirati iz njegovega sloga oblikovanja plakatov. Pogled se mi je ustavil tudi na njegovem delu The seson (Letni časi), odločila sem se oblikovati štiri plakate z tematiko letnih časov kot me je inspiriralo Muchovo delo. Vsak plakat predstavlja svoj letni čas (pomlad, poletje, jesen in zimo).



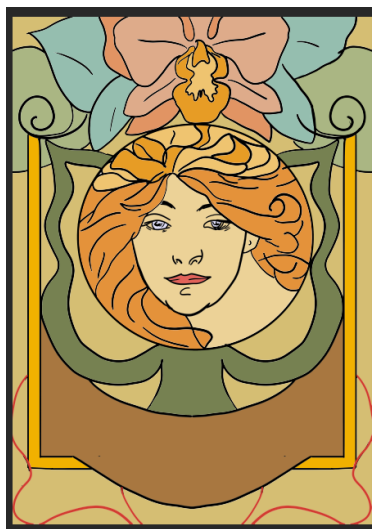
Slika 7: Štirje letni časi, Mucha

3.2.2.1 Plakat 1: Pomlad

Za prvi plakat, ki predstavlja pomlad, sem si zamislila žensko in orhidejo. Idejo za lik ženskega obraza sem dobila s pročelja Baroničine hiše. Orhideje imajo prečudovite in barvite cvetove, barve le-teh me spominjajo na barvito in cvetočo pomlad, zato sem se odločila narediti velik cvet orhideje v zgornjem delu plakate in v središče postaviti žensko figuro. Na spodnji sliki vidimo črtno risbo po fotografiji.



Slika 8: Skica za plakat



Slika 9: Plakat pomlad

Narisala sem črtno risbo ženskega lika iz Baronične hiše v programu Adobe Photoshop, zato sem uporabila orodje brush tool, za risanje sem uporabila grafično tablico. Z barvami, ki so značilne za obdobje secesije, sem pobarvala skico, ki sem jo pred tem še dopolnila.

Barve sem izbrala iz palete barv, ki so značilne za secesijsko obdobje. Barve, ki jih najpogosteje povezujemo z obdobjem secesije, so odtenki rumene, zelene, modre, vijolične, oranžne in rožnate ter kovinske barve, kot so zlata, srebrna, bronasta in bakrena. Priljubljeni so bili tudi zemeljski toni, kot so rjava, rjava in siva.

3.2.2.2 Plakata 2 in 3: Jesen in zima

Plakat za začetek jeseni in zime sem upodobila na podoben način kod pomlad. V središču jeseni, je ženska figura, ki v roki drži kozarec vina. V ozadju in ospredju pa vidimo grozdje, kar prikazuje klasično jesensko značilnost – trgatjev. V nasprotju s prejšnjim plakatom, na katerem je ponazorjena pomlad, sem za jesen uporabila temnejše barve, ki poudarijo umirjenost in barvitost jeseni.



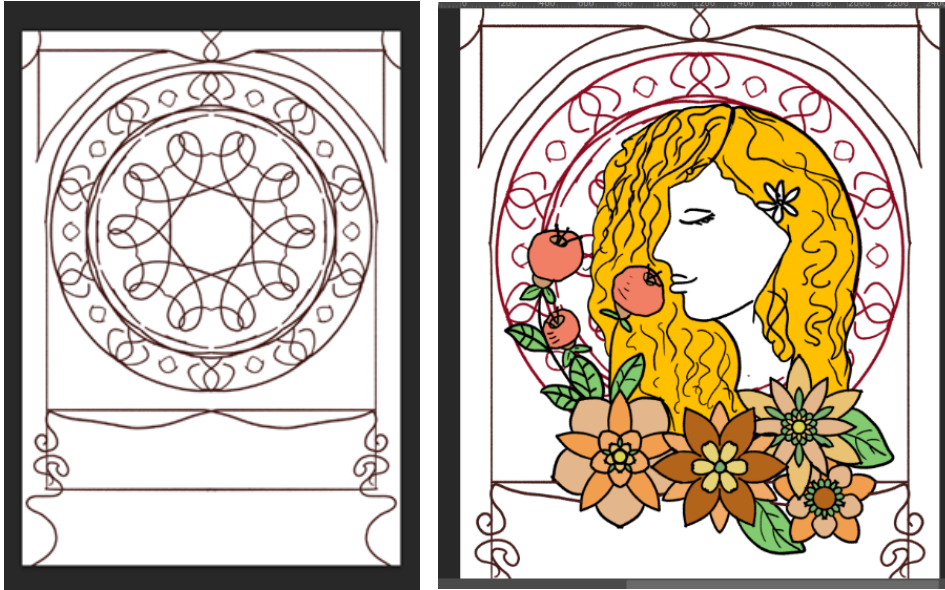
Slika 10: Plakata jesen in zima

V ospredje zimskega plakata sem postavila, mlado svetlolaso dekle, v zgornjih kotih vidimo liste, ki predstavljajo še zadnje utrinke jeseni, ob dekletu vidimo brinove jagode, ki jih pogosto zasledimo v zimskih okrasih. Za zimo so značilne tudi najrazličnejše snežinke ki predstavljajo prečudovito, snežno zimsko pokrajino.

3.2.2.3 Plakat 4: Poletje

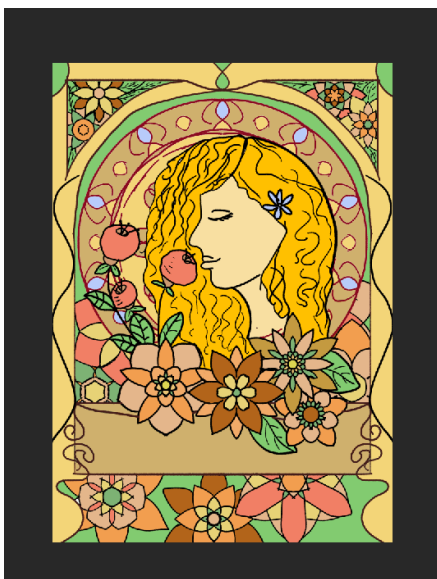
Art Nouvo je v svojih motivih pogosto upodobil ženski lik in naravo. Prikazati so želeli erotični pridih. V ozadje erotično obarvanih ženskih figur so postavili zanimive ornamente z zapletenimi vzorci spodnja skica prikazuje ornament, ki je središčno kompoziran. Skico sem risala s pomočjo grafične tablice v program Photoshop z orodjem brush tool in simetrično poravnavo.

Dodala sem žensko figuro ter dorisala elemente narave, dorisala sem najrazličnejše barvne cvetlice. Z barvami sem se poskušala približati toplini poletja, zato sem izbrala svetlejšo in toplejšo barvo.



Slika 11: Skica za ornamenta v ozadju, nastajanje končnega izdelka

Končna podoba plakata nam daje občutek topline, uporabila sem predvsem tople barve, rdečo oranžno in rumeno, za določene dele plakate sem se odločila tudi za zeleno barvo. Rumena barva simbolizira veselje, srečo, optimizem, idealizem, domišljijo, upanje, poletje, simbolizira sonce, kot barva svetlobe in toplote, deluje spodbujevalno in razigrano, Oranžna barva simbolizira energijo, ravnotežje, navdušenje, toploto, živahnost. vzbuja prijetno vzdušje, Rdeča barva simbolizira navdušenje, energijo, strast, ljubezen, željo, toploto. Je vitalna barva aktivnosti, vročine, gibanja, borbe, strastnega življenja. Povezana je s polnostjo življenja, s pogumom, žrtvovanjem, ljubeznijo, z močnimi čustvi in dejanji strasti.

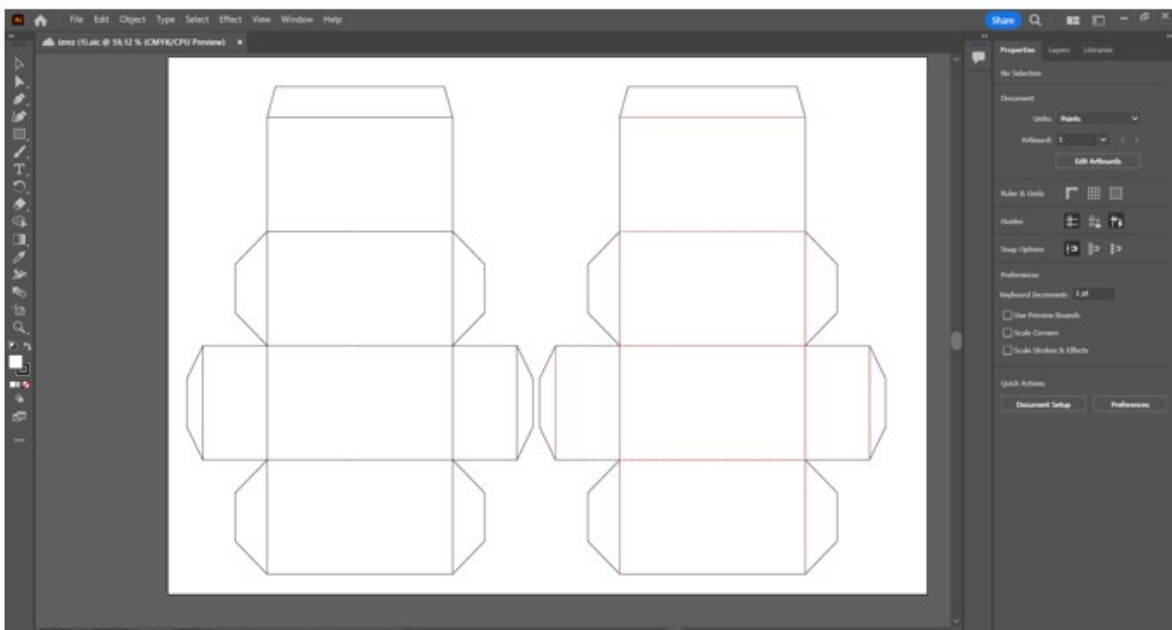


Slika 12: Plakat poletje

3.2.3 Oblikovanje embalaže

Tako kot danes je tudi v času secesija embalaža imela pomemben vpliv za reklamiranje in pomemben instrument trženja. Podjetja razumejo moč dobre embalaže za ustvarjanje takojšnje prepoznavnosti podjetij in blagovnih znamk pri kupcih. V tako konkurenčni sredini lahko embalaža predstavlja zadnjo priložnost proizvajalca, da vpliva na nakup. Odločila sem se oblikovati embalažo za mlečno čokolado s secesijskim motivom.

Najprej sem imela vnaprej pripravljeno mrežo embalaže za čokolado. Izdelana je bila v programu Adobe Illustrator. S orodjem pen tool.



Slika 13: Mreža embalaže

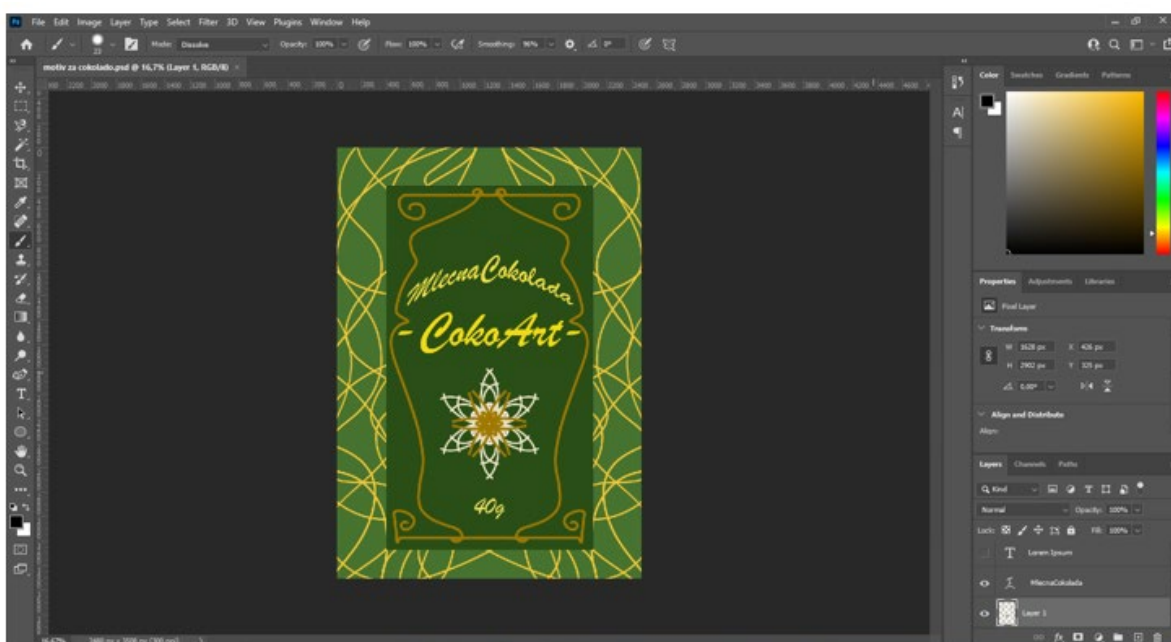
Idejo za motiv sem dobila iz embalaže za mlečno čokolado Kraš. Pritegnile so me rože, predvsem planika.



Slika 14: Ovitek za čokolado

Poustvarila sem motiv z rožo in embalaži dodala pridih secesijski barv in vzorcev, tako sem motiv planike poustvarila v secesijskem slogu.

Kompozicija je navpična in sredinsko simetrična. Sprednjo stran embalaže sem oblikovala v programu Adobe Photoshop s pomočjo grafične tablice in orodjem brush tool ter type tool. Odločila sem se za prevlado zelene barve z zlato rumenkastimi linijami ter napisom. Planiko sem narisala z umazano belo barvo, saj izstopa na temni podlagi ter ji dodala zlate linije, da se poveže z celoto. Sprednjo stran sem nato vstavila v mrežo in dodala hrbtno stran, kamor sem zapisala podatke o čokoladi (datum roka trajanja, količinsko vrednost, alergene ...).



Slika 15: Naslovna stran embalaže

4 Zaključek in družbena odgovornost

V inovacijskem predlogu sem se preizkusila v izdelavi plakatov in embalaže, ki poustvarjajo motive, vzorce iz obdobja secesije. Ob tem sem spoznala, kako pomembna je funkcija embalaže in plakatov. Ko se ozremo po trgovini, nas vedno privlačijo lepe, žive, pisane embalaže in priznati si moramo, da marsikateri izdelek kupimo zaradi embalaže, ki nas privlači. Zanimivo bi bilo videti, kako bi se prodajali izdelki, ki bi na embalaži vsebovali secesijske motive. V trgovinah lahko zasledimo izdelke (beležke, svinčnike, etuije za očala ...) z motivi Munchovih in Klimtovih del.

Podobno se dogaja s plakati, ki jih vidimo na javnih mestih (ob cesti, v šoli, pri zdravniku, avtobusna postaja). V oči nam padejo plakati, ki so »nekaj posebnega«, nevsakdanjega. Naš vsakdan je zapleten, v dnevu se srečujemo z vedno kompleksnejšimi izzivi, odnosi, delom, tehnologijo ... Secesijske oblike, motivi so kljub zapletenim oblikam, krivuljam, na prvi pogled preprosti. In zato pritegnejo pozornost. Ko pa se poglobimo v obdobje secesizma, pa spoznamo namen obdobja, ki je ustvarilo nekaj novega brez posnemanja »starih šol«. Pojavi se vprašanje, kam bi se razvilo obdobje Secesije, če ga ne bi prekinila 1. svetovna vojna.

5 Viri in literatura

E-Učbenik: LIKOVNA UMETNOST 8 (elektronski vir). Dostopno na: <https://eucbeniki.sio.si/lum8/2487/index1.html> (5. 1. 2023)

Halb S., ORNAMENTI SECESIJSKIH STAVB V LJUBLJANI IN NA DUNAJU (2011). Dostopno na: <https://docplayer.net/51767416-Ornamenti-secesijskih-stavb-v-ljubljani-in-na-dunaju.html> (28. 12 2022)

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. & Wong, V. (2005). Principles of Marketing. UK: Pearson Prentice Hall.

Pirkovič, J., Mihelič, B. (1997). Secesijska arhitektura v Sloveniji. Ljubljana: Ministrstvo za kulturo, Uprava Republike Slovenije za kulturno dediščino.

Sato, T.,(2022). Mucha. UK: Taschen Gmbh.

Secesija kot najbolj dekorativen stil: obuditev mladosti, lepih linij, barv in svežine (1. 1. 2009). Dnevnik. Dostopno na: <https://www.dnevnik.si/1042232088> (5. 1. 2023)

Slovar slovenskega knjižnega jezika. (1994). Ljubljana: DZS.

Štuhec M. (2016). Baroničina hiša in historistični slogi v mariborski arhitekturi. Časopis za zgodovino in narodopisje. Maribor: Univerza v Mariboru, Zgodovinsko društvo v Mariboru. Dostopno na: <https://www.dlib.si/stream/URN:NBN:SI:DOC-CRYFM4NW/15ad389b-17bb-4cd4-96ff-d2b46ebf82d3/PDF> (5. 1. 2023)

Viri slik:

Slika 1: Cankarjeva ulica v Maribor (lasten vir)

Slika 2: Baroničina hiša (dostopno na: <http://www.feniks-pro.eu/project/baronicina-hisa/>, 5. 1. 2023)

Slika 3: HAUPTMANOVA HIŠA, Wolfova 2, Arhitekt Ciril Metod Koch, 1904 (dostopno na: <https://www.ljubljana.si/assets/Uploads/publication/9524/secesijskalj.pdf>, 5. 1. 2023)

Slika 4: Baroničina hiša (dostopno na: <http://www.mariborart.si/spomenik/-/article-display/baronicina-hisa> , 5. 1. 2023)

Slika 5: Primer obstoječe sodobne embalaže (lasten vir)

Slika 6: Plakat, ki je razstavljen v Muzeju Mak na Dunaju (lasten vir)

Slika 7: Štirje letni časi, Mucha (dostopno na: <https://www.derivat.sk/index.php?PageID=719>, 5. 1. 2023)

Slika 8: Skica za plakat (lasten vir)

Slika 9: Plakat pomlad (lasten vir)

Slika 10: Plakata jesen in zima (lasten vir)

Slika 11: Skica za ornamenta v ozadju, nastajanje končnega izdelka (lasten vir)

Slika 12: Plakat poletje (lasten vir)

Slika 13: Mreža embalaže (lasten vir)

Slika 14: Čokolada (dostopno na: https://www.kupindo.com/Ostalo/72163305_Kras-Runolist-mlecna-cokolada, 5. 1. 2023)

Slika 15: Naslovna stran embalaže (lasten vir)