

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Diplomová práce

VIZUÁLNÍ IDENTITA EXISTUJÍCÍHO SUBJEKTU

Michal Ocilka

Plzeň 2013

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Oddělení designu

Studijní program Design

Studijní obor Ilustrace a grafický design, specializace Grafický design

Diplomová práce

VIZUÁLNÍ IDENTITA EXISTUJÍCÍHO SUBJEKTU

Michal Ocilka

Vedoucí práce: Prof. Ing. arch. Zdeňek Ziegler

Oddělení designu

Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2013

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2013

.....

podpis autora

OBSAH

1 MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE.....	4
2 TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY.....	8
3 CÍL PRÁCE.....	9
4 PROCES PŘÍPRAVY.....	11
5 PROCES TVORBY.....	13
6 TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA.....	15
7 POPIS DÍLA.....	17
8 PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR.....	20
9 SILNÉ STRÁNKY.....	21
10 SLABÉ STRÁNKY.....	22
11 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	24
A) Knižní a periodická literatura.....	24
B) Internetové zdroje.....	24
12 RESUMÉ	25
13 SEZNAM PŘÍLOH	27

1 Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

Myslím si, že je v úvodu podstatné zmínit již období mého studia na základní škole, kdy jsem se rozhodoval, kam pokračovat dále. Mohlo by se sice zdát, že psaní o volbě střední školy je v kontextu diplomové práce irelevantní, avšak tímto bych rád ozřejmil můj způsob práce v grafickém designu. Jelikož je můj otec inženýr zabývající se projektováním dopravních staveb a oba mí bratři absolvovali střední školu stavební v Liberci, byla pro mě volba dalšího směřování jasná. Na SPŠ Liberec jsem se však nedostal. Architektura pro mě nicméně představovala a neustále představuje obrovskou studnicí inspirace a výrazně ovlivňuje můj styl a způsob grafické práce, který je konstruktivní – a to jak v utváření konceptů, tak v samotné tvorbě.

Na střední umělecké škole v Liberci jsem vyzkoušel mnoho uměleckých přístupů a designerských technik. Zabýval jsem se malbou akrylovými barvami a olejem, digitální ilustrací, psaním HTML a CSS kódu, animací a programováním v Adobe Flash¹, 3D modelováním v programu Cinema 4D² a Terragen³, fotografováním a v neposlední řadě grafickým designem. Ten pro mě v té době znamenal cokoliv od tvorby loga přes práci v Adobe Flash až po tvorbu www stránek. Dnes má pro mě grafický design mnohem užší vymezení. Během středoškolského studia jsem také poprvé realizoval grafický design za peníze. První corporate identity, kterou jsem dělal za finanční odměnu, byla pro libereckou firmu Aizol⁴. Tato společnost dodávající speciální stavební materiály používá mé logo v nezměněné formě dodnes. Ke konci studia jsem se rozhodoval, kterým z vyzkoušených

¹ <http://www.adobe.com/cz/products/flash.html>

² <http://www.maxon.net/>

³ <http://planetside.co.uk/>

⁴ <http://www.aizol.cz/>

směrů se dále ubírat. I když pro mě měl v dané době grafický design nálepku něčeho spíše neuměleckého, a až druhořadého (například oproti ilustraci), dokázal jsem jím vydělat své první peníze a zároveň jsem tušil, že je to disciplína, která má na rozdíl od zmíněné ilustrace dopad na větší část populace a nepodléhá krátkodobým módním trendům jako 3D tvorba nebo tvorba internetových stránek.

Po střední škole jsem strávil 5 let na Fakultě umění a architektury Technické univerzity v Liberci. Působil jsem v atelieru Environmental Design vedeném Prof. dr. Ing. arch. Bořkem Šípkem⁵. Se všemi studenty architektury jsem 5 let sdílel jeden veliký atelier, což se na mé současné tvorbě výrazně projevuje. Environmental Design je disciplína designu, která se pohybuje od tvorby loga přes průmyslový design a architekturu až po volné umění. Na rozdíl od jiných disciplín designu je ale vždy pevně spjat s konkrétním místem a jeho nejpodstatnější složkou je tvorba samotného konceptu. Vizuální estetika je mnohdy druhotná, je-li vůbec přítomna. Již v prvním ročníku jsem zpracoval teoretický projekt revitalizace uhelného dolu v Žaclěři u Krkonoš, který perfektně vystihoval a konzervoval současnou temnou atmosféru místa. Jednalo se o pohledové systémy založené na mých fotografiích z industriálních prostor. Tyto pohledy velmi zdařile prostředkovaly emoce a obsahovaly skryté příběhy. Tento projekt byl Bořkem Šípkem označen jako nejlepší z navrhovaných a mně osobně inspiroval k dalšímu, mnoho let trvajícimu projektu. Další mé práce v Liberci už nebyly tak podstatné a svou kvalitou byly různorodé, nicméně pokaždé se pokoušely vystihnout unikátní prvky konkrétních míst.

V posledním ročníku bakalářského studia jsme povinně absolvovali jednosemestrální praxi. Mně se podařilo získat pozici vizuálního

⁵ <http://boreksipek.com/>

designéra ve společnosti Inexes⁶, která sídlí v Praze. I po skončení praxe jsem u této společnosti nadále pracoval; tento rok v říjnu to bude již 5 let od zahájení vzájemné spolupráce. Pro Inexes jsem připravil redesign vizuální identity samotné firmy a dále desítky web-designů. Mezi nejdůležitější projekty řadím weby České filharmonie⁷, Filharmonie Brno⁸, Plzeňské filharmonie⁹, společnosti UPP¹⁰, osobní stránky dirigentů Jakuba Hrušky¹¹, Richarda Blackforda¹², projektu Orbis Pictus aneb...¹³, baletní hry Causa Carmen Národního divadla a weby dalších, méně atraktivních subjektů.

Z výčtu realizovaných prací je zřejmé, že jsem se dosud web-designu věnoval velmi intenzivně. Ze strany Inexes byl vždy kladen důraz na originalitu a zároveň uživatelskou funkčnost každého projektu, vystižení zákaznickových potřeb a absolutní přesnost na jeden pixel.

Ještě při působení v Liberci jsem absolvoval jeden semestr studia na oboru grafický design na ZČU pod vedením ak. mal. Ditty Jiříčkové. Zde jsem mimo jiné poznal své budoucí spolužáky, protože právě tato stáž a práce pro Inexes mě nasměrovaly k dalšímu studiu na UUD, nyní pod vedením Prof. Ing. arch. Zdeňka Zieglera. V prvním ročníku magisterského studia jsem vyhrál soutěž na tvorbu jednotného vizuálního stylu Plzeňské filharmonie. S touto institucí spolupracuji dodnes a tento rok jsem pro ni vytvořil nový vizuální styl hudebního festivalu Smetanovské dny¹⁴. Dále jsem zpracoval vizuální styly International Symposium on High Voltage Engineering a Muzea

⁶ <http://www.inexes.cz/>

⁷ <http://www.ceskafilharmonie.cz/>

⁸ <http://www.filharmonie-brno.cz/>

⁹ <http://www.plzenskafilharmonie.cz/>

¹⁰ <http://www.upp.cz/>

¹¹ <http://www.jakubhrusa.com/>

¹² <http://www.blackford.co.uk/>

¹³ <http://www.orbis-pictus.com/>

¹⁴ <http://www.smetanovskedny.cz/>

církevního umění plzeňské diecéze. Přestože tyto dva projekty ne získaly žádná ocenění, jsou to jedny z mých nejlepších CI projektů.

Seznámení s mým dosavadním vývojem nebylo samoučelné. Na všech zmíněných bodech demonstruji zásadní momenty mého profesního života, které v souhrnu ovlivnily volbu i zpracování tématu diplomové práce. V mé diplomové práci lze totiž nalézt skrytou inspiraci moderní architekturou, která mě značnou část života obklopuje a ovlivňuje mou vizuální tvorbu. Lze tu nalézt technicistní výrazové prvky, které jsou projekcí preciznosti při tvorbě web-designu. A v neposlední řadě je zde kladen důraz na tvorbu konceptu, který je jistě projevem studia Environmental Designu.

Mé dosavadní dílo v kontextu specializace se tedy v průběhu let neustále zužovalo. Grafický design dnes již nevnímám jako specializaci. Naopak, je to pro mě velmi obecný název disciplíny, pod který můžeme zařadit skutečné specialisty na plakát, corporate identity, infografiky, web-design, editorial design, UI a UX design a mnoho dalších. I samotné designéry zabývající se tvorbou vizuálních stylů společností můžeme dále rozdělit do mnoha dílčích specializací. Pro pojetí této diplomové práce je důležité dělení na designéra koncepčního/konstrukčního versus designéra letteringového, tedy v zásadě typografa. Důležitost tohoto členění vystoupí do popředí v dalším textu této diplomové práce.

2 Téma a důvod jeho volby

Tématem práce je „Vizuální identita existujícího subjektu“. V mém případě se jedná o dva subjekty. Prvním subjektem je francouzská pekárna Gaël z Plzně a druhým je řeznictví Kosina, jehož obchody se nacházejí v Praze. Původně jsem sice přemýšlel o čistě konceptuálním projektu fiktivní zkorumpované firmy, to mi ale vedoucí mé diplomové práce nedoporučil. V době zadávání témat jsem se mu však zmínil o tom, že z čistě vlastního zájmu připravuji projekt francouzské pekárny, aniž by samotná pekárna tuto mou činnost poptala, nebo o ní dokonce věděla. Prof. Ziegler navrhnul, abych projekt rozšířil o další subjekt a zpracoval jej jako diplomovou práci. Původně jsem se domníval, že samotné CI pekárny je pro diplomovou práci nedostačující. Po potvrzení skutečnosti, že diplomová práce může obsahovat CI několika subjektů, jsem velmi rád přistoupil k realizaci vlastní práce. Důvod volby uvedených dvou subjektů je osobní. Jednoduše řečeno, velmi rád v těchto obchodech nakupuji, jejich výrobky mi chutnají, ale vizuální styly těchto společností jsou přehlédnutelné, amatérské a zcela neodpovídají kvalitě nabízených produktů, která o mnoho převyšuje konkurenci.

Velká část studentů, kteří v rámci diplomové práce dělají CI firem, má tvorbu CI zadánu přímo od zákazníka a mohou tak svou práci posléze zákazníkovi prodat. Osobně mám však reálných zakázek mimo školu velké množství, proto jsem DP pojal jako jedinečnou možnost tvořit vizuální styl zcela po svém, bez autoritativních zásahů financujícího subjektu. Cílem mé diplomové práce by tak měla být vizuální identita, která bude také objevovat opomíjené části grafického designu a bude přinášet nové pohledy na různé problematiky.

3 Cíl práce

Bohužel nedokážu dohledat citát, který mi utkvěl v hlavě na střední škole. V uznávaném časopise o grafickém designu glorifikoval jeden přední český designér disciplínu tvorby corporate identity do nesmyslných rovin větou, jejíž volná parafráze zní asi takto: „Dnes má logo pomalu i každý blbý řezník“. Tento pohled na grafický design můžeme dnes stále sledovat v kruzích, které jsou brány jako to nejlepší z grafického designu České republiky. Dokladem tohoto vnímání je pak například cena Czech grand design, v níž jsou na ceny o nejlepší grafický design nominováni naprosto katastrofální návrhy. Tyto projekty absolutně neobstojí v mezinárodním srovnání. Arogance, s jakou si špičky českého grafického designu rozdělují mezi sebou ceny, je dána jejich strachem a malostí.

V době, kdy jsem zahájil studia grafického designu, jsem také začal intenzivně sledovat podobu a vývoj grafického designu v zahraničí. Dnes lze ve vyspělých státech vysledovat tendenci, kdy talentovaní grafičtí designéři inklinují k práci pro menší subjekty. Práce pro tyto subjekty je totiž vždy originálnější, protože velké společnosti a korporace se drží sterilního zpracování, které nikoho neurazí. Jsou to právě malé a střední firmy, které momentálně nejvíce rostou, dávají nejvíce kreativní svobody a díky nim roste i disciplína tvorby CI. Úroveň zpracování subjektů je ale různá a konkurenční prostředí obrovské, proto kvalitní zpracování vizuální identity subjektu může znamenat jeho život nebo smrt, obchodní expanzi nebo krach.

Cílem mé práce je tedy realizovat něco, čím se v ČR opovrhuje. Navrhnout CI „blbého“ řezníka a pekaře právě proto, že tyto subjekty mají v tomto konkurenčním prostředí kvalitnější výrobky. Dost bylo CI v akademických kruzích pro galerie a muzea. Je čas posunout se tam,

kde má nyní grafický design více příležitostí a může více sloužit kvalitním podnikatelským subjektům.

4 Proces přípravy

Z předchozí kapitoly je zřejmé, že volba tématu DP nebyla náhodná. Nejednalo se o okamžitou volbu, ale o logické vyústění mého zájmu o mezinárodní scénu grafického designu, stejně jako o rezultat mého sledování vlastního okolí. Existence unikátních a kvalitních obchodů mě podnítila k zájmu o problematiku CI malých a středních podniků.

Při mé práci mě inspirovala celá řada grafických designérů a studií. Jmenovitě Heydays¹⁵ – norské studio, které mě svým minimalistickým přístupem a důrazem na volbu materiálů podnítilo k přemýšlení o vizuální identitě jinak, v jiných rámcích a v jiných konceptualizacích, nikoli tedy jen vizuálně. Pocit, jaký má člověk z vizitky na obyčejném křídovém papíře, a pocit z vizitky na ručně dělaném, zabarveném papíře je nesrovnatelný. Navíc právě struktura papíru může mít vypovídající hodnotu o subjektu, kterou sterilní křídou nelze dosáhnout. Podobně jako Heydays mě dále inspirovala studia Newwork¹⁶, Passport¹⁷, Foreign Policy¹⁸, Philipp Mentrup¹⁹, Annabel Ritschel²⁰, Áron Jancsó²¹, studio YASLY²², Britta Siegmund²³, Kissmiklos²⁴ a jiná. Inspirací pro mě byl ale například i Otl Aicher a jeho zpracování Olympiády v Mnichově 1972.

V okamžiku, kdy jsem určil konkrétní, zpracovávané subjekty, jsem začal studovat jejich umístění v kontextu lokálním i celostátním. Shromažďoval jsem informace o tom, jaké produkty dělají, jak a z čeho

¹⁵ <http://heydays.no/>

¹⁶ <http://www.behance.net/studionewwork>

¹⁷ <http://www.passport-db.com/>

¹⁸ <http://foreignpolicydesign.com/>

¹⁹ http://www.behance.net/der_philipp

²⁰ http://www.behance.net/_anni_

²¹ <http://aronjancso.com/>

²² <http://work.yasly.com/>

²³ <http://www.brittasiemund.de/>

²⁴ <http://kissmiklos.com/>

je vyrábějí. V případě řeznictví Kosina jsem také zjišťoval informace o dodavatelích masa a uzenin a neopomněl jsem ani historii řezníků v Čechách²⁵. Důležitou součástí mé přípravy bylo i vymezení typických zákazníků. Zohlednil jsem také vlastní kulinářské zážitky, například konzumaci lahodných croissantů či kořeněných klobás. I když se toto sdělení může zdát v rámci textu diplomové práce triviální, je to právě prožitek z úžasného steaku z kvalitní krkovice, který mě vedl k některým zásahům do podoby grafických prvků.

²⁵ STEINHAUSEROVÁ H., *Z Historie řezníků v Brně*, 2012, Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filosofická fakulta. Vedoucí práce Libor Vykoupil. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/367605/ff_b/>

5 Proces tvorby

Po tom, co jsem shromáždil dostatek informací o obou subjektech, jsem začal pracovat na návrhu charakteru log, další doplňkové grafice a v případě řeznictví jsem také věnoval pozornost hledání vhodných papírů. Obě loga byla primárně navržena kaligrafickým perem a teprve po mnoha dílčích návrzích převedena do digitální podoby. Logo řezníka pak bylo zkonstruováno s naprostou přesností pomocí vymyšleného systému. Oproti tomu logo pekařství prošlo mnoha verzemi kaligrafické podoby. Nakonec se ukázalo, že volba kaligrafického loga pro mě není na kvalitní úrovni uskutečnitelná. Po konzultaci s Pavlem Hrachem a posléze i Jiřím Tomanem jsem od kaligrafické verze upustil, přestože jsem na ní pracoval téměř tři čtvrtě roku. Výsledný nápis je tedy brán z existujícího písma. Již při konstruování log jsem také přemýšlel o doplňkové grafice a použitých materiálech.

V zimním semestru jsem absolvoval seminář pod vedením PhDr. Jana Mergla. Cílem semináře byla teoretická příprava na zpracování diplomové práce, čemuž odpovídala i koncepce semináře: témata jednotlivých setkání jsme vypracovávali samostatně. Moje téma představoval atribut v uměleckém díle. I když jsem pracoval s mnoha příklady atributů osob znázorněných v předmětech, popřípadě jsem došel až k alegoriím, nejvíce mě zaujalo zakódování atributu pomocí matematiky a geometrie. Nejvíce mě oslovil Jan Blažej Santiny Aichel a jeho kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené Hoře. Santiny Aichel zde v samotném půdorysu stavby použil číslce 5, 8 a 10 pro znázornění panny Maria a sv. Jana Nepomuckého. Způsob kódování atributu do samotné matérie objektu mě velmi oslovil a sám jsem se pokusil jej aplikovat zejména v případě CI řezníka Kosiny. Nehodlal jsem využít

zjevnou číselnou symboliku, ale geometrickou konstrukci pro navození emocí a symboliky v logu i pro jeho vlastní umístění.

6 Technologická specifiká

Pro počáteční skici a návrhy byly použity propisky a paralelní letterning pen od Pilotu. Pracoval jsem na počítači SONY Vaio FW 41M, další zařízení byl monitor Samsung SyncMaster XL2370, klávesnice Hama SL 532, herní myš Gigabyte Ghost M800X a grafický tablet Wacom Bamboo model CTH-460. Pro zpracování veškeré grafiky byly použity programy z rodiny Adobe. Zejména Adobe Illustrator CS6 ve kterém jsem prováděl veškeré konstrukce, tvorbu vektorové grafiky bez sazby písma, vektorizaci bitmapové grafiky a barevné kombinace a definice. Pro úpravu fotografií a jiných bitmapových materiálů byl použit Adobe Photoshop CS4 a Adobe Photoshop CS6 Extended. Pro sazbu textů byl použit Adobe InDesign CS4.

Velmi důležitou součástí působení značky je i samotný papír, který má sám o sobě značnou vypovídací hodnotu. Zejména pak v minimalistickém designu, kde působí jen několik málo grafických prvků, vynikne jeho barva a struktura.

Pro řeznictví Kosina byl pro hlavičkový papír a vícestranné brožury zkoušen papír Flora Avorio 100g/m² a Rives Laid slonová kost 90 g/m². Pro vizitky byly zvoleny tytéž papíry, ovšem v gramážích 225g/m² a 240g/m². Oba typy mají lehce béžový nádech, Flora má však ve struktuře papíru viditelná vlákna rostlin, zatímco Rives Laid má pravidelné rýhování. Jako doplňkový papír v použití na tvrdé desky byl použit karmínově rudý Palette Colore malinová 230g/m². Na obálky pak byly zkoušeny papíry Paperado, identické barvy jako má Palette Colore a Rives Tradition, barvy slonové kosti.

Pekařství Gaël má jednoduchou černo-bílou barevnost. Černý papír Ospap Fizz 225g/m² je pro použití zejména na tvrdé desky,

popřípadě na vizitky. K němu se používá Conqueror Laid Diamond White 220g/m² a Rives Laid bílá 90g/m². Oba papíry jsou barevně identické, nicméně Conqueror má oproti Rivesu navíc ještě jedno svíslé, více viditelné rýhování s velkými rozestupy. Papír působí o něco luxusněji. Avšak pro nižší gramáž byl nepoužitelný, protože Conqueror v nižší gramáži se vyrábí pouze s vodotiskem loga firmy, což bylo pro mé účely nežádoucí.

7 Popis

Koncepce CI francouzského pekařství Gaël je více popsána v kapitole „Přínos práce pro daný obor“. Logo se skládá z nápisu Gaël v písmu Tabac G1 v řezu Bold Italic. Nad písmenem „e“ jsou dva kruhy v barvách francouzské vlajky. Ve výsledku vypadají kruhy jako přirozená součást loga.

Veškeré další texty jsou pak vysázeny písmovou rodinou Tabac vytvořené Tomášem Brousilem v roce 2010.

Vizitky a hlavičkový papír jsou v jednoduchém černo-bílém minimalistickém designu s důrazem na kompozici všech prvků spíše než na efektní podání. Díky tomu je dosaženo čistoty a luxusního vzhledu, barevné součásti loga tak vyniknou velmi dobře i v malé velikosti.

Kelímek a papírový sáček jsou navrženy s důrazem na čistotu linií a krásu zvoleného písma. Je zde několikanásobně zvětšené logo, které je pro dosažení dynamické kompozice a efektnosti pootočeno o 45 stupňů. Dynamiky je dosaženo bez dalších grafických prvků, pouze za pomoci loga.

Samolepky jsou drobným detailem, který se na první pohled může zdát jako nepodstatný. Nicméně kruhový tvar a v něm umístěné písmeno „g“ vytváří spolu s podložkou, na níž je logo ve slepotisku, přidanou hodnotu, která jasně ukazuje kvalitu výrobků. Jednoduše lze říci, že důraz na detail v propagačních tiskovinách je odrazem kvality výrobků.

Samolepka na chlazené výrobky má parametry v jednom černém bloku, který je rozdělený do tří částí. Tyto části tvoří celek a na krajích

je bílé místo, které v levé části tvoří větší prostor (zde je umístěno logo). Bílá s černou plochou tak ve výsledku tvoří dynamický barevný kontrast.

Řeznictví Kosina má zcela odlišný koncept. Značka loga, litera „K“, je inspirována dlouhou tradicí používání symbolu lva s řeznickou sekerou v řeznické profesi. Avšak stylizace iniciály a její minimalistické užití má moderní charakter. Název firmy je vysázen ve fontu Akzidenz-Grotesk BQ Extra Condensed. Bezpatkový grotesk podtrhuje moderní charakter značky.

Na veškeré texty bylo použito písmo Akzidenz-Grotesk BQ Condensed původně navržené H. Bertholdem²⁶.

Vizitka i hlavičkový papír mají na rubové straně, přesně uprostřed, umístěnu značku na výšku. Při určité míře představivosti lze vidět v umístění značky odkaz na erb řezníků.

V hlavičkovém papíře jsou protažené značky pro přehyb papíru. Ty se tak stávají grafickým prvkem, kromě své primární funkce a sekundárního estetického působení mají ale ještě terciální funkci: Řeznictví Kosina působí celkem ve třech pobočkách a má tři sekce – řeznictví, uzenářství a jídelnu. Protože se papír přehýbá přesně na tři části, byly značky pro přehyb využity zároveň jako rozdělovníky adres poboček a jednotlivých sekcí firmy.

Razítko je přímým odkazem na dlouhou historii řezníků sahající až do středověku. Jeho užití poskytuje přidanou hodnotu pro luxusní zakázky a korespondenci.

Balicí papír obsahuje opakující se prvek loga a křížku, ten zde symbolizuje extrémně stylizované řeznické nože. Ačkoli používám

²⁶ <http://www.bertholdtypes.com/category/h-berthold/>

v logách a grafických prvcích mnohdy ne zcela rozeznatelné kulturně historické odkazy (jako je tomu právě v případě křížku jako stylizace dvou nožů), nejde mi o to, aby zákazníci a klienti tyto vizuální motivy jednoznačně interpretovali, ale usiluji o navození určitých emocí, které jsou velmi podobné jako při pohledu na nestylizované objekty.

Navržené štítky mají ryze technický charakter.

Plakát pro řeznictví je první experimentální složkou mé DP. Na papíře slonovinové barvy je silueta středověkého štítu se strukturou krkovice a na něm se nachází logo. Je zde nepopiratelný odkaz na minulost, ale celkové zpracování cílí svým již uměleckým charakterem zejména na střední a vyšší společenské vrstvy obyvatelstva.

Brožura řeznictví má v sobě také několik experimentálních prvků, kromě práce s logem – stejným způsobem jako u plakátu – se zde ještě nacházejí řezy prasetem a krávou. Jejich celkové umístění v brožuře, jejich stylizace a technické popisky mají opět působit na střední a vyšší společenské vrstvy.

8 Přínos práce pro daný obor

Pokud je mi známo, CI řezníka a pekaře dosud nikdo na akademické úrovni nezpracoval. V případě řezníka Kosiny si mohu dovolit obecnější pojetí loga a přechodové pojetí od tradičního k modernímu, aby byla jasná koncepce. Tu blíže vysvětluji v popisu DP. CI řezníka má prvky, které jsou snadno a okamžitě použitelné v reálném provozu. Jsou jimi logo, hlavičkový papír, vizitka, razítko. Vytvořil jsem také několik experimentálních prací – plakát a brožuru, v nichž kombinuji logo a vektorizovanou struktura masa. Tyto formáty jsou pro řezníka více použitelné pravděpodobně jen tehdy, pokud si otevře pobočku pro movitější klientelu. Tyto dvě práce jsou však zejména experimentální součástí DP a jejich cílem bylo především prozkoumat, kam lze v oblasti řeznictví graficky posunout zažité vizuální vjemy.

Oproti tomu pekárna Gaël ukazuje, jak lze obecné znalosti cizí země (vlajku Francie) využít k dosažení unikátních výsledků na lokální úrovni jiné země. Stylizovaná francouzská vlajka ve dvojtečce nad písmenem „ě“ může v Plzni fungovat jako magnet na potenciální zákazníky. Ve Francii by tento aspekt fungovat nemohl a pochybuji i o jeho plné funkčnosti v Praze z důvodu vysoké koncentrace cizinců. Většinu CI společností můžeme sice přenést do jiných zemí, protože jsou univerzálně srozumitelná, v tomto případě to však nelze udělat. Tento fakt však není pro toto CI na obtíž a umožnil zvolit absolutně minimalistický přístup. Výsledné logo je tak dobře zapamatovatelné.

Obě CI jsou tedy plně funkční a použitelná v běžném provozu a obě zároveň používají unikátní přístupy v komunikaci se zákazníky.

9 Silné stránky

Samotný fakt, že je diplomová práce tvořena CI dvou subjektů namísto jednoho, je její silná stránka. Při tvorbě jednoho CI se diplomová práce musí natahovat o zbytečnosti, jako je polep auta, tužek, hrníčků a podobných věcí, které dokáže s logo-manuálem dobře navrhnout i špatný grafik. Při tvorbě dvou log jsem se však mohl soustředit jen na to, co je skutečně důležité. Kromě loga je to také hlavičkový papír, vizitky a dále prvky specifické pro dané firmy.

Experimentální součást práce v podobě plakátu a brožury pro řeznictví je pro náš obor přínosná tím, že zkoumá, kam až je možné v případě grafického zpracování masa a masných výrobků zajít.

Velmi detailně jsem se zabýval volbou materiálu, konkrétně papíru. V případě řeznictví jsem si nejprve stanovil barevnost papíru na základě fotografie slaniny. Jednoduše lze říci, že slonovinový papír reprezentuje prorostlé části masa, červená je samotnou barvou masa a černá představuje vrchní část slaniny. U pekařství byla naopak primární struktura papíru, protože má působit luxusním dojmem. V obou případech je důležitost volby papíru klíčová. Pokud bych užil obyčejný papír, velká část vizuální a taktilní působivosti by se ztratila. U většiny dnešních CI různých grafických designérů ale můžeme vidět opačný přístup, tj. nezáměr o volbu papíru. Dle mého názoru se tak sami ochuzují o složku, která při dobrém zpracování nepotřebuje ani příliš doplňkové grafiky. Tento přístup se mi prakticky osvědčil i u staršího projektu International Symposium on High Voltage Engineering. Zde jsem použil černobílý tisk na metalické papíry, díky čemuž byl dojem z výsledné práce nezaměnitelný. Práci, která získala i mezinárodní ocenění, ukazuji v přílohách.

10 Slabé stránky

Přestože volba papíru patří k silným stránkám navrhovaného řešení, existuje několika důvodů, které tuto oblast problematizují. Důležitou skutečností je cena papíru. Ta je u všech vybraných papírů vyšší ve srovnání s klasickým kancelářským papírem, s čímž může být pro zákazníka spojena jeho horší dostupnost. Tyto speciální papíry se však nebudou užívat pro veškeré firemní materiály, ale zejména na nízkonákladové formáty, jako jsou brožury nebo dopisy pro důležité klienty či dodavatele. Odečteme-li finanční náročnost papíru, může zákazníkovi v nákupu a užití papírů bránit již jen jeho lenost. A s tou sebelepší grafický designér nic neudělá. Pokud chce firma prosperovat, musí investovat do kvalitního grafického designéra, kvalitního písma, kvalitního web-designu a v tomto případě i do nákupu kvalitního papíru.

Bylo by možné namítnout, že v diplomové práci není mnoho prostoru věnováno akcidenčním tiskovinám. Oproti jiným pracím však diplomová práce předkládá CI dvou subjektů, nikoli jednoho. S tím je spojena tvorba grafiky pro dvě zcela odlišné společnosti, která v obou případech trvala téměř tři čtvrtě roku. Díky tomu nebylo nutné práci zbytečně rozšiřovat o méně podstatné prvky, jako je například polep aut.

Logo Gaël je navrženo z písma Tabac G1 a jsou k němu nad písmeno „e“ dodána „jen“ dvě malá barevná kolečka. Tento fakt by mohl vzbuzovat dojem, že práce grafického designéra byla minimální, nebo dokonce žádná a že se ve skutečnosti jedná o návrh typografa, který stvořil písmo. Z loga samotného je však patrná podstata řešení, tj. kompaktní souhra. Dva malé barevné kroužky a samotná volba písma vytváří naprosto unikátní charakter. To, co tvoří logo a činí jej nezaměnitelným, je hlavně koncept. Bez přičinění grafického designéra by písmo bylo jen pěkným písmem a kruhy jen podivným přílepkem.

Práce grafického designéra-minimalisty může být někdy chybně interpretována jako neschopnost vytvořit něco zajímavého a efektního. My však v zásadě pracujeme pořád se stejnými zásadami: „s minimem prostředků vytváříme maximální dojem“. Za konečným výsledkem je ale intenzivní práce s informacemi o subjektu, analýza, tvorba unikátního konceptu, skicování a řada dalších vzájemně provázaných činností.

11 Seznam použitých zdrojů

a) knižní a periodická literatura

JANÁKOVÁ, I. (ed.). *Ladislav Sutnar – Design in Action*. Praha New York. Praha: ARGO, 2003. ISBN 80-7203-515-0.

KOTYZA M., KAFKA O., *Corporate identity set*. 2. vyd. Praha: grafické studio Kafka design, 2.vydání 2006.

b) internetové zdroje

STEINHAUSEROVÁ H., *Z Historie řezníků v Brně*, 2012, Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filosofická fakulta. Vedoucí práce Libor Vykoupil. Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/367605/ff_b/>

12 Resumé

This Masters thesis deals with corporate identities of existing subject or rather subjects in this case. The two subjects are butcher Kosina from Prague and French bakery Gaël from Pilsen. These two companies have been chosen due to two facts. Firstly, it was my personal experience with products of high quality but very poorly looking corporate identities of these companies that drew my attention towards them. Secondly I wanted to make the type of corporate identities that are not in great numbers on Academic soil but are sorely needed. Which baker and butcher is because they have the need for expansion, due to high quality of their products but their poor Visual style draws them back.

Logo of butcher Kosina is loosely based on long history of signs of Czech butchers which has always been two tailed lion with butcher's axe. It is constructed in minimalistic fashion with Akzidenz-grotesk BQ font. The final output has modern feeling.

In mercantile prints, there was high emphasis on the choice of used materials. Papers that are used are of high quality and they are of two colors. One is middle red, symbolizing meat and the other one is ivory, symbolizing fat. Because the materials are colored themselves, there was no need for choosing other colors in print except black and white.

Basic mercantile prints as is business card and letterhead are designed in minimalistic, several aspect are very technical. But the brochure and poster are very experimental in their approach. For example vectorized structure of red meat in the shape of medieval shield with logo on it. These features aim for middle and higher social classes.

Logo of bakery Gaël is made of font Tabac G1 Bold Italic. But over letter “e” were created two colored circles that represent French flag. This simple concept is going to works very well on local level in the Czech Republic but I am quite sure that it wouldn’t have such effect in France or perhaps other countries of Western Europe.

Great emphasis was put into choice of materials. The papers are with nice structure and thus look luxurious. Nonetheless they are not overly expensive. Papers are of black and white colors.

13 Seznam příloh

příloha 1

skica k logu Gaël

příloha 2

Gaël - varianty loga a konstrukce

příloha 3

Gaël - barevnost a písmo

příloha 4

Gaël - vizitka a hl. Papír

příloha 5

Gaël - sáček a popisek na výrobek

příloha 6

Gaël - kelímek a cedulky

příloha 7

Gaël - samolepky a zástěra

příloha 8

Gaël – výloha

příloha 9

Kosina – skici

příloha 10

Kosina - varianty loga a konstrukce

příloha 11

Kosina - ochranná zóna a zakázané varianty

příloha 12

Kosina - barevnost a písmo

příloha 13

Kosina - vizitka a hl. Papír

příloha 14

cedulky a balicí papír

příloha 15

Kosina – zástěra

příloha 16

Kosina – plakát

příloha 17

Kosina - náhled brožury

Gaël Gaël Gaël

a c a a

Gaël Gaël Gaël

Gaël Gaël

Gaël Gaël

Gaël Gaël a
a

Gaël Gaël

Gaël Gaël

Gaël Gaël

Gaël Gaël

Gaël Gaël

Gaël Gaël

gaël

gael gaël

gaël

gaël gaël

gael gaël

gaël gäel

gaël

gaël

gaël gaël

gael

gaël

gaël gaël

gaël gaël
gaël gg
g gaë gaël
gaël ga
g gaë ll

ggggg
gaël ga et
g gaë e e
g gaë e e
gaël a e
a a a
a a ga

logo bez popisu

dynamická kompozice

centrální kompozice

gaël

gaël
francouzská pekárna

gaël
francouzská pekárna

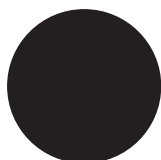
konstrukce log

dynamická kompozice

centrální kompozice

gaël
francouzská pekárna

gaël
francouzská pekárna

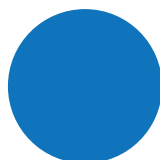


ČERNÁ

PANTONE BLACK 6C

C:0 M:0 Y:0 K:100

R:26 G:23 B:27

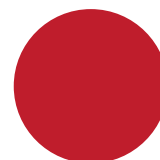


MODRÁ

PANTONE 285 C

C:85 M:50 Y:0 K:0

R:10 G:113 B:180



ČERVENÁ

PANTONE 200 C

C:15 M:100 Y:90 K:10

R:190 G:9 B:38

firemní písmo

Tabac G1

AaBbCc 123456 Regular

AaBbCc 123456 Italic

AaBbCc 123456 Medium

AaBbCc 123456 Medium Italic

AaBbCc 123456 SemiBold

AaBbCc 123456 SemiBold Italic

AaBbCc 123456 Bold

AaBbCc 123456 Bold Italic





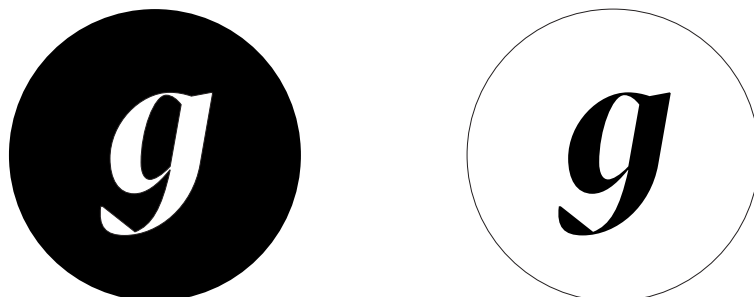
kelímek na kafe



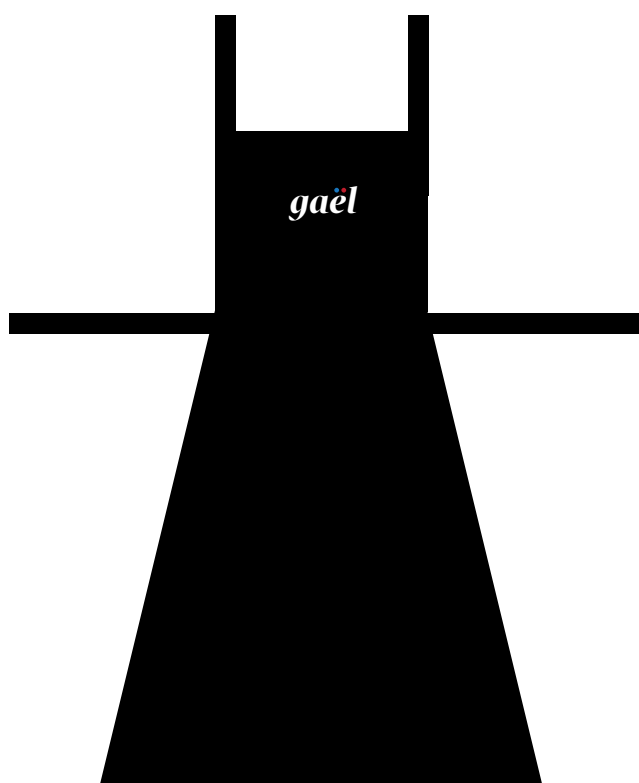
cedulky k produktům



samolepky



zástěra





Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ  Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ

Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Kltoris 4 7 Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ

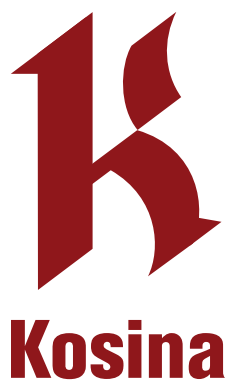
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Kosina Kosina

Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ
Ⓚ Ⓚ Ⓚ

Ж К К К
Ж К Ж Ж
К К Ж Ж
Ж ЖЖ Ж
К К К К

2 Varianty loga

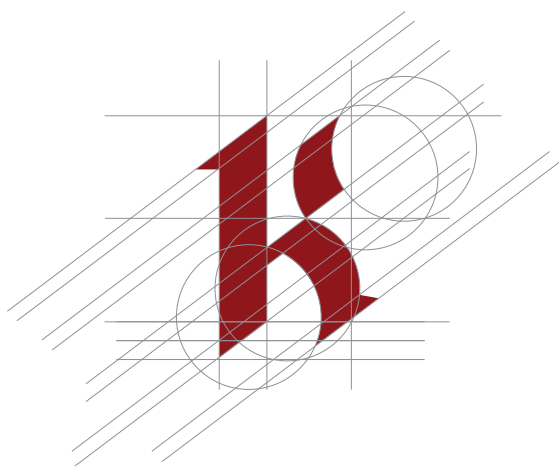
horizontální varianta



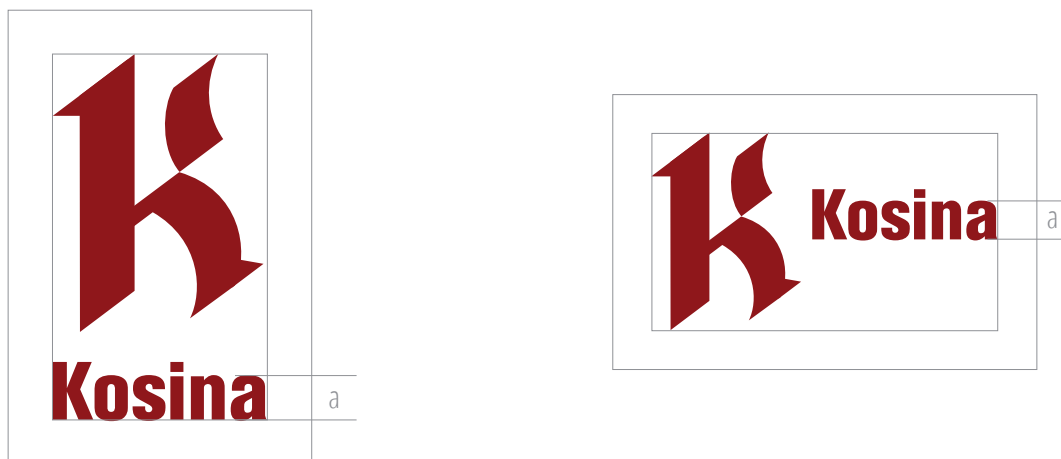
vertikální varianta



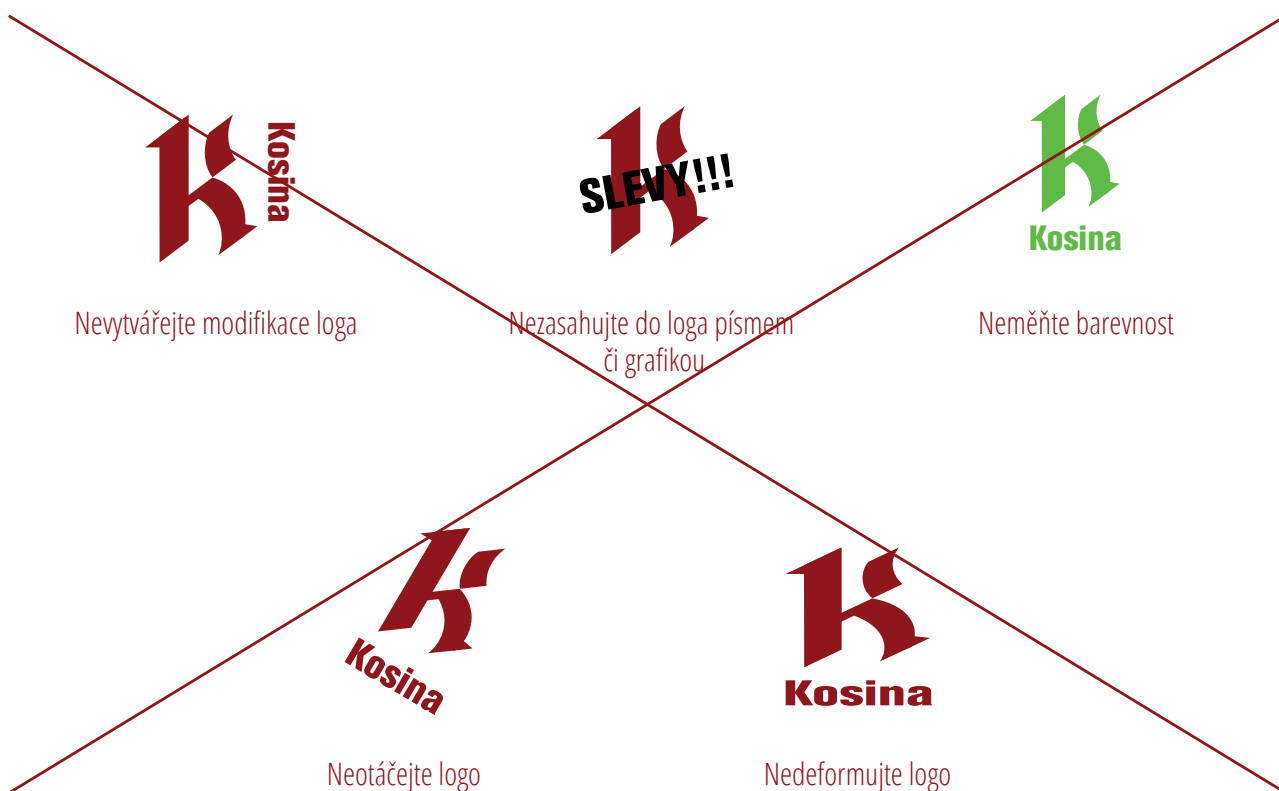
3 Konstrukce loga



4 Ochranná zóna



5 Zakázané modifikace



6 Definice barev

Rudá

PANTONE 7622 C
C:25 M:100 Y:100 K:30
R:146 G:20 B:26



Černá

PANTONE Black 6 C
C:0 M:0 Y:0 K:100
R:0 G:10 B:32



Slonovinová

PANTONE 400 C
C:25 M:20 Y:30 K:0
R:202 G:197 B:179



7 Firemní písmo

primární písmo

Akzidenz-Grotesk BQ Extra Condensed

AaBbCc 123456 Bold
AaBbCc 123456 Bold Italic

Akzidenz-Grotesk BQ Condensed

AaBbCc 123456 Regular
AaBbCc 123456 Italic
AaBbCc 123456 Bold
AaBbCc 123456 Bold Italic

sekundární písmo

Open Sans Condensed

AaBbCc 123456 Bold
AaBbCc 123456 Regular
AaBbCc 123456 Italic

8 Vizitky



9 Hlavičkový papír

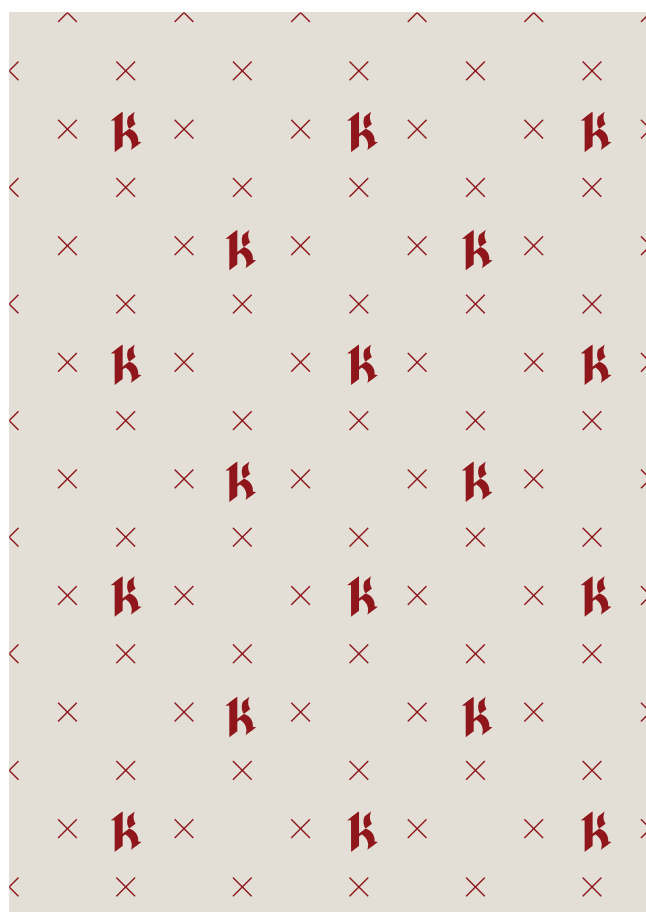


10 Cedulky

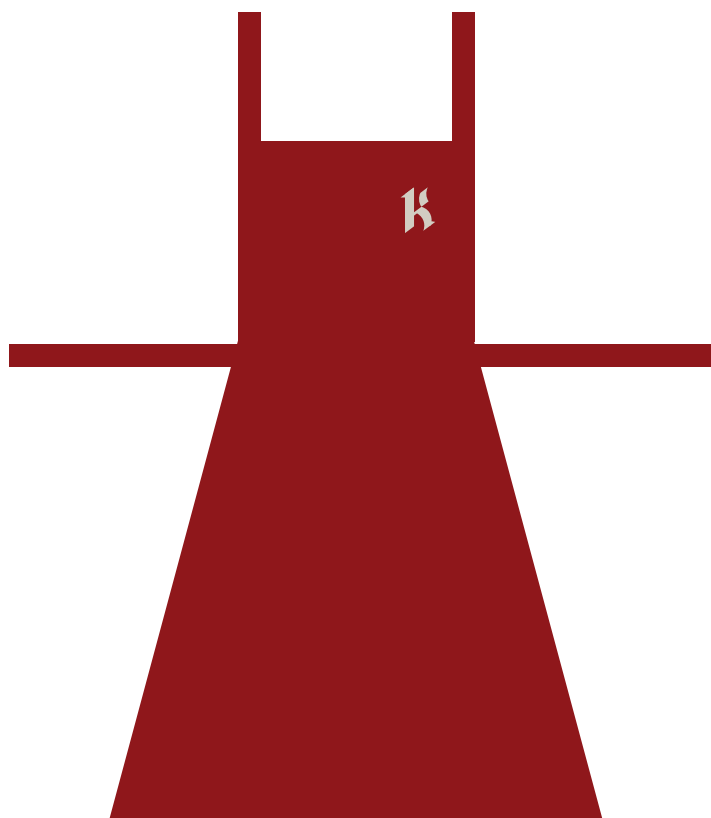
šunka od kosti  PREMIUM	
152,-	kg/Kč

hovězí přední	
120,-	kg/Kč

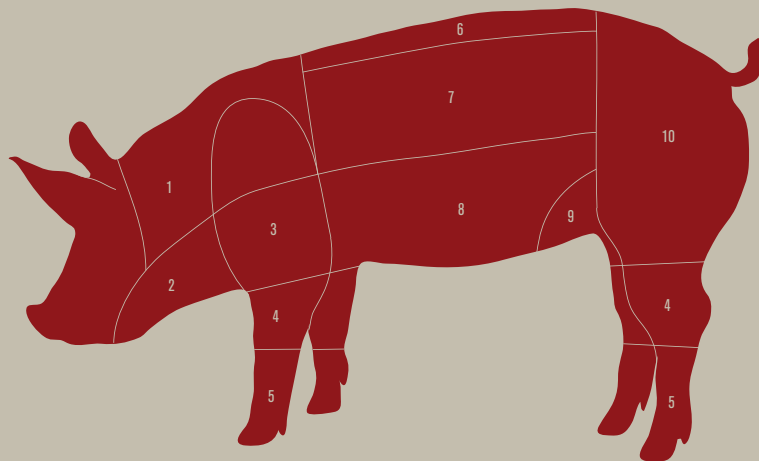
11 Balicí papír



12 Zástěra



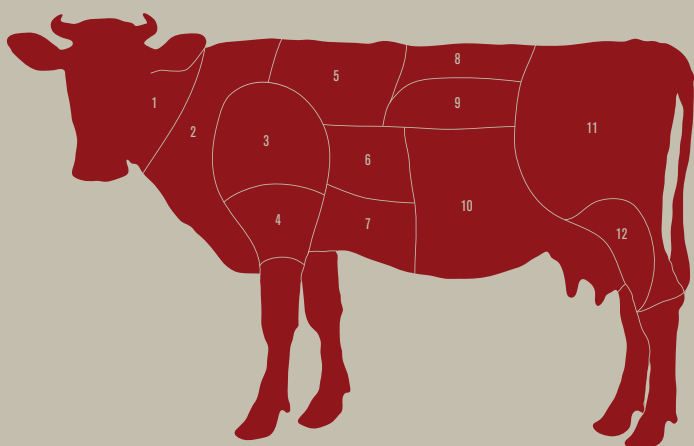




Vepřové maso

1	krkovice	6	hřbet
2	lalok	7	pečeně (kotleta)
3	plecko	8	bůček
4	kolínka	9	šunkový výřez
5	nožičky	10	kýta

— 12



Hovězí maso

1	krk	7	hrudní
2	péro	8	nízký roštěnec
3	plec	9	svíčková
4	přední klížka	10	bok
5	vysoký roštěnec	11	kýta
6	žebro	12	zadní klížka

8



