

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA

MARIBOR

**OBLIKOVANJE ZVOČNEGA MEDIJA ZA
PODROČJE NARODNOZABAVNE GLASBE**

Kandidatka: Tina Vinter

Vrsta študija: Študentka izrednega študija

Študijski program: Medijska produkcija

Mentor predavatelj: mag. Stevan Čukalac, prof. lik. ped.

Mentor v podjetju: Mitja Miklavčič

Lektorica: Nataša Črešnar, prof. slov.

Maribor, 2022

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Tina Vinter, sem avtorica diplomskega dela z naslovom Oblikovanje zvočnega medija za področje narodno-zabavne glasbe, ki sem ga napisala pod mentorstvom predavatelja mag. Stevana Čukalaca, prof. lik. ped.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo izključno rezultat mojega dela,
- sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia Maribor,
- se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne kaznivo po Zakonu o avtorski in sorodnih pravicah (Uradni list RS, št. 16/07 – uradno prečiščeno besedilo, 68/08, 110/13, 56/15 in 63/16 – ZKUASP); prekršek pa podleže tudi ukrepom Višje strokovne šole Academia Maribor skladno z njenimi pravili,
- skladno z 32.a členom ZASP dovoljujem Višji strokovni šoli Academia Maribor objavo diplomskega dela na spletnem portalu šole.

Maribor, april 2022

Podpis študenta:

ZAHVALA

Za strokovno pomoč in podporo pri izdelavi diplomskega dela se zahvaljujem mentorju predavatelju mag. Stevanu Čukalacu, prof. lik. ped. ter mentorju v podjetju Mitji Miklavčiču.

Za vzpodbudo in dodatno podporo pa se zahvaljujem družini in prijateljem, ki so mi na kakršenkoli način pomagali pri pisanju dela, ter me vzpodbujali na poti do uspeha.

POVZETEK

Za diplomsko delo sem si izbrala delo, ki opisuje tako del mojega zasebnega življenja kot tudi delovnega. Že iz naslova lahko razberemo, da gre za petje v narodno-zabavni skupini oziroma ansamblu ter grafičnem oblikovanju, ki ga poklicno opravljam v podjetju mojih staršev. Vesela sem, da sta petje in grafično oblikovanje del mojega življenja, saj me je ravno to privedlo do ideje za pisanje diplomskega dela.

V diplomskem delu bom opisovala nastanek in razvoj oblikovanja nosilcev zvoka. Usmerila se bom na zgoščenke, nekaj malega tudi na »trendovske« vinilne plošče. Zelo vesela sem, da mi je teorija tega področja zelo jasna, saj jo spoznavam tudi v realnem okolju z realnimi ljudmi. Zato sem se posledično odločila za oblikovanje nosilca zvoka (zgoščenke), ki je projektno delo pod vodstvom učitelja narodno-zabavne glasbe Mitje Mastnaka. Zgoščenska bo jubilejna, saj bo na tem CD-ju sodelovalo kar nekaj različnih glasbenikov in glasbenic, s katerimi bomo priredili ali ponovno posneli slovenske narodno-zabavne skladbe iz zakladnice. Imenovala se bo po ansamblu, ki je obstajal nekaj let nazaj in danes žal ni več dejaven. Gospod si je naslov ustvaril kot vrnitev in obuditev ansambla ter Avsenikovega sloga petja ter igranja. Zgoščenska naj bi se imenovala Mitja kvintet, spet ... Ker pa v projektu sodelujem tudi sama, kot pevka, daje to oblikovanje in pisanje diplomskega dela še večjo težo in pomembnost samemu projektu kot tudi končnemu izdelku oziroma rezultatu raziskovanja ter končnega ustvarjanja.

Projekta sem se najprej lotila po metodi raziskovanja, preučila sem sam začetek ustvarjanja in razvoja nosilcev zvoka na slovenskih tleh in tudi v tujini. Potem sem se postopoma začela obračati na narodno-zabavno zvrst, saj so ravno Avseniki najprej prinesli v Slovenijo tipični narodno-zabavni stil. Avseniki so izumitelji tega sloga. Nato sem se v tem poglavju obrnila na etnološko povezanost – pod to smatram vzorce in motive, ki so se vedno znova pojavljali na zgoščenkah narodno-zabavne glasbe. Ko sem zgodovino preučila, sem se lotila idejne zasnove oblikovanja. Tukaj sem se posvetovala z gospodom Mitjo, s katerim sva predebatirala želje ter zamisli, ki ustrezajo času, v katerem živimo. Po temeljiti zasnovi sem se lotila oblikovanja v Adobe programih. Ko sem izdelek oblikovala do konca, sem spisala sklepne besede ter izdelek pokazala naročniku in mentorju.

Ključne besede: glasba, nosilci zvoka, CD-plošča, Ansambel bratov Avsenik, zgodovina, kultura.

ABSTRACT

Designing a sound medium for the field of folk-entertainment music

For my degree paper, I chose a work that describes a part of my private life as well as my working life. From the title we can already understand that this is singing in a folk music group and graphic design, which I also do professionally in the company of my parents. I am very proud of both activities, because these two led me to the idea of writing my degree paper.

In my diploma paper I describe the origin and development of sound carrier design. The focus is more on CDs, but the subject of "trendy" vinyl records is briefly mentioned as well. I am fortunate that the theory of this field is well known to me because I also get to experience it in a real environment with real people. Therefore, I decided to design a sound carrier (CD), which is a project work under the guidance of Mitja Mastnak, who is a well-known teacher of folk music. The CD will be a jubilee one, as quite a few different musicians will take part in this project. It is planned to do the new arrangements to the songs and record them again. They will be the Slovenian folk-entertainment songs from the national treasury. The name of the CD will be "Mitja quintet, again" named after an ensemble that existed a few years ago and is sadly no longer active. Mitja created the title as a return and revival of the music group in Avsenik's style of singing and playing. I participate in the project as a singer, therefore this design and writing of the diploma thesis has more weight and importance to me personally as does the project itself as well as the final product and the result of this research.

With the research method, I studied the very beginning of the creation and development of sound carriers in Slovenian and also abroad. Then I started to study the Oberkreiner genre, because Avseniki brought the typical Oberkreiner style to Slovenia and are the inventors of this kind of style. In the same chapter, the ethnological connection is explored - by this I mean the patterns and motifs that have repeatedly appeared on CDs of Oberkreiner music. After studying the history, the idea for the design was developed. With Mr. Mastnak the wishes and ideas that correspond to the times in which we are living now were discussed. After a thorough plan for the design, I started designing in Adobe programs. When the designing of the product was finished, I wrote the concluding words and showed the product to the client and the mentor.

Keywords: *Music, sound carrier, CD compact disc, ensemble from Avsenik brothers, history, culture.*

KAZALO

1	UVOD	10
1.1	OPIS PODROČJA IN OPREDELITEV TEME.....	10
1.2	NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE	10
1.3	PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE	11
1.4	UPORABLJENE RAZISKOVALNE METODE	11
2	PREDSTAVITEV NOSILCEV ZVOKA SKOZI ČASOVNA OBDOBJA	12
2.1	ZGODOVINA NOSILCEV ZVOKA	12
2.2	RAZČLENITEV NOSILCEV ZVOKA	15
2.3	RAZVOJ NA SLOVENSКИH TLEH	19
3	NOSILCI ZVOKA NA NARODNO-ZABAVNEM PODROČJU	22
3.1	ETNOLOŠKO IZHODIŠČE NARODNO-ZABAVNE GLASBE.....	22
3.2	ZGODOVINSKI LJUDSKI VZORCI	22
4	TRAJNOST V UMETNOSTI IN OBLIKOVANJU	26
5	RAZISKAVA CILJNIH SKUPIN	27
4.1	PREDSTAVITEV ANKETIRANIH OSEB IN NJHOVA RAZDELITEV	27
4.2	RAZISKAVA	28
4.3	ANALIZA RAZISKAVE IN UGOTOVITVE	30
6	IZBOR ORODIJ ZA OBLIKOVANJE NOSILCA ZVOKA.....	33
5.1	ADOBE ILLUSTRATOR	33
5.2	ADOBE PHOTOSHOP	34
7	IZDELAVA NOSILCA ZVOKA ZA PODROČJE NARODNO-ZABAVNE GLASBE	36
6.1	IDEJNA ZASNOVA.....	36
6.2	IDEJNI STILI (STYLEGUIDE)	37
6.3	TIPOGRAFIJA	37
6.4	BARVNA SHEMA.....	39
6.5	IZBIRA FORMATA	41
6.6	OBLIKOVANJE NOSILCA ZVOKA – ZUNANJE PODOBE IN CD	43
6.7	OBLIKOVANJE PODOBE ZA PREDSTAVITVENI PLAKAT, FACEBOOK BANNER	44
6.8	PREDSTAVITEV OSNUTKOV S POMOČJO DIGITALNEGA MODELIRANJA	46
8	SKLEP	49

9	VIRI IN LITERATURA	51
10	PRILOGE.....	52

KAZALO SLIK

SLIKA 1: FONOAVTOGRAFI	13
SLIKA 2: FONOGRAFI	14
SLIKA 3: GRAMOFON	14
SLIKA 4: GRAMOFONSKA PLOŠČA	16
SLIKA 5: KASETA	17
SLIKA 6: CD Z OVITKOM	18
SLIKA 7: MP-3 PREDVAJALNIK	19
SLIKA 8: IKONE PAMETNIH APLIKACIJ ZA POSLUŠANJE GLASBE (IZ LEVE PROTI DESNI: APPLE MUSIC, YOU TUBE, SPOTIFY)	19
SLIKA 9: GRAMOFONSKA PLOŠČA ANSAMBLA BRATOV AVSENIK, IZDANA PRI ZALOŽBI HELIDON	21
SLIKA 10: GRAMOFONSKA PLOŠČA KVINTETA VILKA IN SLAVKA AVSENIKA (ANSAMBEL BRATOV AVSENIK), IZDANA PRI ZALOŽBI JUGOTON	21
SLIKA 11: GORENJSKA NARODNA NOŠA	23
SLIKA 12: GORENJSKA ORNAMENTIKA – NAGELJ	24
SLIKA 13: VINILNA PLOŠČA AVSENIKOV <i>PRAV FLETNO SE IMAMO</i> S TIPIČNIM NAGELJNIM ORNAMENTOM	25
SLIKA 14: LOGOTIP PROGRAMSKE OPREME ADOBE ILLUSTRATOR	33
SLIKA 15: PRIMER LOČLJIVOSTI SLIKE OD NAJMANJŠE DO NAJVEČJE	34
SLIKA 16: LOGOTIP PROGRAMSKE OPREME ADOBE PHOTOSHOP	35
SLIKA 17: ITTENOVNO BARVNO KOLO ALI BARVNI KROG	40
SLIKA 18: NAJBOLJ UPORABLJENE BARVE IZDELKA	40
SLIKA 19: MANJ UPORABLJENE BARVE IZDELKA	40
SLIKA 20: VELIKOST ZUNANJEGA DELA CD-OVITKA	41
SLIKA 21: VELIKOST NOTRANJE KNJIŽICE	42
SLIKA 22: VELIKOST ZGOŠČENKE	42
SLIKA 23: PROCES IZDELOVANJA ZGOŠČENKE	43
SLIKA 24: PROCES RISANJA VEKTORSKIH ORNAMENTOV	43
SLIKA 25: DODAJANJE ORNAMENTOV NA OBSTOJEČI DESIGN	44
SLIKA 26: VELIKOST FACEBOOK BANNER OBLIKOVANJA	45
SLIKA 27: DIGITALNI MOCKUP ZGOŠČENKE_1	46
SLIKA 28: DIGITALNI MOCKUP ZGOŠČENKE_2	46
SLIKA 29: DIGITALNI MOCKUP ZGOŠČENKE_3	47
SLIKA 30: DIGITALNI MOCKUP FACEBOOK NASLOVNE SLIKE	47
SLIKA 31: DIGITALNI MOCKUP PLAKATA	48

1 UVOD

1.1 Opis področja in opredelitev teme

Cij moje diplomske naloge je bil, da raziščem zgodovino ter zametke in začetke oblikovanja zvočnih nosilcev oziroma zgoščenk na področju narodno-zabavne glasbe. Za to temo sem se odločila, ker mi je to področje blizu, saj tudi sama pojem v narodno-zabavnem ansamblu. V samem procesu pisanja diplomske naloge želim, da se naučim in raziščem trenutno stanje CD-jev – koliko jih ljudje še realno kupujejo in nato poslušajo ter kakšno imajo povezavo današnji oblikovani nosilci zvoka s preteklostjo na izbranem področju. Kot problematiko tega področja bi izpostavila neuporabo CD-jev ter zanemarljivo majhno vrednost le teh. Pri tem je zanimivo to, da je bistvo skrito očem, in če se ljudje na posamezno področje ne spoznajo, ne znajo ceniti vloženega truda in časa. To drži tako za moje področje kot tudi za ostala.

Sama vrednost izdelka je povezana tudi z oblikovanjem, analiziranjem ter idejnimi zasnovami vsakega CD-ja, ki je na tržišču. To predstavlja zadnjo fazo moje diplomske naloge – oblikovanje zvočnega nosilca oziroma zgoščenke. Zelo se veselim spoznavanja novih oblikovalskih veščin in novega znanja, ki ga bom skozi ustvarjanje diplomskega izdelka pridobila.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

Namen moje diplomske naloge je ustvariti kvaliteten oblikovalski izdelek, ki nas bo, mene in moje »sodelavce« v tem projektu, spremljal celo življenje. Želim oblikovati izdelek, ki bo vizualno konkurenčen izdelkom na trgu, ter da bo oblikovan v koraku s časom.

Postavila sem si tri glavne hipoteze, ki jih bom skozi nalogo potrdila ali ovrgla, hkrati pa mi pomagajo diplomsko nalogo voditi v pravo smer. Hipoteze so sledeče:

- **H1:** ali je res CD-plošča že zastarela izbira za shranjevanje in arhiviranje podatkov?
- **H2:** ali vinilne plošče po priljubljenosti presegajo CD-je med starostno skupino milenijcev?
- **H3:** ali res oblikovanje medijev za promocijo ustvarjenega izdelka na socialnih omrežjih v današnjem času pretehta oblikovanje fizičnega izdelka?

In ali je res CD-plošča že zastarela izbira za shranjevanje in arhiviranje podatkov. Zanima me tudi, ali vinilne plošče po priljubljenosti presegajo CD-je med starostno skupino milenijcev. Na koncu pa bi rada potrdila ali ovrgla hipotezo, da oblikovanje medijev za promocijo ustvarjalnega izdelka na socialnih omrežjih v današnjem času pretehta oblikovanje fizičnega izdelka.

1.3 Predpostavke in omejitve

Skozi proces želim potrditi ali ovreči hipoteze, ki sem si jih zastavila. Rada bi dobila odgovor na vprašanje, ali današnji poslušalci narodno-zabavne glasbe res predvajajo digitalne datoteke na pametnih telefonih. Mogoče bi kot omejitve omenila tudi pomanjkanje pisnih knjižnih virov. Večina literature, ki jo bom skozi proces uporabljala, je na spletu, zelo malo pa je knjižnih virov o tej temi. Želela bi si, da je gradiva na to temo več, saj knjižne vire smatram kot bolj relevantne.

1.4. Uporabljene raziskovalne metode

Za pisanje diplomske naloge sem uporabila različne metode zbiranja podatkov. Največkrat sem uporabila dve metodi raziskovanja, in sicer deskriptivno metodo, ki pomeni, da sem preučevala stanje in vsebino pojava (v mojem primeru so pojav nosilci zvoka), ter zgodovinsko metodo proučevanja literature, iz katere sem pridobila zgodovinske podatke, ki so bili ključni pomen moje diplomske naloge in na katerih temeljijo raziskane teorije.

Pri raziskovanju sem si pomagala tudi z zbiranjem podatkov s pomočjo t. i. metode *person*, kjer opredelimo naše tipične kupce oziroma uporabnike storitev. V mojem primeru te *persone* niso fiktivne, ampak sem izbrala ljudi, ki so aktivni znotraj mojega preučevanega področja. Predali so mi znanje ali me napotili na prave smeri raziskovanja. Bom pa na kratko opisala tudi razvoj vsesplošne glasbe v Sloveniji.

2 PREDSTAVITEV NOSILCEV ZVOKA SKOZI ČASOVNA OBDOBJA

2.1 Zgodovina nosilcev zvoka

Za začetek ustvarjanja nosilcev zvoka se je najprej morala zgoditi revolucija na reprodukciji zvoka. Torej kako so zvok najprej sploh posneli. Začetki segajo v leto 1856, ko je izumitelj Edouard-Leon Scott de Martinville izumil napravo – fonoavtograf. Namen njegove iznajdbe je bil prevesti človeški zvok v vizualni zapis in iz nastale fotografije dekodirati nov jezik.

Sama zgodovina nosilcev zvoka pa sega v leto 1877, kjer so prvič posneli zvok na telefonskem repetitorju. Izumitelj naprave fonograf je bil Thomas Edison. Fonograf je naprava, ki je zapisala zvočne tresljaje kot majhne zareze v kos papirja. Naprava je bila mehansko-akustična in je obveljala v uporabi do pojavov električnih sistemov v dvajsetih letih. O njegovem izumu so pisali tudi v reviji Scientific American. Avtor članka je o njegovem izumu napisal takole: »Za znanost pravijo, da ni nikoli senzacionalna. Da je intelektualna, ne čustvena. Temu navkljub pa si ne moremo zamisliti česa, kar bi v nas prebudilo močnejšo izkušnjo in bolj globoka čustva, kakor še enkrat slišati glas preminulega.« (Osborne, 2014) Kasneje sta v sredini osemdesetih let Chichester Bell in Charler Tainer razvila povoščen valj, na katerega sta s safirno iglo s pomočjo tehnike Edisona zapisovala zvok.

Leta 1888 so se začeli ustvarjati zametki gramofonskih plošč. Te je izdelal Emile Berliner, ki pa so s časom napredovali v vedno boljše izume. Gramofone so v tistih časih imenovali govoreči stroji, saj je bil ta izum nekaj nenavadnega. Kar nekaj let je trajalo, da so nosilce zvoka podrobneje raziskali in nadgradili. V vmesnem času so sicer res izdelali kar nekaj naprav za prenos zvoka (telegrafon, magnetofon ...), a najpomembnejši med njimi je bil gramofon, ki ga je izdelal prav tako Emile Berliner. Berlinerjeva ideja je nekoliko odstopala od ideje Edisona, saj je želel, da se gramofon in gramofonske plošče uporabljajo za predvajanje glasbe in glasbenih posnetkov ter niso zgolj za govor. Njegov izum je bil ključnega pomena za kasnejši napredek glasbene industrije, ki je tesno povezana z nosilci zvoka.

Leta 1948 so se končno pojavile nadgrajene velike vinilne plošče. Omogočale so daljši zapis zvoka, bile pa so tudi kakovostnejše in temu primerno dražje.

Nekaj let kasneje (1963) so v podjetju Philips prvič predstavili avdiokaseto, ki je bila namenjena diktafonom za poslovno uporabo. V zelo kratkem času je popularnost avdiokasete narasla in

podjetje je tri leta kasneje začelo s prodajo glasbenih kaset, ki so postale prvi močan tekmeec vinilnim ploščam.

Dobrih dvajset let za izboljšanjem vinilnih plošč (1980) se je v tej industriji zgodila revolucija zapisovanja zvoka – torej nosilcev zvoka kot izdelkov. Podjetja so začela z uvajanjem digitalizacije na področju zvoka. Zvok je analogna informacija zvoka in jo digitalni računalnik sam od sebe ne more brati in obdelovati, tako so začeli z uporabo postopka, ki se imenuje digitalizacija zvoka. Kompaktne plošče, digitalni zvočni trakovi (DAT) in diskete so zamenjale uporabo vinilnih plošč. Proti vinilnim ploščam so bili ti izdelki cenejši in dostopnejši za ljudi ter veliko bolj uporabni za naprednejšo tehnologijo.

Kasneje sta podjetji Philips in Sony, v sodelovanju, leta 1983 na tržišče poslali najbolj popularno obliko nosilcev zvoka, tako imenovano zgoščenko ali CD (compact disc). Ta iznajdba je potem vodila v izdelovanje različnih naprav za poslušanje glasbe s pomočjo zgoščenke.



Slika 1: Fonoavtograf

Vir: (<https://sl.puntomarinero.com/the-first-device-for-recording/>)



Slika 2: Fonograf

Vir: (https://www.europeana.eu/sl/item/916118/S_TEK_object_TEKS0029294)



Slika 3: Gramofon

Vir: (https://www.vivre.si/p-565641/gramofon_parker)

2.2 Razčlenitev nosilcev zvoka

Za lažjo predstavitev nosilcev zvoka sem se odločila, da vsakega od njih na kratko opišem, da razčlenim najpomembnejše dejavnike diplomske naloge – nosilce zvoka, ne samo izumov oziroma naprav, ki jih potrebujemo za uporabo.

Kot prva se je na trgu pojavila gramofonska ali vinilna plošča, ki je bila glavni dejavnik, da se je glasba na gramofonu sploh lahko vrtela. Pomemben za glasbeno industrijo je bil nastanek vinilne plošče LP ali LP-jevke, ki je omogočala zapis zvoka, dolg do 45 min. In tukaj se je začela glasbeno-oblikovalska industrija, saj so začeli nastajati prvi albumi glasbenih skupin in pevcev, seveda pa so ti potrebovali tudi ustrezno oblikovan zunanji izgled vinilne plošče. Premer prve »albumske plošče« je bil 30 cm. To pomeni, da je morala embalaža biti nekoliko večja. Standardne mere za oblikovanje teh vinilnih plošč so bile kvadratne oblike premera 31 cm. Takšno zasnovo je imela embalaža, ki je bila v obliki žepka, ki je v tistih časih prevladovala. Vendar kasneje so se začele plošče pakirati v enkrat prepognjeno embalažo, ki smo jo lahko odprli kot knjigo in smo vanjo lahko shranili tudi dve vinilni plošči, ali pa samo eno. V obeh primerih je ta škatlasta oblika le zunanja embalaža. Plošče so bile v notranjosti še enkrat pospravljene v plastično embalažo/plastično folijo ali mehkejši krepast papir, ki so ga lahko tudi potiskali.

Gramofonske plošče so po mojih raziskavah med mlajšimi ljudmi še vedno popularne, saj se je šele zdaj začelo ceniti bogastvo starih vinilnih plošč. Vse več mlajših glasbenih ustvarjalcev se pri izdaji albuma odloči za vinilne plošče, saj so v zadnjih 5 letih postale pravi hit med založbami in izvajalci – posledično tudi med kupci.



Slika 4: Gramofonska plošča

Vir: (<https://repozitorij.muo.hr/?pr=i&id=873025>)

Vinilne plošče so čez nekaj let na tržišču dobile manjšega tekmeca, to so bile kasete. To je bil še vedno analogni zapis zvoka, ki se je zapisoval na magnetni trak. Izumili so ga v šestdesetih letih 20. stoletja, natančneje leta 1963. Kaseta je bila varnejše oblikovana, saj je magnetni trak, na katerem je bila zapisana glasba, bil varno shranjen v plastični embalaži in nato ponovno ovit v plastično embalažo. Zunanja oblika plastične embalaže je bila pravokotnega videza z merami 10x6x2 cm. Čeprav so bile kasete v tem času v Sloveniji zelo popularne in kupcem relativno dostopne, še vedno niso izpodrinile prodajo in izdelavo vinilnih plošč. Kasneje pa so kasete in vinilne plošče dobile še najmočnejšega tekmeca – CD. Praviloma pravijo, da je CD izpodrinil oba nosilca zvoka zaradi izgleda, ki bi naj spominjal na vinilno ploščo in ki je bil ljudem poznan že od prej, a v veliko manjši obliki kot vinilna plošča.



Slika 5: Kaseta

Vir: (<https://muzej.famnit.upr.si/sl/eksponati/kompaktna-kaseta>)

Torej CD ali z drugo besedo » compact disc« je enake oblike kakor vinilna plošča, vendar manjšega premera. CD so javnosti prvič predstavili leta 1982 in je bil takrat popolnoma nova iznajdba. Namesto mehanične igle in mehaničnih utorov je bila glasba tukaj zapisana v lasersko brani binarni zapis. Ljudem od začetka delovanje ni bilo popolnoma jasno, ampak so ga dokaj hitro vzeli za svojega. Zaradi napredka tehnologije so si tudi embalažo izmislili v plastični podobi, ne več v *žepkastem* stilu. Plastično embalažo so imenovali »jewel case«, ki bi naj CD obvaroval bolje kot karton in papir. Znotraj vsake plastične embalaže je bila po navadi priložena knjižica, v kateri so bili napisani podatki ali vrstni redi skladb, ki jih je vseboval CD. Čez nekaj let so tudi CD-ju dodali kartonasto embalažo, ki jo drugače imenujemo tudi »eco-pack« in je bolj prijazna okolju ter naročnikovemu proračunu. Seveda pa je plastična embalaža še vedno poglavitna izbira.



Slika 6: CD z ovitkom

Vir: (<https://katalog.pbspolska.eu/akcesoria-komputerowe/pudelka-i-opakowania-na-cd-dvd/pudelko-na-plyte-cd-dvd-q-connect-standard-10szt-przezroczyste-18081.html>)

Med nosilce zvoka umeščamo tudi vedno bolj popularne žepne digitalne prenosne nosilce zvoka, pod katere spadajo USB-ključki, diski, telefoni, mp-3 predvajalniki ... Nekatere naprave (predvsem mobilni telefon) delujejo preko pretočnih vsebin za predvajanje glasbe (Spotify, Apple Music, YouTube ...). Vse več uporabnikov posega v tovrstno predvajanje glasbe, saj je na aplikacijah dostopna skoraj vsa glasba tega sveta praktično zastonj ali pa za minimalni znesek (odvisno od aplikacije). Seveda je ta način lažji za uporabo, saj lahko glasbo predvajamo in poslušamo kjerkoli imamo internetno povezavo, nekatere aplikacije pa ne potrebujejo niti tega.



Slika 7: Mp-3 predvajalnik

Vir: (<https://edigital.si/mp3mp4audio-predvajalniki/energy-clip-8-gb-mp3-predvajalnik-koral-p633367>)



Slika 8: Ikone pametnih aplikacij za poslušanje glasbe (iz leve proti desni: Apple Music, You Tube, Spotify)

Vir: (<https://seedformations.co.uk/articles/spotify-vs-apple-music-vs-youtube-music-which-is-best-for-you/>)

2.3 Razvoj na slovenskih tleh

Preden lahko govorimo za razvoj glasbeno-oblikovalske industrije, moramo poudariti, da se je slovenska glasba prodajala in delala tudi že v času Jugoslavije. Tam se je glasbena industrija po večini začela s nastankom večjih glasbenih založb. Najbolj popularen je bil Jugoton, ki je imel sedež v Zagrebu. Pri tem so bili tudi slovenski izvajalci. Tudi izvajalci narodno-zabavne glasbe so bili del založbe v samih začetkih njihovega delovanja. Sama se bom specifikirala na kvintetovsko glasbo, na znano glasbo Slavka in Vilka Avsenika ter na njun ansambel

(Ansambel bratov Avsenik). Začetniki narodno-zabavne kvintetovske glasbe so bili v Sloveniji. Delovali so pod založbo Jugoton, kasneje pa so izdajali pod založbo Helidon. In ker je zgoščenka, ki jo bom oblikovala jaz, kvintetovska, in bodo na njej skladbe Slavka in Vilka Avsenika, se bom trdno držala razvoja njune glasbe, ustvarjanja ter pogledala, kako so oblikovali ovitke vinilnih plošč, kaset in CD-jev takrat.

Da ne bom omenjala samo tujih založniških hiš, moram povedati, da smo tudi v Sloveniji imeli dve močnejši založniški hiši, in sicer ZKP RTV, ki je delovala v Ljubljani, in pa založbo Helidon, ki je delovala v Mariboru in je bila prva slovenska glasbena založba, ustanovljena leta 1967. Ustanovljena je bila kot del založbe Obzorje d. d. Helidon je imela leto kasneje po ustanovitvi tudi svojo tovarno vinilnih plošč (TGP Helidon – Tovarna gramofonskih plošč Helidon). Ampak tovarno gramofonskih plošč so kasneje zaprli, z založništvom pa se ukvarjajo še danes. Glavni glasbeni urednik, ki je skrbel za kvalitetno glasbo in glasbene izvajalce, je bil Vilko Ovsenik (brat Slavka Avsenika), ki je skrbel, da je bila glasba njihove hiše raznolika (pop, klasika, narodno-zabavna glasba). Avseniki so bili del te založniške hiše v svojih najboljših letih delovanja, založba Helidon jih je spremljala vse do konca njihovega ustvarjanja.

Oblikovanje v založniških hišah je potekalo predvsem preko hišnih oblikovalcev, ki so bili tam zaposleni. Predvsem so bile popularne vinilke s sliko izvajalca ter naslovom dela. Nekateri so imeli tudi grafike, ki niso spominjale na izvajalca. Seveda je bila zunanja oblika odvisna od želja naročnika in založbe. Vsaka glasbena zvrst je imela neke posebnosti v oblikovanju, ki so se kazale tudi na izdelkih. Razlikovale so se predvsem po oblačilih, barvnih shemah, fontih in pa posebnostih, ki so značilne za vsako zvrst.

Na slovenski sceni se je nato zvrstilo kar nekaj založb, manjših ali večjih. Večina je s svojim obratovanjem prenehala ali se je preimenovala. Založba, ki je bila med prvimi neodvisna v uvažanju zgoščenk v Jugoslaviji in kasneje v Sloveniji, je bila založba FBI iz Kopra. Ena takšnih založb je tudi založba Dallas, ki s svojim sestrskim podjetjem Mars Music deluje na celotnem območju bivše Jugoslavije. Danes se sicer primarno ukvarjajo s diskografijo in širjenjem prepoznavnosti izvajalcev. Pri njih so izdajali, ali pa nekateri še vedno izdajajo, glasbene legende slovenske in tuje glasbe (Laibach, Siddharta, Severina, Gibonni, Mi2 ...). Od leta 2004 pa so tudi zastopniki, partnerji in podzaložniki podjetja Sony/ATV.



Slika 9: Gramofonska plošča Ansambla bratov Avsenik, izdana pri založbi Helidon

Vir: (<https://www.muziker.si/ansambel-bratov-avsenik-prelepa-gorenjska-vinyl-lp>)



Slika 10: Gramofonska plošča Kvintet Vilka in Slavka Avsenik (Ansambl bratov Avsenik), izdana pri založbi Jugoton

Vir:

(<https://music.metason.net/artistinfo?name=Ansambl%20Bratov%20Avsenik&title=Sre%C4%8Dno%20Pot>)

3 NOSILCI ZVOKA NA NARODNO-ZABAVNEM PODROČJU

3.1 Etnološko izhodišče narodno-zabavne glasbe

Narodno-zabavna glasba se je prvič začela razlikovati in poimenovati od druge glasbe leta 1953, ko je nekdanji glasbeni urednik na radiu Ljubljana, Janez Bitenc, tovrstno glasbo poimenoval narodno-zabavna glasba, ali v kraticah NZ. Narodno-zabavna glasba je zvrst glasbe, pri kateri lahko opazimo ljudsko obarvane pesmi, pesmi z besedilom iz vsakdanjega življenja, preprosta življenjska besedila, spevne pesmi ... Izvor te glasbe je v godčevskem igranju in ljudskem petju, v katerem je tudi etnološka povezava. Značilno je tudi večglasno petje in improvizacija na instrumentih, saj tudi v naših ljudskih izročilih nikoli nismo poznali enoglasnega petja ali solističnih glasbil. Vedno je bil sestav ljudi in temu sestavu več ljudi so rekli, in še danes rečemo, ansambel. Pri nas poznamo več sestavov, ki se razlikujejo glede na geografsko lego. Uveljavljena glasbena sestava sta bila duet in trio, ki sta se pojavljala po vseh geografskih regijah, določene pa so imele svoje posebnosti. V Beli krajini in Prekmurju so imeli značilen sestav, ki so jih poimenovali tamburaši in bande. Ko pa se je v začetku 19. stoletja pojavila harmonika, so se sestavi začeli spreminjati v današnjo tipično sestavo za narodno-zabavne ansamble (sestav harmonike, klarineta, baritona). Diatonična harmonika ali »frajtonarica« se je leta 1850 prvič pojavila v Sloveniji. Tako je dala svež veter glasbenikom (ljudskim godcem) in izdelovalcem glasbil za nov zaslužek.

Kasneje se je na glasbeni sceni, l. 1953, pridružil Ansambel bratov Avsenik, ki je prinesel v to zvrst povsem nov, še nepoznan, glasbeni sestav: trobento, klarinet, klavirsko harmoniko, kitaro in bas. Z njim so odprli kar nekaj geografsko-etnoloških povezav v svet narodno-zabavne glasbe. Ker so izvajalci prihajali iz Gorenjske, je bilo njihovo oblačilo tipična gorenjska narodna noša. Zraven noše je spadal rdeč nagelj, ki se je kasneje pojavljal na mnogih vinilnih ploščah in CD-jih. In ker je ta glasba še vedno izvirala iz ljudskih pesmi, le da so jih uglasbili na svoj pristen način, je imela še vedno tipične ljudske lastnosti.

3.2 Zgodovinski ljudski vzorci

K samim glasbenim sestavom oziroma ansamblom je pod posamezno geografsko lego spadala tudi značilna ornamentika (»ornament – tudi okras), ki je oblikovna sestavina na umetniškem ljudskem, industrijskem ali obrtniškem izdelku, namenjena njegovi olepšavi. Oblikovno oziroma kompozicijsko se pojavlja kot trak s ponavljajočim vzorcem, kot zaključeno polje ali

kot neomejena površina. Lahko ima videz preprostega geometrijskega vzorca, ki je abstrakten, lahko bolj ali manj realistično obnavlja elemente iz vidnega sveta oziroma je vanj vključen emblematični, simbolni pomen« (Enciklopedija Slovenije:osma knjiga : Nos - Pli, 1994), ki se je najbolj izkazoval na oblačilih. Največkrat so imeli člani ansamblov oblečene narodne noše, ki so izvirale iz njihove pokrajine. Na narodnih nošah pa je bila ornamentika. Za gorenjsko geografsko lego je bila tipična gorenjska narodna noša, ki je v 1. polovici 19. stoletja zajemala samo gorenjsko pokrajino, kasneje, po razcvetu ansambla Avsenik, pa so jo Slovenci vzeli kar za »svojo«, in tako je postala vseslovenska, saj se je začela pojavljati tudi v drugih koncih Slovenije.

Moško narodno nošo sestavljajo: podkolenske irhaste hlače (irharice), škornji čez ali pod koleni, srajca, na njo pa oblečen žametni telovnik (lajbč), preko srajce pa si fantje še ogrnejo ruto različnih živih barv. Na srčni strani si pripnejo rdeč nagelj, ki je poglavitni simbol gorenjske in njihove narodne noše. Pri ženskah pa narodno nošo sestavljajo: svilena obleka različnih barv, svilena ramenska ruta tudi različnih barv (ki se spne tako, da lahko v sredini nosijo še rdeč nagelj), svilen črni predpasnik in rokavci. Na desni strani pasu je zložen bel robček. Pod svilenim krilom nosijo še dve nabrani krili (untari), da so ženske videti obilnejše in bolj bogate, saj je veljalo, da več spodnjih kril so dekleta nosila, iz premožnejše družine so prihajala. K temu so pripomogle tudi štrikane nogavice z bunkicami. Okoli bokov so nosile kovinski pas, imenovan sklepanec, ki je bil okrašen s trakom s tipičnimi vzorci. Na glavi so nosile pokrivala, ki so se razlikovala po starosti (zvijačka, avba ali peča).



Slika 11: Gorenjska narodna noša

Vir: (https://www.delcampe.net/en_GB/collectables/postcards/slovenia/gorenjska-narodna-nosa-513707550.html)

Skozi narodno nošo so se ustvarili tipični ljudski vzorci, ki izhajajo iz ornamentike, in so se razvijali skozi ljudska izročila in običaje. Na Gorenjskem je bil najbolj popularen vzorec rdeč nagelj, ki smo ga lahko videli povsod – na oblekah, trakovih, rutah, kasneje pa celo na zgoščenkah in kasetah.



Slika 12: Gorenjska ornamentika – nagelj

Vir: (<http://krasilnirazbor.blogspot.com/2010/04/brez-besed.html>)

Takšni ornamenti so se kasneje iz narodnih noš prenesli tudi na ovitke vinilnih plošč ali zgoščenk. Tudi tukaj so ta trend v svet popeljali Avseniki, katere je kasneje kopiralo ali posnemalo še mnogo drugih ansamblov.

Po zgornjem robu vinilne plošče torej vidimo tipični ornament rdečega nageljna, ki je preplaval oblikovalski svet v 19. stoletju.

Seveda pa rdeč nagelj še danes simbolizira gorenjsko pokrajino in sedaj tudi že Slovenijo, saj so Avseniki ta ljudski vzorec ponesli širom Evrope in tudi onkraj morja – v Ameriko.



Slika 13: Vinilna plošča Avsenikov: Prav fletno se imamo s tipičnim nageljnim ornamentom

Vir: (<https://www.discogs.com/Ansambel-Bratov-Avsenik-Prav-Fletno-Se-Imamo/release/6951208>)

4 TRAJNOST V UMETNOSTI IN OBLIKOVANJU

To poglavje je namenjeno letošnji krovni temi diplomske naloge – trajnost v umetnosti in oblikovanju. V tem sklopu sem si izbrala tudi hipotezo, ki se navezuje na izbrano temo. Sama sem si zastavila hipotezo z naslovom Oblikovanje medijev za promocijo ustvarjenega izdelka na socialnih omrežjih v današnjem času pretehta oblikovanje fizičnega izdelka.

Pri sami izbiri te hipoteze sem želela dokazati, da se trajnost v umetnosti vsakodnevno prepleta, bodisi z izbiro materiala, ki je manj škodljiv okolju, po možnosti je izdelek ustvarjen iz recikliranih materialov, bodisi se sam izdelek pogojuje z uporabo naprednejših naprav od samega fizičnega izdelka. V mojem primeru bi izpostavila ravno to, kar sem v hipotezi že navedla. Čedalje manj je izdelkov v fizični obliki. Mogoče se uporablja le še za avtorje, ki so že vnaprej prepričani, da bo izdan izdelek prodajan, ali pa za izdelke, ki so povezani z različnimi obletnicami delovanj avtorjev. Ostali sprotni izdelki, ki se izdajajo kot zgoščenka ali CD s skladbami, pa so čedalje bolj popularni samo v digitalnih izvedbah in jih fizično sploh ni mogoče kupiti. Platforme, kot so spotify, Itunes in podobne, nam ponujajo možnost spletnega nakupa albuma (CD) v digitalni obliki, ki ga lahko potem na izbrani napravi (v svojem računu) poslušamo neomejeno. S to tehnologijo smo svetu nekako prikrajšali fizične izdelke, smo pa izboljšali tudi ekološko gledanost izdelave, saj za izdelavo kvalitetno izdelanega CD-ja potrebujemo plastiko ter barve, ki okolju niso najbolj prijazne.

Z raziskovanjem sem hipotezo potrdila, saj je digitalno izdajanje in poslušanje že prekašalo fizični izdelek.

5 RAZISKAVA CILJNIH SKUPIN

4.1 Predstavitev anketiranih person in njihova razdelitev

Pri anketi slovenskega trga sem uporabila pet različnih *person* oziroma oseb, ki so tako ali drugače povezani z glasbo, eden izmed njih pa v glasbeni industriji ni prisoten, torej je samo zunanji opazovalec in poznavalec (velik ljubitelj glasbe).

Raziskava s pomočjo *person* je raziskava, ki vključuje anketirane *persone* iz izbranega področja. *Persone* po navadi izberemo smiselno in raznoliko, da dobimo čimbolj točne in raznolike odgovore. Kasneje se moramo lotiti pravilne priprave vprašanj, ki jih bomo izbranim *personam* predstavili, njihovi odgovori na njih pa bodo naše smernice bodisi za nadaljnje raziskovanje, marketinško razvijanje ali za izoblikovanje ciljne publike. Največkrat se tovrstno anketiranje uporabi, ko imamo določene grobe smernice ter ko imamo dovolj *person* ki jih lahko anketiramo na izbranem področju.

Gre za pet realnih oseb, ki so povezane z glasbo. Pri izbiri sem se osredotočala na glavno panogo – glasbo in pa s tem povezane dejavnike (v mojem primeru oblikovanje), pri izbiri so mi pomagali tudi motivi, na katere sem se nanašala in kateri povezujejo vse izbrane kandidate: narodno-zabavna glasba, Avsenikova glasba, ljubiteljsko poslušanje, ljubezen do te glasbe. Izbrala sem jih s pomočjo poznanstev na področju narodno-zabavne glasbe. Da bom dobila čimbolj raznolike podatke, sem izbrala ljudi, ki se med seboj ne povezujejo, imajo drugačne vloge v glasbenem svetu in menim, da so njihova mnenja med seboj totalno različna. Torej *persone* sem zaradi laičnega predstavljanja ter ohranjanja identitete razdelila v segmentne skupine ter jih poimenovala z arhetipi:

- Založnik,
- Ljubiteljski glasbenik,
- Poklicni glasbenik,
- Vodja projekta,
- Ljubitelj glasbe (poslušalec glasbe).

Da najprej še malo opišem, zakaj sem izbrala raziskavo s pomočjo *person*. *Persone* se v marketingu uporabljajo pri načrtovanju k stranki usmerjenih trženjskih aktivnostih in razvoju

ponudbe, prilagojene različnim tipom uporabnikov. *Persone* temeljijo na segmentaciji trga in predstavljajo kvalitativni opis tipičnega predstavnika posameznega segmenta. Vsak segment mora imeti jasno diferenciacijo oziroma zanj značilne lastnosti. In ker sem imela na tem področju ravno možnost tako različne segmentacije, sem uporabila ravno to.

Vsi anketiranci vedo za projekt *Mitja kvintet, spet*, tako da je zadnjih nekaj vprašanj zastavljenih tudi o tem projektu. Navezujejo se predvsem na zunanjo podobo in kaj jih pri tem pritegne – da bom imela tudi 5 različnih odgovorov o vizualnem pogledu, ki mi bodo pri samem oblikovanju zgoščenke pomagali.

4.2 Raziskava

Zakaj sem izbrala ravno raziskavo s pomočjo *person*. *Persone* se v marketingu uporabljajo pri načrtovanju k stranki usmerjenih trženjskih aktivnostih in razvoju ponudbe, prilagojene različnim tipom uporabnikov. *Persone* temeljijo na segmentaciji trga in predstavljajo kvalitativni opis tipičnega predstavnika posameznega segmenta. Vsak segment mora imeti jasno diferenciacijo oziroma zanj značilne lastnosti. In ker sem imela na tem področju ravno možnost tako različne segmentacije, sem uporabila ravno to.

Raziskave sem se lotila tako, da sem vsakega posameznika ustno vprašala s pomočjo mojih zastavljenih vprašanj. Odgovore sem si zapisala in jih potem analizirala. Da pa sem lahko zastavila vprašanja, sem morala tudi sama malo raziskati to področje, da sem lahko sestavila deset vprašanj, na katere bom dobila od vsakega posameznika različne odgovore.

Dobra stran sestavljanja je bila ta, da mi področje narodno-zabavne glasbe in oblikovanja ni tuje. Zato sem združila oba svetova in vprašanja že vnaprej pripravila tako, da sem lahko v 50 % že skoraj vedela, kakšen odgovor bom nanj dobila. Da sem pa vprašanja pripravila korektno, sem najprej preučila zgodovino oblikovanja – torej teorijo, o kateri sem govorila v začetku diplomske naloge npr.: kako se je to pri nas začelo, kdo je bil začetnik, kakšni vzorci in barve so se uporabljali za oblikovanje, kdo je izdelke oblikoval ... Ko sem našla odgovore na ta vprašanja, sem sestavila svoja, ki so nekoliko segala v zgodovino in povezovala sedanje stanje narodno-zabavnega oblikovanja. Moja vprašanja so zajemala tudi dejstva na podlagi njihovega osebnega mnenja in pričakovanj do projekta oziroma do samega oblikovanega izdelka.

Torej, kot sem zgoraj omenila, sem anketirancem (mojim petim *personam*) postavila deset vprašanj v naključnem vrstnem redu. Opisala bom tudi, kaj sem z vsakim vprašanjem želela doseči.

1. *Kaj pričakujete od oblikovalca zgoščenk?* Tukaj sem želela izvedeti, kaj pričakujejo od mene kot oblikovalke, da se pojavi na sami podobi. Zanimivo mi je bilo, saj so nastajala trenja med poklicnimi glasbeniki in laičnimi poslušalci. So mi pa odgovori pomagali pri tem, kako »nasititi« več ljudi na enem projektu.
2. *Kakšen slog oblikovanja vam osebno ustreza?* Pri tem vprašanju me je zanimalo, v kakšno smer strmijo predvsem ljudje, ki bodo zgoščenko kupili ali se mimo nje sprehajali, ko bo na trgovinski polici in kaj takšne ljudi pritegne – kateri slog oblikovanja.
3. *Kaj vas na zgoščenci najbolj pritegne?* Na to vprašanje je odgovoril vsak posameznik drugače – nekateri radi gledajo fotografijo ansambla ali skupine (izvajalca), spet druge zanima glasbeni spekter, tretji gledajo podatke o založbi ... Tukaj je bilo največ razlik.
4. *Kako se vam zdi slovenska narodno-zabavna glasbena scena glede zgoščenk – jih primanjkuje, zadošča ali jih je preveč?* Za to vprašanje sem nekako že vnaprej predvidela odgovor – da bo pri vseh *personah* pokazalo enak rezultat – da zgoščenk primanjkuje.
5. *Digitalna verzija zgoščenke ali tudi fizični izdelek?* Tukaj sem seveda vpletla sam razvoj sveta ter modernizacijo, v katero se počasi vključujemo tudi mi Slovenci.
6. *Koliko ste pripravljeni odšteti za izdelek, za katerega veste, da je na njem posneta kakovostna glasba?* Zaradi vedno večjega dopinga ali zbijanja cen me je zanimalo mnenje – koliko dejansko bi ljudje odšteli za izdelek, v katerega je bilo vlitih veliko ur in truda ljudi.
7. *Kje iščete tovrstne izdelke za nakup?* Pri tem vprašanju sem želela izvedeti, na katera ciljna mesta se potrošnik odpravi, da dobi željen izdelek z željeno vsebino – fizično (trgovine z glasbo, Petrol, Big Bang ... ali kupuje zgolj po spletu).
8. *Ali vas lahko podoba zgoščenke odvrne od nakupa neglede na kvaliteto vsebine?* Tukaj sem predvsem hotela izvedeti pomembnost izbire ustrezne barve.
9. *Ali je pri projektne sodelovanju pomembno, da je na zgoščenci fotografija avtorjev?* Pri tem vprašanju sem želela dobiti odgovor o pomembnosti fotografije, saj je pri večini na

naslovni strani fotografija avtorja (izvajalcev oziroma izvajalca), ki že na prvi pogled pove, kdo je avtor oziroma izvajalec zgoščenke.

10. *Vinilna plošča ali zgoščanka?* Tukaj sem hotela izvedeti, kaj ljudje raje kupijo, bodisi spet vedno bolj popularne vinilne plošče, ali je to še vedno klasična oblika zgoščenke.

S pomočjo teh vprašanj sem sestavila celotni komplet – od izdelka, oblike, barve ... kje, kako in zakaj ljudje radi kupujejo zgoščenke, ter kako pomembna je vsebina za končnega kupca in ali jih premami zgolj zunanja podoba. Vse moje ugotovitve sem spisala v naslednjem podpoglavju.

4.3 Analiza raziskave in ugotovitve

Po celotnem raziskovalnem delu sem naredila tudi analizo raziskave in iz tega izcimila ugotovitve, ki so mi pomagale pri nadaljnjem delu diplomske naloge – samem izdelku (oblikovanje zgoščenke). Najlažje mi je bilo, da sem analizirala odgovore po vprašanjih in iz tega izcimila nekakšen zaključek oziroma ustrezno informacijo, ki sem jo lahko kasneje uporabila pri samem oblikovanju.

Pri vprašanju številka 1 je bilo res pet različnih odgovorov. Vsak posameznik vidi svojo vizijo, kako izdelek izgleda. Seveda se nekatere poti kje srečajo, vendar razumljivo je, da ima vsak svoj okus in stil glede oblikovanja oziroma izgleda izdelka. V tem primeru sem še vedno prepuščena sama sebi. Največkrat jih je zmotila narobna barva, kakšni neokusni elementi, prenasičenost elementov ali barv in še bi lahko naštevala. To so me opozorili prav vsi, seveda pa niso izrazili točne barve, želje, okusa, kakršnega so si zamislili, meni prepuščajo oblikovalsko delo. Pri drugem vprašanju pa so se stvari že malce sestavile. Pri dveh *personah* sem dobila informacijo, da sam slog sovпада z vsebino zgoščenke, odvisno od namena, kaj se želi z izdelkom doseči ter kakšno je ozadje. Seveda se je večina pri našem projektu strinjala, da se vrnemo nazaj v preteklost in naredimo stvar »nazaj k naravi«, torej slog, kot so ga uporabljali takrat, ko se je takšna glasba ustvarjala.

Pri tretjem vprašanju pa se je pojavilo največ podobnih odgovorov. Vsem je pomemben prvi vtis oziroma nek dejavnik ali stvar, ki jih pritegne na prvi pogled. Bodisi slika, napis, barve, tipografija, grafika idr. Tukaj se bom najverjetneje sama osredotočala na tipografijo in samo

kontrastno oblikovanje, saj sva se z g. Mastnakom dogovorila, da ne bo na zgoščenki slik, motivov, ampak le napis, ki bo predstavljal vso naše sodelovanje. Bodisi samo naslov, če lahko temu tako rečem, in tudi morebitni podnaslov z jasno razlago samega dela v enem stavku. Pri četrtem vprašanju je bilo na začetku malo molka ali temeljitega premisleka. Narodno-zabavna scena v Sloveniji je z izdajo zgoščenk iz leta v leto šibkejša. Res je, da je njihova materialna vrednost padla, ko se je na sceni pojavil YouTube kanal, ki je ansamblom omogočal brezplačno reklamo. S tem je uničil industrijo oblikovanja in izdelovanja tovrstnih izdelkov v Sloveniji. Vsi si želijo/želimo takšne izdelke nazaj na trg, vendar je težko v današnjih časih vrniti nazaj to, kar je bilo včasih zelo popularno. Ker je tudi industrija pri nas bistveno manjša in toliko dražja, se ansamblom takšnih finančnih projektov ne izplača izpeljati, čeprav imajo za izdelavo ogromno materiala. Največkrat se poslužijo izdelovanja zgoščenk za tuji trg, v katerem sta precej mišljeni nemško govoreči državi Avstrija in Nemčija, ki pa posledično želijo, da se izdelki izdajo pod njihove založbe ali založniške hiše.

Pri petem vprašanju sta nastali nekakšni dve skupini. Predvsem sta se ločevali po starosti *persone*. Malo starejše generacije še vedno ne podpirajo digitalizacije v tolikšni meri kot mlajše generacije. Logično je, da v glasbeni industriji niso vajeni takšnega preobrata. Seveda pa mlajše generacije ne zavračajo takšnega načina, ker je to še vedno v koraku s časom, kar dan danes žal moramo biti, če hočemo, da nam stvar uspe in se navsezadnje tudi prodaja. Pri šestem vprašanju so vsi izrazili ceno, kot je primerljiva trgu: 15–20 EUR. Seveda je trg poln *dopinga cen*, kar izvajalca privede do iskanja cenejših načinov.

Pri sedmem vprašanju pa je izbruhnilo mnogo različnih odgovorov. Vsak ima svoje poti, kje najde zadeve, ki jih želi kupiti. Bodisi splet, internetne strani/trgovine, osebna poznanstva (največkrat) ali pa osebno v trgovini s takšnimi zadevami, če je izdelek sploh na njihovih policah. Zato sem nekako videla, da v tej stroki ni toliko pomembno, kje in kako prodajaš, temveč je najbolj pomembno, da sploh prodajaš. Ljudje, ki si to želijo, bodo tako ali drugače našli pot do izdelka, da opravijo nakup.

Osmo vprašanje je bilo edino vprašanje, ki je bilo skladno. Vse *persone* so odgovorile, da jih zunanja podoba ne odvrne od nakupa, če vedo, da je izdelek glasbeno gledano kvaliteten.

Za deveto vprašanje smo sicer imeli želje že vnaprej, da se fotografija na izdelku ne pojavi, a je bilo kar nekaj dobrih komentarjev. Seveda je nekaterim fotografija na izdelku zelo pomemben del, tudi vpadljiv je veliko bolj in vizualno zanimivejši – »da imajo kaj opazovati«. Sama se strinjam, da mogoče za manj prepoznavni ansambel ni najbolj pametno, da se izda

izdelek brez fotografije članov, saj ljudje ne poznajo ljudi in nimajo nekih vizualnih povezav z njihovo javno vsebino (videospoti, slike, javni nastopi ...). Ne poznajo ali se ne spomnijo oseb, ki so del ansambla.

Tudi pri desetem vprašanju je nastala razdvojenost med zgoščenko in vinilno ploščo. Vsi vemo, da je spet nazaj v modi ta *retro* stil vinilnih plošč in ljudje zaradi unikatnosti radi kupujejo le te. Praktičnost pa pri njih ni najboljša, saj za njih potrebujemo gramofon, kar je bistvena razlika v primerjavi z zgoščenkami. Tukaj je potem nastala nekakšna dilema, kaj bi raje, ampak smo na koncu vseeno vsi prevladali za zgoščenko zaradi lažje uporabnosti, s katero bi dosegli svoj namen.

Sama sem svoj izdelek prilagajala tem ugotovitvam in analizi vprašanj. Smo pa imeli že pred začetkom oblikovanja neke želje in zamisli, kako naj bi dejanska stvar izgledala in kakšni elementi bi se naj na njem pojavili. Seveda pa ni bilo dorečenih ogromno stvari, ki sem jih potem prilagajala glede na analizo in lastne zamisli ter ideje.

6 IZBOR ORODIJ ZA OBLIKOVANJE NOSILCA ZVOKA

Za oblikovanje samega izdelka sem se odločila za dve vrsti orodij, ki smo se jih tekom študija učili tudi na faksu, in ki sta najbolj uporabljeni programski opremi v oblikovalskem svetu. Sicer se po segmentih razlikujeta, katera oprema je za katero vrsto oblikovanja, ampak kaj več v podpoglavjih. Poleg teh programov sem veliko uporabljala tudi oblikovalske kanale na YouTube strani ter kakšne izobraževalne predstavitve na aplikaciji LinkedIn Learning.

5.1 *Adobe Illustrator*

Programska oprema Adobe Illustrator je namenjena vsem grafičnim oblikovalcem, ki se tako ali drugače ukvarjajo z vektorskim oblikovanjem. Kaj pomeni vektorska oblika? Vektorska oblika bodisi logotipa ali kakšnega oblikovanega izdelka pomeni, da je to slika izdelka, ki jo lahko poljubno povečamo ali razširimo, pri kateri se prvotna kakovost ne spremeni – torej ohrani lastnosti. Vektorsko oblikovanje se uporablja pri grafičnem oblikovanju logotipov, tiskovin, oglasov, plakatov ter drugih oblikovalskih del, ki zahtevajo spreminjanje velikosti vključenih grafik. Vsak vektorski element sestavljajo individualni elementi. Vsak posamezni element, ki ga naredimo, je definiran s pomočjo matematične enačbe. Vektorsko oblikovanje je torej oblikovanje s pomočjo geometrijskih likov in oblik, ki nastanejo s pomočjo enačb.

Vsak grafični oblikovalec pripravlja vektorski format logotipa v določeni programski opremi. Jaz sem za svoj projekt uporabila program Adobe Illustrator, ki nam omogoča izključno oblikovanje vektorskih oblik. Vektorski format je zelo pomemben za gradivo, ki je pripravljeno za tisk ali nadaljnjo fleksibilno uporabo.

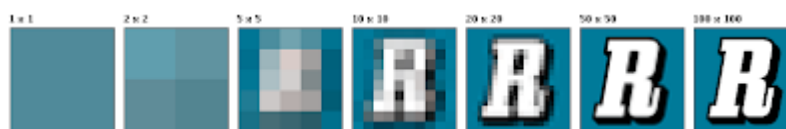


Slika 14: Logotip programske opreme Adobe Illustrator

Vir: (<https://www.creativetools.se/software/2d-and-video-editing-software/adobe-creative-cloud/adobe-illustrator-cc-for-enterprise>)

5.2 Adobe Photoshop

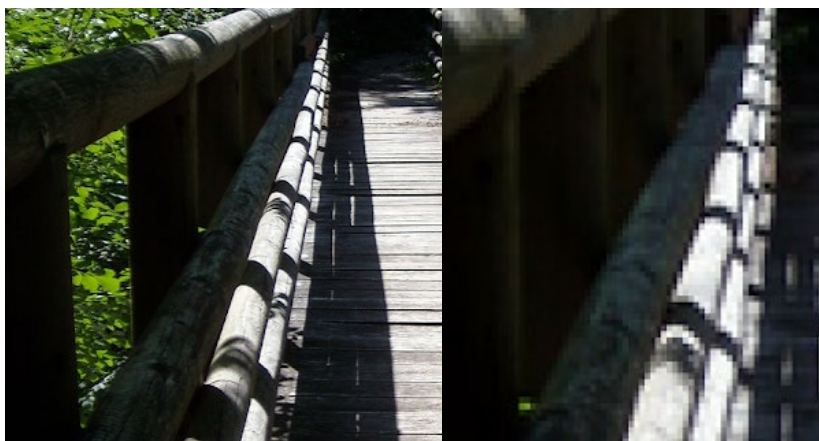
Programska oprema Adobe Photoshop, ki sem jo prav tako uporabljala za nastanek izdelka diplomske naloge, se bistveno razlikuje od programske opreme Adobe Illustrator. Adobe Illustrator je programska oprema, namenjena vektorskemu izrisu logotipov in podobnih grafik, nasprotje pa je Adobe Photoshop, ki je namenjena oblikovanju in retuširanju rastrskih slik ali grafike. Kaj pa so rastrske slike in grafike? To so slike, ki so shranjene v formatu, ki je nam vsem zelo poznan: JPG (z belim ozadjem), PNG (brez ozadja) ali GIF. Prikazane informacije se definirajo s pomočjo majhnih pikic, imenovanih pikslov. Bistvena razlika med programskima opremama je tudi ta, da obstoječo rastrsko grafiko ali sliko ne moremo povečati/pomanjšati/spremeniti, ne da bi se njena kvaliteta pokvarila. Kvaliteto in ločljivost slike merimo v s pomočjo število piksel enot na inč. Resolucija nam tako pove, koliko pikslov je zapisanih na neki razdalji. Več imamo pikslov v eni enoti inča, večja je kvaliteta slike. Ponavadi se resolucija meri v enoti, imenovani dpi, kar pomeni določeno število pik na inč.



Slika 15: Primer ločljivosti slike od najmanjše do največje

Vir: (<https://sites.google.com/site/tp4fotografija/e-skripta/resolucija-slike-in-njena-velikost>)

Ko se ukvarjamo z oblikovanjem ali retuširanjem slik v rastrskih programih, moramo poznati pravila uporabe ločljivosti v tisku in na spletu. Najpomembneje je, da si že v začetnem okencu nastavimo točno določeno resolucijo, v kateri bomo obdelovali slike. Za slike, ki so namenjene spletni uporabi in niso za tiskanje, je priporočljivo, da je njihova najmanjša resolucija 72 dpi, lahko je tudi nekaj pikslov večja, a prevelika zna biti že tehnična napaka. Ravno obratno pa je pri tiskanih medijih. Retuširane fotografije, ki so namenjene revijam, časopisom, ali kakšne grafike, namenjene za letake, brošure ali druge tiskovine zahtevajo ločljivost slik, ki je najmanj 1200 dpi. Lahko je manjša ločljivost, vendar se pri tiskanju zelo hitro opazijo napake – vidimo sliko, ki je sestavljena iz kvadratkov.



Slika 14: Primer dveh različnih resolucij slike

Vir: (<https://sites.google.com/site/tp4fotografija/e-skripta/resolucija-slike-in-njena-velikost>)

Sama sem za oblikovanje izdelka to programsko opremo uporabljala zelo malo časa. Sem si pa pomagala z ornamentiko, ki sem jo preučevala tako, da sem dobila željene vzorce, ki sem jih kasneje vključila v projekt (spreminjala sem ločljivost zelo slabih slik ter izrisovala elemente).

Delo grafičnega oblikovalca se velikokrat sreča s programsko opremo Adobe Photoshop, čeprav večina misli, da je namenjena zgolj retuširanju fotografij, v resnici je pa velik del grafičnega oblikovanja.



Slika 16: Logotip programske opreme Adobe Photoshop

Vir: (<https://www.creativetools.no/software/2d-and-video-editing-software/adobe-creative-cloud/adobe-photoshop-cc-for-enterprise>)

7 IZDELAVA NOSILCA ZVOKA ZA PODROČJE NARODNO-ZABAVNE GLASBE

6.1 Idejna zasnova

Idejna zasnova samega nosilca zvoka se je začela že, preden sem se sploh odločila, da to postane tema moje diplomske naloge. Z gospodom Mastnakom sva se pogovarjala o tem projektu, ki je takrat bil še v povojih, na kar mi je dejal, da bi bil zelo vesel, da to delo nagradim s svojim oblikovalskim delom, ker mi to področje seveda ni tuje. Nato pa so se začeli prebliski, kako bi lahko to stvar izpeljala in ker je bilo treba ravno v tistem času urediti zadeve s dispozicijo, sem nekako razmišljala, da bi imela to kot nekakšen izziv, o katerem bi napisala diplomsko nalogo. Nato sem vse želje prenesla najprej do g. Mastnaka, kasneje pa do mojega mentorja g. Miklavčiča. Oba sta bila navdušena nad idejo in tako se je začela diplomatska pot, ki se je najprej po končanem strokovnem delu ustavila pri idejni zasnovi. Seveda sem veliko idej in izboljšav pridobila že v moji anketi s petimi *personami*, nisem pa pridobila idej ali mnenj, kako naj sam izdelek realiziram. Zato sva z g. Mastnakom imela par diskusij o tem, kako bi bilo najbolje, kaj je pomembno, da izpostavim, kaj sam kot ustanovitelj projekta želi, da bi bilo na zgoščenki. Prišla sva do nekega bistva, kako naj bi izgledala surova zgoščenska s podatki. Dokončni izdelek pa je bil v mojih rokah. Zato sem odšla najprej v knjižnico in tam preletela staro zbirko narodno-zabavnih zgoščenk. Nekaj sem jih fotografirala, da sem kasneje lahko navdih iskala tudi tam. Ideje sem iskala tudi v trgovini Big Bang, kjer sem pregledala starejše in novejše zgoščenske. Res je, da je bilo novejših na prodajalnih policah zelo malo. Ampak še vedno boljše kot nič. Nato pa sem se doma lotila še klasičnega brskanja po spletu – raznih oblikovalskih portalih, Instagram profilih, kakšnih oblikovalskih skupnosti na Pinterestu ...

Po nekaj dnevih premisleka sem si ustvarila neko grobo vizijo, kako naj bi izdelek izgledal. Nato sem si nekaj idej skicirala. Nekaj postavitev sem kasneje spremenila, ali pa sem jih v celoti opustila. Nato pa sem se počasi lotila računalniške obdelave, ki pa še ni bila zadnja verzija, pripravljena na dokončanje, vendar le produkt v povojih, ki je čakal na razvijanje. Pri sami izdelavi sem se veliko nanašala na ornamente Jožeta Karlovška ter na njegovo knjigo, v kateri je zapisano bistvo slovenskih ornamentov.

6.2 Idejni stili (Styleguide)

Preden je zadeva začela kazati svoj pravi jaz, sem morala najprej nekaj časa posvetiti idejnim stilom in zamislim. Kaj, kako in zakaj bom stvari postavila in naredila, kot sem si zamislila, ter kakšni barvni odtenki se bodo skrivali v izdelku. Ko sem preučevala samo narodno-zabavno sceno, se nisem mogla osredotočiti na stil ali barvo, ki se je v samem oblikovanju največkrat pojavljala. Neke zamisli sem imela sama, nekaj idej je prispeval g. Mastnak. Seveda je bilo vse želje težko vkomponirati v en izdelek. Zato sem sledila toku, ki me je vodil. Želela sem naravne tone v jesenskih barvah, umirjene oranžasto bež odtenke s tradicionalnimi slovenskimi ornamentami v neki moderni preobleki. Pri tem sem v začetku imela nekaj težav, saj nisem vedela, kako bi to izpeljala, saj sam ornament, ki je avtohton, težko razvijamo v nekaj modernega in novega. Za uporabi takšnih tonov sem se odločila, saj sem hotela ustvariti umirjeno eleganco, nekaj tradicionalnega z moderno preobleko. Še vedno mora biti v njem starinski duh. Kasneje sem te barve poizkušala umestiti v sam osnutek izdelka ter se poigravati z barvnimi variacijami. Največ težav sem imela pri modernizaciji ornamenta. Tukaj sem za mnenja svojih zamisli ter ideje povprašala prijatelje, ki se tako ali drugače ukvarjajo z grafičnim oblikovanjem. Za nasvet sem prosila tudi mentorja ter vse izkupičke strnila v nek zaključek ter ga uporabila pri izdelavi. Barve pri ornamentih sem kasneje poleg bež podlage izbrala po barvah ornamentov gospoda Jožeta Karlovška – barvito, avtohtono, klasično – nekaj odbitih odtenkov in barvnih variacij. Vse skupaj sem hotela strniti v neko celoto. To sem kasneje razvijala z oblikovanjem, kot nekakšnim drevesom, ornamentom, v katerem se skrivajo moderni slogi oblikovanja. Piko na i pa naredijo zaključki, ki so kreirani iz ornamentov.

6.3 Tipografija

Večina narodno-zabavnih ansamblov ima za lažjo prepoznavnost svoj logotip ali vsaj kakšen slogan, ki jih zastopa. V mojem primeru nisem imela nič od tega, saj je bil ta projekt sestavljen iz veliko članov ter glasbenikov iz raznih ansamblov. Zato ime odpade. S sloganom sem težko kaj kreirala, saj nisem imela neke niti, ki bi ji lahko sledila za razvoj slogana. Zato mi je ostal samo naslov *Mitja kvintet, spet*, ki sem ga kasneje spremenila v bolj smiselni naslov ter bolj prijazen ciljni publiki. Z gospodom Mastnakom sva kasneje naslov še spremenila in nastala je finalna verzija naslova *Zimzelene skladbe slovenske narodno-zabavne zakladnice*. In ta naslov je v bistvu tudi vsebinsko zajemal, kar bo kasneje CD dejansko tudi imel in predstavljal.

Kasneje se je pa pojavilo vprašanje, kakšno vrsto tipografije naj izberem, da bo ustrezala mojim potrebam, da se bo prilegala stilskega pogledu ter da bo unikatna ampak kljub temu privlačna. Preučila sem nekaj izdelkov, ki so trenutno med aktualnimi na trgu, in ugotovila, da večina ansamblov za svoje izdelke uporablja linearno pisavo.

Za svojo diplomsko nalogo sem kot primarno pisavo (font) uporabila:

Constantia - Bold

ABCČDEFGHIJKLMNOPRSŠTVUZZXYQW
absčdefghijklmnoprsštuvzzxyqw
1234567890

Kot sekundarno pisavo (font) pa sem uporabila:

Constantia - Normal Italic

ABCČDEFGHIJKLMNOPRSŠTVUZZXYQW
absčdefghijklmnoprsštuvzzxyqw
1234567890

Pisava Constantia je serifna pisava (pisava z zaključki ali serifi), kar pomeni, da je pisava veliko lažja tako za branje kot tudi za samo tiskanje. Nekoliko manj primerna pa je za spletne strani ter digitalne spletne medije. Tam se uporablja naserifna pisava (pisava brez zaključkov ali serifov).

Razlog, zakaj sem izbrala to pisavo, je, ker sem želela imeti elegantno klasično pisavo, ki je v prvi vrsti primerna za tisk. Za pomembne stvari sem izbrala podebeljeno (bold) pisavo, za tiste manj vidne, a še vseeno pomembne, pa sem izbrala normal-italic pisavo vrste Constantia.

To pisavo sem uporabila pri osnovnem izdelku – zgoščenki in ovitku zgoščenske – ter pri predstavitvenem plakatu.

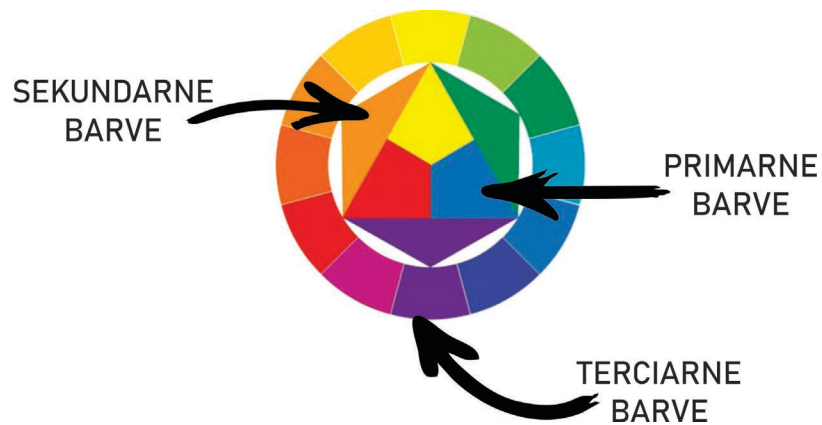
Čeprav sem zgoraj napisala, da je serifna pisava nekoliko manj zaželena na spletnih platformah, sem se odločila, da jo vseeno uporabim, da povežem to celoto izdelka tudi na spletnih medijih.

6.4 Barvna shema

Barvno shemo sem naredila, ko sem imela izdelek že vsaj nekoliko postavljen in narejen. Barvna shema je barvna kombinacija, ki na izdelku najbolj pritegne (primarne barve), lahko je ena barva ali več barv, ki se stilsko in barvno med seboj povezujejo. Hkrati pa se kombinira s sekundarnimi barvami na elementu, ki niso tako močno vpadljive, a so vseeno pomembne, da ima celotni izdelek takšen kontrast, kot ga predstavlja. Medsebojno povezovanje odtenkov lahko prikaže močne kontraste ali blaga prepletanja. Postavljanje barvne sheme se začne z barvno strategijo, ki si jo zamislimo pred samim ustvarjanjem projekta. Ničesar ne izbiramo naključno, vse je nekako načrtovano. Skoraj prepovedano je, da uporabljamo samo svoje najljubše barve ali samo nevtralne barve, saj nobena barva sama po sebi ne doseže svojega potencialnega videza, če nima ob sebi neke druge barve, s katero kreirata nek kontrast. Seveda barvne kombinacije niso narejene z naključno izbranimi barvami, ampak za njimi stojijo temeljna pravila barvne uporabe (barvni krog, sekundarne, primarne, terciarne barve ...).

Vsaka barva lahko igra vlogo »najpomembnejše barve« ali primarne barve, če je na beli ali črni podlagi (to pomeni, da primarna barva ni sestavljena s kombiniranjem drugih barv, kot so na primer rdeča rumena in modra). Sekundarne barve nastanejo s kombiniranjem osnovnih barv, kot so oranžna, zelena in vijolična, in nazadnje terciarne barve, ki nastanejo s kombiniranjem primarne barve s sekundarno ali dvema sekundarnima barvama, na primer: *turkizna zlata ali limonino zelena*, ki lahko naredi na izdelku kontrastni učinek, če jih postavimo ob nevtralne barve (barve, ki ne izstopajo).

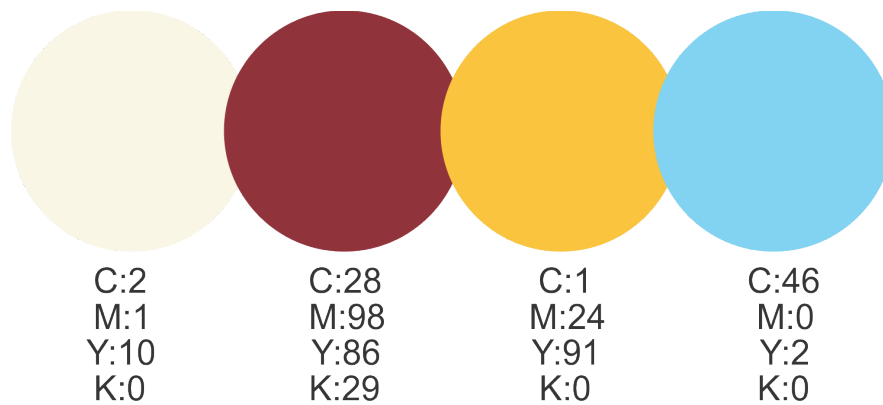
Najlažje kreiramo barve kombinacije na kolesu barv, s katerim si pomagamo najti prave barvne kombinacije, ki se med seboj res dobro povezujejo.



Slika 17: Ittenovo barvno kolo ali barvni krog

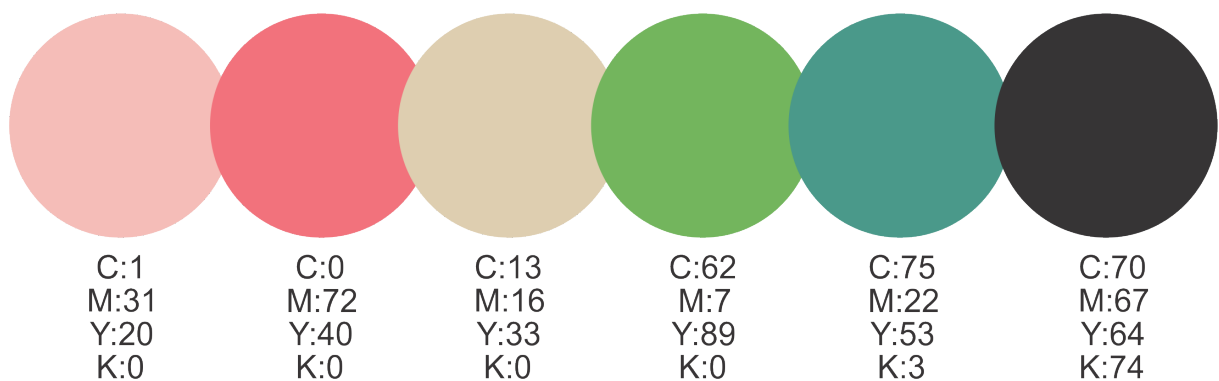
Vir: (<https://sl.puntomarinero.com/ittenand-39-s-color-wheel/>)

Sama sem izbrala naslednje barvne kombinacije za sam izdelek:



Slika 18: Najbolj uporabljene barve izdelka

Vir: Lastni vir.



Slika 19: Manj uporabljene barve izdelka

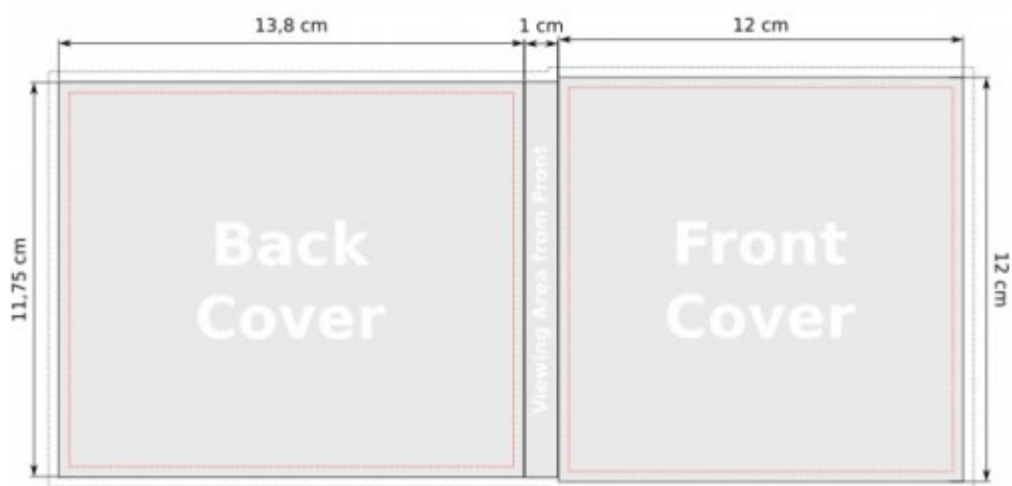
Vir: Lastni vir.

Te barvne kombinacije sem uporabila, saj sem imela idejno zasnovo v teh primarnih barvah – toplih jesenskih barvah. Te manj uporabljene barve pa sem kasneje kombinirala s temi primarnimi, zato da sem dobila barvitost ornamentov ter neki barvni kontrast. Nekaj barv sem vzela tudi pri ornamentih Jožeta Karlovška, ki so lepo sovpadale z mojimi primarnimi barvami.

6.5 Izbira formata

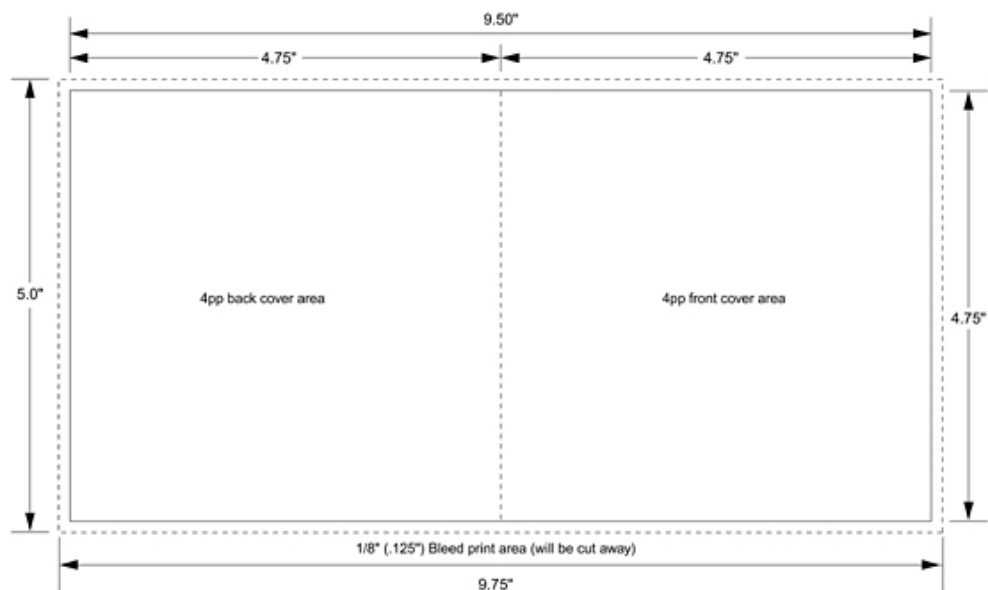
Pri izbiri formata nisem imela veliko možnosti. Odločila sem se za klasično izdelavo zgoščenke. Mere sem povzela po članku Rachel Louise Taylor, ki je naredila povzetek mer za izdelovanje zgoščenk v Združenih državah za A2 Media Studios.

Spodaj so torej navedene mere zunanjega dela zgoščenke z vsemi dodatki, notranje knjige za vrstni red skladb ter zgoščenke.



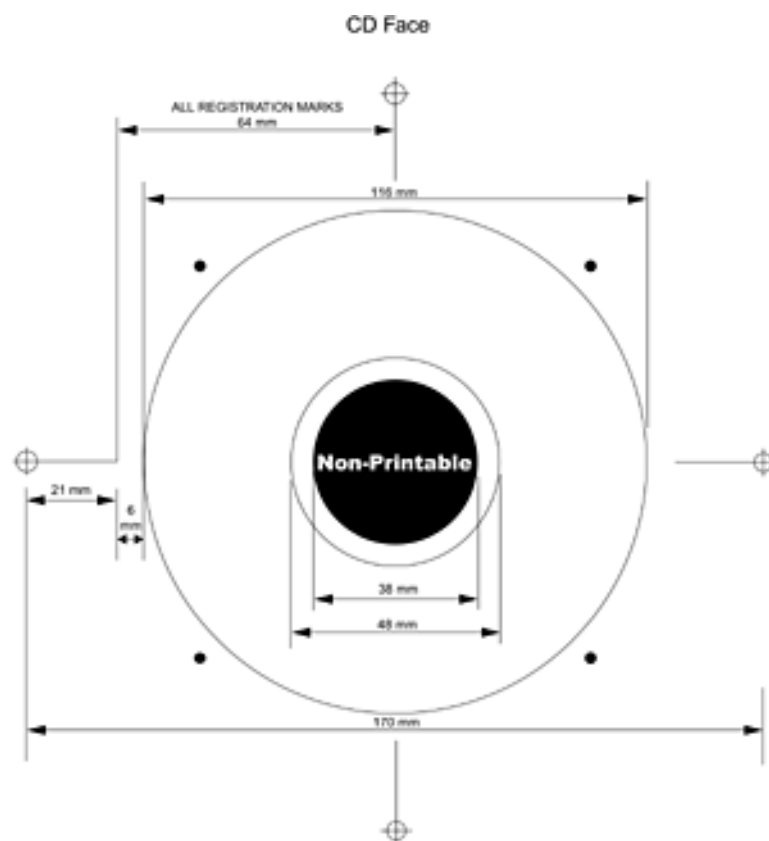
Slika 20: Velikost zunanjega dela CD-ovitka

Vir: (<https://rachelltaylor.wordpress.com/design/>)



Slika 21: Velikost notranje knjižice

Vir: (<https://rachelлтaylor.wordpress.com/design/>)



Slika 22: Velikost zgoščenke

Vir: (<https://rachelлтaylor.wordpress.com/design/>)

6.6 Oblikovanje nosilca zvoka – zunanje podobe in CD

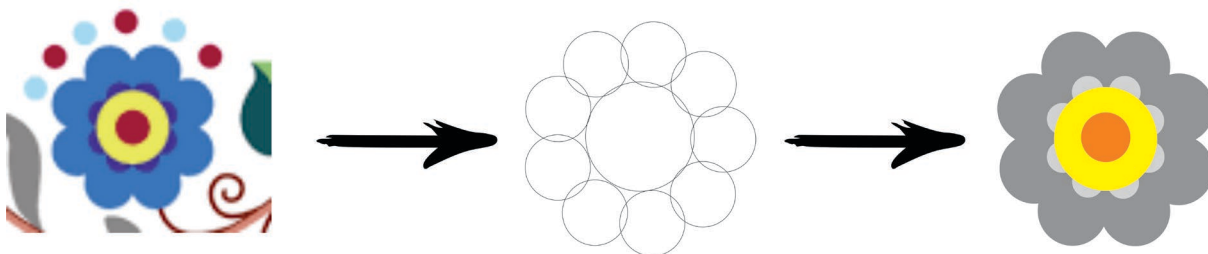
Oblikovanje sem najprej začela na papirju. Kasneje sem svoje ideje prenesla v digitalni svet. Moja finalna ideja je bila »drevo ornamentov«, ki pomeni povezovanje ornamentov s sodobno umetnostjo – nekaj drugačnega, a hkrati še vedno avtohtonega in tradicionalnega. Najprej sem torej izbrala barvo podlage, ki je kremasto bež. Nato sem začela s skiciranjem samega drevesa. Naredila sem ga kar iz linij. Pomagala sem si s pripomočkom *pen tool*. Kasneje sem te linije spremenila v objekte, da sem lahko lažje spreminjala barve. Nastal je takšen izdelek, ki sem mu kasneje kot dodatek dodala kroge različnih barv, da sem dopolnila prazen prostor in naredila zaključek teh vejic.



Slika 23: Proces izdelovanja zgoščenke

Vir: Lastni vir.

Ko sem imela osnovo ter barve kombinacije določene, sem se lotila oblikovanja in prerisovanja ornamentov. Nekaj sem jih našla na spletu, nekaj ornamentov sem povzela pri Jožetu Karlovšku. Vse sem prerisala s pomočjo *pen tool-a* ter jih kasneje spremenila v prosti objekt zaradi lažje uporabe.



Slika 24: Proces risanja vektorskih ornamentov

Vir: Lastni vir.

Nato sem izrisane ornamente v raznih barvah dodala na že narejen osnutek drevesa. Izdelek je začel dobivati podobo v takšni smeri:



Slika 25: Dodajanje ornamentov na obstoječi design

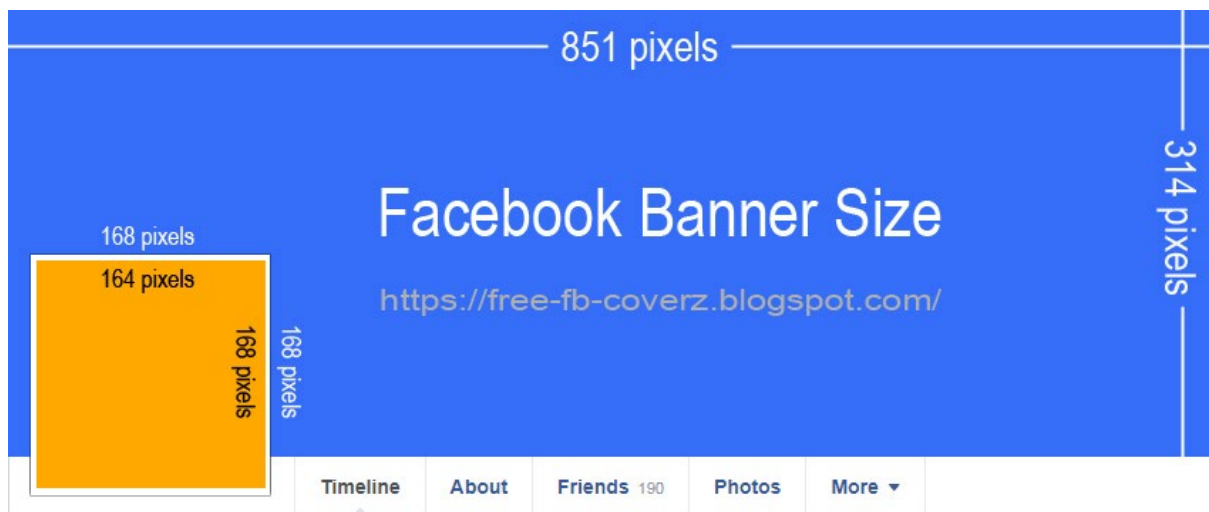
Vir: Lastni vir.

Ko sem dobila končno podobo, sem dodala še tipografijo (naslov ter izvajalca) in vse skupaj naredila v digitalni *Mockup*, ki je predstavljen v podpoglavju 6.8.

6.7 Oblikovanje podobe za predstavitveni plakat, Facebook banner

Za oblikovanje predstavitvenega plakata sem uporabila format B2, na katerem sem združila elemente, ki so primarni pri zgoščenki, ter podatke, kje se bo predstavitev odvijala ter kdaj. Podala sem osnovne informacije – ohranjala sem načelo manj je več. Plakat sem v končni verziji naredila tudi v digitalni *mockup*. Predstavljen je v poglavju 6.8.

Za Facebook banner pa sem na internetu najprej poiskala primerne dimenzije za oblikovanje. Držala sem se teh načel:



Slika 26: Velikost Facebook banner oblikovanja

Vir: (<https://free-fb-coverz.blogspot.com/p/facebook-banner-size-guide.html>)

Tako kot pri predstavitvenem plakatu sem tudi tukaj uporabila temeljne lastnosti zgoščenke in jih združila ter oblikovala v Facebook banner. Naredila sem tudi digitalni mockup, ki je prav tako prestavljen v poglavju 6.8.

6.8 Predstavitev osnutkov s pomočjo digitalnega modeliranja



Slika 27: Digitalni mockup zgoščenke_1

Vir: Lastni vir.



Slika 28: Digitalni mockup zgoščenke_2

Vir: Lastni vir.



Slika 29: Digitalni mockup zgoščenke_3

Vir: Lastni vir.



Slika 30: Digitalni mockup Facebook naslovne slike

Vir: Lastni vir.



Slika 31: Digitalni mockup plakata

Vir: Lastni vir.

8 SKLEP

Ob raziskovanju in pregledovanju raznorazne literature o ornamentih ter o zgodovini narodno-zabavnega oblikovanja sem spoznala, da se je razcvet ornamentov začel v 18. stoletju ter je bil kasneje tesno povezan najprej z ljudsko glasbo in nato z začetki narodno-zabavne glasbe, vse do modernizacije le te. Skozi sam razvoj sem spoznala različne tehnike in oblike oblikovanja, videla veliko stilov oblikovanja, ki so se skozi leta zelo razvijali in izoblikovali v to, kar je danes. Spoznala sem tudi razvoj narodno-zabavne glasbe v Sloveniji, kdo so bili začetniki ter kako so to glasbo prodajali ljudem po celem svetu. Prodajo jim je omogočil napredek v glasbeni industriji v tistem času. Prav tako sem spoznala, katere nosilce zvoka so uporabljali in kaj je ostalo pri njih najbolj popularno in neizbežno tudi v naših časih pri sodobnih avtorjih te glasbe.

Na začetku pisanja sem si zadala določene cilje, teorije in hipoteze, ki sem jih preučila in spoznala skozi učenje in raziskovanje te zgodovine.

Skozi raziskovanje in anketo o *personah* sem ugotovila, da je trg z nosilci zvoka na področju narodno-zabavne glasbe čedalje bolj usmerjen k digitalnemu poslušanju glasbe ter njuni izdaji. Nekateri se še vedno poslužujejo sedaj retro načinu – izdaji vinilnih plošč, zgoščenke pa iz leta v leto izgubljajo svoj čar na tem področju. Tehnologija je definitivno povozila analogne izdelke ter njihovo ceno in vrednost. Generacije se obračajo, z njimi pa prihaja tudi modernizacija na področju. Tudi trg ni več toliko preplavljen z novimi izdelki, večino se na tržišču prodajajo stari izdelki ali le redki izdelki novejših avtorjev (kar se tiče narodno-zabavne zvrsti). Mogoče je še vedno nekoliko boljša situacija v slovenski pop glasbeni sceni, a tudi ta ni med vrhunskimi situacijami.

Veliko sem želela izvedeti o oblikovanju narodno-zabavnih izdelkov, a ker je povpraševanje o teh izdelkih čedalje manjše, je tudi na trgu zelo malo podatkov o tovrstnem oblikovanju. Izjemno malo je ponudb za takšne izdelke in le nekaj Slovencev oglašuje, da imajo v svoji ponudbi oblikovanje zgoščenk za narodno-zabavne ansamble. Problem se pojavlja tudi v tem, da založniške hiše, ki so imele včasih pod okriljem skupine, ansamble sploh ne obstajajo več ali pa so propadle. Zato v veliki večini posamezniki ali ansambli individualno poiščejo oblikovalca in poskušajo samo postaviti izdelek na tržišče, saj jih založbe, ki še obstajajo, finančno ne podpirajo več.

Kot sem omenila, je literature o oblikovanju v narodno-zabavni sceni zelo malo, zato je tudi korak k samemu začetku težak. Tudi sama sem imela težave – ni ustrezne literature, ni aktualnih

smernic, ni neke zlate niti, ki bi lahko oblikovalca vodila do uspešnega razmišljanja in izdelave izdelka.

Raziskovalna vprašanja so se tesno povezovala tudi s hipotezami, ki sem si jih postavila. Pri vseh hipotezah sem odgovor že predvidela. Hotela sem se prepričati, ali bom hipoteze skozi diplomsko nalogo ovrgla ali potrdila. Prav vse sem potrdila, saj sem skozi raziskovanje ugotovila, da je med ljudmi res popularnejše poslušanje glasbe na telefonih in drugih pametnih napravah, kar se potem povezuje tudi z drugo hipotezo, ki potrjuje da CD ni več primeren nosilec zvoka za shranjevanje različnih podatkov. Sodobna tehnologija nam tudi uporabo CD-ja skoraj da že onemogoča, saj so računalniki že v veliki večini brez vhodov za CD, prav tako radii v avtomobilih. Še vedno pa je prišla med trendovske nosilce zvoka vinilna plošča, ki je dosegla v sedanjem času tudi neverjetno vrednost in ceno na tržišču. Res je, da zanjo potrebujemo tudi ustrezen predvajalnik, a je raziskovanje pokazalo, da popolnoma premaga CD v svoji uporabnosti ter zaželenosti na trgu.

Skozi mojo raziskavo s pomočjo *person* ter brskanje po spletu lahko hipotezo, ki se nanaša na krovno temo, potrdim, saj ogromno oblikovanja za socialna omrežja, Facebook, YouTube ter Instagram reklame in promoviranja, za katere se avtorji trudijo, po navadi nimajo niti analognega izdelka, saj, kot sem že navedla, se izdelki sedaj plasirajo čedalje bolj na spletne medije, izumirajo pa večni analogni izdelki.

Namen diplomske naloge in njenega izdelka je bil v mojih očeh dosežen. Veselijo me obrazi, ki kažejo, da jim je ideja všeč in ki so mi dali še večji zagon, da se ta izdelek resnično izda v analogni obliki. Menim pa, da sem, ne glede na to, da sem oblikovala analogno obliko, uporabila elemente sedanjosti, ki povezujejo preteklost, ki jo na izdelku izražajo slovenski ornamenti. Res, da želenega cilja še nisem dosegla, ker izdelka še nismo uradno izdali, je pa zgoščenka v polnem teku nastajanja, saj se snemajo priredbe. Ko bomo imeli vse posneto, pa bo izdelek zagotovo izšel. Veselim se, da bom lahko ponosno predstavila izdelek, na katerem sodelujem tako oblikovalsko kot pevsko. Mislim, da si zares zasluži mesto v mojem portfoliu z osebno noto ter napredkom, ki sem ga skozi proces dosegla.

9 VIRI IN LITERATURA

- Artist, C. m. (brez datuma). *Cover design*. Pridobljeno iz Canadian music artist:
<http://www.canadianmusicartists.com/coverdesign.html>
- Bojan, K. (2005). *Kostumiranje narodno zabavnih ansamblov*. Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti Založba ZRC.
- D. Dabner, S. A. (2020). *Graphic design school, 1.izdaja*. London: Thames&Hudson Ltd.
- Enciklopedija Slovenije:osma knjiga : Nos – Pli*. (1994). Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Eva Hudales, M. B. (Februar 2015). *Knjižnica Celje*. Pridobljeno iz Raziskovalne naloge:
<https://www.knjiznica-celje.si/raziskovalne/4201504332.pdf>
- Karlovšek, J. (1935). *Slovenski ornament: zgodovinski razvoj*. Ljubljana: Združenje diplomiranih tehnikov.
- Karlovšek, J. (1957). *Osnova in razvoj ornamenta*. Ljubljana: s. n.
- Merlin, L. (2020). Naslovnica plošče; Analiza slovenskih in jugoslovanskih izdar ter oblikovanje avtorske plošče. Ljubljana, Slovenija.
- Osborne, R. (2014). *Vinyl: a history od the analogue record*. Farnham: Ashgate ublishing.
- Punto Marinero*. (26. Marec 2019). Pridobljeno iz Ittenov barvni krog. Obseg barv:
<https://sl.puntomarinero.com/ittenand-39-s-color-wheel/>
- Slovenia.info*. (September 2016). Pridobljeno iz Persone ciljnih skupin Slovenskega turizma:
https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/sto157_persono_ciljnih_skupin_slo_turizma.pdf
- Strašnik, S. (2010). Nastanek in Razvoj narodno-zabavne glasbe v kulturnozgodovinskem kontekstu na slovenskem – diplomsko delo. Maribor.
- Šimenc, U. (2009). Slovenska ljudska ornamentika na Ženskih torbicah. Maribor, Slovenija.
- Taylor, R. L. (brez datuma). *A2 Media Studios*. Pridobljeno iz CD cover research (Designs):
<https://rachellytaylor.wordpress.com/design/>
- Urška, T. (Junij 2014). Slovenska narodnozabavna besedila med umetnostjo in neumetnostjo (jezikovna analiza). Podkraj.

10 PRILOGE





