

Západočeská univerzita v Plzni  
Ústav umění a designu

Bakalářská práce

# **Vizuální styl studentského internetového rádia**

Koordinovaný vizuální styl neziskové organizace  
Studentské internetové rádio

**Lukáš Frýdek**

**Plzeň 2012**

Západočeská univerzita v Plzni  
Ústav umění a designu

**Oddělení výtvarného umění**

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Ilustrace a grafika – Grafický design

Bakalářská práce

## **Vizuální styl studentského internetového rádia**

Koordinovaný vizuální styl neziskové organizace  
Studentské internetové rádio

**Lukáš Frýdek**

Vedoucí práce:

**akad. mal. Ditta Jiříčková**

Oddělení designu

Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

**Plzeň 2012**

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil  
jen uvedených pramenů a literatury.

**Plzeň 2012**

.....  
Podpis autora

# Obsah

<b>1.</b>	<b>Mé dosavadní dílo v kontextu specializace</b>	<b>6</b>
<b>2.</b>	<b>Téma a důvod jeho volby</b>	<b>7</b>
2.1	Mé zapojení do projektu	7
<b>3.</b>	<b>Cíl práce</b>	<b>8</b>
3.1	Předmět mé práce	8
<b>4.</b>	<b>Proces přípravy</b>	<b>9</b>
4.1	Studentská rádia	9
4.2	Internetová rádia (nestudentská)	10
4.3	Shrnutí rešerše o internetových rádiích	10
<b>5.</b>	<b>Proces tvorby</b>	<b>11</b>
5.1	Filosofie	11
5.2	Značka	12
5.3	Aplikace značky	12
5.4	Webové stránky	13
<b>6.</b>	<b>Technologická specifika</b>	<b>15</b>
<b>7.</b>	<b>Popis díla</b>	<b>16</b>
7.1	Barevnost	16
7.2	Typografie	16
7.3	Ikonky	17
7.4	Symbol	17
7.5	Logotyp	17
7.6	Logotyp s claimem	18
7.7	Manuál	18
7.8	Webové stránky	18
7.9	Plakát	19

7.10	Leták	20
7.11	Hlavičkový papír	20
7.12	Vizitky	20
7.13	Trička	20
7.14	Odznáčky	21
7.15	Samolepky	21
<b>8.</b>	<b>Přínos práce pro daný obor</b>	<b>22</b>
<b>9.</b>	<b>Silné stránky</b>	<b>23</b>
<b>10.</b>	<b>Slabé stránky</b>	<b>24</b>
<b>11.</b>	<b>Seznam použitých zdrojů</b>	<b>25</b>
11.1	Knižní a periodická literatura	25
11.2	Internetové zdroje	25
<b>12.</b>	<b>Resumé</b>	<b>26</b>
<b>13.</b>	<b>Seznam příloh</b>	<b>27</b>
<b>14.</b>	<b>Obrazová příloha</b>	<b>28</b>
14.1	Vlastní tvorba	28
14.2	Stávající vizuální styl Rádia Bomba	32
14.3	Internetová rádia	33
14.4	Inspirace	35
14.5	Nový vizuální styl Rádia Bomba	36

# 1 / Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

---

Vizuální identita je, dalo by se říci, stavebním kamenem celého grafického designu. Do vizuální identity patří vše od loga, vizitek, přes webové stránky až po plakáty nebo billboardy. Téma bakalářské práce tedy přesně pasuje do daného kontextu mé specializace.

Grafický design jsem začal studovat již na střední škole, kde jsem se s ním poprvé seznámil. Uměním jsem se zabýval vždy, ale až na střední škole jsem získal jakousi vášeň pro to, co nyní dělám. Je skvělé se podílet na tváři světa kolem nás. Svě práce jsem tedy začal vytvářet již při střední škole na praxích či brigádách v grafickém studiu. Získal jsem patřičnou praxi a po úspěšném ukončení střední školy jsem na dva roky v grafickém studiu začal pracovat jako zaměstnanec. V roce 2009 jsem si zařídil živnostenský list a od té doby pracuji „na volné noze“. Kromě tiskovin jsem se začal plněji věnovat webdesignu. Je skvělé vidět, že design, který vytvoříte, má i nějakou funkci a je použitelný pro lidi, kteří daný web navštíví. Osobně hodnotím internet jako největší veřejnou výstavní síť. Vždyť který obraz či jiné dílo v galeriích se může chlubit návštěvností tak vysokou, jakou mají v dnešní době webové stránky. Tisíce, sta tisíce a někdy dokonce miliony unikátních návštěvníků jedné stránky je přece úžasné číslo. O to více, pokud jsou webové stránky hodnoceny kladně a po grafické stránce chváleny.

Do dnešního dne mám za sebou přes stovku projektů, z větší části tvořené webdesignem, ale i tvorbou logotypů, plakátů a dalších částí vizuální identity<sup>1)</sup>.

Dělám to, co mne baví a jsem za to neskutečně vděčný.

---

1) Příloha (P-01): „Webové stránky eshopu Zios“ – str. 28  
Příloha (P-02): „Webové stránky Plzeňského kraje“ – str. 29  
Příloha (P-03): „Webové stránky ČKD Group“ – str. 30  
Příloha (P-04): „Plakát 20 let ZČÚ“ – str. 31  
Příloha (P-05): „Vizuální styl společnosti Diakonie“ – str. 31

## 2/ Téma a důvod jeho volby

---

Vizuální styl studentského rádia jsem si vybral záměrně. Už od začátku studia na ZČU jsem se rozhlížel po různých studentských organizacích a hledal místo, kde bych mohl něčím přispět. Studentské rádio Západočeské univerzity v Plzni, Rádio Bomba, mne upoutalo tím vším, co dělá, na čem se podílí a jaké akce pořádá. Osobně mám velice rád projekty, kde jde o nějakou hlubší myšlenku. Líbí se mi, jak to dotyční lidé dělají a s jakým nadšením a entuziasmem se na projektech podílejí.

Co ale na první pohled bylo horší, byla vizuální identita rádia. Webové stránky nestojí za nic a pokud se člověk snaží si poslechnout rádio online, musí na webu dlouze proklikávat než se dostane k odkazu, který přehrávání spouští. Sice se jednalo o tři kliknutí tlačítkem myši navíc, ale i to je v oblasti internetu hodně a až to budete dělat po několikáté, rozhodně vás to nebude bavit. O to více, když by to proklikávání šlo snížit na jedno jediné. Hledání informací na webu také není nejjednodušší a spousta jich je uvedena jen částečně nebo chybí úplně. To bylo mé první seznámení se studentským rádiem.

### 2.1 Mé zapojení do projektu

Rozhodující krok nastal na jaře 2011, kdy se na nás, na studenty grafického designu UUD, obrátilo Rádio Bomba s tím, zda by nebylo možné vytvořit nové logo. Soutěže jsme se zúčastnili a mé se v rádiu zalíbilo natolik, že se v soutěži umístilo na prvním místě. Můj zájem byl však větší a chtěl jsem se vrhnout na celý vizuální styl. Rád dělám projekty, které mají smysl a které se pak s nadšením zadavatelé používají. Se zástupci rádia jsme se tedy dohodli na tom, že bych si rád vzal tento projekt jako téma mé bakalářské práce a lépe jej rozpracoval. Na tento návrh se přistoupilo s nadšením všech zúčastněných stran.

V září 2011 jsem se se zástupci rádia sešel a probrali jsme celý plán ohledně nové prezentace, padly i nějaké připomínky k logu, návrhy k webu, který je dominantním prvkem celého rádia a celého připravovaného konceptu. Nejde totiž jen o to, připravit líbivý design, ale pochopit fungování celé organizace, její smysl a plány do budoucna. K tomu je pak třeba náležitě přistupovat a brát požadavky zadavatelů v potaz. Ne vždy je to jednoduché a občas musí kreativita ustoupit a dát prostor použitelnosti v reálném světě. Naštěstí jsme si v tomto případě celkem dobře rozuměli a nastávající práce na projektu mohla začít.

## 3 / Cíl práce

---

Čeho jsem chtěl svou prací dosáhnout? Jednoduše, chtěl jsem zlepšit „tvář“ studentského rádia. Chtěl jsem, aby se i studentská organizace prezentovala profesionálně, na úrovni. Navíc, když se jedná o organizaci z mé univerzity – mé alma mater. Mimochodem, jde také o nejstarší studentské rádio v České republice. A to už si zaslouží kabát, který by takovému rádiu slušel.

Rádio se prezentuje způsobem, který nepatří zrovna k ideálním. Barvy jsou na studenty trochu chladné, webové stránky mají na první pohled těžko zapamatovatelnou adresu, plakáty a letáky rádia se často přehlížejí. Celkově tomu chybí provázanost, prvek, který by všechny vizuální komponenty spojoval. Rádio by tak mohlo dostat silnou zbraň v podobě zapamatovatelné vizuální identity a jednotné prezentace.

### 3.1 Předmět mé práce

Prvním krokem bylo vytvoření loga, základního stavebního kamene každé *corporate identity*<sup>2)</sup>. Logem bylo třeba vtisknout rádiu tvář, která by byla jedinečná a jasně rozpoznatelná. Dominantou jsou pak webové stránky, přes které rádio vysílá své pořady a kde je možné nalézt aktuální informace. Cílem bylo také zpřehlednit strukturu webu, dát rádiu na pohled pevnější řád a vytvořit takové prvky, které by mohly být využívány ještě dále.

Nedílnou součástí jsou pak tiskoviny, plakáty a letáky, kterými se Rádio Bomba snaží prezentovat. Chtěl jsem propojit tištěnou identitu s tou digitální a vymezit spojovník, který by vedl od jednoho k druhému. Pokud by návštěvník přišel na web, aby si tak uvědomil, že ve městě viděl viset plakát, který ho zval na nějakou studentskou akci, nebo opačně – pokud by viděl viset plakát nebo leták, aby si to automaticky spojil s webovými stránkami.

S tím dále souvisí prezentace na pořádaných akcích Rádiem Bomba. Asi největší akcí je Bombafest a pořadatelé často zapadnou mezi návštěvníky. Přišel jsem proto s návrhem triček, který by prezentoval rádio „v offline světě“ i bez tiskovin. Pořadatelé a lidé z rádia by mohli být konečně pořádně vidět. To je totiž to, co rádiu nyní chybí – není dostatečně vidět.

A to byl můj největší cíl, zviditelnit rádio.

---

2) *Firemní styl je tvář či identita společnosti ke svému okolí. Pod firemní styl spadá např. jednotný vizuální styl.*



## 4 / Proces přípravy

---

Ze všeho nejdřív bylo třeba zjistit nějaké informace o rádiu – jak funguje, jak se vysílá, co vše dělá – a tedy naplánování a připravení prvků vizuálního stylu. První krok udělalo rádio samo, když požádalo studenty grafického designu o tvorbu loga. Logo samotné je výborný poznávací prvek, značka prezentující člověka či organizaci, ale pokud se neví, jak se značkou zacházet, může i dobré logo čekat nepěkný osud.

Bylo tedy důležité se seznámit s tím, kde všude se rádio prezentuje a kam bude třeba značku umístit, popř. navrhnout nové umístění. To se týkalo všech tiskovin a digitálních médií. K dispozici jsem měl většinu používaných tiskovin rádia a mohl jsem si tak tedy udělat představu o tom, jak rádio funguje a hlavně jak se prezentuje. Některé tiskoviny jsem viděl poprvé, což je známkou toho, že stávající prezentace není úplně ideální. Z vlastního průzkumu jsem zjistil, že dokonce i mnoho studentů o univerzitním rádiu vůbec neví.

Hlavním prvkem, od kterého se vše odvíjí, jsou webové stránky. Jedná se o internetové rádio a bez webu by neexistovalo. Je proto třeba dát webovým stránkám vyšší prioritu než ostatním prvkům vizuálního stylu. Na většině tištěných materiálech je vždy odkaz na webové stránky a tak se dá říci, že „všechny cesty vedou na web rádia“. U webu jsem se snažil o rešerši v oblasti studentských internetových rádií. Těch moc v ČR není a tak bylo třeba neomezovat hledání jen na studentská rádia, ale na všechna internetová rádia, pochopit jak fungují a co by se dalo zlepšit. A to nejen po grafické stránce.

### 4.1 Studentská rádia

S překvapením jsem zjistil, že i když nejsou stránky Rádía Bomba zrovna ukázkou nejkvalitnější práce, jiné studentské weby na tom nejsou o mnoho lépe, resp. bych si troufal tvrdit, že rádio ZČU má jedny z nejlepších webů studentských rádií v ČR. Např. *Rádío Ámos*<sup>3)</sup> ([www.jan-amos.cz/radio](http://www.jan-amos.cz/radio)) má webové stránky velice nepřehledné, o designu nemluvě a celkově to nepůsobí jako web rádia, ale spíše nějakého portálu – těžko říci, na co zaměřeného. Stránky *Rádía Libra*<sup>4)</sup> ([www.libradio.wordpress.com](http://www.libradio.wordpress.com)) jsou sice přehledné, nicméně postavené na blogovacím systému, který má k tomu, jak by měl web internetového rádia vypadat, hodně daleko. Navíc se zdá, že web ani není příliš často aktualizovaný<sup>5)</sup>, možná už zcela nefunkční. Další rádiem v režii studentů je *Rádío R* ([www.rador.cz](http://www.rador.cz)), které,

---

3) *Studentské rádio Vysoké školy Jana Ámose Komenského.*

4) *Studentské rádio Masarykovy univerzity.*

5) *Poslední aktualita je na webu z dubna 2008.*

jak se zdá, nahradilo Rádio Libra<sup>6)</sup>. Zde se již konečně dá mluvit o webu, který funguje jako rádio. Design je sice neprofesionální a plný chyb, ale jedna věc, která je u internetových rádií nejdůležitější, je zde vyřešena asi nejlépe – poslech rádia. O poslechu rádia se ještě zmíním dále. To bychom měli rádia vysokých škol v ČR, která stojí za zmínku.

## 4.2 Internetová rádia (nestudentská)

U studentských rádií jsem bohužel nenašel inspiraci, která by byla potřeba a vedla by k redesignu Rádía Bomba. Musel jsem tedy využít i dalších internetových rádií. Mezi nejnámější rádia v ČR, která si můžete poslechnout i na internetu, patří nepochybně Evropa 2 ([www.evropa2.cz](http://www.evropa2.cz)) nebo Frekvence 1 ([www.frekvence1.cz](http://www.frekvence1.cz)). Tato internetová rádia mají profesionálně vytvořené designy a velice dobře se na nich dá orientovat. Hledání informací je přehledné a poslech rádia je vyřešen velice dobře.

Uvažoval jsem i o začlenění nějakého spojení mezi rádiem a posluchači. Někjaká diskuze či chat by se na web rádia hodila. Přece jen spolu komunikují studenti se studenty. Velice se mi líbilo využití chatu na internetovém rádiu Seejay ([www.seejay.cz](http://www.seejay.cz)), kde nemusíte být zaregistrováni či mít někde jinde nějaký účet, ale stačí v prvním kroku vyplnit svou přezdívku a v kroku druhém jste již připojeni na živý chat s dalšími posluchači a s moderátorem můžete bez problémů komunikovat. Jednoduché a chytré řešení.

## 4.3 Shrnutí rešerše o internetových rádiích

Dalo by se říci, že studentská internetová rádia v České republice na tom s prezentací a vizuálním stylem nejsou nejlépe. Většinou se na nich podílejí studenti zapálení do fungování rádia, ale grafickou tvář rádia většinou neřeší. Rádio Bomba se snaží jít o kousek dál, a i když to ještě není úroveň nestudentských internetových rádií, která za sebou mají zástup profesionálů starajících se o každou maličkost, je na velice dobré cestě. Mezi studentskými rádií tedy rádio Západočeské univerzity v Plzni jednoznačně vede.

Problém je u studentských rádií často poslech. Většinou je třeba stahovat nějaké soubory nebo instalovat programy k tomu, aby se rádio dalo poslouchat. Cesta k poslechu je tak dost složitá a posluchači, kteří nejsou příliš zdatní v počítačích, mohou tuto cestu často vzdát na jejím začátku a na web se již nevrátit. Naopak u nestudentských rádií je poslech vyřešen velice dobře. Jedním kliknutím se otevře menší okno, které začne ihned přehrávat. Není třeba nic stahovat nebo instalovat. Jednoduché řešení, které bych rád přenesl i na Rádio Bomba. Dohodli jsme se s rádiem, že chatovací okno bychom řešili popř. v budoucnu.

---

<sup>6)</sup> Rádio R také zastupuje Masarykovu univerzitu.

## 5 / Proces tvorby

---

*Studentské rádio. Internetové rádio. Rádio Bomba. Napadá vás nějaký dominantní prvek, na kterém vše postavit? Že bomba? To je bomba! I mě to napadlo. Ale víte, kolik je bomb a jiných výbušnin?*

Při tvorbě loga jsem postupoval podobně. Přišel jsem s několika nápady, které jsem se snažil začlenit do několika návrhů. Určitě nejdříve každého napadne známá černá kulatá bomba s hořícím knotem. I když se v reálném světě tento typ používal spíše za dávných válek, je často také zobrazován v nejrůznějších kreslených a jiných seriálech. Je tedy silně vryt do povědomí lidí a slovo „bomba“ si s touto představou často spojíme.

Existují však i jiné typy bomb. Některým se říká letecká puma a tyto pumy se často využívají v leteckých útocích, tedy při bombardování. Mají tedy aerodynamicky přizpůsobený tvar, který je navede lépe na správné místo. Tyto pumy vypadají spíše jako rakety s výbušnou hlavicí. Tímto jsem se chtěl také odlišit od běžného ztvárnění bomby a zkusil jsem vytvořit variantu loga i na základě tohoto typu nebezpečné výbušniny.

### 5.1 Filosofie

Důležité bylo definovat směr, jakým se vydat. Spojení slov „rádio“ a „bomba“ převést do grafické podoby. Jakékoliv rádio předává posluchačům informace – zprávy, interview, ale i texty písniček nám mohou něco sdělovat. Tady předávání informací funguje na principu slov a zvuků, které vnímáme svým sluchem. Jak ale převést zvuk do grafické podoby a postavit na tom celý vizuální styl? Zde jsem si právě pomohl předávanou informací. Slova a jiná sdělení jsem převedl na text nesoucí stejnou informaci. Od textu jsem se dostal k fontu, tedy písmu tvořícího všechny znaky psaného textu. Následující cesta byla jasná – vytvoření vizuálního stylu založeného na typografii.

Inspirace k využití typografie vzešla i z hravého a opravdu skvělého stylu televizní stanice Prima COOL, která je zaměřena na mladé publikum. Tento styl velmi oceňuji a protože Rádio Bomba vysílají studenti pro studenty, chtěl jsem k tomuto stylu svou hravostí s typografií alespoň přiblížit.

Hlavní roli hrají studenti. Jak na straně rádia tak i v řadách posluchačů. Proto „studenti pro studenty“. K filosofii vizuálního stylu bylo třeba připojit i tvář rádia navenek a oslovení posluchačů. Rádio se nechce tvářit jako nějaká organizace, ale ke studentům (posluchačům) se chce přiblížit co nejvíce. Proto jsem zvolil formu tykání jako někoho sobě rovného.

## 5.2 Značka

Po definici stylu, jakým by se měla vizuální identita ubírat, bylo třeba definovat značku, jasné logo, které by vytvořilo tvář rádia. Na základě typografie, vizuální podobnosti k bombě a vztahu k názvu rádia byl vytvořen znak, který by mohl být stručně definován jako upravený znak zavináče do tvaru bomby.

Zcela jednoduše byl chvost podobající se zápalné šňůře bomby doplněn o znak hvězdičky (hořící jiskry) a malé „a“, od kterého „zápalná šňůra“ vychází, bylo zaměněno za malé „b“ odkazující na název rádia. Díky názvu rádia tak ve znaku vytvořen i vtip, kde se „a“ proměňuje v „b“. Tvar zavináče byl zvolen kvůli podobnosti k „reálné“ bombě, ale i vzhledem k rozpoznatelnosti znaku mezi lidmi. Svět internetu již patří neodmyslitelně do našich životů a zavináč k internetu zkrátka patří. To by řekl kdokoliv, kdo alespoň jednou pracoval s e-mailovou zprávou. Byla tak vytvořena jednoznačně identifikovatelná značka spojující v sobě internet (internetové rádio), bombu (Rádio Bomba) a začáteční písmeno odkazující na název rádia. Značku bylo třeba definovat v grafickém manuálu. Jasně vymezit, jak ji používat, čemu se vyvarovat a jak s vizuálním stylem zacházet.

## 5.3 Aplikace značky

Se zástupci rádia jsme se několikrát sešli a mnohokrát společně komunikovali přes e-maily. Bylo tak možné získat materiály k práci a dát si dohromady obrázek o tom, jak rádio funguje a jak se prezentuje. Na základě toho bylo stanoveno, co je třeba ještě dodělat a co předělat, popř. navrhnout jiné řešení. Používá se např. bílý plakát, do kterého jsou vlepovány aktuální akce. Vizuální styl je tak nepřehledný a často v silném kontrastu. Proto jsem navrhl vytvořit sérii plakátů, které by pak bylo možné měnit na základě aktuálních akcí.

Kromě plakátů jsou k dispozici letáky formátu A5 využívané např. v reklamních stojanech umístěných v menzách ZČU. Vytvořil jsem tak návrh oboustranného letáku, který informuje o pořadech rádia a spojuje vytvořený vizuální styl. Navíc jsem se rozhodl pro menší letáčky ve formátu A7, které mohou být položeny kdekoliv na ZČU či jiných místech (např. na akcích rádia), dají se snadno přenášet v kapse a obsahují nějakou stručnou aktuální informaci včetně odkazu na webové stránky. Do veškerých tiskovin jsem se snažil umístit odkaz na webové stránky rádia, jako hlavního prostředku pro komunikaci. Pro vnitřní, ale i vnější komunikaci chyběly tiskoviny lépe reprezentující rádio. Proto jsem se rozhodl vytvořit také hlavičkový papír a vizitky, které rádiem doposud nebyly využívány. Hlavičkový papír je možný používat jak pro vlastní potřeby rádia tak i pro komunikaci s jinými organizacemi. Protože se studenti (moderátoři) v rádiu během studia mnohokrát vymění, je vizitka vytvořena obecně, odkazující jen na samotné rádio, beze jmen.

K prezentaci na různých akcích chybí jednoznačné odlišení členů rádia. Ať už se jedná o největší projekt rádia, studentský hudební festival Bombafest, nebo jen rozdávání letáků na ulici, je dobré, když se o rádiu ví. Proto jsem se také rozhodl vytvořit trička s potiskem Rádía Bomba. U prezentace pomocí triček jsem však nezůstal a vytvořil sérii samolepek nebo odznáčků, které mohou využívat na akcích i samotní návštěvníci. Rádio tyto reklamní předměty může využívat také jako dárky v různých soutěžích.

## 5.4 Webové stránky

Pravděpodobně nejsložitější na celém vizuálním stylu bylo vytvoření designu webových stránek. K tomu byla zapotřebí rozsáhlá analýza od struktury webu, přes různé odkazy na projekty rádia až po možnost poslouchání online přímo na webu rádia.

Nejprve byla předělána celá stávající struktura:

- Úvod
- Jak poslouchat
- Program
  - » Informační smog
  - » Dioné On Air
  - » Hrátky s čerty
  - » Mastermix
  - » Fara
  - » Bomba Biják
  - » Brýlatý jezevčík
  - » Culrure Town
  - » Hitparáda Top 10
  - » Metalokalypsa
  - » Musica Syntethica
  - » PEE/aK WEEK
  - » SKÁČa
  - » Zajíc v pytli
- Záznamy
- Propagace v menzách
- Studio
- Tým
  - » Jak se přidat
- Kontakt

Na přehlednější variantu struktury webu doplněnou o chybějící informace a články:

- Úvodní stránka
- Rádio
  - » O rádiu
  - » Studio
  - » Tým
  - » Jak se přidat
  - » Jak naladit
- Program
  - » Program rádia
  - » Záznamy/Archiv pořadů
  - » Pořady rádia
- Aktuality
  - » Přehled aktualit
  - » Akce rádia
  - » Archiv aktualit
- Projekty
  - » Reklamní stojany v menzách
  - » Bombafest
  - » Bombaparty
  - » Skafari Night
- Kontakt
  - » Rádio
  - » Lidé v rádiu
  - » Spolupráce
  - » Reklama

Na základě nové struktury bylo možné začít vytvářet design, který je založen na základní filosofii vizuálního stylu. Design je třeba rozvést, aby představa byla co nejvíce se přibližující skutečnosti. To je občas velice těžké, protože webové stránky jsou interaktivním médiem, kde je možné využívat nejnovější technologie od animací přes nejrůznější videa. Výstup však je třeba kreslit ve statickém obrazu a rozpohybování přichází na řadu až ve fázi převodu designu do webové stránky<sup>7)</sup>.

Je proto třeba dbát na nejrůznější omezení a pravidla, aby pak nedocházelo k problémům. Velice důležitá je např. velikost jednotlivých prvků na stránce, šířka celého webu a také barevný kontrast. Ne všichni používají stejně velké monitory a tak se jim na úvodní stránce nemusí zobrazit vše, co chceme. To samé platí u barev. Pokud umístíme tmavě šedý text na světle šedý podklad, může se stát že někde nemusí být dostatečně viditelný. Také ne všichni uživatelé počítačů mají stejný zrak. Proto je třeba zachovávat kontrast co možná největší.

K tvorbě designu pro webové stránky je třeba i jakási minimální znalost internetu a počítačů, aby bylo možné dosáhnout nejlepších výsledků. Designér by se měl zajímat o nejnovější technologie používané na internetu, aby věděl, co si může dovolit a co je naopak naprostým nesmyslem. Chci tedy jen říci, že tvorba designu webu není jen o designu, ale i o mnoha dalších znalostech, které jsou pro takovou práci důležité.

*Být dobrým grafikem ještě neznamená, že budete i dobrým webdesignérem. I když obě specializace vychází ze stejného základu, dnes už jsou vůči sobě tak vzdálené, jako dnešní malíř a fotograf. Přitom malíř i fotograf dokáží zachytit skutečnost tak, jak ji vidí. Výstup je ale zcela odlišný. Jak by asi vypadaly naše průkazové fotografie kreslené malířem?*

---

7) Také nazývána jako HTML stránka. Jedná se o základní značkovací jazyk, ve kterém jsou vytvářeny webové stránky. K HTML se pak připojují další jazyky pro rozpohybování či funkčnost celého webu.

## 6 / Technologická specifika

---

Veškeré grafické prvky vizuálního stylu jsou většinou vytvořeny ve vektorovém formátu, nejčastěji v programu Adobe Illustrator. Jsou plně digitalizované a dá se s nimi velmi dobře manipulovat. Vektorový formát zajišťuje bezztrátovost kvality i při velmi vysokém zvětšení. To se hodí hlavně při tisku, kde je vysoká kvalita grafiky často vyžadována.

Prvky vizuálního stylu, jako je symbol, základní logotyp, logotyp s claimem či ikonky, jsou plně ve vektorovém formátu a lze s nimi pracovat, aniž by došlo ke ztrátě kvality. Plakáty jsou vytvářeny ve velikosti B1 (1000×700 mm). Je to ideální velikost pro prezentaci, kdy jsou plakáty viděny i z větší vzdálenosti. Vizitka má standardní velikost 90×50 mm a je proto možné si ji založit mezi jiné vizitky nebo do pouzdra na vizitky. Ve vektoru jsou také návrhy na odznáčky, návrhy na samolepky či návrhy na potisk triček. Vše lze tedy v případě potřeby zvětšovat či zmenšovat.

Další tiskoviny, které pracují s těmito prvky a zároveň obsahují mnoho textu, jsou často vytvořeny v sázecím programu Adobe InDesign, který dovoluje lepší zacházení s písmem. Jedná se především o logomanuál (200×200 mm), hlavičkový papír A4 (210×297 mm) nebo letáky A5 (148×210 mm), kde je jedna strana kompletně textová.

Jediným grafickým prvkem mezi vizuální identitou, který není vyexportován ve vektorovém formátu, je návrh webových stránek, který je vytvořen ve formátu bitmapovém v programu Adobe Photoshop. Vysvětlení je prosté – webové stránky jsou digitálním médiem a je proto třeba je navrhovat ve velikosti 1:1 ke konečnému výsledku. Na počítači se pracuje s pixely a proto návrh webu je ideálně zpracován na přesnost jednoho pixelu. Na displeji monitoru je totiž i odchylka jednoho pixelu znatelná. Nevýhodou je, že design webu pak nelze zvětšovat beze ztráty kvality. Naštěstí, většinou to není vůbec potřeba.

Všechny tiskoviny a prvky určené pro tisk jsou tvořeny v barevném profilu CMYK a webové stránky, aj. v profilu RGB. Symbol, základní logotyp a logotyp s claimem jsou připraveny v nejrozšířenějších formátech (AI, PDF, EPS, SVG, PNG, JPG) a proto použití těchto prvků není problém ani s méně rozšířenými programy.

## 7 / Popis díla

---

Vizuální styl vychází z jednoduché typografické hříčky, kdy jsem využil symbol spojený s internetem (zavináč coby představitel elektronické pošty, tedy e-mailu) jako pojítko *internetového* rádia a začlenění stylizované bomby, coby tvaru, který se snaží držet v typografické rovině. S tím souvisí i celý vizuální styl. Měl by být hravý a mladý, jako sami studenti. Sám si hraji s typografií a skládám ze znaků fontu ikonky nebo jiné prvky objevující se na plakátech apod. Tyto značky vychází z logotypu a cíleně na něj navazují jak typograficky, tak i barevně.

### 7.1 Barevnost

Studenti nejsou žádné želvy či slimáci, naopak jsou pěkně živí. Tato živost mi v celém vizuálním stylu studentského rádia chyběla. Převládající modrá spíše uspává než naopak.

**Modrá** – *Patří ke studeným barvám, symbolizuje moře, nebe, ale i konzervatismus a povinnosti. Další významy modré jsou např. chladná, klidná, chytrá, progresivní, svobodná, věřící, lékařská či královská.<sup>8)</sup>*

Zkrátka není to barva, která by vyjadřovala živé studenty nebo studentské rádio, které tvoří převážně mladí lidé. Navíc, viděli jste někdy modrou bombu? Tady jsem se tedy rozhodl základní barvy celého rádia překopat. Čerpal jsem právě z definice bomby coby výbušniny.<sup>9)</sup> Bomba musí být výbušná – oheň, plameny, požár, kouř. Tedy **červená, oranžová** či **žlutá** – to jsou barvy, které mi k bombě sedí mnohem více.

**Červená** – *Teplá a stimulující barva. Oživuje nás a dodává nám odvahu. Symbolizuje krev, vitalitu, sílu života a energii.*

### 7.2 Typografie

V dnešní době počítačů a textových editorů není nejlehčí najít kvalitní moderní font. Fontů je strašné množství a ty dobře zpracované stojí nemalé peníze. Proto jsem velmi nadšený, pokud objevím font, který podporuje i českou diakritiku a je zdarma. Takovým fontem je **Maven Pro**, který designoval Joe Prince v roce 2010. Joe je kreativní logodesignér a má za sebou několik knih, časopisů a webdesignů.

---

8) *Font: Co představují barvy v logách [online]. c2012 [vyhledáno 16. 4. 2012]. Dostupný z WWW: <<http://www.font.cz/logo/co-predstavuji-barvy-v-logach.html>>*

9) *„Bomba (odborně puma nebo výbušnina) je zařízení, jehož účelem je vyvolat ničivý výbuch.“*



Maven Pro je font, který se stále rozvíjí, stále přibývají nové řezy a kdokoliv může přispět svým návrhem či přáním k fontu na webových stránkách [www.vissol.co.uk/mavenpro/](http://www.vissol.co.uk/mavenpro/), odkud lze font také zdarma stáhnout.<sup>10)</sup>

### 7.3 Ikonky

Ikonky vycházejí přímo z fontu a jsou řešeny typograficky. Jsou sestavené z neupravovaných znaků fontu. Znaky jsou jen otáčené, posouvané či zvětšované/zmenšované. Nejsou nijak deformované a zachovávají tak tvář daného písma. Ikonky korespondují s vytvořeným symbolem a zachovávají základní filosofii vizuálního stylu. Prozatím vznikl set dvanácti ikoněk používaných jak v tiskovinách, tak i v digitálních médiích. Do budoucna se počítá s přikreslením dalších typů ikoněk.

### 7.4 Symbol

Jak bylo v úvodu kapitoly řečeno, symbol vychází ze znaku „zavináče“ jako znaku neodmyslitelně spojeného s internetovým světem. E-mail snad již posílal každý, kdo se na „netu“ ukázal. V zavináči jsem však místo písmene „a“ použil malé „b“ odkazující na název rádia. I když by název měl být velkým písmenem, pro zachování vtipu a spojitosti se zavináčem jsem ponechal písmeno malé. Navíc jsem zkoušel i velké „B“, ale se zavináčem si moc nerozumělo<sup>11)</sup>. Ostré hrany se bily s těmi zakulacenými. Od písmene se pak line „zápalná šňůra bomby“ kolem dokola znaku a je zakončena „hořícím“ prvkem – červenou hvězdičkou.

Hvězdička je ideálním typografickým prvkem, který by se mohl co nejvíce přiblížit k hoření zápalné šňůry u skutečné bomby. Ano, šlo by to poskládat i z několika jiných typografických prvků, ale pro zachování celistvosti a viditelnosti i v menších velikostech symbolu jsem chtěl použít jen jeden znak.

### 7.5 Logotyp

I když grafický symbol funguje sám o sobě, není možné na něj stoprocentně spoléhat. Základní logotyp je tedy doplněn o název rádia v příslušných barvách. Tato varianta je výchozí a rádio by ji mělo používat přednostně. Do povědomí lidí by se mělo dostat, co symbol znamená a na co odkazuje, což základní varianta splňuje právě díky doplněnému názvu. Název je řešen kompletně v mínuskových znacích fontu a je zapsán bez mezer. Není to bezmyšlenkové – odkazuje to na internetový svět, především pak k zápisu adresy e-mailové zprávy, kde figuruje zavináč i adresa, zapsaná mínuskovými znaky.

10) Další informace o fontu nebo jeho autorovi lze nalézt na <http://cargocollective.com/admixdesigns/>

11) Příloha (P-18): „Rádío Bomba – Logo (návrh B)“ – str. 36

## 7.6 Logotyp s claimem

Za symbolem a základním logotypem stojí ve frontě ještě logotyp s claimem – prvek, přinášející ještě dodatečnou informaci k té, kterou nese základní logotyp. V claimu se dá v pár slovech vyjádřit zaměření rádia či zapsat trefný slogan. Výchozí slogan odkazující k výbušné bombě je definován jako „Plná nálož hudby!“, ale je možné použít i vlastní, v případě potřeby i adresu webových stránek Rádia Bomba. Pro použití logotypu s claimem platí stejná doporučení jako u základního logotypu s výjimkou, že je třeba dát pozor na minimální velikost, kdy by claim nemusel být čitelný. Proto je minimální velikost s claimem doporučena manuálem jako větší než u základního logotypu a při malých velikostech se spíše doporučuje použít logotyp základní nebo jen symbol.

## 7.7 Manuál

Po dokončení loga bylo třeba vytvořit manuál, kde by bylo definováno, jak se značkou zacházet. Ne všichni jsou grafici a proto je definice základních pravidel nutností, aby nedocházelo k používání značky způsobem, která se zcela neshoduje s filosofií a vytvořeným vizuálním stylem. Grafický manuál ošetřuje použití na nejrůznějších podkladu, ochrannou zónu, typografii, barvy aj. Je vytvořen ve dvou provedeních, kdy je jedna varianta tištěná a druhá v elektronické podobě. V té je možné využívání interaktivních prvků, jako jsou záložky nebo přecházení v sekcích kliknutím na daný odkaz v obsahu.

## 7.8 Webové stránky

Internetové stránky rádia bylo třeba trochu lépe rozpracovat. Vytvořil jsem několik návrhů úvodní stránky a dalších podstránek. Samozřejmostí je propojení webu s definovaným vizuálním stylem. Hlavní, nebo také úvodní stránka je první stránkou, na kterou návštěvník přichází. Měla by proto obsahovat co nejvíce odkazů a informací na další podstránky webu. Mělo by být na první pohled jasné, kde se uživatel nachází. Je proto důležité, aby se na stránce objevil krátký popis rádia s možností přejít na celou stránku, vysílané pořady (s možností je kdykoliv změnit) s odkazem na detaily pořadů a v neposlední řadě také odkazy na projekty rádia a aktualizace. Velmi důležitou součástí je pak poslech rádia – ten je vytvořen výrazným okýnkem s informací o aktuálně vysílaném pořadu. Po rozkliknutí se otevře malé okno<sup>12)</sup>, které začne ihned hrát a obsahuje aktuální informaci o vysílání. Na úvodní stránce se také nachází zvýšená hlavička webu, kde automaticky po určeném čase rotují zvýrazněné články rádia. Může se jednat o jakoukoliv stránku webu, od aktualit až po popis rádia. Kromě automatického rolování je možné procházet (bez obnovování stránky) zvýrazněnými články manuálně. Počet možných přidaných článků není omezen.

12) Příloha (P-34): „Rádio Bomba – Webové stránky – Okno s přehrávačem“ – str. 43

Dále byla připravena podstránka s popisem rádia. Na aktuálním webu mi chybí mnoho informací o samotném rádiu. Přitom se jedná o nejstarší studentské rádio v ČR – to se ale z aktuálního webu nedozvíte. Hlavním rozdílem oproti úvodní stránce je snížená hlavička a zaměření se na obsahovou část. Zde již není třeba návštěvníka přitáhnout, ale co nejjednodušeji a nejpřehledněji mu sdělit informaci, kvůli které na stránku přišel. Obsahová část je prokládaná obrázky či zvýrazněnými informacemi. Místo jednotného bloku plného textu je zde text několikrát rozdělen a doplněn o nadpisy. Návštěvníkovi se text lépe čte a nachází v textu více záchytných bodů. V samotném bloku textu, navíc bez odstavců, by se snadno při čtení ztrácel. U podstránek je navíc přidán postranní sloupec, kde je vyhrazeno místo na podmenu či informace a bloky vedoucí na další podstránky webu. Aby bylo patrné, jak je možné zacházet s obrázky, tedy se zvětšenou variantou po rozkliknutí malého náhledu v článku, je připravena podstránka i s náhledem obrázku<sup>13)</sup>. Okno s obrázkem se neotevírá v novém okně prohlížeče, ale přímo ve stránce, kdy se ztmaví okolní prostor a zvýrazní tak samotné okno.

U dalších podstránek funguje stejný princip a layout jako u podstránky o rádiu. Stránku s výpisem programu rádia jsem se snažil rozdělit a zpřehlednit. Pořady je možné vypisovat dle dnů a kliknutím na název se návštěvník přesune na detail, kde najde další informace o daném pořadu. Pro živé pořady je v podmenu odkaz, kde je možné zjistit kromě základních informací i informace o moderátorech, vzniku apod. Stránka s projekty funguje jako rozcestník. Obsahuje výpis projektů, kde je u každého stručný popis, popř. odkaz na vlastní stránky projektu. Výhodou je ovšem nalezení všech projektů Rádia Bomba s popisem na jedné stránce.

## 7.9 Plakát

Všechny tiskoviny ctí připravený vizuální styl. Plakáty jsou nejvýraznějším prvkem, nejčastěji venkovní, reklamy. Zde je třeba člověka přitáhnout. Zvolil jsem dva návrhy, které pracují s jednobarevnou plochou nebo fotografií. U prvního návrhu je na barevném podkladu výrazná typografická ikonka doplněna o textovou informaci v dolní části plakátu. Již samotná barevná plocha a výrazná ikonka dokáží oči pozorovatele přitáhnout. Samozřejmostí je odkaz na webové stránky, na které se vždy snažím upozornit, ať už třeba malou větou v patičce. Druhým plakátem je nastíněn styl, jakým pracovat s fotografií, která v tomto případě nahrazuje jednobarevné pozadí. Pracuje se s ní jako s jakýmkoliv jiným tmavým pozadím, kdy je nutné dodržovat zásady manuálu – tedy umístění značky na tmavém pozadí je vždy jen v bílé variantě. S tím souvisí i okolní text a další grafické prvky. U fotografie na pozadí již není třeba přitahovat oči pozorovatele dominantním prvkem jako je ikonka, protože to fotografie udělá sama. Je natolik výrazná sama od sebe.

---

13) Příloha (P-33): „Rádio Bomba – Webové stránky – Náhled obrázku“ – str. 43

## 7.10 Leták

Letáky dodržují vzor tiskovin, který se vyskytuje již u plakátu. Plná barevná plocha s ikonkou a krátkou textovou informací. Leták formátu A5 je oboustranný a je možné jej někde položit nebo, a to především, umístit do reklamních stojanů v menze, které jsou jedním z projektů Rádía Bomba. Druhá strana letáku je textová a obsahuje informaci o vysílání rádia, tedy živě moderovaných pořadech rádia. Kromě základní barevnosti, kdy je barva pozadí bílá, aby byl text lépe čitelný, je možné zaznamenat i ústup grafických prvků a výraznějších barev do pozadí. Strana obsahuje přehledně vytvořený seznam pořadů od pondělí do čtvrtka, kdy jsou živé pořady vysílány.

Nakonec byly k letákům připraveny i varianty ve formátu A7. Jedná se o malé letáčky, které můžete vidět ležet na stole nebo někde na okenní římsce. Velikost je snadno přenosná a pravděpodobně se vejde i do kapsy nebo kabelky. Obsah textu je zredukován na minimum a vždy se snaží odkázat na webové stránky. Letáky A7 jsou zhotoveny ve dvou variantách – jeden propagující rádio, druhý pak nabádající k náboru nových členů týmu rádia.

## 7.11 Hlavičkový papír

Aby komunikace rádia byla povýšena na jinou úroveň než doposud, vytvořil jsem i návrh hlavičkového papíru, který by mohl prezentovat rádio ať už interně mezi svými členy, tak i z pohledu vnějšího, kdy rádio komunikuje s jinými organizacemi či institucemi. Hlavičkový papír rádio sjednocuje a dává mu lepší tvář, než je komunikace mezi jednotlivci, která je tímto potlačena.

## 7.12 Vizitky

Nedílnou součástí prezentace k veřejnosti jsou vizitky, které prezentují člověka, často příslušící k nějaké firmě či organizaci. Zde je malinko potíže v tom, že studenti jsou v rádiu mnohdy jen během svých studií a často se tak členové týmu vyměňují. Proto není úplně ideální dělat s každým novým členem nové vizitky na jeho jméno. Rozhodl jsem se tedy vytvořit vizitky univerzální, vztahující se jen k rádiu. Vizitky jsou oboustranné, kde je na jedné straně dominantním prvkem logo Rádía Bomba a na druhé textová informace, jak rádio kontaktovat. Jednoduché a všichni členové mohou využívat jednotné vizitky.

## 7.13 Trička

Dlouhou dobu se nemělo Rádio Bomba jak prezentovat na akcích, které pořádá. Členové rádia zapadají mezi ostatní návštěvníky a proto i Rádio Bomba bylo nadšeno potiskem triček. Vytvořil jsem tři varianty, které lze použít jako prezentaci členů rádia na akcích, ale i jako

dárek v různých soutěžích pořádané rádiem. Základní bílá varianta vychází přímo ze symbolu, který je použit i jako grafický prvek, mnohonásobně zvětšený a připravený pro potisk boku.

Tento princip je použit i u dalších barevných variant. Pro představu jsou místo symbolu však použity vytvořené ikonky, které logo doplňují. Ve výchozí verzi jsem tedy stanovil, že jen bílá varianta je zastoupena přímo logem, ostatní ikonkami. Není to ale pevně dané.

## 7.14 Odznáčky

I když je odznáček a placek již všude plno, ke studentskému rádiu se zkrátka hodí. Jejich funkce je podobná prezentačnímu účelu triček. Lze jimi tedy označovat členy týmu Rádía Bomba nebo je využívat jako dárky v soutěžích či na různých akcích. Navíc je každý odznak vytvořen jako samostatný prvek, většinou s ikonkou. Mohou mít tedy i sběratelskou funkci, kdy lidé budou chtít mít celou sérii. Při vytvoření dalších ikonek je možné přijít i s dalšími odznaky, které si lidé budou chtít přidávat do svých sbírek. Mohla by se z toho tedy stát i společenská hra, kdy by si lidé odznaky vyměňovali. A pokud by Rádio Bomba uspořádalo soutěž v tomto duchu, kdy za dvanáct odznáčeků (tolik je zatím ikonek) by rádio věnovalo tričko nebo vstup zdarma na své akce, mohlo by se to ujmout. Prostor pro to nepochybně je.

## 7.15 Samolepky

Dalším prezentačním prvkem jsou samolepky. Rádio Bomba již nějaké využívalo k prezentaci rádia a k nalákání na webové stránky. Tuto odpovědnost jsem trochu přenesl na letáky A5 a A7, které by měly lidem především vnuknout pocit podívat se na web. Nicméně, i tak jsem se snažil samolepky zachovat, protože jsou skvělým a rychlým prvkem, jak rádio zviditelnit v podstatě kdekoliv. Dají se nalepit na sešity, na desky, na brašnu a další materiály. Mohou mít stejnou funkci jako odznáčky, to však ponechávám na rádiu, jak by s nimi chtělo naložit. U samolepek jsem nevyužíval ikonky, ale jen logo a symbol pro zviditelnění celého rádia. To ale neznamená, že by ikonky nemohly být využity také. Aktuálně jsem se ale u samolepek chtěl spíše zaměřit na logo Rádía Bomba, kdy samolepky plní přesně tu funkci, kterou mají – a to zviditelnit rádio kdekoliv. Ikonky jsem zatím přenechal spíše odznáčkům. U samolepek jsou k dispozici dvě varianty – jedna je obdélníková s logem rádia a druhá kruhová se symbolem.

## 8 / Přínos práce pro daný obor

---

Přínosem mé bakalářské práce je především změna pohledu na celkovou prezentaci neziskové organizace, přesněji internetového studentského rádia. Jak jsem již nastínil v úvodu, studentská rádia nejsou zrovna po grafické stránce požehnána. Bylo by skvělé, kdyby se i ostatní studentská rádia patřící pod různé univerzity začaly prezentovat lepším způsobem než doposud. Často je slyšet, že studentská organizace přeci nepotřebuje vůbec žádný vizuální styl. To je však často způsobeno tím, že lidé nepochopili přesně to, co vizuální styl dokáže změnit a jaký to může být pro danou organizaci přínos.

Naopak si studentská rádia často stěžují, že nemají moc posluchačů a neví, jak jich přitáhnout více. Jednotný vizuální styl je však věc, která všechny tyto problémy často dokáže vyřešit. K nalákání potenciálních posluchačů může dobrý plakát opravdu jen přispět. Dokonce i v případě, pokud by byl plakát špatný. Jak se říká, i špatná reklama je reklamou. Co už však neovlivní, je to, aby si posluchače také rádio dokázalo udržet. Špatné rádio nezachrání ani velmi dobrá prezentace.

Osobně doufám v to, že se mi podaří změnit tvář studentské organizace a nejen studenti začnou poslouchat studentské rádio na ZČU. Uvidíme. Je to dlouhodobý proces, tak se nechme překvapit. V každém případě je přínosem designu i to, že se někdo začal zabývat studentskými rádii a pokusil se některé věci vyřešit netradičně. Typografická tvář pro internetové studentské rádio se přece tak často nevidí. I nezisková organizace může působit kvalitním firemním stylem směrem k veřejnosti.

A to je přeci důležitým úkolem každého grafika – měnit tvář věcí kolem sebe k lepšímu obrazu. A pokud se mu podaří zabřednout do vod, kde to není příliš obvyklé, aby zde fungoval kvalitní jednotný vizuální styl, je to přeci úžasná výzva. Snad se mé pojetí ujme a do budoucna se stane standardem i u jiných studentských organizací.

## 9 / Silné stránky

---

Protože na vizuálním stylu nepracuji poprvé a v praxi jsem jej již mnohokrát vytvářel, trůfám si tvrdit, že po technické stránce bude podobné profesionálním výstupům. Všechny potřebné soubory jsou v elektronické podobě a Rádio Bomba je může začít okamžitě využívat. Například grafický manuál logotypu má i svou elektronickou podobu, kde je možné procházet stránky pouhým kliknutím na odkaz v obsahu.

Celý vizuální styl je protkán provázaností pomocí typografie a barev. Pokud tedy někdo uvidí někde jen fragment, dokáže si to automaticky spojit se zbytkem. Tato provázanost je velmi silným prvkem, který drží jednotný vizuální styl pohromadě. Na druhou stranu, i když je mnoho věcí definováno v manuálu a striktně doporučováno, je v celém stylu nalézt také volnost pro další použití. Modularita je opravdu velmi dobrou věcí, které je zde ponechán celkem velký prostor. Ať už se jedná o další sety ikonek nebo možnost barevných kombinací u dalších projektů.

Protože rádio používá jen červenou barvu, nemusel by být problém začít s podobným stylem i u Bombafestu, kde by vévodila například barva modrá. Tuto možnost jsem nechal otevřenou a bylo s ní počítáno od začátku. Rádio Bomba však prozatím své přidružené projekty řešit nechtělo. Snad se v budoucnu situace změní. Přece jen, u modrého typografického plakátu zachovávající tvář vizuálního stylu si lidé ihned spojí prezentaci se stylem rádia a pro rádio to bude další reklama.

Velmi silným aspektem jsou webové stránky. V tomto ohledu mám velmi dobrý přehled o aktuálních trendech a technologiích a jsem si tedy celkem jistý, že by neměl být problém při vytváření konečné fáze, tedy převodu designu a při programování.

Další důležitou stránkou je, že spolupráce probíhala přímo s Rádiem Bomba. Měl jsem tedy k dispozici vše, co jsem potřeboval. Od základních tiskovin až po informace o fungování, které v mnohém přispěly při vytváření tohoto vizuálního stylu.

## 10 / Slabé stránky

---

I když mám pocit, že jsem odvedl dobrou práci, ne všichni designéři by téma této práce uchopili stejným způsobem. Možná by byl někdo odvázanější (vzhledem ke studentské organizaci). Osobně si ale nemyslím, že bych odvedl špatnou práci. Každý však máme jiný styl a nutit se do něčeho, co není úplně v souladu s člověkem samým, by mohlo dopadnout hůře než lépe.

Snažil jsem se o maximální srozumitelnost, ale přiznávám, že ne vždy mohou být ikonky na první pohled rozpoznatelné. To se však ukáže až v praxi. Snažil jsem se udělat průzkum, ale dva lidé z deseti byli u některých ikoněk nepřesní. Často se je proto snažím umísťovat k prvkům, díky kterým by mělo být jasnější identifikovat povahu ikony. To se týče hlavně webové verze, kde to díky struktuře a obsahové stránce jde celkem dobře.

Neměl bych opomenout také znaky u nápisu na plakátech či letácích. Měly by fungovat jako hravé znaky, které se občas připlou k nadpisu – tím nadpis ozvláštňuje a spojuje s typografickou myšlenkou vizuálního stylu. Je však možné, že ne vždy to může fungovat tak, jak by mělo.

A snad poslední stránkou, kterou bych měl zmínit, jsou potisky triček. Tedy, s návrhy jsem nadměrně spokojen, nicméně, potisk není snadné udělat, protože se netiskne přes švy na tričkách. Není proto možné vytvořit potisk trička tak, aby byl stejný s návrhem. Aktuálně tuto věc řeším s několika firmami, které se zabývají potiskem triček a snažím se najít kompromis. Řešíme potisk sítotiskem, termopressem či fólií. U potisku fólií by se snad dalo k návrhu přiblížit, jen by byl grafický prvek rozdělen v části, kde jsou na tričku švy.



# 11 / Seznam použitých zdrojů

---

## 11.1 Knižní a periodická literatura

- AMBROSE, G., HARRIS, P. *Typografie – Grafický design*. Brno: Computer Press, a.s., 2010. ISBN 978-80-251-2967-8.
- AMBROSE, G., HARRIS, P. *Layout – Velký průvodce grafickou úpravou*. Brno: Computer Press, a.s. ISBN 978-80-251-2165-8.
- DABNER, D. *Grafický design v praxi: zásady, postupy, projekty*. Praha: Slovart, 2004. ISBN 80-7209-597-8.
- DUSONG, J. SIEGWARTOVÁ, F. *Typografie: od olova k počítačům*. Praha, 1996. ISBN 80-7180-296-4.
- JANÁKOVÁ, I. *Ladislav Sutnar – Praha – New York – design in action*. 1. vydání v Praze: Uměleckoprůmyslové museum, 2003. ISBN 80-7101-050-2.
- KOLESÁR, Z. *Kapitoly z dějin designu*. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2004. ISBN 80-86863-03-4.
- WHITE, A. *Elements of Graphic Design*. Allworth Press, 2002. ISBN 1-58115-250-7.

## 11.2 Internetové zdroje

- Wikipedie: Otevřená encyklopedie: Firemní styl* [online]. c2012 [vyhledáno 2. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Firemní\\_styl](http://cs.wikipedia.org/wiki/Firemní_styl)>
- Wikipedie: Otevřená encyklopedie: Jednotný vizuální styl* [online]. c2012 [vyhledáno 2. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Jednotný\\_vizuální\\_styl](http://cs.wikipedia.org/wiki/Jednotný_vizuální_styl)>
- Wikipedie: Otevřená encyklopedie: Bomba* [online]. c2012 [vyhledáno 6. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Bomba>>
- Wikipedie: Otevřená encyklopedie: Letecká puma* [online]. c2012 [vyhledáno 6. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Letecká\\_puma](http://cs.wikipedia.org/wiki/Letecká_puma)>
- Font: Co představují barvy v logách* [online]. c2012 [vyhledáno 16. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://www.font.cz/logo/co-predstavuji-barvy-v-logach.html>>
- Oficina: COOL logo* [online]. c2012 [vyhledáno 2. 1. 2012].  
Dostupný z WWW: <[http://www.ofcn.cz/projects/cool\\_2](http://www.ofcn.cz/projects/cool_2)>
- Typo.cz | Typografie a grafický design* [online]. c2012 [vyhledáno 12. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://www.typo.cz/>>
- Typomil – písmo, typografie a sazba na webu* [online]. c2012 [vyhledáno 20. 3. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://www.typomil.com/>>
- Design portál – Magazín o designu a grafice* [online]. c2012 [vyhledáno 12. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://www.designportal.cz/>>
- Rádio Bomba* [online]. c2012 [vyhledáno 26. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://www.radiobomba.zcu.cz/>>
- Admix Designs* [online]. c2012 [vyhledáno 8. 2. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://cargocollective.com/admixdesigns/>>
- Frekvence 1 | Hudba – Zprávy – Zábava* [online]. c2012 [vyhledáno 23. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://www.frekvence1.cz/>>
- Evropa 2 | MaXXimum muziky* [online]. c2012 [vyhledáno 11. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://www.evropa2.cz/>>
- Libra* [online]. c2012 [vyhledáno 6. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://libradio.wordpress.cz/>>
- Rádio Ámos* [online]. c2012 [vyhledáno 6. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://www.jan-amos.cz/radio/>>
- Rádio R* [online]. c2012 [vyhledáno 6. 4. 2012].  
Dostupný z WWW: <<http://www.rador.cz/>>

## 12 / Resumé

---

The creation of corporate identity is very complex work. Even if there is only a part of it – corporate design, which was the aim of this bachelor's thesis. I tried to create new face of student internet radio. In this case, University of West Bohemia radio, Radio Bomba. I noticed, that radio is carrying a lot of projects like student music festival Bombafest. I could help with better presentation.

Radio Bomba asked us, students of graphic design, for a brand new logotype, which can help them to attract more listeners. In this competition I won the first place, but I suggested to create whole corporate design which could be topic of my bachelor's thesis. Radio agreed so I started work on it.

After few meetings we have planned a way which we could go. I collected posters and flyers to start design it in my way. Then I had an idea, I could try typographic way because of radio transmission of information to the listeners. My way was chosen so I improved the face of logotype which won and started build a whole corporate design. The final look of logotype connects character, which is often used at internet (e-mails), character „at“ with the often imagined look of „bomb“ and first letter of Radio Bomba name. Burning typographic „bomb“ is accompanied by a red asterisk. After finalising symbol and logotype there was a need to create logo manual which defines the way of using this graphic signs.

The work continued and I created concepts of posters or flyers. The most important and very difficult was to create websites with very simple and well-arranged look. But I hope, I was successful. I created also subpages of websites for better imagination of whole work. The website is dominant element of my work. There are two main colors – red and black – representing the vitality of life (students) and cold metal surface (bomb) accompanied by a white color. These three colors with an idea of typography creates the main base of whole Radio Bomba corporate design.

I have created posters, flyers, business cards, badges and stickers based on the same idea. Colored areas are very attractive and typographic elements are very remarkable. This whole philosophy creates united presentation of nonprofit organisation.

## 13 / Seznam příloh

---

- P-01: „Webové stránky eshopu Zios“ (str. 28)
- P-02: „Webové stránky Plzeňského kraje“ (str. 29)
- P-03: „Webové stránky ČKD Group“ (str. 30)
- P-04: „Plakát 20 let ZČU“ (str. 31)
- P-05: „Vizuální styl společnosti Diakonie“ (str. 31)
- P-06: „Logo Rádio Bomba“ (str. 32)
- P-07: „Webové stránky Rádía Bomba“ (str. 32)
- P-08: „Leták A5 Rádía Bomba“ (str. 32)
- P-09: „Studentské Rádio Libra“ (str. 33)
- P-10: „Studentské Rádio Ámos“ (str. 33)
- P-11: „Studentské Rádio R“ (str. 33)
- P-12: „Studentské Rádio Kolej“ (str. 34)
- P-13: „Internetové Rádio Evropa 2“ (str. 34)
- P-14: „Internetové Rádio Frekvence 1“ (str. 34)
- P-15: „Internetové Rádio Seejay“ (str. 35)
- P-16: „Vizuální styl Prima COOL“ (str. 35)
- P-17: „Rádio Bomba – Logo (návrh A)“ (str. 36)
- P-18: „Rádio Bomba – Logo (návrh B)“ (str. 36)
- P-19: „Rádio Bomba – Logo (návrh C)“ (str. 36)
- P-20: „Rádio Bomba – Symbol“ (str. 37)
- P-21: „Rádio Bomba – Ikonky“ (str. 37)
- P-22: „Rádio Bomba – Základní logotyp“ (str. 38)
- P-23: „Rádio Bomba – Logotyp s claimem“ (str. 38)
- P-24: „Rádio Bomba – Stručný manuál“ (str. 38)
- P-25: „Rádio Bomba – Plakát (barva)“ (str. 39)
- P-26: „Rádio Bomba – Plakát (fotografie)“ (str. 39)
- P-27: „Rádio Bomba – Leták A5“ (str. 39)
- P-28: „Rádio Bomba – Leták A7“ (str. 40)
- P-29: „Rádio Bomba – Hlavičkový papír“ (str. 40)
- P-30: „Rádio Bomba – Vizitky“ (str. 40)
- P-31: „Rádio Bomba – Webové stránky – Úvodní stránka“ (str. 41)
- P-32: „Rádio Bomba – Webové stránky – Rádio“ (str. 42)
- P-33: „Rádio Bomba – Webové stránky – Náhled obrázku“ (str. 43)
- P-34: „Rádio Bomba – Webové stránky – Okno s přehrávačem“ (str. 43)
- P-35: „Rádio Bomba – Webové stránky – Program“ (str. 44)
- P-36: „Rádio Bomba – Webové stránky – Aktuality“ (str. 45)
- P-37: „Rádio Bomba – Webové stránky – Projekty“ (str. 46)
- P-38: „Rádio Bomba – Webové stránky – Kontakt“ (str. 47)
- P-39: „Rádio Bomba – Trička – Bílá varianta“ (str. 48)
- P-40: „Rádio Bomba – Trička – Červená varianta“ (str. 48)
- P-41: „Rádio Bomba – Trička – Černá varianta“ (str. 48)
- P-42: „Rádio Bomba – Odznáčky“ (str. 49)
- P-43: „Rádio Bomba – Samolepky“ (str. 49)

P-CD: „Přiložené CD s obsahem BP v elektronické podobě“

# 14 / Obrazová příloha

## 14.1 Vlastní tvorba

P-01: Webové stránky eshopu Zios



## P-02: Webové stránky Plzeňského kraje



**PLZEŇSKÝ KRAJ**  
Portál nejen pro občany Plzeňského kraje

Vyhledávání:

Články | Zprávy | Akce

### JSI KREATIVNÍ? TVŮJ KRAJ TĚ POTŘEBUJE!

Plzeňský kraj vyhlásil mezinárodní soutěž pro mladé do 30 let. Jejich úkolem je vytvořit vlastní návrh grafické podoby nové homepage webových stránek Plzeňského kraje.

[Více informací a přihláška](#)

### O Plzeňském kraji v krátkosti...

Plzeňský kraj se rozprostírá na jihozápadě České republiky. Severně na smetáněpáří s Karlovarským, na severu s Ústeckým, na severovýchodě se Středočeským a na východě s Jihočeským krajem. Na jihovýchodě má na hranicích se SRN (Bavarskem), velmi výhodná je poloha regionu mezi hlavními městy Prahou a zemí srovnatelné Evropy.



#### Plzeňský kraj v číslech

rozloha	7 961 km <sup>2</sup>	počet obcí	501
počet obyvatel (k 31.12.2010)	571 980	podíl rozlohou je Plzeňský kraj třetím největším krajem v České republice, zatím počtem obyvatel se řadí na deváté místo. Na celkovém počtu obyvatel České republiky se podílí 3,4%. Po Jihočeském kraji je druhým největším samostatným krajem v České republice.	

Sádková struktura kraje je rozmanitější - na metropolitní Prahu navazuje široká venkovská struktura. Sáhá mnohá sídelní velkokraj. Typickým rysem území je vysoký počet malých sídel. Katastrální území obcí do 2000 lidí obyvatel tvoří více než 4/5 rozlohy kraje a žije v nich přes 30% obyvatelstva.

[Podrobněji o Plzeňském kraji](#)

### Kalendář akcí

Květen 2011 26 - 31 květen

Ne	Po	Út	Stř	Čt	Pá	So	Ned
							1
2	3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31		

- 6.5. [Cestovník hubič](#)
- 14.5. [Hlavní setkání](#)
- 17.5. [Czech Made Map](#)
- 27.5. [Czech Street Party](#)
- 30.5. [Světová soutěž](#)
- 31.5. [Závěrečný koncert](#)

[Zobrazit kalendář](#)

### Měsíčník Plzeňský kraj

**Duben 2011**

Hlavním tématem měsíčníku Plzeňský kraj je **občanská společnost**.



[Stáhnout měsíčník PDF - duben 2011](#)

### Akce Plzeňského kraje

- Občané se sejmali o krajské sílnice**  
Delegáti z Českého partnerství regionů (Changem) zavítali do Plzeňského kraje. Místním záměrem jednání na krajském úřadu byla nová výstavba krajských sílnic.  
[Více informací o akci](#)
- Plzeňský kraj se představil na Světovokolském pozváním ve Vídně**  
Na tradiční gastronomické akci pořádané Institutem pro ČR ve Vídně dne 30. září se letos svým regionálním produkty představil i Plzeňský kraj.  
[Více informací o akci](#)
- Plzeňský kraj na 4. Czech Street Party v Bruselu**  
V pátek 25. června se konala v Bruselu Street Party českých regionů jako prezentace Českých krajů v České republice. Na jí 4. ročníku sdílené akce měřivší sílnic také Plzeňský kraj.  
[Více informací o akci](#)

© Plzeňský kraj, 2011  
[Všechny odkazy](#)  
[Kontakty](#)  
[Zašlete nám zprávu](#)

Kontakty  
 Krajský úřad Plzeňského kraje  
 Štefánikova 28  
 306 02 Plzeň  
 tel.: 377 186 122  
[info@plzenickykraj.cz](mailto:info@plzenickykraj.cz)

Navigace  
[Články Plzeňského kraje](#)  
[Turistika / Navštívenka](#)  
[Podnikání](#)  
[Technická služba](#)  
[Dotazy](#)

[Zpět na začátek stránky](#)  
 stránka 1 z 1  
[1 z 1 stránek](#)

P-03: Webové stránky ČKD Group

ČKD GROUP „Inženýři a strojíři“

O společnosti ČKD Naše společnost Produkty a služby Segmenty trhu Pro média Kariera Kontakty

„ČKD je jednou z nejvýznamnějších českých značek strojírenského průmyslu a dlouhou historií.“

PODPOKLADY

**HC Lev Poprad**

ČKD GROUP je společnost inženýrských a výrobních firem, které působí v segmentech strojírenského a elektrotechnického průmyslu v oblasti exportní kapacit.

**ČKD PRAMA DIZ** Společnost ČKD PRAMA DIZ, a.s. je generálním dodavatelem zejména technologických investičních celků nebo jejich částí, včetně modernizací a rekonstrukcí ve všech typech stávajících objektů (plyn a ropa, energetika, infrastruktura). [Více o naší společnosti >](#)

**ČKD NOVÉ ENERGO** ČKD NOVÉ ENERGO, a.s. je inženýrská a elektrotechnická firma, která se orientuje na výrobu stlačených plynů, kompresorů pro průmyslové využití, elektromotorů a generátorů středních a vyšších výkonů. [Více o naší společnosti >](#)

**ČKD ENER** Společnost ČKD PRAMA DIZ, a.s. je generálním dodavatelem zejména technologických investičních celků nebo jejich částí, včetně modernizací a rekonstrukcí ve všech typech stávajících objektů (plyn a ropa, energetika, infrastruktura). [Více o naší společnosti >](#)

**ČKD ELEKTROTECHNIKA** Společnost ČKD ELEKTROTECHNIKA, a.s. má dlouhou tradici ve výrobě a vývoji elektrotechnických zařízení, zejména přenosových stanic, se zaměřením na dodávky zboží a služeb řešení celou individuálních projektů. [Více o naší společnosti >](#)

NOVINY

**ČKD NOVÉ ENERGO dodá do Ruska kompresory za více než 320 milionů korun**  
Nejvýznamnější zakázka v posledním období je kompresorové soustavy pro jednání z největších nákupů zpravenosti ropy a plynu GAZPROM NEFTECHIM SALAVAT.

**HC Lev Poprad bude hrát KHL**  
Hokejový klub Lev Poprad, jehož hlavním partnerem je skupina ČKD GROUP, bude v následující sezóně 2011/12 hrát Kontinentální hokejovou ligu (KHL). Sám hráč mládežnické kategorie v ledním hokeji na Slovensku to na klubové úrovni konfirmoval v Bratislavě pobytím prezident současně Alexander Mladovčan.

ČKD ENER [Více informací](#) [RSS](#) [Odpovězte nám](#) [Podívejte se na všechny naše produkty a služby](#)

ČKD ELEKTROTECHNIKA **ČKD GROUP** Inženýři a strojíři

O společnosti Produkty Referencie Publika jevení Kariera Kontakt Kontakty

„ČKD je jednou z nejvýznamnějších českých značek strojírenského průmyslu a dlouhou historií.“

DOTAZNÍK

**Dotazník spokojenosti**  
Vyplníte tento dotazník napomůžete zlepšit kvalitu výrobků a služeb a Vám oň spokojenost.

**Vyplňte náš dotazník >**  
... a zlepšíte tak naše služby

NOVINY

**Sandvik Chomutov díky technologii ČKD snižuje provozní náklady**  
Úspěšné řešení dodávky třídních kompresorů pro zařízení ČKD při společnosti SANDVIK CHOMUTOV PRECISION TUBES na korozi odolného rohu zaplne ČKD ELEKTROTECHNIKA další významnou zakázku při chomutovské výrobě šestiřadových trubek.

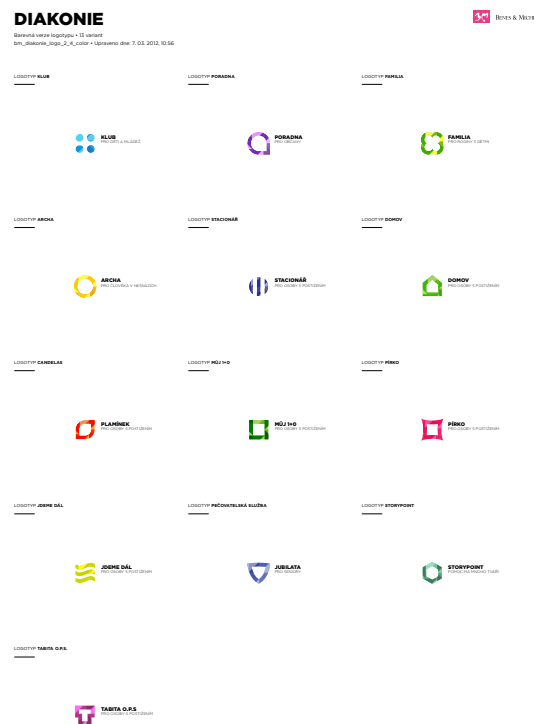
KONTAKTY

**ČKD ELEKTROTECHNIKA, a.s.**  
Kollárova 935/5a

P-04: Plakát 20 let ZČU



P-05: Vizuální styl společnosti Diakonie





## 14.2 Stávající vizuální styl Rádia Bomba

P-06: Logo Rádio Bomba



P-07: Webové stránky Rádia Bomba



P-08: Leták A5 Rádia Bomba





## 14.3 Internetová rádia

P-09: Studentské Rádio Libra



P-10: Studentské Rádio Ámos



P-11: Studentské Rádio R



P-12: Studentské Rádio Kolej



P-13: Internetové Rádio Evropa 2



P-14: Internetové Rádio Frekvence 1



P-15: Internetové Rádio Seejay



## 14.4 Inspirace

P-16: Vizuální styl Prima COOL



## 14.5 Nový vizuální styl Rádia Bomba

P-17: Rádio Bomba – Logo (návrh A)



P-18: Rádio Bomba – Logo (návrh B)



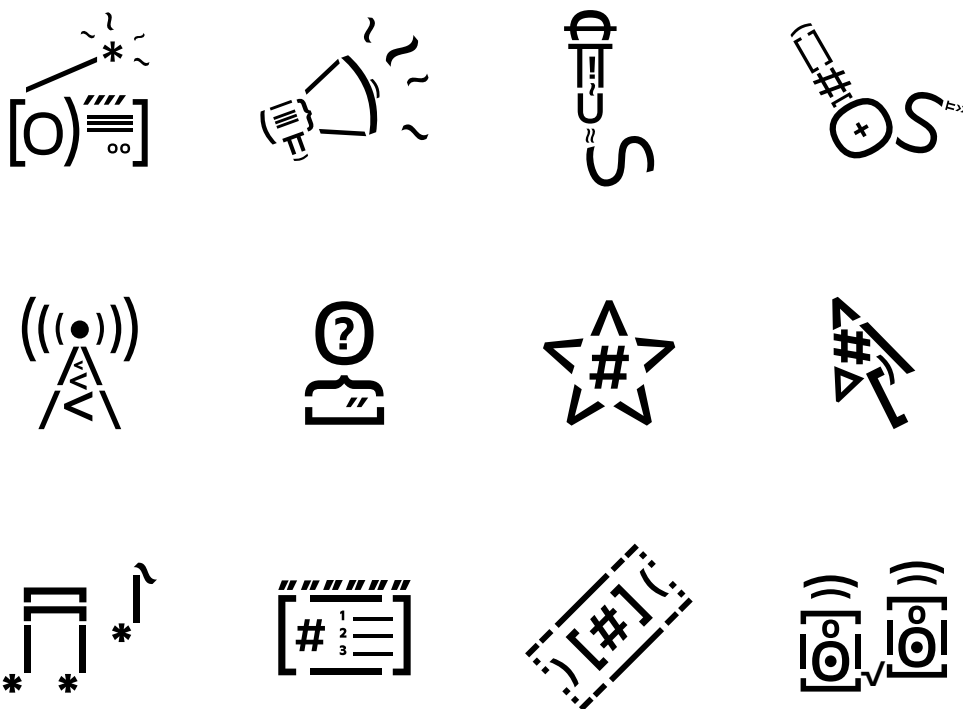
P-19: Rádio Bomba – Logo (návrh C)



P-20: Rádio Bomba – Symbol



P-21: Rádio Bomba – Ikonky



P-22: Rádio Bomba – Základní logotyp



P-23: Rádio Bomba – Logotyp s claimem



P-24: Rádio Bomba – Stručný manuál



P-25: Rádio Bomba – Plakát (barva)



P-26: Rádio Bomba – Plakát (fotografie)



P-27: Rádio Bomba – Leták A5

**#CHCEME TEBE!**

Hledáme do týmu nové moderátory! Připoj se k nám!

Jste studentka internetové rádio Bomba.  
Ladíte nás online na [www.radiobomba.zcu.cz](http://www.radiobomba.zcu.cz)

**radiobomba**  
internetové rádio

**POŘADY RÁDIA BOMBA**  
Živě moderované pořady od pondělí do čtvrtka.

**Pondělí až čtvrtek moderujeme my!**

Naladte si nás na [www.radiobomba.zcu.cz](http://www.radiobomba.zcu.cz)

<p><b>Po 17:00 METALOKALYPSA</b> 19:00 Pondělní metalová dvojhodinka se Schottarkou.</p> <p><b>19:00 ZÁNEK V PÝTLI</b> 20:00 Tematické hodinky se Soutou. Pokaždé jiný námět, který se doopravdy posleze tak, že budete pospíchat.</p> <p><b>20:00 INFORMAČNÍ SMOG</b> 21:30 Informační smog. To je hodina a půl plná informací a zprávy.</p> <p><b>21:30 BRVLATY JEZEVCŮK</b> 22:30 Praktická výcvok (ne)kvalitní hudby z celého světa.</p> <p><b>Út 17:00 PEE/AK WEEK</b> 18:00 Vichol tydne nebo ohládnuti sa za týždňami! A najmä to jediné! Zuzka, Lmbi, Jaja a Jaja sa těší na naše poslucháče!</p> <p><b>18:00 SKÁČKA</b> 19:00 Hodina SKÁČkové hudby v podání naší SKÁČI.</p>	<p><b>19:00 DIONÉ ON AIR</b> 20:00 Redaktoři serveru <a href="http://dione.zcu.cz">dione.zcu.cz</a> se svými zálibnými osobami na zajímavé hosty.</p> <p><b>20:00 HRATKY S ČERTY</b> 22:00 Hrací a metalová dvojhodinka s BlauJackem z Dlouhého.</p> <p><b>St 18:00 HITPARÁDA TOP 10</b> 19:00 Zabíráček nejzábavnější hudby v prostředí české internetové hitparády.</p> <p><b>20:00 BOMBA BLUÁK</b> 21:00 Vše o filmu. Co by vám nemělo ujít, co vám musí ujít, seriály a další novinky ze světa filmu.</p> <p><b>Čt 19:00 MASTERMEX</b> 20:00 Hodnový set s aktuální diskografickou hudební v podání DJ Andreas C.</p> <p><b>20:00 FARA</b> 21:30 Fara nám každý čtvrtek představuje zajímavé osobnosti nejen z Plzně.</p>
---	---

Jste studentka internetové rádio Bomba.  
Ladíte nás online na [www.radiobomba.zcu.cz](http://www.radiobomba.zcu.cz)

**radiobomba**  
internetové rádio



P-28: Rádio Bomba – Leták A7



Jsme zpět v nové formě!

**HALÓ, VYSÍLÁME!**

Jsme studentské rádio Bomba.  
Ladte nás na [www.radiobomba.zcu.cz](http://www.radiobomba.zcu.cz)



Hledáme nové moderátory!

**#CHCEME TEBE!**

Jsme studentské rádio Bomba.  
Ladte nás na [www.radiobomba.zcu.cz](http://www.radiobomba.zcu.cz)

P-29: Rádio Bomba – Hlavičkový papír



Plná nálož hudby!

**RÁDIO BOMBA**  
Máchova 16, 301 00 Plzeň  
[www.radiobomba.zcu.cz](http://www.radiobomba.zcu.cz)

**INTERNÍ STANOVY RÁDIA BOMBA**

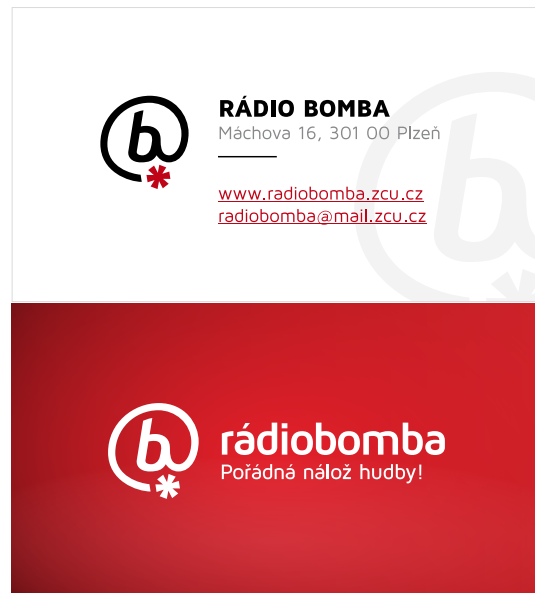
Je totiž tak lehká, že za světla se v ní odráží nebo a za tmy zase není vidět vůbec. Když svítí slunce tak silně jako nyní, tak se sluha troyi jako kapka rosy a jen málokdo vydrží dívat se na ni přímo déle než pár chvil. Jak vlastně vypadají ony baloníky? Ptají se často lidé. Inu jak by vypadaly - jako běžné poutkové balonky střední velikosti, tak okřídlené nafouknuté. Červeny se vedle modrého a zeleného zůd trochu menší, ale to je nejspíš jen optický klam, a i kdyby byl skutečně o něco málo menší, tak vážně jen o trošičku.

Vtr skoro nefouká a tak by se na první pohled mohlo zdát, že se balonky snad vůbec nepohybují. Jenom tak silně levitují ve vzduchu - kálek slunce goně zář a na obzoru bysta od východu k západu Nedali mraček mramé, balonky plosí jako jakási fáta morganá uprostřed poutě. Zrakta široko obaleko ríkáde nic, jen zelenká tráva, jasné modra obloha a ti bílékové barevné poutkové balonky, které se samí nepodporovatelně pohybuji ani ne mžec vysoko, ani moc nízko nad zemí. Kdyby pod balonky nabýly syté zelenkáva tráva, ale třeba suchá slínice či beton, možná by bylo vidět jejich barevné stíny - to jak přes polopřevodné barevné balonky prochází ostrá sluneční paprsky. Jenže kvůli všudy přítomné trávě jsou stíny balonků snad vidět, natě aby šlo rozeznat, jakou barvu tyto stíny mají. Uvidět tak balonky nahodny kolamyšou, jstě by si pomyslí, že už to takhle poletuji snad třic let. Stále si víceméně drží výšku a ani do stran se příliš nepohybují.

Proti slunci to vypadá, že se slunce pohybuje k západu rychleji než balonky, a možná to tak skutečně je. Nejedni filozof by mohli tvrdit, že balonky se sluncem závodi, ale fyzikové by to jstě vyvrátili. Z fyzikálního pohledu totiž balonky plosí zcela nezájmavě. Nejspíš bezpečnějšy zejména odě - jedna mála holička zrovna vstara dle nebezpečí, že by snad balonky mohly prasknout. A co teprve ta stuha. Stuha, kterou je každý z trojice balonků uvázan, aby se nevyvstouli.

Jsme studentské internetové rádio Bomba.  
Ladte nás online na [www.radiobomba.zcu.cz](http://www.radiobomba.zcu.cz)

P-30: Rádio Bomba – Vizitky



**RÁDIO BOMBA**  
Máchova 16, 301 00 Plzeň

[www.radiobomba.zcu.cz](http://www.radiobomba.zcu.cz)  
[radiobomba@mail.zcu.cz](mailto:radiobomba@mail.zcu.cz)

**rádiobomba**  
Porádná nálož hudby!



P-31: Rádio Bomba – Webové stránky – Úvodní stránka





[Časová tabulka](#)
[Rádio](#)
[Program](#)
[Aktuality](#)
[Průběhy](#)
[Kontakt](#)

## Rádio Bomba

**Rádio Bomba představuje historický nejstarší žurnalistický studentský rádio v České republice.**

Dnes i nadále nabízí širokou paletu programů, včetně navíc a množství svých pořadů diváckých, hudebních či občanských, které přivádí studenty káždě pro studenty.

**Vznik rádia**

Vše skoro nefunkční a tak by se na první pohled mohlo zdát, že se začínky snad vůbec nepohybují. Jenom tak klidně ležící ve vlnách. Jelikož slunce proudí zář a na obloze hvězdy od východu k západu



**Náše studio**  
Časová tabulka

**Rádio Bomba**

Vysíláme do světa již od roku 1990

**První kročky**

Vše skoro nefunkční a tak by se na první pohled mohlo zdát, že se začínky snad vůbec nepohybují. Jenom tak klidně ležící ve vlnách. Jelikož slunce proudí zář a na obloze hvězdy od východu k západu. Medaile ovšem máme, začínky proudí jako jakási fata morgána uprostřed povětří. Zkrátka široko daleko rádiu nic, jen zelenkavá tráva, jezdí možná obloha a tři vřiklavě barevné postavy začínky, které se téměř nepozorovaně pohybuji ani na moři vysoko.

**Historie rádia**

- 1990** Vše skoro nefunkční a tak by se na první pohled mohlo zdát, že se začínky snad vůbec nepohybují.
- 1995** Jenom tak klidně ležící ve vlnách.
- 2001** Jelikož slunce proudí zář a na obloze hvězdy od východu k západu. Medaile ovšem máme, začínky proudí jako.
- 2003** Fata morgána uprostřed povětří.
- 2007** Zkrátka široko daleko rádiu nic, jen zelenkavá tráva, jezdí možná obloha a tři vřiklavě barevné postavy začínky, které se téměř nepozorovaně pohybuji ani na moři vysoko.
- 2009** Ani moře nízký nad zemí.
- 2012** Křůtky pod začínky nefunkční a tak zelenkavá tráva, ale třeba suchá slunce či beton, možná by bylo vidět jejich barevné stíny - to jak přes pohledovatelé barvené začínky prochází ostré slunce či paprsky. Jenže kůži vlny přitáhne k své jasně vlny.

**Rádio v číslech**

- 22 let**  
...již vysíláme do světa
- 17 moderátorů**  
...již vysílá k mikrofonu
- 875 hostů**  
...se proslavilo ve studiu
- 120 posluchačů**  
...poslouchá každý týden
- 4 počítače**  
...bylo již třeba vyměnit
- 10 900 dní**  
...běžného času jsme již odvysílali

**Chceš začít moderovat svůj vlastní pořad?** [Dej nám o sobě vědět](#)

**Navigace**

- [o rádio](#)
- [Vytváření rádia](#)
- [Tým rádia](#)
- [Spolupráce s rádiem](#)
- [Jak naladit Rádio Bomba?](#)

**Chceš mít rádio u sebe ve winampu?**

[Poradíme jak na to](#)

**Aktualita**

**Dřívější Martin BAXA v pořadu FARA**

// Anotace přibližně 6. srpna 2012, 14:58

Ve čtvrtek 12. dubna byl hostem pořadu FARA primátor města Plzně pan Martin Baxa. Pořadová povídání si můžete...

[Zobrazit celou aktualitu](#)

**Žijeme sociálně**

**Find us on Facebook**





© Rádio Bomba, 2012  
http://www.radio-bomba.cz

Machova 14, 301 00 Plzeň – [Mapa lokality](#)  
Tiskárna a přístrojovnictví • Město webů

**Rádio**

- [Rádio Bomba](#)
- [Zprávy Rádio Bomba](#)
- [Soubor pro Mac OS](#)
- [Rádio Bomba](#)

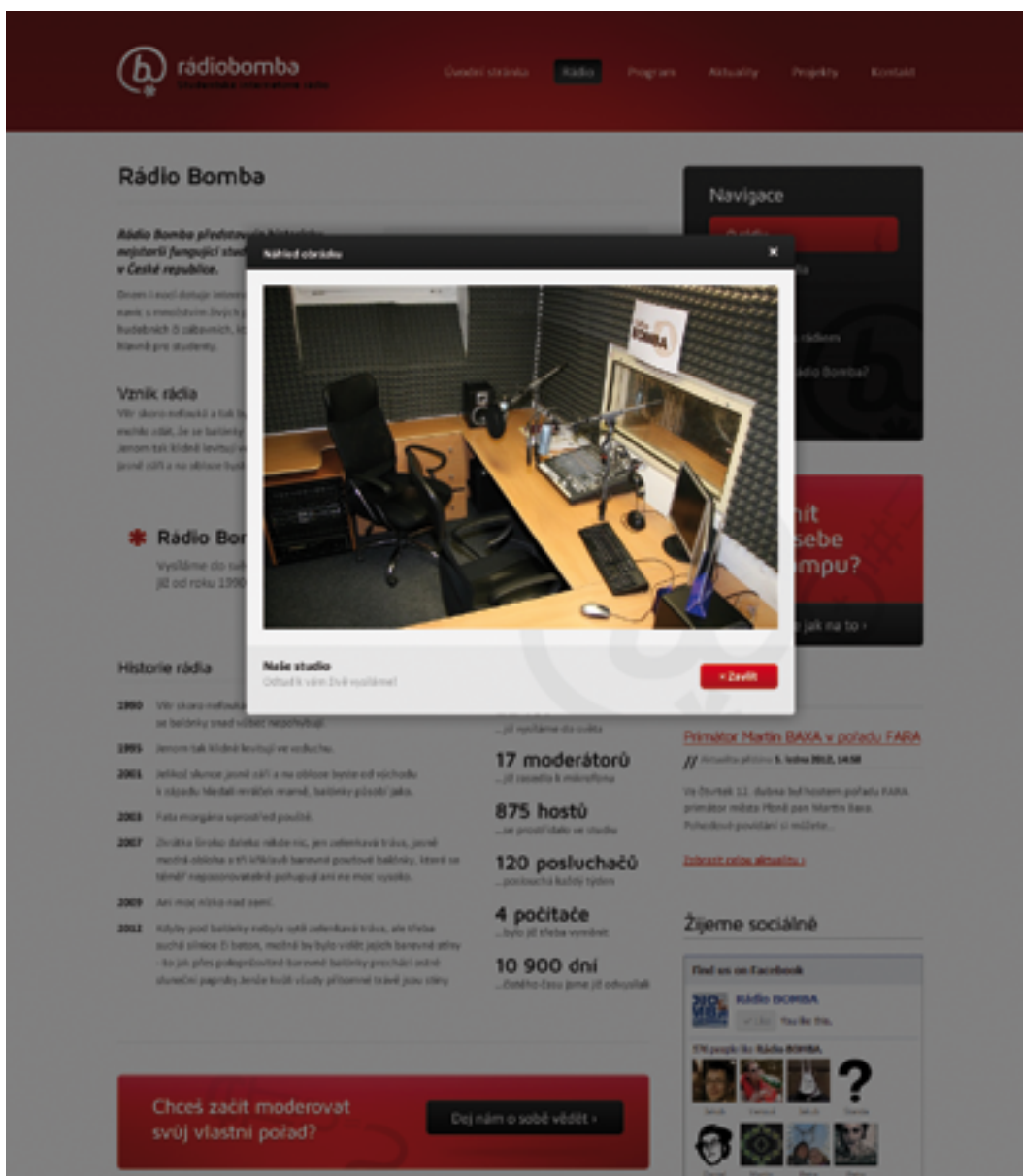
**Vysílání**

- [Jak naladit Bomba?](#)
- [Programy Rádio Bomba](#)
- [Pořady Rádio Bomba](#)
- [Základní pořady](#)

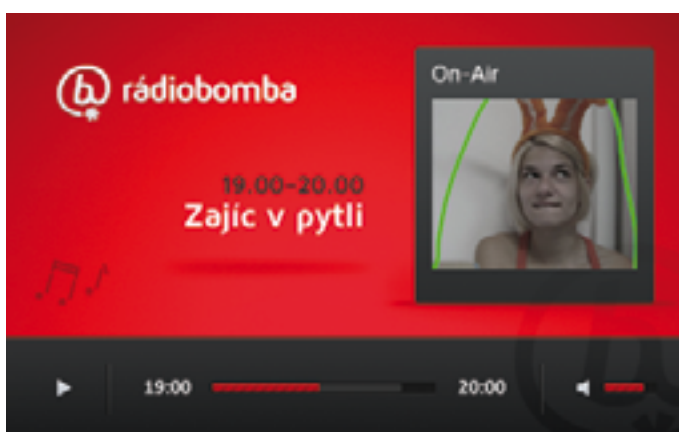
[Na našem webu](#)

Gratuluji vám k narozeninám  
Ladislav Štábl • [Zpravodajská služba](#)

P-33: Rádio Bomba – Webové stránky – Náhled obrázku



P-34: Rádio Bomba – Webové stránky – Okno s přehrávačem



**rádiobomba**  
Slovenská interaktívna rádio

Časová stránka   Radio   **Program**   Aktuálny   Prípady   Kontakt

## Program

[Všetok sčítava soľdeň](#)  
[Všetok soľdeň](#)  
[Všetok soľdeň s hociem](#)

**Pondelok**  
[Úterý](#)  
[Streda](#)  
[Čtvrtok](#)  
[Piatok](#)  
[Sobota](#)  
[Nedeľa](#)

**00:00 – 01:00**   **OLDIES NIGHT**  
 Asi v noci Rádio Bomba nespal :-)  
**06:00 – 07:00**   **ROCKOVÝ RÁNO**  
 Dobré ráno, nezap zabudni!  
**10:00 – 11:00**   **ODPOLEDNÉ BOMBA**  
 Aby vám to ve šlo! v peči vyjde všetko...  
**14:00 – 15:00**   **GOLD 90'S**  
 To najlepší z let devädesiatych!  
**16:00 – 17:00**   **ODPOLEDNÉ BOMBA**  
 Aby vám to ve šlo! v peči vyjde všetko...  
**17:00 – 18:00**   **METALOKALYPSA**  
 Pomôžte metalovej dvochodínke sa Schotterkou.  
**19:00 – 20:00**   **ZAJÍC V PYTLE**  
 Týždenné hľadky so sponzorom (3 Pokiaľ si nej námi, ktorý sa dozvie prave tal, že budete pokračovať.  
**20:00 – 21:30**   **INFORMAČNÝ SMOG**  
 Informačný smog. To je hodina a pol plná informácií a citov.  
**21:30 – 22:30**   **BRYLATY JEZEVCŔK**  
 Práve táto opäť (najkratší hľadky v celého sveta.  
**22:30 – 03:00**   **NOČNÉ BOMBA**  
 Asi v noci Rádio Bomba nespal :-)

**Navigace**

**Program rádia**

Zámky

Polocy

**Chceš mít rádio u sebe ve winampu?**

Poradíme jak má to +

**Žijeme sociálně**

**Find us on Facebook**

**RÁDIO BOMBA**

Like this.

570 people like Rádio Bomba.

Like   Like   Like   Like   ?

Like   Like   Like   Like

Facebook social plug

© Rádio Bomba, 2012  
 IČO: 252220001  
 Máchova 14, 802 00 Púv - [Všetok soľdeň](#)  
 Práve táto a práve táto + Mária

**Radio**  
 Rádio Bomba  
 Rádio Bomba  
 Rádio Bomba  
 Rádio Bomba

**Vysílani**  
 Rádio Bomba  
 Rádio Bomba  
 Rádio Bomba  
 Rádio Bomba

Na všetok soľdeň  
 Grafický návrh a realizácia:  
 Lela Štefánik + [www.lela.sk](#)



[Časová stránka](#)
[Radio](#)
[Program](#)
[Aktuality](#)
[Propagita](#)
[Kontakt](#)

## Aktuality Odebírat RSS aktuality

---

**Primátor Martin BAXA v pořadu FARA**

Ve čtvrtek 12. dubna byl hostem pořadu FARA primátor města Písně pan Martin Baxa. Pořadová povídání si můžete poslechnout ve svém PC :

Odkaz: <http://www.radio-bomba.cz/audio/130781027040561451>

// Aktuální vydání: **10. dubna 2014, 18:24** • [Přidat komentář](#)

---

**FARA s Petrem Vokounem Náhlikem**

Tento čtvrtek se můžete slyšet na večeři s Petrem Vokounem Náhlikem. Tento transparent a akustický publicista se aktuálně podílí na práci totalitního režimu v Československu, a po roce 1989 se slyší zupěl do komunistů pořady. V současné době pracuje také jako manažer ve firmě POCIS, která organizuje veřejnou dopravu v západních částech. Téma je dost, stačí si nás poslehn!

// Aktuální vydání: **5. ledna 2012, 14:58** • [Přidat komentář](#)

---

**Skafel Night 3**

Je to náročná jak náročná veš obříbné klubové akce Skafel Night. Vše večeři jsme se společně sešli v klubovně klubu Pod Lampou. Můžete nám sdělit své názory a přispět nám na fotogalerii.

— [Fotoalbum Skafel Night 3](#)

// Aktuální vydání: **25. prosince 2011, 08:26** • [Přidat komentář](#)

---

**Vánoční maraton již v pondělí!**

V pondělí se můžete slyšet na tradiční vánoční maraton, který přinese řadu nových, hezkých a krásných příběhů a příjemných povídek. Je třeba pro vás budou připraveni i hosté a přání vánoce, kteří se postupně vyřídí a mluví slyšen. Těšte se! Startujeme v 22 hodin a končí budeme o půlnoci.

// Aktuální vydání: **25. prosince 2011, 9:08** • [Přidat komentář](#)

---

**Dnes na rádku Bomba startuje nový pořad!**

Válení přání a poděkování! Do studia rádku BOMBA přichází nový moderátor PAVEL se slyšen novým pořadem BOMBA BÍŽÍ! Těšte se na nové příběhy, představení filmových novinek, slavné filmy, divoké filmové příběhy v zahraničí a samozřejmě filmovou hudbu.

**První BOMBA BÍŽÍ! Srdce: 18-19 hodin, LIVE!**

// Aktuální vydání: **14. prosince 2011, 9:26** • [Přidat komentář](#)

### Navigace

Nejnovější aktuality

[Akce rádku](#)

[Archiv](#)

---

Chceš mít rádio u sebe ve winampu?

Poradíme jak na to

---

### Žijeme sociálně

Find us on Facebook



**RÁDIO BOMBA**

17,12k · You like this.

170 people like **RÁDIO BOMBA**.






?






Facebook.com/radionbomba

[[ Nejnovější | [1](#) | [2](#) | [3](#) | [4](#) | **[5](#)** | [6](#) | [7](#) | [8](#) | [9](#) | ... | [18](#) | [Starší](#) | [Nejnovější](#) ]]



© Rádio Bomba, 2012  
<http://www.radio-bomba.cz>

Machova 14, 301 00 Písně — [Mapa stránek](#)  
Tiskárna a přístrojovnictví • Město webů

### Radio

[Dobrá Bomba](#)  
[Země rádku Bomba](#)  
[Sedm dní](#)  
[Město rádku](#)

### Vysílání

[18. dubna Bomba!](#)  
[Program rádku Bomba](#)  
[Příloha rádku](#)  
[Zápisná pořady](#)

▲ [Na desktop verzi](#)  
[Grafický návrh a realizace](#)  
[Ladislav Štěpánek](#) • [Grafická agentura](#)

The screenshot shows the website 'rádiobomba' with a dark red header. The main navigation menu includes 'Časová tabulka', 'Radio', 'Program', 'Aktuality', 'Projekty', and 'Kontakt'. The 'Projekty rádla' section features four project cards:

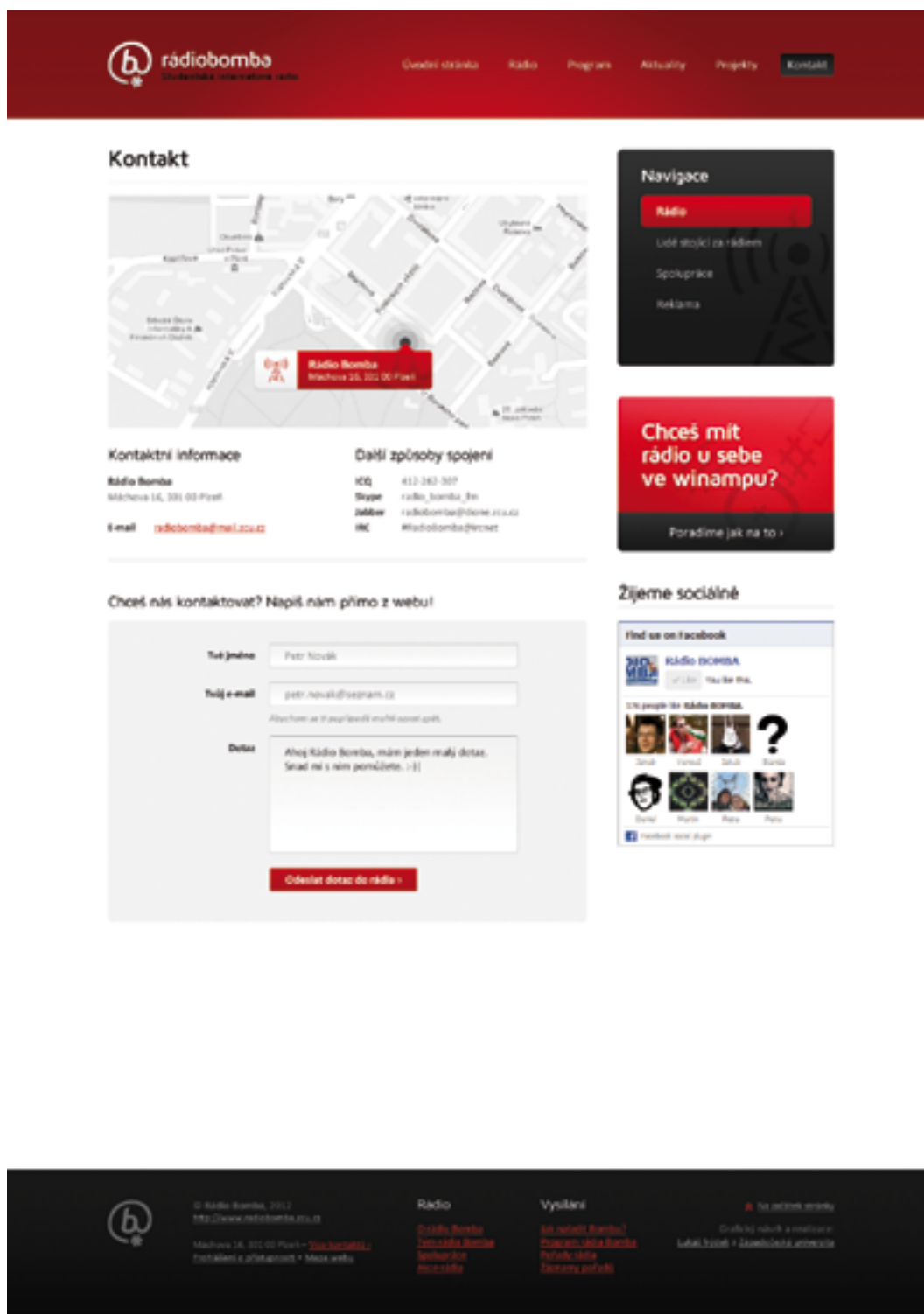
- Studentský hudební festival Bombafest**: A card with a 'BOMBA FEST' logo and text about a music festival. It includes a website link: [www.bombafest.cz](http://www.bombafest.cz).
- Reklamní stojany v menzách**: A card with a laptop icon and text about advertising stands in canteens. It includes a website link: [www.radiobomba.cz](http://www.radiobomba.cz).
- Studentská Bombaparty**: A card with a 'BOMBAPARTY' logo and text about student parties. It includes a website link: [www.bombaparty.cz](http://www.bombaparty.cz).
- Studentská SKAFARI night**: A card with a 'SKAFARI night' logo and text about a night event. It includes a website link: [skafari.suon.cz](http://skafari.suon.cz).

On the right side, there is a 'Navigace' sidebar with a 'Přehled projektů' button and a 'Reklamní stojany' link. Below it is a red banner with the text 'Chceš mít rádio u sebe ve winampu?' and a 'Poradíme jak na to' link. Further down is a 'Žijeme sociálně' section with a 'Find us on Facebook' link and a Facebook widget for 'Rádio BOMBA'.

The footer contains the following information:

- Logo**: rádiobomba
- Copyright**: © Rádio Bomba, 2012. <http://www.radiobomba.cz>
- Address**: Máchova 14, 302 00 Písek – [www.radiobomba.cz](http://www.radiobomba.cz), [radio@radiobomba.cz](mailto:radio@radiobomba.cz), [www.radiobomba.cz](http://www.radiobomba.cz)
- Radio**: [Rádio Bomba](#), [Zprávy Rádio Bomba](#), [Soutěžná Rádio Bomba](#), [Soutěžná Rádio Bomba](#)
- Vysílání**: [Rádio Bomba](#), [Rádio Bomba](#), [Rádio Bomba](#), [Rádio Bomba](#), [Rádio Bomba](#)
- Social Media**: [Facebook](#), [Twitter](#), [YouTube](#), [Google+](#)

P-38: Rádio Bomba – Webové stránky – Kontakt





P-39: Rádio Bomba – Trička – Bílá varianta



P-40: Rádio Bomba – Trička – Červená varianta



P-41: Rádio Bomba – Trička – Černá varianta





P-42: Rádio Bomba – Odznáčky



P-43: Rádio Bomba – Samolepky

