

Podíváme se na význam písma a typografie v grafickém designu a seznámíme se s hlavními pravidly a zásadami práce s ním. Ukážeme si důležitá historická a současná písma, zjistíme, jaká je v tomto ohledu česká tradice a v čem spočívá unikátnost oborových knih o písmu. 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, píší 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.

2 e)

Jedno sdělení se dá vyjádřit mnoha způsoby – vážně, vesele, důrazně, tiše, ironicky, našťavaně, rozvázně i jinak. Při řeči použijeme gesta a měníme tón hlasu. Podobně je to s psaním. Písmo také umí mluvit, udělat gesto a navodit náladu. Má charakter a osobnost. A má i emoce.

2 c)

Větu používají grafičtí designéři, když hledají pro své návrhy vhodné písmo a chtějí si prověřit, zda font dobře zvládá českou diakritiku. Věta totiž obsahuje všechny diakritické znaky.

3 b)

Patkové = Jsem klasické knižní písmo vhodné pro dlouhé texty. Díky tomu, jak vypadám, se příběhy dobře čtou.

Lomené = Říká se o mně, že vypadám jako gotický kostel. Jsem sice staré písmo, ale i dnes mě můžeš vidat třeba na metalových koncertech.

Technické = Všechna moje písmena mají stejnou šířku, proto možná působím tak stroze a bez emocí. Jsem inspirováno písmem z psacích strojů.

Šablonové = Díky mě můžeš sprejovat nápisy. Proto mám ve svých písmenech mezery.

Bezpatkové = Jsem moderní, všestranně použitelné písmo. Designéři si mě oblíbili a často mě používají k tvorbě log.

Žáci obvykle velmi hravě a nápaditě popíší písmo ozdobné a ručně psané.

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.

Typografie = obor, nebo spíše dovednost spočívající v práci s písmem. Zabýváme se jí vždy, když píšeme texty, ať už rukou, nebo je klikáme na počítači. Když vybíráme font, volíme jeho velikost, zvýraznění, mezery mezi písmeny, řádky a odstavci, ale také umístění textu ve formátu společně s obrázky, bílým místem, barvami a dalšími znaky. Cílem typografie je čitelnost a logické uspořádání, posloupnost a přehlednost informací s ohledem na obsah sdělení. Proto se typografie týká rovněž vztahů a kontrastu mezi znaky.

Font = sada úplně všech znaků použitelných k psaní, které máme dnes dostupné v počítačových programech. Neobsahuje jen písmena, ale i další znaky jako tečky, čárky, pomlčky, vykřičníky, otazníky, hvězdičky a další symboly jako zavináč, znaky z matematiky a dalších oborů, emoji a speciální ozdoby. Všechny znaky fontu jsou navrženy tak, aby měly jednotný styl a ladily k sobě. Fonty se tvoří v takzvaných rodinách. Je běžné, že máme od jednoho fontu k dispozici jeho různé verze neboli řezy (normální, kurzívní, tučné, úzké, široké a další), a dokonce i patkovou a bezpatkovou variantu písma.

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.

