

Vizuální komunikace ve veřejném prostoru

Moje jméno:

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).



skupina



jednotlivec

Pro začátek se rozdělte do skupin po 2 až 5 lidech. Budete pracovat ve skupině i jednotlivě. V úvodu každé kapitoly zhlédněte příložená videa z TV cyklu Identita – příběh českého grafického designu.

Video:
[Orientační systém pro pražské metro](#)



Video:
[Jednotný orientační systém pro pražskou MHD](#)



1 Orientační systémy

Pražské metro

9. 5. 1974 – zahájen provoz metra, trasa C

- a) Co všechno obsahuje jednotný orientační systém?
Co musí pro funkční navigaci designér navrhnout?

Vytvořte společně myšlenkovou mapu na samostatný papír (A4 nebo A3) obsahující jednotlivé složky orientačního systému. Pracujte s minimem textu a s důrazem na obrázky a barvy. Váš výsledek sdílejte s ostatními skupinami a vyhodnoťte, která skupina vytvořila nejpersvědčivější mapu.

- b) Představte si, že neexistují obrázky a prostor metra je popsán jen textem. Jak by to působilo na uživatele? Sepište si body a pobavte se o tom s dalšími skupinami.

.....

.....

.....

.....

.....

- c) Co jsou piktogramy a k čemu slouží? Vyjmenujte nebo nakreslete ty nejčastější. Porovnejte mezi skupinami shody.

- d) Kam všude se nosiče navigující cestující v metru rozhodně neumísťují a proč?

.....

.....

.....

.....

- e) Jaký by měl být dobrý orientační systém? A co to znamená, když se v druhém videu uvádí, že má být srozumitelný, konzistentní a inkluzivní? Napište ve skupině formulaci o třech větech. Výsledek sdílejte s dalšími skupinami.

.....

.....

.....

.....



Interiéry veřejných budov

- f) V jakých budovách se můžeme s orientačním systémem nejčastěji setkat? Co by se stalo, kdyby tam nebyl?

.....

.....

.....

.....

- h) Petr Babák poukazuje na takzvanou lidovou tvořivost – situaci, kdy se v prostorech objevují dodatečné cedule, nápisy, piktogramy a další nové prvky orientačního systému, které nectí původní návrh designérů. Proč a čemu lidová tvořivost škodí? Každá skupina si napíše jedno nebo dvě slova nebo slovní spojení a pak se pusťte do debaty s ostatními.

.....

.....

.....

- g) V čem je systém Loginform tak jedinečný a nadčasový? Debatujte všichni společně.

2 Vizualní smog



- a) Co všechno může být v ulicích měst považováno za vizuální smog?

Vytvořte společně myšlenkovou mapu na samostatný papír (A4 nebo A3) obsahující jednotlivé prvky vizuálního smogu. Vizualizaci problému použijte jako podnět k debatě nad otázkou, proč lidem vizuální smog škodí.

- b) Vyjmenujte největší prohřešky proti pravidlům grafického designu, které zmiňují autoři Grafického odpadu. Vypište nežádoucí jevy u těchto prvků vizuálního jazyka (schéma viz níže):

Kompozice

.....

.....

.....

Umístění

.....

.....

.....

Písmo

.....

.....

.....

Barva

.....

.....

.....

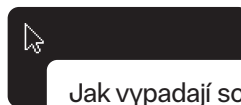
Obraz

.....

.....

.....

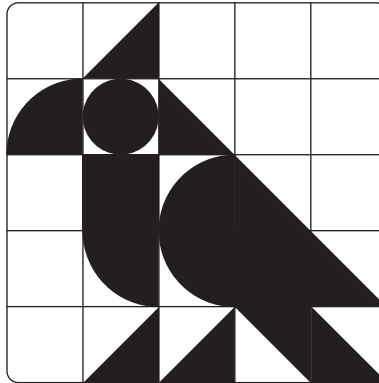
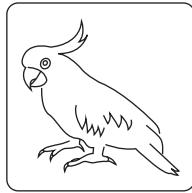
- c) Závěrečná diskuse: Vizuální smog je určitým zrcadlem doby, odráží dobovou kulturu a politické nastavení. O vizuálním smogu proto mluvíme v souvislosti s naší novodobou historií, tedy po roce 1989, po přechodu z komunistického do kapitalistického režimu. Proč vizuální smog souvisí s takzvanou volnou rukou trhu?



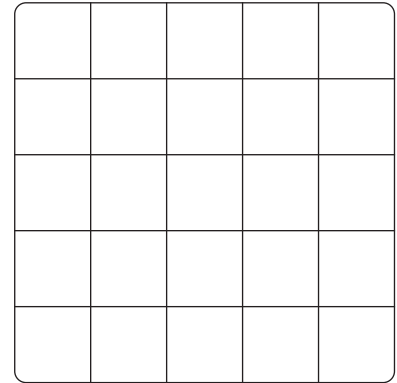
Jak vypadají současná města, si určitě vybavíte nebo jste to viděli ve videu. Pro srovnání si vyhledejte obrázky z první republiky a komunismu a pobavte se, co o tehdejší kultuře podoba měst z hlediska reklamních značení vypovídá.

Vyzkoušejte si vytvořit piktogram stylizací věci do mřížky pomocí geometrických tvarů. Jako předloha může posloužit foto nebo reálný objekt ve vašem okolí.

piktogram papouška



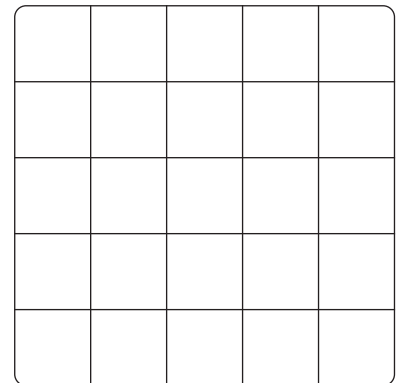
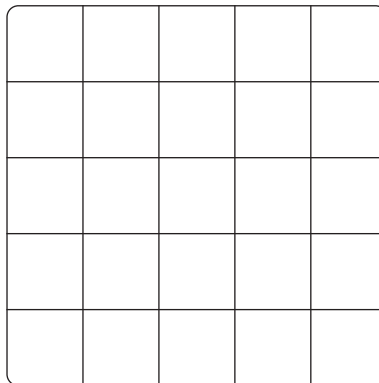
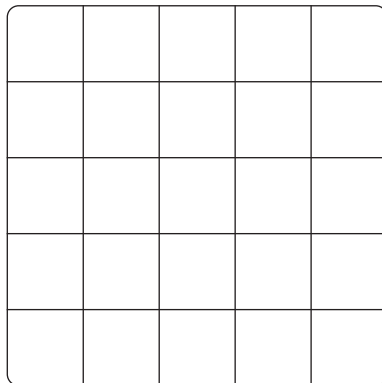
piktogram dámského WC



geometrické tvary



vlastní piktogramy



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 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 zmoženou 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.

