

JAK?

PROPAGOVAT MĚSTO

CÍL	CÍLOVÁ SKUPINA
INFORMAČNÍ upozornit, upoutat, sdělit informace	obyvatelé místa a návštěvníci
PROPAGAČNÍ (reklamní) přilákat návštěvníky	potenciální a již přijedší návštěvníci (místní lidé, čeští návštěvníci, zahraniční)
REPREZENTAČNÍ propagovat práci správních orgánů	místní občané a zvaní hosté

JAK POZNAT DOBRU TISKOVINU?

kriteria kvalitní tiskoviny

- » Jasná a inteligentní idea (co a jak se chystám propagovat)
- » Dobrá, zajímavá, krásná střídání a srozumitelná grafika (písmo, grafické prvky)
- » Profesionální práce s fotografiemi (rozlíšení, barevnost, prepress...)
- » Kvalitní texty (stylistická a obsahová stránka)
- » Bezchybné řemeslné zpracování grafiky (triviální chyby sazečské a gramatické, nečitelnost, nepřehlednost) Korektor se vyplatí !!!
- » Kvalitní tisk a finalizace (knihařské zpracování)

JAK POZNAT DOBRÉHO TVŮRCE?

kriteria kvalitního tvůrce

- » Referenční práce + rozumně řízené tendry (vyzvání tvůrci -net- ne jenom „nahodilí známi“)
- » Způsob otázek a požadavků na zadavatele
(nespokojí se s málem - pátrá po cíli a jde k jádru věci).
- » Zajišťuje-li výrobu bude nabízet alternativní řešení výroby s různými výrobními náklady.

STAVEBNÍ KAMENY „VIZUÁLU“ MĚSTA:

jednotný grafický styl

- » Logo x znak (způsoby jeho použití)
- » Barevnost (stanovení barev, kombinací - povolené a nepovolené)
- » Grafické prvky (doprovodné “ikony”)
- » Předpis tiskovin (vizitky, hl. papy, prezentace, faktury, orientační systém města)
- » Mobilář (lavičky, zastávky...)
- » Stejnokroje (OÚ, městské specidikum)
- » Série kvalitních fotografií
 - kulturní památky
 - nositelé kultury - osobnosti
 - městské (obecní) akce a aktivity (dokumentaristika + reportáže)
 - okolí města blízké a vzdálené

VÝROBNÍ NÁKLADY

Idea „diktuje“ přiměřenou formu ne naopak. Forma je vždy výsledkem rovnováhy mezi chtěným a možným - není nutné utratit vždy příliš mnoho peněz, aby vzniklo něco působivého. „Hogofogo“ zapracováním a nákladnými dokončovacími pracemi se „nedožene“ práce bez poselství a obsahu.

IDEA

Idea se dělí na obsahovou a formální (grafická). Obě složky se musí vzájemně podporovat tak, aby vznikala optická synergie díla. Text umocňuje obraz a obraz ilustruje a zvyšuje část textovou.

Nedílnou součástí idee je kompozice díla a schopnost sdělit o co jde tomu, kdo dílo vytvořil. Tiskovina by měla mít nějakou informační hodnotu (není to však podmínkou u prací, které mají hlavně motivovat k návštěvě), tam se jedná spíše o podprahové - přímé působení na estetické citění diváka.

Vladimír Halada