

Norādījumi komunikācijas dizaina projekta darba mapes noformēšanai

1. Vispārīgās prasības

- Rakstisko un vizuālo informāciju noformē datorsalikumā Adobe InDesign programmā. Mapes makets jānoformē atvērumos.
 - Lapu skaitīšanu sāk ar anotāciju, bet numuru uz tās neraksta. Numerāciju sāk ar satura lapu. Automātiska lapu numerācija jāizveido, izmantojot ParentPages/vecāklapas.
 - Teksta formatēšana – virsrakstiem un pamattekstiem – jāizmanto rindkopu stili.
 - Pamattekstam jābūt piesaistītam pamatlīniju režģim (*Baseline Grid*).
 - Darba struktūru, teksta formatējumu un piemērus skatīties pievienotajā darba mapes sagatavē.

2. Dokumenta prasības

	Prasības	Piezīmes
Dokumenta izmērs	297 x 210 mm	Horizontāls formāts
Drukāšanas pārslāide	3 mm	<i>Bleed</i>
ICC profils	Coated FOGRA39	
Efektīvā attēlu izšķirtspēja	Ne mazāka kā 300 ppi	Visu attēlu ICC profils: Coated FOGRA39

3. Prasības digitālajam nodevumam

	Prasības	Piezīmes
Dokumenta saglabāšana	Adobe PDF (interactive)	Jāsaglabā atsevišķi pa lapām, nevis atvērumiem Izšķirtspēja (Resolution) 144ppi
Faila nosaukums	Vards_Uzvards_ Darba_nosaukums	Nosaukumā nelietot garumzīmes un mīkstinājumus

4. Prasības fiziskajam izdevumam

	Prasības	Piezīmes
Izdrukāšanas formāts	A4 (297 x 210 mm)	Horizontāls formāts, abpusēja druka
Iesējums	Stiprinājums ar metāla spirāli	
Papīrs	Iekšlapām ~120 gr Vākam ~120 gr	

Mākslu izglītības kompetences centrs
Latgales Mūzikas un mākslas vidusskola
Rēzeknes Mākslas un dizaina skola

KVALIFIKĀCIJAS DARBS
DARBA NOSAUKUMS

Izglītības programma: Komunikācijas dizains, kods 33 214 011
Iegūstamā kvalifikācija: Grafikas dizainera asistents
Rēzekne, 2026

Darba autors:

_____ paraksts

Darba vadītājs:

_____ paraksts

DARBA AUTORA CV



Personas dati

Vārds, uzvārds: Agris Grigs
Dzīvesvieta: Stacijas iela 31a 9, Ludza
Talrunis: +371 29296074
E-pasts: agrisgrigs.design@gmail.com

Izglītība

2023 – līdz šim: MIKC Latgales Mūzikas un mākslas vidusskola
2017 – 2022: Ludzas Pilsētas vidusskola
2013 – 2017: Ludzas Mūzikas pamatskola

PIEMĒRS

Darba pieredze

2025 jūnijs: skolas prakses darbs Rēzeknes domē
2025 – līdz šim: Grafikas dizaina darbs kā pašnodarbinātajam

Cita pieredze:

2025 maijs: 3.vieta konkursā "Grafiskā dizaina tehnoloģijas"
SkillsLatvia 2025
2022 – 2023: dalība ARPC "Zeimuļš" organizētajā spēlē "Erudīts"

Prasmes

Valoda: Latviešu – dzimtā, Krievu – brīvi,
Angļu – sarunvalodas līmenī
Datorprasmes: Adobe: Illustrator, InDesign, After Effects,
Photoshop, Premier Pro, Blender, Figma, Canva, CapCut,
Microsoft: Word, Excel, PowerPoint, Final Cut

ANOTĀCIJA

Anotācija ir īss kvalifikācijas darba raksturojums, kopsavilkums. Anotācijā ietveriet šādu informāciju:

Vārds, uzvārds. Gads. Kvalifikācijas darba nosaukums.

Kvalifikācijas darbs.

Vieta: Skolas, izglītības programmas nosaukums.

Projekta un darba vadītājs

Darba apjoms - ... lpp., ... att., ... tab., bibliogrāfija ...

Darbs sastāv no ievada, desmit nodaļām, pašvērtējuma, secinājumiem un ... pielikumiem.

Darba mērķis ir ...

Teorētiskajā darba daļā ... (īsi raksturo saturu), praktiskā darba daļā ... (īsi raksturo procesu un sasniegto rezultātu) .

Nozīmīgākie secinājumi ir ...

SATURA RĀDĪTĀJS

Anotācija	3
Ievads	4
1. Projekta mērķis un uzdevumi	5
2. Mērķauditorija un tās izpētes metodes	6
3. Kultūrvēsturiskais un estētiskais konteksts.....	7
4. Analogu izpēte un izvēles pamatojums.....	8
5. Vēstījums un konceptuālā ideja	9
6. Nepieciešamie resursi, speciālisti, pakalpojumi	
7. Laika grafiks	11
8. Skices	12
9. Dizaina un tehnoloģiskie risinājumi	13
10. Projekta izmaksas	14
11. Projekta vizuālais materiāls	15
Secinājumi.....	16
Izmantotā literatūra un avoti	17
Pielikumi	

IEVADS

Ievadā apraksta un analizē izvēlēto tēmu un tās aktualitāti, formulē, ko autors vēlas izpētīt, uzzināt, kādas tehnoloģijas izmantot. Ievads ir kvalifikācijas darba kopējo, vispārējo raksturojumu:

- 1) tiek definēta problēma;
- 2) raksturota darba tēma, pamatota tēmas izvēle un aktualitāte;
- 3) tiek formulēts, ko autors vēlas izpētīt vai uzzināt;
- 4) kādas tehnoloģijas tiks pielietotas;
- 5) kādu rezultātu autors vēlas panākt.

1. PROJEKTA MĒRĶIS UN UZDEVUMI

Mērķis vienmēr ir cieši saistīts ar kvalifikācijas darba tēmu, ar to iecerēto labumu jeb atrisināto problēmu, ko nesīs šī darba izstrāde. Veicamie uzdevumi ir cieši saistīti ar izvirzīto mērķi, tie atbild uz jautājumu: kas jāizdara, lai nonāktu pie izvirzītā mērķa. Formulējot veicamos uzdevumus, ieteicams tos iztēloties kā veicamos darba etapus, jācenšas tos sarindot loģiskā secībā.

2. MĒRĶAUDITORIJA UN TĀS IZPĒTES METODES

Sniedziet precīzu mērķauditorijas raksturojumu. Lai to veiktu, variet izmantot aptaujas vai intervijas. Tas palīdzēs saprast, vai iecerētais darbs atbilst lietotāja prasībām, vai tas viņam ir vajadzīgs, vai sasniedz mērķi.

Lai veidotu šīs nodaļas aprakstu, atbildiet uz jautājumiem:

- 1) kam piedāvātais produkts domāts;
- 2) kādas ir mērķauditorijas vajadzības;
- 2) kādi ir potenciālo lietotāju raksturīgie paradumi, dzīvesveids, intereses;
- 3) kā konkrētais darbs atbilst mērķauditorijai (veids, apjoms, materiāls utml.).

Šīs nodaļas izstrāde palīdzēs iepazīt potenciālo lietotāju, spēt to raksturot, noskaidrot vajadzības, redzēt produkta saikni ar lietotāju. Tas palīdzēs saprast, vai produkts atbilst izvirzītajam mērķim un vai veidojas priekšstats par tā funkcionalitāti.

3. KULTŪRVĒSTURISKAIS UN ESTĒTISKAIS KONTEKSTS

Izpētīt grafikas dizaina projekta kultūrvēsturisko un estētisko kontekstu, norādot izmantotos informācijas avotus. Pamatojoties uz tēmas specifiku, iespējamas arī vēsturiskas atkāpes, atsauces uz stiliem, mākslas virzieniem, arhitektūru vai etnogrāfiju, tomēr galveno izpētes daļu sastāda aktuālais laikmetīgajā dizainā, mūsdienu tendences. (skat. 3.1. att.)

Ja produkts konceptuāli saistīts ar etnogrāfiju, mākslas stiliem vai virzieniem, šajā apakšnodaļā fiksējiet ne tikai to izpēti, bet arī šo jomu saikni ar laikmetīgo dizainu.

Veicot izpēti, veidosies priekšstats par to, kas dizaina jomā izvēlētajā tēmā pasaulē jau paveikts, kāds ir piedāvājums (skat. 3.1. att.), kādos virzienos dizaineri strādā, kā arī veidosies priekšstats par laikmetīgā dizaina tendencēm un to, kā darbs tām atbilst. Vienlaikus apkoposiet informāciju arī par aktuāliem, jauniem materiāliem un modernām tehnoloģijām.



3.1. att. Attēla nosaukums



3.2. att. Attēla nosaukums



3.2. att. Attēla nosaukums

4. ANALOGU IZPĒTE UN IZVĒLES PAMATOJUMS

Lai veiktu analogu izvēles pamatojuma un izpētes aprakstu, meklējiet un analizējiet dizaina paraugus, kas tēmas, satura, koncepcijas, uzstādītā mērķa, funkcionālā, formas meklējumu, materiālu izvēles, vizuālā tēla vai tonalitātes ziņā ir radniecīgi izvēlētajam darbam. Meklējumiem pamatā jāietver laikmetīgā dizaina paraugi gan Latvijā, gan pasaulē.

Šajā nodaļā veiciet vismaz trīs grafikas dizaina projekta (līdzīgu produktu) izpēti un pamatojiet to izvēli:

1) ievietojiet analoga attēlu (attēlus) un norādi uz avotu (interneta vietne, fotogrāfijas autoru (ja tā ir fotogrāfija), gadu, vietu...) Kas tas ir? Gads (vai vismaz aptuveni), kad analogs radies. Kur, kā tas radies (dizainers, uzņēmums, mākslinieks... - jebkāda norāde uz izcelsmi ir vēlama!) Kur tas atrodas vai pastāv;

2) analizējiet, kādas norises, kustības, stili, raksturīgas iezīmes dizainā, kultūrā, sabiedrībā ietekmējušas analogu;

3) analizējiet estētiku. Raksturojiet kompozīciju, kopējo iespaidu, dizaina stilistiku vizuālo valodu – grafikas elementus, ilustrācijas, attēlus, krāsas, hierarhiju, tekstuālo valodu – burtveidolus, teksta izkārtojumu, hierarhiju;

4) analizējiet ilgtspēju un mūsdienu aktualitāti. Vai dizains ir universāls, saprotams, piemērots, aktuāls un lietojams mūsdienās? Ilgtspējība no ekoloģiskā skatpunkta (ja ir attiecināma uz konkrēto analogu) – vides saudzēšana, otrreizējā pārstrāde, izmantošana atkārtoti u.tml.;

5) analizējiet analogu tehniskos risinājumus (ja ir attiecināms);

6) raksturojiet izvēles pamatojumu – kāpēc izvēlēts šis analogs, ar ko tas ir atbilstošs darbam? Kas ir iedvesmas avoti savam projektam no šī analoga (kādi elementi, kompozīcija, krāsas, konceptuālā ideja vai kas cits).

Atcerieties, ka visus izmantotos avotus ir jāmin izmantotās literatūras un avotu sarakstā un uz tiem ir jābūt atsaucēm tekstā.

Ievietojiet darbā tikai kvalitatīvas analogu fotogrāfijas!

5. VĒSTĪJUMS UN KONCEPTUĀLĀ IDEJA

Šajā nodaļā skaidri un pārskatām apraksti dizaina darba ideju un vizuālo ieceri. Iekļauj šādas sadaļas:

1) konceptuālā ideja. Kādu problēmu vai tēmu tā risina? Vēstījums ko ar savu dizainu vēlies pateikt mērķauditorijai;

2) iedvesmas avoti, stilistika un estētiskais risinājums. Raksturo izvēlēto vizuālo stilu: krāsas, formas, līnijas, ritms. Saikne ar kādu mākslas vai dizaina virzienu. Kā stils atbalsta darba ideju;

3) darba koptēls. Apraksti vai izveido vizuālu skici, kā veidojas kopējais iespaids par dizainu – kā viss vizuāli un emocionāli strādā kopā .

Mērķis: Parādīt, ka tava dizaina ideja ir pārdomāta, pamatota un vizuāli loģiski attīstīta.

6. NEPIECIEŠAMIE RESURSI, SPECIĀLISTI, PAKALPOJUMI

Izstrādājot šo nodaļu, apziniet nepieciešamos speciālistus un pakalpojumus dizaina projekta īstenošanai, izpētiet materiālu un tehnoloģiju pielietojuma iespējas, analizējiet to piemērotību produkta īstenošanai, iepazīstiet materiālu un pakalpojumu cenas, vietas, kur materiālus iegādāties vai veikt pasūtījumu.

Šajā nodaļā aprakstiet:

- 1) kāpēc izvēlēts attiecīgais vizuālās reklāmas veids;
- 2) kāds būs tehnoloģiskais process;
- 3) kāpēc izvēlēts tieši šāds tehnoloģiskais process;
- 4) kāds tas ir salīdzinājumā ar citiem līdzīgiem produktiem?

Aprakstot materiālus un tehnoloģijas, paskaidrojiet savu izvēli un pamatojiet, kāpēc konkrētais tehniskais un tehnoloģiskais risinājums ir labākais. Būtiski ir pamatot izvēli, nevis vienkārši nosaukt materiālus un izmantotās tehnoloģijas.

Izstrādājiet laika grafiku un nepieciešamo resursu plānu.

8. SKICES

Izstrādājiet vismaz trīs grafikas dizaina koncepcijai atbilstošus risinājuma variantus ar skicēm un paskaidrojumiem – kā tās atspoguļo koncepciju un vēstījumu. Apakšnosaukums skiču variantiem:

1. skiču variants
2. skiču variants
3. skiču variants

9. DIZAINA UN TEHNOĻĪSKIE RISINĀJUMI, TO FOTOFIKSĀCIJAS

Šajā nodaļā veiciet metodisku, secīgu darba aprakstu, sākot no skicēšanas līdz gatavam darbam. Veiciet katra uzdevuma un procesa posmu fotofiksāciju. Tātad šajā nodaļā ir jāatspoguļo dizaina produkta izstrādes īstenošanas gaita – apraksts un fotofiksācija par katru darba etapu. Aprakstiet secīgi produkta veidošanas gaitu, ņemot vērā sākumā izvirzītos uzdevumus.

Veidojiet secīgu katras darba operācijas, tajā izmantoto materiālu, tehnisko paņēmieni un tehnoloģiju aprakstu. Fotografējiet gan produkta tapšanas stadijas (arī maketus, paraugus, risinājuma meklējumus), gan darba procesu, gan atsevišķas darbības soli pa solim (ieteicams arī tā, lai autors pats ir redzams). Ievietojiet tekstā veiksmīgākos un atbilstošākos fotoattēlus, pirms tam tos samazinot.

Pievērsiet uzmanību procesa un gatavā produkta fotogrāfiju kvalitātei – raibs fons, nepietiekama gaisma, pavirša kadra kompozīcija un nenoregulēts asums var sabojāt priekšstatu pat par vislabāko darbu un autora attieksmi pret to.

10. PROJEKTA IZMAKSAS

Tāme ir izmaksu aprēķins reālam pasūtītājam vai, ja tāda nav - iedomātam pasūtītājam, kuram jāapmaksā veiktais projekts. Tāmē ir atsevišķos blokos jānošķir radošā darba un tehniskās izmaksas.

Nr.p.k	Materiala/pakalpojuma nosaukums	Mērvienība	Daudzums	Cena par vienu vienību	Summa
1	Kvalifikācijas darba planšetes (900x600)	gab.	3	20,00	60,00
2	Vizītkartes (90x60)	gab.	16	0,50	8,00
3	Stāda marķējums (95x55)	gab.	12	0,50	6,00
4	Informācijas kartiņa (105x140)	gab.	4	0,50	2,00
5	Auga nosaukuma plāksne (105x140)	gab.	6	0,50	3,00
6	Uzlīmes (60x55/ 50x30)	gab.	30	0,10	3,00
7	Kvalifikācijas darba mapes iesiešana	gab.	1	3,00	3,00
				kopā	85,00

11. PROJEKTA VIZUĀLAIS MATERIĀLS

ievieto attēlus ar darba prezentācijas planšetēm. Izveido pārskatu par visiem projekta laikā izveidotajiem dizaina materiāliem.

SECINĀJUMI

Secinājumos apkopo darba galvenās atziņas. Secinājumu daļu vēlams rakstīt tā, lai ikvienam, kas to lasa, būtu skaidrs, kāds bija darba mērķis, kas sasniegts (vai nenasniegts). Vēlams aprakstīt, kā darba realizācija palīdzēja (vai nepalīdzēja) atrast atbildes uz paša uzdotajiem jautājumiem.

Secinājumi ir teorētiskās daļas kopsavilkums, kas ļauj novērtēt spēju izdarīt pamatotus spriedumus savā profesionālajā jomā.

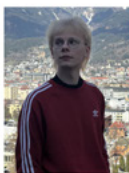
IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTI

1. Mondì, C.F., Giovanelli, A., Reynolds, A.J. (2021). *Fostering socio-emotional learning through early childhood intervention*. International Journal of Child care and Education Policy. 15:6, 2021. [tiešsaiste]. [Skatīts 22.11.2025]. Pieejams: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40723-021-00084-8>
2. *Kas ir Bauhaus? Vēsture, principi un ietekme uz mūsdienu dizainu* [tiešsaiste]. [Skatīts 15.03.2026]. Pieejams: <https://www.3darhitekts.lv/post/kas-ir-bauhaus-v%C4%93sture-principi-un-ietekme-uz-m%C5%ABsdienu-dizainu>
3. Yalanska, M. *Flat Design. History, Benefits and Practice* [tiešsaiste]. [Skatīts 03.04.2026]. Pieejams: <https://blog.tubikstudio.com/flat-design-history-benefits-and-practice/>
4. *Tutas Lietas. Par mums* [tiešsaiste]. [Skatīts 09.05.2026]. Pieejams: <https://tutaslietas.lv/lv/par-mums>
5. Ozola, E. *Mazā zemes ābece — «Miesai»* [tiešsaiste]. [Skatīts 10.02.2026]. Pieejams: <https://www.fold.lv/maza-zemes-abece-miesai/>
6. *Peek a who, book show* [tiešsaiste]. [Skatīts 05.03.2026]. Pieejams: https://www.goodreads.com/book/show/284665.Peek_a_Who_
7. Harna, A. *Emociju dienasgrāmata*. Rīga: Zvaigzne ABC, 2019.
8. Mickeviča, M. *esi/Emociju spēles*. Rīga: CENTRS SEVII. 2022.
9. Grīnvuda, E. *Visas manas emocijas. Iemācies mīlēt savas izjūtas*. Rīga: Zvaigzne ABC, 2020.
10. Stāraste, M. *“Zīlūks”*, Rīga: Zvaigzne ABC, 1961.

PIELIKUMI

1. pielikums – Aptauja vajadzību noskaidrošanai
2. pielikums – Konkurentu logo
3. pielikums – Logotipa skices
4. pielikums – Ilustrāciju zīmējumi
5. pielikums – Koncepta un skiču prezentēšana pasūtītājam
6. pielikums – Projekta pieteikuma prezentācija
7. pielikums – Skiču risinājumu pilnveidošana
8. pielikums – Darba process

PIEMĒRS



Personas dati

Vārds, uzvārds: Agris Grīgs
Dzīvesvieta: Stacijas iela 31a 9, Ludza
Talrunis: +371 29296074
E-pasts: agrisgrigs.design@gmail.com

Izglītība

2023 – līdz šim: MIKC Latgales Mūzikas un mākslas vidusskola
2022 - 2023: Rēzeknes Mākslas un dizaina vidusskola
2017 - 2022: Ludzas Pilsētas vidusskola
2013-2017: Ludzas Mūzikas pamatskola

CURRICULUM VITAE

Darba pieredze

2025 jūnijs: skolas prakses darbs Rēzeknes domē
2025 – līdz šim: Grafikas dizaina darbs kā pašnodarbinātajam

Cita pieredze:

2025 maijs: 3. vieta konkursā SkillsLatvia 2025
2022-2023: dalība ARPC "Zeimujs" otganizētajā spēlē "Erudits"

Prasmes

Valoda: Latviešu – dzimtā, Krievu – brīvi, Angļu – sarunvalodas līmenī
Datorprasmes: Adobe: Illustrator, InDesign, After Effects, Photoshop, Premier Pro, Blender, Figma, Canva, CapCut, Microsoft: Word, Excel, PowerPoint, Final Cut

ANOTĀCIJA

Agris Grīgs. 2026. Vizuālās identitātes izstrāde ādas apavu un aksesuāru darbnīcai "Krištāla kurpīte".

Kvalifikācijas darbs.
 Rēzekne. MIKC Latgales Mūzikas un mākslas vidusskola. Rēzeknes Mākslas un dizaina skola, Komunikācijas dizaina izglītības programma.

Projekta vadītāja: Māra Zilīna
 Darba apjoms - 33 lpp., 38 attēli, 2 tabulas, bibliogrāfija 13.
 Darbs sastāv no ievada, 11 nodaļām, secinājumiem, 8 pielikumiem.
 Darba mērķis ir izstrādāt jaunu vizuālo identitāti, kas stiprinātu uzņēmuma atpazīstamību, tā vērtības un atspoguļotu uzņēmuma būtību.

Teorētiskajā daļā aplūkoti vizuālās identitātes veidošanas principi, krāsu nozīmi, drukas materiāli un tehnoloģijas, vizuālās identitātes nozīme un ietekme uz to, kā patērētājs uztver uzņēmumu.

Praktiskajā daļā veikta uzņēmuma, konkurentu un mērķauditorijas analīze, izstrādāta vizuālā identitāte un komunikācijas elementi. Tika izstrādāti grafiskie elementi, izvēlēti burtveidoli un krāsu paletes, sagatavoti drukas un digitālo materiālu paraugi.

Nozīmīgie secinājumi - Vizuālā identitāte, kas pilda savu uzdevumu, ir atpazīstama, veido uzticamību un saikni ar mērķauditoriju, skaidri komunicē zīmola raksturu un vērtības. Tā ir viegli pielāgojama dažādiem formātiem un materiāliem, saglabājot vienotu tēlu visā komunikācijā.

Satura rādītājs

Ievads	
1. Projekta mērķis un uzdevumi	1
2. Mērķauditorija un tās izpētes metodes	2
3. Kultūrvēsturiskais un estētiskais konteksts	3
4. Analogu izpēte un izvēles pamatojums	4
5. Vēstījums un konceptuālā ideja	8
6. Projekta plānotās izmaksas	9
7. Nepieciešamie resursi	10
8. Laika grafiks	11
9. Skices	12
10. Dizaina un tehnoloģiskie risinājumi	15
11. Projekta vizuālais materiāls	23
Izmantotā literatūra	33
Pielikumi	
1. pielikums – Aptauija vajadzību noskaidrošanai	
2. pielikums – Konkurentu logo	
3. pielikums – Logotipa skices	
4. pielikums – Ilustrāciju zīmējumi	
5. pielikums – Koncepta un skīču prezentēšana pasūtītājam	
6. pielikums – Projekta pietiekuma prezentācija	
7. pielikums – Skīču risinājumu pilnveidošana	
8. pielikums – Darba process	

Ievads

Mūsdienu piesātinātā tirgus vidē vizuālā identitāte nav tikai estētisks noformējums – tas ir nozīmīgs uzņēmuma komunikācijas instruments, kas rada pirmo iespaidu, stiprina klientu uzticību un nodrošina zīmola atpazīstamību ilgtermiņā.

Uzņēmums "Krištāla kurpīte" ir profesionāls ādas apavu izgatavošanas un remonta pakalpojumu sniedzējs Rēzeknē. Tā vadītājs Andris Kačkāns kurpnieka amatā strādā vairāk nekā 40 gadus. (skat. att. 1.2.) Savas profesionālās darbības laikā viņš izgatavojis apavus aptuveni 80% Latvijas deju kolektīvu, folkloras kopu un ansambļu, apliecinot augstu amata prasmi un klientu uzticību. (4, 28. lpp.) Uzņēmuma darbība balstās ilggadējā pieredzē, amatniecības tradīcijās un rūpīgā attieksmē pret kvalitāti un detaļām.

Uzņēmuma esošā vizuālā identitāte vairs neatbilst mūsdienu dizaina prasībām un uzņēmuma attīstības mērķiem. Pašreizējais logotips un reklāmas materiāli ir vizuāli novecojuši un nepietiekami pārļiecināši, kas apgrūtina efektīvu komunikāciju ar klientiem un iero-bežo iespējas piesaistīt jaunu auditoriju (skat. att. 1.1.).

Darba gaitā analizēta uzņēmuma esošā vizuālā situācija un identificētas komunikācijas vajadzības, kā arī pēti amatniecības un kultūras mantojuma jomā strādājošu zīmolu vizuālās identitātes analogi. Tiek izvērtēti tajos izmantotie dizaina principi, stilistiskie risinājumi un grafisko zīmju veidošanas paņēmieni. Balstoties uz iegūtajām atziņām un uzņēmuma definētajām vērtībām, izstrādāta jauna vizuālās identitātes sistēma, kas ir funkcionāla, pielāgojama dažādiem komunikācijas kanāliem un mērogiem, kā arī atbilstoša mērķauditorijai.

1. Projekta mērķis un uzdevumi

Darba mērķis – izstrādāt uzņēmumam "Krištāla kurpīte" mūsdienu, funkcionālu un uzņēmuma vērtības balstītu vizuālās identitātes sistēmu, kas stiprina tā atpazīstamību un konkurētspēju tirgū.

Darba uzdevumi:

1. Intervēt pasūtītāju un precizēt darba uzdevumus;
2. Atlasīt un analizēt analogus un iedvesmas avotus;
3. Izstrādāt projekta konceptu, skīču variantus un prezentēt tos pasūtītājam;
4. Izveidot vizuālās identitātes sistēmu, tās lietošanas vadlīnijas un dizaina materiālu paraugus;
5. Apkopot teorētisko izpēti un darba izstrādes procesu darba mapē un izveidot prezentācijas materiālu.

Darba rezultātā tiks izstrādāta vizuālās identitātes sistēma, kas ietver logotipu, krāsu paleti, tipografikas risinājumus un lietošanas vadlīnijas uzņēmuma komunikācijai drukas un digitālajā vidē.



1.1. att. Esošais logotips "Krištāla kurpīte"



1.2. att. Andris Kačkāns (Foto: Māris Justs)

2. Mērķauditorija un tās izpētes metodes

Uzņēmuma "Kristāla kurpīte" mērķauditorija ir cilvēki, kuri izvēlas individuāli izgatavotus ādas apavus, citus ādas izstrādājumus (skat.att 2.2.) un profesionālus remonta pakalpojumus. Mērķauditorijai svarīga kvalitāte, materiālu izturība un precīzs izpildījums, kā arī meistara profesionālā pieredze un uzņēmuma reputācija.

Lielu mērķauditorijas daļu veido tautas deju kolektīvi (skat.att 2.1.), folkloras kopas un kori, kuriem nepieciešami atbilstoši apavi. Pieredze apavu izgatavošanā dziesmu un deju svētku dalībniekiem stiprina uzņēmuma pozīciju kultūras vidē. Šajā segmentā īpaši nozīmīga ir formas precizitāte, konstrukcijas atbilstība un izturība.

Mērķauditorijā ietilpst arī cilvēki, kuri izmanto apavu un citu ādas izstrādājumu remonta pakalpojumus. Šo grupu raksturo vēlme saglabāt kvalitatīvus izstrādājumus un pagarināt to lietošanas laiku.

Mērķauditorija aptver plašu vecuma diapazonu — no jauniešiem līdz vidēja un vecāka gadagājuma cilvēkiem. To raksturo interese par amatniecību, lokālās identitātes saglabāšanu un ilgtermiņa vērtībām. Komunikācijā auditorija pozitīvi uztver skaidru, profesionālu un atturīgu vizuālo valodu. Jaunākā auditorija informācijas iegūšanai vairāk izmanto digitālos materiālus, savukārt vecāka gadagājuma cilvēki biežāk izvēlas drukas materiālus. Tapēc svarīgi izstrādāt gan drukas, gan digitālos materiālus augstā kvalitātē.

Izpētes procesā pielietotās metodes — aptauja vajadzību noskaidrošanai (skat. 1.pielikumu), konkurentu izpēte (skat. 2.pielikumu), informācijas avotu, piemēram, mājaslapas (12), sociālo mediju (13), žurnāla "AIZ" raksta (4) analīze.



2.1 att. Tautas deju dejojotāji



2.2 att. "Kristāla kurpītes" produkcija

3. Kultūrvēsturiskais un estētiskais konteksts

Vizuālā identitāte mūsdienās nav tikai grafisku elementu kopums — tā ir sistēma, kas balstās uzņēmuma vērtībām, darbības saturā un kultūras vidē. Latvijas dizaina praksē arvien biežāk tiek uzsvērtā konteksta nozīme — identitātei jāsniedz ne tikai zīmola atpazīstamība, bet arī jāatklāj tā pamatvērtības. Par šādu pieeju raketa dizaina platforma "FOLD" (10), analizējot vizuālās identitātes projektus un uzsverot stāstījuma un strukturētas sistēmas nozīmi.

Svarīga daļa no kultūrvēsturiskā konteksta ir latviskā vizuālā koda iedzīvināšana. Tradicionālās formas, ornamentu ritmi un materiālu faktūras tiek interpretētas mūsdienīgā, atturīgā veidā. Īpaši nozīmi ir tipografikai — burti ir viens no spēcīgākajiem identitātes nesējiem. Grāmata "100 latviešu burti" (Latvijas Dizaina gada balvas projekts) apkopo latviešu burtu paraugus no 19. un 20. gadsimta, parādot, kā rakstības formas atspoguļo laikmetu un kultūras pārmaiņas. (3) (skat.att)

Mūsdienās vēsturiskie burti tiek interpretēti jaunā kvalitātē, piemēram, burtveidols *Cirulis Display*, kas balstīts mākslinieka Anša Ciruļa rokrakstā un pielāgots laikmetīgai lietošanai. Šādi piemēri parāda, ka latviskais vizuālais kods nav gaļēnīgs kopēšana, bet gan pārdomāta transformācija. Šis burtveidols apvieno vēsturiskās formas ar mūsdienu tipografikas vajadzībām un ir lietots arī Latvijas valsts simtgades vizuālajā zīmē. (1) (skat.att)

Vizuālās identitātes izstrādē būtiska ir vienkārša un skaidra grafiskā valoda, funkcionāla tipografika un elastīga identitātes sistēma, kas pielāgojama dažādiem medijiem un komunikācijas kanāliem. Identitātei jābūt autentiskai — tai jāatspoguļo uzņēmuma reālā darbība, vienlaikus saglabājot saikni ar kultūras saknēm un vēsturisko pieredzi.



att. Latviešu grafikas dizaina darbi

4. Analogu izpēte un izvēles pamatojums

Strādājot pie uzņēmuma "Kristāla kurpīte" vizuālās identitātes, autors analizē ar amatniecības un kultūras jomu saistītu uzņēmumu vizuālās identitātes piemērus. Tiek izvērtēti tajos izmantotie dizaina principi, stilistiskie risinājumi un grafisko zīmju veidošanas paņēmieni.

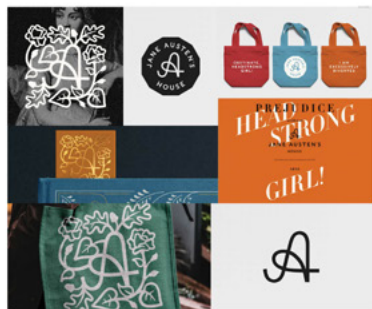
1. Analogs - Rakstnieces Džeinas Ostinas muzeja identitāte "Jane Austen's House"

Autors: Dizaina studija "Pentagram"

"Jane Austen House 250th anniversary" vizuālā identitāte ir labs piemērs, kā ilustrācijas logo var parādīt personību. Dizaina studija *Pentagram* logotipā iekļauj rakstnieces iniciāļus, kas ir apvīti lapām, jo rakstniece ļoti mīlēja dabu. *Blush Noisette* rozes, kas Eiropā tika ieviestas 1817. gadā (Ostinas nāves gadā), nes gan simbolisku, gan estētisku nozīmi, jo tās grezno rakstnieces mājas ieeju. (5)

Izmantoti divi burtveidoli ar vēsturisku atsauci uz 19. gadsimtu. Krāsu paleti ir aizgūta no oriģināliem tapešu paraugiem muzejā, bet divpadsmitstūru rakstāmgalda forma izmantota zīmoga formai (skat. att. 4.1.).

Izvēlēta analoga vizuālajā identitātē izmantotas atsauces uz reāliem vēsturiskiem materiāliem. Mūsdienīgā interpretācija ļauj radīt vizuālo valodu ar spēcīgu stāstu un saikni ar reālo vidi.



4.1. att. Džeinas Ostinas muzeja vizuālās identitātes materiāli

2. Analogs - "Amberlys" sviesta un medus ražošanas uzņēmums

Autors: "Taisīta.K"

"Amberlys" zīmola identitāte balstīta garšas baudījuma, dabiskuma un atturīgas greznības idejā. Tas pozicionēts kā augstvērtīgs, taču nepārspīlēts kvalitātes simbols, kur galvenais uzsvars likts uz rūpīgi atlasītiem izejvielām, amatniecisku pieeju un cieņu pret dabas produktiem. (7)

Koncepcijas pamatā ir līdzsvars starp tradīciju un mūsdienīgumu. Vizuālā valoda no logotipa līdz iepakojumam veidota lakoniska un nepārspēta, akcentējot būtisko: kvalitāti, izcelsmi un autentisku pieredzi. Emblēmas forma ledvesmota no produktu izgatavošanas vides, tādējādi pastiprinot roku darba kvalitātes vēstījumu. Identitātē izmantoti divi atšķirīga stila burtveidoli — serifa un bezserifa — radot līdzsvaru starp klasisko un mūsdienīgo izteiksmi.

"Amberlys" zīmola personība ir mierīga, pārlicināta un autentiska. Tā neveido skaļu vai uzkrītošu iespaidu, bet uzrunā ar niansēm, materiālu kvalitāti un vizuālu tīrību. Komunikācija balstīta stāstā par izcelsmi, rūpību un lēnas dzīves filozofiju, uzsverot produktu kā apziņāta ikdienas rituāla daļu.

Kopumā identitāte veidota kā vienots, pārdomāts un sistēmisks risinājums, kur katrs elements, no grafiskās zīmes līdz vizuālajai valodai, konsekventi atspoguļo galvenās vērtības: dabiskumu, kvalitāti un kļu eleganci (skat. att. 4.2.).

Šis analogs ir saistošs piemērs emblēmas un monogrammas pielietojumam.



4.2. att. "Amberlys" vizuālās identitātes materiāli

3. Analogs - "Torheim Gard" ir ģimenes uzņēmums

Autors: "Moxie Mason"

"Torheim Gard" ir Norvēģijas ģimenes bioloģiskā saimniecība. Zīmola vizuālajā identitātē būtiska loma ir ilustrācijām ar augiem, lauku ainavu un produkcijas elementiem, kas tiek izmantoti iepakojumā, drukas materiālos un digitālajā komunikācijā. (8)

Logotipam izstrādātas vairākas versijas — vārdzīme "Torheim Gard" un monogramma "T + G". Vārdzīmē izmantots serifa burtveidols, kas rada tradīciju, stabilitātes un uzticamības iespaidu, savukārt monogramma kalpo kā kompakta grafiskā zīme lietošanai mazākos mērogos. Vizuālajā komunikācijā izmantoti bezserifa burtveidoli, kas veido mūsdienu kontrastu ar logotipa serifa burtu raksturu. Tipografika ir atturīga, strukturēta un viegli lasāma, nodrošinot līdzsvaru starp tradicionālo un laikmetīgo.

Logo un ilustrācijas darbojas savstarpējā saskaņā, kur logotips veido identitātes pamatu, bet ilustrācijas paplašina vizuālo valodu un piešķir tai kontekstu. Krāsu lietojums balstīts dabai tuvās tonalitātēs, radot vienotu un mierīgu noskaņu (skat. att. 4.3.).

Analogs izvēlēts, jo tas parāda, kā iespējams apvienot strukturētu logotipu, pārdomātu tipografiku un ilustrāciju sistēmu vienotā identitātē. Šāda pieeja ir nozīmīga arī "Krištāla kurpīte" identitātes izstrādē, kur svarīgi apvienot logotipu ar ilustrācijām, kas atspoguļo darbnīcas vidi, darba procesus un instrumentus.



4.3. att. "Torheim Gard" vizuālās identitātes materiāli

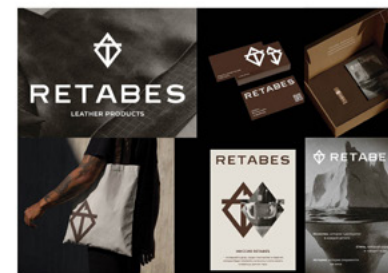
4. Analogs - "Retabes" ir ādas izstrādājumu zīmols

Autors: Dizainers "arr.nuar" un "maryana.dsgn"

Logo zīmes kompozīcija ir lakoniska, ģeometriski līdzsvarota un viegli uztverama. Grafiskā zīme darbojas gan kopā ar nosaukumu kā pilnvērtīgs logotips, gan kā patstāvīgs elements uz iepakojuma vai marķējuma. Šāda pieeja īpaši piemērota amatniecības zīmoleim, kur logo paredzēts iestrādei materiālā reljefspiedumā, gravējumā vai kā zīmogs. (9)

Logotipa tipografika ir atturīga un strukturēta — ar skaidru burtu formu un līdzsvarotu proporciju attiecību pret simbolu. Burtu risinājums nekonkurē ar grafisko zīmi, bet veido vienotu, profesionālu kopiespaidu. Krāsu lietojums — dabīgi ar materiālu saistīti toņi un melnbalta versija, nodrošina universālu pielietojumu dažādos informācijas nesējos (skat. att. 4.4.).

Analogs demonstrē pārdomātu un tehniiski pamatotu pieeju logo un grafiskās zīmes izstrādei amatniecības nozarē, kur būtiska ir formas skaidrība, kompozicionālais līdzsvars, pielāgojamība dažādiem materiāliem un lietojuma situācijām. Šī pieeja ir nozīmīga "Krištāla Kurpīte" identitātes izstrādē, jo uzņēmuma darbības specifika paredz logo izmantošanu gan drukas darbos, gan materiālā lestrādātos risinājumos.



4.4. att. "Retabes" vizuālās identitātes materiāli

5. Vēstījums un konceptuālā ideja

Vizuālās identitātes koncepcijas pamatā ir amatniecības saglabāšana mūsdienīgu apstākļos, izejot tradicionālu darba metožu nozīmi. Zīmola pamatā ir trīs savstarpēji saistītas vērtības: ģimene kā uzņēmuma struktūras un zināšanu pārmantojamības pamats; tradīcijas, kas saistītas ar vēsturiski izveidotu ādas apstrādes un apavu izgatavošanas prasmi turpināšanu, kas izpaužas tradicionālās darba metodēs; **individuāla pieeja**, kas pauž uzsvāru uz izstrādājumu funkcionalitāti un ilgmūžību.

Ja zīmols tīktu raksturots kā personība, tas līdzinātos pieredzējušam kurpniekam, kurš strādā rūpīgi, precīzi un sistemātiski, balstoties profesionālās zināšanās un praktiskā pieredzē.

Vizuālā identitātē jāveido kā vienota zīmju sistēma, kas nodrošina uzņēmuma atpazīstamību un uzticamu komunikāciju dažādos materiālos. Tipografikā paredzēts izmantot kontrastējošus, savstarpēji papildinošus burtveidolus, lai apvienotu tradicionālu saturu ar laikmetīgu vizuālo valodu.

Identitātē paredzētas ar roku zīmētas ilustrācijas, kurās attēloti ādas amatniecības instrumenti un darba procesi. To atturīgā stilistika vizuāli atklāj amatniecības būtību un stiprina zīmola stāstījumu par roku darba nozīmi. Koncepcija nosaka virzienu skīču izstrādei. (skat.att.)



att. Iedvesmas attēlu kolāža

6. Projekta plānotās izmaksas

Nr	Nosaukums	Cena par gab.	Daudzums	Cena kopā
1.	Papīrs un kartons (A4 dažādi veidi), "Baltijas papīrs", ērības iela 53, Centra rajons, Rīga	0.12-0.50 eur	21	5.68 eur
2.	Papīra piegāde, Omniva	2.89 eur	2	5.48 eur
3.	Sietspiedes druka (sieta sagatavošana, drukas pakalpojums), SIA "Buba", Rēzekne	-	1	80 eur
4.	Lāzergriešanas pakalpojums (2.50 eur/min)	4.87 eur	2 lokšnes	9.75 eur
5.	Adobe Creative cloud programmas	19.66 eur	10 mēn	196.60 eur
6.	Projekta prezentācijas planšetes 600 x 900 mm, "Poligrāfserviss" Vijakas 4, Rēzeknē	18 eur	3	54 eur
7.	Digitālā druka (dāvanu karte, aplokšne, reklāmas kartīte, uzlīmes) RA Drukātava, Latgales iela 71, Rēzekne	Reklāmas kartīte - 1 eur Uzlīmes par 12 gab. - 12 eur Dāvanu karte ar aplokšni - 1 eur	Reklāmas lapa - 3 Uzlīmes - 27 Dāvanu karte ar aplokšni - 2	32 eur
8.	Kvalifikācijas darba mapes iesiešana "Poligrāfserviss" Vijakas 4, Rēzeknē	2.50 eur	1	2.50
			Kopā:	386.01 eur

7. Nepieciešamie resursi

Viens no galvenajiem darba instrumentiem vizuālās identitātes izstrādē ir profesionālās programmas: Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign, After Effects, kas palīdz sasniegt kvalitatīvu rezultātu.

Drukšanas darbu pamatmateriāls ir papīrs un kartons. Latvijā papīra piegādi un izplatīšanu nodrošina uzņēmums "Antalis", kas piedāvā plašu sortimentu drukšanas materiāliem un citiem drukšanas materiāliem. Rēzeknes Mākslas un dizaina skolā ir pieejami "Antalis" materiālu katalogi, kuros var apskatīt un izvēlēties nepieciešamos materiālus. (skat.att.) Papīrs, ko autors izmanto projektā, ir: BRUN BOARD 300g/m², KEAYKOLOR Seal 300g/m², MATERICA 250g/m², MUNKEN PURE 200g/m².

Projekta dizaina risinājumiem materiāliem (prototipiem) jāveic atkārtotas testa izdrukas, lai pārbaudītu par to lasāmību, efektivitāti un atbilstību savai funkcijai. Tas tiek veikts skolā ar digitālās drukas printeri RICOH 2000. Sietspiedes drukšanas iespējas, apdrukāt jebkuras krāsas virsmu un drukāt uz jau gataviem produktiem, var veiksmīgi pielietot vizitkaršu un citu reklāmas materiālu izgatavošanā.

Plānots sadarboties ar "RA Drukātava" (Latgales iela 71, Rēzekne) un "Poligrāfserviss" (Viljakas 4, Rēzekne, LV-4604). Šie uzņēmumi nodrošina kvalitatīvu drukšanas pakalpojumus un materiālus.

Regulāru kontaktu uzturēšana ar pasūtītāju palīdz saņemt atgriezenisko saiti un precizēt darba uzdevumus.



att. "Antalis" papīra katalogi

8. Laika grafiks

Kvalifikācijas darba projekta izstrādes laika plāns								
Projekta posms	Novembris	Decembris	Janvāris	Februāris	Marts	Aprīlis	Majs	Jūnijs
Projekta posms								
Priekšizpēte 03.11.26. - 28.11.26.								
Starptauņa prezentācija								
Izpēte un analīze 01.12.26. - 23.01.26.								
Analoģu izpēte								
Tirgus izpēte								
Mārkuditorijas izpēte								
Kultūrvietoriskā un estētiskā konteksta analīze								
Projekta mērķis un uzdevumi 24.11.-28.11.26., 26.01.-30.01.26.								
Sākotnējā projekta mērķis un uzdevumu definēšana								
Precizētāla projekta mērķis un uzdevumi								
Ideju izstrāde 24.11.26.-23.01.26.								
Ideju ģenerēšana, apskopšana, izvērtēšana								
Sākotnējo vizuālo materiālu sagatavošana								
Klienta atsaucējumu saņemšana un apskopšana								
Konceptu izvērtēšana, labākā risinājuma izvēle								
Kvalifikācijas darba mapes izstrāde 02.01.26. - 08.07.26.								
Projekta koncepcijas izstrāde 02.02.26.-06.02.26.								
Projekta resursu plānošana 09.02.26.-13.02.26.								
Dizaina izstrāde un atbilstība 16.02.26.-16.08.26.								
Dizaina izstrāde								
Tehnoloģisko risinājumu apzināšana								
Prototipu izstrāde								
Vizuālo materiālu adaptācija dažādam komunikācijas kanāliem								
Vizuālo materiālu testēšana								
Uzlabojumu veikšana								
Galā versijas apstiprināšana un sagatavošana 18.05.26.-16.06.26.								
Galā materiālu sagatavošana drukai un digitālai lietošanai								
Galā dizaina materiālu tehniskā izgatavošana								
Galā dizaina materiālu vizualizācija planšetēs								
Projekta galā prezentācijas izstrāde								
Kvalifikācijas darba atzīmēšana 16.06.-22.06.2026.								
Materiālu izvērtēšana								
Darba mapes iesniegšana								
Projekta prezentācija								

9. Skices

1. variants

Logotipā pielietota dabīgās ādas ikona. Nosaukuma pirmais burts "K" veidots ar "Cirulis Display" burtveidolu. Uzņēmuma nosaukums ar bezserifa burtveidolu "Man-ropē". Ādas nošuves līnija ir grafisks elements, kas sasaucas ar ilustrācijās izmantoto līniju. (skat.att. 9.1.)



9.1 att. Pirmā varianta skices

2. variants

Logotipā izmantoti divi "K" burtu savienojums, tā centrā veidojas kristāla formas daudzstūris (atsauce uz uzņēmuma nosaukumu). Pielietoties burtveidoli - "Gehaks" un "LT Museum". (skat.att. 9.2.)



9.2. att. Otrā varianta skices

3. variants

Idejas pamatā ir vairog, kas simbolizē tradīciju aizsardzību un asociējas ar senu amatniecības uzņēmumos lietotu elementu. Viduslaikos amatnieki apvienojās savas profesijas apvienībās jeb Cunftēs un atpazīstamībai izmantoja ģērboni vairoga formā. Logotipā izmantotais burtveidols - "Manrope" (skat. att. 9.3.)

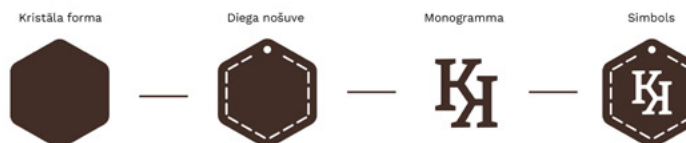


9.3. att. Trešā varianta skices

10. Dizaina un tehnoloģiskie risinājumi

Logotipa koncepts

Logotips veidots kā vizuāli strukturēts simbols, kurā katrs elements ietver konkrētu vēstījumu, kopā radot vienotu uzņēmuma identitātes stāstu. Dizains balstās simboliskā, kas atspoguļo uzņēmuma darbības jomu, vērtības un pieeju produktu izstrādē.



Logotipa pamatā ir kristāla sešstūra forma, kas simbolizē izturību, precizitāti un augstu darba kvalitāti. Kristāla forma atspoguļo vērtmi radīt ilgmūžīgus un rūpīgi izstrādātus produktus, kuros svarīga ir katra detaļa.

Gar formas malu ir diega nošuve, kas atsaucas uz ādas izstrādājumu izgatavošanas procesu. Šis elements uzsvēr amatniecības nozīmi un uzņēmuma ciešo saikni ar tradicionālajām apstrādes tehnikām.

Grafiskās zīmes centrā izvietota "KH" monogramma, kas veidota no uzņēmuma nosaukuma "Kristāla kurpīte" iniciāļiem.

Formas augšējā esošais punkts rada asociāciju ar ādas piekariņu, tādējādi papildinot zīmes saikni ar ādas izstrādājumu nozari.

Logotipa versijas

Galvenais logo ir pamatversija (skat.att. 10.1.), kas jāizmanto visos gadījumos, kad tas ir tehniski iespējams. Logo ietver simbolu un nosaukumu, tā proporcijas ir stingri noteiktas un nav maināmas.

Lai nodrošinātu logotipa lasāmību dažādos medijos izstrādāti vairāki papildvarianti (skat.att. 10.2.):

1. **Vertikālā versija** - piemērota kvadrātveida vai šauriem vertikāliem formātiem;
2. **Simbols** ir sekundārs grafiskais elements. Simbolu bez nosaukuma lieto reklāmas un reprezentatīvajos materiālos;
3. **Horizontālā versija** - piemērota platiem formātiem, piemēram, e-pasta parakstiem un baneru dizainam;
4. **Papildversija ar dibināšanas gadu.**

Mazos izmēros nepieciešams izmantot tam paredzēto, īpaši pielāgotu versiju bez smalkām detaļām. Detalizēta informācija par logotipa lietošanas noteikumiem ir apkopota autora izstrādātajās zīmola vadlīnijās.



10.1. attēls. Logo pamatversija



10.2. att. Logo papildversijas

Krāsu palete

Krāsas ir viens no zīmola elementiem, kas veido tā atpazīstamību. Krāsu paletē ir iedvesmota no dabīgiem ādas toniem, kas rada organisku un siltu zīmola sajūtu. (skat.att. 10.3.)

Lai nodrošinātu precīzu krāsu reproducēšanu dažādos medijos, katrai krāsai ir norādīti šādi kodi:
HEX — digitālai izmantošanai tīmekļa vietnēs un ekrānos
RGB — digitālajam dizainam rīkiem
CMYK — drukāšanai

RGB 56, 38, 30
CMYK 56, 75, 71, 51
HEX #38261e

RGB 167, 118, 76
CMYK 18, 39, 71, 1
HEX #be8344

RGB 248, 240, 224
CMYK 3, 4, 9, 0
HEX #f8f0e0



10.3. att. Logotipa lietojums uz krāsu foniem

Burtveidoli

Zīmola vizuālajā identitātē izmantotie burtveidoli izvēlēti, ņemot vērā amatniecības tradīciju saglabāšanas nozīmi. **"Bitter"** ir robusts plātnu serifa fonts, kas piešķir stabilitāti, asociējas ar amatnieku darba rīkiem. To papildinot ar tiro bezserifu **"Work sans"**, veidojas līdzsvars, simbolizējot pagātnes nozīmi nākotnes veidošanā. **"Bitter"** ir zīmola galvenais burtveidols, tiek izmantots lielāka apjoma tekstiem. **"Work sans"** tiek izmantots pamattekstā, aprakstu elementos un lielāka apjoma tekstos. (skat.att. 10.4.)

Ar meistara
rokām radīts.
Dots ar mīlestību.

Bitter

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

Ādas apavi veidoti
pašā Latgales sirdī!

Work Sans

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

10.4. att. Burtveidoli

Ilustrācijas

Ilustrācijas palīdz parādīt individuālo raksturu, kas piemīt darbnīcai. Tās atspoguļo uzņēmuma procesus, izstrādājumus ko uzņēmums rada un pašu Andri Kačānu, "Krištāla kurpīte" īpašnieku.

Ilustrācijas zīmētas vektorgrafikā ar līniju. Klājošais raksts ir veidots no līnēārām ilustrācijām, kurās attēloti darbarīki. (skat.att. 10.5.)



10.5. att. Ilustrācijas un klājošais raksts

Vizuālā stila vadlīnijas

Izstrādāts atsevišķs dokuments, kurā apkopoti visi identitātes elementi, to lietošanas noteikumi un piemēri (skat.att. 10.6.). Tas palīdz nodrošināt konsekventu lietojumu un nemainīgu kvalitāti dažādos materiālos. Vadlīnijās ietilps:

Koncepta apraksts:

Pamatelementi ar lietošanas vadlīnijām:

Paraugi galvenajiem vizuālās komunikācijas materiāliem:

Digitālā komunikācija – sociālo tīklu materiālu paraugi:

Drukas materiāli – vizītkarte, dāvanu karte un aplokšne, etiķete, uzlīme, maisiņa piekariņš, reklāmas kartītes, roll up banneris u.c.

Stila vadlīnijas ir sagatavotas digitālā un drukas formātā.



10.6. att. Vizuālā stila vadlīniju dokumenta vāks

Prototipu izgatavošana sietspiedes drukā

Sietspiede ir drukas tehnoloģija dažādu materiālu apdrukai. Visplašāk to izmanto papīra vai auduma apdrukai, ar šo drukas metodi iespējams nodrukāt arī mazas tirāžas. Autors sietspiedes tehnikā izgatavo vizītkartes, etiķetes un piekariņus. (skat.att. 10.9.)

Formu sagatavošana sietspiedei tiek veikta ar lāzergriešanas un gravēšanas iekārtu. (skat.att. 10.7.)

Lai sagatavotu formas nepieciešams:

1. Iepirkt papīru/kartonu;

2. Sagatavot .dxt failu griešanai;

3. Alzūtīt to uz lāzergriešanas mašīnu;

4. Pēc izgriešanas noslaucīt gatavās formas no putekļiem.



10.7. att. Lāzergriešanas process

Prototipu izgatavošana sietspiedes drukā

Darba posmi sietspiedes drukāt:

1. Izveidot dizaina failu ar vajadzīgajiem elementiem;
2. Sagatavot failu drukai;
3. Izdrukāt attēlus uz puspapīra;
4. Sagatavot sietu drukai;
5. Sajaukt nepieciešamos krāsas tonus (akrila krāsa uz ģdens bāzes);
6. Izdrukāt dizainu uz formām.

Pēc sietspiedes aprukšanas materiāliem jāžost apmēram 15 minūtes, tad formas tiek apdrukātas no otras puses. (skat.att. 10.8.)

Pielietotais papīrs:

Vizitkartēm: BURN BOARD 300g/m² – brūns, mehāniski glazēts kartons, kas izgatavots no 100% otrreiz pārstrādātas šķiedras, piemērots projektiem ar videi draudzīgu vēstījumu;

Etiketēs: MATERICA 250g/m² – dizaina papīrs ar smalku tekstūru;

Piekarīņi: MATERICA 250g/m², KEAYKOLOR Seal 300g/m² – Keaycolour nekritoto dizaina papīrs, kas ļauj radīt dabiskas noskaņas vēstījumu.



10.8. att. Sietspiedes drukas process



10.9. att. Sietspiedes drukas gatavais materiāls

11. Projekta vizuālais materiāls

Projekta prezentācijas planšetes



Drukšanas materiāli



Etikete 50 x 90 mm



Vizitkarte 50 x 90 mm



Dāvanu karte 200 x 100 mm



Piekariņi papīra maisiņam 54 x 60 mm



Uzlīme apavu iepakojumam 90 x 55 mm



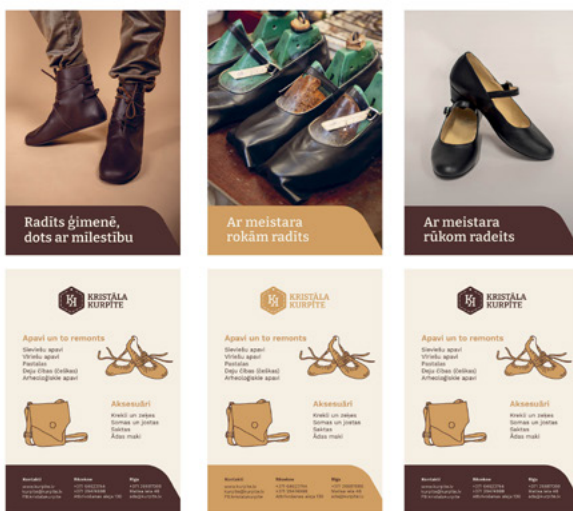
Uzlīme apavu iepakojumam 45 x 145 mm



Zīmogs



Reljefspiedums



Reklāmas kartītes 110 x 154 mm, A un B puses

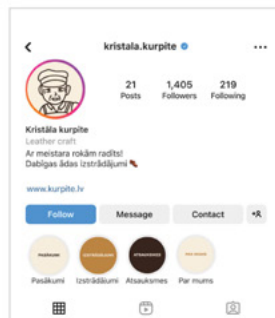


Darba priekšauts



Roll up baneris - 800 x 2000 mm

Digitālā komunikācija



Instagram profila noformējums



Facebook profila noformējums



Instagram publikāciju šabloni

Secinājumi

Projekta mērķis — izstrādāt uzņēmumam "Kristāla kurpite" mēsdienīgu, funkcionālu un uzņēmuma vērtībās balstītu vizuālo identitātes sistēmu, kas stiprina tā atpazīstamību un konkurētspēju tirgū, ir sasniegts.

Projekta izpildes laikā autors saskārās ar izaicinājumiem koncepta un skīču izveides posmā. Bijā grūti apvienot uzņēmuma nosaukumu "Kristāla kurpite", ādas izstrādājumu jomu un tradīciju saglabāšanas aspektu. Taču, neskatoties uz grūtībām, izdevās izveidot vienotu un labi lasāmu vizuālo tēlu. Vizuālā identitāte pilda savu uzdevumu, ir atpazīstama, veido saikni ar mērķauditoriju, skaidri komunicē zīmola raksturu un vērtības. Tā ir pielāgojama dažādiem formātiem un materiāliem, saglabājot vienotu tēlu visā komunikācijā.

Šī projekta izstrādes laikā autors guva jaunu pieredzi papīra materiālu izvēlē un pielietošanā, kā arī iespēju izmēģināt sietspiedes drukas metodi. Autors uzskata, ka ir uzlabojis savas komunikācijas prasmes sazinā ar klientiem. Topošajam dizainerim spēja labi komunicēt ar klientu ir ļoti svarīga prasme, kas palīdz labāk izprast klienta vēlmes un projektu mērķus.



Izmantotā literatūra

1. Müller, J. *The History of Graphic Design. Vol. 1. 1890-1959*, Vācija-Taschen, 2017, 480 lpp
2. Müller, J. *The History of Graphic Design Vol. 2. 1900-Today*, Vācija-Taschen, 2018, 480 lpp
3. Miļuhina, A. *100 Latviešu burti*, Rīga, 2023, 245 lpp
4. Groce, I. Kurpnieka pozitīvā filozofija. *A12, Nr1(82)*, 2026, 28-32. lpp
5. Pentagram - Jane Austen's House: 250th Anniversary [Tiešsaiste] [Skatīts 18.02.2026] Pieejams: <https://www.pentagram.com/work/jane-austen-s-house-250th-anniversary>
6. Pentagram - Jane Austen's House [Tiešsaiste] [Skatīts 19.02.2026] Pieejams: <https://www.pentagram.com/work/jane-austens-house>
7. Taisiia.K AMBERLYS HONEY & BUTTER HOUSE | BRAND IDENTITY [Tiešsaiste] [Skatīts 18.02.2026] Pieejams: <https://www.behance.net/gallery/243445649/AMBERLYS-HONEY-BUTTER-HOUSE-BRAND-IDENTITY>
8. Moxie Mason - 10 torheim gard branding [Tiešsaiste] [Skatīts 17.02.2026] Pieejams: <https://moxiemason.com/10-torheim-gard-branding/>
9. arr.nuar un maryana.dsgn - Leather products | Brand identity

- [Tiešsaiste] [Skatīts 20.02.2026] Pieejams: <https://www.behance.net/gallery/204120825/Leather-products-Brand-identity-izdeija-iz-kozhi>
10. FOLD.lv [Tiešsaiste] [Skatīts 20.02.2026] Pieejams: <https://www.fold.lv/>
11. MyFonts - Cirulis Display [Tiešsaiste] [Skatīts: 19.02.2026] Pieejams: <https://www.myfonts.com/collections/cirulis-display-font-asketic-design-studio>
12. Kristāla kurpite [Tiešsaiste] [Skatīts: 13.10.2025] Pieejams: <https://www.kurpite.lv/>
13. Facebook SIA "Kristāla kurpite" [Tiešsaiste] [Skatīts 13.10.2025] Pieejams: <https://www.facebook.com/kristalakurpite/>

1. pielikums. Aptauja vajadzību noskaidrošanai

1. Pamatinformācija

Uzņēmuma / zīmola nosaukums:
"Kristāla kurpīte" Ādas apavu un izstrādājumu
darbnīca

Nosaukuma nozīme:

Nosaukums simbolizē ģimenes vērtības un kopīgu
darbu. Uzņēmumā strādā visa ģimene, tāpēc
zīmola balstīte ģimēniskumā un tradīciju pārman-
tošanā.

Dibināts:

1997. gadā, 28 gadu pieredze nozarē.

2. Darbības joma

Ko uzņēmums piedāvā:

Tautas deju tērpu izgatavošana

Papildu aksesuāri (jostas, somas u.c.)

Kurpes un kreklī

Individuāli apavi

Apavu remonts

3. Pamatvērtības un misija

Latviskums

Tradīcijas balstīts darbs

Amatniecības saglabāšana

Latvijas kultūras mantojuma uzturēšana

Misija — saglabāt un nodot tālāk amatniecības

prasmes, piedāvājot kvalitatīvus, klasiskus un

ilgtspējīgus produktus.

4. Mērķauditorija

Klienti:

Tautas deju dejojāji

Vecums: 3–80 gadi

Vidējās cenu kategorijas (mid-range)

Klientiem svarīgi:

Ērtums

Kvalitāte

Vizuālais aspekts

Klasisks, laika pārbaudītais izturīgais dizains

5. Konkurence

Galvenie konkurenti:

Citi apavu ražotāji

Apavu mazumtirgotāji

Uzņēmums "Elegants"

6. Vizuālās vēlnes logotipam

Stils:

Klasisks

Universāls

Lai neizskatās kā tautas deju kolektīva logo

Krāsas:

Zaļā (vēlama)

Simboli:

Kurpīte

Logotipa veids:

Kombinēts (simbols + vārdzīme)

7. Praktiskais pielietojums

Logotips tiks izmantots:

Skrejlapās

Vizītkartēs

Uz produktā

Mājaslapā

2. pielikums. Konkurentu logo izpēte

Konkurenti

Latvijas ādas izstrādājumu uzņēmumu logotipi



3. pielikums. Logotipa skices



3. pielikuma turpinājums

3. pielikuma turpinājums

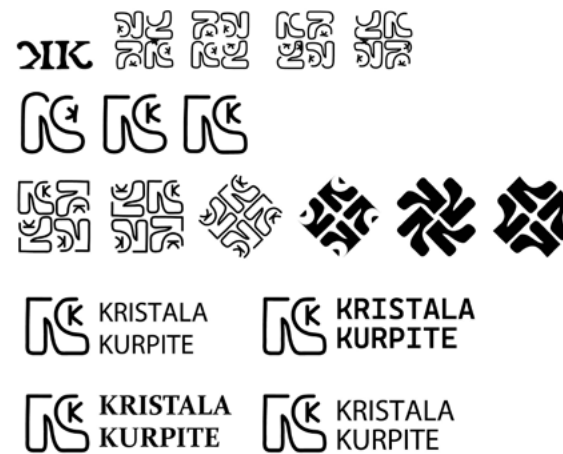
KRISTALA
 KR
 KURPITE

K K K

Ⓚ Ⓚ

KR Ⓚ Ⓚ Ⓚ

3. pielikuma turpinājums



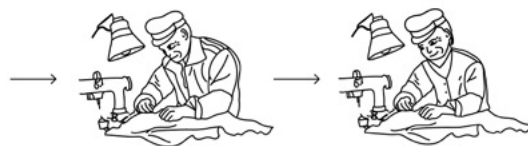
4. pielikums. Ilustrāciju zīmējumi



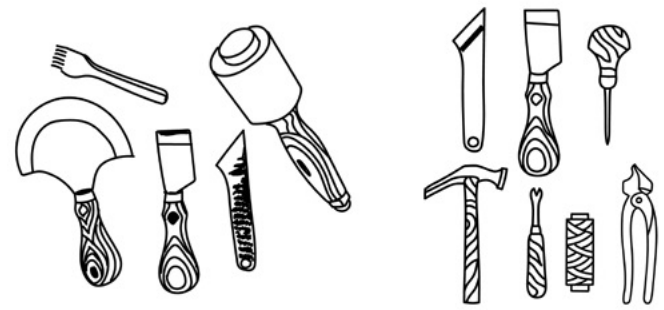
Andris Kačāns uzņēmuma vadītājs



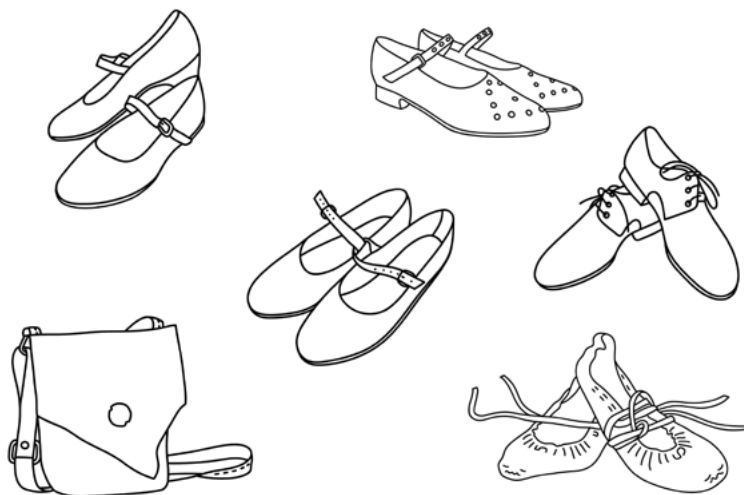
Amatnieka darba process



4. pielikuma turpinājums



4. pielikuma turpinājums



4. pielikuma turpinājums



5. pielikums. Koncepta un skiču prezentēšana pasūtītājam

Piedāvātie skiču varianti

1. variants



2. variants



Pirmais koncepts tiek izcelts kā pamata virziens turpmākai attīstībai.

Kas patīk.
Atsauce uz dabīgo ādu (materiāla autentiskums, amatniecības sajūta).
Logotipa pārskatāmība un konsekvence.
Ilustrācijas risinātās papildus logotipam.
Uzsvars uz dibināšanas gadu (1997) — vēstures un pieredzes akcentēšana.

Kas rada šaubas / kas nepatīk.
Ciruļa Display burtveidols šķiet nedaudz nesaskaņots ar kopējo tēlu.
Ikona liekas pārāk sadrumstalota.
Kopējais iespaidis nedaudz vecmodīgs (lai gan tas sasaucas ar vēsturisko aspektu).
Nošuves imitācijas līnija ādas simbolā šķiet pārāk smalka.

Stratēģiskās nianšes un virziena attīstība.
"Kristāla korpīte" vēlas attīstīt tautas deju kolektīva virzienu.
Vienlaikus svarīgi saglabāt ādas amatniecību kā amatu un kodolu.

Tātad vizuālajā valodā jārod balans starp: Tradīciju / kultūras mantojumu. Amatniecības kvalitāti. Universālu, mūsdienu pielietojumu.

Krāsu jautājums.
Zaļā krāsā: Vēsturiski izmantota kopā pašiem pirmsākumiem.
Sākotnēji kalpoja kā atšķirības zīme laikā, kad dominēja vienkāršas druka zaļā palīdzēja izcelties un kļuva par atpazīstamības elementu.

6. pielikums. Projekta pieteikuma prezentācija



6. pielikuma turpinājums

3. "Torheim Gard"
 Izturējās, kas veltīta ornamentācijai instrumentus, materiālu elementus vai darbu procesu, visu pamatu esamībai izstrādāt, lai pasargātu sētu par roku darbu un tradīciju turpinātājiem.

Disainiera **Mozie Meisen**

4. "RETABES"
 Analoga parība, ka veiksmīga logoņa pamatā ir simbolu pielietojums, formot skaidrību, saskaņu ar materiālu un pielietojuma telpu funkcionālu kā zīmogu un reālajam materiālam.

Disainieri **arr.nuar** un **maryana.dagn**

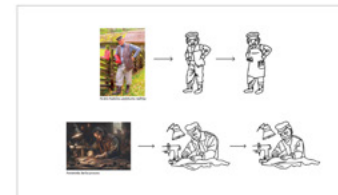
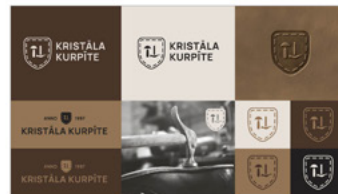


Koncepts

Vizuālo identitātes konceptu pamatā ir:

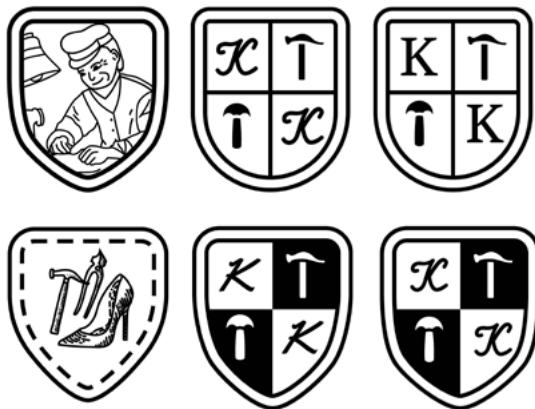
- tradicionālās ādas ornamentācijas pielietojums;
- grieķu alfabēti;
- profesionālās praxīzes ar uzturam uz kvalitāti.

Vizuālo identitātes izstrādē centās apvienot tradicionālos un mūsdienu dizaina elementus, lai arī ar visu zīmētu ilustrācijām.



6. pielikuma turpinājums

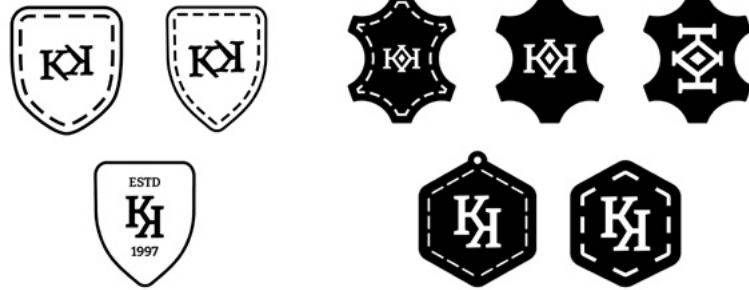
7. pielikums. Skiču risinājumu pilnveidošana



7. pielikuma turpinājums



7. pielikuma turpinājums



8. pielikums. Darba process

