

Loga, značky a každodennost

Moje jméno:

.....

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

Pro začátek se rozdělte do skupin po 2 až 5 lidech. Budete pracovat ve skupině i jednotlivě. V úvodu každé kapitoly zhlédněte přiložená videa z TV cyklu Identita – příběh českého grafického designu. Po vypracování sdílejte své poznatky v diskuzi s dalšími skupinami.



skupina



jednotlivec

Video:
[Logo a vizuální identita](#)



1 Logo a vizuální identita

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.

a) Proč je vizuální identita důležitá?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

c) Jak přistoupili tvůrci vizuální identity Muzea umění Olomouc k řešení loga? Čím je charakteristické a proč je počáteční M jiné než zbylá písmena? Jak tohle řešení souvisí s olomouckým muzeem?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Člověk
v tísni**

b) Proč je součástí vizuální identity organizace Člověk v tísni symbol panáčka v logu?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Kromě loga používají obě organizace i další grafické prvky, barvy a písmo. Prozkoumejte další úrovně vizuální identity a příklady vizuálů si vyhledejte.



2 Vizuální styly měst

a) Proč městům dnes už nestačí erby a potřebují celou vizuální identitu?

.....

.....

.....

.....

b) Vytvořte myšlenkovou mapu na A4 prezentující, kde všude se mohou objevit prvky vizuální identity ve městě. Uveďte zde nosiče a umístění ve veřejném prostoru. Svě poznatky pak sdílejte s ostatními skupinami a chybějící si do mapy doplňte.

c) Zkuste si nyní podle paměti nakreslit loga, která jste viděli v obou videích. Které vám nejvíce utkvělo v paměti?



3 Obalový design

Všude kolem nás jsou věci a ty jsou často chráněny obaly. To, jak vypadá nějaký výrobek a jeho obal, mnohdy ovlivňuje, zda si ho koupíme. Podle jeho designu můžeme třeba poznat, jestli bude drahý, nebo levný, a koho má oslovit.

a) Vyhledejte si další obaly od výtvarníka Zdenka Rykra a popište jeho design. Obstály by například jeho obaly od čokolád i dnes? Napište případně, proč si to myslíte.

.....

.....

.....

.....

b) Jaký názor máte na proměňující se obal Kofily? S mouřenínem, nebo bez? Měla by se držet původního designu, nebo se naopak přizpůsobit současnosti?

.....

.....

.....

.....

c) Jakou máte oblíbenou značku sladkostí nebo nějakého pamlsku? Je pro vás důležité, jaký má obal?

.....

.....

.....

.....

d) Je něco, co vám chutná, ale nelíbí se vám obal, jaký to má?

.....

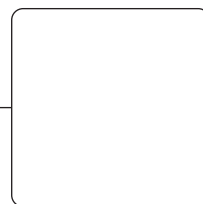
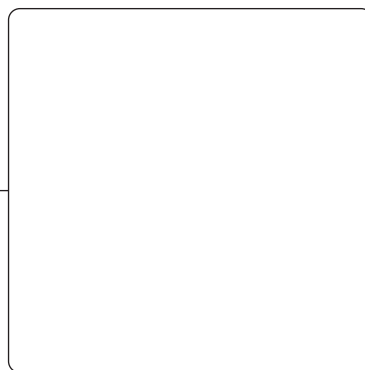
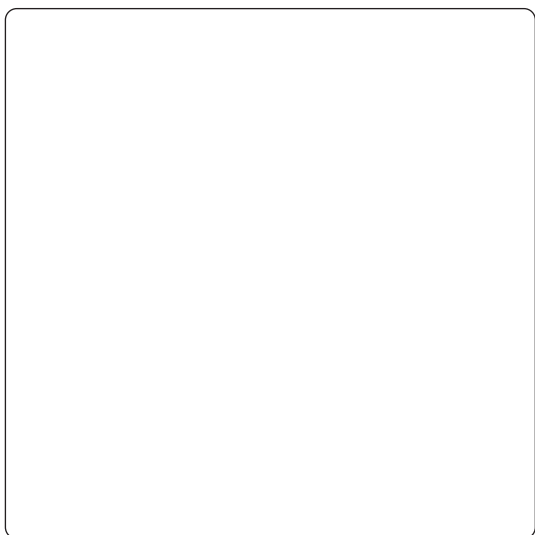
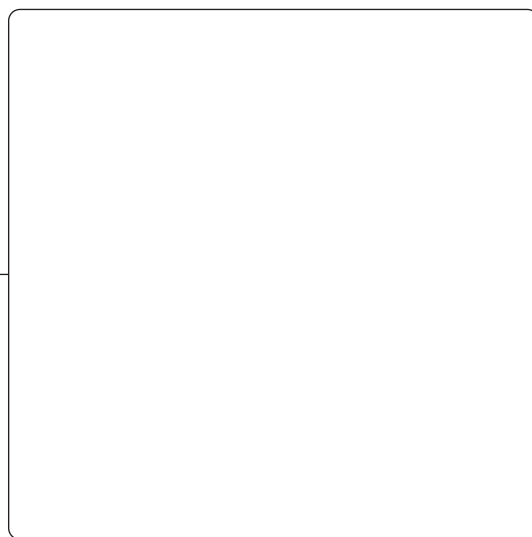
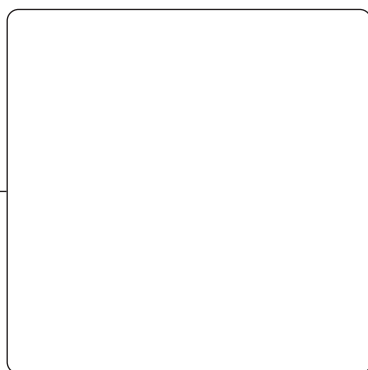
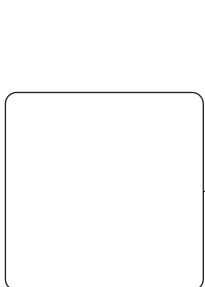
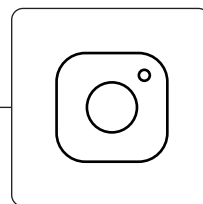
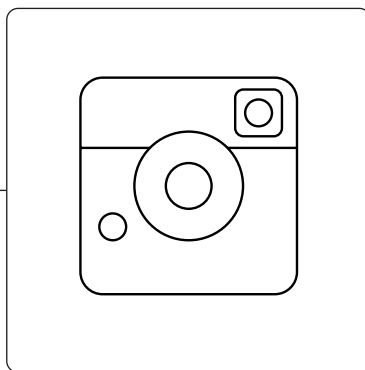
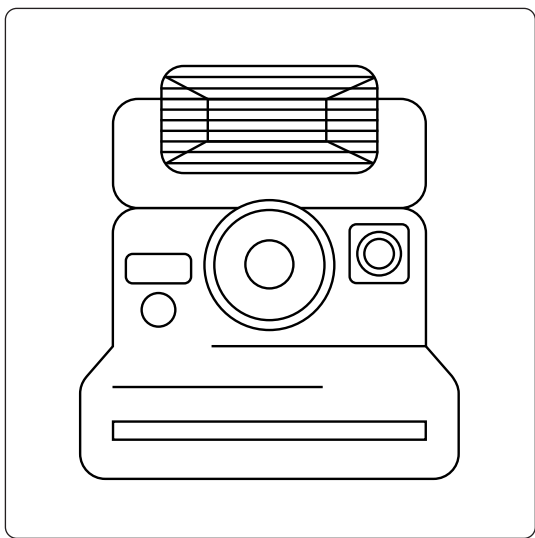
.....

.....

.....



Vyzkoušejte si, jak vznikají loga a jejich symboly. Postupnými kroky zjednodušujeme (stylizujeme) kresbu věci, dokud nám nezůstane vyjádřena jen pomocí nutných charakteristických rysů. Změna měřítko vám pomůže se v kresbě zaměřit jen na to nejdůležitější. Jako předloha může posloužit foto nebo reálný objekt ve vašem okolí.



Co jsem se touto aktivitou naučil(a)?

.....

.....

.....

.....

.....

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.

Symbol = je znak (objekt, obrázek, gesto, zvuk a podobně), který zastupuje a znamená něco jiného, než co přímo vyjadřuje. Souvislost mezi znakem a tím, co znamená, je dán dohodou a zvykem. Může jít o zvyklost určité doby a určité kultury.

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.

