

BILLEDKUNST

Grafisk design og kommunikation

LOGO OG MÆRKEIDENTITET



Velkommen til School To Go og dagens undervisning!

Dette er et forløb i faget "Billedkunst" i tre episoder, med de tre temaer om Grafisk design og kommunikation, nemlig: "Typografi og layout", "Logo og mærkeidentitet" og til sidst "Plakatkunst og budskaber". Der vil både være lytte-tekster og øvelser i episoderne.

Introduktion

Velkommen til en spændende del af din billedkunstundervisning! I dette afsnit vil vi dykke ned i en farverig og kreativ verden af grafisk design og kommunikation, med særligt fokus på noget, der er allestedsnærværende i vores daglige liv: logoer og mærkeidentitet.

Hvad tænker du på, når du ser et gyldent M svæve i luften langs vejen, eller et æble med en bid taget ud af det på bagsiden af en telefon? Disse er ikke bare tilfældige billeder; de er logoer, og de repræsenterer store virksomheder. Men et logo er meget mere end bare et billede; det er hjertet af en virksomheds identitet og en nøglekomponent i at fortælle deres historie.

I de kommende lektioner skal vi lære om, hvad branding betyder. Branding handler om, hvordan virksomheder og organisationer kommunikerer, hvem de er, hvad de tror på, og hvad de tilbyder til forbrugere som dig og mig. Det er, hvordan et firma viser sin personlighed og bygger et forhold til sine kunder.

Vi vil også dykke ned i, hvordan man designer et logo. Et godt logo er mere end bare flot kunst; det skal fange og udtrykke essensen af, hvad en virksomhed står for. Det skal være genkendeligt, mindeværdigt og fungere overalt - fra et stort skilt til et lille ikon på en mobilapp.

Vi vil udforske, hvordan farver, former og typografi (det er de forskellige stilarter af tekst) arbejder sammen for at skabe et effektivt logo. Og vi vil se på, hvordan disse elementer kombineres for at fortælle en historie eller fremkalde en følelse.

Men det er ikke alt! Du vil også få chancen for selv at blive en grafisk designer. Du vil få opgaven at tænke på en fiktiv virksomhed og skabe et logo, der repræsenterer den. Du vil tænke over, hvad din virksomhed står for, og hvordan du kan udtrykke det gennem kunsten at designe et logo.

Så gør dig klar til at slippe din kreativitet løs, lære en masse nye ting, og se verden omkring dig på en helt ny måde. Velkommen til en verden, hvor kunst møder forretning, og hvor dit design kan fortælle en hel historie. Lad os begynde denne spændende rejse i grafisk design og kommunikation!

Mål for undervisningen:

- Jeg skal kunne forklare, hvad et logo er, og hvorfor det er vigtigt for en virksomhed.
- Jeg skal kunne anvende farver og former for at udtrykke en fiktiv virksomheds værdier gennem et logo.
- Jeg skal kunne vurdere logoer og afgøre, hvilke designelementer der gør dem effektive eller mindre effektive.
- Jeg skal kunne skabe et enkelt logo for en fiktiv virksomhed, der afspejler virksomhedens værdier og målgruppe.

Hvad er et logo, og hvorfor er det vigtigt for en virksomheds eller organisations mærkeidentitet?

Et logo er et særligt billede eller et sæt af bogstaver, som en virksomhed eller organisation bruger for at hjælpe folk med at genkende dem med det samme. Det er som et ansigt for en virksomhed. Ligesom hvordan du kan genkende dine venner ved deres ansigter, kan du genkende en virksomhed ved dets logo. Et logo kan være en enkel tegning, et særligt skrevet navn (som vi kalder typografi), eller endda bare en bestemt måde at bruge farver på.

Nu, hvorfor er logoet så vigtigt for en virksomhed eller organisation? Forestil dig, at alle virksomheder eller organisationer uden logoer ville være som en skole uden navneskilte; det ville være virkelig svært at fortælle, hvem der er hvem!

Her er nogle grunde til, at logoer er så vigtige:

- **Genkendelse:** Det vigtigste ved et logo er, at det hjælper folk med hurtigt at genkende virksomheden eller brandet. Når du ser et gyldent M i luften, ved du med det samme, at der er en McDonald's i nærheden, ikke sandt? Det er kraften i et logo.
- **Førsteindtryk:** Et logo er ofte det første folk ser vedrørende en virksomhed. Et godt logo kan gøre et godt indtryk og invitere folk til at lære mere om virksomheden eller brandet.
- **Viser personlighed:** Et logo kan vise, hvad en virksomhed handler om. For eksempel, hvis et logo har mange grønne farver og billeder af planter, kan det få dig til at tænke, at virksomheden måske er miljøvenlig.
- **Fremmer loyalitet:** Når folk ser det samme logo over tid, begynder de at stole på det og blive loyale over for det brand. Tænk på dit yndlingsmærke af sneakers eller chokolade; logoet er en del af grunden til, at du føler dig forbundet til det mærke.
- **Står ud fra mængden:** Der er så mange virksomheder og produkter derude, og et godt logo kan hjælpe et brand med at skille sig ud. Det er vigtigt, så virksomheden kan blive bemærket og husket.

Så, et logo er ikke bare et tilfældigt billede eller tekst; det er en meget vigtig del af en virksomheds identitet. Det hjælper folk med at huske brandet og giver dem en følelse af, hvad virksomheden står for. Et godt logo kan gøre en stor forskel for, hvordan folk opfatter en virksomhed.

Hvordan påvirker farver, former og typografi designet af et logo?

Når grafiske designere laver et logo, tænker de meget over farver, former og typografi, fordi disse elementer spiller en stor rolle i, hvordan vi opfatter logoet og dermed virksomheden eller brandet, det repræsenterer. Lad os bryde det ned:

Farver:

Hver farve kan vække forskellige følelser eller tanker. For eksempel kan rød få os til at tænke på kærlighed eller fare, mens blå kan få os til at tænke på ro eller tillid. Når designere vælger farver til et logo, tænker de på, hvad virksomheden står for, og hvilke følelser de vil, at folk skal have, når de ser logoet. For eksempel kan en bank vælge blå til sit logo, fordi de vil, at folk skal føle sig trygge og stole på dem. Farver kan også gøre et logo mere genkendeligt. Tænk på, hvordan du kan genkende en grøn og gul John Deere traktor eller en rød Coca-Cola dåse langt væk – det er kraften i farver.

Former:

Former kan sige meget uden ord. Skarpe, vinklede former kan se energiske eller aggressive ud, mens bløde, runde former kan virke mere indbydende eller venlige. Designere vælger former, der passer til virksomhedens budskab. For eksempel kan et børnevuggestue logo bruge bløde, afrundede former for at virke venlige og imødekommende for børnene og deres forældre. Formen på et logo kan også hjælpe med at gøre det genkendeligt og let at huske.

Typografi:

Typografi handler om, hvordan teksten ser ud, herunder hvilken skrifttype der bruges, hvor stor teksten er, og hvordan bogstaverne er arrangeret. Ligesom med farver og former, kan forskellige skrifttyper frembringe forskellige følelser eller associationer. En sjov, legesyg skrifttype kan være perfekt til en legetøjsbutik, mens en mere traditionel, elegant skrifttype kan være bedre for en advokatfirma. Typografien skal også være læselig, så folk nemt kan læse og genkende virksomhedens navn.

Ved at kombinere disse tre elementer på den rigtige måde, kan designere skabe et logo, der både udtrykker, hvad en virksomhed handler om, og gør et varigt indtryk på dem, der ser det. Et godt designet logo ser ikke kun godt ud, men det fortæller også en historie og bygger en forbindelse mellem virksomheden og dens kunder.

Kender vi en kendt grafisk designer, der har specialiseret sig i logo-design?

En meget kendt grafisk designer, der har specialiseret sig i logo-design, er Paul Rand. Han var en amerikansk grafisk designer, som arbejdede i det 20. århundrede, og han er kendt for at have skabt nogle af de mest ikoniske logoer i verden.

Et af Paul Rands mest kendte værker er logoet til IBM, som er et stort internationalt firma, der laver computere og teknologi. Du har måske set logoet før: det består af tre bogstaver, "IBM", skrevet i en fed, blå skrifttype. Men det, der gør logoet specielt, er de hvide linjer, der går gennem bogstaverne, som skaber en følelse af bevægelse og gør logoet let genkendeligt.

Paul Rand designede IBM-logoet i 1972, og hans design er stadigvæk i brug i dag, hvilket viser, hvor tidløst og kraftfuldt det er. Rand mente, at et godt logo skal være enkelt, mindeværdigt og passende for virksomheden, det repræsenterer. IBM-logoet opfylder alle disse kriterier: det er enkelt, fordi det kun bruger grundlæggende former og farver; det er mindeværdigt, fordi dets unikke design gør det let at huske; og det passer til IBM, fordi de hvide linjer kan forestille sig digital teknologi og præcision, som er nogle af de ting, IBM er kendt for.

Ud over IBM-logoet har Paul Rand også designet logoer for andre store virksomheder, herunder ABC, UPS og Enron. Hans arbejde har haft en stor indflydelse på, hvordan vi tænker på logoer og branding, og hans designprincipper bliver stadig undervist til studerende, der studerer grafisk design.

Hvordan kan vi skabe et effektivt logo, der afspejler en fiktiv virksomheds værdier og målgruppe?

At skabe et effektivt logo for en fiktiv virksomhed er som at male et billede, der fortæller en historie om, hvad virksomheden gør, og hvem de vil hjælpe eller appellere til. Her er nogle skridt, du kan følge for at designe et godt logo:

1. Kend din virksomhed: Først skal du tænke over, hvad din fiktive virksomhed handler om. Hvad sælger den? Hvad er dens værdier? For eksempel, hvis din virksomhed er en bageri, der laver sunde snacks, er dens værdier måske sundhed og glæde. Værdierne hjælper dig med at finde ud af, hvad dit logo skal repræsentere.
2. Forstå målgruppen: Tænk på, hvem din virksomhed ønsker at nå ud til. Er det børn, voksne, sportsfolk, eller måske dyr? For bageriet, kunne målgruppen være familier, der leder efter sunde snackmuligheder. Dit logo skal appellere til denne gruppe mennesker.
3. Brainstorm ideer: Start med at tegne mange forskellige logoideer på papir. Prøv forskellige former, symboler og skrifttyper. For bageriet, kunne du tegne ting som brød, muffins, solen (for at vise energi), eller et smil (for at vise glæde). Det er okay at tegne mange forskellige ideer – det er en del af processen!
4. Vælg farver og skrifttyper: Farver og skrifttyper kan sige meget om din virksomhed. For en sund bageri, kunne du vælge grønne og brune farver, fordi de ofte associeres med natur og sundhed. Vælg en skrifttype, der er let at læse og ser venlig ud. Husk, farver og skrifttyper skal hjælpe folk med at forstå, hvad din virksomhed handler om.
5. Lav det simpelt, men meningsfuldt: Det bedste logo er ofte det enkleste. Det skal være let at genkende og huske. Dit logo skal også fungere godt, selv når det er meget småt (som på en blyant) eller meget stort (som på en billboard).

6. Få feedback: Når du har et design, du kan lide, vis det til venner, familie, eller klassekammerater og spørg dem, hvad de tænker. De kan have gode ideer til, hvordan det kan forbedres, eller de kan fortælle dig, hvis det godt repræsenterer din fiktive virksomhed.

7. Test dit logo: Tænk over, hvordan dit logo vil se ud på forskellige steder, som på en hjemmeside, på en t-shirt, eller på en pakke snacks. Det skal se godt ud overalt!

Ved at følge disse trin kan du skabe et effektivt logo, der afspejler din fiktive virksomheds værdier og taler til dens målgruppe. Husk, et godt logo tager tid at lave, så vær tålmodig og kreativ!

Hvordan ændrer trends sig inden for logo-design, og hvordan kan virksomheder opdatere deres logoer uden at miste deres genkendelighed?

Trends inden for logo-design ændrer sig ligesom trends inden for mode eller musik. Det betyder, at hvad der er populært og moderne kan ændre sig fra år til år. For eksempel, for mange år siden var det meget almindeligt med meget detaljerede og indviklede logoer, men i dag er tendensen mere mod enkle og rene design. Det sker fordi folk generelt kan lide ting, der ser friske og nye ud, og fordi nye teknologier (som smartphones og internettet) gør, at logoer skal være lette at se og genkende, selv når de er meget små.

Men virksomheder skal være forsigtige, når de tænker på at ændre deres logoer. Et logo er en vigtig del af en virksomheds identitet. Folk genkender virksomheden ved dets logo, ligesom du genkender dine venner ved deres ansigter. Hvis en virksomhed ændrer sit logo for meget, kan det gøre, at folk ikke genkender eller føler sig forbundet med virksomheden længere.

Her er nogle måder, virksomheder kan opdatere deres logoer på uden at miste deres genkendelighed:

- Lav små ændringer: I stedet for at lave et helt nyt logo fra bunden, kan virksomheder lave små ændringer på deres eksisterende logo. Det kunne være at opdatere skrifttypen, gøre farverne mere levende, eller forenkles designet lidt. På den måde føles logoet friskt og moderne, men folk kan stadig genkende det.
- Bevar kerneelementerne: Hvis en virksomhed har specifikke symboler eller former, der er centrale for deres logo (som Apples æble eller Nikes kryds), kan de beholde disse elementer, mens de ændrer andre dele af logoet. Dette hjælper med at bevare en følelse af kontinuitet.
- Tilpas dig gradvist: Nogle virksomheder vælger at opdatere deres logoer gradvist over tid i stedet for at gøre det pludseligt. Det betyder, at ændringerne er så små og gradvise, at folk knap nok bemærker dem. Men over tid har logoet ændret sig nok til at se opdateret ud.

- **Kommunikér ændringerne:** Når en virksomhed ændrer sit logo, er det en god idé at fortælle folk om det. De kan forklare, hvorfor de har ændret det og vise, hvordan det nye design stadig relaterer til det gamle. Det hjælper folk med at acceptere og vænne sig til det nye design.
- **Brug feedback:** Før en virksomhed beslutter sig for et nyt logo, kan de vise forskellige designmuligheder til en gruppe mennesker og få deres meninger. Dette kan hjælpe dem med at vælge et design, som både føles nyt og stadig er genkendeligt.

Ved at følge disse trin kan virksomheder holde trit med de nyeste trends uden at miste forbindelsen til deres kunder.

Nu er det tid til at lave et par opgaver og tænke over hvad vi lige har lært.

Arbejdsopgaver

1. **Logo Genkendelse:** "Lav en liste med kendte logoer (uden virksomhedsnavne) og match hvert logo med den tilsvarende virksomhed."
2. **Logo Brainstorming:** "Tegn mindst tre forskellige logo ideer for en fiktiv virksomhed, du opfinder. Overvej virksomhedens produkter eller tjenester, og hvilke farver og former der bedst repræsenterer dem."
3. **Logo Analyse:** "Vælg et kendt logo og skriv en kort analyse om, hvorfor du tror, det er effektivt. Overvej farver, former og typografi."
4. **Design dit eget logo:** "Brug papir og farver til at designe et logo for din fiktive virksomhed. Sørg for, at dit design afspejler virksomhedens mission og målgruppe."
5. **Feedback Runde:** "Par op med en klassekammerat og udveksl feedback på jeres logoer. Diskuter, hvad I kan lide ved hinandens logoer, og hvordan de kan forbedres."

Når du har svaret på opgaverne, så slutter denne episode.

Her starter ideerne til lærerne:

Ideer til læreren:

- Logo Galleri: Opret et "logo galleri" i klassen, hvor elevernes arbejde kan vises. Dette giver eleverne mulighed for at se og lære af hinandens arbejde.
- Gæstetalere: Inviter en lokal grafisk designer til at tale med klassen om processen med at skabe et logo og hvad de tænker på, når de designer.
- Historien om Logoer: Giv en kort lektion om historien bag logoer og branding, og hvordan de har udviklet sig over tid.
- Virtuel Logojagt: Brug en time på at lade eleverne søge efter forskellige typer logoer online og diskuter, hvad de tror, hvert logo repræsenterer.
- Kritisk Tænkning: Lav en aktivitet, hvor eleverne vurderer logoer fra forskellige virksomheder ud fra deres design, farvevalg og effektivitet i at formidle virksomhedens værdier.