

**Západočeská univerzita v Plzni
Ústav umění a designu**

Bakalářská práce

**KOORDINOVANÝ VIZUÁLNÍ STYL NEZISKOVÉ
ORGANIZACE**

KLUB ČESKÝCH TURISTŮ

Soňa Brabencová

Plzeň 2012

**Západočeská univerzita v Plzni
Ústav umění a designu**

Oddělení designu

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Grafický design

Bakalářská práce

**KOORDINOVANÝ VIZUÁLNÍ STYL NEZISKOVÉ
ORGANIZACE**

KLUB ČESKÝCH TURISTŮ

Soňa Brabencová

Vedoucí práce: akad. mal. Ditta Jiříčková
Oddělení designu
Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2012

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

Plzeň, duben 2012

.....

podpis autora

OBSAH

1	Mé dosavadní dílo v kontextu specializace	1
2	Téma a důvod výběru	2
3	Cíl práce.....	3
	3. 1. Obecné cíle	3
	3. 2. Logotyp.....	4
	3. 3. Plakáty.....	4
	3. 4. Webová stránka	4
	3. 5. Brožura	5
	3. 6. Diplom	5
	3. 7. Potisk triček a tašky.....	5
4	Proces přípravy.....	7
	4. 1. Úplný začátek.....	7
	4. 2. Definice turistiky	9
	4. 3. O Klubu českých turistů.....	9
5	Proces tvorby.....	11
	5. 1. Tvorba logotypu.....	11
	5. 2. Tvorba plakátu.....	15
	5. 3. Tvorba citylightu	18
	5. 4. Vymýšlení sloganu	19
	5. 5. Tvorba webu.....	20
	5. 6. Tvorba banneru	20
	5. 7. Tvorba brožury	21
	5. 8. Tvorba diplomu – pamětního listu	22
	5. 9. Tvorba potisků.....	23
6	Technologická specifika	24
	6. 1. Vytváření dat pro tisk.....	24
	6. 2. Tisk a potisk	25
	6. 3. Vytváření dat pro internet.....	25
7	Popis díla.....	26
8	Přínos práce pro daný obor	28
9	Silné stránky	29
10	Slabé stránky	30
11	Seznam použitých zdrojů.....	31
12	Resumé v angličtině	32
13	Seznam příloh	33

1 Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

Vyjadřovat se ke svému vlastnímu dílu a navíc v kontextu celého mého oboru je těžký úkol. Za dobu šesti let, po kterou se věnuji grafickému designu, jsem vytvořila několik logotypů, plakátů, brožur, potisků, grafik, ilustrací a množství volných děl. Ačkoliv se ve své práci vyhýbám jednoduchým řešením a vyzkoušeným postupům, snažím se dbát principů, které jsou charakteristické pro grafický design obecně. Usiluji o jedinečnost a zapamatovatelnost vytvořených motivů, zároveň však o nepodřízenost aktuální době, hravost a jiný pohled na věc.

Má dosavadní práce na poli grafického designu ukazuje mou touhu po osobitém přístupu a využití vlastních nápadů nebo hravých detailů (připomenu svůj plakát *Grafikův špajz* pro výstavu grafických designérů, návrh logotypu pro akci Univerzitní upír či užití rentgenu vlastních zubů pro jeden z plakátů). Ráda zanechávám v návrzích drobný vtip či hříčku, jako například v ilustraci lesa se sovou nazvané *Le sýček*.

Doufám, že si svou tvůrčí otevřenost uchovám i nadále.

2 Téma a důvod výběru

Jako svoje téma jsem si vybrala koordinovaný vizuální styl neziskové organizace. Toto téma pokládám za přizpůsobitelné a dostatečně široké, navíc mám v grafice nejbližší k tvoření logotypů a tiskovin. Výběr námětu bakalářské práce probíhal na jaře, v čase, kdy se častěji vydávám do přírody. Při svých procházkách jsem si nemohla nevšimnout všudypřítomných turistických značek a rozcestníků. Věděla jsem o existenci jakéhosi Klubu českých turistů, ale dohromady jsem o něm netušila nic konkrétního. Začala jsem si všímat letáků rozmístěných po Plzni i okolních vesnicích, či článků o turistických pochodech v tisku. Následně jsem s plzeňským odborem klubu podnikla pěší túru. To bylo rozhodující, protože jsem si všimla nepříliš podařeného stylu propagace Klubu českých turistů (dále KČT), jakož i vysokého věku přítomných turistů. Zaslechla jsem povzdech některého z účastníků pochodu o tom, jak málo lidí se dnes chce hýbat a jak skromná je účast na aktuálních pochodech. Bylo mi hned jasné, že by se KČT měl vizuálně osvěžit a veřejně připomenout, aby začal lákat mladší členy a neměl tak problém s pokračováním v budoucnosti.

Činnost této organizace je mi osobně sympatická – ráda chodím na pěší výlety a těšilo by mě, kdyby se obliba tohoto druhu zdravého pohybu rozšířila mezi více lidí. Navíc v příštím roce KČT oslaví 135 let své existence.

Přiznám se, že jsem při vybírání námětu neměla ani nejmenší představu, jak téma zpracuji. Nepochybovala jsem o množství cest, které se naskytanou, a proto jsem pak byla překvapená, jak je těžké vyhnout se klišé a očekávaným tendencím.

3 Cíl práce

3. 1. Obecné cíle

Cílů své bakalářské práce jsem si uložila hned několik. Především vytvoření svébytného vizuálního stylu, který se dá snadno aplikovat na rozsáhlé spektrum materiálů. Styl nový, provázaný a zapamatovatelný, pevně spojený s Klubem českých turistů. Styl, který by znamenal funkční změnu vizuální podoby turistické organizace. Už na začátku práce jsem chtěla najít originální, jednoznačný a zároveň dostatečně použitelný motiv, který by mohl fungovat ve skutečném světě a ne pouze v uměleckém prostředí školy. Účastníky pochodů a členy KČT jsou všechny věkové kategorie, a ačkoliv chci vizuální stránku klubu osvěžit, musím stále myslet na všechny skupiny uživatelů.

Další cíl práce se pojí s mou touhou po hravosti a neotřelém přístupu – rozhodně jsem se chtěla vyhnout očekávaným řešením a klišé. Sama sobě jsem tedy zakázala motiv stopy, piktogramy chodců či fotky dokonalých rozesmátých turistů. Mým cílem bylo připomenout široké veřejnosti samotnou existenci turistů; upozornit že tato obnovená organizace stále funguje, rozvíjí se a že je možné se k ní snadno připojit. Také jsem chtěla ukázat, co dobrého turistika nabízí, a poukázat na její krásy.

3. 2. Logotyp

Do rozsahu svých prací pro KČT jsem zahrnula vytvoření nového logotypu, protože stávající značka¹ působí trochu nudně. Také vidím problém v jiné rovině – málokdo se s takovouto značkou ztotožní. Nevyvolává žádné pocity, málokdo si ji snadno vybaví. Navíc mě tvorba logotypů baví asi nejvíce ze všech disciplín grafického designu.

3. 3. Plakáty

Klub českých turistů ještě neměl svoji reklamní kampaň a právě celoplošnou propagaci by potřeboval nejvíce. K tomu nejlépe slouží plakáty a prosvícené zastávkové citylighty, protože předpokládám, že jedna velká potencionální cílová skupina se pohybuje právě veřejnou dopravou a snad každá cílová skupina přijde do kontaktu s plakátovacími plochami, či s klasickými nástěnkami ve školách a institucích. Avšak uznávám, že z finančního hlediska tato prezentace není ve skutečnosti pro KČT možná.

3. 4. Webová stránka

Současná webová stránka KČT² je i po dubnové změně stále vizuálně neatraktivní, zastaralá a především velmi nepřehledná. Odkazy na podstránky v menu odkazují ze tří různých míst na jednu a tu samou stránku a v množství tabulek na hlavní stránce se návštěvník těžko zorientuje. Za cíl mého návrhu webu jsem si uložila

¹ příloha č. 1 – současné logo Klubu českých turistů

² <http://www.kct.cz>, vyhledáno 3. 4. 2012

zpřehlednění a zjednodušení vizuální podoby stránky. Návštěvník této stránky přece potřebuje především informace.

Internetovou stránku jsem předtím ještě nenavrhovala a zde byla vhodná příležitost si to zkusit.

3. 5. Brožura

Tvorba brožury je spjata s představou celoplošné kampaně - tato drobná tiskovina bývá její běžnou součástí. Brožura poskytuje, na rozdíl třeba od citylightu, více informací. Lidé si ji můžou vzít domů a tam v klidu prolistovat, či prohlížet při čekání na úřadě či ve školách.

3. 6. Diplom

Diplom je tradiční turistická tiskovina, potvrzující uznání vztahující se k úspěšnému dokončení pochodu. Větší a každoročně pořádané pochody KČT mají obvykle svoje vlastní, dobře zpracované diplomy. Ty ostatní mívají zpravidla návrh vytvořený jedním z činovníků turistů, nejčastěji v programu typu Microsoft Word, plný automatických textů s nevkusnými efekty. Pro tyto menší akce jsem chtěla vytvořit jednotný a vzhlednější diplom, kam se doplní informace o akci pomocí razítka či ručního psaní, jako se to běžně dělá u ostatních diplomů.

3. 7. Potisk triček a tašky

Tento zábavný a studenty grafického designu oblíbený předmět jsem mezi své práce zařadila proto, že se pro organizaci, jakou je Klub českých turistů, náramně hodí. Ze svého okolí vím, že lidé rádi vyjadřují příslušnost k nějaké sociální skupině právě těmito

prostředky (například skauti pyšně nosící trička s novým svěžím logem českého skautingu). Tím se dále rozšiřuje povědomí o dané organizaci, protože trička jsou stále na očích. Nositeli upevňují pocit členství v dané skupině. Mým cílem bylo vytvořit potisky korespondující se zbytkem kampaně, jasně vizuálně propojené s novým vzhledem KČT a zároveň běžně nositelné.

4 Proces přípravy

4. 1. Úplný začátek

Hned o letních prázdninách, po odevzdání zadání bakalářské práce, jsem se začala zajímat o hlavní bod programu KČT, a to sice o turistické pochody. Přihlásila jsem se k odběru newsletteru KČT do e-mailové schránky, absolvovala jsem tři pochody (například pochod Kolem Starého Plzeňce) a zúčastnila jsem se čtyřdenního výletu na Moravu s plzeňským odborem KČT Bolevec. Takže jsem získala diplomy čestnou cestou. Také jsem získala zkušenosti a povědomí o chodu a stylu organizace. Všimla jsem si, kolik poznání se dá vstřebat za krátký časový úsek. Viděla jsem hrady, zámky, muzea, přírodní zajímavosti, města, vesničky, výhledy do krajiny, divoká zvířata, pestrou paletu rostlin a mnoho dalšího.

Po těchto zážitcích byl můj náhled na pěší turistiku zcela pozitivní. Vždyť nejen, že člověk chůzí dělá něco pro svoje zdraví – ještě zároveň poznává svoji vlastní zemi a také má čas přemýšlet a rozjímat. Pak jsem si ujasnila i historii KČT a turistiky obecně.

Bohužel jsem nezískala žádného spojence z řad věrných turistů. Naivně jsem očekávala, že moje nabídka vytvoření vizuálního stylu někoho zaujme nebo potěší, ale nestalo se tak. Proto nadále moje práce probíhala bez zpětné vazby od členů KČT. Na druhou stranu chápu, že vedoucí osoby jednotlivých odborů KČT si vytvářejí tiskoviny a weby sami, nad rámec svého zaměstnání a náročné činnosti v klubu, takže se mohli cítit mými slovy o novém vizuálu dotčeni. Samozřejmě uznávám, že v jejich podmínkách časových, technických i finančních je těžké věnovat pozornost těmto věcem.

Dále bylo nutné zjistit, jak se vizuálně prezentují další podobné organizace za hranicemi. Díky internetu to nebyl až tak složitý úkol. Podobnou organizací, jako je náš Klub českých turistů je i American Hiking Society (americká turistická společnost), jejíž logo tvoří tři počáteční písmena názvu zformovaná do jasně rozpoznatelného tvaru stopy lidské boty³. Toto logo působí jasně a čistě, ačkoliv mám výhrady k použitému písmu. Jistě je to i logo funkční, ale velmi neoriginální, protože motiv stopy užívá velká spousta dalších logotypů pro účely pěšího turismu.

Maďarská asociace přátel přírody (Magyar Természetbarát Szövetség), která se zabývá kromě životního prostředí i zajišťováním turistických tras, se prezentuje nepovedeným redesignem starého loga Přátel přírody. V kroužku vidíme motiv hor, květin a potřásajících si rukou⁴.

Prohlédla jsem si i několik dalších logotypů obdobných sdružení v jiných zemích a dospěla k závěru, že nový logotyp by potřebovala velká část z nich.

Co se týče turistických plakátů, hledání na internetu bylo složité a neproduktivní. Turistické spolky totiž o sobě nedávají vědět v obecné rovině. Tisknou plakáty na jednotlivé akce a ne plakáty obecně zvoucí do jejich řad. Lze najít plakáty propagující prospěšné účinky obyčejné chůze, ale buď ve skutečnosti propagují značkovou turistickou výbavu anebo jsou vydávány zdravotnickými organizacemi.

³ příloha č. 2 – logo American Hiking Society

⁴ příloha č. 2 – logo Magyar Természetbarát Szövetség

4. 2. Definice turistiky

Pro jasné vymezení pojmu turistika uvedu pro jistotu slovníkovou definici. „Turistika: souhrn činností využívajících aktivní pohyb a pobyt v přírodě k poznávání společenských a přírodních poměrů zvolené pobytové oblasti i k rozvíjení kondice a posílení psychického zdraví. Velký rozmach turistiky nastal zejména začátkem 19. stol.; v českých zemích k němu mj. přispěli K. H. Mácha či V. Náprstek. Turistika se dělí podle charakteru přesunu na cykloturistiku, lyžařskou, mototuristiku, turistiku pěší a vodní, atd. Turistika zahrnuje mj. vycházky, výlety, túry, putování, putovní táboření, dálkové pochody či jízdy, přechody, přejezdy, splutí vodních toků, expedice.“⁵

4. 3. O Klubu českých turistů

„Klub českých turistů byl založen 11. června 1888 z iniciativy nadšenců v čele s Vilémem Kurzem st. (předseda Národní jednoty Pošumavské), Františkem Čížkem (předseda Národní jednoty Severočeské) a architektem Vratislavem Pasovským. Za předsedu si ustavující sjezd nové turistické organizace sice zvolil známého cestovatele a veřejného činitele Vojtěcha Náprstka, ten plnil svoji úlohu známé osobnosti v čele klubu, ale práci v klubu se mnoho nevěnoval a předsednické místo již po půl roce opustil na první valné hromadě KČT v lednu 1889. Dnes má necelých 40 tisíc členů. Základní organizační jednotkou KČT jsou odbory, které se sdružují do 14 oblastí, totožných s hranicemi krajů. Vše zastřešuje Ústředí KČT se sídlem v Praze.

⁵ *Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích*. Svazek 8, TŽ. Praha: Diderot, 1999. ISBN 80-902723-0-4. s. 159.

Členové KČT organizují každoročně přes tisíc akcí určených pro členy klubu i neorganizované zájemce o všechny druhy turistiky - pěší, cykloturistiku, lyžařskou a vodní turistiku, mototuristiku, speleoturistiku⁶, vysokohorskou turistiku, turistiku zdravotně postižených a nejnověji i hipoturistiku⁷.“

Historie KČT je velmi bohatá, avšak pro moji práci stačí uvést jen nejdůležitější data. „V letech 1918 až 1938 byl KČT nahrazen Klubem československých turistů, v letech 1948 až 1990 byl zakázán a nahrazen sjednocenou tělovýchovou. Od roku 1990 svou činnost obnovil.⁸

A ještě pár slov o logu, převzatých z wikipedie: „Současný symbol klubu je chráněn jako ochranná známka, obsahuje graficky upravený text názvu klubu v národních barvách a je používán od roku 1939, jeho užívání bylo obnoveno v roce 1990. Logo se vyvinulo postupnými anonymními úpravami původního znaku. Dále klub vnímá jako symbol prvky turistického značení cest, tj. čtyřbarevné pásové značení. K 1. lednu 2008 klub udržoval 39 816 km pěších tras.“⁹

⁶ Speleoturistika = turistika se zájmem o jeskyně a podzemní prostory

⁷ Hipoturistika = spíše poznávací cestování na koni bez zájmu o velký sportovní výkon

⁸ <http://www.kct.cz/cms/historie-kct>, vyhledáno 2. 4. 2012

⁹ http://cs.wikipedia.org/wiki/Klub_%C4%8Desk%C3%BDch_turist%C5%AF, vyhledáno 29. 3. 2012

5 Proces tvorby

5. 1. Tvorba logotypu

Vždy začínám svou práci na výtvarných návrzích s obyčejnou tužkou a papírem. U logotypu tomu nebylo jinak. První myšlenky se stále točily v kruhu kolem známého turistického značení – bílý proužek nahoře, barevný uprostřed, bílý proužek dole. Klasická česká turistická značka, vyskytující se na ukazatelích rozcestníků, kmenech stromů, na sloupech, na plotech, na skalách. Ptala jsem se kamarádů a všichni si tento prvek bez problémů vybavili. Navíc název klubu tvoří tři slova, což nahrávalo myšlence udělat logotyp úplně jednoduchý, typografický, s užitím barevnosti z turistických značek. Slovo „Klub“ bylo v návrhu tvořeno bílými písmeny s černým obrysem, slovo „českých“ mělo plnou červenou výplň bez okraje a „turistů“ bylo opět bílé s černými obrysy¹⁰.

Hodně dlouho jsem se tohoto návrhu držela, až mi někdo, koho bohužel nemohu jmenovat, pomohl o tomto návrhu přemýšlet v jiných rovinách, mimo jiné v rovině použitelnosti. Tato drobná poznámka mě přinutila svůj návrh zcela přehodnotit a jsem za to vděčná. Použití obrysů písma mi přišlo vždy problematické, ale nepřipouštěla jsem si to, protože jsem jednoduše jiný nápad neměla. Po následném přemýšlení o mém původním cíli jsem dospěla k závěru, že takto nedořešený a nezajímavý logotyp opravdu nemohu odevzdat jako součást své bakalářské práce.

Nastala doba hledání. Přechodem mezi zmíněným návrhem a konečným logotypem byla myšlenka využití tkaniček do bot jako motivu loga. Skicu „tkaničkového“ loga jsem sdílela pomocí sociálních sítí, kde jsem se, naštěstí pro mě, dočkala negativní

¹⁰ příloha č. 3 – vývoj logotypu, položka A

kritiky. Tato situace mě navedla k hlubšímu přemýšlení o smyslu a významu KČT. Mezitím už jsem dostala nápad na zpracování plakátů a dalších tiskovin. Dějala jsem tedy souběžně na logotypu a prvních návrzích pro plakát.

Uvědomila jsem si, jak je klub propojen s historií České republiky. Jak byl v dobách minulých závislý na státním zřízení, kolik si toho tato organizace vytrpěla. Nyní se však těší svobodě a rozvoji. Síť turisticky značených tras stále obnovují dobrovolníci – odhodlaní vitální lidé, Češi různého věku, oddaní turisté se zájmem o krásy naší země. V jiných zemích nemá organizovaná turistika či venkovní značení zdaleka takovou tradici a dobrou organizaci, jako u nás. Na to bychom měli být pyšní.

Po těchto úvahách jsem byla rozhodnuta propojit KČT se zdravým vlastenectvím, které by podle mého názoru ke klubu turistů mělo i nadále patřit (základní varianta současného oficiálního loga KČT obsahuje národní barvy – červenou, bílou a modrou). Národní symbol dvouocasého lva byl námět, který mi bez váhání přišel pro tento účel dokonalý.

Český lev ve velkém i malém státním znaku¹¹ je obrácen doleva, a protože je stylizovaně zachycen ve skoku, kompozice jeho končetin působí dynamicky. Při zběžném pohledu si můžeme představit, že dvouocasý lev vlastně svižně kráčí. Napadlo mě tedy udělat z našeho českého lva zapáleného turistu. Konečně jsem měla ten zvláštní pocit jistoty, že je to ono a že má smysl nápad použít.

Můj první návrh založený na nápadu se lvem¹² – turistou skoro přesně kopíroval tvary, proporcemi a úhly končetin původního

¹¹ příloha č. 4 – malý státní znak

¹² příloha č. 3 – vývoj logotypu, položka B

českého lva, avšak ve velkém vizuálním zjednodušení. Také jsem odebrala korunu z jeho hlavy, protože na túru se královská koruna vyloženě nehodí.

Návrh obsahuje název KČT formátovaný ve třech řádkách pod sebou, protože výsledný tvar textu zrcadlí lva a vyrovnává tak působení pravé a levé strany. Užití bezpatkové písmo se k jednoduchému ilustrativnímu prvku lva hodí nejlépe.

Výsledná postavička lva působí až trochu komicky i přesto, že jsem opravdu vycházela z postavení anatomie originálu. Neohrožený lev se proměnil ve veselého kocoura v botách s nevěrohodným vyjádřením chůze. Lva - turistického čtveráka, jsem včas zkonzultovala s vedoucí práce a tím jsem získala potřebný nadhled a brzy se posunula k dalšímu vývoji návrhu dvouocasého logotypu.

V další fázi jsem se oprostila od anatomie lva v českém znaku a hledala pro něj vhodný vzhled pomocí volných skic¹³. Také jsem se začala více zajímat o to, jak vypadá skutečný lev z říše zvířat. Ze skic vyšel podklad pro překreslení v počítači, ze kterého vznikla další varianta loga¹⁴.

Lev konečně začal působit jako živý tvor, zachycený v přirozeném pohybu chůze, již bez obuvi a s detailnější hřívou. Typografie zůstala stejná. Jenže výsledný návrh postrádal estetickou hodnotu a lev se stal zaměnitelným za jiné zvíře, jak jsem si i ověřila předkládáním návrhu kamarádům.

V této chvíli jsem měla tvůrčí krizi, protože mi přišlo, že nejsem schopná nakreslit lva, který by byl snadno identifikovatelný, přirozeně se pohybující a ještě zároveň elegantní. Vrátila jsem se od

¹³ příloha č. 5 – skici k logotypu

¹⁴ příloha č. 3 – vývoj logotypu, položka C

počítače opět zpátky k tužce a papíru, ale ruční skici stále vypadaly lépe než později na monitoru počítače.

Bylo nutné Iva znovu obout do turistické obuvi pro snadnější rozpoznání jeho významu a zapracovat na hřívě, která nepůsobila dobře. Po mnoha a mnoha úpravách jsem konečně našla vyhovující podobu¹⁵. Lev získal jasnější a elegantnější tvary, odhodlání ve výrazu a správnější obuv. Také jeho tělesný postoj se více přiblížil rázné chůzi. Úpravy se dočkal i text, který teď vhodněji doplňuje celkovou kompozici logotypu. Z několika vhodných bezpatkových písem v pomyslném užším výběru jsem vybrala písmo Brandon Grotesque. Tato volba se ukázala správnou i v dalších tiskovinách, kde využívám tučnější řezy z šestičlenné písmové rodiny Brandon Grotesque. Střídmé, oku lahodící tvary písma jsem si v průběhu práce více oblíbila.

Základní barevná varianta dvouocasého logotypu pro užití v barevném tisku a na internetu obsahuje modrozelenou barvu použitou na text a na tvar Iva. Modrá symbolizuje nebe a zelená zemi, proto jsem užila odstín na pomezí těchto barev. Modrozelenou barvu tvoří 88% azurová a 74% žlutá. Nechtěla jsem do základní varianty vnášet barvy navíc, aby bylo logo snadno vyrobitelné například řezacím plotrem. Tím šetří potenciální náklady na tisk a výrobu. Logo se dá užít i v černobílé variantě, pozitivní i negativní.¹⁶

Protože KČT se dělí na odbory se svými vlastními názvy, bylo nutné vytvořit ještě variantu pro tyto sekce. Aby se udržela vyváženost motivu a textu, nemohl již název odboru pokračovat pod názvem klubu. Proto jsem v tomto případě text zarovnala na střed.

¹⁵ příloha č. 3 – vývoj logotypu, položka D

¹⁶ příloha č. 6 – finální podoba logotypu, varianty

Vytvořila jsem tři varianty¹⁷ s kratšími i delšími názvy odborů KČT, aby bylo patrné, že návrh bude fungovat i s různými délkami písmových řádek. Aby lev nad písmem nelevitoval, usadila jsem jej na řádku o tloušťce stejné, jako je jeho ocas. Varianty loga pro odbory jsou tak kompaktnější a ucelenější.

5. 2. Tvorba plakátu

Už při práci na logu jsem dostala nápad na zpracování hlavního motivu kampaně pro KČT. Hned jsem měla pocit, že je to to pravé, co hledám. Jak je vidět na původní skice¹⁸ z podzimu 2011, jde o námět klikaté cesty, která je složena z různých dílků, obsahujících odlišné prvky převzaté z krajiny v neexistující perspektivě, obklopujících ústřední cestičku.

Tento klíčový nápad vzešel z mého přesvědčení, že je důležité lidem připomenout, co nabízí a obsahuje cesta českou krajinou. A že cesta nemusí být zobrazena realisticky.

Původně tedy mělo jít o jednotlivé dílky, ze kterých si každý může složit svoji vlastní cestu dle osobních preferencí. Někdo si přeje být obklopen čistou přírodou, někdo se více zajímá o historické památky, ... Skicovala jsem si různé kompozice cest, hledala hezké a zajímavé prvky pro dílky cesty, probírala prožité okamžiky s KČT. Stále jsem si byla jistá, že tímto způsobem budu pokračovat a zpracuji tak finální podobu vizuálního stylu. Jen jsem nebyla rozhodnutá, jak myšlenku s dílky cesty zpracuji. Nabízel se způsob překreslení skic do vektorové grafiky pomocí programu Adobe Illustrator. Vektory by se dobře vytvářely, působily by čistě, svěže a moderně. Avšak s vektory pracuji často a někdy mi to přijde jako

¹⁷ příloha č. 7 – varianty loga pro jednotlivé odbory KČT

¹⁸ příloha č. 8 – skica k motivu plakátu

cesta nejmenšího odporu. Lákalo mě zkusit si práci s fotografickými kolážemi. Líbí se mi styl nezávislého studia Amanita Design¹⁹, které vytváří úchvatné scénérie ve svých počítačových hrách, v hudebních klipech a ilustracích. Jejich originální a poetický styl pro mě představuje nezdolnou osobitost, kterou si tvůrci stále uchovávají. Bude to znít neuvěřitelně, ale právě kvůli mému obdivu ke studiu Amanita Design jsem se rozhodla pro tvorbu hlavního motivu kampaně pomocí bitmapové grafiky, v programu Adobe Photoshop. Druhým důvodem byla touha zkusit si, jak se tvoří kolážovitá grafika z reálných fotek.

První návrh plakátu jsem tvořila rovnou do formátu B1, uvedeného v zadání. Všimla jsem si, že původně zamýšlené měřítko dílků je pro tiskovinu většího formátu nevhodné, grafika by byla pro plakát příliš drobná. Zvětšila jsem tedy rozměr a začala tvořit jednotlivé dílky v samostatných souborech; tím se práce na počítači urychlila a již nebylo tolik technických problémů způsobených přetížením pracovního počítače.

Shromáždila jsem fotky pořízené při výletech s KČT a z nich poté vyřezávala tvary a objekty pro přidání do koláže, tvořící jeden dílek. Vzpomínala jsem při tom na své zážitky z pěších výletů a v podstatě je zhmotňovala. Když jsem potřebovala vytvořit například dílek z jehličnatého lesa, otevřela jsem si fotku větví jedle a z ní vyřízla tvar koruny jehličnatého stromu. K tomu jsem přidala tvar kmenu, vyříznutého z fotky opravdového kmenu a pak složila části dohromady, sjednotila barevnosti, dokreslila logicky umístěné stíny, upravila kraje kmenu, aby nebyly rovné a vypadaly živěji. Výsledný strom pak putoval k tvaru cesty, vyříznuté z fotografie lesní cesty. Strom jsem pomocí nástrojů s nastavenou poloprůhledností

¹⁹ <http://amanita-design.net/index.html>, vyhledáno 21. 4. 2012, viz též příloha č. 9

zapustila do objektu cesty a tak se dvě části staly jedním celkem. Aby nebyl úsek cesty holý, bylo nutné jej složit z více prvků. Takže proces se stromky jsem provedla ještě třikrát, dále bylo nutné najít vhodný motiv na doplnění mini scenérie, třeba fotku houby a dílek cesty doplnit o oříznutou houbu. Podobně složitě vznikalo všech 36 dílků cesty, vytvořených pro použití na plakátu a ostatních materiálech.

Krom vykukující sovy užití v jednom dílku z lesního prostředí jsem všechny součásti koláží viděla na vlastní oči a tím pádem se dá má práce označit za autentickou, bez vymyšlení si. Některé součásti koláže nepochází z mého fotoarchivu. Několik snímků, převážně zvířat, jsem vyhledala na internetu ve volných galeriích.

Když jsem měla vytvořeno dostatek částí pro složení kompozice plakátu B1, předkreslila jsem si cestu do formátu a plnila ji hotovými dílky. Původně šlo o samostatné dílky, oddělené volným prostorem, avšak opticky navazující v jednu trasu. Plakát vytvořený takto působil nekompaktně a komplikovaně. Po další konzultaci s vedoucí mé práce jsem se rozhodla dílky spojit v jednu cestu, vinoucí se celým plakátem. Rozhodnutí cesty spojit mi zajistilo práci navíc při spojování částí do navazujícího celku. Některé dílky bylo třeba předělat, aby si navzájem nevadily v hotové kompozici. Ale jsem za toto rozhodnutí ráda. Spojený motiv rozhodně lépe vypadá a také je logičtější.

Při pohledu na kolážovitý výjev probíhající cesty by člověk neřekl, kolik práce se za takovým obrázkem skrývá. S výtvarným výsledkem jsem spokojená; myslím, že jsem si bohatě vyzkoušela práci v programu Adobe Photoshop a měla jsem možnost uplatnit své oblíbené hravé detaily.

Na plakátu jsem si při komponování cesty do formátu budovala i klidný, prázdný prostor na krátký text, na logotyp, a pro odkaz na webové stránky klubu. O textu, který plakát doplňuje, píš dále v samostatném odstavci *Vymýšlení sloganu* na straně 19. S výsledným plakátem²⁰ jsem spokojená.

Tvorba plakátu určila směr, kterým se poté ubírala celá nová podoba vizuálního stylu pro KČT.

Při dokončování plakátu formátu B1 jsem přehodnotila svůj záměr vytvořit podobné plakáty, jen různého rozměru. Zalíbila se mi představa užití městského citylightu. Měla jsem připravenou jakousi knihovnu s paletou různých obrazových dílků cesty, ze které stačilo vybírat a skládat další varianty trasy.

5. 3. Tvorba citylightu

Po práci na plakátu B1 už jsem měla vyzkoušené, jak co funguje a co dobře vypadá, v zásobě jsem měla ještě několik nevyužitých prvků a hlavně jsem se těšila na tvorbu velkého formátu, který jsem ještě nikdy nezpracovávala. Rozkreslila jsem si tedy novou kompozici, která mohla být díky větší ploše formátu mnohem bohatší a rozvinutější. Vycházela jsem opět z osobních poznatků, že když se octnu tváří v tvář citylightu, je to buď v situaci, kdy čekám na dopravní spoj, či se ukřívám na zastávce před špatným počasím a v obou případech tedy mám čas a z dlouhé chvíle si prohlížím zastávku včetně všech reklam.

Citylight rovněž může pojmout více rozmanitosti, a proto jsem do kompozice cestičky přidala i zimně a podzimně laděné úseky.

²⁰ příloha č. 10 – finální podoba plakátu B1

Došly mi dílky a v průběhu skládání kompozice na citylight jsem si jich musela ještě několik přidělat a vhodně upravit i některé stávající.

Výsledný citylight²¹ se mně osobně líbí asi nejvíce ze všech vytvořených tiskovin. Uplatnila jsem na něm velkou část typických malebných českých reálií. O doplňujícím textu píši v následující kapitole.

5. 4. Vymýšlení sloganu

Celá kampaň osvěžující vizuální stránku KČT vyžadovala nějaký slogan. V počátečních fázích jsem se snažila do co nejkratšího vyjádření vložit co nejvíce myšlenek. Vyšel z toho slogan „*Cesty za zdravím, poznáním i zábavou s Klubem českých turistů*“. Zní to velmi těžkopádně. Dokud mě nenapadlo něco jiného, používala jsem toto dlouhé spojení v návrhu plakátu.

V cestě za lepším sloganem jsem se snažila vyextrahovat to nejdůležitější, co by mělo lákat potenciálního zájemce o turistiku do klubu. Ve snaze o postihnutí všech pozitivních aspektů turistiky jsem narazila na nesrozumitelnost a překombinovanost.

Líbilo se mi „*Na dobré cestě*“, ale zní to nezáživně a mnohoznačně. Nad sloganem „*Cíl se vždycky najde*“ nakonec zvítězilo jednoduché a výstižné „*Pojďte s námi!*“. Myslím si, že toto zvolání přesně vyjadřuje myšlenku celého klubu a vlastně i mého redesignu. Zveme Vás, pojdte s námi, máme otevřenou náruč a vítáme každého. Rádi chodíme a rádi Vás mezi sebe přijmeme.

Písmo jsem užila stejné, jako v logu, tedy Brandon Grotesque. Bílé na zeleném poli proto, že v tak rozmanitém poli plakátu by obyčejný barevný text neobstál. Tento plnobarevný rámeček

²¹ příloha č. 11 – finální podoba citylightu

s textem navíc kompozici zklidňuje a je dobře čitelný. Aplikovala jsem jej na plakát B1, citylight, brožuru, web i potisky.

5. 5. Tvorba webu

Jak jsem již zmínila, nikdy předtím jsem webovou stránku nenavrhovala. I zde jsem začala proces tvorby skicováním. Nejprve bylo nutné aktuální obsah stránek KČT usměrnit, zpřehlednit, zjednodušit menu, propojit web s novým vzhledem. Sestavila jsem nové menu, kratší než původní a přesto obsahující vše nejdůležitější. Postupně jsem vyškrtávala nedůležité položky z hlavní stránky a přesouvala je do podkategorií v rozbalovacím menu. Zachovala jsem malý rámeček na náhodný tip pro výlet, jehož obdoba je na aktuálních oficiálních stránkách KČT a přijde mi to jako dobrý nápad.

Od začátku jsem chtěla vytvořit klasický web s čistým vzhledem. Zvolila jsem bílou barevnost. Jednotlivé tabulky jsou tvořeny pouze lehkým ohraničujícím stínem. Zjednodušováním a variacemi jsem dospěla k finální podobě²² světlého webu s pojícím motivem kolážovité cestičky v pozadí.

5. 6. Tvorba banneru

Při přehodnocování záměru udělat tři tištěné plakáty různých rozměrů mi přišlo přínosnější zahrnout do své bakalářské práce nové úkoly, které jsem ještě neměla možnost si vyzkoušet. Napadlo mě zkusit si vytvoření pohyblivého banneru pro umístění na internetové stránky. Pro účely KČT se hodí - chci, aby lidé chodili na stránky KČT a získávali informace o klubu.

²² příloha č. 12 – finální podoba webu

Od začátku jsem měla jasnou představu o podobě mé malé animované reklamy. Tuto představu jsem realizovala a více o ní píší v kapitole „Popis díla“.

5. 7. Tvorba brožury

Podobně jako u banneru a webu jsem měla u brožury předem určitou představu, jak úkol vyřešit. Tištěnou brožurou musí KČT lákat zájemce o turismus, ukazovat jeho pozitivní stránky a podávat základní informace. Vytvořila jsem si další obrázkovou cestičku ze svého archivu dílků, aby dobře korespondovala s textem pro přední stranu; nyní trasu velmi bohatou a v drobném měřítku, protože brožura je určena pro prohlížení z blízkosti a detaily si může dovolit.

Sestavila jsem důležité body s pozitivními sděleními o KČT a sepsala je do krátkých textů. Na papírové maketě jsem si našla vhodný rozměr tiskoviny, vytvořila místa pro překládání, ověřila rozmístění prvků, a tak se informace o klubu dostaly dovnitř brožury. Pravá část cesty přechází přes titulní stranu brožury²³.

Z několika variant rozmístění textu na úvodní stránku jsem nakonec využila zarovnání na střed a stejnou barevnost, jako u loga. Bloky textu uvnitř brožury jsou umístěné na barevných obdélnících. Tento typ zvýrazňování jednotlivých bodů působí pozitivně a odděluje od sebe významy obsažených textů. Obecné informace o KČT jsem umístila na poslední stranu vnitřní strany, dokud je pozornost čtenáře brožury ještě aktivní.

²³ příloha č. 13 – finální podoba brožury

5. 8. Tvorba diplomu – pamětního listu

V zájmu zachování jednotného vizuálního stylu KČT jsem zvolila pro diplom stejný motiv, jaký se objevuje v dalších materiálech. Ze skic umístění obrazové cestičky jsem vybrala jednodušší, neobsáhlou kompozici. Malá tiskovina, jako je diplom, si vystačí jen se čtyřmi dílky poskládanými do tvaru ubíhající cesty. Tento krátký úsek cesty u kraje formátu končí, což má symboliku diverzity možného pokračování cesty. Každý pochod s KČT se odlišuje, proto může trasa za rozcestníkem pokračovat jakkoliv. Vybrala jsem dílky symbolizující malebné české prostředí.

Teprve při rozmyšlení typografického rozvržení mi došlo, že turisté častěji než výraz „diplom“ používají název „pamětní list“. Vzhledem k tomu, že u KČT není hlavním cílem pochodů podávání rekordních sportovních výkonů, ale spíše zdravé putování a poznávání, přišlo mi logičtější užít výraz „pamětní list“.

Ideálním formátem pro pamětní list²⁴ se ukázala velikost A5 – pojme krátké texty, které v pamětním listu musí být. Tisk je proveden na papír s vysokou gramáží, aby byl podpořen slavnostní ráz pamětního listu.

Hledání správného měřítko písma byla nejobtížnější část řešení pamětního listu. Nejdříve bylo písmo příliš drobné, což se na monitoru počítače nezdálo, ale při tisku už to bylo jasné. Pak jsem si už každou variantu poměrů písma ověřovala tiskem. Ke konečnému rozvržení velikosti písma jsem zvolila odpovídající tloušťku tahu pro čáru, na kterou se doplňuje jméno účastníka pochodu. Při tvorbě diplomu, později pamětního listu, jsem vycházela ze sesbíraných diplomů vlastních a z návrhů nalezených na internetu.

²⁴ příloha č. 14 – finální podoba pamětního listu

5. 9. Tvorba potisků

Při tvorbě potisků²⁵ pro pánské a dámské tričko i tašku jsem opět vycházela z prvků užitých na ostatních materiálech. Motiv bohaté cesty propojuje celý výsledný vizuální styl, který jsem pro KČT vytvořila. Hodí se i pro potisk oděvního textilu. Jelikož pozadí mého plakátu i ostatních prací je bílé, vybrala jsem bílá i trička a tašku k potištění.

Pro začátek tvorby potisku jsem si opět pospojovala dílky do nové cestičky. Hlavní motiv spočívá na prsou triček, jak bývá zvykem, jiné umístění by mi ani nepřišlo vhodné. Cestu jsem doplnila logotypem a svým sloganem „*pojd'te s námi!*“. Nejdříve nápis doplňoval logotyp pod cestou, ale tato kompozice byla přetížená k pravé straně. Pak mě napadlo využít záda triček, což se ukázalo jako dobrý nápad. Když bude tričko někdo nosit, lidé při pohledu na jeho záda uvidí motivující nápis „*pojd'te s námi!*“. Tričko má význam v propojení celého vizuálního stylu. Dámský potisk je menší v závislosti na velikosti trička a pánský potisk tvoří o tři dílky cesty více.

Tašku jsem nechala potisknout stejnou cestičkou s logotypem, avšak už bez sloganu, protože jeho přítomnost na tašce nemá takový příhodný význam, jako na zádech triček.

²⁵ příloha č. 15 – finální podoba potisků (tričko pánské, dámské, taška)

6 Technologická specifiká

6. 1. Vytváření dat pro tisk

Samostatné dílky cesty jsou vytvořené v programu na bitmapovou grafiku Adobe Photoshop. Pracovala jsem s fotografiemi převzorkovanými na rozlišení vhodné pro tisk, což je 300 DPI²⁶. Z nich jsem pomocí nástrojů pro výběr vyřezávala požadované tvary a ve vrstvách skládala tyto části do celků, které obklopují různé tvary cesty. Bylo ještě nutné obrazy sjednotit barevně a vytvořit odpovídající stíny a okraje vyčnívajících objektů. Hotové součástky na cestu jsem pak pro konkrétní materiály skládala k sobě a začišťovala, stále v Adobe Photoshopu.

Vektorovou grafiku z křivek jsem formovala v programu Adobe Illustrator, což znamená práci s písmem a logotypem. Logo se lvem je celé tvořeno tak, aby bylo zpracovatelné i například vyřezáváním (plotr).

Vektory a bitmapy jsem pak dávala dohromady do formátů jednotlivých materiálů pomocí programu Adobe Indesign. Hotové obrazy jsou pak exportovány do formátu .pdf²⁷ se správným nastavením pro tisk (300 DPI; barvy v tiskovém barevném režimu CMYK, založeném na míchání barevných pigmentů; ořezové značky dokumentu). Protože plakát, citylight, brožura i pamětní list jsou určeny pro běžný tisk, použila jsem ještě šikovný program Acrobat Distiller, který dokument vhodně připraví a sbalí do datově méně objemného souboru.

Když jsem si zjistila cenu tisku pravého citylightu, raději jsem velikost obrazu zmenšila podle šířky běžné tiskové role, což je 100

²⁶ DPI = dots per inch, česky bodů na palec; hustota tiskových bodů

²⁷ Pdf = Portable Document Format – přenosný formát pro dokumenty

cm a nechala tisk provést na obyčejný papír, neurčený pro průsvit světlem. Stejně nemám možnost vyzkoušení opravdového citylightu, takže pro náhled k mé bakalářské práci to postačí.

6. 2. Tisk a potisk

Za dobu studia na střední umělecké škole i za necelé tři roky na vysoké škole už mám v Plzni své oblíbené tiskárny. Z dřívější doby znám dobrou firmu i na potisk textilu, proto jsem neměla s technickou stránkou věci větších problémů.

6. 3. Vytváření dat pro internet

Webovou stránku pro KČT jsem vytvořila v programu Adobe Fireworks. Na rozdíl od dat pro tisk se v dokumentech určených pro internetovou prezentaci používá barevný režim RGB, který barvy reprodukuje vyzařováním světla (monitor počítače). Návrh opět obsahuje motiv cesty, zde však převzorkovaný na rozlišení pro monitory, tj. 72. Vytvořila jsem i návrh s rozbaleným navigačním menu, aby bylo možné si představit web, jak by vypadal ve funkční podobě.

Za výrobu pohyblivého banneru vděčím programu Adobe Flash. Seznamování s programem pro mě nebylo zrovna snadné, ale nakonec jsem vytvořila prostou animaci přesně podle toho, jak jsem si banner představovala. Jelikož má KČT několik partnerů, včetně portálu [turistika.cz](http://www.turistika.cz)²⁸, myslím si, že umístění banneru na nějakou existující webovou stránku by nebyl problém, přestože rozměr mého banneru není standartní (800 x 340 pixelů).

²⁸ <http://www.turistika.cz/>, vyhledáno 22. 4. 2012

7 Popis díla

Výsledný soubor grafických prací, který jsem vytvořila pro Klub českých turistů jako nový koordinovaný vizuální styl, působí dohromady jako jednotný celek. Obsahuje hravý motiv cesty, seskládaný z českých reálií, které se dají při pěším turismu spatřit. Máme tu zástup rostlin, zvířat a zajímavostí.

Sova číhá za stromem, čáp se brodí trávou, žába pozoruje mouchu, v lese rostou houby, cesta se stáčí přes vesnici, rozcestník a značky na kmenech stromů září, rozhledna se tyčí nad krajinou, hrad skrytý v lesích vykukuje nad koruny stromů. Možná potkáme zajíce nebo srnky. Po cestě se můžeme občerstvit v typickém českém hostinci, nebo si dát zmrzlinu u stánku. O zajímavostech krajiny si přečteme na informační tabuli a dojdeme až k malebnému zámku, projdeme chatovou oblastí ke skále, kde si natrháme maliny. V zimě si můžeme postavit sněhuláka a na podzim sesbírat oříšky spadané na cestu.

Moje ilustrace bohatých zážitků z pěší túry má být připomínkou naší krásné české krajiny. Ukazuje, kolik toho můžeme prožít a vidět, podnikneme-li výlet s Klubem českých turistů. Cesta českou krajinou je doplněna o výstižný slogan „*pojďte s námi!*“ na modrozeleném poli.

To vše zastřešuje KČT symbolizovaný logem, jehož ústředním motivem je český dvouocasý lev – odhodlaný turista.

V internetové prezentaci převládá opět jednoduchost a provázanost se všemi materiály. Banner promítá dílky cesty, které halí heslo „*pojďte s námi!*“. Webová stránka nabízí přehledné menu, hlavičku, hlavní textový rámeček, okénko vyhledávání, kalendář akcí a náhodný tip s obrázkem destinace pro inspiraci návštěvníka webu.

Pokud zájemce stále váhá, nebo hledá informace, brožura jej přesvědčí a sdělí důležité údaje.

A když turista zdolá svůj první pochod, dostane na památku a jako důkaz pamětní list, aby se jím mohl chlubit, či toužit po dalším. Může si také koupit nebo vyhrát tričko a tašku se zábavným potiskem, aby bylo jasné, co má majitel potisku rád a čemu věnuje svůj čas. Potištěné oděvy by se mohly stát součástí šatníku každého výletníka, ať už na túry, či k běžnému dennímu nošení.

8 Přínos práce pro daný obor

Vzhledem k tomu, že koordinovaný vizuální styl neziskové organizace, jakou je Klub českých turistů, mnoho grafiků zatím nezpracovávalo, mohla bych přínosem nazývat poznání, že to jde. Že je možné vytvořit provázaný vizuální styl bez klišé, osobitým, trochu žertovným stylem. Není nutné fotit krásné turistiky a následně je retušovat k nepoznání. Vizuální styl, který jsem navrhla, ukazuje, kolik možností má dnešní grafický designér.

9 Silné stránky

Silnou stránkou vizuálního stylu, který jsem navrhla, je motiv variabilní cesty složené z dílků. Tato ilustrace túry českou krajinou se dá aplikovat na množství dalších materiálů.

Myslím, že finální návrh se dá snadno zapamatovat a spojit s danou organizací. Osobně jsem spokojená i s logem, které jsem vytvořila, kvůli jeho české a zároveň turistické symbolice a široké použitelnosti.

Všechny tiskové materiály jsou profesionálně připravené pro aktuální požadavky realizace.

10 Slabé stránky

Jak už jsem uvedla v začátku textu, Klub českých turistů by zřejmě na podobnou kampaň nikdy neměl dostatečné finance. Celá kampaň se tedy může zdát svým záměrem naivní. Za část své práce považuji návrh webu, protože s tvorbou podobného charakteru zatím nemám zkušenosti.

11 Seznam použitých zdrojů

a) Knižní a periodická literatura

Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích. Svazek 8, TŽ. Praha: Diderot, 1999. ISBN 80-902723-0-4.

b) Internetové zdroje

1. <http://www.kct.cz>, vyhledáno 2. 4. 2012
2. <http://www.kct.cz/cms/historie-kct>, vyhledáno 2. 4. 2012
3. <http://termesztbarat.hu/>, vyhledáno 2. 4. 2012
4. http://cs.wikipedia.org/wiki/Klub_%C4%8Desk%C3%BDch_turist%C5%AF, vyhledáno 29. 3. 2012
5. <http://www.americanhiking.org/>, 2. 4. 2012
6. <http://amanita-design.net/index.html>, vyhledáno 21. 4. 2012
7. <http://www.hrad.cz/cs/ceska-republika/statni-symboly.shtml>, vyhledáno 16. 2. 2012
8. http://cs.wikipedia.org/wiki/St%C3%A1tn%C3%AD_znak_%C4%8Cesk%C3%A9_republiky, vyhledáno 16. 2. 2012
9. <http://www.turistika.cz/>, vyhledáno 22. 4. 2012

12 Resumé v angličtině

The whole name of my task is “Coordinated visual style of nonprofit organization - Youth oriented promotion of Czech tourist club”. The reason why I have chosen this was to create a visual style for some organization which is making good useful work and which needs a new visual style. I admire all activities of this tourist club. And more – I like long walks on fresh air in the countryside.

At first I joined tourist club for few walking trips. That was very useful for my next work, because I get some experiences.

As it was written in my assignment I made designs of logotype, poster, citylight, leaflet, certificate of merit, prints for two t-shirts and a bag, design of website and a simple animated banner.

The main object connecting all of my works is journey through nature constructed from pieces based on typical Czech environment. I want to show to potential tourists what they can see in beautiful Czech nature. Deep forests with mushrooms, wild animals, old villages, romantic castles, grain fields, ... That's the spirit of the tourist club.

The Logotype I made represents the connection of Czech state symbol (double tailed lion) and tourist enthusiasm. My own journey to the perfect shape of lion walking in tourist shoes was pretty long. I was fully satisfied after many hours of drawing the right shapes. I have chosen a very simple typography – sans-serif typeface Brandon Grotesque. This font is used in every of my designs for bachelor's work.

I hope that my final project is enough united, easy for memorizing and positively represents unique and traditional Czech tourist club.

13 Seznam příloh

Příloha č. 1

Současné logo Klubu českých turistů

Příloha č. 2

Logo American Hiking Society, logo Magyar Természetbarát Szövetség

Příloha č. 3

Vývoj tvorby logotypu

Příloha č. 4

Malý státní znak

Příloha č. 5

Skici k logotypu

Příloha č. 6

Finální podoba logotypu, varianty

Příloha č. 7

Varianty loga pro jednotlivé odbory KČT

Příloha č. 8

Skica k motivu plakátu

Příloha č. 9

Tvorba studia Amanita Design

Příloha č. 10

Finální podoba plakátu B1

Příloha č. 11

Finální podoba citylightu

Příloha č. 12

Finální podoba webu

Příloha č. 13

Finální podoba brožury

Příloha č. 14

Finální podoba pamětního listu

Příloha č. 15

Finální podoba potisků (tričko pánské, dámské, taška)

Příloha č. 1

Současné logo Klubu českých turistů



zdroj: <http://www.kct.cz>

Příloha č. 2

Logo American Hiking Society, logo Magyar Természetbarát Szövetség



zdroj: <http://www.americanhiking.org>



zdroj: <http://termeszetbarat.hu>

Příloha č. 3

Vývoj tvorby logotypu

zdroj: vlastní tvorba

A

KLUB
ČESKÝCH
TURISTŮ



B



C



D



Příloha č. 4
Malý státní znak



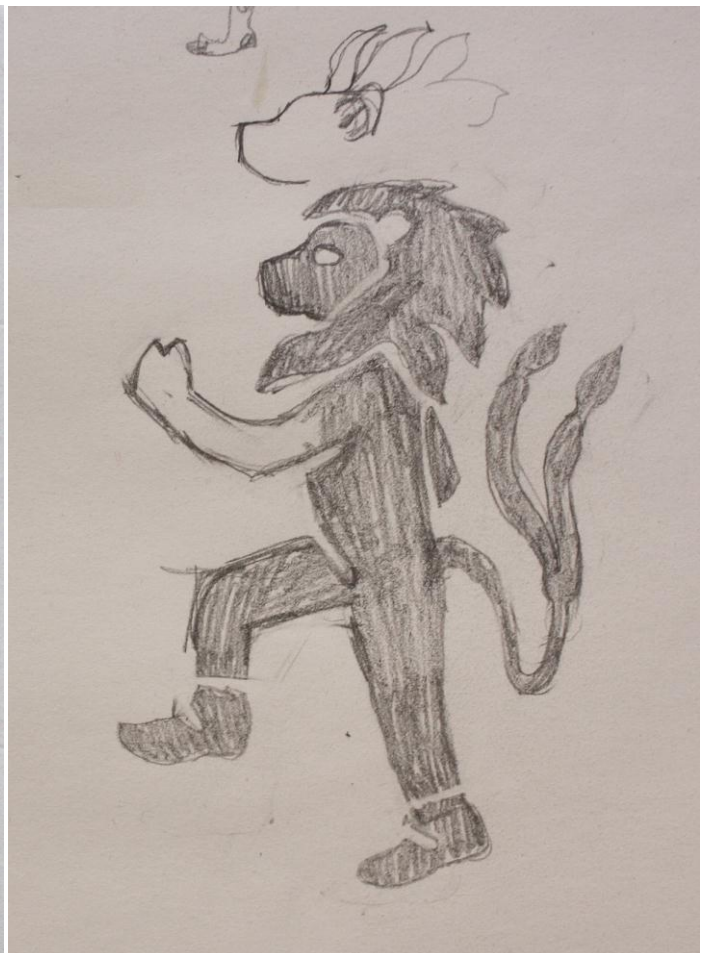
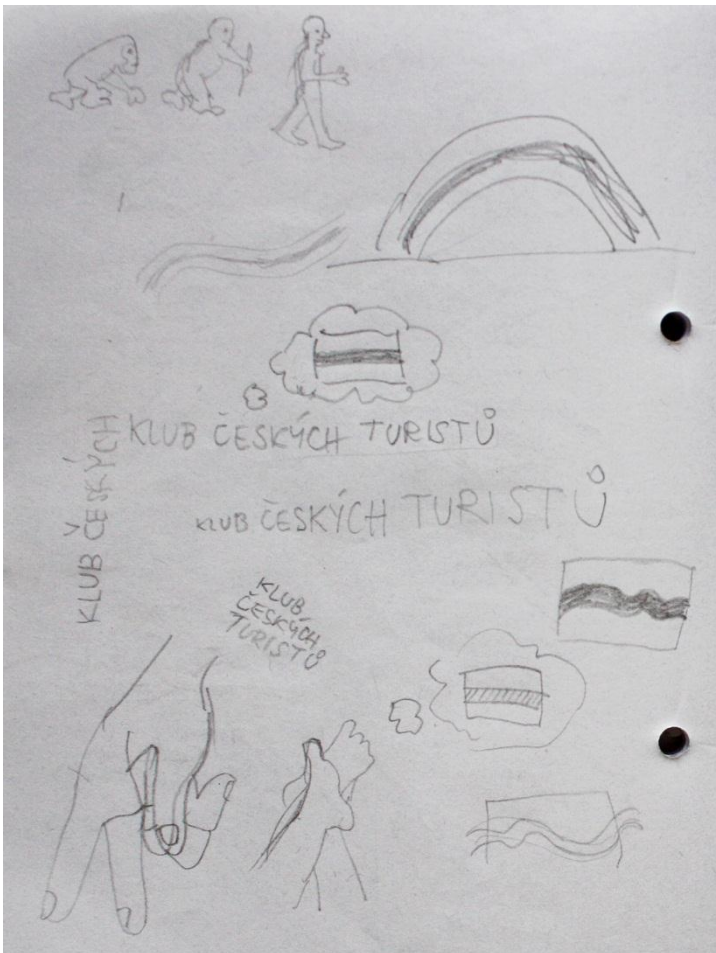
zdroj:

http://cs.wikipedia.org/wiki/St%C3%A1tn%C3%AD_znak_%C4%8Cesk%C3%A9_republiky

Příloha č. 5

Skici k logotypu

zdroj: vlastní tvorba



Příloha č. 6

Finální logotyp, základní a černobílá varianta

zdroj: vlastní tvorba



Příloha č. 7

Varianty loga pro jednotlivé odbory KČT

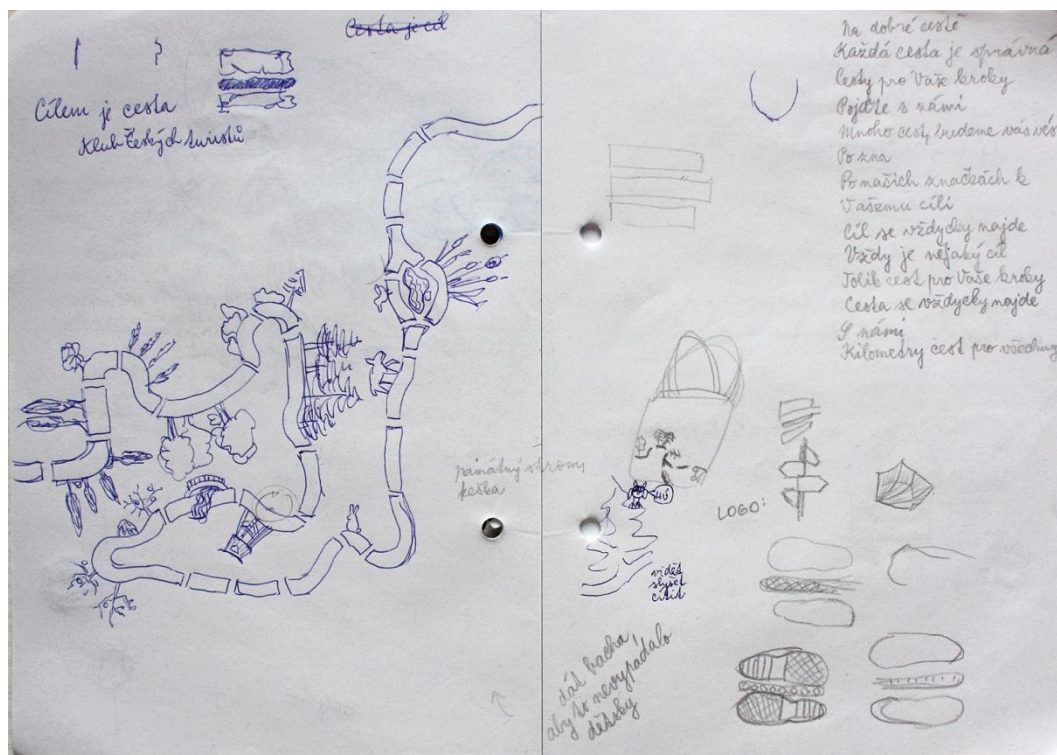
zdroj: vlastní tvorba



Příloha č. 8

Skica k plakátu

zdroj: vlastní tvorba



Příloha č. 9

Ukázka Amanita Design

Zdroj: <http://amanita-design.net/index.html>



Příloha č. 10

Finální verze plakátu B1

zdroj: vlastní tvorba



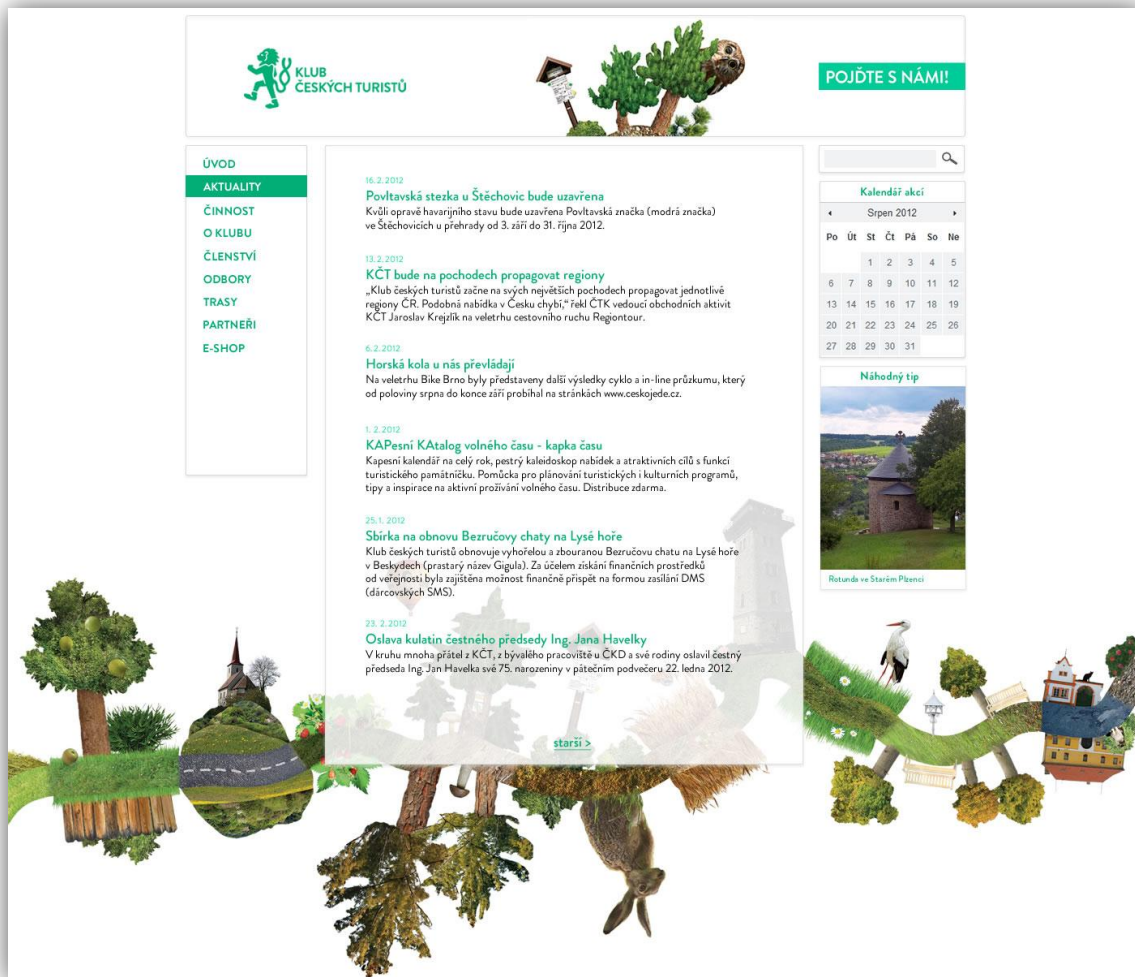
Příloha č. 11

Finální verze citylightu (100x150 cm)

zdroj: vlastní tvorba



Příloha č. 12
Finální verze návrhu webu
 zdroj: vlastní tvorba



Příloha č. 13

Finální verze brožury, vnější a vnitřní strana, složení; zdroj: vlastní tvorba



Příloha č. 14

Finální verze pamětního listu

zdroj: vlastní tvorba



Příloha č. 15

Finální verze potisků, pánské a dámské tričko

zdroj: vlastní tvorba



Příloha č. 15

Finální verze potisků, pánské tričko – záda, taška

zdroj: vlastní tvorba

