

Západočeská univerzita v Plzni  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Bakalářská práce

# VIZUÁLNÍ STYL VIRTUÁLNÍ GALERIE AUGMENTA

Alexander Slobzheninov

Plzeň 2019

Západočeská univerzita v Plzni  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra výtvarného umění  
Studijní program Výtvarná umění  
Studijní obor Ilustrace a grafika  
Specializace Grafický design

**Bakalářská práce**

# **VIZUÁLNÍ STYL VIRTUÁLNÍ GALERIE AUGMENTA**

**Alexander Slobzheninov**

Vedoucí práce: doc. akad. mal. Ditta Jiříčková  
Katedra výtvarného umění  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara  
Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2019

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Alexander SLOBZHENINOV**  
Osobní číslo: **D16B0107P**  
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Ilustrace a grafika, specializace Grafický design**  
Název tématu: **Koordinovaný vizuální styl organizace + web**  
Zadávací katedra: **Katedra výtvarného umění**

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

Tvůrčí záměr: Vytvoření koordinovaného vizuálního stylu pro kulturní organizaci. Právě v této oblasti grafického designu vidím svoji budoucnost, a proto mým záměrem je rozšíření a prohloubení vědomostí a schopností v designu vizuálních stylů.

Způsob: Grafika tvořená v grafických editorech balíku Adobe Creative Cloud.

Cíle: Vytvoření koordinovaného vizuálního stylu organizace, který odpovídá výtvarnému jazyku současného grafického designu a vizuální kultury.

Předpokládaný charakter výstupu: logo, grafický manuál, tiskoviny (od vizitky až do formátu B1), 3 stránky webu.

Stanovení rozsahu průvodní zprávy: 3 normostrany

Rozsah praktické části: **vyplyne ze zpracování BP**

Rozsah teoretické části: **min. 3 normostrany textu**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

**ADAMSMORIOKA. Logo design workbook. Beverly, USA: Rockport Publishers, 2004. ISBN 1-59253-032-X.**

**WHEELER, Alina. Designing brand identity. Fourth edition. Hoboken, USA: John Wiley & Sons, Inc., 2013. ISBN 978-1-118-09920-9.**

**AIREY, David. Logo design love. Berkeley, USA: New Riders, 2010. ISBN 13 978-0-321-66076-3.**

**LUPTON, Ellen. Thinking with type. Second, revised and expanded edition. New York: Princeton Architectural Press, 2010. eISBN 978-1-61689-022-3.**

**RAND, Paul. A designer's art. New Haven and London: Yale University Press, 1985. ISBN 9780300034837**

**SCHER, Paula. Dynamic brand identity: Designing logos that evolve [online]. Dostupné z: <<https://www.skillshare.com/classes/Dynamic-Brand-Identity-Designing-Logos-That-Evolve/239606488>>**

Vedoucí bakalářské práce: **Doc. akademický malíř Ditta Jiříčková**

Katedra designu

Datum zadání bakalářské práce: **27. září 2018**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2019**



v z. Mgr. Jindřich Lukavský, Ph.D.  
proděkan pro studijní a pedagogické záležitosti

Doc. akademický malíř Josef Mištera  
děkan



Mgr. Jindřich Lukavský, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Plzni dne 24. října 2018

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

Plzeň, duben 2019

.....  
podpis autora

## **Obsah**

Rešerše zvoleného tématu	6
Reflexe a dokumentace procesu tvorby	6
Popis díla	8
Seznam použitých zdrojů	9
Resumé bakalářské práce	10
Seznam příloh	11

## Rešerše zvoleného tématu

Vizuální styl je jedním z nejpoblárnějších a nejvyhledávanějších oborů v grafickém designu. Důvodem je existence mnoha společností a organizací, z nichž každá potřebuje unikátní řešení vizuální komunikace s publikem. Při výběru organizace jsem se snažil spojit dva aspekty – tvořivost a modernost. Objevil jsem zajímavé a rozvíjející se technologie rozšířené reality, tedy možnost přidávat digitální prvky do reálného světa prostřednictvím kamery na telefonu nebo počítači. V současné době se na trhu objevuje stále více zajímavých aplikací využívajících tuto technologii a je zřejmé, že v blízké budoucnosti se stane nedílnou součástí našeho života. Zaujal mne kreativní potenciál rozšířené reality. Jak v tomto prostředí může grafický design fungovat? Došel jsem tedy k rozhodnutí udělat vizuální styl pro galerii umění v rozšířené realitě, kterou jsem nazval Augmenta (z angličtiny – Augmented Reality).

## Reflexe a dokumentace procesu tvorby

Vzhledem k tomu, že téma, které jsem si vybral, zahrnuje využití velmi nových a stále se vyvíjejících technologií, bylo téměř nemožné najít strukturované informace. Proto jsem musel experimentovat a pracovat intuitivně. Bylo důležité vytvořit rozpoznatelný vizuální jazyk, univerzální systém, který by fungoval nejen v tisku a na obrazovce počítače, jak jsme zvyklí, ale také v rozšířené realitě. Z technického hlediska bylo nutné vyvinout tištěné materiály, webové stránky a ukázky videí z rozšířené reality.

Rozhodl jsem se jako první vytvořit hlavní „hlas“ budoucí galerie – písmo. Po zvážení různých existujících fontů jsem přišel k závěru, že taková futuristická galerie potřebuje vlastní unikátní písmo s uměleckým tónem. Důležitým požadavkem pro písmo byla rozpoznatelnost (tím nemyslím „čitelnost“) – divák musí rozpoznat galerii ještě před čtením, protože v rozšířené realitě čtení nemusí být snadné.

Výsledkem byla neobvyklá eklektická antikva, založená na historických formách písma. Mezi její rysy patří dlouhé serify, některá „uzavřená“ písmena (například a, e, b, f, o) a silně posunutá střední část liter a, e, g nebo R, G. Hladkost, tloušťka a plasticita tahů dává písmu určitou eleganci a u některých písmen je možné vysledovat živý kaligrafický vliv. Například základ pro litery r, o pochází z karolínské minuskuly z 8.–12. století.

Dalším krokem bylo vyřešit logo. Vzhledem k své unikátnosti a neobvyklosti se písmo stalo základem loga – název *augmenta* je psán minuskami

bez dalších úprav a dle potřeby může být zkrácen do iniciály „a“. Dále jsem se rozhodl přidat dynamický grafický prvek, který by se mohl měnit podle použití. Tímto prvkem se staly černé překrývající se obdélníky, jejichž tvar by se mohl měnit v závislosti na nosiči, což by mohlo vypadat zajímavě právě v rozšířené realitě.

Poté jsem přistoupil k designu plakátů, webových stránek a příkladů uměleckých videoinstalací pro obsah webu galerie. V průběhu prací a experimentů jsem zjistil, že dříve navržený grafický prvek z obdélníků nefunguje, protože to vyžaduje poměrně mnoho prostoru a pozornosti, a přitom neobsahuje užitečné informace a neponechává prostor pro další obsah. Na druhou stranu jsem zjistil, že navržené písmo funguje lépe samostatně, protože přitahuje pozornost a zároveň nese informace. Pro větší rozmanitost a funkčnost jsem přidal ještě jedno neutrální bezserifové písmo Gestalte, které jsem navrhl už dříve pro jiný projekt.

Často začínám pracovat v černobílé paletě a v průběhu procesu přidávám barvu pouze podle potřeby, protože s barvou zacházím jako s nástrojem. V případě Augmenty se taková potřeba neobjevila – pro všechny materiály jsem se rozhodl použít černé pozadí, které vytváří čistý a neutrální prostor a odděluje jej od okolního reálného nebo rozšířeného prostředí. Kromě toho černobílá paleta vypadá elegantně z estetického hlediska.

Takto byl vizuální styl galerie postaven na použití dvou písem – unikátního a neutrálního, používaných hlavně v bílé barvě na černém pozadí. Na základě této kombinace jsem vytvořil návrhy plakátů pro prezentaci samotné galerie a pro virtuální výstavu. Dále jsem navrhl vizitky, na kterých je bílým písmem na černém pozadí uvedena kontaktní informace, velká písmena jsou použita k zdůraznění jména a na zadní straně je umístěno logo.

Dalším krokem bylo navrhnout příklady instalací v rozšířené realitě, tj. obsah galerie. Teoreticky by galerie měla fungovat na bázi mobilní aplikace, která by umožnila sledovat takové instalace v reálném čase prostřednictvím kamery telefonu. Takové technologie už existují (např. je používá Ikea), ale protože nejsem vývojář aplikací a nerozumím kódu, rozhodl jsem se vytvořit prototyp nebo vizualizaci těchto technologií. Pro tento účel jsem použil editor After Effects a jediný rozdíl spočívá v tom, že jsem přidal instalaci do videa, které bylo natočeno již dříve, a nikoli v aplikaci v reálném čase.

Umělecké instalace jsou kreativní částí, která předpokládá tvořivost umělce. Proto jsem se rozhodl navrhnout instalace s ohledem na identitu, ale s větší svobodou. Vzhledem k tomu, že rozšířená realita a animovaná



typografie jsou docela novými a málo prozkoumanými oblastmi designu, proces vytváření instalací byl spíše intuitivní a experimentální. Použil jsem různé filtry a efekty, a tak jsem se snažil dosáhnout zajímavých vizuálních výsledků. Nejtěžší bylo nejen vytvořit zajímavou animaci, ale také si promyslet, jak by to mohla fungovat v prostředí rozšířené reality. Zjistil jsem, že důležitou roli při přidávání animace do videa hraje i taková drobnost, jakou je stín, který doplňuje iluzi. Dalším důležitým aspektem je cyklická povaha pohybu, animace tedy nemá začátek ani konec a stává se trvale existujícím objektem.

Po dokončení animace jsem přistoupil k vytvoření webových stránek. Moje rozhodnutí znělo nepoužívat žádné šablony nebo programy a kód (html a css) jsem napsal ručně. Hlavním obsahem stránky je galerie videí zobrazujících některé instalace. Přidal jsem také kontaktní stránku a informační stránku „O nás“. Při přejetí myší přes hypertextové odkazy se písmo roztáhne, což vytváří zajímavý a interaktivní typografický efekt vhodný pro styl galerie.

Všechno výše uvedené jsem sestavil do grafického manuálu a uvedl v něm stručné instrukce a tipy.

## **Popis díla**

Výsledkem práce je vizuální styl galerie, který zahrnuje:

- logo – plnou a krátkou verzi, založené na firemním písmu;
- unikátní firemní písmo – neobvyklou eklektickou antikvu;
- doplňující písmo – neutrální grotesk Gestalte;
- plakáty;
- vizitku;
- web – tři stránky;
- příklady instalací v rozšířené realitě;
- grafický manuál.

## **Seznam použitých zdrojů:**

### **a) Knižní a periodická literatura**

1. ADAMSMORIOKA. Logo design workbook. Beverly, USA: Rockport Publishers, 2004. ISBN 1-59253-032-X
2. WHEELER, Alina. Designing brand identity. Fourth edition. Hoboken, USA: John Wiley & Sons, Inc., 2013. ISBN 978-1-118-09920-9
3. AIREY, David. Logo design love. Berkeley, USA: New Riders, 2010. ISBN 13 978-0-321-66076-3
4. LUPTON, Ellen. Thinking with type. Second, revised and expanded edition. New York: Princeton Architectural Press, 2010. eISBN 978-1-61689-022-3
5. RAND, Paul. A designer's art. New Haven and London: Yale University Press, 1985. ISBN: 9780300034837

### **b) Internetové zdroje**

SCHER, Paula. Dynamic brand identity: Designing logos that evolve [online]. Dostupné z: <<https://www.skillshare.com/classes/Dynamic-Brand-Identity-Designing-Logos-That-Evolve/239606488>>

## **Resumé bakalářské práce**

Основной целью моей работы было создание визуального стиля культурной организации, который отвечает современному языку графического дизайна и визуальной культуры. При выборе организации я старался совместить два аспекта – творчество и современность. Меня заинтересовал творческий потенциал технологий дополненной реальности. Как в ней может работать графический дизайн? Так я пришел к решению сделать визуальный стиль для художественной галереи в дополненной реальности, которую я назвал Augmenta (от английского Augmented Reality).

Поскольку выбранная мною тема предполагала использование весьма новых и еще развивающихся технологий дополненной реальности, было практически невозможно найти структурированную информацию, и работать пришлось экспериментируя и доверяясь интуиции. Нужно было создать узнаваемый визуальный язык, универсальную систему, которая работала бы не только в печати и на экране компьютера, как мы привыкли, но еще и в дополненной реальности.

Для создания идентичности галереи на любых носителях я разработал фирменный шрифт, уникальную и узнаваемую антикву, которая стала ключевой частью визуального стиля. Она используется вместе с дополнительным нейтральным шрифтом (разработанным мною ранее для другого проекта) в монохромной палитре, главным образом на черном фоне, создавая запоминаемую идентичность галереи.

В ходе работы я создал шрифт, применил его к плакатам и визиткам, разработал веб-сайт галереи, сделал примеры кинетических инсталляций и добавил их в дополненную реальность; все это я так же объединил в брендбук и сопроводил инструкциями и советами по использованию.

## **Seznam příloh:**

### **Příloha 1**

Nepoužité skici

### **Příloha 2**

Logo

### **Příloha 3**

Primární písmo

### **Příloha 4**

Doplňující písmo

### **Příloha 5a**

Vizitky

### **Příloha 5b**

Vizitky

### **Příloha 6a**

Web

### **Příloha 6b**

Web

### **Příloha 7a**

Plakát

### **Příloha 7b**

Plakát

### **Příloha 8a**

Příklady instalací v rozšířené realitě

### **Příloha 8b**

Příklad instalace v rozšířené realitě

### **Příloha 8c**

Příklad instalace v rozšířené realitě

### **Příloha 9**

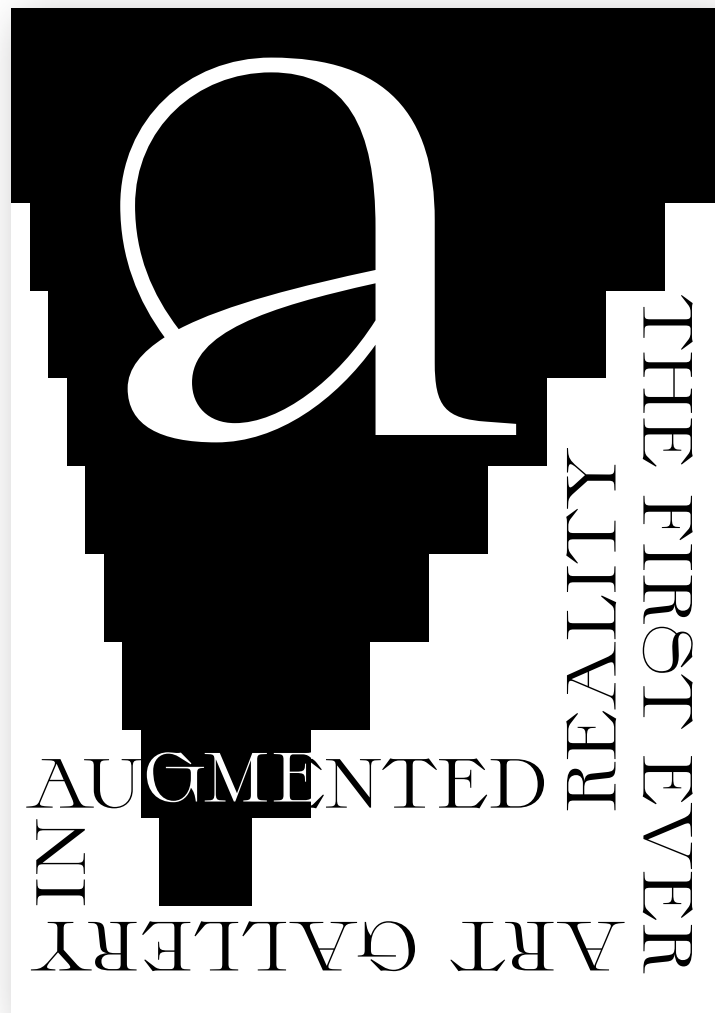
Grafický manuál

### **Příloha 10**

Příklad mapy

**Příloha 1**

Nepoužité skici



**Příloha 2**

Logo

augmenta

a

### **Příloha 3**

Primární písmo

Aa Bb Cc Dd  
Ee Ff Gg Hh  
Ii Jj Kk Ll Mm  
Nn Oo Pp Qq  
Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx  
Yyy Zz  
0123456789

## **Příloha 4**

Doplňující písmo

Aa Bb Cc Dd Ee

Ff Gg Hh Ii Jj Kk

Ll Mm Nn Oo Pp

Qq Rr Ss Tt Uu

Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789



**Příloha 5a**  
Vizitky

augmenta

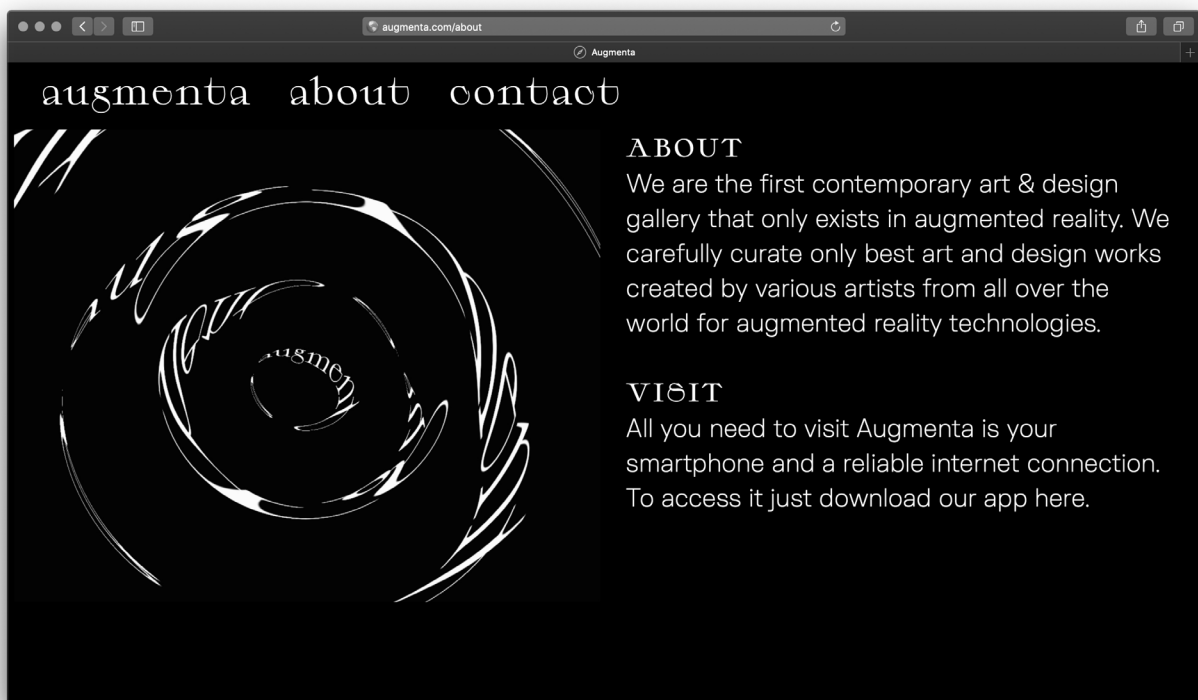
MICHAEL SMITH  
creative director  
smith@agmt.com  
563 768 976  
augmenta.com

**Příloha 5b**  
Vizitky



## Příloha 6a

Web



# Příloha 6b

## Web

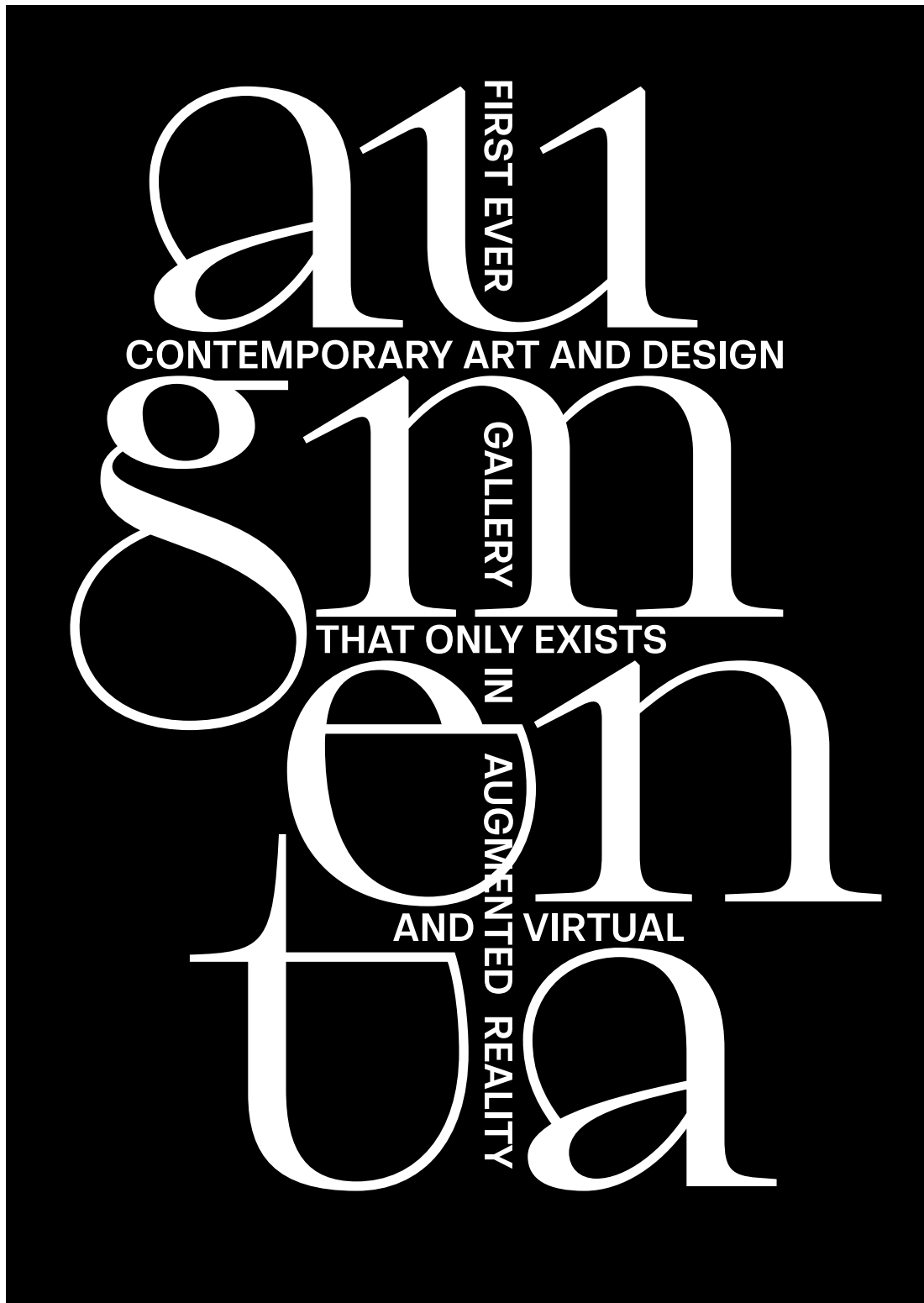


**Příloha 7a**  
Plakát



**Příloha 7b**

Plakát



## Příloha 8a

Příklady instalací v rozšířené realitě



## **Příloha 8b**

Příklad instalace v rozšířené realitě





## Příloha 8c

Příklad instalace v rozšířené realitě

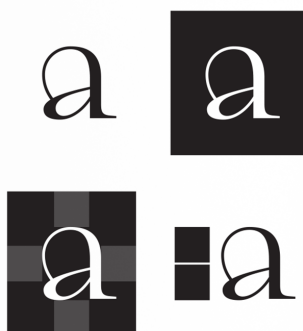


## Příloha 9

### Grafický manuál

## LOGO USAGE

The preferred background for the logo is pure black. In some cases it can be used on a white background, and also any other background for creative purposes, including photos, videos or augmented reality. In any case, the background should always remain clean, in order to keep the logo readable.



8

augmenta

augmenta

augmenta

The safe zone is being used to keep the logo readable and recognizable. It's easy to calculate by using the letter "a" for the full logo and a half of its height for the short version. This zone should always be clean from any other graphic elements, such as titles, other logos, texts or images.

9

**Příloha 10**  
Příklad mapy

