



Protokol o hodnocení diplomové práce

Název práce: VIZUÁLNÍ IDENTITA EXISTUJÍCÍHO SUBJEKTU

Práci předložil(a) student(ka): BcA. Hana Novotná

**Studijní obor a specializace: Ilustrace a grafický design,
specializace Grafický design**

Hodnocení oponenta práce:

Práci hodnotil(a): akad. mal. Pavel Hrach

(u externích hodnotitelů uveďte též kontaktní adresu pracoviště)

1. Cíl práce

(a jeho naplnění):

Absolventa si zvolila jako svoji diplomovou práci jednotný vizuální styl Nymburského pivovaru POSTŘIŽINSKÉ PIVO. Cíl práce, který si vytkla splnila po teoretické i praktické stránce. Vytvořila základní logotyp pivovaru s variantami, pивní etikety, akcidenční tiskoviny, propagační předměty včetně malého orientačního systému. Vše zaznamenala v grafickém manuálu.

2. Technologická specifika

(technická inovace):

Autorka vytvořila svoji závěrečnou diplomovou práci v grafických programech Adobe Illustrator, Photoshop a InDesign z balíčku Creative Suite. Realizace grafického manuálu digitální tisk, některé práce ofset a také sítotisk. Písmo použila Bernier Shade a regular, dále Butler Stencil a na sazbu textů Bemtom Sans.

3. Přínos práce pro daný obor

Celý projekt se svojí originalitou vymyká dnešnímu pivnímu designu, který je velmi konzervativní a potrpí si hlavně na tradici. Pro originalitu a propagaci Nymburského piva je určitě dobré, že se spojuje s tradicí - s Bohumilem Hrabalem a Postřižinami. Literatura i film patří ke konstantám našeho národního podvědomí.

4. Silné stránky díla

Jsou v originálním pojetí celého firemního designu Nymburského pivovaru, počínaje logotypem, retro kresbami, hlavně pivními etiketami a konče malým informačním systémem v pivovaru. Práce působí pozitivně s typickým jemným českým humorem. Bude nyní záležet na investorovi, zda tuto svým způsobem odvážnou variantu přijme.

5. Slabé stránky díla

Vidím hlavně ve zpracování teoretické části diplomové práce, která je místy chaotická a nepřehledná. Dále ve obsahové stavbě grafického manuálu, který je hodně upovídaný a nekonstruktivní. Málo vymezuje a přikazuje, mnohdy máte více variantami. Také mi připadá typografie příliš zdobná. Ještě barevnost – černá a červená je hodně působivá, ale asi se budou jednotlivá piva od se málo lišit.

6. Hodnocení a navrhovaná známka

(výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl):

Celý design firemního stylu vychází z Hrabala a hlavně z filmových Postřizín, které jsou českou klasikou. Autorka svým retropojetím, kdy jako hlavní nosný prvek použila kresby napodobující inzertní kresby /xylografie/ z dob dávno minulých. Výběr a užití písma v hlavních titulcích podrtrhuje snahu graficky vytvořit českou starosvětskou náladu v dobrém slova smyslu. S motiv kola, jako hlavní prvek logotypu mi moc nesedí. Bylo mi vysvětleno, že se pivovar zaměřuje na cyklistickou obec (?). Možná by stačila varianta jen písmového logotypu. U variant log a logotypů je bohatství výběru, které bývá někdy na škodu. Nejlépe z celé práce na mne působí kolekce pivních etiket, které by měly být na produktech pivovaru nejvíce vidět. Mají jednotu výrazu, dominuje kresba s dobře udělanou typografií. Hlavně mají vtipné, dobře zapamatovatelné názvy. Klasický grafický manuál firma nemá. Brožura má v názvu Identita a brand guideline nymburského pivovaru. Měl by být více jednoznačný a více systematický. Často je jen příjemně pocitový. Typografie je hodně přezdobená, měla by nechat více prostoru jednotlivým produktům. Celkově v diplomové práci převládají jednoznačně pozitiva.

Určitě ji doporučuji k realizaci.

Nicméně není vše stoprocentní, proto navrhuji lepší – c h v a l i t e b n ě.

Datum: 27. 5. 2016

Podpis: Pavel Hrach

