

**Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

Bakalářská práce

**KOORDINOVANÝ VIZUÁLNÍ STYL
ORGANIZACE + WEB**

Alma Univerzitní knihkupectví

Jakub Heyduk

Plzeň 2019

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra výtvarného umění

Studijní program Výtvarná umění

Studijní program Ilustrace a grafika

Specializace Grafický Design

Bakalářská práce

KOORDINOVANÝ VIZUÁLNÍ STYL
ORGANIZACE + WEB

Alma Univerzitní knihkupectví

Jakub Heyduk

Vedoucí práce:

Doc Ak. mal. Ditta Jiříčková

Katedra výtvarného umění

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2019

**Prohlašuji, že jsem umělecké dílo vypracoval
samostatně a nejedná se o plagiát.**

Plzeň, duben 2019

.....
podpis autora

Poděkování

Děkuji všem pedagogům Fakulty designu a umění Ladislava Sutnara, kteří mě dosud vzdělávali. A děkuji především paní docentce Dittě Jiříčkové za vedení a konzultace mé bakalářské práce.

Obsah

Rešerše zvoleného tématu	6
Popis procesu vlastní tvorby	7
Popis výsledného díla a jeho využití	8
Seznam použitých zdrojů	11
Resumé bakalářské práce	12
Seznam příloh	13

Rešerše zvoleného tématu

Bakalářská práce má být shrnutím našich znalostí a dovedností, kterých jsme za tři roky studia na Západočeské univerzitě v Plzni dosáhli. Vybral jsem si jako téma své práce koordinovaný vizuální styl fiktivního plzeňského knihkupectví, protože mám ke knihám a k typografii vztah už od dětství.

Domnívám se, že je v Plzni nedostatek zajímavých obchodů s knihami a skripty, které by dokázaly studenty uspokojit po stránce intelektové i designové. Univerzitní město nutně potřebuje knihkupectví, které by se mohlo srovnávat s obdobnými v Praze či v zahraničí.

Rozhodl jsem se vyplnit jakousi mezeru v knižní nabídce v Plzni. Vytvořil jsem fiktivní knihkupectví, které by mělo sloužit studentům Západočeské univerzity. Mou představou je, že by nabízelo literaturu uměleckonaučnou i odborné tiskoviny. Protože hlavní součástí mé práce bylo vytvoření loga knihkupectví, byl klíčovým momentem název obchodu. Hledal jsem nějaké krátké slovo, které by se snadno zapamatovalo.

Popis procesu vlastní tvorby

Vyšel jsem ze slavného latinského sousloví „alma mater“, které se od středověku používá pro označení univerzity, k níž si student najde vřelý vztah. V překladu tento pojem znamená doslova „kojící matka“. Univerzita byla odedávna zdrojem „duchovní potraviny“. Byla doslova matkou, která napájí vědomostmi své studenty.

Ze sousloví jsem potom pracoval pouze s prvním pojmem ALMA. Příjemným přínosem názvu knihkupectví je, že se dá pracovat s jednotlivými literami. A. L. M. A. - tedy Art, Literature, Meetings, Authors. V dnešní době, kdy každý student mluví velmi dobře anglicky, není anglický výklad jednotlivých liter nic cizorodého. Pojmy Art a Literature je tedy míněno, že knihkupectví nabízí beletrii i odbornou uměleckou literaturu. Pojmy Meetings a Authors nabízejí možnost různých aktivit knihkupectví: besedy, autogramiády a přednášky. Je to tedy možné vyjádření směru, kterým by se mělo nové fiktivní knihkupectví vydat.

Jakmile jsem definitivně zvolil název knihkupectví, pustil jsem se do grafické práce na logu (příloha č.1). Inspirací pro značku byl i fakt, že Plzeň je známá jako první místo v Čechách, kde se tiskly knihy. Značkou knihkupectví jsem chtěl vyjádřit i tuto skutečnost. Hledal jsem proto takové písmo, které by v sobě alespoň vzdáleně neslo podobný výraz, jaký měly hranoly písmových štočků.

Od první chvíle jsem chtěl použít úzké groteskové písmo, připadalo mi nejvhodnější k výrazu, který jsem hledal. Nešlo mi ale o nějakou archaizující polohu, hledal jsem moderní výraz, chtěl jsem vytvořit výraznou a jasně zapamatovatelnou značku. Pokusil jsem se o spojení několika aspektů: ostré a hranaté tvary štočků, hřbety knih v knihovně a zároveň soudobý výraz moderního písma.

Po prvních pokusech s písmem Press Gothic Biform (příloha č. 2), Vafle (příloha č. 3) či Campton (příloha č. 4) jsem nakonec zvolil font Fixture (příloha č. 5), jehož autorem je argentinská písmolijna Sudtipos (grafici Alejandro Paul, Angel Koziupa, Ariel Di Lisio, Charles Bluemlein). Připadal mi zajímavý a zároveň dostatečně jiný než ostatní fonty.

příloha 1: souhrn skic

příloha 2: písmo Press Gothic

příloha 3: písmo Vafle

příloha 4: písmo Campton

příloha 5: písmo Fixture

Popis výsledného díla a jeho využití

Grafická podoba značky je vytvořena kompozicí liter A, L, M, A, přičemž každá z liter je vysázena z jiného řezu písma Fixture. První a poslední litery (A, A) jsou vysázeny z řezu regular, zatímco druhé dvě litery (L, M) jsou vysázeny s řezu medium a bold (příloha č. 6). Různé řezy jsem komponoval do značky kvůli zvýšení kontrastu, zároveň jednotlivá písmena připomínají hřbety knih, které jsou různě objemné. Značku jsem varioval tak, aby mohla měnit svou kompoziční skladbu řezů. Značka tudíž nemá fixně stanovenou podobu (příloha č. 7). Vytváří se tak určitá hra s kompozicí jednotlivých písmen, značka není strnulá a zachovává si hravost. Tato hra s tvarem značky se může dobře využít při zvýraznění různých akcí v knihkupectví nebo na webových stránkách (při každém načtení se zobrazí jiné logo).

Modrá barva značky byla definována pomocí pantone vzorníku, Pantone 286 C (příloha č. 8). Zvolil jsem modrou, protože je barvou Západočeské univerzity, ale nesnažil jsem se o plnou shodu. Modrá barva dodává logu dobrou čitelnost, působí neokázale, klidně a přátelsky.

V další fázi práce jsem začal vymýšlet systém užití logotypů. Určil jsem přesné ochranné zóny (příloha č. 9), minimální velikosti značky, aplikace na pozadí (příloha č. 10) i zakázané použití značky (příloha č. 11). Tyto definice jsem pak uvedl v manuálu značky.

Návrh celkového vizuálního stylu považuji za důležitou část mé práce. Promyslel jsem použití doplňkového písma na plakátech a jiných tiskovinách. Zvolil jsem písmo Alternate Gothic No.2 pro jeho dobrou čitelnost a jeho zúžený charakter.

Plakáty jsem chtěl vytvořit jednoduché a s jasným sdělením. Samotné písmo v logu mi připadá natolik zajímavé, že jsem ho použil i jako základ plakátu. Značku jsem otočil o 90 stupňů a plně ji zvětšil, až vyplnila celý výškový formát plakátu (příloha č. 12). Vytvořilo se tak velkorysé barevné pozadí, na něž je možné umisťovat například obálky propagovaných knih. Přímocharost a jednoduchost plakátu mi přijde přínosná. Navíc se plakáty dají obměnit různými variacemi liter ALMA (příloha č. 13).

Obsah manuálu jsem rozvrhl tak, aby čtenáři bylo srozumitelné, jakým způsobem může logotyp užívat. Manuál je rozdělen do tří částí: 1. Značka, (kde se určuje veškeré užití i zneužití značky), 2. Vizualní styl (kde se předkládá systém plakátů, titulkové i doplňkové písmo a základní barevnost) a 3. Prezentace (kde se rozvrhuje zbytek vizualizací logotypu na reklamních předmětech a tiskovinách). Manuál má tvrdé zalaminované desky pro pohodlné používání a snadné uchopení do rukou. Listy jsou kvůli lepšímu listování uvnitř svázané kroužkovou vazbou.

Poslední součástí práce byl návrh webových stránek knihkupectví. Snažil jsem se využít digitálního rozhraní k vytvoření přehledného a moderního internetového obchodu. Webdesign jsem vytvářel za pomoci programu Adobe Muse.

Webová stránka je navržena tzv. na scroll, tedy pro pohyb myši směrem dolů. Webová stránka začíná velkou bílou horní lištou, na níž je umístěna značka Knihkupectví a základní menu. Značka při dotyku myši proměňuje sílu řezu jednotlivých liter.

Vizuál webu je rozvržen do jednotlivých dlaždic, které jsou interaktivní, když na ně uživatel najede myší. To má další využití na tabletech a mobilních zařízeních, design musí být responzivní.

Dominantní barvou na webových stránkách je opět základní modrá barva logotypu, definovaná jako Pantone 286 C. V této barvě jsou provedeny všechny hlavní i doplňkové texty, ikony i odkazy na sociální sítě.

Texty jsou vytvořeny z doplňkového písma Alternate Gothic No.2, které je definované v manuálu.

V okénkách mezi dlaždicemi, které scrollem posouvám nahoru nebo dolů, neustále prosvítá mohutně zvětšený výřez logotypu ALMA. Web tím nabízí pocit prostoru. Zároveň vytváří spojení s plakátem a dalších tiskovin jednotného vizuálního stylu.

V úvodní části stránek jsou dvě dlaždice (příloha č. 14). Na levé z nich je fiktivní citace recenzí knih, na pravé se nabízí ke koupi aktuální knižní tituly.

Poté se dostáváme do části „Knihy“ (příloha č. 15) Zde je na dlaždicích nabídka několika titulů k prodeji. Závazný počet titulů není webem určen, aby bylo možno kdykoliv přidat další knihu. Dlaždice jsou opět interaktivní při nájedu a kliknutí myší. Uživatel se pak dostane na další stránku, kde najde informace o dané knize.

příloha 14: webdesign - „homepage“

příloha 15: webdesign - „knihy“

Další částí webu jsou „Aktuality“, kde se dlaždice znovu rozdělují do neurčeného množství, kam mohou být přidávány další informace. Objevují se zde například akce jako křest knihy, besedy, autogramiády a další. Vše je nyní samozřejmě jen ve fiktivní podobě.

Stránky pak končí částmi „O obchodě“ a „Kontakty“. Obě tyto části stránky fungují pro podání informací a nabízejí obrazové materiály a odkazy na sociální síť.

Věřím, že by moje práce mohla městu Plzeň i Západočeské univerzitě nabídnout jistý přínos. Chtěl jsem v ní ukázat, jakým směrem by se mohlo město rozvíjet v oblasti grafického designu. Jako moderní univerzitní město plné ambicí a odhodlání. Domnívám se, že pokud začne město více dbát na kvalitu grafiky, knih a uspořádání obchodů, pomůže nejen vyšší vzdělanosti, ale bude také rozvíjet estetické cítění svých obyvatel. Mým cílem bylo vytvořit příjemné prostředí a zlepšit komunikaci mezi knihkupectvím a čtenářem.

Seznam použitých zdrojů

knižní a periodická literatura

BERAN, Vladimír. Typografický Manuál. Kafka Design, 2011.
ISBN 978-80-260-7606-3.

AMBROSE, Gavin. Designové myšlení. Computer Press, 2011.
ISBN 978-80-251-3245-6.

PECINA, Martin. Knihy a Typografie. Host, třetí vydání, 2007.
ISBN 978-80-7577-040-0.

Kolektiv autorů. Taschens 1000 Favourite Websites. Taschen, 2002
ISBN 3-8228-2586-7.

Resumé

I think there is a lack of interesting book shops and scripts in Pilsen that could satisfy students in terms of both quality and design. I decided to fill a gap in what the bookstore can offer in Pilsen. I created a fictional bookstore that should be used for students of the University of West Bohemia. My idea is that it would offer both art and professional literature.

I started with a famous Latin phrase „alma mater“, which has been used since the Middle Ages to designate a university to which a student finds a warm relationship. In translation, this term means literally „nursing mother“. The University has always been a source of „spiritual food.“ She was literally a mother who feeds her students' knowledge.

Then I only worked with the first term ALMA. The pleasant benefit of the bookstore name is that you can work with individual letters.

A. L. M. A. - Art, Literature, Meetings, Authors. The graphical form of the logotype is created by the composition of type A, L, M, A, with each type being planted from another section of font called Fixture. The first and last letters (A, A) are based from the regular section, while the other two letters (L, M) are based on a medium and bold section. I composed various cuts into the mark to increase the contrast, while the individual letters resemble the backs of books. Pantone 286 C, the blue color of the mark was defined by pantone sampler..

I also chose blue because it is the color of the University of West Bohemia, but I did not seek full consensus. The blue color gives the logo a good readability, looks unpretentious, calm and friendly.

I consider the design of the overall visual style to be an important part of my work. I thought about using additional fonts on posters and other prints. I chose Alternate Gothic No.2 for its good readability and its narrowed character. I wanted to create posters with a clear message. The logo itself seems so interesting to me that I used it as a poster base.

I believe that my work could offer some benefit to the City of Pilsen and the University of West Bohemia. I wanted to show how the city could develop in the field of graphic design.

Seznam příloh

Příloha 1

souhrn skic

Příloha 2

písmo Press Gothic

Příloha 3

písmo Vafle

Příloha 4

písmo Campton

Příloha 5

písmo Fixture

Příloha 6

značka ALMA

Příloha 7

variace značky

Příloha 8

Pantone 286 C

Příloha 9

ochranné zóny

Příloha 10

aplikace na pozadí

Příloha 11

zakázané použití značky

Příloha 12

vizuál plakátu ALMA

Příloha 13

plakáty s různými variacemi liter ALMA

Příloha 14

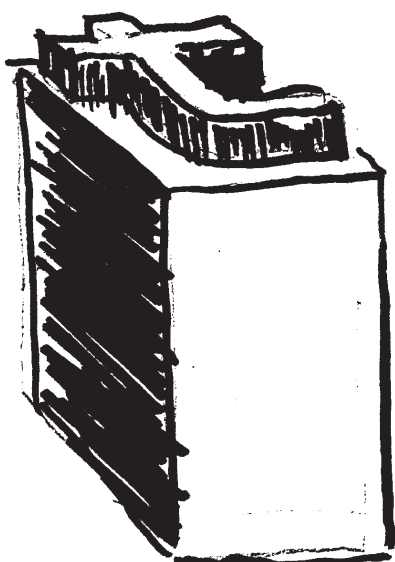
webdesign - „homepage“

Příloha 15

webdesign - „knihy“

Příloha 1

souhrn skic



Příloha 2

písmo Press Gothic

ALMA
univerzitní • knihkupectví

ALMA
univerzitní • knihkupectví

ALMA
univerzitní • knihkupectví

Příloha 3
písmo Vafle

ALMA



Příloha 4
písmo Campton

ALMcd

ALMcd

ALMMA

Příloha 5
písmo Fixture

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHI

JKLMN

Příloha 6

značka ALMA



Příloha 7
variance značky

ALMA

ALMA

ALMA

ALMA

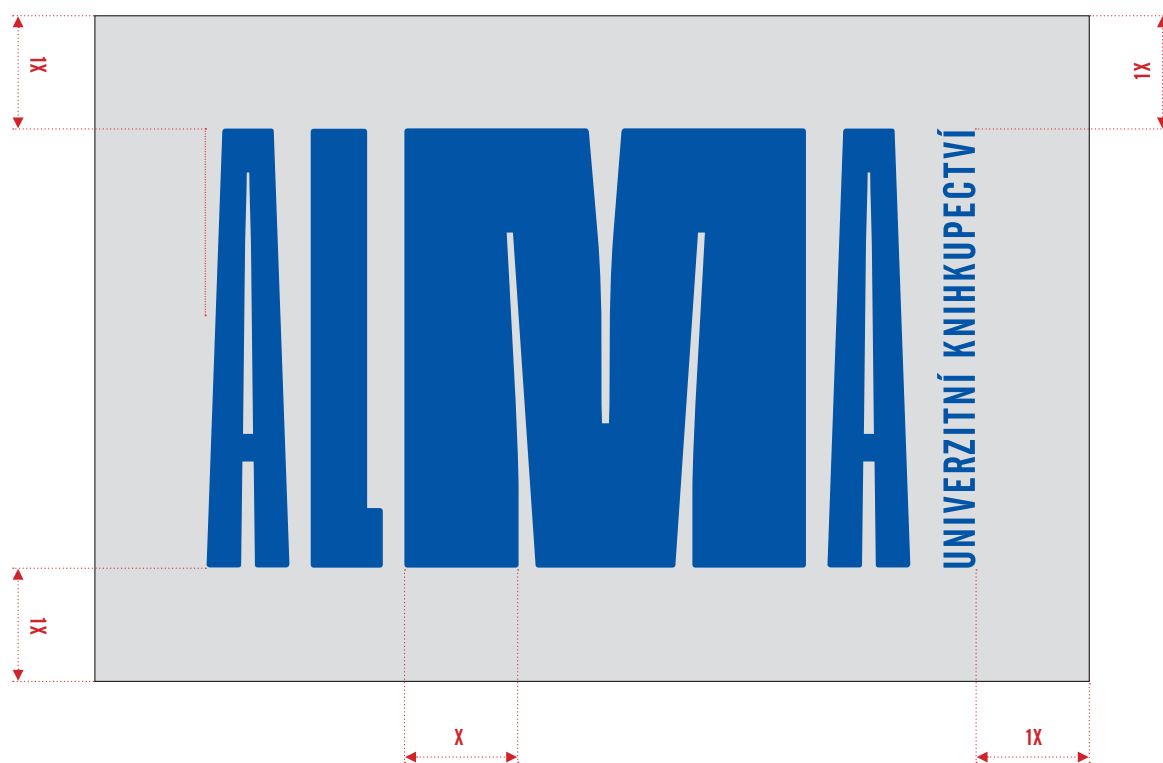
Příloha 8

Pantone 286 C



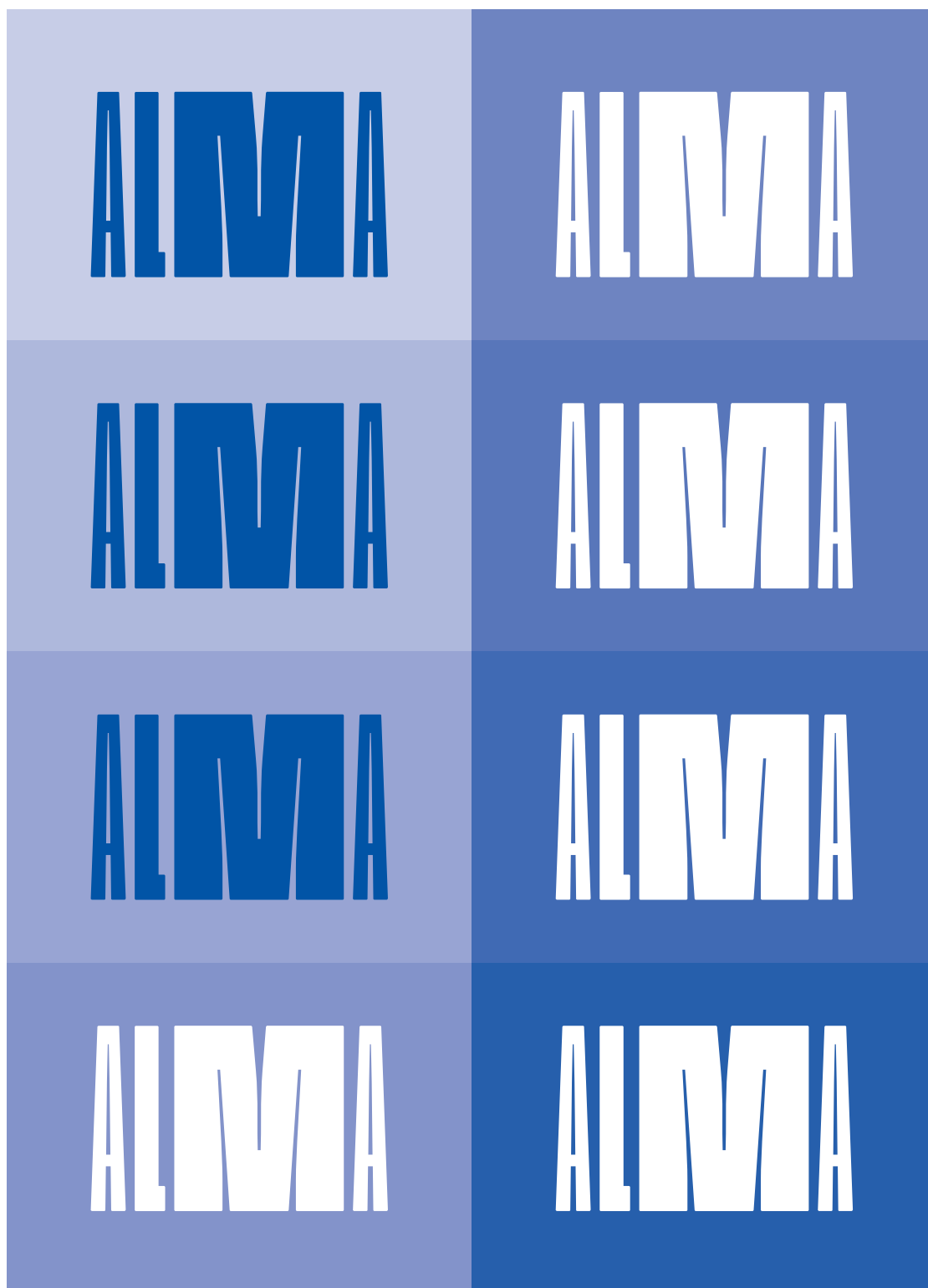
Příloha 9

ochranné zóny



Příloha 10

aplikace na pozadí



Příloha 11

zakázané použití



ALMA



ALMA



ALMA



ALMA



Příloha 12

vizuál plakátu ALMA



Příloha 15

webdesign - „knihy“

