



**Wires Crossed**

**Developing Community Media to Mitigate  
the Impact of Fake News**


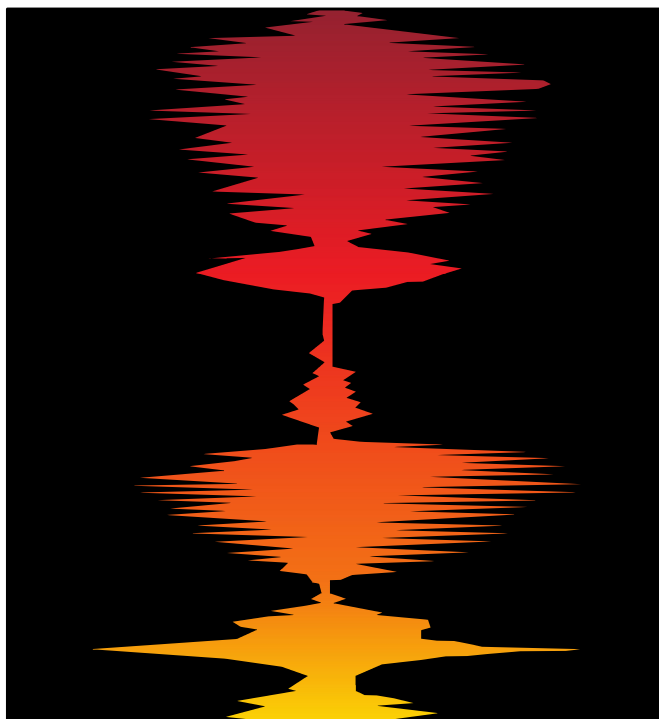
**Modul 6: Vizuální  
grafika**

1



# Vítejte!





**Wires Crossed**

**Developing Community Media to Mitigate  
the Impact of Fake News**

**Úvod do vizuální  
grafiky**

3



# Co je to “Vizuální grafika”?





# Co je to “Vizuální grafika”?

Designování vizuální grafiky je proces vizuální komunikace, který využívá **typografii**, **fotografii**, **ikonografii** a **ilustrace**.



Jedná se o kombinaci designu a informací. Je spojena s vývojem médií. Patří sem tištěná, řemeslná i elektronická média nebo prezentace pro komunikaci s lidmi.



## Krátká historie vizuální komunikace

Historie vizuální komunikace je stejně stará jako lidstvo samo.



Zdá se, že lidé měli vždy vrozené sklony k vytváření umění!



## Jeskyňní malby

Otisky rukou, zvířata a události  
(například lov) se objevují již v  
prehistorických časech.





## Dřevěné reliéfy

Již v roce 200 se v Číně tiskly  
a razítkovaly vzory na  
dřevěné reliéfy pro  
hedvábné oblečení.







Ve středověku lidstvo rozvíjet svou kreativitu v písmenech a slovech, čímž vznikla **typografie**.

**Typografie** je umění a *technika* uspořádání **písma tak**, aby byl psaný **JAZYK** čitelný a zároveň *estetický*.





## Erb

Erby byly z technického  
hlediska prvními logy vůbec.  
Používaly se k jako symboly  
jednotlivých rodů a jejich  
území.





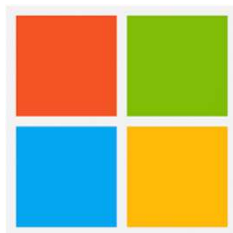
Stejně jako u **loga**, smyslem rodového erbu bylo reprezentovat hodnoty, vlastnosti a zvyky.



Logo je grafická značka, například emblém nebo symbol, který se používá k podpoře veřejné identifikace a rozpoznávání. Může se jednat o obrazný nebo abstraktní návrh a může obsahovat text názvu společnosti, kterou představuje.



**Figurativní Design**



**Abstraktní Design**



**Text**



Napadají vás další příklady?



V 15. století dorazil tiskařský lis do Evropy a lidé konečně dokázali v masovém měřítku vytvářet texty, umění a designové prvky.

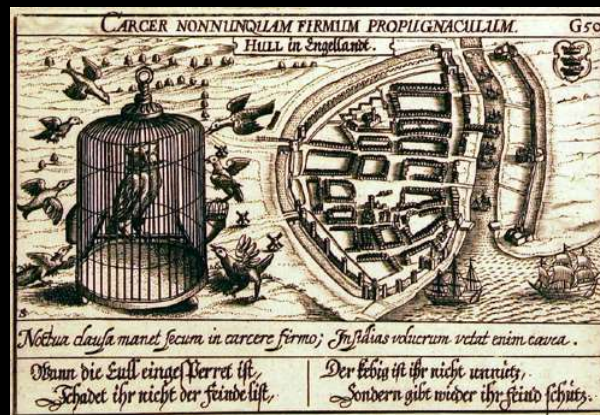
Netrvalo dlouho a lidé si uvědomili, jak takové vizuály ovlivňují nákupní chování a výši zisků.

To vedlo k rychlému zrodu vizuální grafiky.



## Corantos

Kolem roku 1620 se objevily první informační letáky, které představovaly první sériově vyráběnou tištěnou reklamu.



Z inzerce se stal fenomén, se kterým se setkáváme téměř všude.  
Využívá se pro klasickou reklamu, veřejné služby, propagaci i pro  
šíření informací.



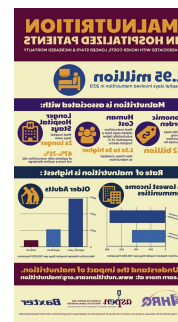
Reklama



Veřejná služba



Propagace



Informace



# Dotazy nebo nápady?







**Wires - Crossed**

**Developing Community Media to Mitigate  
the Impact of Fake News**

**AKTIVITA I :  
Deconstruct Design**

17



**Pauza!**





# Vizuální grafika – opakování!

Vizuální grafický design, někdy zvaný jen grafický design, je ve své podstatě **umění s účelem.**

Používá se k informování, nalákání, organizování, zábavě či upoutání pozornosti.





## Vizuální grafika – pohled zblízka

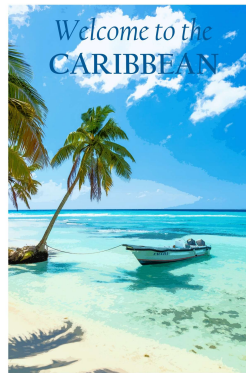
Vizuální grafický design kombinuje umění a technologie za účelem komunikace dané zprávy.

Využívá k tomu strategické umístění obrázků a textu.





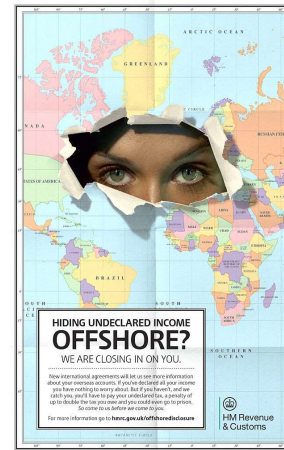
Též využívá moderních marketingových nástrojů, jako je například budování emocionálních vazeb skrze zobrazení každodenního života, idealistických situací nebo charakteristických barev.



Ikea – Každodenní život  
Dior – Idealistická situace  
Pepsi – Charakteristické barvy



Vizuální grafický design využívá systematického plánu pro komunikaci nápadů, které inspirují, informují nebo zaujmou spotřebitele.



We can do it – Inspirace  
Art exhibition – Informace  
Tobasco - Zaujmutí



## Plakáty mají různé formáty







# I. Informující reklama (Infomercial )





Jedná se o jeden z nejběžnějších formátů. Je považován za základní reklamní plakát, který často vidíte ve výlohách nebo na vývěškách. Jejich cílem je zaujmout pozornost. Obvykle obsahují velký obrázek s několika úryvky informací. Často obsahují informace o tom, kde může čtenář inzerovaný výrobek nebo službu zakoupit.



## 2. Formativní





6

Tento formát se používá pro vytváření povědomí o určitém tématu. Využívají je zdravotnické organizace, lékaři a další společnosti, jejichž cílem není propagovat podnikání, produkt nebo službu. Místo toho šíří povědomí o veřejné společenské problematice.



Formát plakátu pro show je také označován jako "kinematografický plakát". Obvykle se používá k propagaci umění. Používá se obrázek a několik klíčových informací, jako je datum a místo konání.



## 4. Digitální



Nejmodernější je digitální formát, ten není vytištěn a často se pohybuje. Používá se online, promítá se do prostoru nebo může být vyobrazen na LED obrazovce.



## Infografika

Infografika, také informační grafika, je vizuální reprezentace informací nebo dat.



Slouží k tomu, aby data byla snadno srozumitelná téměř okamžitě.



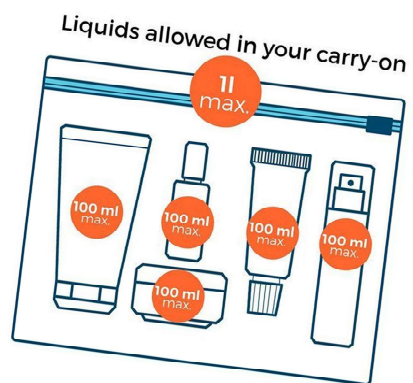
## Infografika

Používá se k rychlému sdělení zprávy, prezentuje velké množství informací jednoduchým způsobem.



Obrázky obsažené v infografice by měly dokázat víc, než jen vzbudit zájem čtenáře. Slouží totiž k pochopení a zapamatování si obsažených dat.

## Infografika se často využívá pro komunikaci s veřejností





## Infografika

Těší se stále větší popularitě v digitálním prostředí, v tisku, v organizacích i ve vzdělávání.

Efektivní infografika je **jasná**, **efektivní** a **vizuálně poutavá**.



Měla by prezentovat různé informace a zároveň udržet divákovu pozornost.



# **Infografika se vyskytuje v odlišných formátech**

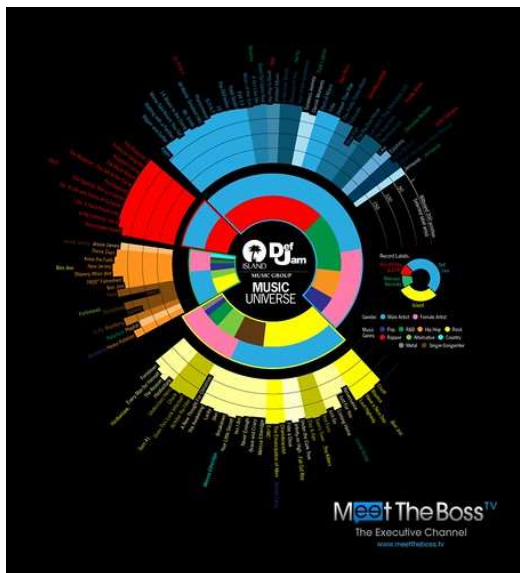




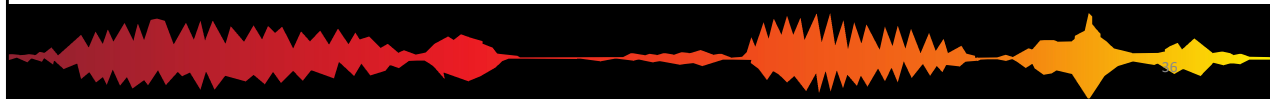
Jedná se o nejabstraktnější styl infografiky a k předávání informací používá tabulky, grafy a diagramy.



## Tabulky, grafy a diagramy



**Mapy jsou také  
typem infografiky**





Tento typ formátu vypadá jako fyzický objekt, ale je velmi zjednodušený a abstraktní. Obraz je využit jako vizuální příklad pro něco jiného, v podstatě se jedná o vizuální metaforu.

## Alegorie

When Americans think the housing market will recover:





3



## THE SANDWICH GENERATION

### Analogie



Approximately 18% of Americans ages 45-56 are providing significant amounts of care to both their children and their aging parents. We call these people "The Sandwich Generation."



Roughly  
20 million  
households



Spend \$18 billion  
annually and



Give 2.3 billion  
hours of service  
annually.







## Dotazy nebo nápady?



Vyzvěte účastníky, aby vám kladli otázky, uvítejte různé nápady.





## Psychologie barev

Třebaže by se podle názvu mohlo zdát, že se jedná o exaktní vědu, není tomu tak.

Ačkoliv barvy vyvolávají v lidech emocionální reakce, tyto reakce jsou snadno ovlivnitelné osobními zkušenostmi, preferencemi, kulturními rozdíly a kontextem.

Při výběru barev je důležité zvážit charakter vaší značky a celkový tón vašeho návrhu.





## Teorie barev

Pro efektivní rozhodování existuje exaktní věda!



## Vývoj vizuální grafiky

I když může být zábava sednout si k počítači nebo čistému listu papíru a zkoušet si různé čmáranice, obrázky a pěkná písma, při tvorbě skutečně efektivního grafického návrhu je nutné zvážit a naplánovat celou řadu věcí.

Ačkoliv neexistuje jedna správná cesta k úspěšnému návrhu, doporučujeme řídit se několika doporučeními.





## 1. Identifikujte cíl vašeho plakátu

Zamyslete se nad informacemi, které chcete sdělit, a svůj návrh naplánujte na jejich základě.

Zvolte jednoduchý cíl a odkazujte na něj v průběhu procesu tvorby, ujistěte se, že vaše hlavní zpráva nezapadla.



## 2. Zvažte svou značku a cílové publikum

Jaké jsou vaše hodnoty, jak chcete, aby vás lidé vnímali?

Mějte jasnou představu o vztahu mezi vaší značkou a vaším publikem. To vám zaručí soudržnost.

Vaše značka a publikum též ovlivňuje další volby, například co se týče rozložení prvků a barev.





### 3. Rozhodněte se, jak bude plakát publikován

Je důležité si představit, kde bude váš plakát umístěn před zahájením tvůrčího procesu.

Rozhodněte se, zda bude vytištěn, pokud ano, v jaké velikosti?  
Bude zavěšen v blízkosti jiné vizuální grafiky? Bude návrh zahrnovat celou velikost plochy až po okraj, nebo bude mít typickou bílou čáru kolem okraje?

Možná bude potřeba design optimalizovat pro sociální média, v tomto případě je důležité vybrat správné rozměry.







#### 4. Uved'te jasnou výzvu k akci

Váš návrh by měl poskytnout jasné instrukce, co by měl příjemce zprávy podniknout jako další krok.

Může to být například nákup, návštěva webových stránek nebo další šíření informací sdílených na plakátu se svými vrstevníky.





## 5. Udělejte si nástin

Vždy je moudré vytvořit si nástin, který zajistí, že všechny informace budou jasné a stručné.

Někdy mají grafici tendenci zahrnout příliš mnoho informací, ale v případě vizuální grafiky je méně více.

Ujistěte se, že příjemce zprávy nebude zahlcen informacemi.

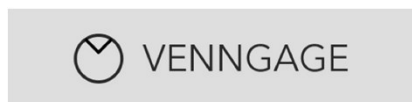


## Produkce vizuální grafiky

Existuje mnoho open source platforem pro vytváření vlastní vizuální grafiky. Tři z nejpopulárnějších jsou:



Canva



Venngage



Piktochart





## **Produkce vizuální grafiky**

Tyto platformy nabízejí profesionálně navržené šablony, obrázky, ikony a písma.

Pro obrázky, které chcete zahrnout, ale nejsou na daných platformách k dispozici, můžete využít bezplatné online fotobanky.





## **fotobanky**

Fotografie z fotobanky je profesionálně pořízená fotografie, obvykle běžného místa, památky, přírody, události nebo osoby, která je k dispozici bez licenčních poplatků a může být použita pro komerční účely.

Následující webové stránky nabízejí širokou škálu obrázků, které můžete použít pro svůj design bez porušení autorských práv.



Pixabay



Unsplash



Pexels

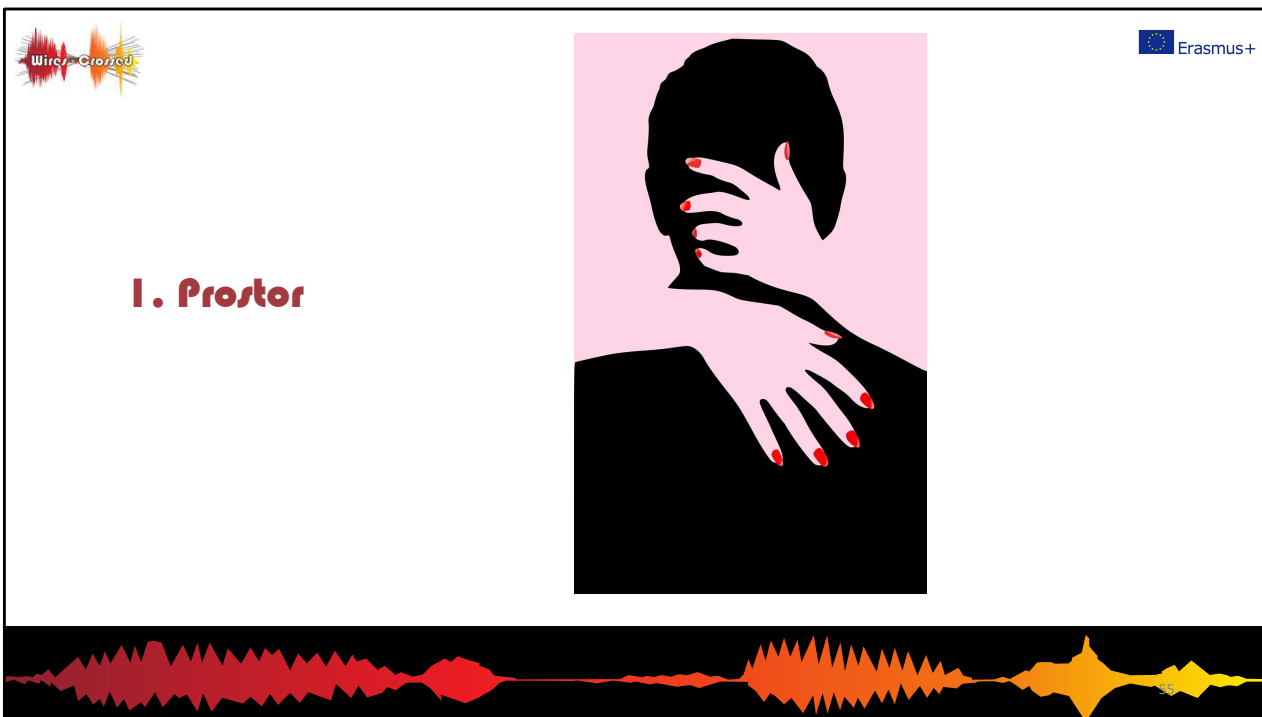




## Produkce vizuální grafiky

Nyní, když jsme téměř připraveni začít navrhovat vizuální grafiku, pojďme se podívat na některé základní principy designu, které je třeba mít na paměti.





Návrh nemusí být zcela plný prvků (tvarů, textu, obrázků).  
Oko potřebuje místo k odpočinku nebo něco výrazného, co udrží jeho pozornost.  
Nechte svůj design dýchat a vyhněte se spleťtých prvkům.



## 2. Rovnováha



Rovnováha je důležitá pro strukturu celkového návrhu.

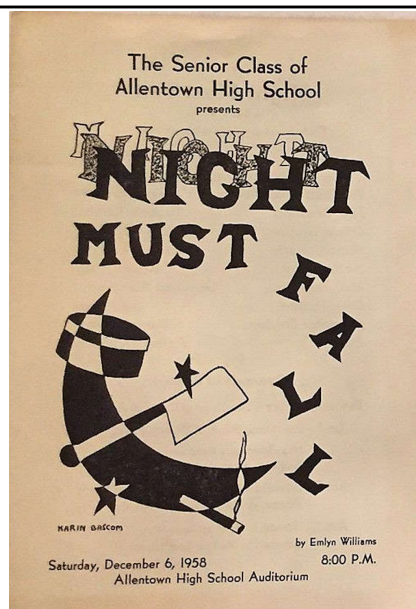
Představte si, že všechny prvky vašeho návrhu mají váhu. Snažte se ji rozložit vyváženým způsobem.

To lze provést pomocí barev, různých měřítek a kontrastů.





### 3. Blízko



Vytvoří vztah mezi souvisejícími prvky.

To neznamená, že prvky musí být seskupeny na jedno místo. Měly by být vizuálně propojeny písmem, barvou nebo velikostí.



## 4. Zarovnání



Hraje důležitou roli při vytváření spojení mezi prvky.  
Snažte se je uspořádat tak, aby byly v relativních pozicích.

## Klíčové body při přípravě návrhu – rekapitulace

1. Identifikujte cíl vašeho plakátu
2. Zvažte svou značku a cílové publikum
3. Rozhodněte se, jak bude plakát publikován
4. Uveďte jasnou výzvu k akci
5. Udělejte si nástin





## Klíčové principy designu – rekapitulace

1. Prostor – Umožněte svému návrhu dýchat
2. Rovnováha – Může být symetrická i asymetrická
3. Blízkost – Vizuálně propojte své prvky
4. Zarovnání – Zamyslete se před umístěním prvku





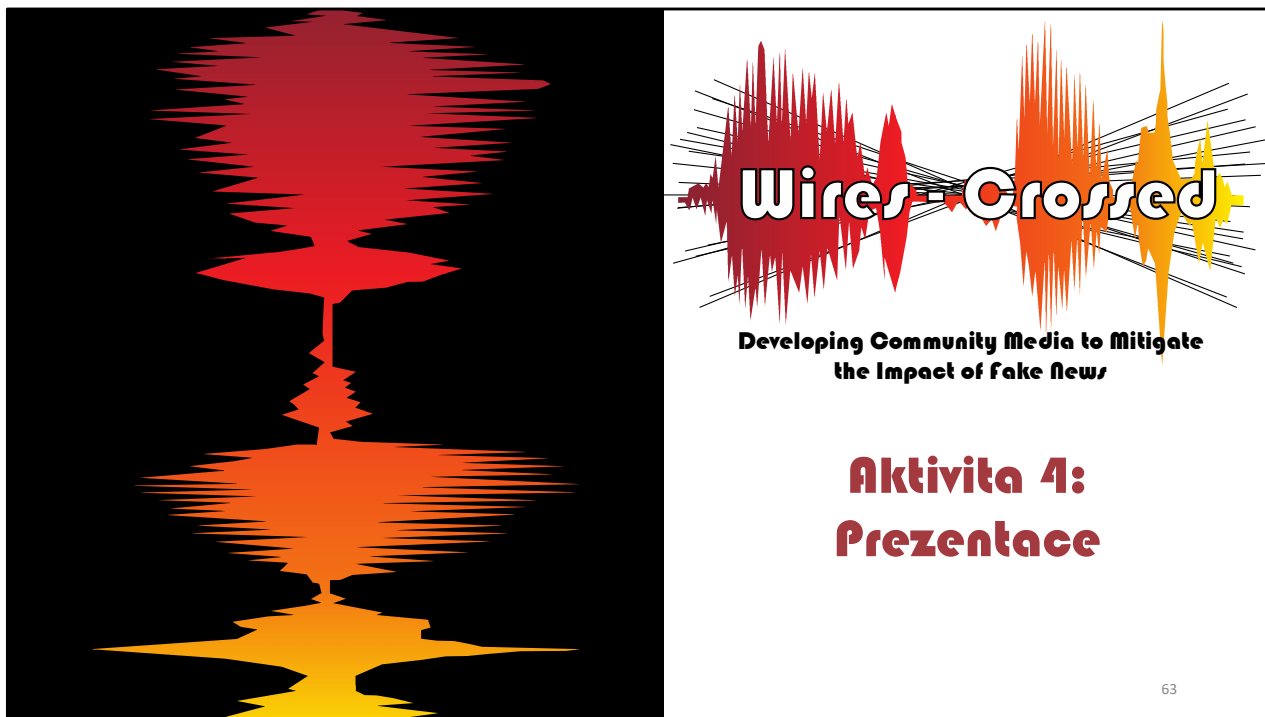


## **Návrh vašeho plakátu!**

Pomocí znalostí, které jste dnes získali, navrhnete svůj vlastní plakát dle libovolného formátu.

Po dokončení budete vyzváni, abyste ho prezentovali před skupinou!








**Dobrá práce!**







# Wires Crossed

Developing Community Media to Mitigate  
the Impact of Fake News

## Hodnotící dotazník!

65



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

"The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein." 2019-1-DE02-KA204-006115

