Vysoká škola kreativní komunikace

Katedra Vizuální tvorby

Vizuální a literární umění

Grafický a mediální design

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Logo a vizuální identita pro školní zařízení

Autor: BcA. Pavla Veverková

Vedoucí práce: MgA. Miroslav Roubíček

2024

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité prameny a literaturu, ze kterých jsem čerpala. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely studia a výzkumu.

V Praze dne: Podpis autora:

Poděkování

Ráda bych tuto práci věnovala mojí základní škole v Uhříněvsi, která je hlavním tématem této diplomové práce. Naučila mě mravní hodnoty a podpořila mé první kroky ke grafickému designu, jenž jsem po ukončení základní školy začala studovat a věnovat mu volný čas. Chtěla bych poděkovat rodině a přátelům za podporu a motivaci. Dále patří velké poděkování mé vedoucí ateliéru MgA. Barboře Tomanové, Ph.D., která měla velkou zásluhu jako konzultant. Na závěr patří poděkování panu Mgr. Miroslavu Roubíčkovi za jeho podporu, cenné rady a pomoc, kterou jsem obdržela během předešlých studijních let i během konzultací.

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá ucelením brandingu základních škol v Česku. Cílem diplomové práce je tvorba nového loga, vizuální identity a navigačního systému pro základní školu U Obory, která se nalézá v pražské Uhříněvsi. V práci je analyzována současná situace, navrhovaná strategie a řešení vizuálního stylu, který efektivně sjednocuje všechny aspekty rebrandingu školy. Přístup je založen na poznatcích z oblasti vzdělávání a chování žáků základní školy, které podkládám vlastními zkušenostmi jako bývalá žákyně. Výsledkem práce je sjednocený vizuál, který tvoří tiskové, online i prostorové řešení designu. Identita se tvoří veškerou komunikací s důrazem na specifické hodnoty a potřeby dětí ve věku od šesti do patnácti let.

Klíčová slova: Rebranding, základní škola, Uhříněves, děti, logo, vizuální identita

Abstrakt

This thesis deals with the branding of primary schools in the Czech Republic. The aim of the diploma thesis is to create a new logo, visual identity and navigation system for the U Obory primary school, located in Uhříněves, Prague. The thesis analyses the current situation and proposes a strategy and solution for creating a logo and visual identity that effectively unifies all aspects of rebranding the school. The approach is based on knowledge from the field of education and behaviour of primary school pupils, which I base on my own experience as a former pupil. The result of the work is a unified visual that finds its use, both in print and spatial designs. The visual is projected from printed learning materials and diplomas to navigation systems in school buildings, with an emphasis on the specific values and needs of children aged 6 to 15.

Keywords: Rebranding, primary school, Uhříněves, children, logo, visual identity

Obsah

Úvod 8

TEORETICKÁ ČÁST **9**

1. Úvod do designu edukativní tématiky 9

1.1.Pedagogický design *9*

1.2. Materiální design *9*

1.3. Design v prostoru vzdělávacích institucích *10*

1.4. Ovlivnění designu prostředí na děti a mládež *11*

1.5. Vizuální smog ve vzdělávacích prostředích *11*

2. Typy škol 12

2.1. Druhy škol *13*

3. Vizuální identita škol 15

3.1. Základní škola Františka kardinála Tomáška Studénka *17*

3.2. Projekt Buď teď *18*

4. Konkurence 19

4.1. Lokální konkurence *19*

4.2. Základní škola Bratří Jandusů *19*

4.3. Základní škola Eden *20*

4.5. Organizace AVIDA *21*

4.6. Zahraniční rešerše *23*

4.7.Hackney Forest School *23*

PRAKTICKÁ ČÁST **25**

5. Historie školy 25

5.1. Prostory školy *25*

..... *27*

..... *27*

5.2. Vize a osobnost školy *27*

5.3. Tonalita *28*

5.4. Cílová skupina *28*

5.5. Současné logo *28*

..... *29*

5.6. Slogan a motto školy *29*

6. Hlavní myšlenka 30

6.1. SWOT Analýza *30*

6.2. Filozofie a hodnoty školy *31*

6.3. Marketingová komunikace *31*

6.4. Moodboard *32*

7. LOGO 32
7.1 Sekundární variace loga 33
8. VIZUÁLNÍ IDENTITA 33
8.1. Workshop 34
8.2. Barevnost 35
8.3. Typografie 36
8.4. Slogan 37
9. KOMPOZIČNÍ PRAVIDLA 38
10. APLIKACE MATERIÁLŮ 38
10.1. Tiskoviny 39
10.2.Pochvaly 41
10.3.Pamětní list 42
10.4. Brožura 42
10.5. Webové stránky 43
10.6. Newsletter 44
11. KOMUNIKACE ŠKOLY NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH 45
11.1. Facebook 46
11.2. Instagram 47
12. KAMPAŇ 48
14. NAVIGAČNÍ SYSTÉM 49
14.1. Orientační cedule areálu školy 50
14.2. Orientační cedule budovy školy 52
14.3. Interiérové prvky školy 53
14.5. Měnitelné jmenovky pro třídy 53
13. MERCH 54
..... 56
ZÁVĚR 57
LITERATURA 58
INTERNETOVÉ ZDROJE 58
SEZNAM OBRÁZKŮ 60

Úvod

V této diplomové práci se věnuji vytvoření komplexní vizuální identity pro státní základní školu U Obory, která se nachází v pražské Uhříněvsi. Téma jsem si vybrala z osobních i profesních důvodů. Během mého základního studia jsem právě na této škole našla inspiraci, jenž mě později zavedla ke studiu grafického designu. Byla to tehdy paní učitelka výtvarné výchovy, která mě motivovala k uměleckému vzdělání a vzbudila ve mně zájmy ohledně designu. Dalším důležitým faktorem pro zvolení tématu byla i skutečnost, že škola měla v rámci komunikace pouze logo. Absence komunikace a vizuálního stylu omezovala školu při komunikaci s žáky, učiteli i veřejností. Po konzultaci s paní ředitelkou jsme došly k závěru, že je nezbytné vytvořit komplexní vizuální identitu, která nejenom reprezentuje školu, ale zároveň pomůže vytvořit příjemné a inspirativní prostředí pro žáky a učitele.

V teoretické části se zabývám úvodem do designu v edukativním prostředí. Popisuji různé faktory, které ovlivňují podobu vizuálního stylu ve vzdělávacím prostoru, představuji projekty, které se tímto tématem zabývají. Cílem je poskytnout ucelený pohled na možné alternativy a možnosti tvorby vizuální identity pro školy. V praktické části práce uvádím veškeré informace o škole, které sloužily jako základ pro tvorbu vizuální identity školy. Poté aplikuji tyto informace v grafickém zpracování návrhu. Výsledný návrh obsahuje nejenom logotyp, ale i tiskové a online materiály, jako jsou webové stránky, plakáty, sociální sítě, navigační systémy a merchandising. Finální návrh bude prezentován vedení školy a po schválení budou podniknuty kroky k jeho realizaci.

Teoretická část

1. Úvod do designu edukativní tématiky

Abychom si lépe dokázali představit, jakou roli hraje design v edukativním prostoru, je nutné se seznámit s několika body, jenž ovlivňují a patří k tvorbě designu ve vzdělávacím prostředí. Tyto body jsou zásadní pro zajištění podpory a efektivity ve vzdělávacích prostorech a materiálech, které by jinak mohly působit spíše rušivě či chaoticky. Design má v edukativních institucích hned několik účelů a významů, které se následně promítají do každodenního života žáků, učitelů a dalších pracovníků ve vzdělávací sféře.

1.1.Pedagogický design

Jedná se o návrhy a organizaci vzdělávacího obsahu, metod a materiálů potřebnou k efektivnější výuce. Cílem je přehledně přenášet znalosti a dovednosti na žáky. Vzdělávací obsah zahrnuje tvorbu učebních plánů, výukových materiálů, multimediálních prezentací a formuje nové výukové trendy pro vzdělání. Rozlišujeme základní dělení pedagogických disciplín dle pěti kritérií:

a) Podle obsahu zkoumání
b) Podle věku
c) Podle fází společenského vývoje
d) Podle oblastí aplikace
e) Podle specifičnosti obsahu

Do každého kritéria spadá několik disciplín věnujících se od pedagogických dějin, výchovy, technologií, aplikací výuky, společenství až po věkově odlišné skupiny studentů. [1] Můžeme říci, že je to jeden ze základních stavebních kamenů, který napomáhá k tvorbě efektivního vzdělávacího programu. Díky pedagogickému designu je možné připravit obsah pro studenty systematičtější, aby byl co nejvíce prospěšný pro každou specifickou cílovou skupinu.

1.2. Materiální design

Jako součást výuky jsou i studijní materiály a pomůcky, který by měly splňovat minimální grafickou úpravu. Mezi materiály patří široká škála učebních pomůcek, které jsou navrženy tak, aby splňovaly aktuálnost informací a podporovaly studenty k lepší aplikaci a zapamatování si učiva. Znázornění, nebo popis látky pomocí fotografií, schémat, grafů,

[1] Obecná pedagogika v designu vzdělávacího procesu.

diagramů nebo map, napomáhá žákům lépe přiblížit a vizuálně si představit učivo. Mimo tištěných materiálů jako jsou učebnice, sbírky, čítanky, slovníky, encyklopedie nebo knihy, můžeme zařadit i zvukové a dotykové pomůcky. Dále tu je využití moderních technologií, jako jsou počítačové programy, hry, interaktivní prezentace, online materiály aj. Tyto vpřed posouvající se inovace, včetně nově používané umělé inteligence pomáhají vytvářet atraktivní a zábavné materiály, které žáci mohou vnímat různými smysly, a podpořit tím jejich zájem o učivo. Učitelům se tak nabízí nespočet variant, jak uchopit a přizpůsobit učební plán trendům pro žáky.[2] Design výukových pomůcek obnáší práci s dobře čitelnou typografií, infografikou, práci s fotografií či ilustrací, aby žák dokázal co nejlépe porozumět látce. Nesmíme samozřejmě opomenout i barevnou paletu, která napomáhá naší schopnosti soustředit se, zapamatovat si informace i zůstat pozorný. Je důležité si uvědomit, že správný výběr a použití barev může výrazně ovlivnit efektivitu učení. Mezi doporučované barvy v učebních materiálech jsou zelená, oranžová a modrá.[3] Tyto barvy napomáhají k zapamatování si informací, nicméně je nutné brát v potaz individuální preference jednotlivých žáků. Celkově můžeme konstatovat, že studijní materiály jsou podstatnou formou pro efektivní výuku a jsou nedílnou součástí vizuálního prostředí vzdělávacích institucí. Jejich správné vytvoření a využití může žáky natolik pozitivně ovlivnit, že přinesou i lepší výsledky.

1.3. Design v prostoru vzdělávacích institucích

Edukativní instituce, jako jsou školy a muzea, hrají velkou roli v kvalitě vzdělávání a udržování zájmu o učení. Jejich prostředí a budovy mají významný vliv na porozumění předávaného obsahu, ale také na celkovou atmosféru a komfort návštěvníků. Při navrhování těchto prostor je nutné brát v potaz věkový rozdíl u návštěvníků. Je nezbytné zajistit prostor do takové míry, aby bylo prostředí bezpečné, čitelné a plně funkční pro všechny, od nejmladších až po dospělé návštěvníky. Proto je nutné mít dobře umístěné informační tabule a ukazatele pro orientaci v prostoru.

Prostor by měl být bezpečný, dobře osvětlený, vzdušný a akusticky vyladěný. Barvy a design by měly být vybrány pečlivě s ohledem na konkrétní charakter instituce, jako je muzeum, galerie či škola. Mělo by se pracovat se všemi faktory, které ovlivňují design, od samotného prostředí, až po pedagogický a kulturní charakter budovy. Po zodpovězení všech otázek ohledně prostředí, cílové skupiny, stylu výchovy a metodiky vzdělávání můžeme dosáhnout vysněných požadavků a výstupů pro vizuální zpracování designu v prostoru

[2] Průcha, Walterova, Mareš. 2013. Pedagogický slovník
[3] ARTICLES. 2021. Psychologie barev: jak barvy ovlivňují učení? [online]

vzdělávací instituce. Design v prostoru je úzce spjat s architekturou, proto i nově vznikající instituce pociťují neustálý vývoj. Zejména vliv digitalizace mění každodenní život na školách, tím i funkční a estetické kvality výuky a školních budov. Učebny a společné prostory uvnitř i vně se stávají stále flexibilnějšími a multifunkčnějšími. Nabízejí útočiště pro individuální vzdělávací příležitosti, nebo zóny pro odpočinek, stejně jako pro různé skupinové setkání a aktivity. [4]

1.4. Ovlivnění designu prostředí na děti a mládež

Prostředí, ve kterém se děti a mládež snaží vzdělávat, pomáhá formovat jejich zkušenosti, rozvoj a dovednosti. Tvorba designu pro takové instituce musí mít jedinečný přístup, jak cílit na děti a mladistvé, a hlavně zohlednit jejich potřeby, zájmy, vývoj a věk. Každá věková skupina může reagovat odlišně. Mladší děti potřebují stimulovat mysl pomocí jasných a jednoduchých informací, zatímco starší děti láká spíše propracovanější grafika. Návrh by měl být dobře čitelný a obsahovat jednotný styl uspořádání informací a zpracování vizuálních prvků. Nicméně musíme podotknout, že design není pouze o vzhledu, ale hlavně o jeho funkci. Dobře navrhnutý design je kombinace vzhledu, potřeb cílové skupiny a samotného praktického použití. To platí také pro edukativní prostory jako jsou školy, galerie a muzea, kdy je nutné předat co nejlépe vysvětlené informace. Designování těchto vzdělávacích prostor má zásadní vliv na to, jak se děti učí, jakým způsobem vnímají okolí a jaký si k němu vybudují vztah.[5] Prostor, ve kterém děti tráví většinu svého času, by jim měl pomoci nejen s efektivní výukou, ale i s jejich rozvojem, podpořit je ke kreativitě a motivovat. Kromě materiálních podmínek je podstatné vyvářet i přátelské a podporující prostředí, které vnímá každého žáka individuálně a povzbuzuje ho v rozvoji. Prostor by měl zajistit, aby se zde každé dítě cítilo bezpečně, zvyšovalo jeho zvídavost, podněcovalo zájem o učivo a rozvinulo jeho sociální dovednosti. Musí být navrženo v souladu s pedagogickými potřebami žáků a zároveň splňovat bezpečnostní a organizační provoz školy.[6] Pokud všechny tyto aspekty jsou splněny, vede to k pozitivním výsledkům a intelektuálnímu rozvoji u dětí i mládeže.

1.5. Vizuální smog ve vzdělávacích prostředích

Termín “vizuální smog“ v zahraničí označován “visual pollution“ je vizuální znečištění prostoru kvůli nadměrnému a nepřiměřenému používání grafických prvků, reklam, nebo nevhodně umístěného vzdělávacího materiálu, což by mohlo odvracet pozornost žáků a

[4] Kramer, S. Building to Educate: School Architecture & Design (2018)
[5] Hanek, J& Bradlerová. Proč Design?
[6] Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (2023)

návštěvníků od vzdělávacího programu. Obecná definice vizuálního smogu zní jako *„nekoordinovaný chaos forem, barev, materiálů, světla, které dělají prostředí ošklivým a neatraktivním“* (Nami, Jahanbakhsh & Fathalipour, 2016).[7] Ve školách by se tento pojem mohl týkat nepřehledných učebnic, nekvalitních vzdělávacích pomůcek, nebo zanedbaného prostředí v učebnách a chodbách, což může negativně ovlivnit vnímání a zapamatovatelnost učiva. Je nutné věnovat pozornost vhodnému použití grafických prvků i propagačních materiálů a barev, aby podpořily děti v učení a nevytvářely naopak nepříjemný a rušivý prostor.

2. Typy škol

Školní docházka je státem povinná, žák se vzdělává po dobu devíti let. Ačkoliv jsou vymezeny spádové školy, tak výběr není nijak omezen. Typy škol se mohou lišit v závislosti na vzdělávacím systému či cílové skupině studentů. V první řadě je nutné rozdělit typy škol na státní a soukromé, které mají své charakterizační znaky, jenž ovlivňují prostředí a zkušenosti studentů. Velkou roli hrají hlavně finanční prostředky, neboť státní školy jsou bezplatné, zatímco cena za soukromé studium se pohybuje v řádu tisíců až desetitisíců korun za měsíc.

a) Státní škola

Nabízí své služby všem studentům z rozmanitých sociálních tříd, což může být skvělá příležitost k navázání vztahu mezi žáky z různých vrstev. Přestože ve většině škol je vyšší počet žáků ve třídě, může nabídnou příjemné studijní prostředí, kroužky, aktivity či kvalitní učební zařízení. Avšak navzdory snaze je při velkém množství dětí horší kvalita individuálního přístupu k žákům při vysvětlování látky, což se může projevit na studijních výsledcích. Státní škola konkuruje soukromým školám díky pozitivní reputaci a nabízenými kroužky.

b) Soukromá škola

Často klade důraz na vyšší standardy kvality, což rodiče motivuje k investici do vzdělání svého dítěte. To se projevuje na kvalifikaci učitelů, školních výletech, vybavení školy, reprezentativních prostorech či péčí o studenty. Tyto školy se výrazně zaměřují na individuální přístup k žákům, nabízejí třídy s menším počtem studentů, což vede i k lepším výsledkům. Jediný možný odrazující faktor může být cena, která je pro mnoho rodin nedostupná. Výběr soukromé školy nemusí znamenat, že se dítěti dostane lepší vzdělání než dítěti ze státních škol, ale že má přístup k lepším podmínkám.

[7] Nami, P., Jahanbakhsh, P., & Fathalipour, A. (2016). The Role and Heterogeneity of Visual Pollution on the Quality of Urban Landscape Using GIS

2.1. Druhy škol

a) Mateřská škola

Mateřská škola teoreticky neposkytuje žádné vzdělání, její funkce je čistě socializační a výchovná. Školka je vyhrazena pro děti od tří do šesti let. Nutno podotknout, že podle školského zákona je potřeba přednostně přijmout děti, které jsou v předškolním věku, alias před zahájením povinné školní docházky. To zajistí socializační podmínky pro dítě, které bude postaveno před velké množství dětí ve škole, na které nebylo v domácím prostředí zvyklé a nebude pro něj přestup takový šok. Školka poskytuje bezpečné prostředí, ve kterém se děti učí respektu, spolupráci, sdílení, vyjadřování a emoční kontrole. Děti se učí základním pravidlům a rutinám, jako je dodržování harmonogramu, hygienické návyky a určitá míra samostatnosti.

b) Základní škola

Stupeň základního vzdělávacího systému, který připravuje žáky na další studijní či profesní rozvoj. Školní docházka je pro všechny děti povinná a začíná obvykle ve věku šesti let, kdy je dítě přihlášeno do první třídy, pokud rodiče nezažádali o roční odklad nástupu. Existuje i alternativní forma vzdělání jakožto "domácí výuka", která stále není úplně běžná, proto ji vnímáme jako experimentální. Školní docházka trvá po dobu devíti let, které jsou rozděleny do dvou stupňů. V prvním stupni, který trvá od první až do páté třídy, se učí základním dovednostem typu počítání, čtení, psaní, jazyky aj. Druhý stupeň, od šesté až po devátou třídu, navazuje na již nabrané zkušenosti a připravuje žáky na střední, či odborné školy.[8] Některé školy nemají dostatečnou kapacitu a proto mají omezenou možnost přijímat žáky pouze pro první stupeň. Ti se poté přesouvají do jiné školy, která má potřebný druhý stupeň. Pro nadanější žáky existuje možnost navštěvovat během studia i základní uměleckou školu, která pomáhá žákům rozvíjet jejich umělecké nebo hudební dovednosti.

c) Střední škola

Střední odborné školy mají dobrovolnou docházku, nicméně pro dnešní dobu je ve většině profesí středoškolské vzdělání nutnost. Studenti si mohou vybrat dle svých preferencí z různých oborů, jako je ekonomika, zdravotnictví, pedagogika, umění, zemědělství atd. Úspěšným zakončením studia na střední škole obdrží student výuční list a v případě maturitního oboru získává maturitní vysvědčení. Tyto stupně se odlišují podle délky a formy studia, střední vzdělání může trvat pouze jeden až dva roky, střední vzdělání s výučním listem dva až tři roky,

[8] Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (2023)

a střední vzdělání s maturitní zkouškou je dosaženo po čtyřech letech studia. Pro studenty dvouletých až tříletých oborů mající zájem o maturitní zkoušku, je k dispozici nástavbové studium.[9] Pouze studenti s maturitní zkouškou mohou dále pokračovat na vysokou nebo vyšší odbornou školu.

d) Střední odborné učiliště

Studenti učilišť se většinou vzdělávají ve dvouletých, nebo tříletých oborech ukončené řádnou závěrečnou zkouškou. Absolventi získají dostatečnou kvalifikaci a následně obdrží výuční list pro vykonávání služeb vystudovaného oboru. Učiliště zajistí studentům potřebnou praxi pro jejich profesní rozvoj. Při skládání závěrečné zkoušky je nutné úspěšně dokončit praktickou zkoušku, která se liší podle oboru učiliště. Mezi vybranými učilištními obory jsou cukrářské, keramické, sklářské, strojně-montážní, malířské, truhlářské, kuchařské či zahradnické práce.

e) Gymnázia

Mezi další alternativy pro vzdělání patří i Gymnázia, což je formální vzdělávací institut, který poskytuje všeobecné vzdělání zakončené maturitní zkouškou. Záměr školy je připravit své studenty na vysoké či vyšší odborné školy bez konkrétního zaměření, proto je výuka všeobecná.

f) Vyšší odborná škola (VOŠ)

VOŠ jsou v délce dvouletého nebo tříletého programu ve formě denního či dálkového studia. Absolventi těchto škol mohou za svým jménem používat titul diplomovaného speciality, zkr. Dis. Pokud by se absolvent rozhodl pokračovat ve studiu na vysoké škole, je možné uznat některé z předmětů za splněné, pokud se jedná o stejný či podobný obor.

g) Vysoké škola

Tato vzdělávací instituce se zaměřuje na konkrétní studijní programy – bakalářský, magisterský a doktorský, které studenti mohou studovat v různých stupních náročnosti a odbornosti. Všechny stupně je potřeba zakončit státní závěrečnou zkouškou a obhajobou diplomové práce. Vysoká škola jako jediná může udělovat akademické tituly. Podle absolvovaného stupně získají nárok používat titul dle svého nejvýše dosaženého vzdělání. Jedná se o tituly bakaláře Bc. (v uměleckých oborech BcA.), magistra Mgr. (v uměleckých

[9] INFO@AION.CZ,Školský zákon. Zákony pro lidi [online].

oborech MgA.) a v oborech zaměřené na technické, ekonomické nebo zemědělské vědy získává dotyčný absolvent titul Ing. V lékařských oblastech – všeobecného lékařství, veterinárního lékařství, veterinární hygieny či zubního lékařství se studium ukončuje tzv. rigorózní zkouškou. Absolventi následně získají titul dle svého vystudovaného oboru a zaměření MUDr. (Doktor medicíny), MDDr. (Doktor zubního lékařství), MVDr. (Doctor veterinární medicíny), PhDr. (Doktor filozofie), JUDr. (Doktor práv), RNDr. (Doktor přírodních věd), PharmDr. (Doctor farmacie) ThDr. (Doctor teologie). Posledním programem je doktorský, zaměřený na vědecké bádání a samostatnou tvůrčí činnost v oblasti vývoje, výzkumu či umělecké tvorby. Absolventi získávají titul Ph.D.[10]

h) Speciální škola

Speciální, neboli zvláštní školy jsou pro děti, které mají středně těžké a těžké mentální postižení. Děti zde mají speciálně odlišný plán a formu výuky. Vzdělání je žákům přizpůsobeno s ohledem na jejich sníženou rozumovou schopnost, psychické postižení a samostatnost rozvoje.[11] Škola jim má usnadnit výuku, připravit žáky na vstup do praktického života a také jim pomoci k následujícímu vzdělání.

3. Vizuální identita škol

Vizuální identita škol má odrážet podstatu toho, kdo jsou, jak se prezentují, jaké mají zájmy, pro koho tu jsou, jak se chovají a čím se liší. Identita školy by měla být ucelená a reprezentativní, aby prospívala instituci a dobře komunikovala s veřejností. V českém školství jsou vizuální identity opomíjeny převážně kvůli nedostatku financí na jejich vznik. Hlavní důraz je vždy kladen na zajištění dostatečného vybavení a kvalitní zázemí školy. Nicméně v dnešní době je stále větší důraz kladen na funkční grafický design v edukativních prostředích. Vzniká zvýšený zájem o to, jak se instituce prezentují, komunikují a vyzdvihují své hodnoty pomocí vizuálních prvků. Každá vzdělávací instituce by měla mít jasně definované základní hodnoty, kterými se řídí nejen ve svém vzdělávacím plánu, v grafickém ztvárnění, ale i v marketingu. Tyto interní hodnoty staví kostru instituce, ale také slouží jako silný marketingový nástroj.

[10] PRŮCHA, Jan. Přehled pedagogiky. (2000). 269 s.

[11] ARCHIV-NUV.NPI. Základní školy speciální [online]

Z hlediska marketingu je doporučeno tyto hodnoty propagovat na webu školy, informačních a propagačních materiálech i na zdech společných prostor a učeben.[12]

„Marketing je mocným, avšak často opomíjeným nástrojem na trhu dalšího vzdělávání. Lze říci, že na českém vzdělávacím trhu představují moderní marketingové techniky dosud nevyužitý potenciál, jak dostat vzdělávací produkty a služby k zákazníkovi. Zatímco v mnoha zemích je marketing, který využívají špičkové vzdělávací společnosti, inovačním rejdištěm, hubem stále nových a nových přístupů a nápadů, v České republice jsou stále využívány spíše tradiční přístupy. Tento fakt v sobě ukrývá jednak nevyužitou příležitost a jednak potenciální hrozbu. Je zřejmé, že do ČR budou přicházet další zahraničnı́ vzdělávací společnosti, které využívají pokročilejší marketingové techniky a kterým české vzdělávací instituce – byť vybavené kvalitním vzdělávacím know-how – nebudou schopny konkurovat.

Marketingová komunikace spoluvytváří veřejné povědomí o kvalitě a profesionalitě vzdělávací společnosti. Je základem jejího společenského image. Jejím cílem je udržet stálé zákazníky a přilákat nové.“ (Dobeš, a další, 2012).

Stát přispívá školám malým finančním obnosem a to i na renovace či zaměstnanecké platy. Státní školy se dožadují různých dotací od státu, aby si udržely kvalitu a zůstaly inovativní. Pokud se však škola rozhodne investovat do sebeprezentace, tak zaručeně pocítí pozitivní dopad na žáky, rodiče i zaměstnance. Toto můžeme pozorovat u soukromých škol, které musí vést kampaně, aby zaujaly. Na rozdíl od státních škol probíhá u soukromých škol větší konkurenční boj na trhu o budoucí studenty.

Nově postavené školy často od samého počátku zahájení stavby zapojují grafické designery, kteří spolupracují na tvorbě orientace v prostoru a jejich grafickém ztvárnění, čímž napomáhají vytvořit funkční a zapamatovatelný vizuální styl školy, který zanechává pozitivní dojem u veřejnosti. Pokud škola zainvestuje do ucelené vizuální identity, vrhá to dobrý dojem na vzdělávací instituci, která se chce dál rozvíjet a zajímá se, jak působí ve svém okolí. V případě, kdy škola přesáhne svoje limity nad rámec svých povinností, zajistí si pozitivní ohlas od žáků i veřejnosti.

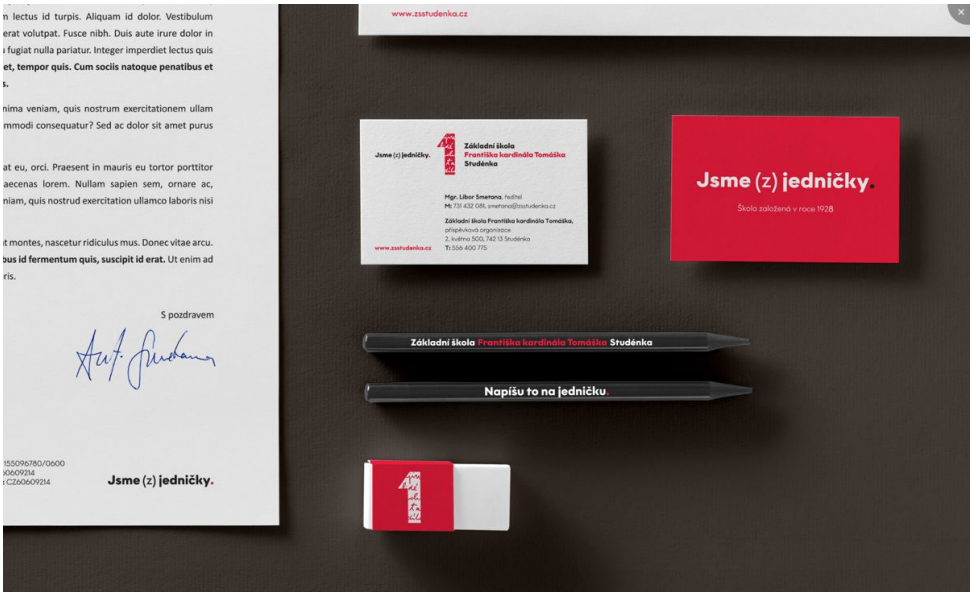
Vizuální identita může být vytvořena pomocí různých stylů. Za pomoci typografických, ilustrovaných či fotografických podkladů. Při vizuálu tvořeném typografií, nebo pouze jejími

[12] Dobeš, Martin, a další. 2012. Kuchařka marketingu pro vzdělávací instituce. Str.10

prvky, je nutné vybrat vhodné písmo. Následně s ním pracujeme podle stylu kompozice, velikosti, řezů či barvy a vymýšlíme, jak vizuální styl udělat přívětivě a funkčně. Máme různé přístupy, jak pracovat s písmem a komunikovat s ním v identitě, od minimalistických po výrazné a hravé vizuály, v závislosti na potřebách a charakteru služby nebo značky.

3.1. Základní škola Františka kardinála Tomáška Studénka

Příkladná vizuální identita postavená na typografii je Základní škola Františka kardinála Tomáška Studénka od Martina Fabiána Ruska. Nové logo základní školy vychází z jednoduchého, ale výrazného prvku – čísla jedna. Tato číslice má několik symbolických významů, spojených jak se školou, místem jejího umístění i tradicí Františka kardinála Tomáška. Číslo jedna je dominantním prvkem loga a může být použito i samostatně bez nutnosti textu, což zvyšuje jeho zapamatovatelnost. V rámci komunikace pracuje se slogany jako jsou „Napíšu to na jedničku“, „Někdo sbírá známky, někdo jedničky“ nebo „Jsme z jedničky“ a další. Písmo vepsané v samotném symbolu jedničky je originální rukopis kardinála Tomáška, což dodává logu na osobitosti. Barevné schéma bylo vybráno podle hodnosti a života kardinála Tomáška. Cílem tvorby nového loga bylo vytvořit nadčasový, čistý design, který by reflektoval myšlenky a hodnoty spojené s Františkem kardinálem Tomáškem.[13]Při práci s identitou, kterou z větší části prezentují grafické prvky jako jsou např. ilustrace, obrázky, či motivy, je důležité zajistit, aby tyto prvky efektivně prezentovaly hodnoty, poslání a osobnost organizace. Grafické prvky mohou být ztvárněny abstraktně, pomocí konkrétních ztvárnění, charakterů, nebo vyjadřovat konceptuální myšlenky.



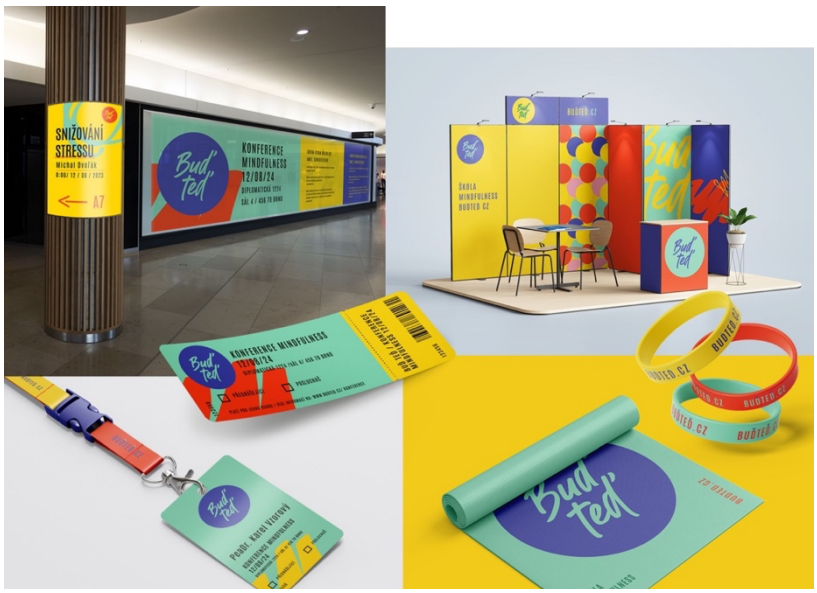
Obrázek 1.Vizuální identita Základní škola Františka kardinála Tomáška Studénka
Zdroj: https://www.mfrusek.cz/grafika/zs-studenka

[13] www.mfrusek.cz, 2024 [online]

Každý prvek by měl být pečlivě navržen tak, aby vizuálně oslovil svou cílovou skupinu, vzbudil pozornost veřejnosti a působil jednotně v celé vizuální identitě a komunikační strategii organizace.

3.2. Projekt Buď teď

Jako jedna z inspiračních identit, která mě zaujala, byla u projektu „Buď teď“ od grafického studia IDENTITY. Práce představuje nově vznikající školu, která se primárně zaměřuje na pomoc jednotlivcům při zvládání každodenních situací a péči o mentální zdraví. Identita stojí na třech hlavních pilířích: emoce, pocity a myšlenky. Tyto prvky jsou prezentovány skrze slova, barvy a ilustrace, aby si je každý mohl lépe přiblížit a identifikovat se s nimi. Jednou z charakterizující a důležitou součástí identity je barevné schéma, kde pestrost barev odráží pestrý život a různorodost emocí. Logo školy je složené z nápisu “Buď teď“ a vloženého do kruhu, jednoduché a stručné. Typografie a grafické prvky jsou zvoleny tak, aby zdůraznily hravost, živost a osobní přístup školy. Komunikace školy se zaměřuje na mindfulness momenty. Při výběru vhodných textací se pracuje s otázkami, které se týkají našeho postoje či stráveného času. Vyzývá k vlastnímu sebehodnocení a uvědoměním si sama sebe. Slogany, které se objevují jsou „Kdy jsi naposledy nespěchal? – Buď teď“, „Je laskavost slabost, nebo projev síly? –Buď teď“ nebo „Odsoudíš lidi, aniž bys poznal, jací doopravdy jsou? – Buď teď“. Projekt se primárně zaměřuje na posilování mentálního zdraví a podporu emocionální rovnováhy jedinců, a to i prostřednictvím kurzů, seminářů či online obsahu.[14]



Obrázek 2. Náhled identity Buď teď
Zdroj: https://identity.cz/project/bud-ted/

[14] www.identity.cz, 2024 [online]

4. Konkurence

Před samotným vznikem a tvorbou vizuální identity Základní školy U Obory jsem musela udělat rešerši konkurenčních vzdělávacích institucí v okolí Prahy 10 a zahraničních škol, které si můžeme vzít i jako inspirační zdroje pro tvorbu. Rešerši jsem směřovala na státní školy, které se zaměřují na základní vzdělaní dětí od první až deváté třídy. Je nutno podotknout, že v zahraničí je v poměru s Českem více soukromých škol než státních, které by byly natolik zajímavé, abychom v nich hledali inspiraci, proto škola ze zahraničí bude soukromého rázu.

4.1. Lokální konkurence

V první části rešerše se zaměříme na školy, které jsou v okolí městské části Prahy 10, abychom mohli provést analýzu lokální konkurence. Je za potřebí si všímat, jaké školy jsou a vznikají v okolí a jak se prezentují či komunikují s veřejností. Toto pozorování nám umožní lépe porozumět tomu, jakým způsobem oslovují své potenciální studenty a rodiče. Díky tomu se můžeme také rozvíjet a vymýšlet strategie, které by mohly nalákat cílovou skupinu k výběru naší školy.

4.2. Základní škola Bratří Jandusů

Druhá škola, a zároveň jediný "konkurent", která se v pražské Uhříněvsi nachází se jmenuje Základní škola Bratří Jandusů. Její historie sahá déle, než je tomu u Základní školy U Obory. Existuje již od roku 1882, kdy byl položen její základní kámen. Nachází se u hlavní pozemní komunikace, což vzhledem k frekvenci provozu aut u školy není úplně optimální pro bezpečí dětí. Škola se prezentuje mottem "Věřit si a znát". Pravidelně investuje do modernizace svých prostor a vybavení, aby poskytovala optimální podmínky pro vzdělání a vývoj žáků. Zároveň klade důraz na komunikaci s rodiči a veřejností skrze mimoškolní aktivity. Příkladem může být dětský pěvecký sbor Jiskřička, který se pyšní mnohaletou tradicí a úspěchy na domácí i mezinárodní scéně. Z hlediska vizuální i marketingové komunikace je Základní škola Bratří Jandusů poněkud laxní. Design školních materiálů a webu není optimální. Marketingová či vizuální komunikace zde nemá žádné výstupy. Škola pravděpodobně postrádá potřebné finanční prostředky, ale mohla by zvážit investici do vytvoření vizuální identity, která by pomohla škole s funkčností a jednotnou komunikací.[15] Snaha o sebeprezentaci škola projevuje skrze merch, který má na online stránkách, avšak jedná se pouze o jejich samotné logo aplikované na nespočet druhů triček, mikin, batohů, čepicích aj.

[15] https://www.zsjandusu.net/aktuality/nejnovejsi/

Obrázek 3. Náhled webových stránek ZŠ Bratří Jandusů
Zdroj: www.zsjandusu.net

Obrázek 4. Plakát na mimoškolní akci
zdroj: www.zsjandusu.net

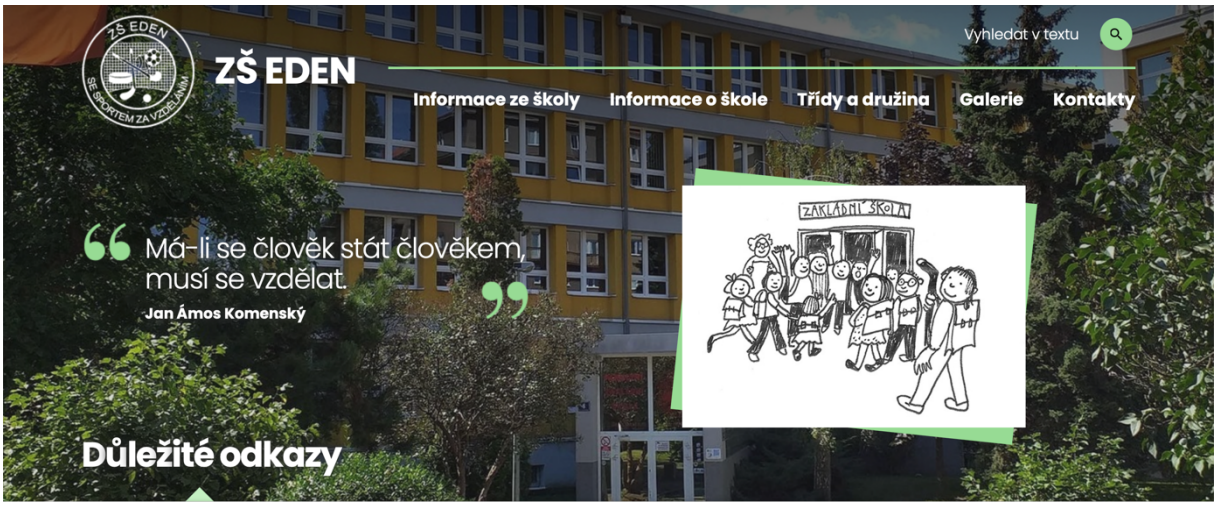
Obrázek 5. Ukázka hlavního vchodu školy ZŠ Bratří Jandusů Zdroj: www.zsjandusu.net

4.3. Základní škola Eden

Základní škola Eden se sportovním zaměřením se nachází ve Vršovicích. Původně se jmenovala Vladivostocká a byla otevřena v roce 1960. Do dvou let zde vznikly první sportovní třídy. Škole přispěl otevřením prvních hokejových tříd bývalý hráč Slávie, Josef Lánský. Sám v následujících letech působil na škole jako trenér dětí a mládeže. I dnes se škola zaměřuje na sport a vnímá ho jako jeden z hlavních pilířů zdravého životního stylu. V rámci školního vzdělávacího programu se řídí mottem "Se sportem za vzděláním". [16]

[16] www.zseden.cz, 2024 [online]

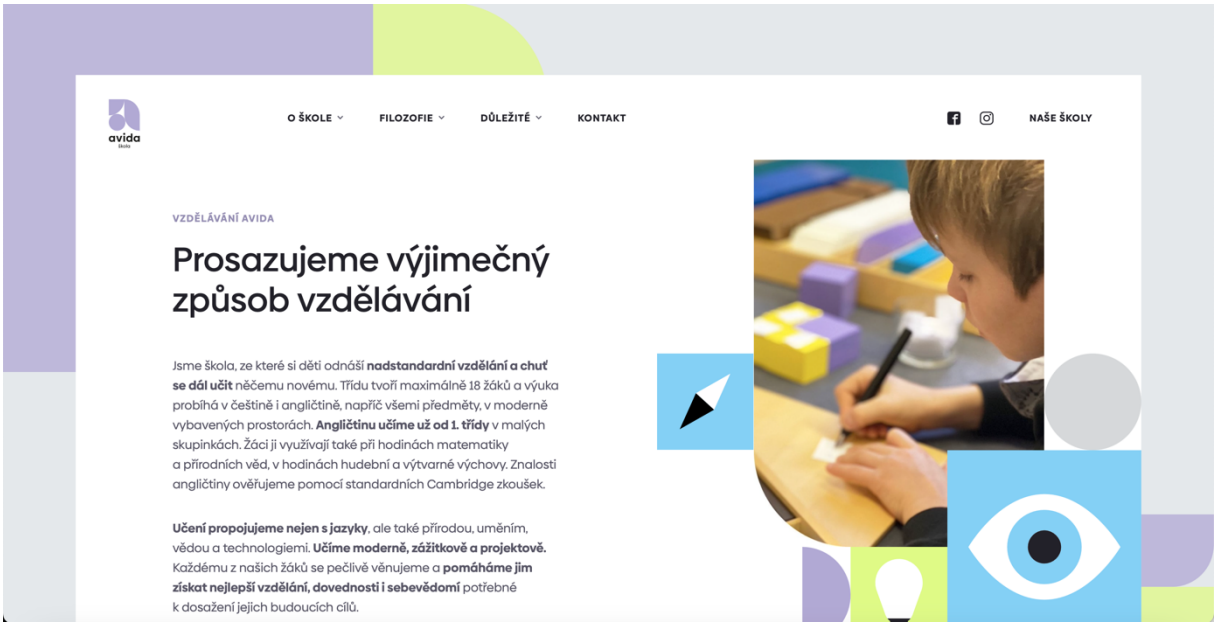
Škola je určená nejen žákům, kteří se věnují sportu na profesionální úrovni, ale také těm, kteří mají o sport zájem a chtějí se mu věnovat. Sportovní zaměření školy spočívá ve zvýšeném počtu hodin tělesné výchovy, a také ve využívání kvalitních sportovišť v blízkosti školy, jako je plavecký bazén, hokejová aréna, fotbalové hřiště, atletický stadion aj. Studium si udržuje svou kvalitu a škola má přehled o nejnovějších trendech ve vzdělání. Žáci jsou například vedeni k tomu, aby psali písmem Comenia Script, mezi předměty mají zařazenou etickou, komunikační výchovu a projektové vyučování. Pro výchovné způsoby jsou vedeni k účasti na charitativních a ekologických akcích. Kvalitu výuky určuje i vybavení školy jako je dispozice počítačových učeben, audiovizuální technika, odborné učebny. Webové stránky školy jsou skládané ze šablony, která nedodává škole takovou autentičnost, jakou by si zasloužila. K vizuální komunikaci se škola staví laxně a vše se snaží dohnat všudypřítomností loga. Nicméně v rámci sebeprezentace a komunikace s veřejnosti si udržuje vysoký standard. Komunikuje skrze různé sociální platformy (YouTube, Facebook, Instagram), kde sdílí aktuality, fotografie z akcí, informace o sportovních turnajích atd. Škola si nechala nahrát oficiální hymnu, kterou složili a nazpívali jejich žáci.



Obrázek 6. Náhled webových stránek ZŠ Eden
Zdroj: www.zseden.cz

4.5. Organizace AVIDA

Soukromá instituce AVIDA sídlící na Praze 4 má pod sebou tři vzdělávací faktory– školička, školka a základní škola. Ty jsou zaměřené na děti od 15 měsíců do 12 let. Institut jsem se rozhodla dát do rešerše navzdory tomu, že se jedná o soukromou školu, díky její propracovanější identitě a komunikaci.



Obrázek 7. Náhled webových stránek organizace Avida
Zdroj: www.skolyavida.cz

Její zaměření je na česko-anglickou výuku nabízející moderní a inovativní způsoby vzdělání. AVIDA (Aktivita, Vzdělání, Inspirace, Detail a Ambice) má promyšlenou vizuální identitu, kde reflektuje hodnoty a principy, na kterých škola staví, navrženou od grafického studia VKontextu. Identitu provází pastelové barvy a hravé, pohyblivé ikony tvořící základy pro komunikaci vizuálního stylu, který má za cíl vytvořit příjemnou atmosféru pro studenty i učitele. Každý ikonový symbol je umístěn v čtvercovém formátu, což umožnuje jeho

Obrázek 8. Vysvětlení namingu
Zdroj: www.vkontextu.cz

jednoduchou aplikaci. Komunikace školy AVIDA je založena na přívětivosti, srozumitelnosti a individuálním přístupu. Vizuální identita se promítla do všech tištěných materiálů, webových stránek a sociálních sítí, kde jsou prezentovány několika komunikačními podobami, které usnadňují přehlednost informací.[17] Slogan „A vida! Jde to i jinak.“ přispívá ke komunikaci identity organizace.

Obrázek 9. Uvítací dopis
Zdroj: www.vkontextu.cz

Obrázek 10. Rollup banner
Zdroj: www.vkontextu.cz

4.6. Zahraniční rešerše

Krom rešerše v Česku je vhodné zhodnotit, jak se k danému tématu přistupuje v zahraničí. Přístup designerů se může lišit v závislosti na historickém, ekonomickém a sociálním přístupu země. Právě zahraniční rešerše nám dávají možnost pohlédnout na projekt z jiného úhlu a inspiruje nás v dalším rozvoji. Krom toho, že nám kolegové ze zahraničí poskytují nové přístupy k práci a nápady ke zpracování, ale také nám pomáhají udržovat přehled o trendech v grafickém designu.

4.7.Hackney Forest School

Mnoho dětí z města má občas obtížnější možnost se dostat k té pravé přírodě. Radnice Hackney ve východní části Londýna si byla této skutečnosti vědoma a zahájila provoz lesní školy. Tento projekt byl tvořen studiem Spy, které dostalo za úkol vytvořit identitu, která by zvýšila o lesních školkách povědomí a zároveň vzbudila zájem u dětí i dospělých v různých částech města. Při rešerši a analýzách se designeři zapojili do dění lesní školy společně s dětmi. Po aktivitách byly žáci požádáni, aby nakreslili a popsali, co mohou v lesní škole najít, jak se

[17] www.vkontextu.cz, 2024 [online]

v ní cítí a co vše to pro ně představuje. Výstupy dětí jasně ovlivnily práci designerů při jejich tvorbě, hmyz a zvěř, které lze najít v přírodě, podporují vizuální jazyk školy. Finální výsledek identity obsahoval širokou škálu tiskových dat a aplikací, včetně plakátů, pracovních balíčků, oděvů, reklam, tašek, odznaků, razítek a karet. [18]Vizuální identita přispěla svým výstupem natolik, že má škola již několik let plné kapacity.

Obrázek 12. Přehled materiálu pro HFS
Zdroj: www.spystudio.co.uk

Obrázek 11. Bunda HFS
Zdroj: www.spystudio.co.uk

[18] www.spystudio.co.uk, 2024 [online]

Praktická část

5. Historie školy

Základní škola U Obory, dříve známá jako Vachkova 630, se nachází v pražské Uhříněvsi v městské části Prahy 22. První záznamy se objevily již v roce 1934, kdy byla založena jako obecná škola pro 1.–5. ročníky. V průběhu let prošla škola řadou změn, v roce 1953 se stala působištěm pro osmiletou a později i devítiletou základní školu.

Historie školy byla poznamenána mnoha událostmi, které ovlivnily její život a růst. V průběhu let se obyvatelé museli přizpůsobovat různým událostem včetně války či období komunismu, což mělo samozřejmě dopad i na školní výuku. Sportovní hala se stala součástí školního areálu až v roce 2001, kdy klíč od tělocvičny předával tehdejší starosta a bývalý žák základní školy, Milan Coller. Postupem času byl zaznamenán značný nárůst žáků a bylo nutné poskytnout nové prostory pro rozšíření školy. V roce 2011 se přistavěla první nová budova, která obsahovala kmenové třídy, odbornou učebnu, PC učebnu, kabinety a šatny. V roce 2017 byla dokončena další přístavba, která propojovala hlavní budovu s bezbariérovým vchodem. Budova je nyní funkčně a dispozičně propojena se přistavěnými objekty, aby lépe vyhovovala žákům a moderním standardům školství. Díky těmto rozšířením se areál školy nyní skládá z hlavní budovy a čtyř přistavěných budov, včetně obrovské tělocvičny.

5.1. Prostory školy

Celý areál školy je tvořen z několika jednotlivých budov, které jsou propojeny s původní hlavní budovou. V jednotlivých budovách se nachází rozdělené ročníky, které jsou k sobě věkově blíže – třídy prvního stupně a třídy druhého stupně. Tímto způsobem je zajištěna optimální prostorová organizace tříd.

Škola disponuje odbornou učebnou, která je vybavena pro výuku speciálně zaměřených oborů, jako je například chemie či fyzika. Dále se zde nachází dílna pro tvůrčí činnost, kde mohou žáci rozvíjet své tvůrčí dovednosti v oblasti truhlářství a kutilství. Díky počítačové učebně se žáci mohou zaměřit na výuku základních technologických dovedností, od výuky v Office programech až po přidávání jednotlivých komponentů do počítače.

Žáci školy mají k dispozici i plně vybavenou kuchyňku, která je integrovaná do vzdělávacího plánu pro základní školy. Kuchyňka není pouze místem pro přípravy jídel během oběda, ale hlavně slouží jako učebna k výuce vaření, pečení a bezpečnosti v kuchyni. Žáci se učí praktickým dovednostem v gastronomickém průmyslu a také rozšiřují povědomí o zdravé

a vyvážené stravě. Zkušenosti žáků v kuchyňce můžou posloužit jako inspirace či motivace pro budoucí kariéru v gastronomickém průmyslu. Pro rozvoj v gastronomické oblasti je žákům k dispozici vybavená kuchyňka, která podléhá vzdělávacímu plánu pro základní školy. Žáci se mohou naučit základy o vaření, pečení a bezpečnosti při tvorbě pokrmů. Pro žáky je to přínosem do osobního života a také to může pomoci motivovat děti k profesi v gastronomickém průmyslu.

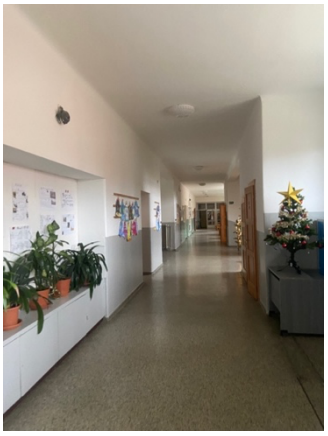
Sportoviště není opomíjeno zevnitř ani zvenku. Ve školním areálu se nachází velká sportovní hala s tribunou pro diváky, kde se konají turnaje či školní akce. Venkovní prostor nabízí hřiště pro týmové sporty i nově přidaný a zrenovovaný atletický ovál s doskočištěm, a prostorem pro workout přispívající k pohybovému rozvoji žáků a víceúčelové sportoviště. Toto hřiště nebude v příštích měsících už sloužit pouze žákům základní školy, ale bude otevřené i veřejnosti. Škola tímto prospívá místní komunitě a přispívá k aktivnímu životu v městské části Praha 22.

Obrázek 16. Hlavní budova školy
Zdroj: www.zsuobory.cz

Obrázek 15. Přistavený pavilon školy
Zdroj: www.zsuobory.cz

Obrázek 14. Vnitřní pohled tělocvičny
Zdroj: www.ceskyflorbal.cz

Obrázek 13. Venkovní hřiště
Zdroj: www.nasregion.cz



Obrázek 18. Chodba v hlavní budově
Zdroj: Vlastní

Obrázek 17. Schodiště hlavní budovy
Zdroj: Vlastní

5.2. Vize a osobnost školy

Ve škole se klade velký důraz na komplexní vývoj a rozvoj osobnosti žáků. Cílem není pouze poskytovat potřebné znalosti a dovednosti pro úspěšný život a vzdělání, ale také podporovat jejich budoucí rozvoj. Žáci jsou směřováni k tomu, aby pochopili význam vzdělání a strategii, jak se efektivně učit. Jsou podporovány jejich schopnosti a talenty v různých oblastech, ať už v akademických, uměleckých nebo sportovních.

Zároveň škola klade důraz na výchovu, která vede k odpovědnosti, sebeúctě a ohleduplnosti vůči druhým. Děti se učí oslavovat své úspěchy i neúspěchy, podporuje se spolupráce v kolektivu i samostatnost. Součástí vzdělání je i udržování pokroku s digitálními technologiemi, včetně využití umělé inteligence. Škola vytváří prostředí pro podporu fyzického i duševního zdraví žáků a zaměstnanců. Pracuje na efektivní výuce, zapojení inovativních metod a zve žáky pomocí školního parlamentu do rozhodování o svém vzdělání a vybavení školy. Školní program nabízí širokou škálu volitelných předmětů, které pomáhají žáky posouvat se v kruzích jim blízkým a rozvíjet své zájmy a dovednosti. Celková vize je žáky motivovat a vytvářet pro ně prostředí, které jim napomůže k osobnímu růstu a umožnuje jim dosáhnout maximálního potenciálu, než budou pokračovat v dalším vzdělávání.[19]

[19] Školní vzdělávací program Základní školy U Obory, 2024

5.3. Tonalita

Škola vzbuzuje dojem přívětivého prostředí, kde se děti necítí pouze jako žáci povinné školní docházky, ale jako důležitý článek školní komunity. Utváří prostředí, které vzbuzuje dojem otevřenosti a podpory pro jejich koníčky a zájmy. Důraz je kladen na poskytování pomoci a podpory, aby se žák cítil v bezpečí. Je nutno vytvořit prostor pro růst osobnosti každého žáka. Tonalita podněcuje žáky ke kreativitě, aktivitě a sebevědomí, což vede k navázání přátelství s dalšími žáky a pozitivnímu vztahu ke vzdělání.

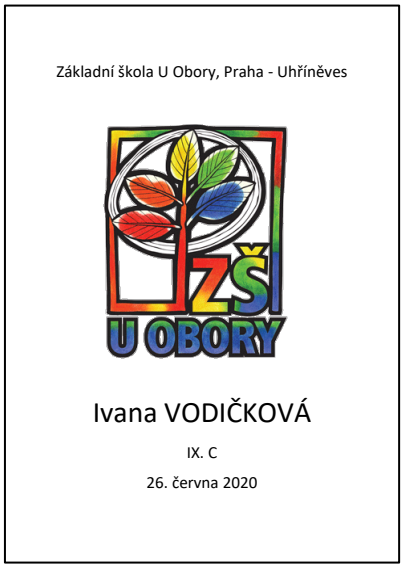
5.4. Cílová skupina

Cílovou skupinu jsem rozdělila do tří částí. První, neboli primární cílovou skupinou jsou žáci školy. Tato skupina zahrnuje početně největší segment od prvních do devátých ročníků, je zde nutno oslovit všechny děti s různými mentálními dovednostmi a schopnostmi. Sekundární cílovou skupinou jsou zaměstnanci školy, konkrétně učitelé. Cíl je zajistit příjemné edukativní prostředí pro podporu seberozvoje a motivaci ve vzdělání. Důležité je, aby se členové školní komunity cítili v prostředí školy komfortně a podporováni v jejich úsilí a práci. V poslední kategorii se vyskytují rodiče a přátelé školy. Cílem je, aby se rodiče cítili vítáni a zapojeni do života svých dětí a stali se součástí školní komunity. To povede k podpůrnému prostředí pro celou komunitu pražské Uhříněvsi.

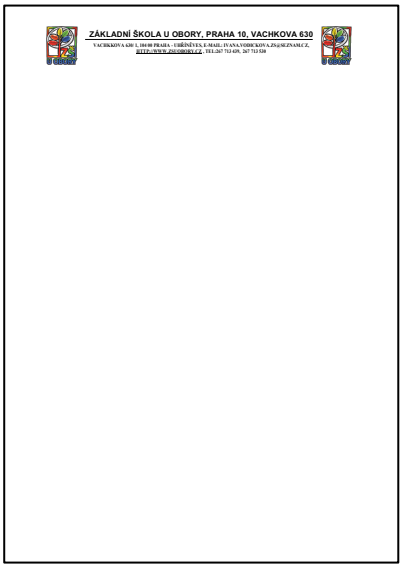
5.5. Současné logo

Logo, které aktuálně prezentuje školu, je spíše v umělecko-výtvarném zpracování. Autorka loga byla jedna z bývalých vyučujících výtvarné výchovy. V logu nalezneme listnatý strom s pěti barevnými listy a černobílým kruhem v pozadí, který symbolizuje jeho vizuální motiv. Koncepčně je logo umělecky ztvárněné a zároveň snadno zapomenutelné kvůli jeho prvoplánovému motivu. V logu nalezneme pestré barevné spektrum obsahující barvy: červená, oranžová, žlutá, zelená a modrá, což dodává logu různorodost, avšak může působit přeplácaně. Typografie použita v logu je tvořena bezpatkovým, tučným a verzálkovým písmem. To může být považováno za příliš agresivní. Můžeme vidět snahu o práci s gradientem, které pojí typografii s hlavní dominantou loga – stromem. Přítomnost gradientu dodává určitou dynamiku, avšak může stále působit zastarale a příliš zdobně. Tento designový prvek způsobuje, že logo bude působit přeplácaně. Celkově se logo nepropisuje ani nevyvíjí do vizuální identity školy, což může bránit v jeho efektivním využitím. Z těchto důvodů by mohlo být vhodné zvážit redesign loga, který by lépe odpovídal funkčním a současným trendům v designu i lépe reprezentoval hodnoty školy.

Obrázek 19. Současné logo ZŠ U Obory
Zdroj: www.zsuobory.cz



Obrázek 21. Pamětní list ZŠ U Obory
Zdroj: Ředitelna školy



Obrázek 20. Hlavičkový papír ZŠ U Obory Zdroj: Ředitelna školy

5.6. Slogan a motto školy

Škola aktuálně pracuje s mottem "Každé dítě má právo vzdělávat se s ostatními. Každé dítě má právo na úspěch". To je základní myšlenka, kterou škola implementuje do praxe a snaží se vytvořit adekvátní podmínky v prostorách školy, aby se každé dítě cítilo podporováno ve studiu.

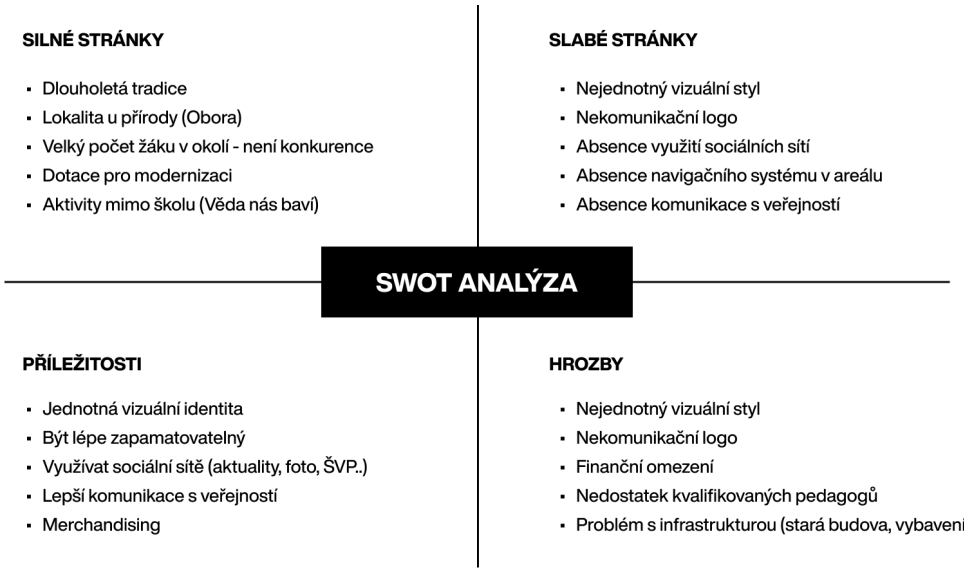
Slogan, který zní "Škola s tebou a pro tebe" není nikde komunikován ani prezentován. Reflektuje závazek školy k dítěti, který má po celou dobu jeho studia. Jde o myšlenku, která vystihuje poslání a hodnoty školy, to zahrnuje poskytování individuální podpory, přístupu, zajištění potřebných zdrojů, materiálů a vybavení.

6. Hlavní myšlenka

Myšlenka vizuální identity symbolizuje proces vypouštění žáku do světa dospělosti. Ukazuje, že škola poskytuje určitý řád a strukturu, ale zároveň jim dává prostor pro osobní rozvoj, kreativitu a objevování nových možností. Základní škola nás neomezuje, ale připravuje na vstup do světa mimo učebnice za pomoci učitelů. Ukazuje, jak nás připravené vypustí z hnízda k dalšímu letu – buď na střední školu, nebo kamkoliv jinam, podle našich vlastních preferencí a ambicí. Tímto způsobem identita představuje hlavní poslání základní školy a zároveň důležitý životní milník každého žáka, který opouští bezpečné prostředí povinné školní docházky a vstupuje do dalších studijních i profesních výzev v budoucnu.

6.1. SWOT Analýza

Aby naše komunikační strategie byla co nejvíce efektivní, je nutno zmapovat všechny faktory pomocí SWOT analýzy. Zkratka SWOT je složena z anglických názvů (strengths – silné stránky, weaknesses – slabé stránky, Opportunities –příležitosti, Threats – hrozby). Jednotlivé faktory jsou v tabulce rozdělené na čtyři skupiny, které nám pomohou v marketingové strategii.[20] Při uvědomění všech těchto faktorů zjistíme potřebné údaje, jak se nejlépe umět prodat a na čem musíme zapracovat.

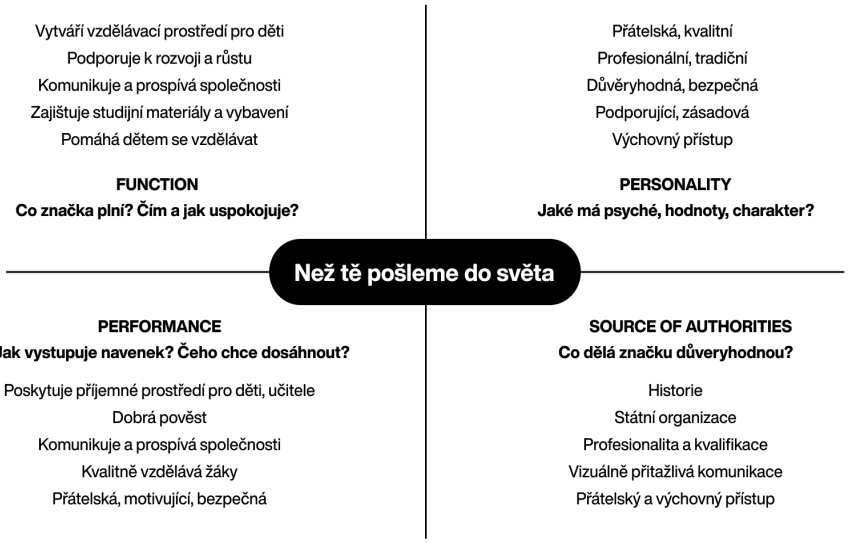


Obrázek 22. SWOT analýza ZŠ U OBORY
Zdroj: Vlastní

[20] www.cevelova.cz, 2011 [online]

6.2. Filozofie a hodnoty školy

Škola je koncipovaná na filozofii, která pomůže dětem získat všechny potřebné zkušenosti a praktiky, aby mohly vyrazit bez obav do světa. Utváří pro žáky místo vzdělání, odpočinku, sociálních vazeb, bezpečí a výchovy. Jakožto státní vzdělávací institut musí splňovat profesionální normy, aby předal dětem co nejvíce a žáci byli schopni čelit každodenním úkolům a výzvám. Zároveň by měla prospívat uhříněveské komunitě, zajišťovat si dobré vztahy a pověst.



Obrázek 23.Brand essence ZŠ U Obory
Zdroj: Vlastní

6.3. Marketingová komunikace

Komunikace je navržena tak, aby byla dostatečně srozumitelná a vizuálně přitažlivá pro každou věkovou skupinu. Nový hlavní slogan "Než tě pošleme do světa" je základním kamenem pro koncept komunikace, podporu a přípravu, kterou poskytneme dětem, než přijde jejich čas posunout se dál. Komunikace je laděna v pozitivním a motivačním smyslu, jenž ujišťuje děti, že při odchodu z deváté třídy budou připraveni na všechny studijní i profesní nástrahy v budoucnu. Krom původního sloganu školy se můžeme například setkat se slogany jako „Připraven? To si piš" nebo "Obora mě naučila".

Vzhledem k tomu, že se jedná o vzdělávací instituci pro žáky od šesti do patnácti let, komunikujeme s nimi pomocí tykání, kdy vzniká osobnější a přátelštější dojem. Hlavní cíl je informovat cílovou skupinu srozumitelně a stručně.

6.4. Moodboard

Moodboard představuje směsici inspiračních projektů, fotografií, barev a typografie. Pomáhá nám vcítit se do kreativního směru, kterým se chceme vydat a na jehož bázi vytvoříme identitu. Prostřednictvím moodboardu můžeme sdílet naše myšlenky a představy s klientem, což výrazně usnadňuje komunikaci a zajišťuje, že všichni mají jasnou představu o požadovaném stylu kreativního zpracování. V tomto konkrétním moodboardu jsem se zaměřila na pestrou barevnost, práci s linií, jednoduché ilustrace, výraznou typografii a jednoduché formy.

Obrázek 24. Moodboard
Zdroj: Vlastní

7. Logo

Logo je tvořeno kombinací typografie, konkrétně sans-serifového písma Sofia Sans Semi Condensed, doplněným o grafický prvek, pomocí upravené abecedy písma Pacifico, která nejen dotváří, ale také unikátně propojuje celkový koncept vizuální identity. Tímto autorským prvkem se snažíme vyjádřit podstatu a filozofii školy, zajištění vzdělání a řádu pro žáky, ale zároveň přípravu na jejich vlastní nezávislou cestu do světa. Přesto nezapomínáme pomocí autorského typografického prvku na důležitý aspekt hravosti. Tato kombinace seriózního a respektovaného písma s hravým prvkem dotváří harmonický dojem, který oslovuje a přitahuje svým působením širokou veřejnost.

Základní škola
U Obory

Obrázek 25. Nové logo ZŠ U Obory
Zdroj: vlastní

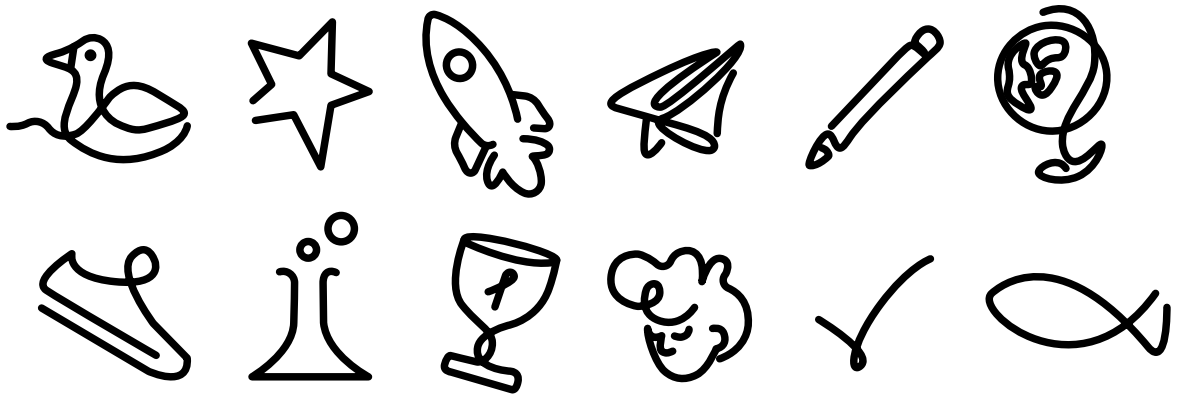
7.1 Sekundární variace loga

Pro výjimečné situace, kdy není vhodné použít základní verzi loga, tak je k dispozici i sekundární verze, která je optimalizovaná pro použití v jednom řádku. Tato verze umožnuje flexibilnější manipulaci s logem pro tištěné i online materiály, což zajištuje dobrou čitelnost a estetičnost bez ohledu na prostředí, ve kterém by mělo být použito. Tato varianta je považována za náhradní řešení pouze v případě, kdy by základní podobu loga nebylo možné využít bez nutnosti deformací.

Obrázek 26. Sekundární podoba nového loga Zdroj: Vlastní

8. Vizuální identita

Pro tuto diplomovou práci vznikly dva směry zpracování. První je čistě funkční, kdy zaměstnanci školy nebudou muset kontaktovat grafika o spolupráci, ale pomocí doložených podkladů a zdrojů si vytvoří materiály sami. Druhý směr je již umělečtější, a proto je nutno si nechat připravit materiály pro užití od profesionála. Oba směry se využívají v komunikaci, protože se dají kombinovat a zanechají vizuální identitu jednotnou. Hlavním prvkem vizuální identity je výrazná linka, která se prezentuje vždy v posledním písmenu. Propojuje celou komunikaci a stává se klíčovým prvkem. Poslední písmeno je vždy znázorněno psacím písmenem, které v nás reflektuje trénink psaní ve školních cvičných písankách. Její flexibilita umožnuje vytváření rozmanitých symbolů a ikon, které dokážou vizuálně ztvárnit široký výběr situací, myšlenek a akcí. S ikonami pracujeme jako s nálepkami. Vkládáme kamkoliv podle našich preferencí. Výběr nálepek ovlivňují témata akce a situace, které chceme vyjádřit. Jejich výhoda spočívá v tom, že máme rozmanitý výběr, můžeme je libovolně kombinovat, a tím nám vznikají stále nové kompozice. Vzhledem k jejich flexibilitě je možné ikonu ztvárňovat samostatně, aniž by došlo k výraznému odlišení vizuálního zpracování od původní podoby identity. Vizuál má ve veřejnosti vyvolávat radost, motivaci, hravost a přátelství.



Obrázek 27. Ukázka výběru jednotlivých ikon
Zdroj: Vlastní

8.1. Workshop

Pro vytvoření vizuální identity ZŠ U Obory jsem se rozhodla zapojit i žáky školy a uspořádala jsem pro ně speciální workshop. Ten se konal pro děti z prvního stupně, konkrétně pro třetí třídu. Jednalo se o důležitou fázi v procesu vytváření vizuální identity, která je klíčová pro vnímání školy. Děti byly velmi nadšené a aktivní. S pomocí třídních učitelek se nám podařilo úspěšně splnit všechny body workshopu. Sama jsem tento workshop vedla a společně s dětmi jsme prošli třemi hlavními fázemi workshopu.

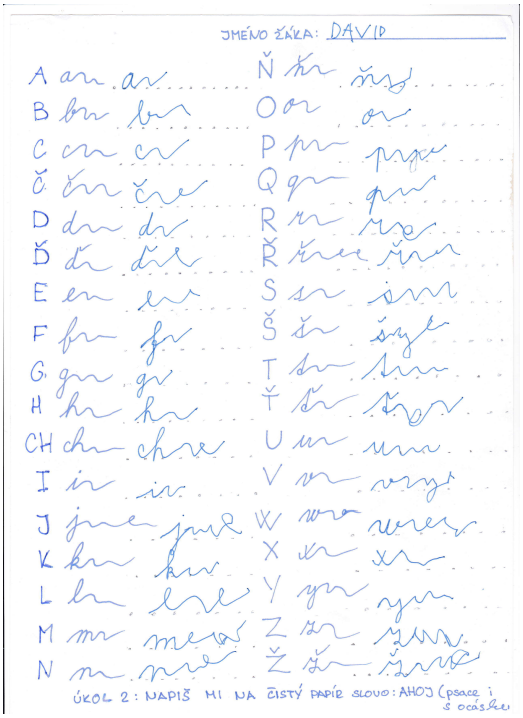
První část workshopu byla věnována uvolnění ruky a rozvoji motoriky potřebné pro správné psaní písmen a zlepšení koordinace mezi rukou a okem. Žáci se zapojili do cvičení, se kterým se setkali v prvních třídách při nauce psaní abecedy tzv. písanek. Tento úkol jim pomohl k vytvoření malých psacích písmen s doprovodnou linkou, která je součástí celé vizuální identity.

Obrázek 28. Dítě píše abecedu na workshopu
Zdroj: vlastní

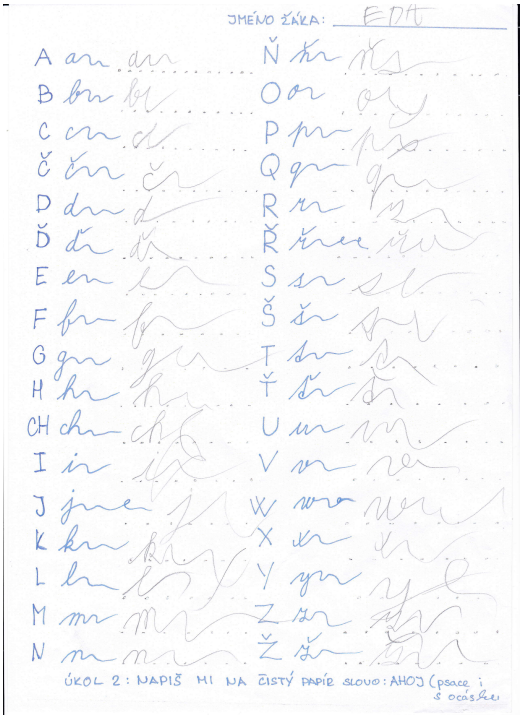
Ve druhé části workshopu dostali žáci papír formátu A4, na kterém byla vzorová abeceda napsaná malým psacím písmem s doprovodnou linkou. Pro každé písmeno byl vyhrazen prostor pro vlastní tvorbu s individuální linkou, neboli ocáskem. Tato část umožnila každému žákovi projevit svůj osobitý styl a kreativitu.

Poslední část workshopu spojila předchozí úkoly a žáci měli za úkol napsat slovo "ahoj" společně s ocáskem. Tímto úkolem jsem chtěla představit koncept dohromady, jak by mohla vypadat celková vizuální identita v prostoru, ale i na příkladném merchandisingu a dalších materiálech.

Všechny materiály získané od dětí byly velmi cenné pro další práci. Pomohly mi vytvořit upravenou abecedu, která se stala důležitou součástí nové vizuální identity školy. Tento projekt nejenže podpořil tvořivost žáků, ale také je zapojil do celého procesu tvorby a osobitě rozvinul výsledný projekt.



Obrázek 29. Výstup abecedy žáka č.1
Zdroj: Vlastní



Obrázek 30.Výstup abecedy žáka č.2
Zdroj: Vlastní

8.2. Barevnost

Barevnost, která doprovází vizuální identitu je navržena tak, aby prostor ve škole působil veseleji a vytvářel přívětivější prostředí pro děti i učitele. Barvy jsou inspirované z původního loga školy: červená, oranžová, zelená, žlutá a modrá. Nově poupravené a vybrané barvy jsou růžová, oranžová, zelená, žlutá a modrá. Růžová barva symbolizuje porozumění,

které učitelé věnují své práci a způsobu, jakým komunikují s žáky. Oranžová představuje pozitivní energii, která je klíčová pro školní prostředí. Žlutá reflektuje optimismus a pozitivní přístup k myšlení. Modrá zajišťuje klid a stabilitu, která je důležitá pro efektivní učení a rozvoj. Zelená reprezentuje spojení se samotnou oborou, jenž roste přímo před školou a přináší do školy pocit harmonie. Tmavší odstíny těchto barev jsou použity u písma nebo u lineárních ikon, což zajišťuje potřebnou čitelnost a harmonický vzhled.

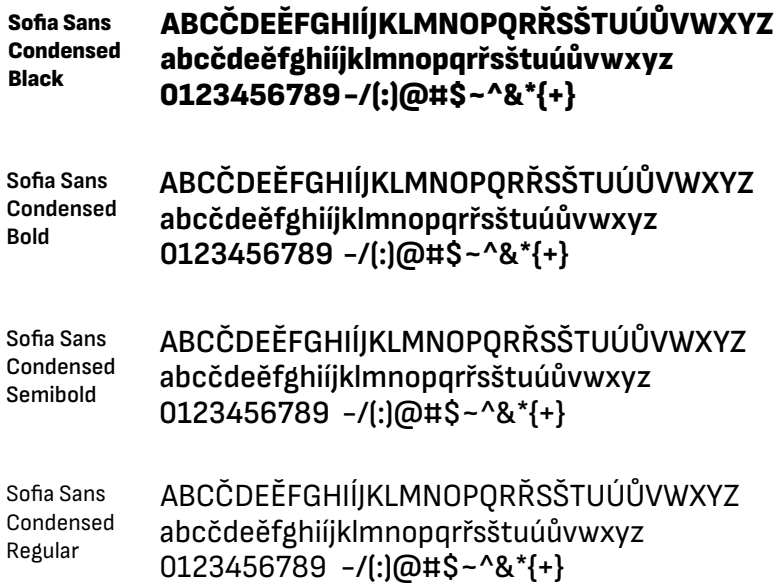
Obrázek 31. Barevná paleta
Zdroj: Vlastní

8.3. Typografie

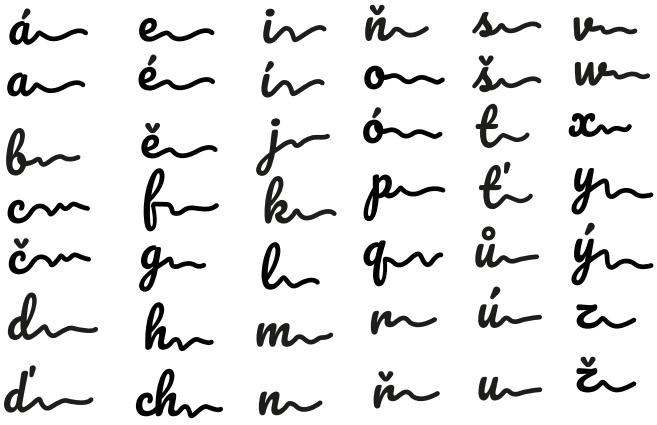
Pro tvorbu identity jsem se rozhodla kombinovat dvě odlišná písma – Sofia Sans Semi Condensed Black, vytvořené autory Lettersoup, Botio Nokoltchev a Ani Petrova, a Pacifico, vytvořené autory Vernon Adams, Jacques Le Bailly, Botjo Nikoltchev a Ani Petrova. Tato kombinace vytváří spojení moderního a hravého designu, který zároveň reflektuje dynamiku a dodává rozmanitost edukativnímu prostředí.

Sofia Sans Semi Condensed nabízí vyváženou a dobře čitelnou typografii, což je klíčová vlastnost pro komunikaci v různých médiích a formátech. Její charakter přidává vizuální identitě na serióznosti, zatímco Pacifico přináší do designu hravost. Pacifico bylo speciálně modelované, aby lépe vyjadřovalo celkový koncept vizuální identity a zároveň je to pojící prvek, který se nachází v samotném logu školy. Linie pokračující z posledního písmena propojuje celou identitu a zajišťuje udržení konzistentního a souvislého vzhledu komunikace. V edukativním prostředí je důležité, aby design nejenom oslovil děti pro jeho vzhled, ale i následně podpořil jejich kreativitu a rozvoj. Písmo je systematizováno tak, aby se koncové verzálky s konečnou linkou vkládaly do materiálů pomocí mnou nově přidaných glyfů abecedy. To znamená, že v praxi nebude potřeba umět kombinovat písma, aby to bylo po typografické stránce v pořádku. Abeceda bude již přednastavená, aby se velikostně a vzdáleně obě písma kombinovala. Pro různé situace tvorby textací vznikly dvě varianty abecedy. První je s kratší

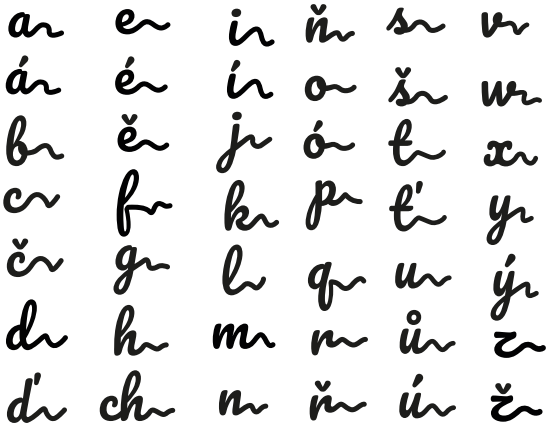
verzí ukončující linky např. pro tvorbu textací na sdělovací materiály. Druhá varianta tvoří prostorově náročnější, ale zato koncepčnější zobrazení, které můžeme využít například na webových stránkách, nebo na merchandise. Obě písma jsou z Google fonts, proto k nim je doložena licence o její užití zdarma k osobním i reklamním účelům.



Obrázek 34. Ukázka základního písma Sofia Sans Semi Condensed
Zdroj: Vlastní



Obrázek 33. Upravené písmo Pacifico, dlouhá verze
Zdroj: Vlastní



Obrázek 32. Upravené písmo Pacifico, krátká verze
Zdroj: Vlastní

8.4. Slogan

Celý koncept vizuální identity je tvořen na sloganu "Než tě pošleme do světa". Setkáváme se s ním v komunikaci školy (např. kampaň, merchandise), kdy tímto textovým i vizuálním zpracováním sjednocujeme vytvořený vizuál a podporujeme tím myšlenku, která je promítnuta v hodnotách školy. Škola se jeví jako zodpovědný rodič, který chce svému dítěti

poskytnout veškeré zkušenosti a dovednosti, jež může nabídnout a usnadnit mu co nejvíce vylétnutí z hnízda.

9. Kompoziční pravidla

Pro jednotný a atraktivní vzhled veškerého obsahu vizuální identity je nutné stanovit kompoziční pravidla, bez ohledu na to, zda jde o tištěné, nebo online materiály. Pracujeme se zarovnáním písma orientovaným na střed kompozice, aby vynikla typografie a vytvořila jednotný vizuální styl. Barevnou paletu využíváme střídavě na různé materiály podle našeho uvážení. Žádná z barev není prioritní, vizuální identita staví na všech pěti barvách. Pravidlo, které se však nikdy nesmí porušit, je jiná kombinace barev, než jsou sobě protilehlé světlé a tmavé odstíny, které naleznete v kapitole 8.2 barevnost. Kombinovaná typografie je pro jednodušší užití vytvořena na bázi glyfů, které se přidají u hlavního písma Sofia Sans Condensed Black. Toto zajistí možnost tvořit materiály bez nutnosti účasti grafika a nadpisy budou tvořeny stejně jako kdyby se psalo pouze jedním písmem. K dispozici je krátká i dlouhá abeceda, kterou využíváme dle prostoru. Tímto se vyhneme situacím, kdy by byl kreativní nadpis mimo formát.

Pro diplomovou práci jsem vytvořila dvě cesty, kterými můžeme spravovat vizuální styl. První je kreativnější a pracuje s linkou z konečného písma v kreativním nadpisu. Jde o tvorbu, kde je potřeba účasti grafického designéra, který dle svých úsudků a zkušeností zajistí funkční systém v materiálu a zpracování linky po celém formátu. Druhá cesta, kterou nejspíše bude škola hlavně využívat, je pomocí připravených šablonovitých ikon. Typografický text vytvoří podle jednoduchého návodu a následně využijí doplňkových ilustrovaných ikon. Ikony jsou tvořeny obecně a jednoduše, díky tomu je jejich využití všeobecné a vyučující je mohou zasadit do formátu podle svého uvážení. V tomto případě se jedná pouze o materiály, které nepotřebují být profesionálně prezentovány a které nebudou dále komunikovat s komunitou. V opačném případě bych se obrátila na profesionálního grafika, který zajistí, aby materiál byl ve všech ohledech správně představen.

10. Aplikace materiálů

V dalších kapitolách budeme vizuální identitu představovat na jednotlivých materiálech, které jsou, nebo mohou být zakomponovány do organizace, nebo materiálů školy. Díky tomu uvidíme, jak by se vizuální styl promítl v různých situacích a komunikoval s žáky, rodiči i komunitou. Mezi aplikacemi můžeme najít tiskoviny, webové stánky, merchandise, náborovou kampaň nebo ukázku navigačního systému v areálu školy.

10.1. Tiskoviny

Mezi tištené výstupy jsou utvořené materiály, které škola bude prezentovat v rámci administrativních situací jako je tomu u vizitky, hlavičkového papíru až po propagační a sdělovací užití. Například u plakátů, diplomů, pamětních listů či brožur. Plakáty jsou vytvořeny v závislosti na možných situacích, které mohou nastat během provozu školy.

Obrázek 35. Vizitky
Zdroj: Vlastní

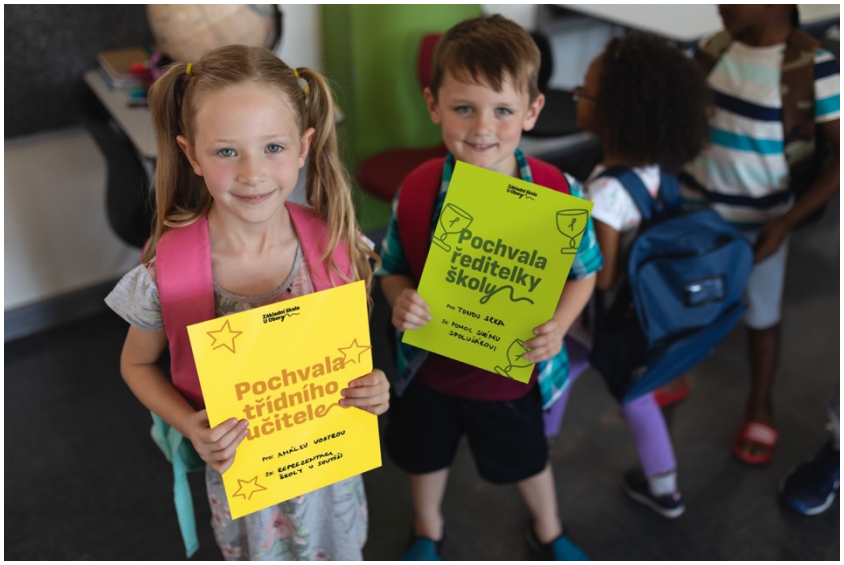
Obrázek 36. Hlavičkový papír a vizitky
Zdroj: Vlastní

Obrázek 37. Plakáty
Zdroj: Vlastní

Obrázek 38. Plakáty s fotografií
Zdroj: Vlastní

10.2.Pochvaly

Pro děti, které se rozhodnou podniknout kroky, které budou natolik chvályhodné, aby se na to upozornilo, jsou vytvořeny tištěné pochvaly. Toto ocenění je možné získat podle rozhodnutí učitelů, nebo samotné ředitelky. Pochvalu je možné získat za reprezentaci školy, pomoc svým spolužákům v nouzi, nebo příkladnou přípravu do školy.



Obrázek 39.Ukázka školních pochval
Zdroj: Vlastní

10.3.Pamětní list

Každý rok je při přijetí prvňáčků snaha o nejlepší dojem, aby se cítili výjimečně a vítáni. Pro tuto příležitost byl vytvořen pamětní list, který dostanou od školy při příležitosti svého prvního školního dne. Děti si tak budou moci v dospělosti zavzpomínat na své školní počátky. Stejně tak je tomu i u posledních ročníků. To se v uhříněveské základní škole prezentuje jako významná událost. Poslední ročníky si ve formálním oblečení tzv. naposledy sejdou schody, a společně vyjdou před školu, kde stojí před svými rodiči a blízkými. Tam si na pokyn paní ředitelky naposledy zazvoní na školní zvonek a následně jim paní ředitelka popřeje hodně štěstí do života. Při této příležitosti žák obdrží složku, kde nalezne vysvědčení z posledního ročníku, žákovskou knížku z prvního ročníku a pamětní list.

Obrázek 40. Pamětní list pro 1. a 9. třídu
Zdroj: Vlastní

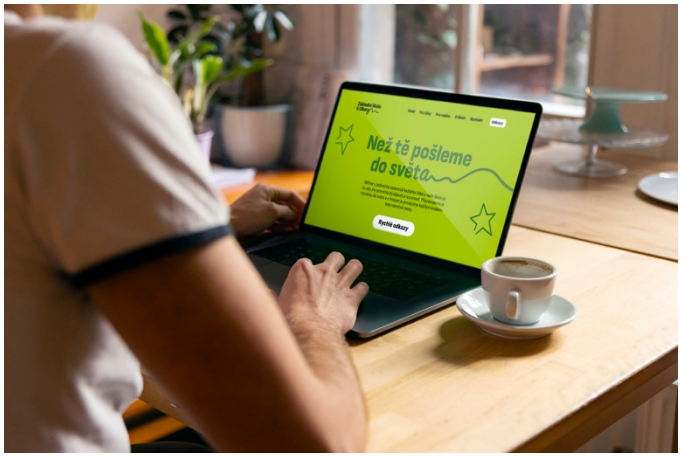
10.4. Brožura

Mezi tiskovými materiály byla vytvořena i brožura, která má za cíl sloužit jako vzdělávací pomůcka pro učitele a žáky při nepříjemných situacích např. šikana. Vzhledem k častým výskytům na základní škole je toto téma rozebíráno několikrát do roka během třídních hodin. Brožura se stane užitečnou pomůckou pro prevenci a debatu s žáky.

Obrázek 41. Brožura o prevenci šikany
Zdroj: Vlastní

10.5. Webové stránky

Webová stránka bude pro školu hlavní komunikační zdroj. Uživatelé zde najdou všechny potřebné informace ohledně výuky, aktualit, odkazů na bakaláře aj. Pro uživatele, kteří by chtěli dostávat pravidelně přísun informací o událostech ve škole, je zde možnost odebírat školní newsletter. Pro informovanost veřejnosti je k dispozici i fotodokumentace zaměstnanců školy s přímým kontaktem. Návrh designu je směřován na provádějící linku, která začíná od titulní stránky webu po jeho patičku. Kromě linky, která je hlavní dominantou, jsou do webu vloženy autorské ilustrace, které doplňují obsahovou strukturu. Webové stránky zajišťují přehlednost, aby se návštěvník neztrácel v informacích.



Obrázek 42. Webové stránky v praxi
Zdroj: Vlastní

Obrázek 43. Náhled webových stránek

Zdroj: Vlastní

10.6. Newsletter

Newsletter byl navržen s cílem přinést rodičům a jiným odběratelům informace hravou a veselou formou. Celkový styl vzhledu přispívá k příjemnému čtení a zároveň oslovuje čtenáře včetně dětí. Fotografie, které jsou použity v newsletteru zachycují školní události a žáky při akcích školy.

Obrázek 44. Newsletter
Zdroj: Vlastní

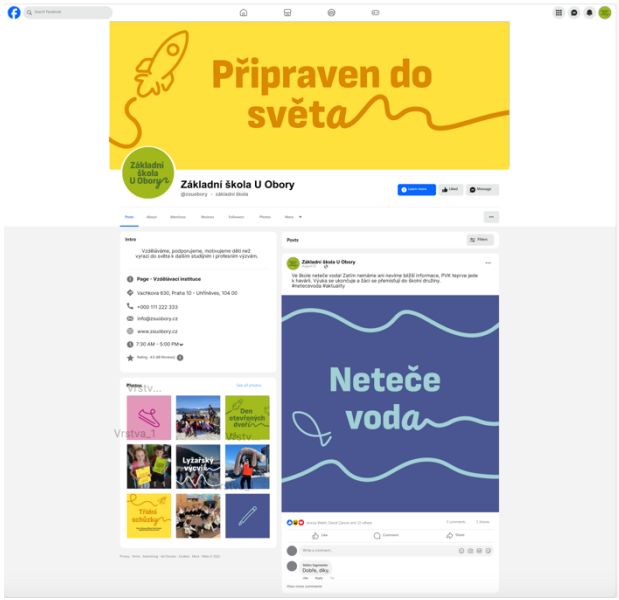
11. Komunikace školy na sociálních sítích

Komunikace na sociálních sítích nabízí široké množství výhod. Jeden z důvodů, proč by škola měla začít užívat sociální sítě, je možnost zlepšení komunikace a sdílení informací s učiteli, žáky i rodiči. Díky online platformám jde rychle sdílet oznámení (např: padání stromů v oboře, neteče voda, výpadek proudu…), akce, úkoly, pozvánky na výlety a kroužky, ocenění žáků, fotografie z akcí aj. Kromě sdělování informací je možné využít sociální sítě jako platformu pro podporu vzdělání a vysvětlení látky. Mohou sdílet učební materiály, odkazovat na užitečné zdroje, plnit vzdělávací kvízy ve stories, stručně vysvětlit probíranou látku v carouselech. Žáci budou mnohem více komunikativní přes tyto jim blízké platformy a mohou navázat bližší vztah se školou. Dále sociální sítě poskytují prostor pro podporu poučného vzdělání jako je prevence šikany, poučení o bezpečném používání internetu aj. Díky těmto sestaveným tematickým okruhům je možné vytvořit funkční a prosperující komunikaci na sociálních sítích. Škola by používala Facebook a Instagram, což patří mezí jedny z nejpoužívanějších online platforem. [21]Mají obě velký přínos pro školu, avšak cílová skupina na nich může být odlišná. Sociální sítě mohou propojovat sdílený příspěvek a tím ho prezentovat na obou sítích zároveň.

[21] Losekoot, Vyhnánková, 2019, str. 165, 166, 167.

11.1. Facebook

Facebook je oblíbený zejména mezi mileniály a lidmi ve věku 30-50 let. Často slouží jako prostředek pro oznámení, debatu, nebo pořádání událostí. Tato platforma se hodí hlavně pro sdílení formálnějšího obsahu.[22] Škola může skrze Facebook vytvářet události např. školní akademie, kam by dávala připomínky, změny, program, foto z akce a veškeré k tomu spojené informace. Tento komunikační kanál zatím pro školu využívá Spolek rodičů školy U Obory, kterou spravují samotní rodiče a sdílí veškeré formální oznámení a akce školy na jejich stránky. To nám dokazuje, že zájem ze strany rodičů zde je, takže by založení sociálních sítí bylo pozitivní zprávou pro školní komunitu.



Obrázek 45. Facebooková stránka školy
Zdroj: Vlastní

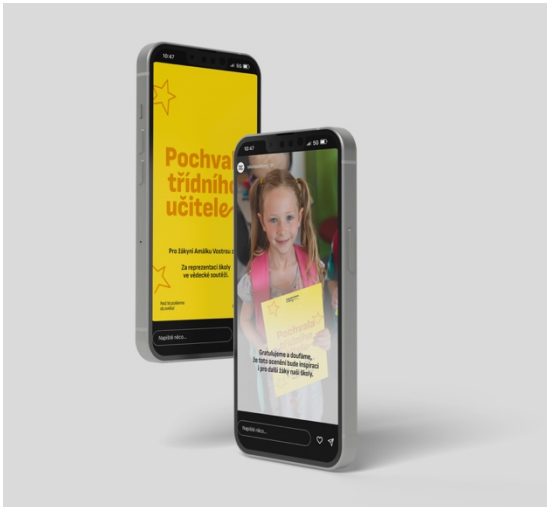
Obrázek 46. Příspěvky na Facebook
Zdroj: Vlastní

[22] www.bgram.cz, 2022 [online]

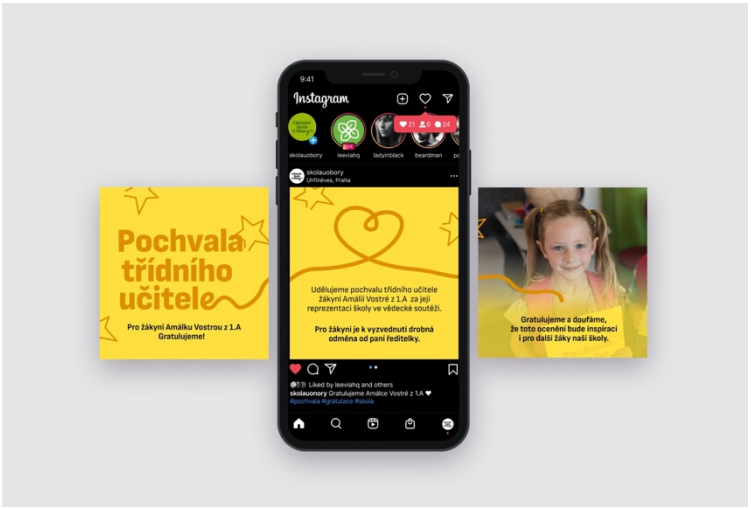
11.2. Instagram

Instagram je na rozdíl od Facebooku zaměřen na mladší cílovou skupinu do 35 let, což činí platformu ideální pro komunikaci se žáky školy. Zde jde hojně motivovat děti ke studiu pomocí zábavného edukativního obsahu a sdílení videí tomu podobných. Děti zde pomocí denních stories mohou odpovídat na otázky, hrát vzdělávací kvízy a sdělovat škole své nápady a požadavky pro zlepšení školních podmínek. Žáci mohou školu označovat na různých workshopech, výletech a kurzech a přispívat tím k tvorbě obsahu.

Obrázek 47. Instagramový grid
Zdroj: Vlastní



Obrázek 48. Instagramový stories.
Zdroj: Vlastní



Obrázek 49. Příspěvky na Instagram
Zdroj: Vlastní

12. Kampaň

Vzhledem ke skutečnosti, že škola nemá zájem o náborovou kampaň z důvodu velkého počtu žáků a nedostatku finančních prostředků na propagaci, bude náborová kampaň pouze ilustrativní ukázkou. Toto rozhodnutí je dáno i skutečností, že kapacita tříd je překročena a mnozí z uchazečů jsou dokonce i na čekací listině. Nicméně kampaň ukazuje, jak by se škola tímto způsobem mohla propagovat.

Obrázek 50. Kampaňový plakát č.1
Zdroj: Vlastní

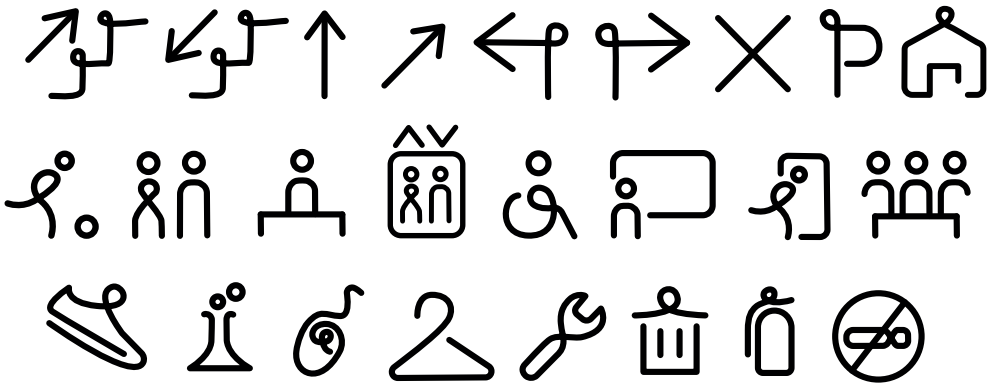
Obrázek 51. Kampaňový plakát č.2
Zdroj: Vlastní

Obrázek 52 Kampaň plakáty na ulici
Zdroj: Vlastní

14. Navigační systém

Díky tomu, že škola má kromě venkovního areálu i přiléhající budovy, bylo nutné vytvořit orientační cedule pro venkovní i vnitřní navigaci. Škola zatím nikde nemá logo zobrazeno na budově školy, pouze je přilepené na vstupních dveřích každé budovy. Z toho důvodu jsem do návrhu dala i ilustrovaný obrázek, jak by mohlo být logo propsáno na vchod hlavní budovy. Pro orientační systém byly vytvořeny ikony, které pomáhají při orientaci v prostoru. V návrzích orientačního systému si představíme, jak budou vypadat orientační cedule, ukazatele, jmenovky na dveřích, nebo i samotné orámování na venkovních cedulích.

Obrázek 53. Logo u hlavního chodu školy
Zdroj: Vlastní



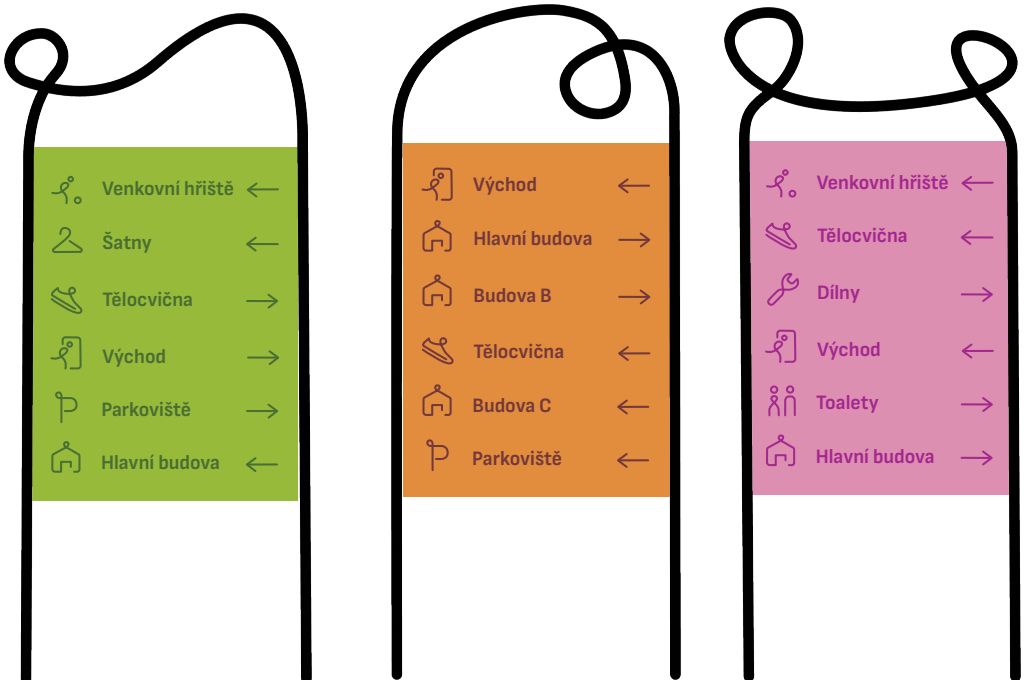
Obrázek 54. Piktogramy navigačního systému.
Zdroj: Vlastní

14.1. Orientační cedule areálu školy

Pro venkovní cedule byly vytvořeny speciální návrhy ohraničení, které slouží jako jeden z výstupů pro navigační systém. Tato ohraničení jsou pevně spojena s konceptem vizuálního stylu prostřednictvím elegantní linky. Tato linka je vyrobena z kovové konstrukce, která obklopuje barevnou kapa desku. Tento design zajišťuje estetický dojem, ale i praktickou funkci, která přiláká pozornost k ceduli a usnadní orientaci v prostoru návštěvníkům.

Obrázek 55. Ukazatele
Zdroj: Vlastní

Obrázek 56. Venkovní orientační cedule v rámu
Zdroj: Vlastní



Obrázek 57. Návrhy rámů
Zdroj: Vlastní

14.2. Orientační cedule budovy školy

Pro tvorbu orientačních cedulí na chodbách byly vytvořeny matné destičky, které kombinují barevnost z vizuální komunikace. Zastaralému stylu prázdných chodeb to napomůže k jeho rozjasnění a návštěvníci školy se v prostorech budou cítit příjemněji.

Obrázek 58. Vizualizace chodby ve škole
Zdroj: Vlastní

Obrázek 59. Vnitřní ukazatele na chodbě
Zdroj: Vlastní

14.3. Interiérové prvky školy

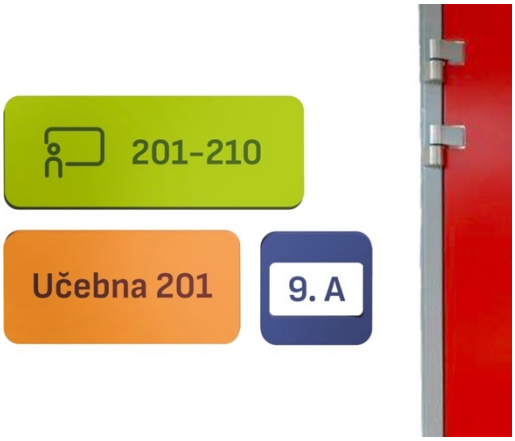
Pro nevyužité plochy v interiéru školních prostor byly navrženy koncepty s cílem vytvořit veselejší a kreativnější atmosféru. Tyto návrhy obsahují soubor ilustrací, které jsou propojeny hlavní linkou a ikonami, jenž dodávají chodbám hravý charakter.

Obrázek 60. Návrhy pro ilustrace na chodbách

Zdroj: Vlastní

14.5. Měnitelné jmenovky pro třídy

Štítky na dveře označují úsek tříd, který se nachází na chodbě školy. Každý štítek obsahuje číslo třídy, které odpovídá evidenci školy. Kvůli stálé změně kmenových tříd, jsou štítky navrženy tak, aby umožnovaly snadnou výměnu papírového označení s aktuální třídou. Tento design umožnuje aktualizaci umístěné třídy bez nutnosti opakovaného tisku nových štítků. Takto bude výměna praktická, ale i ekonomicky efektní.



Obrázek 61. Cedulky pro jednotlivé třídy

Zdroj:Vlastní

13. Merch

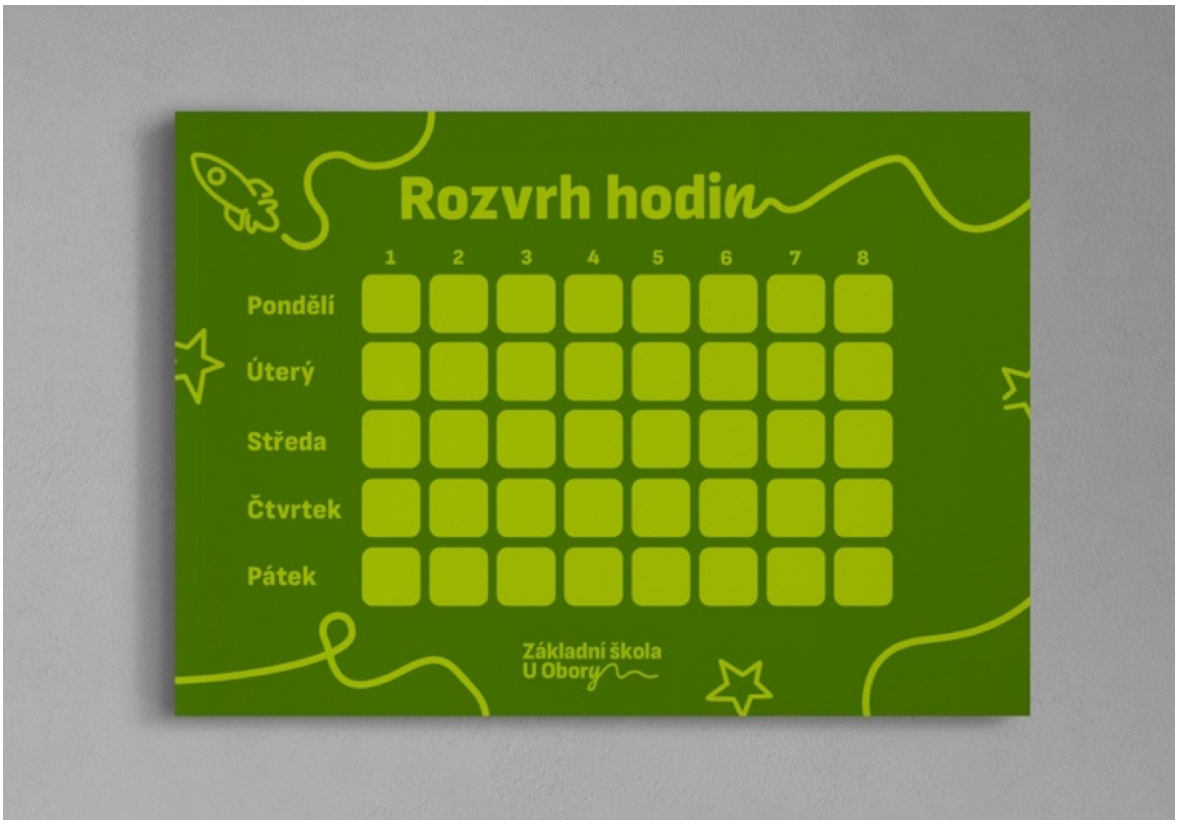
Školní merch je tvořen pro děti, které jeho využitím podporují pozitivní vztah se samotnou základní školou a zároveň pomáhají rozšiřovat povědomí o škole na veřejnosti. Tím můžeme nenuceně propagovat školu, aniž by jako hlavní prvek bylo pouze logo školy.

Obrázek 63. Dětské tričko
Zdroj: Vlastní

Obrázek 62. Ponožky
Zdroj: Vlastní

Obrázek 64. Úkolníček
Zdroj: Vlastní

Obrázek 65. Batoh a notes
Zdroj: Vlastní



Obrázek 66. Rozvrh hodin
Zdroj: Vlastní

Obrázek 68. Záložka do knihy
Zdroj: Vlastní

Obrázek 67. Penál
Zdroj: Vlastní

Obrázek 69. Vlajka
Zdroj: Vlastní

Obrázek 70. Samolepky
Zdroj: Vlastní

Závěr

V této diplomové práci jsem vytvořila a prezentovala návrh loga a vizuální komunikaci pro Základní školu U Obory v pražské Uhříněvsi. Hlavním cílem práce bylo zpracování kreativních výstupů, které budou jednotlivě předvedeny, aplikovány a připraveny k praktickému využití. Dále jsem se zaměřila na komunikaci s veřejností této instituce, přičemž jsem navrhla možnosti tvorby materiálu jak svépomocí, tak i s pomocí profesionála z oboru. Pomohla jsem utvořit koncept a vizuální styl, který bude pozitivně prezentovat státní školu na Praze 10. V teoretické části jsem se zabývala tématem, jaký má vliv design na vzdělání a jeho aplikaci v praxi. Ujasnili jsme si otázky pro efektivní práci s prostorem ve školním segmentu. Dále jsme si představili specifikace jednotlivých stupňů škol a jejich hlavní účel. To nás posunulo blíže k tématice vizuální identity pro školy. V tomto úseku jsme si představili, co má obnášet, jak se identita projevuje do výuky a jaký má na ni celkový vliv. Pro inspiraci a ukázku, jak to funguje v praxi jsem si vybrala dva projekty, které se zaměřily na tvorbu vizuální identity pro školy v Česku. V poslední fázi jsem se zaměřila na konkurenci Základní školy U Obory, abychom si udělali místní analýzu potřebnou pro samotnou tvorbu. V rámci rešerše jsem udala i příklad ze zahraničních zdrojů, abych ukázala, jak o stejné tématice dokáží smýšlet i kolegové z grafického designu mimo naše kulturní a společenské zvyklosti. Praktická část byla o seznámení a představení školy jako takové. Analyzovali jsme její historii, nahlédli do jejích prostor, představili její hodnoty, tonalitu a cílovou skupinu. V rámci analýzy byla i současná podoba loga a komunikace, která však neměla žádné výstupy. Škola si z finančních důvodu nemohla dovolit zpracování profesionální úpravy vizuální komunikace, proto se spoléhala pouze na své estetické vnímání, které nebylo bohužel dostačující. Na bázi těchto dat jsem přešla k samotné tvorbě a uspořádání workshopu, který velmi zasáhl do vzniku hlavního elementu ve vizuální identitě. Výsledkem byly graficky zpracované výstupy, které mohou plnohodnotně komunikovat s veřejností. Díky tomu v diplomové práci naleznete aplikovaný design na administrativních i propagačních materiálech, návrh náborové kampaně, práci se sociálními sítěmi a také ukázku navigačního systému. Jakmile budou ze strany školy podniknuty potřebné kroky k získání dostatečného objemu finančních prostředků, může být projekt zrealizován.

Literatura

Building to Educate: School Architecture & Design. Berlin: Braun Publishing, 2019. ISBN ISBN 978-03768-238-8.

PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 7. autorizované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2013. ISBN ISBN 978-80-262-0403-9.

DOBEŠ, Martin. *Kuchařka marketingu pro vzdělávací instituce*. Praha: Národní ústav pro vzdělávání, školské a poradenské zařízení a zařízení pro další vzdělávání pedagogických pracovníků, 2012. ISBN 978-80-87063-77-4.

PRŮCHA, Jan. *Přehled pedagogiky*. Vydání 1, Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-399-4 Nami, P. , Jahanbakhsh, P. and Fathalipour, A. (2016) The Role and Heterogeneity of Visual Pollution on the Quality of Urban Landscape Using GIS; Case Study: Historical Garden in City of Maraqeh. Open Journal of Geology, 6, 20-29. doi: 10.4236/ojg.2016.61003.

LOOSEKOOT, Michalle a Vyhnánková, Eliška. *Jak na sítě: Ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích.* Brno: Jan Melvil Publishing, 2019. ISBN 978-80-7555-084-2

Školní vzdělávací program Základní školy U Obory, Praha, 2024. Základní škola U Obory.

Internetové zdroje

Obecná pedagogika v designu vzdělávacího procesu. 2021[online]. *Pedagogické aspekty v designování vzdělávacího procesu.* [cit. 2024-04-15] Dostupné z: https://is.muni.cz/el/phil/jaro2021/ISKM23/um/prezentace/02_Obecna_pedagogika_v_designu_vzdelavaciho_procesu_final.pdf?fbclid=IwAR1TdM_kbLfaPjteBddX023nephgU25MWZLn5qxRIri4-_udX2WO3EQ0ulU_aem_AXD48578J71G4TRg3pQTMkVOSO2k5wFCz5GQ7eYhnSLcOmBBjevwpHnMky9DL4wiIUA2YQDR7H9CzUc0vGrJnkz-

ARTICLES. 2021. *Psychologie barev: jak barvy ovlivňují učení? [online]*

Dostupné z: https://balancedbodyketo.org/cs/psychologie-barev-jak-barvy-ovliv%C5%88uj%C3%AD-u%C4%8Den%C3%AD/

Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání (2023) Praha: MŠMT, [online] Dostupné z: *https://www.edu.cz/rvp-ramcove-vzdelavaci-programy/ramcovy-vzdelavacici-program-pro-zakladni-vzdelavani-rvp-zv/*

INFO@AION.CZ, AION CS-. 561/2004 Sb. Školský zákon. Zákony pro lidi [online]. Dostupné z: https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-561

www.mfrusek.cz, 2024 [online] Dostupné z: https://www.mfrusek.cz/grafika/zs-studenka

www.identity.cz, 2024 [online] Dostupné z: https://identity.cz/project/bud-ted/

ARCHIV-NUV.NPI. Základní školy speciální [online] Dostupné z: https://archiv-nuv.npi.cz/t/zakladni-skoly-specialni.html

Hanek, J. & Bradlerová, T. (2013) *Proč design?*. [online] Dostupné z: https://www.czechdesign.cz/files/proc-design.pdf?fbclid=IwAR0tc9SKHty5J8z-2twD-WcuXYsRCQGCDBnIm88vNAV9Z4nB69FU35UryYU_aem_AXBX96Uz6cPywBlK68ZXPge_5O8XBhIDMPezl68np1sS4uljr_HUrusUwJoEsuqhu_KdA6mO91QVK1FgiS1j4mSD

www.vkontextu.cz, 2024 [online] Dostupné z:https://www.vkontextu.cz/pribehy/avida

www.cevelova.cz, 2011 [online] Dostupné z:https://www.cevelova.cz/proc-swot-analyza/

www.bgram.cz, 2022 [online] Dostupné: https://bgram.cz/instagram-vs-facebook-proc-se-vas-pristup-k-obsahu-musi-lisit/

Seznam obrázků

Obrázek 1. Vizuální identita Základní škola Františka kardinála Tomáška Studénka

Obrázek 2. Náhled identity Buď teď

Obrázek 3. Náhled webových stránek ZŠ Bratří Jandusů

Obrázek 4. Plakát na mimoškolní akci

Obrázek 5. Ukázka hlavního vchodu školy ZŠ Bratří Jandusů

Obrázek 6. Náhled webových stránek ZŠ Eden

Obrázek 7. Náhled webových stránek organizace Avida

Obrázek 8. Vysvětlení namingu

Obrázek 9. Rollup banner

Obrázek 10. Uvítací dopis

Obrázek 11. Bunda Hackney Forest School

Obrázek 12. Přehled materiálů pro Hackney Forest School

Obrázek 13. Hlavní budova školy

Obrázek 14. Přistavený pavilon školy

Obrázek 15. Vnitřní pohled tělocvičny

Obrázek 16. Venkovní hřiště

Obrázek 17. Schodiště hlavní budovy

Obrázek 18. Chodba v hlavní budově

Obrázek 19. Současné logo ZŠ U Obory

Obrázek 20. Pamětní list ZŠ U Obory

Obrázek 21. Hlavičkový papír ZŠ U Obory

Obrázek 22 SWOT analýza ZŠ U Obory

Obrázek 23. Brand essence ZŠ U Obory

Obrázek 24. Moodboard

Obrázek 25. Nové logo školy ZŠ U Obory

Obrázek 26. Sekundární podoba nového loga ZŠ U Obory

Obrázek 27. Ukázka výběru jednotlivých ikon

Obrázek 28. Dítě píše abecedu na workshopu

Obrázek 29. Výstup abecedy žáka č.1

Obrázek 30. Výstup abecedy žáka č.2

Obrázek 31. Barevná paleta

Obrázek 32. Ukázka základního písma Sofia Sans Semi Condensed

Obrázek 33. Upravené písmo Pacifico, krátká verze

Obrázek 34. Upravené písmo Pacifico, dlouhá verze

Obrázek 35. Vizitky

Obrázek 36. Hlavičkový papír a vizitky

Obrázek 37. Plakáty

Obrázek 38. Plakáty s fotografií

Obrázek 39.Ukázka školních pochval

Obrázek 40. Pamětní list pro 1. a 9. třídu

Obrázek 41. Brožura o prevenci šikany

Obrázek 42. Webové stránky v praxi

Obrázek 43. Náhled webových stránek

Obrázek 44. Newsletter

Obrázek 45. Facebooková stránka školy

Obrázek 46. Příspěvky na Facebook

Obrázek 47. Instagramový grid

Obrázek 48. Instagramový stories

Obrázek 49. Příspěvky na Instagram

Obrázek 50. Kampaňový plakát č.1

Obrázek 51. Kampaňový plakát č.2

Obrázek 52. Kampaň plakáty na ulici

Obrázek 53. Logo u hlavního vchodu školy

Obrázek. 54. Piktogramy navigačního systému

Obrázek 55. Ukazatele

Obrázek 56. Venkovní orientační cedule v rámu

Obrázek 57. Návrhy rámů

Obrázek 58. Vizualizace chodby ve škole

Obrázek 59. Vnitřní ukazatele na chodbě

Obrázek 60. Návrhy pro vizualizace na chodbách

Obrázek 61. Cedulky pro jednotlivé třídy

Obrázek 62. Dětské tričko

Obrázek 63. Ponožky

Obrázek 64. Úkolníček

Obrázek 65.Batoh a notes

Obrázek 66. Rozvrh

Obrázek 67. Záložka do knihy

Obrázek 68.Penál

Obrázek 69. Vlajka

Obrázek 70. Samolepky