

## Poslanstvo SMGŠ

**Smo edina šola v državi, ki v celoti izobražuje za grafične in medijske poklice, zato smo s pomočjo industrije odgovorni za vsebino programov grafičnega in medijskega področja.**

Skakovostnim poukom, ki je zasnovan na reševanju problemov in razvijanju ustvarjalnosti, šolamo grafične in medijske tehnike, ki bodo lahko nadaljevali študij ali ustanovljali svoja podjetja. Uspešno delo nastaja v ustvarjalnem vzdušju v zbornici in razredih, zato iščemo poti, ki povezujejo dijake in učitelje, določamo cilje, ki vodijo k sodelovanju med njimi. Trudimo se vzgajati z osebnim

zgledom. Vzpodbujamo zdrav način življenja, spoštujemo drugačnost in se učimo strpnosti; dijake navajamo, da so odgovorni za svoj uspeh in odločitve.

Dijaki svoje interese in nagnjenja uresničujejo v različnih krožkih, športnih aktivnostih in drugih dejavnostih ob pouku, nadarjeni dijaki pa se s pomočjo mentorjev vključujejo v posebne projekte. Tako razvijajo svojo pozitivno samopodobo. Neneh-

no spremljamo tehnološki razvoj medijev in posodabljammo opremo delavnic in strokovnih učilnic.

Skrbimo za stalno spopolnjevanje in napredovanje učiteljev, njihov osebni in strokovni razvoj. Tak učitelj uporablja nove metode poučevanja in učne pripomočke ter upošteva dijakove sposobnosti in potrebe. Veselimo se dijaških uspehov in jih nagradujemo.

Srečujemo se s starši na individualnih, skupinskih ali družabnih srečanjih. Povezujemo se z industrijo in s sorodnimi šolami doma in v tujini z izmenjavo znanj in izkušenj. Prizadevamo si za dobre odnose z okoljem.

Naklonjeni smo vsem dobronamernim pobudam dijakov, staršev, industrije in okolja. Razvijamo pripadnost šoli tako med dijaki kot učitelji.

**Ravnateljica Ana Šterbenc**



**SMGŠ**

**Pixel**

Časopis dijakov  
Srednje medijske in grafične šole  
Ljubljana

Odgovorna urednica  
Martina Holešek

Tehnična urednica  
Sabina Mihevc

Naslov uredništva  
Srednja medijska in grafična šola  
Ljubljana  
Pokopališka 33  
1000 Ljubljana  
e-mail: pixel@smgs.si

Tisk  
SMGŠ

Naklada  
600 izvodov



## Info dan

Spoštovani osnovnošolci!

Te dni je čas, ki ste ga čakali v upanju, da vam potrdi vašo odločitev, ali je izbira poklica, s katero se spogledujete, prava. Da bo odločitev lažja, smo v tej številki časopisa, ki ga ustvarjamo dijaki in učitelji naše šole, predstavili, kako izdelamo družabno igro Domine. S tem vam bomo približali razumevanje grafičnega procesa, v katerem lahko najdete svoj poklic, tako grafični kot medijski tehniki.

**Več na strani 20.**

# Obisk festivala Enimation 2017

Udeležili smo se otvoritvene prireditve festivala Enimation 2017 v Lutkovnem gledališču v Mariboru.

**E**NIMATION festival, mednarodni festival otroškega in mladinskega filma, je tokrat že sedmo leto predstavljal avtorske projekte mladih ustvarjalcev. Potekal je med 12. in 14. oktobrom. V treh starostnih kategorijah – MINI filmarji, do 10 let; MIDI filmarji, od 11 do 14 let, in MAXI filmarji, od 15 do 19 let – so tekmovali z izbranimi deli animiranih, igranih, eksperimentalnih in dokumentarnih filmov. Na festivalski poziv je prispelo kar 231 filmov iz 23 držav. V tekmovalnem programu se jih je predstavilo 96. Trije animirani filmi naše šole so se uvrstili v tekmovalni program MAXI, v katerem pa je bil zmagovalni film Ironija, avtorja Radheya Jegatheva iz Avstralije. Festivala smo se udeležili dijaki 4. d, Miha Jan Strehovec in Anastasija Spirovska, dijak 4. e, Nejc Maček, in bivši dijakinja naše šole, Zala Zalar in Diana Padovac. Animacije, ki so bile prikazane na festivalu, so imele naslov Po svetu, Pica in Presečenjenje. Z nami je šla mentorica naših animacij, profesorica Mojca Guštin, in spremljevalni učitelj, profesor Davorin Babič. Otvoritvena slovesnost je obsegala krajši govor, opis samega festivala, predstavitev režije in spodbudne besede ter pohvale s strani organizatorjev. Sledil je prikaz 10 filmov in animacij iz tekmovalnega programa; med filmi in animacijami so predvajali eksperimentalne filme, stop-motion animacije in tudi videospot. Svojih animacij nismo videli, saj so bile na sporedu za prikaz v petek, 13. 10. 2017, je pa bilo zanimivo videti, kaj so sposobni ustvariti naši vrstniki



Mentorja in dijaki SMGŠ na otvoritveni predstavitvi festivala.

Foto: Arhiv Enimation 2017

oziroma drugi sodelujoči pri projektu. Po samem predvajanju filmov in animacij je sledil

še ples, ki nas je popeljal pred samo gledališče, kjer smo si ogledali ples do konca in si pri-

voščili kostanj, ki so ga spekli pred prireditvijo.

Obisk in sodelovanje na samem festivalu sta bila zanimiva izkušnja, ker so animacije, ki smo jih izdelali pri pouku, bile prikazane na velikem platnu, pred občinstvom in žirijo. Prav tako je na festivalu sodelovalo več držav: med drugimi tudi Danska, ZDA, Avstralija, kar nam je bilo v še večjo čast. Zahvala gre mentorici profesorici Mojci Guštin za predano znanje in spodbudo.

**Anastasija Spirovska, 4. D**



Voditelja festivala.

Foto: Arhiv Enimation 2017

# Naša košarkarska ekipa

Letos že četrtrič zapored uspešno začenja s tekmovanjem.

Po dveh tekmah so naši fantje nosilci ene zmage in žal tudi enega težkega poraza. Pod vodstvom kapetana Klemna Kostreva so fantje odlično začeli prvo tekmo, na kateri so po

dolgem boju zmagali z rezultatom 37 proti 32. Na prvi tekmi so se poleg kapetana izkazali tudi Edin Purić, Aladin Hadžić in Žan Spalevič.

Druga tekma je bila za naše fantje napornejša in precej dolga. Kljub ogromni želji po zmagi in odličnem prvem polčasu so tekmo izgubili. Največ borbenosti so igralci pokazali pri obrambi, ko so odigrali po najboljših močeh. Končni rezultat druge tekme je bil 20 točk v korist nasprotnikov.

Trener ekipe je tudi letos profesor Edvard Vrenčur, ki pravi, da so fantje odlično odprli sezono, in upa, da bo nadaljevanje še boljše.

Igralci: Klemen Kostrevc (5), Edin Purić (2), Nejc Jordan (3), Nace Hočevar (4), Žak Korlat (6), Tim Mrkonja Stanišljević (7), Žan Spalevič (8), Gregor Ilišić (9), Nejc Šipraga (10), Matic Plantan (11), Alek Orazem (11), Luka Lamberšek.



Ekipo s trenerjem.

Foto: Ana Mihelić

Ana Mihelić, 4. D

## Podaj naprej

Glavno vodilo naših zlatih košarkarjev, ki so nam september naredili več kot magičen. Iz napada niso zgolj vrgli na koš, temveč so si med seboj podajali.

Ne govorimo o žogi, temveč bratstvu, ki nas je popeljalo na sam vrh Evrope. Podajali so si neverjetne frekvence energije, zaupanja in dali občutek »patriotstva«.

Z zmago ali brez. Za nas so bili zmagovalci, saj so nekaj »podali naprej«.

Zakaj tudi med mladimi ne bi zavladal neverjeten občutek: »Poglej, nekaj sem podal naprej!«. Vsak izmed nas ima to možnost. Vsak si želi občutek pripadnosti in sprejetosti. Tako tisti iz prve klopi kot tisti iz zadnje, in tisti vmes seveda. Namen debatnega krožka je, da

bi se dijaki enkrat na mesec srečevali po pouku, se pogovarjali o različnih temah, pričakovanjih, izzivih, šoli ... Tako bi res vsak imel možnost podati nekaj naprej in s tem dodal delček svojega prepričanja.

»Podaj naprej!« nasvet, sporočilo, pomoč, nasmeh ... samo

podaj. Ne ciljaj na trojko, za to bo še čas, za zdaj podaj, kar je v tvoji moči.

Znova se vidimo naslednji mesec.

Katarina Hekič, 4. G

# Podjetniške delavnice

Pri strokovnem modulu kakovost in trženje (KTR), v programu medijski tehnik, tudi v šolskem letu 2017/2018 z dijaki 4. letnika izvajamo delavnice, namenjene spodbujanju samoiniciativnosti in podjetnosti. Želimo, da dijaki izkusijo projektni način dela: od oblikovanja projektne skupine in določitve vodje do načrtovanja dejavnosti, njene izvedbe, spremljanja, poročanja in diskusije.

V okviru podjetniških delavnic dijaki opredelijo različne vidike uspeha, spoznajo razliko med poklicem in poklicanostjo, kako pomembno je poznati samega sebe, svoje prednosti in slabosti, si postaviti cilje ter kako svoj načrt prenesti v realnost; srečajo se z uspešnimi mladimi podjetniki na področju grafične in medijske dejavnosti. S svojimi poslovnimi idejami lahko sodelujejo tudi na državnem tekmovanju Mladi podjetnik.

Dijaki na različnih dogodkih, kot so karierni sejem MojeDelo.com, Informativa 2018, in informativni dnevi, pridobivajo pomembne informacije, povezane z načrtovanjem nadaljnjega izobraževanja ter poklicne in karierni poti: kateri poklici obetajo, kako študirati, kje in kako pridobiti štipendijo, kako urediti bivanje v času študija, katera podjetja ponujajo prakso in katera »prvo« zaposlitev ter koristne napotke o možnostih iskanja zaposlitve, o pisanju osebne predstavitve in o pripravi na zaposlitveni razgovor.

## Zgradimo podjetno prihodnost mladih skupaj!

To je slogan GEA College – Fakultete za podjetništvo, pod katerim nam je Tanja Moračanin, vodja projektov, ponudila sodelovanje. V mesecu novembru 2017 so njihovi predavatelji izvedli tri različne delavnice.

1. Predavateljica Barbara Podlogar je z dijaki 4. c in 4. g izvedla

delavnico **Osebni marketing – JAZ kot blagovna znamka**. Dijaki so preverili, kako vidijo sebe in kako jih vidijo drugi, se seznanili s pomembnimi vidiki graditve blagovne znamke.

**Opis vsebine:** »Vsi se na neki način tržimo: otrok, ki skuša od mame pred spanjem iztržiti ogled še ene risanke, najstnik,

tem ne govorimo veliko in ne prav pogosto, je to še kako res. S svojim vedenjem, telesno govorico, izražanjem prepričan, govorom, obleko pa tudi ciljno naravnostjo drugim v okolici sporočamo, **kdo smo in kaj si želimo**, ter jih hkrati skušamo prepričati, da nas pri naši ideji podprejo. Pa nam to vedno

bite, nič ni izgubljeno, vsega tega se lahko naučimo, se izpopolnimo. Na interaktivni delavnici se bomo naučili, kako najprej prepričati sebe, da boste lahko prepričali tudi druge. Usvojili bomo vrsto korakov ter metod, da boste znali suvereno zastopati sebe in svoje cilje. Naučili se bomo biti bolj prepričljivi.«



Predavatelj doc. dr. Mitja Jeraj.

Foto: Miha Golob

ki si v soboto zvečer želi izposoditi očetov avto, vsak zaposleni, ki želi od nadrejenega izpogajati boljše pogoje, in ne nazadnje tudi vsak, ki išče zaposlitev in želi delodajalca prepričati, da je zanj najboljša izbira.

**Vsak od nas je svojevrstna blagovna znamka** – čeprav o

uspe? Žal to velikokrat počnemo premalo preudarno, smo pri tem neuspešni in se ne zavedamo, kak vpliv imamo na druge in njihovo mnenje. To je lahko tudi posledica tega, da morda ne vemo povsem, kdo smo, kaj si v resnici zares želimo in kaj so naše glavne prednosti ... Ne skr-

2. Mag. Nataša Makovec je z dijaki 4. d in 4. f izvedla delavnico na temo **Trendi v trženju**. Dijakom je pojasnila, kaj je trženje in s primeri predstavila, kakšno je sodobno trženje.

**Opis vsebine:** »Razvoj informacijske tehnologije je povzročil ogromno sprememb pri vedenju



Dijaki na Kariernem sejmu MojeDelo.com.

Foto: Diana Antončič

človeka in potrošnika. V kolikšni meri so se podjetja prilagodila temu? Kakšna je razlika med tradicionalnim in sodobnim marketingom? Ali klasična definicija marketinga sploh še velja?

Na delavnici Trendi v marketingu se pogovarjamo o spremembah, ki jih je povzročil razvoj informacijske tehnologije na področju komuniciranja podjetja s kupci in potrošniki.

Pogledamo primere, kako so se nekatera podjetja uspešno prilagodila novim komunikacijskim in tržnim potem.

Ko govorimo o odzivu potrošnika na oglaševalsko akcijo, je

možnosti nešteto. Vsi odzivi so pravilni, tudi če so drugačni. Kako naj podjetje torej najde pravilo, recept za uspeh? Poznavanje marketinga vsekakor koristi.«

3. Doc. dr. Mitja Jeraj je **podjetništvo in inovativnost** predstavil dijakom 4. e in 4. f. Spregovoril je o različnih vidikih in vplivu podjetništva. Zakaj je to prava pot, pa ponazoril z zgodbami uspešnih. Dijake je pozval, naj razvijajo svoje ideje in pogumno stopijo na samostojno pot.

**Opis vsebine:** »Na delavnici **Podjetništvo in inovativnost** govorimo o nedvoumnem vplivu podjetništva, ki se prek udejanjanja idej najpomembnejšega faktorja celotnega koncepta – podjetnika - transformira na našo konstitucijo realnosti. Primeri, ki so spremenili življenje velike večine ljudi, poslušalce navdušijo in jim načeloma odpro popolnoma nove vzorce razmišljanja v smeri podjetništva. Podatki, da lahko posamezen podjetnik v kratkem roku ustvari več kapitala, kot pa je vreden proračun posamezne države – tudi Slovenije -, dajo nadalje misliti, da je podjetništvo dejansko nevidna sila, ki vpliva na nas, če se tega zavedamo ali ne. Poslušalce se na delavnici spodbuja, da sodelujejo v največji meri s svojimi idejami, z željo, da je naš skupni čas kar najbolj produktiven«

Predavatelji GEA College so dijakom s podatki o potrebah na trgu predstavili študijske programe in jih povabili k sodelovanju v raziskavi o **podjetniški radovednosti srednješolcev**. Dijaki so na delavnicah aktivno sodelovali in se nanje pozitivno odzvali.

**Opisi vsebine delavnic dostopni na naslovu:** <http://gea-college.si/delavnice-za-srednješolce/> (pridobljeno 7. 12. 2017).

**Lea Golob in Iva Molek**



Karierni sejem.

Foto: Iva Molek

# ART by EMA, MIA in TEJA

**Ema Kokalj.** Risanje je moja strast in z njim se ukvarjam že od malih nog. Bolj resno sem začela risati v 6. razredu osnovne šole, saj sem bila osamljena, ker nisem imela veliko prijateljev. Moj navdih je bil Anime (Japonska animacija), kar seveda pomeni, da je bil moj stil risanja podoben temu. V 7. in 8. razredu sem zahajala v področje risanja bolj nasilnih, temnih in depresivnih risb. Risala sem večinoma s svinčnikom ter risb nisem kazala ljudem. V 9. razredu sem začela vedno bolj uporabljati tudi druge potrebšči-

ne, kot so npr. tempore, markerji, barvice, pasteli, rotringi, kuliji ... Ko sem začela hoditi v prvi letnik srednje šole, so se mi spremenili tudi interesi, kar je tudi vplivalo na to, »kaj rišem«. Risala sem več ljudi iz vsakdanjega življenja, portrete

in pokrajine ter se začela profesionalno ukvarjati s proporciji, barvami in prikazom različnih čustev s sliko. Zdaj rišem glasbenike in idole v različnih stilih ter ustvarjam svoje »originalne značaje« in risbe, ki izrazijo moje počutje.

Na moje risanje je ves čas vplivala tako družba kot glasba. Svoj stil sem razvila z veliko vaje in še danes se mi zdi, kot da se vsakič ko rišem, spremeni tudi ta.

**Ema Kokalj, 2. D**



Portret Kpop pevske »Suga«.



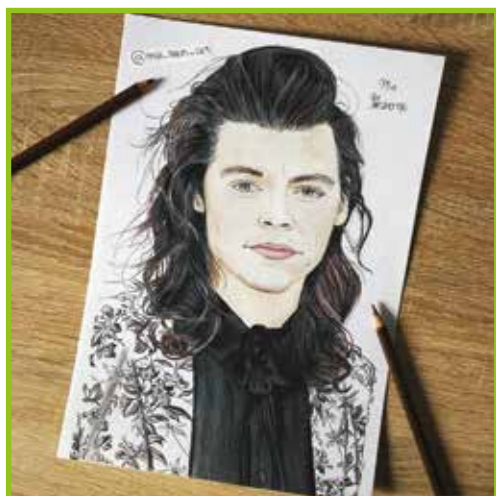
Risba z markerji. Namišljeni liki.

**Mia Škoberne.** Portrete rišem od štirinajstega leta, ustvarjam pa, odkar držim barvico v roki. Moje začetniške ris-

be oziroma portreti mi niso bili všeč. Kot samouku se mi zdi, da mi je bilo na začetku še posebej težko.

Moja inspiracija je že od nekdaj bila in bo fotografija, ki sem jo pred samim risanjem dobro naštudirala in skicirala

na papir. Rišem osebe, ki so mi inspiracija, in tiste, ki jih rada poslušam in gledam (če rišem filmskega igralca ali igralko).



Harry Styles.



Christian DelGrosso.



Liza Koshy.

Moj cilj pri vsaki risbi, medtem ko jo rišem, je, da se poskušam čim bolj približati fotografiji. To pa zahteva veliko detajlov in potrpežljivosti. Pri tem pa je tudi pomembno, da si vztrajen

in si »vzameš čas«, to pa se lahko zavleče v ure in ure sedenja in dejanskega dela. Trajalo je nekaj let, da sem prišla do tod, kjer sem. Brez truda in vztrajnosti mi seveda ne bi

uspelo. Do sedaj sem imela dve razstavi in bila v petih različnih časopisih. Moje prve razstave se je udeležil tudi naš znani atlet v metanju kladiva, Primož Kozmus.

Objave risb lahko spremljaš na mojem Instagramu: @mia\_teen\_art

**Mia Škoberne, 2. D**



Paul Logan.



Selena Gomez.



Mileven.

**Teja Perko.** Risati sem začela povsem brez izkušenj. Moje sošolke, če me spomin ne vara, so v četrtem razredu bile kar dobre v risanju. Risale so punčke, obleke in naravo, medtem ko sem jaz risala »stickmane«. Zato sem se nekega dne odločila, da se želim naučiti risati. Začela sem z naravo ... something easy ... Učila sem se iz youtube video tutorialov »step

by step«. Že od nekdaj je moja najljubša roža vrtnica, zato sem začela kar z njo. Tisti dan sem naredila okoli 40 vrtnic, kar pomeni, da se še danes spomnim postopka. Od tistega trenutka dalje sem skicirala in risala, kar mi je pač prišlo na pamet. Kasneje sem kupila čopiče in barvo ter poskušala s kratkimi potezami čopiča naslikati vrtnico. Za deseti rojstni dan sta mi babi

in dedi kupila kovček za slikanje, ki je vseboval stojalo za platno, akrilne barve, komplet čopičev in paletu. To je bila zame velika prelomnica, saj sem začela slikati na drugačen način in odkrila, kako barve sploh delujejo. Moja prva slika na platnu se je imenovala »waterfalls« in sem jo naredila 7. 4. 2010.

V naslednjih letih sem prenehala slikati in se posvetila risanju s svinčnikom in barvicami. Svet narave in tihožitja sem že kar dobro poznala, zato sem želela risati kaj bolj organskega in dinamičnega: človeka in človeško telo. To je bil zame zelo velik izziv, ker človeka in karkoli je vsebovalo proporce in pravila (arhitektura/človeško telo) nisem in nisem mogla narisati. Vadila sem iz dneva v dan. Vendar to zame ni bilo dovolj, kar me je spravljal ob živce in me pripeljalo do še enega enoletnega premora.

Na srečo sem med tem premorom odkrila novo panogo risa-

nja: digital art. V trenutku mi je bil nadvse všeč in takoj sem dobila navdih. Ker pa sem rahlo pozabila, kako risati človeka, sem poskusila anime/cartoon style. Tudi »anime stil« mi ni šel dobro, vendar je vtisnil izrazit pečat na moj osebni stil risanja, ki ga imam danes.

Šele pred kratkim sem začela risati realistično oziroma portrete. To je moj trenutni stil in bom videla, kam me bo usoda popeljala.

Na družabnih omrežjih sem začela objavljati šele pred kratkim, saj sem prej šele spoznavala svet risanja in pravil, kompozicije, barvne harmonije ... Sedaj mislim, da sem pripravljena pokazati svoja dela širši javnosti. Seveda se bom še vedno učila, ker v umetnosti učenja nikoli ni konec, vendar sem pripravljena na kritike in mnenja drugih.

**Teja Perko, 2. D**



Realistic eye – ogle.



Anime chibi style – digitalno.

# Sporazumevanje je garanje

Sporazumevanje in medsebojni odnosi so sestavni del našega življenja. Komuniciramo in vzpostavljamo odnose na več ravneh, tako v zasebnem kot v javnem življenju. Vsakodnevno se srečujemo in soočamo z različnimi ljudmi, ki imajo različne interese in cilje. Komunikacija v najširšem smislu pomeni, da komuniciramo ves čas, saj nekomuniciranje sploh ni možno. Gre za interakcijo med oddajnikom in sprejemnikom.

S pomočjo komunikacije ljudje spoznavamo samega sebe pa tudi svet, v katerem živimo. Sporazumevati oz. komunicirati se naučimo že zelo zgodaj v življenju. Če pomislimo, komunicirati začnemo že takoj po rojstvu - če ne drugače, pa z mimiko obraza. Komunikacija je ena izmed osnovnih in primarnih človekovih potreb, vendar hkrati predstavlja tudi enega največjih izzivov tako v poslovnih kot v zasebnih medsebojnih odnosih. Sogovornika se v procesu komunikacije drug na drugega ves čas odzivata in odnos je kot dvosmerna cesta. Kadar se ustvarjalni proces komunikacije z ene ali druge strani poruši, so na vidiku težave. Vsekakor drži dejstvo, da obnašanja in načina komunikacije drugih ljudi ne moremo neposredno obvladovati, vedno pa se lahko naučimo obvladovati lastno obnašanje in razvijemo tehnike uspešne komunikacije, zaradi katerih bodo tudi odzivi našega sogovornika postali drugačni. Večina ljudi misli, da se nauči sporazumevati že s tem, ko se nauči govoriti in poslušati, a še zdaleč ni tako.

## NAMENI IN CILJI KOMUNICIRANJA

Eden ključnih dejavnikov komuniciranja je namen komuniciranja, ki določa obliko komuniciranja. Pošiljatelj jo bo izbral glede na svoj čas, vsebino in seveda cilj in glede na naslovnika (starost, motiviranost, izobrazbo, število naslovnikov). Glavni cilj komuniciranja je,

da prejemnik posredovano informacijo uporabi pri svojih nadaljnjih dejavnostih in da se lahko na osnovi prejete informacije pravilno odloči.

## MEDOSEBNI ODNOSI

Komuniciranje še ne zagotavlja trajnejšega odnosa med ljudmi. Lahko pride samo do bežnega srečanja, dejanja ali do izmenjave informacij. Pri vsaki komunikaciji vsakič pride do težjih položajev, saj pogovori, dogodki in določene situacije sprožijo tako vedenje, ki ga sogovornik doživi kot težavo oz. oviro pri doseganju svojega cilja. Komuniciranje in sodelovanje sta nujna procesa za nastanek in ohranjanje medosebnih odnosov.



## TEMELJNE ZNAČILNOSTI MEDOSEBNIH ODNOSOV

### Prizadevanje različnosti

Zaposleni se morajo zavedati, da smo si ljudje različni in vsak ima pravico, da izrazi svoje mnenje. Vendar pa je strah pred nadrejenimi še vedno globoko zakoreninjen, zato se podrejeni iz strahu pred sankcioniranjem

strinjajo z vsem in si ne upajo povedati svojega mnenja, želje. Vsak zaposleni naj bi imel pravico, da s svojim delom, sposobnostmi in znanjem prispeva k razvoju organizacije.

### Vzajemnost odnosov

Ko gre za odnose med podrejenimi in nadrejenimi, so ti predvsem odvisni od razumevanja takšnih odnosov na obeh straneh. Najpogostejša napaka je, da ljudje ne ločijo med osebo in njeno vlogo in so prepričani, da so ljudje na vrhu hierarhične lestvice več vredni od tistih, ki so nižje. Odnosi naj bi bili vzajemni in to se najbolje doseže z dialogom, saj se v njem obe strani odzivata, poslušata in sprejemata predloge.

### Omogočanje osebnega izražanja

Osebno izražanje pomeni, da imamo pravico do izražanja, ustvarjanja novih medosebnih odnosov, individualnosti. Nihče nima pravice ovirati svobodnega izražanja misli, mnenj in čustev ne pri sebi ne pri drugih.

### Dajanje in sprejemanje povratnih informacij

Povratna informacija je pomembna za obe strani, saj omogoča pridobiti mnenje o tem, kaj drugi mislijo, čutijo, kako vedenje drugih vpliva nanje in obratno. Če ni povratne informacije, ni pravega stika med ljudmi in tako se medosebnih odnosov ne da spremeniti, izboljšati, odnosi se le slabšajo.

### Priznavanje nasprotij

Čeprav podrejeni in nadrejeni mislijo različno, oboji želijo za svojo organizacijo najbolje. Prav zaradi tega, ker se ne bojijo izražati svojega mnenja, prihaja do konfliktov. Vendar pa brez konfliktov ni razvoja, zato mora vsaka organizacija sprejemati konflikte in poskrbeti za njihovo sprotno reševanje.



### Priznavanje podobnosti in različnosti v odnosih

Ljudje smo si različni, vendar smo si v določenih lastnostih podobni. Vsak posameznik nekaj ve, zna, vsi skupaj vemo in znamo več, in to je treba v medosebnih odnosih izkoristiti. Vezi se po navadi najprej spletejo med zaposlenimi, ki so si podobni po določenih lastnostih, kjer se najdejo neke skupne točke. Vendar pa se tudi razlike in nasprotja privlačijo, in če se obe strani prilagodita, se lahko razvijejo dobri medosebni odnosi.

### Preprečevanje dvopomenske situacije

To pomeni, da tisto, kar poveemo, tudi mislimo, da se tako



vedemo, da se naša stališča ujemajo z dejanji. To omogoča iskren, jasen in preprost odnos s sogovorniki. Mnogi se namreč pretvarjajo in nekaj govori, mislijo pa popolnoma drugače.

## Odsotnost kakršnegakoli vsiljevanja

Za dobre medosebne odnose je značilno, da ne sme biti nikomur nič vsiljeno. Pomembno je, da se poslovne in delovne naloge določijo sporazumno, ključnega pomena je dogovor. Zaposleni se morajo med seboj dogovoriti, saj to povečuje zaupanje, to pa omogoča učinkovitejše delo.

## Odsotnost nehotene ali nevrotične zlorabe drugega

Če želimo, da bodo medosebni odnosi dobri, je pogubno, če se za reševanje lastnih notranjih konfliktnih situacij uporabljajo drugi. Eden od načinov nevrotične zlorabe drugih pomeni, da neka oseba sodelavcu naroči, naj namesto njega naredi nekaj, česar sama zaradi kakršnega koli razloga noče.



## USPEŠNI MEDOSEBNI ODNOSI

Uspešni oziroma dobri medosebni odnosi so pogoj za osebno srečo in uspeh v mnogih poklicih. Uspešni medosebni odnosi so možni le, če obvladamo določene spretnosti, to so družabne ali medosebne spretnosti. Učiti se jih začnemo že takoj po rojstvu in jih izpopolnjujemo

vse življenje. Če želimo navezovati, ohranjati in razvijati dobre medosebne odnose, moramo poznati temeljne sposobnosti, ki so opisane v nadaljevanju.

## Medosebno poznavanje in zaupanje

V to skupino vključujemo samozavedanje in sprejemanje samega sebe. Zaupanje je prvi pogoj, da se dve osebi sploh lahko spoznata in da sta druga drugi pripravljene razkriti svoja osebna prepričanja. Samorazkrivanje pa je odvisno od tega, koliko se zavedamo sami sebe oziroma svojih reakcij, v kolikšni meri sprejemamo sami sebe in kako dobro to znamo sporočiti drugemu. Pomembno je, da znamo sprejeti tako sebe kot tudi drugega.

## Komuniciranje

Komuniciranje se nanaša na točno in nedvoumno posredovanje misli in čustev, pomembno je, da znamo izraziti sprejemanje in naklonjenost do druge osebe. Spretnost komuniciranja pomeni, da pošljamo sporočila tako, da jih drugi brez težav razbere, ter poslušamo, kar omogoča, da drugega dobro razumemo.

## Medosebno sprejemanje in potrjevanje

Obojestransko sprejemanje in potrjevanje ter podpora obravnava najrazličnejše načine, na katere se lahko odzovemo osebi, ki potrebuje pomoč.

## Konstruktivno reševanje konfliktov v zvezi z odnosom

Poznati moramo strategije za reševanje medosebnih konfliktov na načine, ki pomagajo pri zblizevanju obeh udeležencev, pri ohranjanju in razvijanju odnosa, kajti konflikti so neizbežni in ponujajo možnost za nadaljnji razvoj.

Za odkrite in uspešne medosebne odnose je pomembno, da smo do ljudi spoštljivi, to pome-

ni, da jih spoštujemo zato, ker so takšni, kot so. Vsaka oseba je edinstvena in ima lastnosti, ki so dane samo njej. Do drugih oseb moramo biti iskreni, smo to, kar smo, zato je treba jasno in iskreno govoriti o svojih občutkih in stališčih. Smo sočutni, kar pomeni, da znamo čutiti z drugimi ljudmi, in ko so v stiski, smo jim pripravljene pomagati.

## PROCES KOMUNICIRANJA SESTAVLJAJO ŠTIRJE ELEMENTI:

- oddajnik oziroma **pošiljatelj**, ki je vir informacij in tudi pobudnik komunikacijskega procesa;
- **sprejemnik** - poslušalec, sogovornik, ki je lahko oseba, skrupina ali naprava;
- **sporočilo** oziroma informacija, ki je lahko besedna ali nebesedna;
- **komunikacijska pot** - kanal, ki je lahko osebni, neposredni stik, telefon, pismo, e-pošta ...

## KOMUNIKACIJA JE TEMELJ ODNOSA

Če se želimo dobro sporazumovati, moramo poznati abecedo uspešne komunikacije. Njena prva črka je osebna komunikacija. Poleg tega je pomembno, da se osebi med seboj poslušata, kaj si imata povedati, in si vmes ne segata v besedo. To je včasih, kadar gre za konflikte, kjer je prisotno veliko jeze, zelo težko in naporno.

Tudi v težkih situacijah s komunikacijo lahko marsikaj dosežemo. Ko včasih ne vemo, kaj narediti, nam vedno ostane rešitev in to je pogovor.

## ČE SE ŽELITE IZBOLJŠATI V KOMUNICIRANJU:

- mislite lahko, to,
- spoštujte sogovornika,
- vživite se v sogovornika,
- besedna in nebesedna komunikacija naj bosta usklajeni,
- pozorno poslušajte,
- upoštevajte čustveno komponento.

## ELEMENTI DOBREGA POSLUŠANJA:

- slišati,
- interpretirati,
- oceniti sporočilo,
- odzvati se.

Komuniciranje je uspešno le, če zastavljene cilje tudi dosegamo, poleg tega pa si moramo prizadevati, da te cilje dosežemo s čim manjšimi sredstvi (čas, denar, energija)

Ljudje smo si med seboj različni in te razlike nas delajo edinstvene. Vsak od nas ima skupek različnih lastnosti, ki tvorijo edinstven karakter. In prav to dela naše življenje zanimivo, saj



se vsak od nas drugače odziva in sprejema ljudi, ki mu v življenju prihajajo nasproti. Dobra komunikacija in medosebni odnosi so ključnega pomena, da smo zadovoljni na delovnem mestu, vendar smo za dejansko stanje odgovorni mi sami in naši sodelavci.

**Kjer je volja, je tudi pot.** (angleški pregovor)

In mogoče je že čas, da vsak od nas pokaže malo dobre volje in začne z malimi stvarmi in dejavnimi tlakovati pot, ki bo vodila k spremembam na bolje.

(Seznam literature hrani uredništvo.)

**Veronika Čampa, 3. G**

# S Klemnom Kostrevcem

Kapetan šolske košarkarske ekipe, Klemen Kostrevc, je postal prava filmska zvezda.

**Ana:** Kako so te izbrali in kakšni so bili tvoji prvi občutki, ko si izvedel, da boš igral glavno vlogo v filmu?

**Klemen:** Za film sem slišal na samem začetku, ko so začeli iskati igralce, ampak se nekako nisem zmenil za to, saj se mi je zdelo, da bi mi vzelo preveč časa. Nato pa so po zaključnem košarkarskem turnirju navezali stik z menoj, saj so se zanimali zame. Seveda sem bil za, ker me zelo zanima celoten proces snemanja filma, obenem pa igram tudi košarko, kar mi je kasneje tudi pomagalo pri snemanju. Nekajkrat sem prišel na Viba film, kjer so imeli avdicije, ampak jaz sem to izpustil in šel direktno na vaje in razne improvizacije tekstov iz filma, kjer so me v trimesečnem obdobju dobro pripravili na prihajajoče igranje v filmu. Šele po nekaj vajah pa sem dokončno izvedel, da sem dobil glavno vlogo, kar me je zelo razveselilo, ker je to pomenilo, da bom sodeloval pri kar največjem delu snemanja.

**Ana:** Kakšno vzdušje je bilo na samem snemanju? Ali ste se kot ekipa vsi dobro ujeli?

**Klemen:** Na setu je bilo zelo sproščeno in zabavno, ker smo se igralci in vsi oddelki med seboj ujeli in ni bilo nobene napetosti ali živčnosti. Hkrati pa smo se vsi med snemanjem vedli profesionalno. Čeprav so bili tudi zabavni trenutki, smo se med sabo dopolnjevali in popravljali napake z namenom, da bi bil film čim prej končan ter čim bolj ustvarjen. Jaz sem se gibal bolj v krogih snemalne ekipe. Vsak dan, ko sem prišel na snemanje, sem kot igralec

najprej prišel v oddelk kostuma, kjer sem se preoblekel v svoj lik, nato sem šel direktno v masko, kjer so me naličili in uredili frizuro, nazadnje pa sem prišel do režiserja in direktorja

živ? Tebe so namreč prvič videli na platnu.

**Klemen:** Nobeden ni mogel verjeti, da sem to jaz, saj so me dobro pomladili in čisto spremenili moj videz. Film je bil vseč



filma, s katerim smo vadili kratke prizore. Nazadnje smo ta prizor še posneli. Torej, jaz sem to »kemijo« ujel predvsem z omenjenimi oddelki, saj sem bil željan izvedeti čim več kakršnih koli informacij. Drugače je pa celotna ekipa bila odlično povezana, kar pa se opazi tudi pozneje, na kvaliteti posnetkov.

**Ana:** Ko so si film ogledali tvoji najbližji, kakšen je bil njihov od-

otrok, saj ima lepe barve in s tem prikaže to otroško igrivost, hkrati je pa bil vseč tudi starejšim, ki so se z liki spomnili svoje preteklosti. Staršem je bil še posebej vseč karakter mojega lika, saj sta mnenja, da sem tak tudi jaz – visok, len in veliko jem.

**Ana:** Kakšni so bili tvoji občutki po ogledu končnega izdelka (filma)? Ali so izpolnjena vsa tvoja pričakovanja?

**Klemen:** Kot vsak, ki gleda ali poslušá posnetke sebe, si sprva nisem bil vseč in sem tudi opazil mnogo napak v igri, ki pa jih mogoče ni videl nihče drug. Je tudi kakšen prizor, s katerim nisem zadovoljen in bi ga najraje izrezal ven, ampak film je vseeno najboljši kot celota. Preden sem prvič videl končni izdelek, od svoje igre nisem veliko pričakoval, sem že pri prvem prizoru opazil, kako dobro so posnetki barvno popravljani in kako dobro so kadrirani, kar je tudi skrilo tiste male napake, tako da sem bil prijetno presenečen.

**Ana:** Kako si zadovoljen s svojo košarkarsko kariero, saj tudi v resničnem življenju treniraš košarko in si kapetan šolske košarkarske ekipe?

**Klemen:** Sem zelo zadovoljen, saj uživam v športu ter se njega in vsakodnevnega prihajanja na treninge še dolgo ne bom naveličal.

**Ana:** Če bi se snemal drugi del filma, ali te lahko pričakujemo v nadaljevanju kot, seveda, glavnega junaka?

**Klemen:** Jaz sem mnenja, da je treba delati to, kar te veseli, in mene zelo veseli snemanje kot celoten proces. Konec koncev pa meni osebno igranje ne leži preveč. Čeprav je ekipa lepo skrbela zame od začetka pa vse do danes, se jaz pač ne vidim več kot igralca. To je bila edinstvena izkušnja, ki bi jo veliko otrok rado preizkusilo, a na žalost jih veliko ne dobi te možnosti.

Ana Mihelić, 4. D

# Preparation for easier professional communication

The workshop's theme was professional communication in a workspace. The goal was to practice communicating with potential freelance graphic design clients. The workshop was divided into two parts – writing a formal email and conducting a meeting.

For the first task we received a mock email from a potential client, and our goal was to respond to that email and arrange a meeting. While writing the response we had to be careful to compose the email formally and professionally. Prior to the workshop we were given a worksheet with useful English terms from our field (media), which we translated into Slovene. Later, during the workshops, we could use that worksheet to help us compose the email using proper vocational vocabulary. In the email we had to put ourselves in the shoes of a freelance designer to ask our client for additional informati-

on and relevant materials (for example a business card).

The next task was to prepare all the questions we needed to ask the client at the meeting – questions regarding the job we would be doing for them, the budget, and any additional information we'd need to finish the job successfully. After we had our questions and answers written down, we performed a mock interview with either our teacher, Rebecca, or a classmate, who we worked together in pairs with the whole workshop.

The workshop was extremely useful. Both of our professors lead us through the whole process of arranging a proper professional meeting with a client, checked our work as we went, and gave us all very useful tips and information. We can put all of this to use when we start looking for a job. The workshop was also great, because both of our teachers have had experien-

ce with clients. With this experience they could give us examples and tips we can utilize in a professional environment.

The workshops were also very interesting and different from our usual English lessons since we were joined by Rebecca, a teacher originally from the US but now living in Slovenia. She is a graphic designer as well as a

foreign English teacher at OUTJ (»Zavod za obogateno učenje tujih jezikov,« an enriched foreign language learning project). She shared experiences from the business world, and the lessons were very beneficial since we only communicated in English, which gave us a chance to improve our English vocabulary and language skills.

**Anastasija Spirovska, 4. D**



First meeting with a customer in person.

Foto: Luka Hudobivnik



Reenactment of a professional meeting in a coffee shop.

Foto: Luka Javornik



First meeting with a customer in person.

Foto: Luka Javornik

# Nadruzi strani z Mihom Golobom

**Miha Golob je mlad učitelj tehnologije in praktičnega pouka, s katerim sem si noro želela opraviti intervju. In sem ga.**

**Sara:** Kako to, da ste se odločili za poučevanje na Srednji medijski in grafični šoli?

**Miha Golob:** Po zaključku študija sem iskal priložnost za redno zaposlitev. Izvedel sem za razpis na šoli in se prijavil. Rad delam z mladimi, saj sem že prej delal kot vaditelj plavanja, in verjamem, da je bila v tistem trenutku to prava odločitev.

**Sara:** Če ne bi bili profesor, v katerem drugem poklicu bi se videli?

**Miha Golob:** Verjetno kot snemalec ali fotograf.

**Sara:** Se zaradi svojih mladih let počutite bližje dijakom?

**Miha Golob:** Sam se ne počutim več tako mlad, verjetno pa je drugače, če pogledamo z vašega stališča. Spomini na gimnazijska leta so bolj sveži kot pri starejših kolegih, vendar se sistem vrednot v tem starostnem obdobju krepko spremeni.

**Sara:** Se vam zdi delo profesorja naporno? Ali si zraven dela še vedno najdete prosti čas zase?

**Miha Golob:** Prva leta so naporna predvsem zaradi številnih dodatnih izobraževanj in usposabljanj, ki jih mora opraviti nekdo, ki nima pedagoške izobrazbe. Tudi delo v učilnici je sprva zelo naporno, saj je hkrati dejavnih toliko različnih spremenljivk, a je vsako leto lažje. Tu so še številne obšolske dejavnosti, kot so fotografiranje dogodkov, urejanje šolske spletne strani, izobraževanja ...

Prostega časa je malo, ampak je to v tem starostnem obdobju pričakovano, saj so ambicije visoke.

**Sara:** Ali imate v tem prostem času kakšne zanimive hobije? Kaj radi počnete?

**Miha Golob:** Predvsem se rad ukvarjam s športom, za katerega redko najdem dovolj časa. Najraje pobegnem v hribe z gorskim kolesom ali se odpravim skejstat na kakšen poligon v okolici Ljubljane. Če je le možno, pa se odpravim na kakšno potovanje. Zadnje poletje sem bil na primer na Baliju in Gili

se ga mora zavedati in delati v smeri, da ga čim bolj izkoristi.

**Sara:** Kaj mislite, kaj dijaki cenijo pri profesorjih oziroma ali se vam zdi, da je spoštovanje pomembno za uspešno sodelovanje med dijaki ter profesorji?

**Miha Golob:** Dijaki cenijo strokovnost, nepristranskost in odprtost profesorja. Hitro pride do zamer, če dijaki čutijo, da so bili oškodovani oziroma se

**Miha Golob:** Vstanem med 6. in 7. uro. Potem se odpravim v službo, kjer sem po navadi do 14. ure. V tem času sem v učilnicah, imam govorilne ure, opravljam druga opravila (obdelava fotografij, priprava objav za šolsko spletno stran). Med glavnim odmorom grem pogosto na kavo. Okrog 14. ure se odpravim domov in malo pospravim po stanovanju, preberem kakšno novico ali brskam po internetu. Če je lepo vreme, pa se v tem času odpravim na rekreacijo.

Okrog 16. ure se lotim kuhanja kosila in pojem okrog 17. ure. Nato po navadi pogledam kakšno TV serijo (zadnje čase This is us). Sledijo priprave na pouk, delo za kakšnega izmed šolskih ali zunanjih projektov. Nato pojem večerjo. Če uspe, zvečer še malo prižgem TV ali odprem kakšno knjigo pred spanjem.

**Sara:** Kje se vidite čez 10 let?

**Miha Golob:** Upam, da z družino kot lastnik manjšega hostla za surfanje in gorsko kolesarjenje na kakšnem otoku sredi oceana.

**Sara:** Kaj bi bilo vaše sporočilo dijakom, ki jih učite?

**Miha Golob:** Prvi del, na katerega pogosto pozabimo, je, da naj bodo najprej ljudje, da naj se lepo vedejo do drugih, so spoštljivi, skrbijo za okolico in naravo. Na tem mestu ne bi bil rad klišejski in zato ne bi rad uporabil kakšnega citata, a sem zadnjič v TV-seriji slišal čudovit stavek: »Working hard gets you the big house and the fancy cars«. Torej trdo delo je drugi del sporočila.

**Sara Janevski, 3. D**



Miha Golob z BMX kolesom.

Foto: Arhiv Miha Golob

otokih, kjer sem deskal na vodi. Konec tedna si rad vzamem čas za druženje s prijatelji ali pa z dekletom pogledava kakšen film, saj se med tednom zaradi službenih obveznosti bolj malo vidiva.

**Sara:** Ali vidite veliko potenciala za uspeh pri svojih dijakih?

**Miha Golob:** Defenitivno. Veliko dijakov je, ki so že dosegli številne uspehe, in verjamem, da bo med vami veliko uspešnih na poslovnem in osebnem področju. Potencial seveda sam po sebi ni dovolj, vsak posameznik

učitelj ne drži dogovorjenega, medtem ko na svoje obveznosti, roke za oddajo izdelkov in dogovore radi pozabijo ...

Spoštovanje mora biti vzajemno. Seveda je to zelo pomembna komponenta dela v šolskem okolju, vendar še zdaleč ni edina. Ne smemo pozabiti, da smo vsi ljudje, ki še zdaleč nismo popolni. Napake se dogajajo, a se moramo truditi, da delamo po svojih najboljših močeh.

**Sara:** Kakšna je vaša dnevna, tedenska rutina?

# ... in z Ivanom Zupancem

Njegova predavanja so vedno zanimiva, saj je kot odprta enciklopedija.

**Sara:** Koliko let že poučujete na Srednji medijski in grafični šoli?

**Ivan Zupanc:** Na SMGŠ poučujem že od leta 1980.

**Sara:** Če ne bi bili profesor, v katerem drugem poklicu bi se videli?

**Ivan Zupanc:** Najverjetneje bi bil diplomat ali analitik v državni službi. V osnovi sem družbo-

slovec, zato profesionalno ne bi bil glasbenik.

**Sara:** Kakšen odnos imate do dijakov, se z njimi dobro razumete?

**Ivan Zupanc:** Menim, da se z dijaki dobro razumem in da imamo dober odnos. Je pa vprašanje, kako se oni razumejo z mano. (smeh)

**Sara:** Se Vam zdi delo profesorja naporno? Ali imate kaj prostega časa?

**Ivan Zupanc:** Če resno vzamemo svoj poklic, potem delo ni naporno, če bi pa delali zaradi denarja, bi najverjetneje delo bilo naporno. Poleg dela pa si najdem prosti čas, saj imam dve kmetiji, kjer se lahko »igram«.

**Sara:** Ali vidite veliko potenciala za uspeh pri svojih dijakih?

**Ivan Zupanc:** Da. Napredek med prvim srečanjem in trenutkom, ko se razidemo, je velik. Menim, da bi s pravilnim vodenjem lahko uspeli mogoče tudi v Hollywoodu.

**Sara:** Koliko časa že igrate citre in kje ste se jih naučili igrati?

**Ivan Zupanc:** Pred citrami sem igral orglice, kitaro in kontrabas. Vse to tudi pri orkestru, in ko sem študiral za maturo, sem se šele učil igrati na citre, torej sedaj jih igram že 42. leto.

**Sara:** Ali imate kakšnega vzornika in kdo je to?

**Ivan Zupanc:** Ne. Mislim, da nimam.

**Sara:** Ali imate poleg citer še kakšno glasbilo, ki ga igrate?

**Ivan Zupanc:** Ne, to je trenutno edino glasbilo, ki ga igram.

**Sara:** Kolikor vemo, ste na naši šoli že veteran, zato ste gotovo naleteli na kakšne smešne situacije z dijaki.

**Ivan Zupanc:** Verjetno je bil najbolj smešen dogodek, ko sta bila dva dijaka alkoholizirana in sta sedela na kostanju ter sta iz prve veje pozdravljala mimoideče. Bilo je tudi, ko je dijak na držalo metle obesil znak »Učite se« in z napisom mahal skozi okno in korakal iz tretjega nadstropja. Potem pa sem jaz stekel za njim in ga v drugem nastropju dohitel ter rekel, da manjka napis Tito.

**Sara Janevski, 3. D**



Prof. Zupanc ob citrah.

Foto: Edi Kladnik



Med predavanjem.

Foto: Miha Golob

# Los Angeles ali mesto angelov

In končno je prišlo tisto zgodnje oktobrsko jutro, ko smo se z avtom odpeljali do Brnika. Do letališča, kjer sva se z mami vkrkali na letalo za Amsterdam, od tam pa na dolg polet s 1000 km/h na višini 11.000 m, dolgih enajst ur, prek luže do dolgo pričakovanega Los Angelesa.

Po vseh izpolnjenih obrazcih in podrobnem pregledu sva stopili na ulico in prvič zadihali kalifornijski zrak. To je to, tukaj sem, čisto zares sem tukaj.

Teden dni sva bili nastanjeni v hollywoodskem hostlu v neposredni bližini znamenite aleje slavnih Walk of Fame. Po zajtrku sva si vsak dan ogledali

delček dvajsetmilijonskega Los Angelesa: Downtown s številnimi nebotičniki in muzeji, med njimi slavni Museum of USA Art, Old Library, železniško postajo, videno v filmih, Venice Canals and Beach s popularnim skate parkom, Santa Monica Beach z obalno stražo, Universal studio, ki te popelje v čarobni svet Harryja Potterja in

ostalih filmskih junakov, Melrose place s slavnimi osebami in trgovnicami, živalski vrt, Hollywood Hills z znamenitim napisom, observatorijem in vilami slavnih, Bel Air, Griffith Park, Beverly Hills z najdražjimi trgovnicami na Rode odrive ...

Najbolj me je presenetil Walk of Fame – na pločniku slavnih vidiš ljudi s celega sveta, filmske zvezde, mladoletnega brezdomca, policista, preprodajalca mamil, damo s kužkom ... Nihče od njih pa ne trzne z očesom, ko prestopi napol mrtvega brezdomca, ki leži na ulici.

Meglisce smoga, voda iz plastenk, stari in mladi brezdomci, ki ležijo na ulicah, zakajeni in zadrogirani zgubljeni ...

Da, to je temnejša stran Amerike. Svetla pa slavni ljudje, popolna izbira v trgovinah, dobri avtomobili, palme, sonce, toplo morje in neskončne peščene plaže ...

Los Angeles je pravo mesto za medije, bila sem priča snemanju treh filmov, povsod fotografi in veliko možnosti za zaposlitev. Med vožnjo s taksijem sem spoznala gospoda, ki je napisal scenarij za film in ga ravno prodal Walt Disneyju, rekel je, da ima Los Angeles neskončno priložnosti, samo biti moraš na pravem mestu ob pravem času.

Po enem mesecu si resnično želiš priti nazaj. V Slovenijo. Ampak zdaj, ko sem doma, že komaj čakam, da bom lahko spet odpotovala. Po srednji šoli bi se rada izobraževala na eni od ameriških filmskih univerz in res upam, da bom imela to priložnost.

Ni pomembno, kako daleč greš in kam odhajaš. Vedno si boš želel nazaj domov. Nisem si mislila, da bom tudi sama to občutila tako.

**Lea Bitenc, 2. D**



Downtown Los Angeles.

Foto: Lea Bitenc



Urban Lights.

Foto: Lea Bitenc



Santa Monica Beach.

Foto: Lea Bitenc

# Nam gre lahko še slabše?

Če se mogoče kdo med vami še ne zaveda resnega problema, ki ogroža naše človeštvo, bi bilo dobro, da v roke vzame kakšno knjigo ali malo pobrska po internetu, kajti globalno segrevanje je resnično!

Veliko ljudi v globalno segrevanje ne verjame. A vendar, sama sem mnenja, da je globalno segrevanje velik problem, ki se tiče vsakega Zemljana, zato bi se o tem splačalo veliko vedeti. Na kratko je globalno segrevanje višanje normalnih temperatur ozračja ter oceanov, povzročitelj pa smo prav mi, ljudje. Temperatura na našem prele-

pem planetu se je v zadnjih 100 letih povečala za 0,6 stopinje Celzija, kar se mogoče res sliši malo premalo za to, da bi nas skrbelo, ker 0,6 stopinj Celzija je tako rekoč skoraj nič, a vendar je to veliko več, kot je naš planet navajen. Torej, če se segreva planet, se topijo ledeniki, puščave se širijo, podnebje se spreminja in kraji, kjer je bilo včasih ču-

dovito podnebje za rast različne hrane, odmirajo ... Si zdaj že ustvarjaš predstavo o tem, kam to pelje?

Ljudje v zrak vsak dan spuščamo ogromno toplogrednih plinov ter s tem ustvarjamo učinek tople grede. To pa še ni vse ... Mislím, da vsi poznamo tiste ogromne farme, ki gojijo živino, kajne? No, kakor se to sliši smešno, je tudi zelo res, kajti živali, kot so krave, ovce, koze ..., ki se hranijo pretežno s travo, zaradi slabe prebave v zrak s svojimi plini spuščajo metan, ki je močan toplogredni plin. Metan je od ogljikovega dioksida, do katerega še pridemo, 20x bolj nevaren za segrevanje Zemlje, zato veliko znanstvenikov meni, da govedo z metanom povzroča celo več škode kot emisija avtomobilov ter tovornjakov.

Ogljikov dioksid se izloča s posekavo rastlinja, ki se je v zadnjih letih močno povečalo, za pridobivanje različnih materialov ter za postavitev večjih tovarn. Ko smo ravno pri tovarnah, je morda še zanimivo omeniti, da veliko podjetnikov, ki imajo v lasti ogromno tovarn, zanika njihov slab vpliv na okolje.

Kaj pa lahko za izboljšanje planeta narediš ti?

Za ustavitev globalnega segrevanja je treba zmanjšati porabo fosilnih goriv in izpust ogljikovega dioksida v ozračje.

Torej, hodi čim več peš, ne meči smeti na tla, ne odtrgaj vsake vejice na drevesu samo zato, ker ti je dolgčas in še sam poskusi podati idejo, kako lahko globalno segrevanje zmanjšamo na dolgi rok.

Nikoli ne vemo, kam ta svet pelje. Morda se zadušimo v metanu od govedu ali pa nas ubije pomanjkanje hrane in poplava staljenih ledenikov, našo civilizacijo zavzamejo vesoljci ali pa mogoče samo malo pretiravam ... V vsakem primeru se je dobro najprej ozreti po problemih, ki so za naš obstoj resnično pomembni, saj verjamem, da nihče od nas noče vzgajati svojih otrok v takšnem okolju. Za trenutek pozabimo na to, kaj je imela naša soseda včeraj oblečeno in katero znamko oblačil nosimo, saj na koncu, ko se bomo borili za obstoj, to ne bo pomembno. Če vsak pripomore vsaj nekaj malega, se naša družba lahko izoblikuje v družbo, ki ima prihodnost, v družbo, o kateri slišimo v zgodbicah ... V 100 letih smo prišli relativno zelo daleč, od pametnih telefonov pa vse do robotov ter pravic ljudi, zakaj ne bi tega izkoristili in naredili tudi napredek v svojem naravnem okolju ter popravili napake, ki smo jih naredili? Gre za prihodnost ne samo nas, ampak tudi naših otrok in živali, ki živijo na tem planetu. Vsak ima pravico živeti v čistem okolju, zato poskrbimo zanj že zdaj, da ne bo jutri prepozno!

**Sara Janevski, 3. D**



Poseg v naravo; viadukt Črni Kal.

Foto: Jan Zorič

# Sprehod do koša – ali mi je mar za videz okolice?

Skrb za naše okolje je eden od glavnih ciljev, ki bi ga morali imeti v prihodnosti. Pitna voda, čist zrak in kakovostna hrana niso tako samoumevni. Vsak posameznik in vsako dejanje šteje. Zato smo letos že v oktobru zbirali odpadni papir v sklopu vsakoltnne zbiralne akcije. Nabralo se je 1340 kg starega papirja in tako smo v šolski sklad prispevali 87 evrov. Vsem, ki ste sodelovali, se najlepše zahvaljujem.

Z letošnjim šolskim letom smo na šoli pridobili novo razdelilnico hrane in tako namesto sprehoda do jedilnice v okolici šole, dijaki ostanete v šoli in imate več časa, da se v miru posvetite prehrani. Že prvi dnevi v septembru so pokazali slabe plati te spremembe. Ne le smeti povsod po šoli, okoli šole in prepolni koši, ampak tudi ostanki ali celo vsa hrana so ležali naokoli. Sicer se je v na-

slednjih mesecih zadeva malo izboljšala, a vseeno se sprašujem, zakaj? Vam je res vseeno, če sedite ali se družite v okolici, ki spominja na smetišče? Res je, da je na šoli sedaj kakšen koš premalo, a je šola poskrbela za rednejše praznjenje. V razredu koš ni namenjen za ločeno zbiranje odpadkov, zato vas prosim, da odpadke odložite v koše na hodniku ali v prostoru pri jedilnici, saj si želim, da ločujete

odpadke. Tudi zunaj v okolici šole je preveč odpadkov, ki jih odvržete kamorkoli. Menim, da ste vsi dovolj ozaveščeni, kam spada kakšen odpadki. Če niste prepričani, kam spadajo, je vseeno bolje, da jih prinesete vsaj do koša in ne vržete na tla ali pod klop, polico ali pa se celo potrudite, da jih kam zatlačite, kamor res ne spadajo.

Na popularno temo, kako dobro znate ločevati v teoriji, sem pri-

pravila nagradni kviz. Odgovore s podatki oddajte v zbornici do 28. 2. 2018. Med pravilnimi odgovori bomo izžrebali enega in nagradenec bo prejel praktično nagrado.

Za konec vas še enkrat prosim, da s svojim odnosom in obnašanjem do okolice dokažete, da ste zreli za življenje v urejenem okolju.

**Gabi Dernulovec**

## Nagradna igra

V primeren koš napiši številko odpadka. Na list z odgovori napišite ime in priimek ter razred.

List oddajte v zbornici do 28. 2. 2018

KOŠ ZA PAPIR	KOŠ ZA EMBALAŽO	KOŠ ZA BIO ODPADKE	KOŠ ZA OSTALE ODPADKE

1. pločevinka energijske pijače
2. folija od sendviča
3. plastični pokrovček
4. prazni dezodorant
5. brisačka za brisanje rok
6. cigaretna škatlica
7. časopis
8. čajna vrečka
9. alufolija
10. brošura

11. baterije
12. kartuša, črnilo
13. ovitek čokolade
14. vrečka bonbonov
15. ovitek sendviča
16. ogrizek jabolka
17. kartonska škatla
18. tuba zobne kreme
19. prazni vžigalnik
20. zgoščenka

21. jogurtov lonček
22. jajčna lupina
23. plastenka soka
24. zvezek
25. tetrapak od mleka
26. kavna usedlina
27. kemični svinčnik
28. knjiga
29. maskara za trepalnice
30. kovinski vijak

31. olje za cvrtje
32. lepilni trak
33. keramični lonček
34. lonček za kavo
35. ostanek sendviča
36. toaletni papir
37. vrečka od malice
38. mobilni telefon
39. raztrgane nogavice
40. košček oglekala



## Kratka šola ločevanja

Vir: <http://www.snaga.si/locevanje-odpadkov>

	PAPIR IN KARTON	EMBALAŽA
<b>Kaj odlagamo?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• časopise in revije</li> <li>• zvezke in knjige</li> <li>• prospekte in kataloge</li> <li>• pisemske ovojnice</li> <li>• pisarniški in ovojni papir</li> <li>• papirnate nakupovalne vrečke</li> <li>• kartonsko embalažo in lepenko</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• plastenke, konzerve in pločevinke</li> <li>• votla sestavljena embalaža mleka, sokov ipd. (tetrapak)</li> <li>• plastenke čistil in pralnih sredstev</li> <li>• plastične vrečke in jogurtovi lončki</li> <li>• plastična embalaža šamponov, zobnih krem in tekočih mil</li> <li>• embalaža CD-jev in DVD-jev</li> <li>• plastična in alufolija, v katero so zaviti izdelki</li> <li>• embalaža iz stiropora</li> </ul> <p>Pomembno je, da embalažo izpraznimo in stisnemo. Ni je treba izpirati ali prati.</p>
<b>V zabojnike ne smemo odlagati:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kartonske votle embalaže tekočin</li> <li>• indigo kopirnega, povoščenega ali plastificiranega papirja,</li> <li>• cigaretne zavojčke</li> <li>• higienskega papirja – papirnatih brisač, prtičkov, robčkov</li> <li>• z živili pomazane ali prepojene papirnate in kartonske embalaže</li> <li>• kakorkoli umazanega ali navlaženega papirja in kartona</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• plastične embalaže nevarnih snovi ali njihovih ostankov</li> <li>• celofana</li> <li>• CD, DVD</li> <li>• kosovnih plastičnih predmetov</li> <li>• igrač</li> </ul>
<b>Kam gre zbrano?</b>	<p>Vse ločeno zbrane frakcije skladno s pogodbo prevzame družba za ravnanje z odpadno embalažo. V papirnicah papir in karton pripravijo za obdelavo – odstranijo lepilo, vezavo, kovinske dele in smeti – ter surovine primerno predelajo. Nato iz predelanega kartona in papirja izdelajo papirnate vrečke, toaletni papir in papirnate brisače, kartonsko embalažo za jajca, ovojnice, zvezke, mape ...</p>	<p>Snaga ločeno zbrano embalažo skladno s pogodbo preda (in ne proda) embalažnim družbam, ki jo natančno presortirajo in predajo predelovalcem odpadkov. Ti iz plastične embalaže izdelujejo npr. ohišja za kemične svinčnike in vžigalnike, različne cevi, tlakovce, vrečke, preproge, spalne vreče, avtomobilske dele in čopiče ... Iz votle embalaže (tetrapak), ki je sestavljena iz kartona, polietilena in aluminijeve folije, pa s postopkom termičnega stiskanja izdelujejo tudi posebne plošče Tectan, ki se uporabljajo v pohištveni industriji</p>

	PREOSTANEK ODPADKOV	ORGANSKI BIOLOŠKO RAZGRADLJIVI (BIO) ODPADKI
<b>Kaj odlagamo?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• plenice in mačji pesek</li> <li>• ohlajen pepel in vrečke iz sesalca</li> <li>• tkanine, usnje in šiviljske odpadke</li> <li>• kasete, filme in fotografije</li> <li>• pluto in gumo</li> <li>• keramiko, porcelan in klasične žarnice z žarilno nitko</li> <li>• izolacijsko in avtomobilsko steklo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zelenjavne in sadne odpadke vseh vrst</li> <li>• jajčne lupine</li> <li>• kavno usedlino in filter vrečke</li> <li>• pokvarjene prehranske izdelke</li> <li>• kuhane ostanke hrane in gnilo sadje</li> <li>• papirnate robčke, brisače in papirnate vrečke</li> <li>• odpadno vejevje, travo in listje</li> <li>• staro zemljo lončnic, rože in plevel</li> <li>• steljo malih rastlinojedih živali</li> </ul>
<b>V zabojnike ne smemo odlagati:</b>	<p>Vse, kar lahko odložimo v ostale zabojnike.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cigaretne ogorkov</li> <li>• kosti</li> <li>• plenice in higienskih vložkov (odlagamo jih med preostale odpadke)</li> <li>• mačjih iztrebkov in fekalij (odlagamo jih med preostale odpadke)</li> <li>• tekstila, usnja, gume in plute</li> <li>• mrtvih živali</li> <li>• zdravil, kemikalij, maščob ali odpadnega kuhinjskega olja (v nevarne odpadke)</li> </ul>
<b>Kam gre zbrano?</b>	<p>Preostanek odpadkov najprej usmerimo v drobilnik, od koder zdrobljeni potujejo v sito, ki loči različne vrste odpadkov. Naprave lahko ločijo različne frakcije odpadkov, lahke od težkih (bioloških), nato po barvi in dimenzijah (tridimenzionalne od dvodimenzionalnih), magnet loči tudi neželezne kovine. V nadaljnjem postopku izločimo plastiko in različne barve stekla, z magnetom pobereмо železo, odberemo pa tudi druge kovine, na primer aluminij. Vse te snovi so namenjene v reciklažo, česar se ne da ponovno uporabiti, pa v regijskem centru predelamo v gorivo, ki ima podobno kalorično vrednost kot rjavi premog. Iz mešanih komunalnih odpadkov na takšen način izločimo kar največ sekundarnih surovin in tako dosežemo, da na odlagališču Barje konča manj kot pet odstotkov odpadkov.</p>	<p>Za predelavo biorazgradljivih odpadkov so ključni posebni reaktorji (fermentorji), kjer poteka biološka razgradnja organskih snovi brez prisotnosti kisika – anaerobna fermentacija. V vsakem fermentorju so mešala, ki približno tri tedne zelo počasi premikajo oziroma vrtijo odpadke, ki se ob odsotnosti kisika razkrajajo, pri tem pa nastaja bioplin. Izločen bioplin zbiramo in iz njega pridobivamo elektriko in toploto, ki ju uporabljamo pri preostalih procesih. Po treh tednih razkrojeni odpadki zapustijo fermentor in potujejo v naprave, ki pregnite odpadke ožamejo oziroma dehidrirajo. Tako dobimo suho maso, ki jo prepeljemo v zorilni del, kjer jo nekaj tednov intenzivno prežračujemo, pri čemer se še dodatno razkrajajo. Po nadaljnjih treh mesecih pod nadstrešnico so nekdanji biološki odpadki primerni za kompost.</p>

# Psihologija barv v oglaševanju

Človeško oko lahko loči med 2.5 in 10 milijoni barvnimi variacijami. Če vzamemo še vsa oglaševalska sporočila, ki jih vidimo vsak dan, postane izbira prave barve za naš izdelek še težja. Pri tem si lahko nekoliko pomagamo s psihologijo. Vse prevečkrat se zgodi, da je že zgolj privlačen videz produkta dovolj prepričljiv, da kupec potroši svoj denar. Glavno vodilo pri nakupovanju bi morala biti kvaliteta, vendar raziskave kažejo drugače. Izkazalo se je tudi, da ljudje določene barve tesno povezujejo tudi z znanimi znamkami. Vedno se moramo vprašati, ali pri oblikovanju uporabljamo produktu primerno barvo, saj le-ta lahko pomembno vpliva na prepoznavnost znamke oziroma izdelka.

Barve močno vplivajo na to, da na polici opazimo določen izdelek. Kar 84 % ljudi trdi, da je barva vplivala na njihovo odločitev. Pri obeh spolih močno prevladuje modra barva, ne glede na starost. Več kot 50 % ljudi bi izbralo hladne barve, 25 % ljudi tople in le 10 % nevtralne oziroma odtenke sive. Moški imajo raje svetle barve, ženske pa nežnejše odtenke. Moškim so všeč tudi sivine. Pri ločevanju barv mora moški spol priznati poraz, saj ženske veliko bolje prepoznavajo različne barvne odtenke, zato moramo biti zelo pazljivi, kakšna darila bomo kupili svojim najdražjim. Napačen odtenek rdeče lahko sproži tudi jezo. Najmanj priljubljena barva je pri obeh spolih vsekakor rjava. S starostjo se pojavljajo tudi določene razlike. Dojenčki se najbolje odzivajo na močne in razločne kontraste. Malo starejši otroci imajo radi osnovne in čiste barve, ki jih brez težav ločijo. Prav tako ne marajo prelivanja barv. Ko pridejo v najstniška leta in ko v igro vstopijo še hormoni, začnejo z barvami veliko bolj eksperimentirati, saj so čedalje bolj izpostavljeni televiziji, računalnikom in drugim napravam z digitalno vsebino. Okus se začne spreminjati šele nekje po 25. letu, ko tudi življenjska pot postaja vse bolj jasna. Navajanje na novosti pri odraslih postaja čedalje težje, saj se raje držijo svojih najljubših barv. Med starostniki so zelo nepriljubljene

kričeče barve. Najmanj priljubljena barva je rumena, razen v primeru, da je bolj umirjena. Veliko bolj udobno se počutijo ob pogledu na pomirjajoče odtenke modre, zelene, vijolične in rožnate.

Največje in najbolj uspešne svetovne znamke se dobro zavedajo pomena uporabe barv. Glede na to, da ima večina ljudi najraje modro barvo, se tudi največ podjetij odloči za modro. Kar 33 % uspešnih znamk uporablja modro. Sledi ji rdeča barva z 29 %. Na tretjem mestu je črna barva z 28 %. Morda zveni nekoliko morbidno, vendar črna predstavlja tudi eleganco oziroma kakovost. Več kot 10 % podjetij se odloči tudi za rumeno. Pomembno je tudi, koliko barv uporabljamo. Kar 95 % podjetij uporablja zgolj eno ali dve barvi v svojem zaščitnem znaku. Na splošno naj pri oblikovanju ne bi uporabljali preveč različnih barv. Enako velja tudi za tipografijo.

Modra barva je najbolj priljubljena iz več razlogov. Je barva zaupanja in odgovornosti. Nekoliko je sicer zadržana, tiha, ne mara povzročati razburjenja in se izogiba pretirani pozornosti. S psihološkega vidika je modra zelo zanesljiva in odgovorna. Daje nam občutek varnosti. Ves čas išče mir in spodbuja fizično in mentalno relaksacijo. Znižuje stopnjo stresa, saj simulira gledanje svetlega in prijetnega

neba brez kakršnegakoli oblačka. Svetlejša kot je modra, svobodnejši oz. lahkotnejši je občutek. Barva govori resnico, je učitelj in je govorec. Če bi radi, da nam stranka zaupa, jo bomo najlažje prepričali z modro barvo. Modra je naša prijateljica v stiski in gradi na kvaliteti prijateljskega razmerja. To je barva modrosti, razuma in znanja. Temnejša kot je modra, bolj avtoritativna postaja. V primeru, da naši kupci pričakujejo določeno mero drznosti, pa je modra preveč mirna.

Rdeča je poživljajoča. Vzemi mirja naša čustva in nas sili v dejanja. Naša življenjska tekočina je rdeče barve, zato ni nič čudnega, da barva v nas prebudi surovo in prvinsko življenjsko silo. To je barva naših intimnih čustev, kot sta, denimo, ljubezen na pozitivni strani in jeza oz. sovraštvo na negativni strani. Valentinovo ni zgolj praznik zaljubljenec, praznujejo ga tudi trgovci, ki svoje izdelke nedvomno pogosto ovijejo v rdeče barve in se tako še dodatno poigrajo z našim poželenjem. Rdeča spodbuja tudi apetit. To znajo spretno izkoristiti gostinci in nam tako povečajo željo po hrani. Če je rdeče barve preveč, lahko postanemo razdraženi, razburjeni in jezni. Rdeča barva je znanilka pionirskega duha in voditeljskih veččin, hkrati pa promovira ambicije in odločnost. Povezana je z močno voljo in lahko vlije samozavest tistim,

ki so sramežljivi ali pa imajo pomanjkanje volje. Kitajska in nekatere druge vzhodne civilizacije rdečo barvo povezujejo s srečo. V indijski kulturi simbolizira čistost in je pogosto uporabljena na porokah.



Ravnovesje in harmonija sta zelene barve. Ustvarja ravnovesje med glavo in srcem. V smislu barvne perspektive je zelena barva rasti, pomladi, obnove in ponovnega rojstva. Predstavlja kraj, kjer smo varni pred obremenitvami sodobnega življenja

oz. kraj dobrega počutja. Ravno zaradi tega je na svetu toliko zelene barve in prav zato se je vredno potruditi, da tako tudi ostane. Je čustveno pozitivna barva, ki nam da sposobnost ljubiti in negovati sebe ter stvari okoli nas. Zelena je tesno povezana z naravo, zdravjem in okoljem, kar ustvarja občutek sočutja. Spodbuja prijaznost in radodarnost. Temnejši odtenki zelene se bolj nanašajo na denar, bogastvo in prestiž, svetlejši odtenki pa predstavljajo rast in svežino. Zelena spodbuja ljubezen do narave, družine, živali in doma. To je barva vrta, našega doma in dobrega gostitelja. Nanaša se na stabilnost in vzdržljivost, saj

nam čustveno moč v težkih časih. Pomaga nam pobegniti od obupa in žalovanja. V barvni psihologiji je oranžna optimistična in očarljiva, saj pomlajuje našega duha. Prinaša spontanost in pozitiven pogled na življenje ter vzdržuje našo motiviranost. Ker je oranžna navdušena nad življenjem, se nanaša na avanture in prevzemanje tveganja. Tisti, ki jih navdihuje oranžna, so vedno na poti oz. so težko zgolj na enem mestu. Oranžna je ekstrovertirana in neovirana pri navezovanju stikov, zato se nanaša na družbene komunikacije in spodbujanje dialoga. Ker stimulira fizično in psihično, ljudi spodbudi k razmišljanju in

Vijolična spodbuja domišljijo in navdihuje visoke ideale. Je introspektivna barva, ki nam pomaga, da se potopimo v svoje globlje misli. Vijolična navdihuje tiste, ki iščejo smisel življenja in duhovno izpopolnitev. Ker je povezana z duševnim preoblikovanjem, daje inspiracijo tudi svetovnim filozofom. Ta barva predstavlja prihodnost, domišljijo in sanje. Pomirja naša čustva in nam nudi duhovno razsvetljenje, a obenem nas ohranja prizemljene. V poslovnem svetu se bohota z razkošjem in predstavlja kakovostno storitev. Povečuje občutek za lepoto in ljudem pomaga pri inspiraciji. Pogosto se uporablja za promoviranje izdelkov visoke kakovosti. Velikokrat je uporabljena pri ženskih kozmetičnih izdelkih. Ker ustvarja vtis bogastva in razkošja, je povezana tudi s plemstvom. Z vijolično je treba ravnati previdno, saj ima zelo veliko moč. Prekomerna uporaba te barve lahko poslabša depresivna stanja pri nekaterih, zato jo je najbolje uporabljati v majhnih količinah.

Rumena barva se nanaša na pridobljeno znanje. Spodbuja levo oz. logično stran naših možganov. Ponuja nam očarljivost, upanje, srečo, radost in zabavo. Navdihuje izvirne misli in radovednost. Rumena je kreativna in polna novih idej, saj nam pomaga odkriti nove načine, kako početi določene stvari. Je ena izmed najboljših barv za ustvarjanje navdušenja nad življenjem, saj v nas lahko prebudi večje zaupanje in optimizem. Rumena je odlična pri komunikaciji in zelo rada govori. Pomaga pri sprejemanju odločitev, čeprav so te pogosto lahko impulzivne, kar pa za trgovca sploh ni slabo. Prekomerna uporaba te barve lahko sproži anksioznost ali pa preveliko vznemirjenje, saj je zelo vidna in opazna. Starejši ljudje se na velike količine ru-

mene ne odzivajo preveč dobro, saj po mnenju nekaterih deluje preveč hiperaktivno. Uporabna je pri prodaji zabavnih in otroških produktov. Pri resnih stvareh pa deluje odlično, ko hočemo neko podrobnost zares poudariti.

Črna barva se nanaša na tisto, kar je skrivnostno in neznano, s tem pa posledično ustvarja pridih misterioznosti. V psihologiji ta barva nudi zaščito pred zunanjim čustvenim stresom. Ustvarja pregrado med zunanjim in notranjim svetom ter na ta način skriva ranljivosti in nudi udobje. Ker ima črna ogromno moč, se v poslovnem svetu uporablja predvsem za prodajo luksuznih, elegantnih in sofisticiranih produktov oz. storitev. Črno pakiranje daje vtis, da je izdelek težji in dražji. Podoben učinek ima črna barva tudi v svetu avtomobilizma. Črna obleka je nedvomno najbolj formalna, še zlasti v kombinaciji z belo barvo. Prekomerna uporaba črne barve pa je zaradi njene moči lahko tudi zastrašujoča. Priporočeno je, da se ob črni uporablja še kakšna druga barva, ki lahko poživi njeno temno energijo. Velja pravilo, da tisto kar črna zakriva, bela odkriva. Črna predstavlja temo, bela svetlobo. Nekateri to spretno izkoriščajo v praksi, saj črna oblačila lahko zakrijejo odvečne kilograme.

Opisanih je zgolj nekaj najbolj osnovnih in pogosto uporablenih barv. Vsem je skupno to, da imajo lahko zelo močan vpliv na nas ali pa na naše stranke, uporabljati jih moramo precej spretno, saj barvno neravnovesje hitro lahko spremeni njihov pomen.

**Žiga Žužek**



nam daje vztrajnost in moč, da se lahko lažje spopadamo z morebitno stisko.

Oranžna združuje fizično energijo in stimulacijo rdeče ter vedrino rumene. Na ta način izžareva toplino in srečo. Ponuja

govorjenju. Stimulira tudi apetit, zato deluje odlično pri prodaji prehranskih izdelkov ali pa v restavracijah. Lahko je zgolj v obliki svetlobe ali pa pohištva. Kljub pozitivnim lastnostim pa oranžna ni barva za vse. Preferirajo jo mlajši.

# Domine – družabna igra

Z opisom procesa izdelave izdelka vam poskušamo pomagati pri lažjem razumevanju in predstavljanju osnovnih del na področju grafične in medijske tehnologije. Pri medijski tehnologiji zajamemo grafično pripravo izdelka, pri grafični tehnologiji pa tisk in dodelavo izdelka.

Celoten izdelek sestavlja potiskana škatlica z 28 igralnimi ploščicami. Ploščice so potiskane z motivi grafičnega in medijskega poklica.

## Grafična priprava

Potrebno je bilo izdelati načrt in določiti velikost izdelka. S tem smo dobili podatke za izdelavo tlorisa škatlice in velikost igralnih ploščic. Pomembno je, da smo s tem predvideli tudi

porabo tiskovnega materiala (papirja in kartona), ki ga bomo potrebovali za izdelek. Odločili smo se, da bodo ploščice potiskane s piktogrami (poenostavljene sličice) grafičnega in medijskega poklica.

S pomočjo računalniških programov so ploščice dobile končno podobo. Pri tem smo upoštevali vse zakonitosti, ki jih potrebuje nadaljnji grafični proces. Tiskar potrebuje oznake za barvno skladje in kontrolne kline. Dodelava pa oznake za izsek, pregib in porezavo.

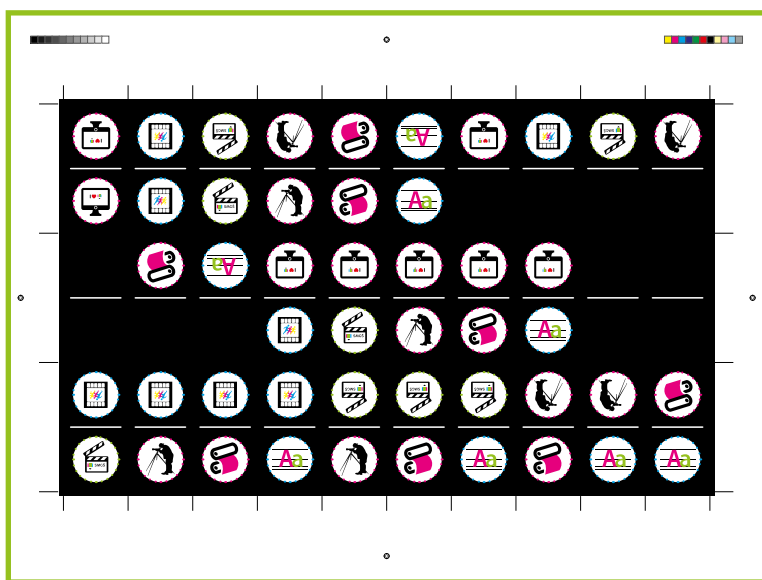
v barvnih in vlažilni sistem. Nastavili smo še skladje posameznih barv, da so se odtisovale na točno določeno mesto. Odtise smo večkrat merili z denzitometrom in s tem preverjali njihovo kakovost.

## Dodelava

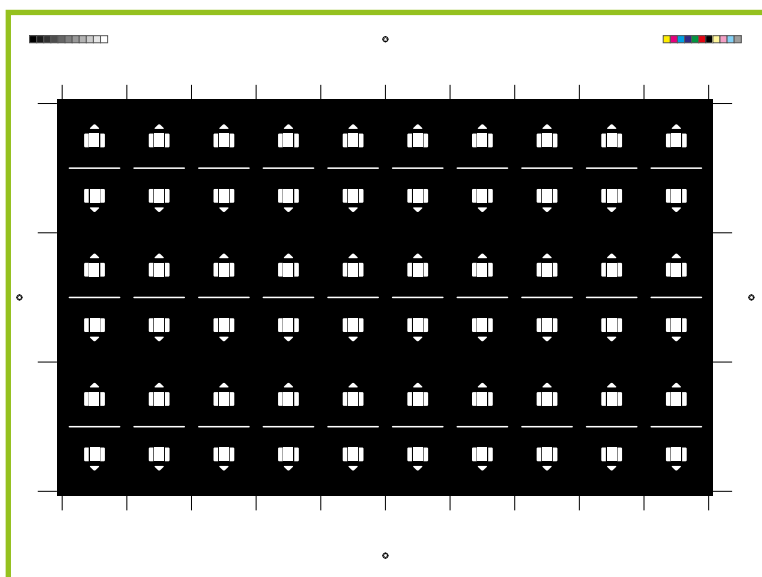
Potiskane pole papirja smo v dodelavi oblikovali v končni izdelek. Potrebno je bilo združiti sprednjo in zadnjo stran in med njiju vstaviti lepenko. To pomeni, da smo izdelek kaširali in s tem povečali debelino ploščic. Potem smo potiskane kaširane pole po oznakah za porezavo razrezali na posamezne ploščice. Škatlice smo s pomočjo izsekovalne forme izsekali in sestavili. Nato smo vse skupaj združili v komplete.

Naš izdelek je pripravljen za novo igro.

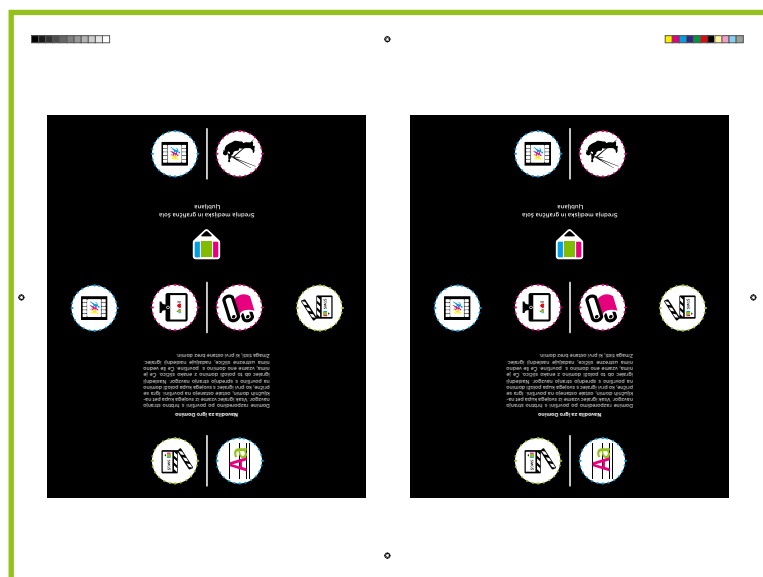
**Sabina Mihevc**



Potiskana pola za sprednjo stran ploščic.



Potiskana pola za zadnjo stran ploščic.



Potiskana pola škatlice.