

ABSTRAKT

Tato práce se zabývá sémiotikou designu, zaměřuje se na produktový design (design světel) z perspektivy sociální sémiotiky (van Leeuwen, 2005; Kress a van Leeuwen, 2006), multimodality (Kress, 2010) a produktového designu (Norman, 1988, 2004a; Monö, 1997) a pohlíží na design jako na multimodální proces voleb a výsledek materializace významů. V teoretické části práce je věnován prostor definicím jednotlivých přístupů a pojmů, které jsou následně aplikovány v empirické části práce. V té jsou krom výše uvedeného využity Rileyem stanovené fáze designu (Riley, 2003, 2004), se kterými jsou spojené jednotlivé teoretické přístupy (fáze diskursu se sociální sémiotikou, fáze koncepce s multimodalitou a emočním designem, fáze produkce či vzniku s multimodalitou a fáze přijetí se sociální sémiotikou a produktovým designem). Polostrukturované rozhovory byly vedeny se třemi designéry zaměřujícími se na design světel – Janem Plecháčem, Jakubem Pollágem a Karlem Matějkou. Cílem práce je z pohledu samotných designérů zmapovat a porovnat designérské praktiky s ohledem na zamýšlený význam (záměr) produktů, použité módy a akcentování odlišných rovin designu.

Klíčová slova

Sociální sémiotika, produktový design, emoční design, multimodalita, materializace