

# Vizualita propagandy a revoluce

Moje jméno: .....

Jaké vizuální postupy používala komunistická a nacistická propaganda a jak vypadala vizuální komunikace sametové revoluce? Představíme si výtvarníky a designéry spjaté s revolučním rokem 1989. Zamysleme se také nad významem propagandy v současnosti.



skupina



jednotlivec

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.

Video:  
[Vizuální strategie propagandy](#)



## 1 Propaganda

a) V souvislosti s jakými politickými režimy mluvíme nejčastěji o propagandě a proč?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

b) Na 2 papíry formátu A4 vytvořte nejprve myšlenkovou mapu symbolů nacistické propagandy a poté komunistické. Zkuste se vyjadřovat jen obrázky. Informace si případně dohledejte. Výsledky porovnejte s ostatními skupinami a chybějící si navzájem doplňte.

c) Představte si, že jste v roce 1948, jdete po ulici v Praze a zaujme vás plakát. Co vidíte? Jakými obrázky, texty, barvami a kompozicí (viz schéma vizuálního jazyka níže) se vás snaží zaujmout a co vám sděluje?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

d) Mezi manipulativní techniky propagandy nepatří:

- A působení na emoce
- B upřímnost
- C svalování viny
- D dokumentární fotografie
- E nálepkování
- F lži
- G dlouhé texty
- H manipulace obrázků a videí
- I fakta
- J kritické myšlení
- K úderná hesla

e) Co původně znamenal symbol svastiky, který si nacisté přisvojili jako součást své vizuální identity? Informace si dohledejte.

.....

.....

.....

.....

f) Pokud je propaganda o manipulaci, jaké její současné vizuální formy můžeme dnes vidat v ulicích měst? Pobavte se ve společné diskuzi.

.....

.....

.....

.....

## 2 Sametová revoluce

Video:  
[Sametové plakáty  
a symboly](#)



a) Proč myslíte, že zvítězilo právě narychlo navržené logo Občanského fóra od Pavla Šťastného?

.....

.....

.....

.....

.....

b) Které plakáty sametové revoluce se staly symbolické? Jaká hesla a obrázky obsahovaly?

.....

.....

.....

.....

.....

„I dnes se člověku při slově propaganda vybaví plakát. Ať už je to plakát nalepený na zdi, nebo transparent na demonstraci, stojí v první linii ve válce proti daným pořádkům a statu quo. Zda je takový plakát dobrý, nebo špatný, lze posuzovat nejen podle estetických měřítek (kvalitní typografie, skvělý obraz, chytrá kompozice), ale i podle kontextu. Plakáty jsou působivými připomínkami doby, vystihují problém ve chvíli, kdy se jím všichni zaobíráme, ne proto, že by byl dobře umělecky zpracován, ale protože se z něj stal symbol. A symboly jsou podstatou propagandy.“

Steven Heller, teoretik designu

c) Jak se liší „sametová“ propaganda od komunistické?

.....

.....

.....

.....

.....

d) Pozorně prozkoumejte, co nám oceňovaný plakát od Aleše Najbrta sděluje. Rozeberte jednotlivé znaky na plakátu (texty, obrázky, barvu, kompozici). V čem spočívá jeho kvalita? Jaké skryté významy a historické souvislosti nám grafika sděluje a proč? Své poznatky porovnejte s dalšími skupinami.

.....

.....

.....

.....

.....



### Tvůrčí úkol

Navrhněte vlastní revoluční plakát formou koláže. Využijte jedno z následujících hesel nebo vymyslete své vlastní:

- Pravda zvítězí
- Zpět do Evropy
- Pravda a láska musí zvítězit nad lží a nenávisť
- Konec vlády jedné strany
- Havel na hrad

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 divákově 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.

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

**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 význam zprávy, protože kromě obsahu sdělení je zásadní také její podoba a to, jakým médiem (nosičem) je přenášena.

