

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Diplomová práce

Plzeň 2013

Julie Ratajová

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Diplomová práce

VIZUÁLNÍ IDENTITA EXISTUJÍCÍHO SUBJEKTU

JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL PRO ÚTULEK PLZEŇ

BcA. Julie Ratajová

Plzeň 2013

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Ilustrace a grafika - Grafický design

Diplomová práce

VIZUÁLNÍ IDENTITA EXISTUJÍCÍHO SUBJEKTU

JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL PRO ÚTULEK PLZEŇ

BcA.Julie Ratajová

Vedoucí práce: Ziegler Zdeněk, Prof. Ing. arch.
Grafický design
Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2013

OBSAH

1. Mé dosavadní dílo v kontextu specializace	1
2. Téma a důvod jeho volby	4
3. Cíl práce	6
4. Proces přípravy	8
5. Proces tvorby	11
6. Technologická specifika	12
7. Popis tvorby	14
7.1 Logo	14
7.2 Vizitky	14
7.3 Obálky	14
7.4 Dopisní papír	14
7.5 Pohlednice	15
7.6 Kancelářské kartičky	15
7.7 Karty k adopci psů	15
7.8 Leták	15
7.9 Série plakátů A3	16
7.10 Plakáty B1	16
7.11 Pytlíky na psí exkrementy	17
7.12 Papírové tašky	17
7.13 trička	18
7.14 Psí misky na krmivo	18
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	26

1. MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE

Mé dosavadní dílo v oblasti grafického designu se prozatím pohybuje především v rámci studijních prací. Již na základní škole jsem se rozhodla, že grafický design je pro mě cesta, které se chci ve svém životě věnovat. Z toho důvodu jsem se rozhodla pro střední soukromou uměleckou školu, kde se tento obor zrovna otevíral. Po úspěšném absolvování střední školy bylo mým velkým přáním pokračovat v tomto oboru i na vysoké škole. UUD bylo pro mě jedinečnou možností jak pokračovat ve studiu oboru, který pokládám za svou budoucí pracovní náplň. Celých šest let jsem měla možnost učit se nahlížet na grafický design z různých pohledů, pracovat na rozmanitých zadáních, díky kterým jsem se mohla rozvíjet.

V rámci získání praxe během studia jsem si zařídila několik stáží, v jejichž průběhu jsem mohla uplatnit a rozšířit své schopnosti v mém oboru. Nejdříve jsem nastoupila na tříměsíční praxi ve společnosti ARDEA. Společnost byla založena v roce 1995 v Praze jako grafické studio. Ve stručnosti lze říci, že se zabývá nabídkou komplexního řešení představ zákazníka. Kromě celkových realizací nabízí samostatné i dílčí fáze výrobního procesu - grafický design, sazbu a zlom, skenování, osvit a nátisk, digitální tisk, velkoformátový (vlf) tisk, tisk klasickými technologiemi. Během mého působení jsem se podílela na jednotlivých grafických zakázkách. Zabývala jsem se návrhy log, webových stránek, polepy výloh, aut, potisků na textil a propagačních materiálů pro známé společnosti jako ČSOB, Sazka atd.. Zároveň jsem měla možnost sledovat komplexní chod firmy a díky tomu jsem získala mnoho užitečných zkušeností, které jsem mohla využít ve svém dalším studiu.

Další praxí, kde jsem mohla zúročit mé studium grafického designu, byla 3 měsíční stáž v německé firmě Openmatics v Plzni. Je to vývojové centrum, jenž začíná pracovat na platformě, která může přispět k dalšímu rozvoji systémů městské hromadné dopravy na celém světě. Bude moci získávat a vyhodnocovat aktuální informace o pohybu vozidel a zpříjemní tak cestování. Zároveň pohlídá i technický stav vozů a tím sníží pravděpodobnost vzniku nenadálých závad. V této společnosti jsem zastávala funkci grafika v marketingovém oddělení. Pracovala jsem na různých zakázkách jako byla prezentace firmy na prestižních veletrzích a zároveň jsem se seznámila s její marketingovou strategií. Vytvářela jsem roll - upy, newslettery, návrhy obalů a plakáty. Dále jsem navrhovala jednotlivé ikony pro nové aplikace, které firma vytvořila. Vytvářela jsem veškeré grafické práce, které centrum Openmatics potřebovalo a všechny moje návrhy byly firmou s úspěchem realizovány. Velkým přínosem pro mě bylo, že jsem se přímo zúčastnila chodu společnosti, která začíná rozšiřovat své pole působnosti i na našem trhu. Zúčastnila jsem se mnoha meetingů, které byly v anglickém jazyce a pojednávaly o zlepšení chodu firmy.

Mojí další úspěšnou zkušeností v oboru grafického designu bylo zhotovení fungujícího loga pro plzeňskou jazykovou školu Eufkrat. Tato jazyková škola patří mezi jednu z největších škol v Plzeňském kraji a může nabídnout své zkušenosti s výukou jak v kurzech pro veřejnost, tak i v předních společnostech a regionálních institucích. Nabízí také překlady a tlumočení, zahraniční kurzy a vede anglickou školku. Pro všechny tyto aktivity škola dříve používala jednotlivá loga, která se rozhodla sjednotit pod záštitu Eufkrat Group. Logo se ujalo a je nadále používáno. Zároveň jsem pro Eufkrat spoluvytvářela komixové příběhy na jejich propagační

kampaň, která každých čtrnáct dní vycházela v Plzeňském deníku.

Dále jsem také vytvořila grafickou podobu několika fungujících webových stránek např. pro mateřskou školku v Praze, plzeňskou španělskou restauraci El Cid v Plzni či stránky pro vizážistku Evu Batíkovou.

V roce 2011 jsem vyhrála 2. místo v česko-slovenském kole soutěže Designem proti kožešinám (Design Against Fur - DAF). Tématem byly kožešinové farmy a realita trpících zvířat skrývajících se za kožešinovou módou.

2. TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

Jako téma mé diplomové práce jsem si zvolila vizuální identitu existujícího subjektu (funkční maketa grafického manuálu). Zvolila jsem si téma corporate identity z důvodu, že pro mě byla výzva zpracovat obsáhlejší celek, který má široké spektrum. V rámci celkové práce je potřeba graficky vytvořit nejen logo, ale i další doprovodné materiály a plakáty, které tvoří ucelený komplex.

Již od počátku bylo mým záměrem zacílit se na nějakou neziskovou organizaci. Nejdříve jsem zvažovala, že bych si vybrala neziskovou společnost, která pomáhá dětem a jejich adopci v zahraničí, ale zjistila jsem, že tyto instituce mají již dostatečný zájem veřejnosti. Směrodatné pro mě bylo zvolit si téma, které mi bude co nejbližší. Mám velmi kladný vztah ke zvířatům a jelikož pes je nejlepší přítel člověka, zvolila jsem si právě jeho. Po dlouhé úvaze a probírání různých možností jsem se rozhodla pro psí útulek v Plzni. Vybrala jsem si tuto organizaci, abych upozornila na nedostatek podpory tohoto útulku a zvýšila tak zájem veřejnosti.

Jedním z impulsů bylo také nové logo Pražské zoologické zahrady, které si nechala vytvořit spolu s grafickým manuálem od newyorské grafické společnosti. Pražská ZOO zaplatila ze dané zpracování nemalou částku, kterou si ovšem mohla dovolit. Reakce na logo byly rozporuplné. Zároveň bylo trochu zarážející, že si zoologická zahrada nevybrala raději nějaké české grafické studio. Díky dnešním informačním možnostem na internetu jsem si udělala menší průzkum a zjistila jsem, že téměř všechny české zoologické i botanické zahrady mají více či méně zdařile vypracovaný corporate identity. Co se však týká útulků pro zvířata, zdaleka tomu tak není.

Je zarážející v jakém stavu je jejich vizuální styl, který by mohl pomoci organizacím být blíže veřejnosti a více se dostat do jejího povědomí. Je zřejmé, že si neziskové společnosti z finančních důvodů nemohou dovolit oslovit profesionálního grafika nebo grafické studio. Pro útulek dokonce ani není snadné získat dlouhodobého sponzora. Tyto důvody byly další impulsy, které mi pomohly rozhodnout se pro danou organizaci.

Dalším důležitým aspektem bylo, že psi jsou má oblíbená zvířata a sama jednoho vlastním. Jsem pohoršena tím, jak někteří lidé dokáží zacházet s němou tváří. Proto bych chtěla vyzdvihnout, jak moc tato úžasná stvoření potřebují naši pomoc.

Abych se dozvěděla více o tom jak psí útulky fungují a pomáhají, vydala jsem se na exkurzi do plzeňského útulku na Borských polích. Útulek je pod záštitou Ligy na ochranu zvířat. Plzeňský útulek dosud nemá vypracovanou téměř žádnou grafickou identitu, pouze to, co sám pan ředitel se svými spolupracovníky vytvořili svépomocí.

Myslím, že je velice důležité, aby se ještě více dostalo do povědomí, že taková organizace existuje a snaží se pomáhat za minimální finanční prostředky. Jsem toho názoru, že když se plzeňský útulek před pár lety přestěhoval z Valchy na Borská pole, většina lidí tento přesun neměla možnost ani zaregistrovat.

Z těchto mnoha důvodů jsem se rozhodla, že bych ráda pomohla psímu útulku ve městě, kde jsem vyrostla. Jsem jeho obyvatelem a životy těchto zvířat mi rozhodně nejsou lhostejné.

3. CÍL PRÁCE

Cílem mé diplomové práce bylo vytvořit jednotný, jednoduchý a osobitý grafický styl. Chtěla jsem vytvořit silnou identitu, která by byla veselá a hravá, ale zároveň jednoduchá a lehce zapamatovatelná pro danou organizaci a především pro veřejnost, bez které by útulek nemohl zcela fungovat.

Chtěla jsem, aby se logo díky své jednoduchosti a originalitě dostalo rychle do povědomí lidí, ale nebylo vtíravé. Plzeňský útulek se nestará pouze o opuštěné a týrané psy, ale pomáhá ve více oblastech, jako je například osvěta u malých dětí, jak se starat o psa a jak se zachovat pokud naleznete opuštěného psa. Zároveň tato instituce napomáhá odchyťování ztracených psů po silvestrovských oslavách, kdy má útulek až o 30% větší nárůst psů. Kvůli všem těmto činnostem je velmi důležité, aby se tato organizace více zviditelnila a dostala do povědomí širší veřejnosti. Cílem bylo reagovat na danou problematiku grafickým designem.

Záměrem bylo vytvořit silné stabilní logo, které by se dalo snadno aplikovat v různých tiskových či reklamních materiálech, od triček, misek pro psy, tašky, psích známek až po sáčky na psí exkrementy.

Chtěla jsem, aby se člověk, který spatří plakát či leták, billboard nebo jen dostane vizitku, pousmál a nejlépe i trochu popřemýšlel o dané problematice a řekl si, proč nepomoci a víc se nezajímat. Zaobírala jsem se i cílovou skupinou lidí, na které by byla moje grafická práce zaměřena. Po krátké úvaze jsem zjistila, že cílovou skupinou může být kdokoliv. Myslím si, že zájem o pomoc opuštěným psům může mít jak mladý člověk, člověk v důchodovém věku a zároveň i rodiny s dětmi.

Samozřejmě každý si z různých důvodů nemůže dovolit mít psa doma, ale útulek nabízí mnoho možností jak pomoci. Můžete si například půjčit psa jen na procházku, nebo přispět darem či finančním obnosem. Možností je mnoho, když člověk chce pomoci, cestu si najde.

4. PROCES PŘÍPRAVY

Součástí přípravy před celkovou realizací mé diplomové práce bylo nejdříve vybrání vhodné neziskové společnosti, pro kterou bych redesign mohla vytvořit. Po rozhodnutí se pro plzeňský útulek jsem si hned sjednala schůzku s jeho ředitelem, panem Kunou. Pan Kuna mi vysvětlil čím vším se útulek zabývá, jak funguje jeho každodenní chod a provedl mě mezi jednotlivými kotci se psy. Zjistila jsem, že většina psů, které se v útulku nachází jsou buď pouliční psi, kteří se narodili na ulici nebo psi, kteří byli nevhodným dárkem. V neposlední řadě se zde nachází ti, o které se jejich majitelé již nemohli dále starat.

V rámci zájmu o plzeňský útulek jsem si zjišťovala informace o samotném chodu organizace. Útulek Plzeň vznikl v roce 1990 jako neziskové občanské sdružení Spolek pro ochranu zvířat. Nejdříve členové Spolku chovali nalezené psy ve svých domovech. Důležitý zlom nastal roku 1992, kdy se konečně našlo vhodné místo pro umístění útulku na území bývalého kynologického cvičiště. Tímto krokem začala anabáze plzeňského útulku. Útulek se budoval dlouhá léta s obrovskou trpělivostí a především nadšením. Každý rok byl dalším krokem k novým vylepšením. Do dnešních dnů útulkem prošlo více než 10.000 psů. Každý měsíc útulek přijme kolem 60 až 70 psů.

Dále jsem si sepsala jednotlivé body, co takový útulek potřebuje z hlediska inovace grafické podoby. Samozřejmě hlavní je stabilní logo, od kterého se odvíjí většina dalších záležitostí. Poté jsem zjišťovala, co by mohlo pracovníkům zjednodušit a zefektivnit jejich práci. Proto jsem vypracovala jednotlivé kartičky, které pomáhají zaměstnancům při komunikaci se zákazníky, například při

ztrátě psa, při adopci a podobně. Ve spolupráci s panem Kunou jsme vytvořili seznam sedmi nejčastějších potřeb a vytvořili jednotlivé malé kartičky.

Mým hlavním záměrem bylo, aby útulek mohl prodávat různé reklamní předměty. Díky tomu by mohl zlepšit svou finanční situaci a zároveň by se zviditelnil. Proto jsem se rozhodla navrhnout potisk na trička, která by nosili jak zaměstnanci útulku, tak lidé, kterým téma opuštěných psů není lhostejné a snaží se pomoci. Už jen nošením tohoto trička mohou upoutat pozornost ve svém okolí a šířit ideu o pomoci zvířatům. Dále jsem se rozhodla navrhovat předměty jako jsou psí misky, tašky a nebo také sáčky na psí exkrementy. Tyto předměty by si zájemci mohli koupit nejen přímo v útulku, ale i na jiných prodejních místech, jako je například infocentrum, nebo prostřednictvím internetu. Cílem bylo přiblížit psí útulek obyvatelům Plzně. Lidé, kteří si kupují psa, by si měli uvědomit, že v útulcích je spousta psů, kteří nemají šťastný život a zaslouží si naši pozornost a lásku.

Zároveň jsem se rozhodla vytvořit sérii plakátů, které by mohly být umístěné jak v různých interiérech i exteriérech města Plzně, tak i v blízkém okolí.

Byla jsem vnitřně přesvědčena, že by celá koncepce měla mít pozitivní ráz, protože člověk by měl myslet vždy pozitivně a díky tomu se mohou dít pozitivní věci. Nechtěla jsem, aby celý koncept působil smutně a depresivně. Nechtěla jsem použít fotky smutných psů v klecích, kteří svými smutnými očima hledají pomoc. Kolem nás se děje mnoho špatných věcí a lidé jsou tím unaveni. Proto jsem nechtěla, jako další z mnoha, zahrnovat veřejnost nějakou depresivní formou prezentace psího útulku. Zároveň jsem přesvědčena, že psi, kteří se ocitnou v plzeňském útulku, získávají

druhou šanci na lepší život. Nejen že v samotném útulku je o ně pečováno s láskou, ale je i šance, že se dostanou do dobrých rukou a prožijí šťastný a plnohodnotný život.

5. PROCES TVORBY

Jako první jsem začala vytvářet logo. Nejdříve jsem přemýšlela o motivu, který by logo měl znázorňovat. Jako téměř pokaždé, když začínám novou práci, začala jsem s tužkou a papírem a skicovala jsem různé náměty, které by byly vhodné pro dané téma. Chvíli jsem si pohrávala s myšlenkou psí stopy nebo boudy, ale po jisté úvaze jsem zjistila, že nechci, aby logo bylo otřepané, nudné a prvoplánové. Pracovala jsem s myšlenkou vytvořit takový motiv, který by byl co nejvíce výstižný a srozumitelný a zároveň i pro veřejnost přátelský. Proto jsem po několika návrzích zvolila graficky upravený čumák mé nejoblíbenější rasy psa, který jsem rozdělila do čtyř barevných ploch. Tím jsem chtěla poukázat na rozmanitost jednotlivých činností, kterými se útulek zabývá. Barevnost jsem si zvolila modrou, růžovou, hnědou a světle zelenou.

Po vytvoření jsem si hrála s možností rozkladu tohoto symbolu. Zkoušela jsem jak zafunguje symbol, když použiji pouze polovinu motivu hlavy a nebo jen její část jako je čumák, který bych mohla aplikovat na jednotlivé vizitky, bločky, obálky a dopisní papíry. Dle mého pocitu logo funguje až překvapivě působivě. Je zajímavé a hravé, stejně jako každý pes a zároveň stále srozumitelné. Neublíží celkové koncepci.

Dále jsem postupně zpracovala klasické části, které jsou zahrnuty do grafického manuálu. Začala jsem od vizitek a dopisních papírů přes obálky až po plakáty a další reklamní materiály.

6. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

Svoji práci jsem navrhovala a tvořila v komerčním grafickém vektorovém programu Adobe Illustrator CS5 od společnosti Adobe Systems. Na úpravy fotek jsem používala Adobe Photoshop CS5. Tento bitmapový grafický editor pro tvorbu a úpravu bitmapové grafiky, který je rovněž vytvořený firmou Adobe Systems.

Výchozím pro mě byla tvorba v barevném systému CMYK. Tento barevný systém, používaný pro ukládání barev v některých grafických formátech, vhodný zejména pro interpretaci tiskových barev, který je založený na subtraktivním míchání barev (mícháním od sebe barvy odčítáme, tedy omezujeme barevné spektrum, které se odráží od povrchu). CMYK obsahuje čtyři základní barvy:

azurovou (*Cyan*)

purpurovou (*Magenta*)

žlutou (*Yellow*)

černou (*Key*)¹

Všechny mé grafické práce byly tištěné digitálním tiskem.

Jako digitální tisk označujeme tiskové způsoby, které umožňují bez dalšího mezikroku vytvořit tiskoviny přímo z počítače, a to již od jednoho kusu. Digitální tisk v současné době nahrazuje tisk ofsetový pro publikace v malých nákladech. Digitální tisk je ve většině případů prováděn na bázi laserového tisku suchými tonery.²

¹[Http://cs.wikipedia.org/wiki/CMYK](http://cs.wikipedia.org/wiki/CMYK)

²[Http://cs.wikipedia.org/wiki/Digitální%20tisk](http://cs.wikipedia.org/wiki/Digitální%20tisk)

7. POPIS DÍLA

7.1. Logo je vytvořeno z grafické zkratky podoby psí rasy buldoka a je rozděleno do 4 dílů. Díly jsou od sebe barevně odlišené růžovou, modrou, hnědou a zelenou barvou. Font je z rodiny Futura a pro řez písma je zvolen typ bold, který je jednoduchý, velice čitelný a vzájemně se k sobě hodí.

7.2. Vizitky jsou graficky řešené oboustranně. Na titulní straně je umístěné logo psího útulku, pod kterým jsou stěžejní informace, mezi něž patří telefonní číslo, adresa, webové stránky a emailová adresa. Na zadní straně je použita barevná polovina loga. Na každé vizitce je jedna půlka, takže když položíte dvě vedle sebe, vznikne z jejich částí kompletní logo. Velikost je standartní 90x50 mm.

7.3. Obálky jsou vytvořeny ve dvou variantách. U prvního typu obálky je logo použito oboustranně, z každé strany je vidět pouze část loga. U druhé varianty je logotyp zarovnan v levém horním rohu s nejdůležitějšími informacemi o útulku.

7.4. Dopisní papír je rovněž ve dvou variantách. Na prvním je logo umístěno v levém horním rohu a informace o útulku jsou umístěny na spodní straně papíru. Jelikož jsou tyto informace i na obálce, zvolila jsem šedivou barevnost. U druhé varianty je použit zvětšený segment loga opět v levé horní části a veškeré informace jsou po jeho pravé straně. Formát je klasický A4.

7.5. Pohlednice jsou opět ve více variacích. Pracovala jsem vždy s fotkou jednotlivého psa, kterou jsem graficky zpracovávala a

upravovala v příslušných programech. Na titulní straně je pokaždé černobílá grafická zkratka jednotlivé rasy psa, přes kterého je opět umístěné jedno ze čtyř hesel. „Najděte si lásku na první pohled“, „Najdi si nového kamaráda“, „Nedělej na mě svoje smutné oči“ a „Najdi svoji spřízněnou duši“. Barevnost hesla je růžová, čímž slogan najednou vystupuje do popředí díky kontrastům. Na vnitřní straně je umístěné logo a číslo bankovního účtu, kam lidé mohou posílat finanční dary pro útulek.

7.6. Kancelářské kartičky které neslouží jako vizity, ale jako informační prostředek. Na kartičkách, které mají stejný rozměr jako vizitky, je stěžejní informací číslo bankovního účtu a pro více informací o útulku je použit pouze webový odkaz. Aby kartičky byly lichotivé oku a zaujmuly, je na přední straně použit opět jeden ze čtyř sloganů, které provázejí většinu grafických materiálů.

7.7. Karty k adopci psů slouží k informaci o nových psech umístěných do útulku, kteří hledají nového majitele a domov. Na bílém DL formátu je vždy fotka psa se jménem a jednotlivá charakteristika, např. jak je pes starý, plemeno, povaha, vhodné umístění, aby byl pro případného uchazeče o psa popis co možná nejspecifičtější. Přes fotku psa je opět použit slogan. Informace o útulku, kam se žadatelé o psa mohou obrátit, je v horní části formátu. Logo je v černobílé variantě a je umístěné v pravém spodním rohu.

7.8. Leták je potištěn oboustranně a je skládací. Z přední strany, kde se leták otevírá, je pouze logo, které je pokaždé vytištěné na konci otevírací části letáku. Ve vnitřní straně leták

informuje o tom, jak by lidé mohli útulku pomoci. V levém křídle jsou vypsáni všichni dosavadní nejštedřejší dárci, kteří přispěli útulku finanční podporou. Barevnost je zachována růžovo - bílá.

7.9. Série plakátu A3 ve které jsem navrhla sérii sedmi plakátů, u kterých jsou stěžejním bodem čtyři hesla, která by měla upoutat a zaujmout veřejnost. Jsou to: „Najděte si lásku na první pohled“, „Najdi si nového kamaráda“, „Nedělej na mě svoje smutné oči“ a „Najdi svoji spřízněnou duši“. Pro zpracování plakátu jsem zvolila jednoduchou koncepci. Kompozice je tvořená tak, aby výsledná forma korespondovala s hlavní myšlenkou, a tou jest propagace psiho útulku. Na bílém pozadí je vždy umístěna barevná fotka psa, přes kterou vyčnívá vždy jedno ze zvolených mott. Výchozím fontem pro všechna motta je Tahoma Bold v růžové barvě, které je vždy v mírně nakloněné formě. Logo je umístěno do spodního pravého rohu plakátu. Fotky psů jsou použité za přispění a schválení fotografky Veroniky Kořanové. Na jednotlivých plakátech tak můžeme vidět sedm různých ras psů, od španělského kokršpaněla, po čivavu. Formát A3 je zvolen z důvodu menší finanční náročnosti tisku a samozřejmě i kvalitě fotografií.

7.10. Plakáty B1 jsem chtěla vytvořit trochu odlišným způsobem než ostatní tiskové materiály, ale zároveň tak, aby zapadaly do celkového kontextu. Rozhodla jsem se, že budu plakáty řešit typograficky, při použití dvou sloganů, které jsem si zvolila z důvodu, že mi připadaly nejvíce trefné ve spojení se psy. Jedná se o citát: „Čím více poznávám lidi, tím více miluji psi“ (Bedřich Veliký, pruský král) a pořekadlo: „Každý pes, jiná ves“. U prvního plakátu je

celý text umístěný ve středové kompozici ve sloupci pod sebou, kde každé slovo má jinou barvu a jinou velikost. Komplexně plakát působí velice přátelsky. Druhý plakát, kde jsem zvolila pořekadlo: „Každý pes, jiná ves” jsem zpracovala opět typograficky, ale do kompozice jsem zároveň zapojila logo. Z toho důvodu jsem opět použila jen část loga, přes které je daný text, který je zarovnaný na středu, ale slova „pes” a „ves” jsou nazvětšované. Loga jsou pokaždé umístěná na pravé spodní straně.

7.11. Pytlíky na psí exkrementy je produkt, který se velice hodí k psímu útulku. Zde jsou tři různé barevné varianty. Logo je vždy zobrazeno na sáčky stejným způsobem, a to v levém spodním rohu a pouze jen část loga. Pod logem je umístěn text: „Ukliděte si po svém miláčkoví”. Je to vlastně spojení laskavého pobídnutí k úkonu, který není zrovna oblíbený.

7.12. Papírové tašky mají 4 různé motivy, velikosti a tvary. Tašky jsou vždy čistě bílé s barevným potiskem loga a bílým úchytem. V první variantě je na středu tašky umístěný prvek čumáku, který vychází z loga. Velikost je použita 16x8x25 cm. V druhé variantě je logo zarovnáno na středovou kompozici. Velikost je 22x10x27,5 cm. Ve třetí variantě je zopakováno namnožení loga v pásech a sloupcích v černobílé škále odstínů a pouze u některých je intenzita šedivé zvýšená. Jedno logo je v plné barvě o velikosti 38x13x31cm. Čtvrtá varianta je opět oboustranná, kde je logo natisknuto opět z boční strany tašky. Velikost je 32x13x40cm. Papírové tašky mají 4 různé motivy, velikosti a tvary. Tašky jsou vždy čistě bílé s barevným potiskem loga a bílým úchytem. V první variantě je na středu tašky umístěný prvek čumáku, který vychází z

loga. Velikost je použita 16x8x25 cm. V druhé variantě je logo zarovnáno na středovou kompozici. Velikost je 22x10x27,5 cm. Ve třetí variantě je zopakováno namnožení loga v pásech a sloupcích v černobílé škále odstínů a pouze u některých je intenzita šedivé zvýšená. Jedno logo je v plné barvě o velikosti 38x13x31cm. Čtvrtá varianta je opět oboustranná, kde je logo natisknuto opět z boční strany tašky. Velikost je 32x13x40cm.

7.13. Trička jsou samozřejmě pro pány i pro dámy. Pánská trička jsou čistě bílá s krátkým rukávem. Vytvořila jsem více variant, aby si každý mohl vybrat, které se mu více líbí. U prvního typu je logo použité na boku z obou stran, jak je tomu například u obálek. Nápis je umístěný v zadní části trička, pod límečkem. V druhé variantě je motiv loga umístěn čelně na hrudníku. U posledního typu je použito černobílé zmnožení loga, zarovnané ve sloupcích a pásech, do tvaru obdélníku. Z toho je pouze jedno vyobrazeno barevně. Záměrem zde bylo upozornit na přeplněnost útulku.

Dámská trička jsou s dlouhým rukávem a jsou také čistě bílá s barevným potiskem. Motivy jsou vesměs stejné jako na pánských tričkách, ale navíc jsou doplněny o dvě varianty. V první variantě je logo zmnožené dvakrát a je umístěné v oblasti řader. A ve druhé je použit pouze výřez čumáku z loga, který je umístěn čelně na hrudníku. Kvůli vysokým nákladům na realizaci triček v takto malém počtu jsem zhotovila pouze dvě varianty. Zbývající jsou umístěny v grafickém manuálu loga.

7.14. Psí misky na krmivo další reklamní předmět, který souvisí se psy, je samozřejmě miska na krmivo či na vodu. Vytvořila jsem tři varianty, ale pro náročnost a nákladnost tisku v malém množství, je

zrealizovaná pouze jedna varianta, kde je logo umístěno do středu misky. Další dvě varianty jsou barevně odlišené, buď v růžové nebo modré barvě, kde po obvodu misky jsou namnožena v pásech pod sebou zmenšená loga.

8. PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

Dalo by se říci, že práce byla přínosem především pro mě samotnou. Poprvé jsem si zkusila, jaké je to pracovat pro neziskovou organizaci, která musí obracet každou korunu. Nemůžete si příliš pohrávat s různými grafickými prvky jako jsou zajímavé výřezy, různé druhy papíru atd., ale stále musíte myslet na co nejjednodušší a nejlevnější způsob zpracování. To samozřejmě neznamená, že se zpracování dotkne kvality práce. Je třeba neustále myslet na to, že realizace mého projektu musí být co nejméně ekonomicky náročná. Díky své práci jsem se dozvěděla více o problematice psího útulku a o celém jeho chodu. Navrhla jsem soubor tiskovin, který byl nejobsáhlejším jaký jsem kdy vytvořila. V průběhu realizace, jsem se musela potýkat s jednotlivými tiskovými problémy.

Za přínos považuji také to, že mnou zpracované téma je v oblasti grafického designu málo časté. Jak jsem již zmiňovala, málokterý psí útulek má propracovanou grafickou identitu. Domnívám se, že dané téma je dosud „tabula rasa“. Z toho důvodu svou práci považuji za přínos jak pro grafický design, který se tomuto tématu vyhýbá, tak pro neziskovou organizaci jako je daný psí útulek. Tomu bych ráda pomohla pomocí grafického designu zlepšit jak komunikaci s veřejností, tak každodenní chod organizace.

Vše se sice zatím pohybuje pouze v oblasti mého přání, ale nechci a nehodlám se své myšlenky vzdát.

9. SILNÉ STRÁNKY

Myslím si, že jsem vytvořila logo, které je funkční, kreativní, svěží a může reprezentovat neziskovou organizaci. Zároveň, podle mého názoru, zaujme širokou veřejnost. Vnitřně věřím, že mé logo je použitelné ve všech svých formách, jak ve své plné barevnosti, tak i v černobílé nebo v negativní verzi. Zvolené písmo vhodně koresponduje s grafickým motivem a dohromady tvoří zdařilý logotyp.

Následně musím vyzdvihnout variabilitu loga. Jelikož jsem logo rozložila na určité fragmenty, které aplikuji na různé reklamní a propagační materiály, práce působí velice kreativně a svěže. Mezi další silné stránky bych mohla zařadit sérii plakátů formátu A3, které jsem tvořila tak, aby zaujaly velikou část veřejnosti. Série celkově působí svěže, jednoduše, ale zároveň splňuje účel, pro který byla tvořena, což je propagace jednotlivých psů.

Pracovala jsem na všech grafických úkonech, které jsou obsažené v grafickém manuálu loga. Za kladný přínos považuji jednotlivé kartičky, které pomáhají pracovníkům v útulku v jejich každodenní práci. Díky nim může grafický design usnadnit práci v praxi.

10. SLABÉ STRÁNKY

Na své diplomové práci jsem pracovala svědomitě a s maximálním nasazením. Snažila jsem se vytvořit nejlepší firemní identitu pro plzeňský útulek, jak jsem jen dokázala. Za slabinu v mé práci považuji, že jsem si zvolila za motiv určitou rasu psa, která danou organizaci zastupuje, místo neurčitého plemena. Na mou obranu chci ovšem říci, že útulek má ve svých kotcích nejen oříšky, ale i čistokrevná plemena.

Dále negativně hodnotím, že si daná organizace nemůže osvojit moji nově vytvořenou firemní identitu, i kdyby ji zaujala. Svoji práci jsem útulku nabídla samozřejmě zdarma, ale z důvodu finanční náročnosti nových přetisků všech materiálů, od vizitek po cedule až reklamním materiálům, by si to nemohl dovolit. Raději daný obnos věnují na potřebnější věci, jako jsou například deky na zimu či nákup granulí. Jedním z důvodů může být také to, že plzeňský útulek spadá pod záštitu Ligy na ochranu zvířat, se kterou útulek musí řešit veškeré záležitosti, které se týkají, jak samotného provozu, tak i změn celého grafického manuálu. Podle mého názoru je vše jen o přístupu vedení. Myslím si, že celá změna a jednotné grafické ucelení by organizaci velice pomohlo dostat se do podvědomí širší veřejnosti. Věřím, že mnoho lidí by jistě rádo pomohlo, kdyby věděli, že je to za potřebí a měli více informací. To by se mohlo stát díky propagaci plzeňského útulku.

Nad tímto tématem a prací jsem strávila mnoho času a je trochu smutné, že nenajde své uplatnění. Možná v budoucnu útulek našetří nebo získá nějaký sponzorský dar či grand a bude mou práci, pokud se jim bude líbit, zrealizovat.

Jiných slabých stránek si nejsem vědoma a věřím, že vše je

navrženo takovým způsobem, který by mohl fungovat, kdyby byl zrealizován.

11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

a) Knižní a periodická literatura

1. KOLESÁR, Z. *Kapitoly z dějin designu*. Praha: Vysoká škola umělecko – průmyslová, 2004. ISBN 80-86863-03-4.
2. POULIN, R. *Jazyk grafického designu*. Praha: Slovart, 2012. ISBN 978-80-7391-552-0.
3. JANÁKOVÁ, I. *Ladislav Sutnar – Design in Action*. Praha: ARGO, 2003. ISBN 80-7203-515-0
4. CHIARA, O., UZZANI, G. *Design*. Praha: Slovart, 2010. ISBN 978-80-7391-330-4.
5. PINCAS, S., LOISEAU, M., *Dějiny reklamy*. Praha: Slovart, 2009. ISBN:978-80-7391-266-6.
6. HEALEY, Matthew. *Co je branding?* Praha Slovart, 2009. ISBN: 978-80-7391-167-6.
7. DABNER, David. *Grafický design v praxi*. Praha: Slovart, 2004. ISBN: 80-7209-597-8.

b) Internetové zdroje

1. URL: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/CMYK>
2. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator
3. URL: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop
4. URL: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Digitáln%C3%AD_tisk

12. RESUMÉ

The thesis focuses on Visual identity of an existing subject (Functional model graphic manual).

After serious thought I have decided for dog shelter in Pilsen. I have chosen this organization in order to warn about a lack of support and to increase public interest. I would like to help the dog shelter in Pilsen because I have been living in this town since my birth and I really care about lives of animal, dog in particular.

The objective of my thesis is to create a simple, original and integral graphic style. The aim is to form a strong identity which is at once cheerful, playful and simple, and else easy to remember for this organization and above all for the public without which the dog shelter could not run completely.

I believe I have created an excellent, interesting and clever corporate identity for this dog shelter. The graphic manual contains mercantile products such as: business card, envelopes, writing paper, etc. The next part of the manual includes posters and promotional material closely connected with the dog shelter e.g. dog feeders, dog tags, T- shirt, etc.

Work on my thesis has been very creative and interesting. I hope u will like it.

13. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1

Logotyp, pozitivní- negativní verze

Příloha 2

Vizitky, dopisní papír, dopisní obálky

Příloha 3

Pohlednice

Příloha 4

Karty k adopci psů

Příloha 5

Kancelářské kartičky

Příloha 6

Zápisníky

Příloha 7

Série plakátu A3

Příloha 8

Trička

Příloha 9

Pytlíky na psí exkrementy

Příloha 10

Papírové tašky, odznáčky

Příloha 11

Plakát B1

Příloha 12

Plakát B1

Příloha 13

Psí misky na krmivo

1. Příloha

Logotyp, pozitivní - negativní verze



Černobílá – pozitivní verze



Černobílá – negativní verze



(Vlastní tvorba)

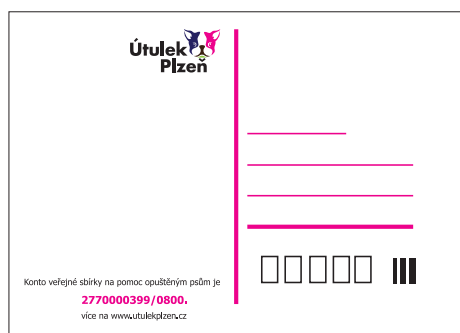
2. Příloha

Vizitky, dopisní papír, dopisní obálky



(Vlastní tvorba)

3. Příloha
Pohlednice



(Vlastní tvorba)

4. Příloha

Karty k adopci psů

Psi k adopci
Útulek pro zvířata v nouzi
Plzeň - Borská pole,
Daimlerova 1219
Email: utulekpn@seznam.cz
Tel: 724 317 314, 377 828 350



Najdi siňáky na první pohled

Orfeus
Číslo: 13172
Pohlaví: pes
Přibližný věk: střední cca 5let
Plemeno: labrador, váha 3,5kg
Zvláštní znamení: ze špatných životních podmínek
Povaha: Po získání důvěry přátelský, milý k lidem. Rád se nechává chovat v náručí. Nemá rád zimu.
Vhodné umístění: Nejlépe do klidnějšího prostředí bytu s teplým pelíškem. Pro hodného člověka, který se o pejska dobře postará a nabídne mu pohodový život.



Psi k adopci
Útulek pro zvířata v nouzi
Plzeň - Borská pole,
Daimlerova 1219
Email: utulekpn@seznam.cz
Tel: 724 317 314, 377 828 350



Najdi svoji zprůzněnou duši

Bob
Číslo: 13209
Pohlaví: pes (kastrovaný)
Přibližný věk: starší cca 7-8let
Plemeno: kříženec pinče, váha 12kg
Zvláštní znamení: ze špatných životních podmínek
Povaha: stále vitální, milý a přátelský k lidem
Vhodné umístění: Nejlépe do bytu nebo rodinného domečku se zahradou, ovšem s trvalým přístupem dovnitř. Pro hodného člověka, který pejskovi nabídne pohodový domov a už ho nikdy nezklame.



Psi k adopci
Útulek pro zvířata v nouzi
Plzeň - Borská pole,
Daimlerova 1219
Email: utulekpn@seznam.cz
Tel: 724 317 314, 377 828 350



Ukážu ti svoje smutný psi oči

Drago
Číslo: 13275
Pohlaví: pes
Přibližný věk: štěněcí do 6 měsíců
Plemeno: kříženec , váha 16kg
Zvláštní znamení: Pes ze špatných životních podmínek
Povaha: Zdravá štěněcí. Temperamentní až živelný, přátelský rošťák.
Vhodné umístění: Nejlépe k rodinnému domku se zahradou, ovšem s nocováním uvnitř. Pro člověka, který má trpělivost, čas i energii se pejskovi intenzivně věnovat.



(Vlastní tvorba)

5. Příloha

Kancelářské kartičky

**Nabídka
Psa - Feny - Štěnětě**

Útulek Plzeň

datum zapsal

plemeno

věk velikost

vzhled

chování/povaha

původ ošm byt zahrada bouda kotec

očkován ano ne odčerven ano ne

jiné

jméno

telefon

ulice psč

obec

výsledek

**Nalezen
Pes - Fena - Štěně**

Útulek Plzeň

plemeno

popis

věk dat.nálezu

místo nálezu

nálezce

adresa

telefon

dat.oznámení

revize

zapsal

**Zájem o
Psa - Fenu - Štěně**

Útulek Plzeň

datum zapsal

plemeno

věk velikost

vzhled

místo chovu

za účelem

poznámka

jméno

telefon

ulice psč

onbec

výsledek

**Rezervace
Psa - Feny - Štěnětě**

zapsal datum

jméno psa číslo psa

zařazení

jméno zájemce

adresa

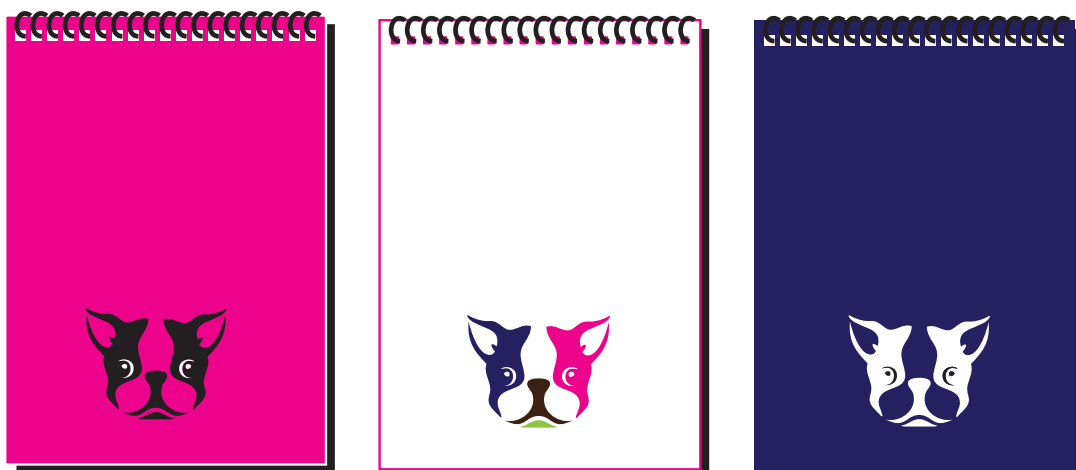
telefon

rezervace do

výsledek

(Vlastní tvorba)

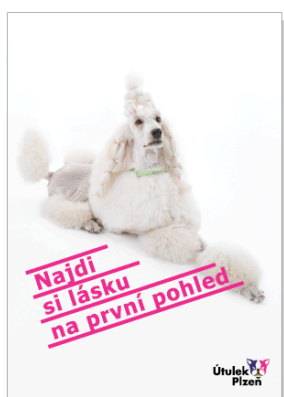
6. Příloha
Zápisníky



(Vlastní tvorba)

7. Příloha

Série plakátu A3



(Vlastní tvorba)

8. Příloha

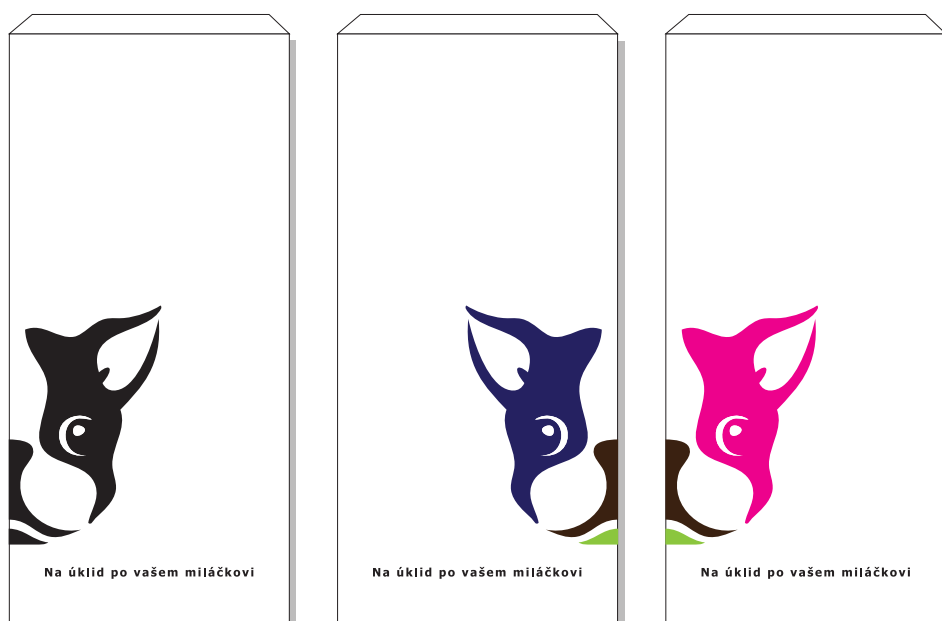
Trička



(Vlastní tvorba)

9. Příloha

Pytlíky na psí exkrementy



(Vlastní tvorba)

10. Příloha

Papírové tašky, odznáčky



(Vlastní tvorba)

11. Příloha
Plakát B1



(Vlastní tvorba)

12. Příloha

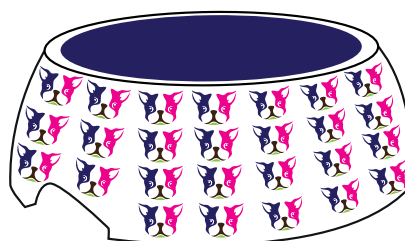
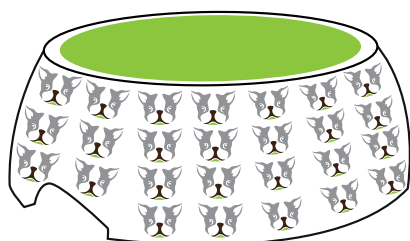
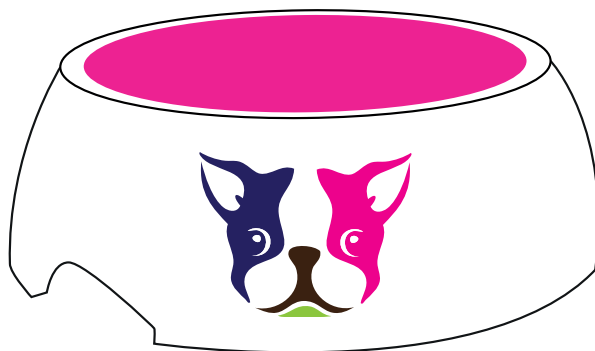
Plakát B1



(Vlastní tvorba)

13. Příloha

Psí misky na krmivo



(Vlastní tvorba)