

Grafický design je všude kolem nás. Proto se podíváme na některá témata, jako je třeba logo, identita a obalový design. 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, barevné fixy, papíry A4

## 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 pracují sami nebo ve skupině, 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 využívají kromě videoukázky 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 a)

Logo je dnes součástí celé vizuální identity nebo také vizuálního stylu. Ten tvoří kromě loga také barvy, písmo a jiné charakteristické grafické prvky. Vizuální identitu potřebují firmy, služby, kulturní i neziskové instituce. Pobavte se nad otázkami níže a sdílejte je pak s ostatními skupinami.

### 2 a)

Erby jsou historické a používají se v oficiální komunikaci města (například hlavičkový papír). Graficky jsou značně složité, významově nejasné (patří do heraldiky, což je samostatný obor s poměrně rigidními pravidly). Erby dnes nevyhovují potřebám marketingové a rozmanité vizuální komunikace prostřednictvím velké šíře tištěných a digitálních médií.

### 2 b)

Web, plakáty, zpravodaj, letáky a turistické informace, nosiče oslovující občany a nosiče oslovující turisty či cizí návštěvníky, orientační systém, označení městského mobiliáře a tak dále.

### 2 c)

Bude zajímavé sledovat, co žáci nakreslí. Nicméně se předpokládá, že nejvíce si zapamatovali Ostravu. Proto je tato vizuální identita tak oceňovaná. Je snadno použitelná a kde kdo umí logo napsat, a tím pádem se s ním ztotožnit.

## 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 identita = soubor vizuálních znaků jako písmo, obrázky, barvy, grafické prvky, nosiče a formáty vizuální komunikace, které mají v divákovi evokovat jednotný dojem. Jsou v jednom stylu a pro diváky fungují jako vizuální vodítka k identifikaci. Na základě jednotné vizuální identity poznáme, kdo (jaký subjekt) s námi komunikuje, ať už podle odstínu barvy, stylu písma, či další použité grafiky.

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.

Stylizace = zjednodušené zobrazení věci, které zdůrazňuje její charakteristické rysy.

