

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Diplomová práce

VIZUÁLNÍ IDENTITA LIBOVOLNĚ ZVOLENÉHO ČESKÉHO MĚSTA
Berlín

BcA. Jana Havlová

Plzeň 2016

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra designu

Studijní program Design
Studijní obor Ilustrace a grafika
Specializace Grafický design

Diplomová práce

VIZUÁLNÍ IDENTITA LIBOVOLNĚ ZVOLENÉHO ČESKÉHO MĚSTA
Berlín

BcA. Jana Havlová

Vedoucí práce: Doc. MgA. Kristýna Fišerová

Katedra designu
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara
Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2016

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Jana HAVLOVÁ**
Osobní číslo: **D13N0132P**
Studijní program: **N8208 Design**
Studijní obor: **Ilustrace a grafický design, specializace Grafický design**
Název tématu: **Vizuální identita libovolně zvoleného českého města**
Zadávací katedra: **Katedra designu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Minimální rozsah prací:

Počet: 3 ks

Formát: A5 - B1, min. 32 stran

Popis realizace: Maketa manuálu a prezentace vizuálních o stylu formou podpůrných plakátů zvoleného tématu.

Výstup: Manuál a plakáty

Průběžné plnění úkolů dle pokynů vedoucího práce (a příp. konzultanta, je-li stanoven) a pravidelné konzultace do termínu odevzdání práce 1x týdně v rámci semináře ke kvalifikační práci.

Postup realizace:

1) listopad - Teoretická část práce: (bod 1. - 3. - uvědomit si, kdo jsem, odkud přicházím, kam směřuji - dříve, nežli začnu pracovat). Z toho vyplývá výběr tématu a cíl práce.

Praktická práce - sběr materiálů a průběžné intenzivní studium zdrojů.

2) prosinec - Předložení řady skic a variant řešení.

3) leden - Varianty pracovní verze, volba nejvhodnější varianty, průběžná práce na praktické části závěrečné práce.

4) únor - Předložení adekvátně rozpracované praktické části závěrečné práce, předložení rozpracované teoretické části závěrečné práce v souladu s doporučenou osnovou a dle pokynů konzultanta teoretické části práce.

5) březen - Realizace výsledného projektu, předložení pracovní verze kompletní teoretické práce.

6) duben - Finalizace a odevzdání: (finalizace projektu, dokončení teoretické i praktické části práce, příprava prezentace, odevzdání obou částí práce pro udělení zápočtu).

Obhajoba:

červen obhajoba + prezentace kvalifikační práce na CD/DVD (v podobě pro tisk)

Rozsah praktické části: **vyplyne ze zpracování DP**
Rozsah teoretické části: **min. 15 normostran textu**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**
Seznam odborné literatury:

JANÁKOVÁ, Iva. *Ladislav Sutnar Praha New York design in action.* Praha: Uměleckoprůmyslové muzeum, 2003. ISBN 80-7101-050-2.

HOLLIS, Richard. *Stručná historie grafického designu.* Praha: Rubato, 2014. ISBN 978-80-87705-27-8.

POULIN, Richard. *Jazyk grafického designu.* Praha: Slovart, 2012. ISBN 978-80-7381-552-0.

KOLESÁR, Zdeno. *Kapitoly z dějin designu.* Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2004. ISBN 80-86863-03-4.

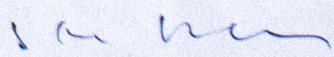
Vedoucí diplomové práce: **Doc. MgA. Kristýna Fišerová**
Katedra designu

Datum zadání diplomové práce: **31. května 2015**

Termín odevzdání diplomové práce: **29. dubna 2016**

Doc. akad. mal. Josef Mištera
děkan




Doc. akad. mal. František Steker
vedoucí katedry

V Plzni dne 14. září 2015

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně
a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2016



podpis autora

OBSAH

1. MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE	7
2. TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY	8
3. CÍL PRÁCE	10
4. PROCES PŘÍPRAVY	11
5. PROCES TVORBY	16
6. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA	20
7. POPIS DÍLA	21
8. PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR	23
9. SILNÉ STRÁNKY	24
10. SLABÉ STRÁNKY	25
11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	26
A) Knižní a periodická literatura	26
B) Internetové zdroje	26
12. RESUMÉ	28
13. SEZNAM PŘÍLOH	30

1. Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

V průběhu studia jsem měla možnost zpracovat mnoho rozličných úkolů na univerzitní půdě i v praxi. Na fakultě designu a umění Ladislava Sutnara to zahrnovalo především tvorbu plakátů, autorského písma, katalogů, multimediálních projektů, webových prezentací a dalších. S některými disciplínami se možná v budoucnu již nesetkám, ale jsem ráda, že byla možnost si je vyzkoušet a rozšířit si tak obzory.

Asi nejdůležitější pro mě byla zpětná vazba od vyučujících a spolužáků, která mi pomáhala se zamýšlet nad danou problematikou a případnými nedostatky při plnění zadání. Nepostradatelná byla možnost vidět, jak přemýšlí a pracují moji vrstevníci, a tedy zhodnotit i jiné přístupy při tvorbě. Některé z nich jsem pak mohla využít také v praxi. Nejzajímavější úkoly pro mě byly ty volnější, kde jsem mohla téma pojmout zcela po svém, protože neměly víceméně stanovené žádné hranice. Mohla jsem si tak vyzkoušet úplně jiné postupy, než při navrhování konkrétního zadání pro klienta. Na druhou stranu je pro mě v praxi radostí vytvářet fungující grafické výstupy, které přinesou zadavateli užitek.

V současné době se věnuji navrhování webů, kde mohu oba tyto principy uplatnit. Jak volnější tvorbu, tu využiji hlavně při tvorbě ikon, barevného schématu, úpravě fotografií a dalších vizuálních prvků, tak určitou disciplínu a znalost technických parametrů, které je třeba pro navrhování grafické podoby webu znát.

2. Téma a důvod jeho volby

Tématem mé diplomové práce je jednotná vizuální identita města. Je to velmi často diskutovaná problematika, především díky mnoha možnostem přístupu při jejich tvorbě. Často se řeší, jestli měl být městský znak zachován či nikoliv. Zdali nově vytvořená značka odkazuje na historii a symboly města, nebo přistupuje k tématu zcela abstraktně a spíše neosobně. Četla jsem mnoho různě obsáhlých diskuzí, do kterých se zapojili profesionálové i laici a málokdy se názory jednotně scházely. Je pravdou, že není mnoho městských vizuálních identit, které by se mi líbily nebo mě ohromily svou promyšlenou prezentací. Některé výsledky bývají necitlivě provedené, jako v případě Jindřichova hradce, Tišnova, Hodonína a další. Nebo jsou až přespříliš stylizovány do elementárních tvarů, které jsou odosobněné od městské identity, například Kuřim, Vysoké Mýto, Čelákovice nebo Litovel. Samozřejmě je vždy nutné brát v potaz, jak se k výběru značky postavil zadavatel a za jakých podmínek byla vybrána. Z tohoto důvodu jsem se chtěla více ponořit do tématu. Zajímalo mě co všechno obnáší taková tvorba a jaká jsou její úskalí. Prvním městem, o kterém jsem uvažovala byl Humpolec. Je to město nedaleko mého rodiště, nemá zpracovaný vizuální styl a stále se rozvíjí nejen průmyslově, ale i kulturně. Vypadalo ideálně, netrvalo však dlouho a po krátké rešerši jsem začala uvažovat nad městem, které by využilo vizuální styl ve větší šíři. Příhodné mi přišly Nové Hrady v Jižních Čechách. Znáám je sice o něco méně než Humpolec, na druhou stranu je to město oplývající turistickým a kulturním ruchem a sjednocený vizuální styl by se mu při prezentaci širšímu publiku obzvláště hodil. Začala jsem tedy provádět rešerši, o které se ještě více rozepíši v další kapitole. Došla jsem k závěru, že pro většinu menších měst není nutné vytvářet za každou cenu

novou značku, ani koncept. Často stačí stávající městský znak kultivovat do takové podoby, aby bylo možné jej reprodukovat dále v potřebných aplikacích, jakou jsou merkantilní tiskoviny a propagační materiály.

Nakonec jsem se rozhodla vyjít druhou cestou, která by mě bavila více. A to vytvořit úplně nový koncept značky, který by se dal aplikovat v širším kontextu rozvíjejícího se města. Najít však velké české město, které by ještě nemělo zpracovaný jednotný vizuální styl a něčím mě zaujalo, nebo mi bylo alespoň trochu blízké, nebylo tak snadné.

Po nepříliš úspěšném pátrání jsem vybrala Beroun. Ten novou značku má, ale z mého pohledu není příliš zdařilá. Začala jsem tedy s prací, ale stále jsem nebyla spokojená a nedařilo se mi téma správně uchopit. K Berounu nemám žádný vztah a právě to byl možná důvod, pro odklon k Berlínu. Ten přesně splňuje to, co jsem průběžně hledala. Berlín jsem dvakrát navštívila a byla jsem nadšená rozmanitostí, střídáním nového se starým, nezapomenutelnou atmosférou, která je pro mě daleko silnější než kdekoliv jinde. Byla to přesně ta výzva, co jsem hledala, kde budu moci zkusit něco nového v širším kontextu. Stávající značka jistě není špatná, ale dle mého názoru si Berlín zaslouží živější prezentaci, vzhledem k jeho rozmanitosti. Proto se pokusím o vytvoření uceleného jednotného vizuálního stylu města, který reflektuje městské kontrasty.

3. Cíl práce

Cílem mé práce je zpracovat dynamicky se rozvíjející, zapamatovatelný vizuální styl, který sjednotí rozmanitost města Berlín, ale zároveň ji nepopře a bude reflektovat městské kontrasty, kterými se tolik vyznačuje. Základem je vytvořit pevně stanovenou značku a grafický manuál, který bude definovat její použití a rozvede práci s aplikacemi. Bude také obsahovat primární merkantilní tiskoviny, jako jsou vizitka, dopisní papír a obálka. Město pořádá mnoho rozličných událostí pod svou záštitou, proto vytvořím plakáty, které prováží celý městský systém, ale zároveň zůstanou živé a proměnlivé. Dále zpracuji a zrealizuji propagační materiály jako jsou pohledy, bloky, samolepky a další.

4. Proces přípravy

Jak jsem již v úvodu zmínila, Berlín nebyl má první volba. Jako první padl v úvahu Humpolec, který jsem záhy opustila a začala se věnovat Novým Hradům, které se dají nalézt v Jižních Čechách nedaleko rakouských hranic. Je to krásné město s bohatou historií a čilým turistickým ruchem, ideální k vytvoření jednotné vizuální identity.

Začala jsem tedy zkoumat jejich historii a městský znak, který je dle mého názoru pro každé město nesmírně důležitý. Historie Nových Hradů sahá až do 13. století, kdy bylo město založeno a spolu s ním vybudován hrad, který dnes láká spousty návštěvníků. V průběhu doby se vystřídalo několik šlechtických rodů, nejvýznamější z nich byli Vítkovci, Rožumberkové a Buquové. Vzhledem k bohaté historii, ze které město těží až do současnosti, nebyl důvod vytvářet zcela novou značku. Jako nejvhodnější cesta mi přišlo vycházet přímo z městského erbu. Ten je přesně popsán takto „V modrém štítě stříbrná kvádrovaná hradba s cimbuřím, za ní vynikají dvě stříbrné věže, každá s brankou, dvěma okny v patře, červenou valbovou střechou, zakončenou dvěmi zlatými makovicemi.

Mezi střechami věží zlatá pětilistá růže s červeným středem a zelenými kališními lístky. Štít drží a za ním vyniká anděl s rozepjatými křídly.“¹

U toho přístupu však bývá často problém se správnou heraldickou interpretací všech obsažených znaků. Pokud tedy není možné náležitě používat městský znak, je dobré vytvořit značku, která jej bude doplňovat pro komunikaci se širší veřejností.

Erby bývají složité a stylizovat je tak, aby si zachovaly veškeré heraldické náležitosti, je často nemožné. Příkladem může být městský znak Prahy, který je velice komplikovaný, přesto má ve vizuální identitě města své

1. Popis novohradského znaku. [online]. [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: <http://www.beroun.estranky.cz/>

pevně stanovené místo. Druhým protipólem je právě vhodná stylizace, která se velice dobře zdařila Příbrami, Pardubicím nebo Velké Bystřici. Po zvážení všech těchto faktorů, jsem udělala pár rychlých skic. Měla jsem však stále nutkavou potřebu zkusit jiný přístup, a proto jsem opustila téma Nových Hradů, kde jsem nenašla jinou pro mě vhodnou alternativu zpracování značky, než stylizaci městského erbu.

Následovalo tedy hledání dalšího města, tentokrát již většího, kde je prostor pro jiné zpracování značky. Z úžšího výběru jsem na nakonec zvolila Beroun. Oproti 2578 obyvatelům Nových Hradů se jeví Beroun se skoro dvacetitisíci jako větší město. Je nedaleko Plzně a jeho stávající logo mě nijak zvlášť neoslovalo, obzvláště v kontextu jeho hlavních symbolů, ke kterým se dostanu. Jeho znak je velice komplikovaný a byl by tu tedy možný jiný přístup než, o kterém jsem uvažovala u Nových Hradů.

Znak je popsán takto: Na modrém štítě je stříbrná kvádrová hradební zeď s cimbuřím o pěti stínkách se širokou otevřenou branou s vytaženou zlatou mříží. Po stranách brány jsou dvě nevysoké okrouhlé, z kvádrů budované věže, každá s jedním oknem a s cimbuřím o třech stínkách, rovněž stříbrné, s červenými špičatými střechami a zlatými makovicemi. Nad branou mezi věžemi vystupuje z cimbuří muž v brnění přirozené barvy s taseným mečem v pravici a štítem v levici. Jeho štít je červený se stříbrným českým lvem. Pod padací mříží v bráně je hnědý medvěd na šedočerné skalnaté půdě, kráčející doleva. ²

Nabízí se tu další možné, velice oblíbené řešení a to výběr nejznámější památky nebo jakékoliv významnosti, co město symbolizuje. Určitě to není cesta špatná, ale jako každé řešení, i toto má dle mého názoru hranice. Není příliš vhodné pro města, co mají více důležitých památek. Je škoda upozorňovat pouze na jednu a ostatní opomíjet. Týká se to spíše velkých

2. Popis berounského znaku. [online]. [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Nov%C3%A9_Hrad%C3%BD_znak.png

měst. Ale jak jsem psala již v úvodu, názory na to jak přistupovat k městskému vizuálnímu stylu se liší a toto je pouze můj subjektivní pohled. Jeden z hlavních symbolů města Berouna je medvěd, který je i přímo ve znaku, dále pak známe Pražskou a Plzeňskou bránu.

Ve chvíli kdy jsem zjistila, že má Beroun medvěda, vzpomněla jsem si na Berlínského a to byl asi jeden z prvních impulsů, který mě později odvedl jiným směrem. Začala jsem tedy uvažovat nad medvědem a poohlížet se po možných cestách stylizace. Mnoho příkladů jsem našla ve zpracování českého lva a opět narazila na velmi ožehavé téma správné interpretace symbolů. Souhlasím s tím, že by měly být dané náležitosti symbolu zachovány. Často se jedná o detaily, například drápy, oči, postoje, ty by měly být vyobrazeny dle platných ustanovení. Pokud je však třeba vytvořit novou značku, která by funkčně prezentovala město a byla použitelná ve velikostech pro tisk i web, není tento přístup vždy ideální. Nabízí se tu již zmíněná cesta, vytvoření nové značky a ponechání znaku pro slavnostní příležitosti a oficiální tiskoviny. Tímto způsobem se k prezentaci města postavil například Český Krumlov.

Opět jsem se tedy dostala do slepé uličky a pokusila se vyzkoušet volnější cestu. Začala jsem pracovat s názvem, nakonec pouze ze samotným písmenem B, překvapivě to byla příjemná práce, co mě bavila. Odpoutala jsem se od všech heraldických pravidel a přístupů, o kterých jsem se doposud zmínila. Bohužel mi tato cesta nepřišla správná v případě Berouna, příliš mi neladila s jeho atmosférou a chuť se zaplévat do heraldických pravidel jsem neměla.

Rozhodla jsem se tedy k radikální změně. Chtěla jsem, aby mě má diplomová práce bavila a mohla jsem si vyzkoušet něco nového, alespoň z mého pohledu. Vybrala jsem si tedy Berlín, druhé největší město Evropy. Byla to pro mě velká výzva, která mi otevřela další možnosti pohledů na

celé téma městských vizuálních stylů nejen v České republice. Pustila jsem se tedy opět do práce.

Berlín je obrovské město, kde se střídá mnoho kontrastů. Stojí na pevných historických základech, které se nebojácně mísí s pestrou kulturou a uměleckým undergroundem. Současnou městskou značkou je stylizovaná Braniborská brána s textem Berlin, vycházející z kampaně be Berlin. Značka je čistá a výstižná, symbol Braniborské brány je jistě jeden z největších spolu s Berlínským medvědem. Začala jsem se zamýšlet nad tím jakou úlohu má splňovat značka pro tak velké město jako je Berlín, kde všude bude prezentována. Zprvu mě napadlo, že ideální bude medvěd stejně jako u Berouna. Berlín je jím znám v celém světě, po městě jsou tzv. Buddy Bears a objevuje se v mnoha značkách spojených s Berlínem. Propojoval by celé město od úřadů až po širokou veřejnost a turistický ruch. U předchozích měst jsem variantu stylizovat heraldicky stanovený symbol opustila, zde mi přišlo až přespříliš lákavé se o to alespoň nepokusit. Pokusy proběhly a bavily mě, ale dostat do nové značky všechny potřebné heraldické náležitosti jako jsou drápy, správný postoj a mnoho dalšího, nebylo tak snadné. Nakonec jsem usoudila, že nejlepší možná cesta bude používat současný již zavedený znak, pro slavnostní a oficiální záležitosti. Město tak neztratí na vážnosti a otázka správné interpretace heraldického symbolu nebude dráždit veřejnost ani profesionály. Pro další prezentaci města širší veřejnosti bude dobré vytvořit značku novou a nezaujatou prvními symboly města, co nás napadnou.

Jak už jsem zmínila, Berlín je rozmanitý, dynamicky se rozvíjí a zkrátka žije. Představa, že na všech materiálech, kde se bude prezentovat (například plakáty a městská doprava), bude medvěd nebo Braniborská brána se mi nezamlouvala.

Zapomněla jsem zmínit, že Berlín má celkem 12 obvodů, a o to více je se třeba zamýšlet nad celkovým propojením jednotného vizuálního stylu. Každý obvod má svůj znak, všechny jsou zpracovány na dobré úrovni a nevidím žádný důvod, proč je neužívat v oficiálních úředních dokumentech. Je to dle mého názoru neschůdnější a nejlogičtější cesta. Uvažování nad konceptem značky tedy pokračovalo. Medvěd byl zavržen. Vyzdvihovat pouze jednu památku mi přišlo vzhledem k počtu zajímavých věcí škoda. Napadlo mě tedy, proč nespojit kontrasty, to je přeci Berlín. Staré historicky ověřené základy, střetávající se s širokým kulturním záběrem, jdou ruku v ruce. Začala jsem tedy na myšlence pracovat, překvapivě jsem navázala na skici z Berouna. Litera B se stala mým hlavním motivem, který se bude dynamicky rozvíjet v dalších aplikacích. Podobnou cestou se ze světových měst vydalo například Melbourne, které má velice zdařilý celý vizuální styl. Jako další mohu jmenovat Porto, Bolognu nebo Saint-Didier-Au-Mont-d'Or, Uherské Hradiště, ty ukazují další možné přístupy k tvorbě. Velice odvážná jsou řešení založená pouze na typografii například Hannover, Bonn, slovenský Rožumberok nebo česká Ostrava.

5. Proces tvorby

Město jsem měla již vybrané, i cestu jakou se vydat. Začala jsem tedy vytvářet možné varianty spojení bříšek písmene B. Zdánlivě snadný úkol se stal výzvou. Nejprve jsem hledala již existující písmo, z kterého bych vycházela. Patková písmena jsem vyřadila jako první, po spojení s abstraktním vrškem nevypadal celek reálně. Vhodné bezpatkové na tom bylo podobně, po spojení evokoval spodek často písmeno D. To by v malé míře nevadilo, spodek by odkazoval na Německo, Berlín je přeci jeho nedílnou součástí, ale jako primární odkaz jsem to pojmout nechtěla. Na chvíli jsem se tedy vydala úplně jinou cestou a zkoušela vytvořit oku lahodící tvar písmene B, s kterým bych byla spokojená a mohla ho dále rozvíjet. Práce mě bavila, ale nakonec jsem skončila. Výsledné B vypadalo jako osmička, opět jsem se tedy vrátila k původnímu konceptu, který mi přišel nejvíce nosný.

Chvilkové odtržení však nebylo zbytečné, přivedlo mě k současnému spodku, který jsem vykonstruovala z kružnice a čtverce. Záměrně jsem nechala spodek plný, aby se co nejlépe spojil s vrškem. Vznikl příjemný stálý tvar, který jde dobře kombinovat s různými tvary. Vrchní části průběžně přibývaly, od těch konkrétnějších až po abstraktní. Na Pinterestu jsem našla nezpočet liter B různých charakterů, které mě u některých vršků inspirovaly. Bohužel jsem tam narazila i na velmi podobný přístup k dělení písmene B. Šlo o Brazílské bienále designu, které s touto vizuální identitou proběhlo v roce 2012. Chvíli jsem váhala, zda myšlenku neopustím.

S konceptem jsem však byla natolik spokojená, že jsem u něj zůstala. Přece jen se všechno opakuje a kolikrát to ani nevíme. Kdybych nehledala tak usilovně, jistě bych se to možná ani nedozvěděla. V tomto případě šlo o jednorázovou akci, která se svým zaměřením liší. Pokračovala jsem tedy

s tvorbou vrchních částí, jejichž výsledný počet je nyní 50 kůsů. Řada lze neustále rozšiřovat a může tak růst stejně jako Berlín.

Vyvstala otázka, které B bude tou hlavní neměnnou značkou, která bude primárně prezentovat Berlín na všech médiích. Po dlouhých úvahách jsem vybrala to nejvíce tvarově jednoduché, spojující čtverec a kruh, ostrá proti oblé. Pak bylo třeba vyřešit, jak efektivně spojit znak s textem Berlín, bez kterého se značka neobejde. Řadit jej vedle písmene B nebyla dobrá cesta, najdenou to byl BBerlin. Jako nejlepším řešením se zdálo kompletní spojení a vepsání Berlín přímo do B. Vznikla tak ucelená, dobře použitelná značka, která je základem pro dynamicky se rozvíjející styl. Použitý je font Geomanist v řezu Medium. Jedná se o bezpatkové písmo, čistých tvarů, vytvořené španělským typografickým studiem Atipo.

Barevnost jsem zvolila červeno-bílou. Vychází ze zbroje berlínského medvěda a vlajky Berlína. Bílý text odkazuje na stříbrný štít znaku.

Doplňkovou barvou je žlutá, která je zastoupena v koruně erbu.

Po vytvoření základní značky a dalších prvků jsem se pustila do tvorby plakátů. Berlín pořádá mnoho událostí pod svou záštitou, některé jsou prezentovány dobře, mnohem častěji je však propagace nedostačující.

Sjednocený vizuální styl města tuto problematiku řeší. Chtěla jsem se vyhnout přesně definovaným obdélníkům nebo čtvercům, do kterých se vkládá text a v pozadí se mění pouze fotografie. Často jsem se setkala s tímto řešením v českém prostředí. Samozřejmě je to jedno z východisek, obzvláště pro menší města, která nemohou do propagace tolik investovat. To je také jeden z dalších důvodů, proč jsem nakonec zvolila Berlín. Celý vizuální styl může být odvážnější a méně konvenční.

Barevnost samotné značky je přesně definovaná v manuálu. Další barevné omezení, které je uvedeno, je pro úřední a oficiální dokumenty.

V případě plakátů a dalších aplikací to neplatí. S proměnnými Běčky,

Ize pracovat svobodně. Symbol B je natolik silný, že bude stále spojovat celý vizuální styl, ať už je použit v jakýchkoliv barvách. Proto je možné vytvářet na každou událost B nové, nebo vycházet z již zpracovaných znaků. Vytvořila jsem tedy plakáty a související bannery na několik událostí jako ukázkové řešení. Ideální je vybrat jedno z B, nebát se velkoryse jej použít do podkladové plochy, doplnit plakát textem a samozřejmě logem. Tím jak bude zvolena barevnost a symbol B, vznikne svébytná identita události, která bude zároveň stále spojována s Berlínem díky Běčku. Pokud by se město rozhodlo pro zadávání tvorby plakátů a vizuálních identit akcí pod svou záštitou grafikům nebo grafickým studiím, jistě by vznikala řada zajímavých řešení, která se nabízí. Tento přístup by byl ideální a věřím, že velké město jako je Berlín by mohlo být této cesty schopné. Další plakáty byly vytvořeny jako podpora městského vizuálního stylu. Využívaly by se, pokud by žádná akce zrovna neprobíhala, nebo libovolně v rámci propagace jako doplněk. Jde o velice jednoduchý přístup. Vybrání opět jednoho B ideálně v černé barvě a umístění na střed jednobarevné podkladové plochy. Plakát je doplněn v rozích textem stadt Berlin a Berlin city, které lze číst i do kříže.

Průběžně jsem zpracovávala manuál jednotného vizuálního stylu města Berlín, který je nezbytný ke správnému používání značky a znaku. Primárně jsem definovala základní barevné provedení, černobílé provedení, podkladové plochy, barevnost, ochrannou zónu, rozměrovou řadu a zakázané varianty. Dále byla určena písma, užití značky s textem, merkantilní tiskoviny a promo materiály.

Uvědomuji si, že manuál jednotného vizuálního stylu musí být daleko rozsáhlejší, obzvláště pro tak velké město jako je Berlín. Jako ukázka užití však plně postačí zkrácená verze, která definuje nejzákladnější aspekty užívání značky.

Dále jsem tvořila vizitky, které jsou oboustranné. Z jedné strany je symbol B v definované barevnosti červená, žlutá, černá a bílá. Z druhé samotný text vizitky. Pro vizitky je ideální vyčlenit symboly B, které tématicky souvisí s daným úřadem nebo institucí. Symboly B se nemusí nutně stát jejich novým logem, pouze tak propojí jejich příslušnost k městu Berlín a nudná vizitka se rázem stane zajímavější a zapadne do vizuálního stylu.

Při tvorbě aplikací jsem se zaměřila i na Berlínský veřejný prostor.

Symboly B propojující celý vizuální styl jsem v páse aplikovala na městskou veřejnou dopravu. Další možností je použití jej na prosklené plochy například městských informačních center, zastávek autobusů a ostatních vhodných míst. Aplikace je možné použít i na větších plochách. Příkladem může být plot, zeď nebo plocha domu. V závěru práce jsem vytvořila jednoduchou mediální prezentaci pomocí gifu, kde se všechny doposud vytvořená B střídají a opět odkazují k proměnlivosti a dynamičnosti města.

6. Technologická specifiká

V ranné fázi jsem provedla pár skic na papír. Zbylá většina mé práce probíhala na notebooku v produktech firmy Adobe. Značka a větší část materiálů byla vytvořena v programu Adobe Illustrator. Promo aplikace pak v Adobe Photoshop, buď vytvořením vlastní fotomontáže, nebo pomocí free mockupů. Manuál jsem vytvořila za pomoci programu Adobe InDesign. Konečné výstupy pro tisk byly exportovány do formátu Pdf. Jednoduchý mediální výstup je ve formátu gif.

Pro tiskové materiály jsem nehledala speciální typy papírů, zvolila jsem naprosto běžné, aby byly dostupné a město je tak mohlo kdykoliv doplňovat a rozšiřovat. Pro většinu tiskovin používám lesklý hlazený papír gramáže 250 g/m² a více.

Celý jednotný vizuální styl je propojený fontem Geomanist ve čtyřech řezech. Jedná se o bezpatkové písmo španělského typografického studia Atipo. Základní řez Regular je zdarma, další je možné zakoupit v balíčcích od 5,- €. Font se dá pořídit i ve verzi pro web, což je nejenom výhodou, ale v dnešní době téměř nutností.

Doplňkovým písmem je Times New Roman, který je určen pro administrativní a úřední dokumenty. Je dostupný na všech běžných zařízeních. Není doporučeno ho používat na propagačních materiálech města.

7. Popis díla

V rámci diplomové práce jsem vytvořila značku a jednotný vizuální styl města Berlín. Ty jsou prezentovány a definovány v grafickém manuálu o rozměrech 165x200 mm, jež je vytištěn na lesklý hlazený papír 250 g/m² a svázaný bílou drátěnou vazbou. Dále jsem zpracovala soubor plakátů formátu B1, oboustranné vizitky v euroformátu 85x55 mm, pohledy formátu A6 a aplikace vizuálního stylu ve veřejném prostoru prezentované na kartách formátu A4. Jako doplňkové propagační předměty jsem realizovala bloky formátu A6, připínací placky o rozměrech 25 mm, samolepky 70x100 mm a plátěné tašky v bílé, přírodní a červené barvě potištěné černým motivem. V neposlední řadě jsem vytvořila dvě jednoduché mediální prezentace uložené do formátu gif.

Ve všech materiálech je použitý font Geomanist. Přímo ve značce je řez Medium, na vizitkách pak Bold a Regular. Na plakátech je primárně řez Ultra, ale je možné použít jakýkoliv definovaný řez z manuálu.

Základem mé práce je manuál jednotného vizuálního stylu města Berlín. Tiskový formát 165x200 mm byl zvolen kvůli dobré použitelnosti při listování, kterému napomáhá i kroužková vazba. Předpokládám však, že manuál bude předáván spíše elektornickou formou. Obsah se dělí na pět částí a to úvod, značka, písmo, merkantilní tiskoviny a promo materiály, ty jsou vždy jasně oddělelny. Každá část má minimálně dvě podkapitoly, na levé straně je popis tématu, na pravé názorná ukázka. V úvodu se zaměřuji na obecnější informace a jednoduchý popis použití znaku. Další kapitola popisuje základní provedení značky v barvě, černobílé variantě, používání na podkladové ploše, definuje přesně barevnost, konstrukci, ochrannou zónu, rozměrovou řadu a zakázané varianty. Písmo je určeno v podkapitolách jako základní a doplňkové.

Následují primární merkantilní tiskoviny jako je dopisní papír, vizitka a obálka. V neposlední řadě jsou zastoupeny promo materiály, které jsou nedílnou součástí jednotného vizuálního stylu. Jedná se o plakáty, aplikace ve veřejném prostoru, na městských dopravních prostředcích a propagační dárkové předměty.

Plakátu je vytvořeno šest, z nichž 3 jsou na konkrétní události (Berlínské planetárium, Dlouhou noc muzeí a Výstavu krystalů). Další dva doplňují a propojují prezentaci města. Poslední z nich shrnuje všechny doposud vytvořené znaky B a je spíše dekorativní.

Z merkantilních tiskovin byly zrealizovány oboustranné vizitky s osmi různými motivy. Obrazová část je umístěna na výšku, stejně tak druhá strana s potřebnými údaji vlastníka. Zpracování na výšku nabízí velkorysý prostor pro všechny údaje, které je třeba uvést.

Dále byly zrealizovány pohledy o rozměru A6. Hlavními motivy jsou vybraná B, na některých kartách je však ukázáno možné použití pro prezentaci Berlínských pamětihodností spolu se značkou. Na blocích o formátu A6 jsou opět použity motivy B. Některé navazují na vytvořené plakáty a stávají se tak doprovodnou součástí propagačních předmětů pro danou událost.

8. Přínos práce pro daný obor

Vizuální identita města neprezentuje pouze město samotné, ale také občany města, kteří v něm žijí. Proto je při tvorbě dobré se dostat v tématu co nehlouběji a nezapomenout na důležité souvislosti, které ovlivní výsledný koncept a přijetí značky.

Celou látku jsem se pokusila prozkoumat co možná nejvíce a zhodnotit přístupy, jimiž je možné vytvářet vizuální identitu města nejen v České republice. Ač se jedná o můj osobní pohled, jistě by mohl být vodítkem k tomu, jak uvažovat při tvorbě městské značky. Neměly by se opomíjet důležité aspekty jako historie a heraldický znak, velikost města, využitelnost značky a další možnosti. Zvážení všech těchto hledisek je velice důležité nejen pro samotného tvůrce, ale i pro zadavatele, v tomto případě město. Stejně tak by se tento přístup dal v některých částech aplikovat na prezentaci krajů a regionů.

9. Silné stránky

Po celou dobu práce jsem se vždy snažila zvažovat všechny možné alternativy, aby výsledek dával co největší smysl. Prozkoumala jsem celou řadu městských značek a vizuálních stylů, které mi ukázaly možné přístupy při tvorbě. Pokusila jsem se odklonit od zažitých zvyklostí při vytváření plakátů pro město a vymyslela jsem jednoduchý koncept, který dokáže hravě odlišit propagaci, ale zároveň stále sjednocuje celý vizuální styl. To je myslím nejsilnější stránkou mé práce, dynamičnost a proměnlivost. Hlavní aspekt, který se hodí k tak rozmanitému městu jako je Berlín.

10. Slabé stránky

Jako slabou stránku své práce vidím přílišné zaměření na prezentaci značky a vizuálního stylu směrem k širší veřejnosti pomocí promo materiálů, čímž pak došlo k mírnému odsunutí práce na merkantilních a úředních tiskovinách. To úzce souvisí s definováním vizuálního stylu v manuálu, kde jsem uvedla pouze základní specifika a více jsem jej nerozvíjela. Možná také až příliš osobní pohled na celou problematiku, který se pak odrazil v přístupu tvorby vizuálního stylu Berlína.

Přesto, že celá práce byla konzultována, myslím si, že k tvorbě komplexnějšího vizuálního stylu velkého města je třeba celý team, aby mohla být objektivně zvážena všechna úskalí. Přesto jsem ráda, že jsem zvolila právě toto téma, které mi umožnilo se podívat na celou problematiku v širším kontextu a pomohlo mi zhodnotit náročnost celého procesu při tvorbě jednoho vizuálního stylu města.

11. Seznam použitých zdrojů

A) Knižní a periodická literatura

1. JANÁKOVÁ, Iva. Ladislav Sutnar Praha New York design in action. Praha: Uměleckoprůmyslové muzeum, 2003, ISBN 80-7101-050-2.
2. HOLLIS, Richard. Stručná historie grafického designu. Praha: Rubato, 2014. ISBN 978-80-87705-27-8.
3. POULIN, Richard. Jazyk grafického designu. Praha: Slovart, 2012. ISBN 978-80-7381-552-0
4. KOLESÁR, Zdeno. Kapitoly z dějiny designu. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2004. ISBN 80-86863-03-4.
5. ŠTORM, František. Eseje o typografii. Praha: Revolver Revue, 2008. ISBN 978-80-87037-15-7

B) Internetové zdroje

1. Popis berounského znaku. [online]
Dostupné z: <<http://www.beroun.estranky.cz/>> [cit. 2016-01-12].
2. Popis novohradského znaku. [cit. 2016-01-04].
Dostupné z: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:No%C3%A9_Hrady_znak.png
3. Informace o berlínských událostech. [online]
Dostupné z: <<http://www.berlin.de/en/events/>> [cit. 2016-02-15].
4. Informace o český a zahraničních městech. [online]
Dostupné z: <<http://www.font.cz/>> [cit. 2016-01-02]

5. Heraldická růže. Soupis sídelních městských znaků s obrazem růže. [online]. Dostupné z: <http://www.historie.hranet.cz/heraldika/pdf/rytir1941.pdf> [cit. 2016-01-03]

6. Informace o Berlíně. [online]
Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Berlin> [cit. 2016-02-05]

7. Font Geomanist. [online]
Dostupné z: <http://geomanist.com/> [cit. 2016-03-04]

8. Heraldika trochu jinak. [online]
Dostupné z: http://zsru.cz/at/literatura/heraldika/heraldika_urbanek/heraldika_aurbanek.htm [cit. 2016-01-03]

12. Resumé

The topic of my thesis is the visual identity of the Czech town. During the preparation I was trying to explore as much approaches as possible to be able to handle this task. Finally I decided to take the whole topic more broadly, and after thinking about few Czech towns, I chose Berlin, because there is far greater opportunity to take a less conventional way. It's a huge city, where are many contrasts. It's based on deep historical foundations, which are fearlessly mixed with the diverse culture and the artistic underground. All of that charmed me when I was visiting this town for few times and became my greatest inspiration.

I created a dynamic visual style which is connecting the whole urban system, but at the same time it retains its diversity. I did not rely on specific sites, as a basic symbol I used the letter B, which always has the same bottom and the variable top. It is possible to endlessly create new symbols on the same principle that connect the visual identity of the city. Berlin brand itself is built on the same base, but invariable and precisely defined in the manual. Primarily, I determined the basic colour, the black and white style, substrates, coloring, the protective zone of the range and forbidden variations. There were also determined the font, the use of sign with a text, mercantile stationery and promotional materials.

With Becky variables, you can work freely. Symbol B is so strong that it will still associate the whole visual style, even though it is used in any colors.

Therefore, it is possible to create each new event B, or use already processed symbols. So I created posters and banners related to several events as a sample solution. During the creation of applications, I focused on Berlin's public space. The belt B I applied for the urban transport.

An another option is to use it in glassed-in areas such as urban information

centers, bus stops and other suitable places. Applications can also be used for larger areas, for example a fence, a wall or an area of the house.

In the end of my thesis, I created a simple media presentation using gif where all previously created B turn again referring to the variability and the dynamism of the city.

I tried to explore the whole topic as much as possible and evaluate approaches which can create the visual identity of the city in the Czech Republic. Although it is my personal view, it could be a clue how to proceed when you want to create an urban brand.

13. Seznam příloh

Reserše

Příloha 1–24	Značky českých měst
Příloha 25–31	Český lev
Příloha 32–41	Značky zahraničních měst
Příloha 42	Znak Nových hradů
Příloha 43	Vlastní skici značky
Příloha 44	Znak Berouna
Příloha 45	Současné logo Berouna
Příloha 46	Vlastní skici
Příloha 47	Znak a vlajka Berlína
Příloha 48	Znaky berlínských obvodů
Příloha 49	Značka Berlína
Příloha 50	Značka be Berlin
Příloha 51	Prezentace berlínských událostí

Vlastní diplomová práce

Příloha 52	Vlastní skici stylizace berlínského medvěda
Příloha 53–54	Vlastní skici stylizace B
Příloha 55	Vlastní skici
Příloha 56	Základní sada symbolů vizuálního stylu města Berlín
Příloha 57–62	Plakáty 1–6
Příloha 63	Pohlednice
Příloha 64–67	Prezentace aplikací
Příloha 68	Manuál vizuálního stylu města Berlín
Příloha 69	Vizitky a pohledy
Příloha 70	Bloky a placky
Příloha 71	Samolepky a plátěná taška

Přílohy 1–15

Značky českých měst www.font.cz



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15

Přílohy 16–24

Značky českých měst www.font.cz



16



17



18



19



20



21



22



23

OSTRAVA!!!

24

Přílohy 25–31

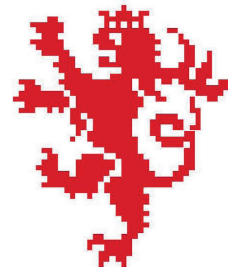
Český lev www.font.cz



25. František Štorm



26. Jiří Louda



27. Pavel Jedlička



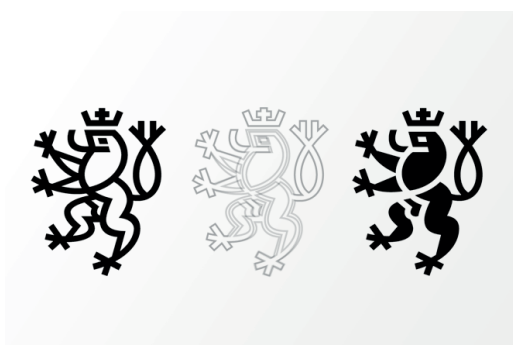
28. Autor neznámý



29. Lumír Kajnar



30. Autor neznámý



31. Tomáš Brousil

Přílohy 32–41

Značky zahraničních měst www.font.cz

STADT.
CITY.
VILLE.
BONN.

32



:DÜSSELDORF

33



BUDAPEST

34



35

è Bologna



36

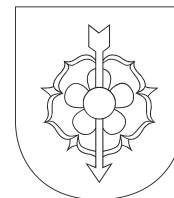


37

SAINT-
-DIDIER
AU-MONT-
D'OR

38

Ružomberok



39

be.brussels 

40

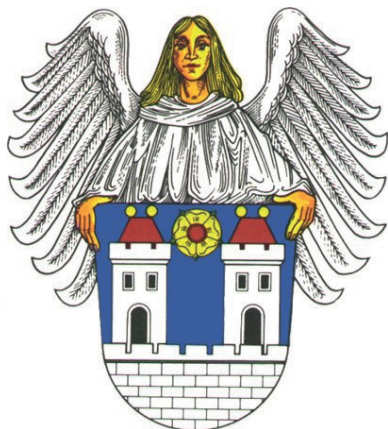


IVANO-FRANKIVSK

41

Příloha 42

Znak Nových hradů cs.wikipedia.org/wiki/Nové_Hrady



Příloha 43

Vlastní skici značky



NOVÉ HRADY

NOVÉ
HRADY

Příloha 44

Znak Berouna

www.beroun.estranky.cz



Příloha 45

Současné logo Berouna

www.mesto-beroun.cz



Příloha 46

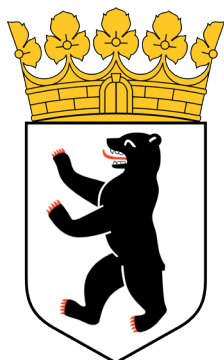
Vlastní skici



BEROUN

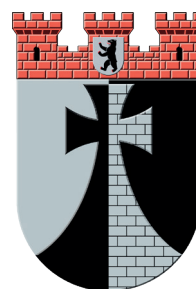
Příloha 47

Znak a vlajka Berlína en.wikipedia.org/wiki/Coat_of_arms_of_Berlin



Příloha 48

Znaky berlínských obvodů [en.wikipedia.org](https://en.wikipedia.org.org)



Příloha 49

Značka Berlína www.berlin.de



Příloha 50

Značka be Berlin www.be.berlin.de



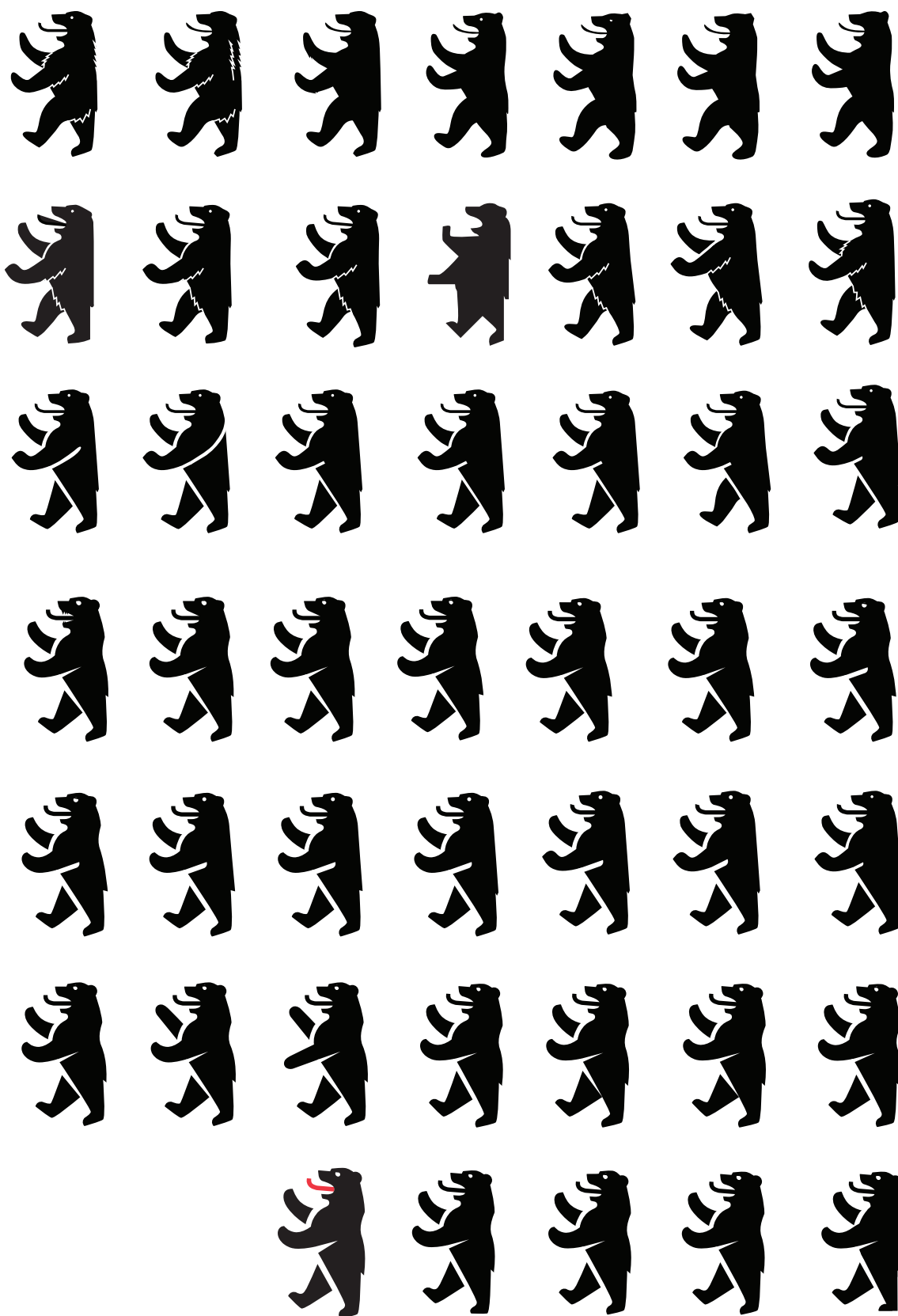
Příloha 51

Prezentace berlínských událostí www.berlin.de/en/events



Příloha 52

Vlastní skici stylizace berlínského medvěda



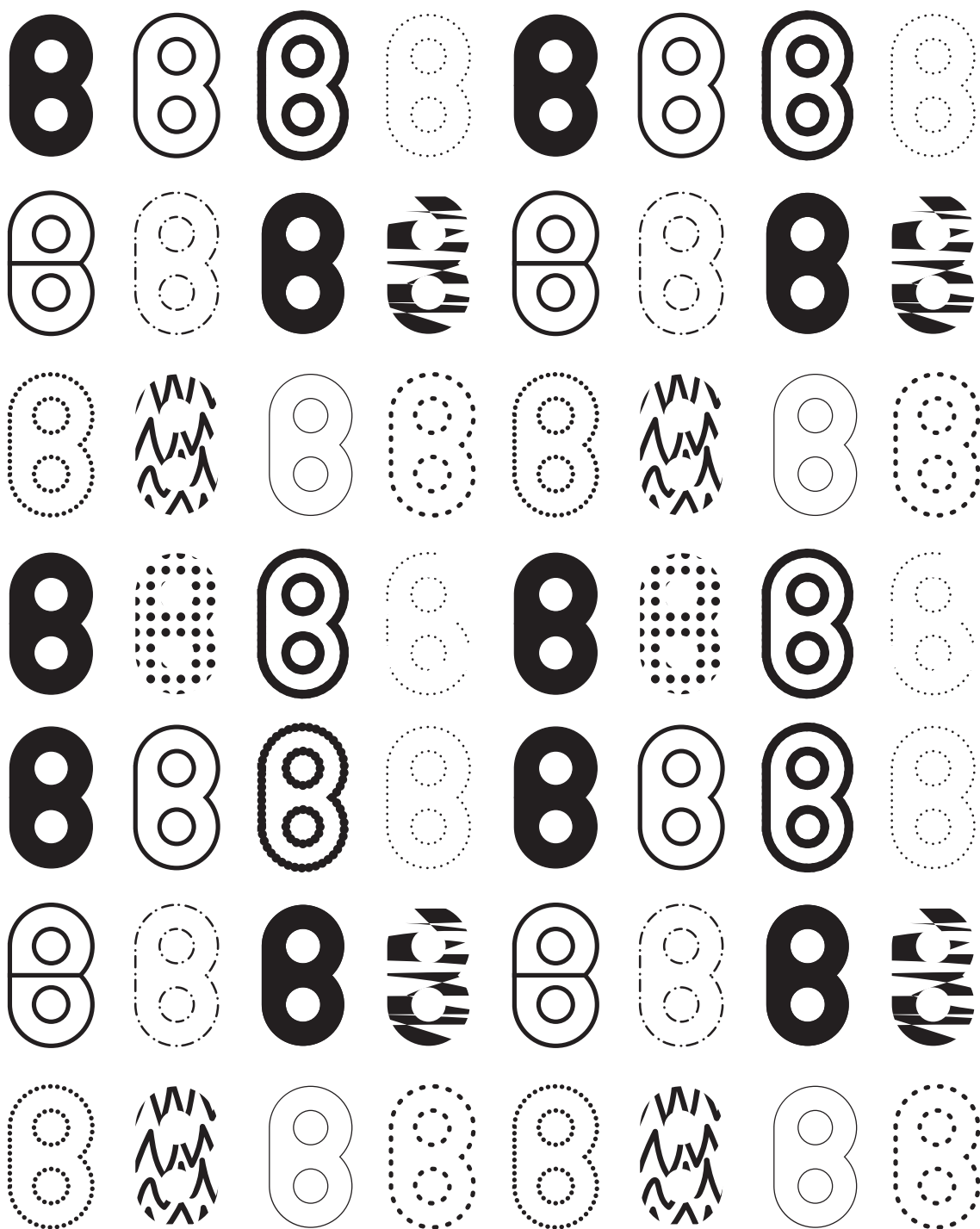
Příloha 53

Vlastní skici stylizace B



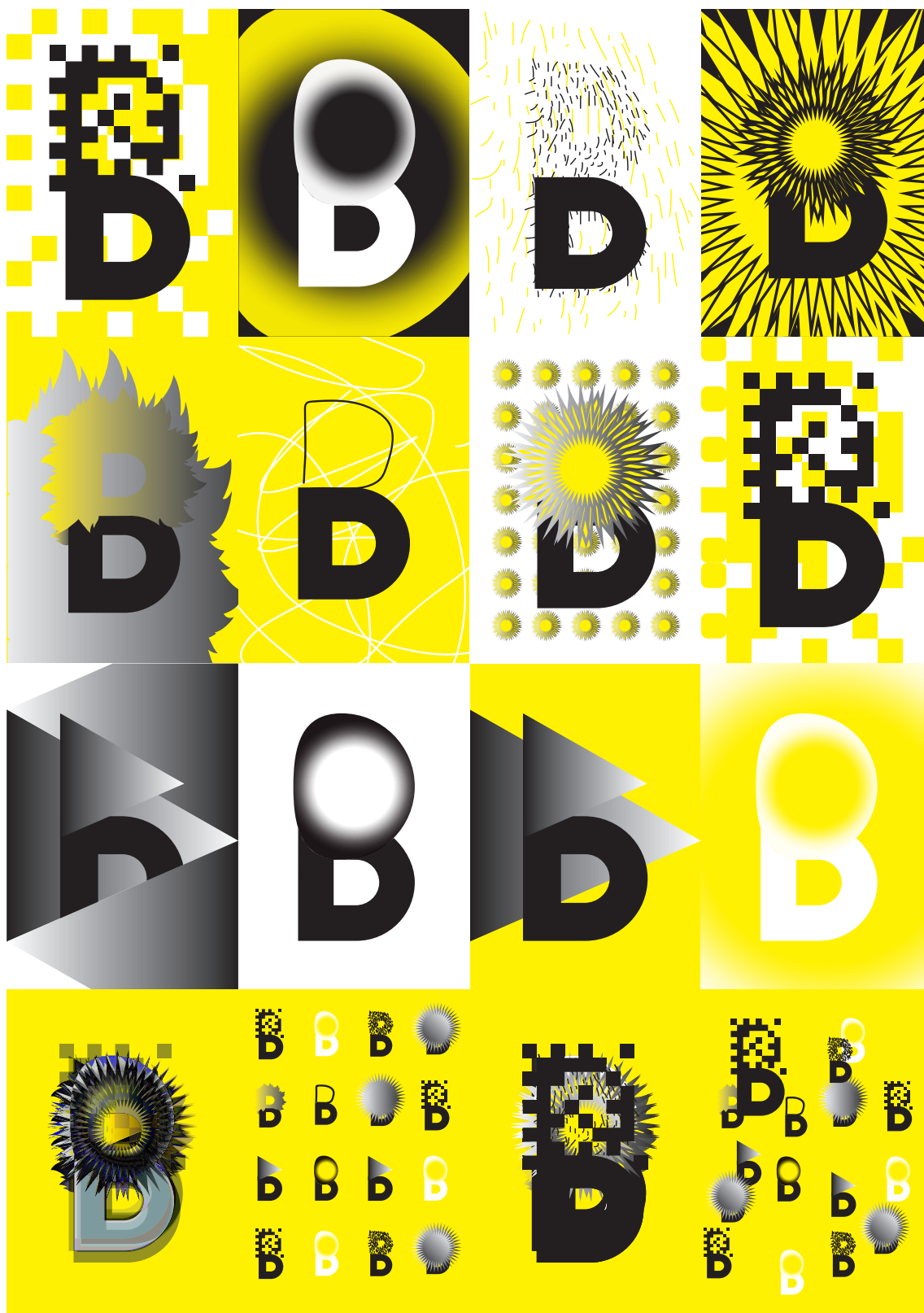
Příloha 54

Vlastní skici stylizace B



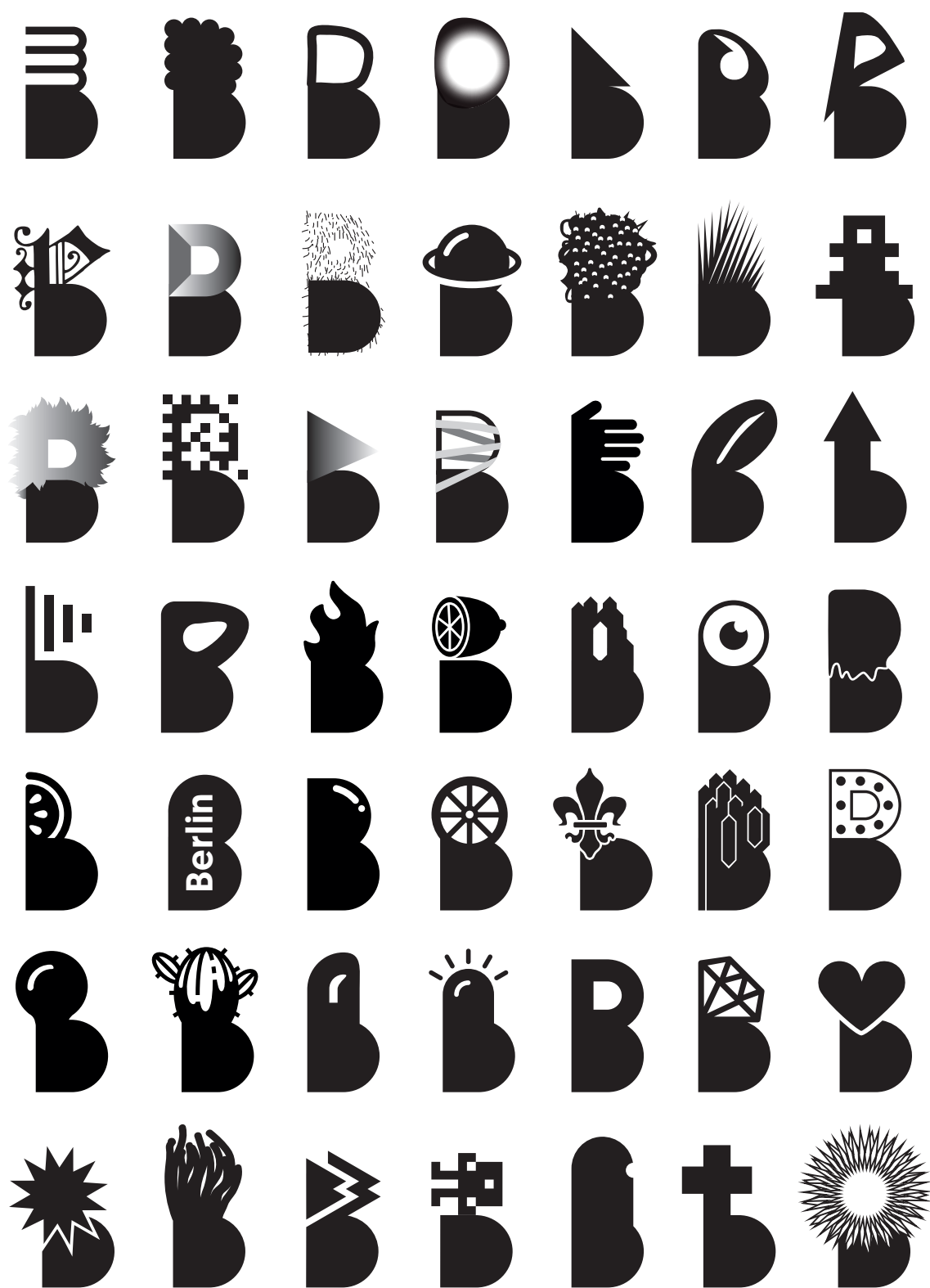
Příloha 55

Vlastní skici



Příloha 56

Základní sada symbolů vizuálního stylu města Berlín









Příloha 60

Plakát 4



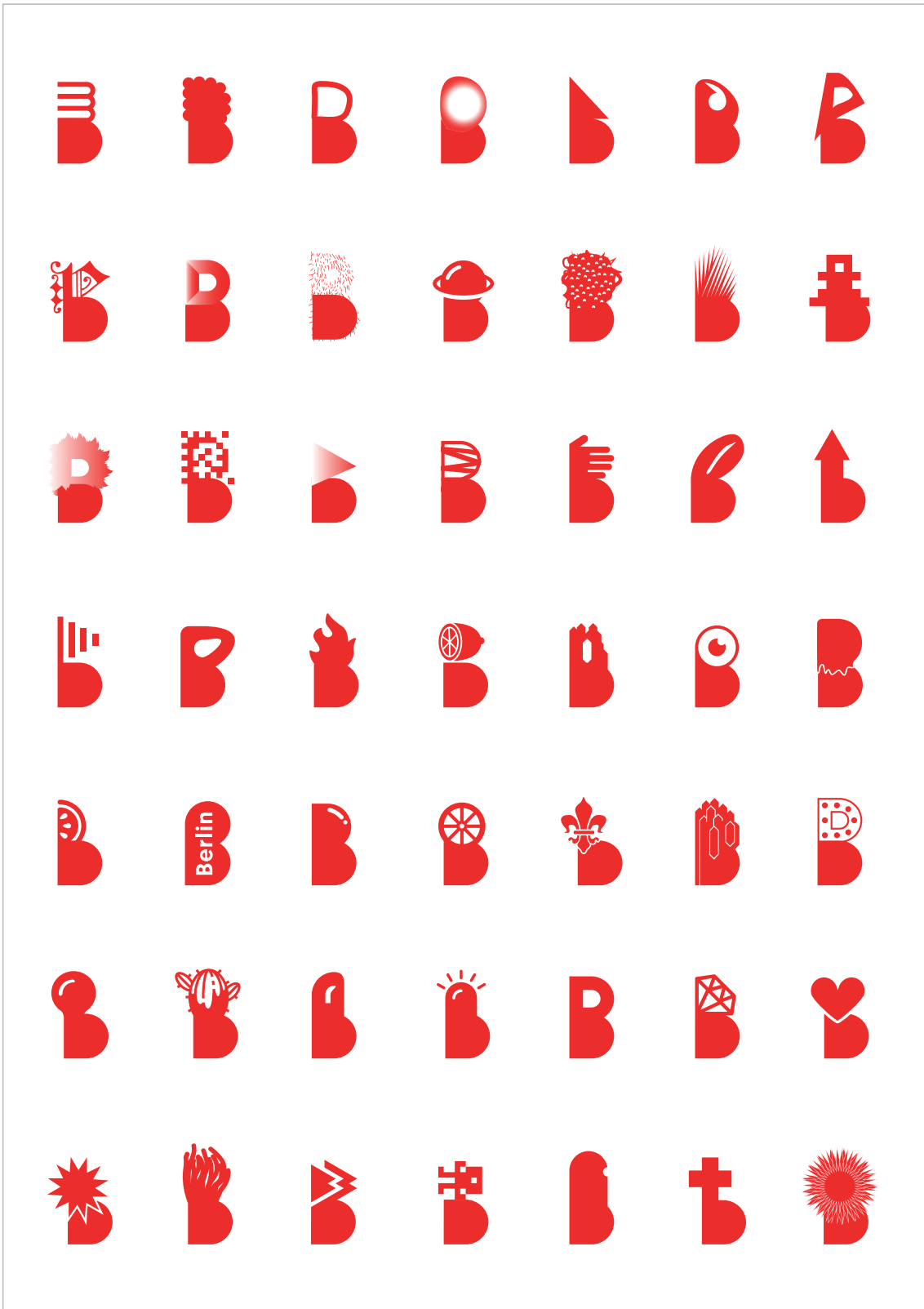
Příloha 61

Plakát 5

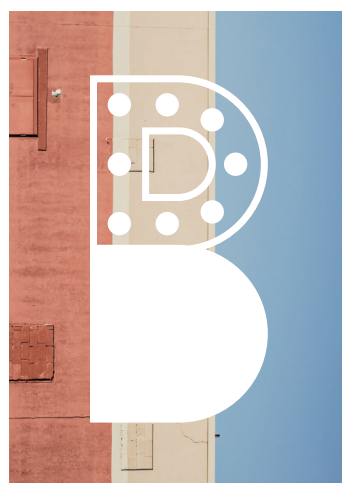
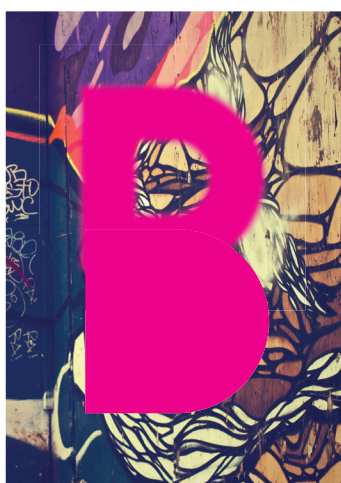
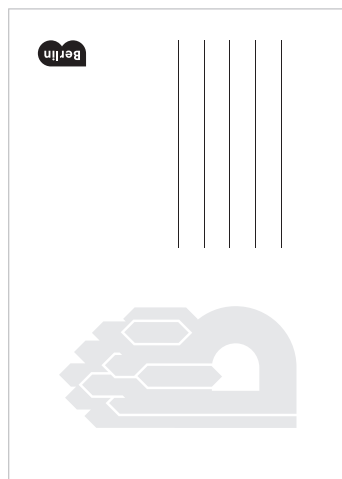
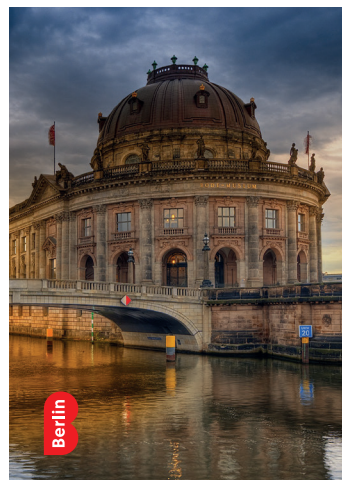
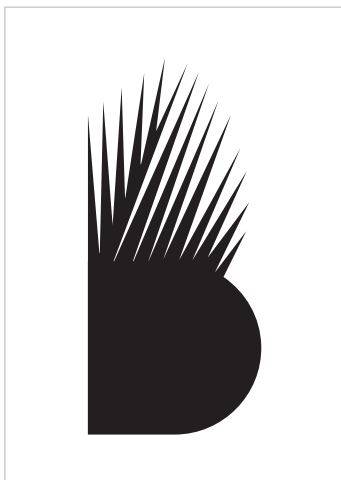


Příloha 62

Plakát 6



Příloha 63
Pohlednice



Příloha 64

Prezentace ve veřejném prostoru



Příloha 65

Aplikace ve veřejném prostoru



Příloha 66

Aplikace na městské veřejné dopravě



Příloha 67

Další aplikace



Příloha 68

Manuál vizuálního stylu města Berlín



Příloha 69

Vizitky a pohledy



Příloha 70

Bloky a placky



Příloha 71

Samolepky a plátěná taška

