



Prozkoumáme média od tištěných až po ty digitální: plakáty, časopisy a nově se rozvíjející oblast motion designu. Podíváme se na fenomén českého filmového plakátu a zvážíme historické a současné paralely, od analogové praxe až po porevoluční nástup počítačů a hlavní představitele nové generace takzvaných digitálních designérů. Pracovní list obsahuje odkazy na videa z TV cyklu Identita – příběh českého grafického designu, otázky a podněty do diskuse mezi žáky a učiteli, skupinovou aktivitu a tvůrčí úkoly.

Potřebné materiály

- Videoukázky ze seriálu Identita
- Pracovní list (PL)
- Běžné pomůcky na psaní a kreslení
- Mobilní telefon nebo počítač s přístupem na internet (alespoň jeden ve skupině)
- Tvůrčí úkol: papír A3 nebo A2, lepidla, nůžky, fixy, vytištěné obrázky, staré časopisy

Obsah PL

- Skupinová aktivita
- Otevřené otázky do společné debaty
- Věcné otázky s očekávanou odpovědí
- Tvůrčí úkoly

Časová náročnost

45 minut, včetně zhlédnutí videí (vyjma tvůrčích úkolů)

Instrukce

- Žáci se rozdělí do skupin po 2 až 5 lidech. Budou pracovat ve skupině i jednotlivě.
- V úvodu každé kapitoly žáci zhlédnou přiložená videa.
- Žáci vybírají podstatné informace z videoukázky, kriticky je vyhodnocují.
- Žáci vyplňují PL – odpovídají na otázky, píšou komentáře a jednotlivá zadání postupně konfrontují buď s ostatními ve skupině, nebo s dalšími skupinami ve třídě a pedagogem.
- Není žádoucí rozdat listy a nechat je žáky vypracovat a až na konci se o tématu pobavit.
- Je zásadní, aby výsledky aktivit v PL byly průběžně veřejně konfrontovány.
- Pedagog moderuje diskusi, žáci uvádějí své argumenty a protiargumenty, respektují názory druhých.
- Žáci kromě videoukázky využívají všechny jim dostupné zdroje.
- Tvůrčí úkoly jsou časově náročnější.
- Pokud se pedagog rozhodne tvůrčí úkol zařadit, je důležité neopomenout závěrečnou prezentaci a kritickou reflexi tvorby ve společné debatě.

Podněty k aktivitám a klíč k otázkám v PL

Zde se uvádí jen doporučení a informace, které jasně nevyplývají ze sledovaného videa.

1 c)

Pedagog si připraví ukázky několika starších (pokud jsou dostupné) nebo jen současných časopisů s různým zaměřením a různě kvalitním designem. Do každé skupiny poskytne k analýze jeden výtisk.

Tvůrčí úkol

Pedagog připraví obrázky, staré časopisy a jiné tiskoviny pro koláž.

Slovníček

Grafický design = oblast designu, která se věnuje navrhování (designování) vizuální komunikace, která nás každodenně obklopuje. Grafičtí designéři a designérky jsou odborníci na vizuální jazyk, vymýšlejí, jak informace správně zpracovat, aby byly snadno srozumitelné, poutavé nebo aby vzbuzovaly ty správné pocity. Pracují s texty, barvami, obrázky, symboly a dalšími grafickými prvky a formáty tištěných nebo digitálních médií. Samotní grafičtí designéři svůj obor vnímají především jako službu veřejnosti, která slovy významného designéra Zdeňka Zieglera „může někdy souviset s uměním“. Grafický design někdy přesahuje z užitého do volného umění. Záleží na tom, zda designéři pracují na něčí zadání, nebo si téma volí sami.

Vizuální komunikace = mezi vizuální neboli zrakem vnímanou komunikaci patří kromě gest, řeči těla či módy také obrázky a texty, tedy písmo, barvy, symboly, ilustrace, fotografie a další statické nebo pohyblivé informace. Ty dohromady tvoří zprávy, s jejichž pomocí se dorozumíváme.

Vizuální jazyk = obrázky, texty, barvy, prázdné místo a další grafické prvky, způsob jejich umístění, zdůraznění a celkové uspořádání (kompozice) ve formátu. Vizuální jazyk ovlivňuje významy zprávy, protože kromě obsahu sdělení je zásadní také její podoba a to, jakým médiem (nosičem) je přenášena.

Digitální design = „digitální média umožňují nejen okamžitou aktualizaci údajů, ale nabízejí zcela nové funkce – pohyb, zvuk a interaktivitu. I když někdy mluvíme samostatně o motion designu či interaktivním designu, obě disciplíny můžeme zahrnout právě pod termín digitální design. Zjednodušeně lze říct, že hlavní rozdíl mezi tradičním grafickým a digitálním designem spočívá v tom, že designér nedefinuje konkrétní finální podobu výstupu, ale vytváří pravidla, podle kterých se obsah zobrazuje. Jednoduchým příkladem je třeba aplikace pro předpověď počasí, které se mění každým okamžikem a na každém místě na světě je jiné.“ (Linda Kudrnovská, teoretička designu a editorka projektu Identita)

