



skupina



jednotlivec

Prozkoumáme veřejný prostor z hlediska vizuální komunikace a seznámíme se se základními pojmy, osobnostmi a oblastmi grafického designu (orientační systémy, symboly, piktogramy, reklama a vizuální smog). 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, fixy, papíry A4 nebo A3
- Mobilní telefon nebo počítač s přístupem na internet (min. jeden ve skupině)

Obsah PL

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

Časová náročnost

45 min, 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 příložená 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)

Písmo, barvy, piktogramy, informační značky, směrové ukazatele, cedule, šipky a další prvky v jednotném vizuálním stylu. Definice orientačního systému najdete ve slovníčku níže.

1 c)

Definice piktogramu – viz slovníček níže.

1 e)

Jasně čitelné písmo, barva a velikost nemá klást překážky při čtení různým cílovým skupinám. Systém má mít jednotnou vizuální tvář, aby se uživatel města dobře orientoval a spojoval si s barvami, písmem, symboly a umístěním nosičů právě tyto informace a nezaměnil je s komunikací něčeho jiného. Dobrý orientační systém je navržen na míru konkrétnímu místu. Pečlivě se zvažuje umístění nosičů a začlenění do architektury prostoru kvůli viditelnosti a sdělnosti důležitých informací.

1 g)

Loginform je jako stavebnice, má vyměnitelné části (moduly) a informace lze snadno a rychle aktualizovat bez dodatečných nákladů navíc. Je jednoduchý, čitelný a ve svém designu neutrální, proto se uplatnil i jinde než na Nové scéně.

1 h)

Narušuje se zmiňovaná konzistentnost a vizuální jednotnost systému. Nosiče dodané „na divoko“ mohou orientaci v prostoru zhoršovat a způsobovat tzv. vizuální smog.

2 a)

Definice – viz slovníček níže.

2 c)

První republika: Zlaté časy reklamy, plakát, boom světelné reklamy. Představa kultivace veřejného prostoru reklamou. Vazba a respekt k architektuře. Zakázky zpracovávali odborníci.

edu.ceskatelevize.cz/video/16815-zlate-casy-reklamy

Komunismus: Regulace podoby veřejného prostoru a centrální plánování. Nemožnost soukromého podnikání, omezený počet obchodů, nebyla konkurence na trhu, ale naopak jedna značka – Československý stát. Ve veřejném prostoru nacházíme trvalé nosiče jako neony a písmomalířské nápisy, aplikace, které nebylo potřeba často měnit. Zakázky zpracovávali odborníci.

Kapitalismus: Svoboda, soukromé podnikání. Konkurenční prostředí, ve kterém se každý obchodník chce ve městě zviditelnit. Vzniká chaos, všichni se „překřikují“ (vizuální smog). Neregulované prostředí co do reklamy a značení, méně trvalé nosiče, co se dají rychle vyměnit. Prostory mění častěji nájemce, pokud se obchodníkům podnikání nedaří. *Horror vacui* – strach z prázdného místa, kdy je každá volná plocha vnímána jako prostor pro nějaké sdělení. Celková nekonceptnost v řešení vizuální komunikace a vizuální smog přináší potřebu regulace a předpisy alespoň pro památkové zóny měst, např. Český Krumlov. Kvůli dostupnosti digitálních nástrojů zakázky zpracovávají vedle odborníků i amatéři.

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.

Orientační systém = navigační nebo orientační systémy jsou specifickou a komplexní oblastí grafického designu zaměřenou na orientaci v prostoru. Veřejná místa – exteriéry, ale také interiéry – jsou opatřeny systémem značení (cedule, směrovky, šipky, piktogramy, mapy a další označení), který má uživatele navigovat do cíle, umožnit, aby se v prostoru vyznal a cítil se bezpečně. Úkolem designéra, který navigaci navrhuje, je pochopit význam místa a přeložit ho do univerzálního informačního jazyka, mezinárodně srozumitelného. Nejčastěji se s navigací setkáváme ve veřejném prostoru města, na letištích, nádražích, v nákupních centrech, nemocnicích, knihovnách a dalších místech, kde se pohybuje velký počet různých lidí.

Piktogram = grafický znak, který předává sdělení pomocí obrázku. Většinou jde o malý, graficky zjednodušený (stylizovaný) a srozumitelný náčrt jedné věci. Znak má uplatnění v orientačních systémech a klade si za cíl být srozumitelný mezinárodně i pro různé skupiny uživatelů. Pomocí piktogramů se označují například vytipovaná místa ve veřejném prostoru (toalety a podobně).

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

Vizuální smog = označuje nevhodně umístěnou, nadměrnou, nelogicky zmnoženou reklamu a další značení vizuální komunikace nejčastěji související s prezentací obchodníků. Patří sem ale také zbytečné množství dopravních značek, streetartové a graffiti intervence, nefunkční mobiliář, nečistota a vše, co přehled v konkrétním veřejném prostoru problematizuje. Vizuální smog je negativně vnímaným fenoménem, který brání uživatelům veřejného prostoru města v orientaci a porozumění sdělení, zakrývá domy a poškozují tak architektonické a urbanistické kulturní dědictví, především pak v památkových zónách měst.

