



Na kratko o celostni grafični podobi

Celostna grafična podoba označuje grafični sistem, ki ga organizacija, nosilka te podobe uporablja kot vizualno manifestacijo svoje identitete. Celostna grafična podoba nista zgolj znak ali logotip, ampak celoten grafični sistem, ki definira pojavnost določene organizacije v vseh ali vsaj večini vizualnih komunikacijskih sredstev.

Ali, kot je dejal Erik Spikermann, eden najpomembnejših strokovnjakov za identitetne sisteme: "Kako lahko en sam znak definira podjetje, znamko ali dogodek? Kaj se zgodi, ko odprete knjigo in ni znaka na vseh stotih straneh? Ali bodo vsaka vrata na stavbi označena z njim? Ko pogledate katerokoli sporočilo neke organizacije in lahko poveste, od koga je, potem imate uspešno celostno podobo."

Zakaj potrebujemo celostno grafično podobo?

- Prepoznavnost – Vaša organizacija je na trgu bolj prepoznavna
- Urejenost – V javnosti se zbudi občutek, da je organizacija urejena tako kot njene tiskovine, spletne strani, označevanje...
- Identifikacija zaposlenih – Dobro oblikovana celostna grafična podoba ustvari »zastavo« s katero se tudi njene interne javnosti (predvsem zaposleni) identificirajo in jo vzamejo »za svojo«.
- Prihranek časa pri produkciji – Ker je v dobri celostni grafični podobi oblika določenih vrst tiskovin (npr. vabilo, letno poročilo ...) že definirana, ni potrebo vedno znova izumljati njenega designa. Tako pravzaprav samo »zamenjamo« besedilo in vstavimo novo slikovno gradivo.
- Nižji stroški produkcije – Vložek v ureditev celostne grafične podobe zna biti relativno visok, vendar dolgoročno prinaša nižje stroške, saj je mogoče veliko tekočih tiskovin ustvariti kar v produkciji (DTP studiu, tiskarni...) in kljub temu dosejajo visoko raven oblikovanja (ker je oblikovanje že definirano).

Tovrstno pojavnost dosežemo z jasno definiranimi elementi celostne grafične podobe in urejenim sistemom njene uporabe. Oboje praviloma zberemo v priročniku celostne grafične podobe.



Elementi celostne grafične podobe

Znak in logotip

Z besedo logotip označujemo besedni del znamke. Logotip lahko nastopa samostojno, ali pa v kombinaciji z znakom. Redkeje uporabljamo znak samostojno (npr. Nike ali Mobitel). Oba dela pa morata seveda slediti načelom »dobrega designa«, t.j. morata biti prepoznavna, likovno uravnotežena in izvedljiva v različnih, še tako robustnih reprodukcijskih tehnologijah.

Samostojni logotip



Znak in logotip



Barvna shema

Z barvno shemo definiramo značilne barve, ki jih je potrebno uporabljati ob vseh vizualnih pojavnostih določene organizacije. V barvni shemi navadno definiramo primarno barvno shemo, ki praviloma določa največ tri barve in sekundarno barvno shemo, ki nam bo služila tam, kjer barve potrebujemo v večjem številu (pri barvnem kodiranju, diagramih, zemljevidih, grafikonih, različnih publikacijah)... V priročniku celostne grafične podobe izbrane barve definiramo po različnih standardih (za tisk, za zaslonski prikaz, za izdelavo označevalnih napisov...)

Spremljevalni črkopisi

Spremljevalni črkopisi (fonti, pisave) so del celostne grafične podobe, ki ji dajo občutek likovne enotnosti. Nikar se ne zanašajte na to, da različne črkopise med seboj ločujemo samo oblikovalci. Kljub temu, da splošna javnost razlike ne bo opazila racionalno, bo urejenost gotovo začutila.

Stil fotografije, ilustracije in informacijske grafike

Pogosto v celostni grafični podobi definiramo tudi stil fotografije (navadno z opisi in primeri), ilustracije, v najboljših priročnikih pa je natančno definirano tudi oblikovanje informacijske grafike, torej tabel, grafikonov, diagramov, shem in podobnega.

Tipografske mreže

Dobro definirane tipografske mreže lahko pokrijejo celoten spekter vizualnih sredstev določenega razreda (publikacij, denimo). Tipografske mreže s pomočjo geometrije ustvarijo



vtis enotnosti, saj je občutek odmika od robov ali velikosti logotipa vedno enak, kljub temu, da so formati (velikosti in razmerja stranic) tiskovin različni. Tako bo logotip proporcionalno enako velik ne glede na to, ali gre za vizitko ali obcestni plakat. Tovrstne tipografske mreže uporablja denimo NLB Skupina, ki je ob zadnji prenovi svoje celostne grafične podobe dosegla, da so njene tiskovine videti enake, ne glede na to, ali jih uporablja NLB Skupina v Ljubljani, NLB Koroška banka v Slovenj Gradcu ali NLB Tutunska banka v Skopju. V priročniku celostne grafične podobe je tako korak po koraku opisana konstrukcija mreže, skupaj z vsemi izračuni.

Sistem uporabe celostne grafične podobe

Sistem uporabe celostne grafične podobe je navadno definiran v priročniku celostne grafične podobe, ki v sodobnih časih praviloma vključuje vse potrebne datoteke za izvedbo določenih tiskovin, predvsem pa datoteke z izvirnimi (master) znaki in logotipi ter spremljevalnimi črkopisi. Načeloma v večih formatih.

Z definicijo barv, spremljevalnih črkopisov, tipografskih mrež in posameznih razredov vizualnih sredstev (prikaz oblikovanja poslovnih tiskovin, publikacij, spletnih strani, prezentacij za projiciranje itd.) ustvarimo sistem, ki omogoča, da vizualna sredstva že na prvi pogled in povsem nedvoumno sporočajo, katera organizacija z njimi upavlja.

Če navedeno apliciramo na obstoječe vizualne pojavnosti Instituta Jožef Stefan, se bojim, da bomo kaj kmalu prišli do prezgodnjega konca. Zares definiran je namreč zgolj znak organizacije, pri logotipu se stvar že malo zalomi (ni povsem jasno, kdaj se je črkopis helvetica spremenil v arial, vendar dvomim, da je bilo to zelo načrtovano). Barvne sheme, vsaj definirane, nismo našli, pa tudi dostopna vizualna sredstva ne dajejo nikakršnega namiga, katere naj bi bile IJS-jeve barve oziroma vsaj barva (ogled spletnega mesta celo negira najbolj preprost zaključek, da sta to pač črna in bela barva). Tudi definicij spremljevalnih črkopisov nismo našli, pa tudi konsistentne uporabe le-teh ne (Tale arial se je verjetno bolj »ponesrečil«, ker je pač na voljo). Ostale stvari niso na voljo.

Posebno vprašanje pa je vprašanje arhitekture znamk, se pravi odnosov različnih (pod)organizacij in njihovih vizualnih pojavnosti med sabo. V kakšnem odnosu sta recimo Institut in Podiplomska šola. Po vizualnih sredstvih sodeč, bi rekel, da v nikakršnem. Ampak to verjetno ni res? Z arhitekturo znamk se na tem mestu ne bi ukvarjal, ampak v primeru, da bi se resno ukvarjali s prenovno celostne grafične podobe, pa bi morali skupaj rešiti tudi ta vprašanja.