

Západočeská univerzita v Plzni
Ústav umění a designu

Bakalářská práce

NÁVRH ZNAČKY

Iveta Bendová

Plzeň 2013

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Oddělení výtvarného umění

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor a specializace: Ilustrace a grafika - grafický design

Bakalářská práce

NÁVRH ZNAČKY

Iveta Bendová

Vedoucí práce: doc. ak. mal. František Steker

Oddělení výtvarného umění

Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Iveta BENDO VÁ**
Osobní číslo: **U10B0060P**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Ilustrace a grafika, specializace Grafický design**
Název tématu: **Návrh značky**
Zadávající katedra: **Oddělení výtvarného umění**

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

Minimální rozsah prací:

Počet: značka 1ks, minimální počet obchodních tiskovin 4ks, katalog 1ks

Formát: A6 - B1

Popis realizace: návrh značky a její grafické zpracování, aplikace značky na odpovídající obchodní tiskoviny

Výstup: značka, uplatnění značky na souvisejících obchodních tiskovinách (vizitka, hlavičkový papír, obálka, samolepka), prezentace značky a souvisejících produktů v katalogu

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

Postup realizace:

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

Praktická práce - sběr materiálů a průběžné intenzivní studium zdrojů.

2) prosinec Předložení řady skic a variant řešení.

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

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

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

6) duben Finalizace a odevzdání:

(finalizace projektu, dokončení teoretické i praktické části práce, příprava prezentace, odevzdání obou částí práce pro udělení zápočtu).

Obhajoba:

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

Rozsah grafických prací: **vyplyne ze zpracování BP**
Rozsah pracovní zprávy: **min. 10 normostran textu**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

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

JANÁKOVÁ, Iva. Ladislav Sutnar - Praha - New York - design in action. 1. vyd. Praha: Uměleckoprůmyslové muzeum, 2003. ISBN 80-7101-050-2.

BERAN, Vladimír. Typografický manuál. Praha: Kafka design, 2003. ISBN 80-901824-0-2.

TIMOTHY, Samara. Grafický design. Bratislava: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.

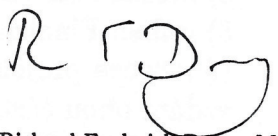
Vedoucí bakalářské práce: **Doc. akad. mal. František Steker**
Oddělení designu

Datum zadání bakalářské práce: **30. září 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2013**

Doc. akad. mal. Josef Mištera
ředitel




Richard Frederick Drury, M.A.
vedoucí oddělení

V Plzni dne 22. října 2012

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

Plzeň, duben 2013

.....

podpis autora

OBSAH

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1/ | MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE | 7 |
| 2/ | TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY | 9 |
| | 2.1 Téma | 9 |
| | 2.2 Důvod volby tématu | 9 |
| | 2.3 Podnět k výběru | 9 |
| 3/ | CÍL PRÁCE | 11 |
| | 3.1 Vytvoření osobní značky | 11 |
| | 3.2 Série potisků na textil ve spojitosti se značkou | 11 |
| 4/ | PROCES PŘÍPRAVY | 12 |
| | 4.1 Název značky | 12 |
| | 4.2 Skicování a výběr | 12 |
| | 4.3 Tiskoviny a potisky textilu | 13 |
| 5/ | PROCES TVORBY | 15 |
| | 5.1 První kroky - realizace značky | 15 |
| | 5.2 Tvorba obchodních tiskovin | 16 |
| | 5.3 Motivy pro potisk textilu | 16 |
| 6/ | TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA | 17 |
| | 6.1 Vektorizace | 17 |
| | 6.2 Potisk textilu a textilních etiket | 17 |
| | 6.3 Digitální tisk | 18 |

| | | |
|------------|---|-----------|
| 7/ | POPIS DÍLA | 19 |
| | 7.1 Osobní značka | 19 |
| | 7.2 Obchodní tiskoviny | 19 |
| | 7.3 Potisky na textil | 20 |
| | 7.4 Katalog a leták | 20 |
| 8/ | PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR | 21 |
| 9/ | SILNÉ STRÁNKY | 22 |
| 10/ | SLABÉ STRÁNKY | 23 |
| 11/ | SEZNAM POUŽITÝCH PŘÍLOH | 24 |
| | a) Knižní a periodická literatura | 24 |
| | b) Internetové zdroje | 25 |
| 12/ | RESUMÉ | 26 |
| | 12.1 Personal brand “bend” | 26 |
| | 12.2 Business stationery | 26 |
| | 12.3 Textile printing | 27 |
| 13/ | SEZNAM PŘÍLOH | 28 |
| 14/ | OBRAZOVÁ PŘÍLOHA | 29 |
| | 14.1 Značka a motivy potisku | 29 |
| | 14.2 Tiskoviny | 34 |
| | 14.3 Fotodokumentace výsledné práce | 44 |

„Abychom pochopili význam designu, musíme porozumět všem součástem tvořících jeho obsah a uvědomit si, že design už sám o sobě je názorem, stanoviskem a komentářem. Je také druhem určité sociální odpovědnosti. Vytváření designu, znamená více než pouze jednoduše sestavovat, formovat nebo upravovat; když navrhujeme dodáváme svému dílu jakousi hodnotu a význam, jeho prostřednictvím vysvětlujeme, zjednodušujeme, objasňujeme, přesvědčujeme, tvoříme nebo zdůrazňujeme, někoho ctíme, vyzdvihujeme, a snad i bavíme.“¹

1 MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE

Za dobu studia grafického designu jsem měla tu možnost projít si mnoha nejrůznějšími disciplínami, kterými se tento obor zabývá. Přesto si troufám tvrdit, že jich je stále velká spousta přede mnou a je dost možné, že se ke všem v průběhu své tvorby ani nedostanu.

Nicméně za uplynulá léta, kdy se grafickým designem zabývám, mě vždy nejvíce zajímala oblast tvorby logotypů a corporate identity. Nebráním se jak čistě grafickému provedení, tak ani propojení s digitální fotografií či ilustrací. Volba vhodné formy vždy závisí na okolnostech, jako je předpokládaný způsob prezentace, podstata dané práce, záměr a mnoho dalších aspektů.

Moje dosavadní dílo se rozvíjelo v oblasti tvorby plakátů, především filmových, tvorby letáků, návrhování logotypů, vizuálních identit a s nimi spojená tvorba piktogramů.

¹ RAND Paul. *Design, Form and chaos*. New Haven: Yale University Press, 1993.

Ráda používám vizuální zkratky, s tím je částečně spojená i záliba ve stylizaci nejrůznějších objektů za pomoci omezeného množství prostředků, tvarů, barev, apod.. Přesto se snažím zachovat smysl stylizované věci tak, aby byla stále rozpoznatelná.

Grafický design je pro mě určitý druh skládačky. Pokud do sebe jednotlivé články zapadají je to radost, kdy nás na konci čeká odměna ve formě kvalitně odvedené práce. A i když dojdeme cíle, je dost pravděpodobné, že s odstupem času bychom danou věc udělali jinak, předělali některou její část nebo jen změnili barevnost. Musíme si uvědomit, že grafický design je proces. Proces, který nikdy nekončí. Vlastně je dobře, když chceme po určité časové odmlce danou věc pozměnit. Je tak vidět, že se stále vyvíjíme a čerpáme nové zkušenosti.

2 TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

2.1 Téma

Jako téma mé bakalářské práce jsem si zvolila návrh značky, a to značky autorské-osobní. Společně s návrhem a následnou realizací, jsem řešila související obchodní tiskoviny a návrhy autorských potisků, což byla jedna z možných variant ukázky volných prací ve spojitosti se značkou a jejich následná prezentace ve formě katalogu.

2.2 Důvod volby tématu

Již nějakou dobu před zadáním bakalářské práce jsem pomýšlela na vytvoření vlastní značky. Ačkoliv se jedná o jedno z tradičních témat na středních či vysokých školách v oboru, nikdy jsem ho neřešila. Musím uznat, že jsem i ráda. Dřív jsem neměla ani důvod, takže bych nad tímto úkolem nepřemýšlela tak do hloubky a pravděpodobně by nevznikla značka, za kterou bych si stála, jako je tomu nyní. Proto teď, když jsem měla zájem a důvod, neváhala jsem s volbou tohoto tématu.

2.3 Podnět výběru

Vždy mě zajímal branding zabývající se streetovým oblečením, snowboardových a skateboardových doplňků. Vážím si převážně těch společností, které dělají menší, za to však kvalitnější série svých produktů, ve kterých se odráží koncept a zaměření firmy. Co jsem také vždy oceňovala a cením dodnes jsou detaily, které často dělají daný produkt něčím výjimečným. Kvalitní výrobek je v tuto chvíli samozřejmostí, mám teď na mysli věci, kterých si možná většina lidí ani nevšimne nebo je bere jako samozřejmost. Jedná se o nejrůznější firemní tiskoviny, nášivky, samolepky, visačky, obaly, etikety a jim podobné.

Pravda také je, a co se mi už párkrát stalo, že jsem si daný výrobek koupila i díky těmto relativně drobným prvkům, které jsou však pro mě osobně dost cenné a kterých si vážím. Vypovídá to o lidech stojících za jejich vznikem, lidech, kteří to co dělají, dělají rádi a ne proto, že musí. Jediné co musí je, že musí chtít. Touha vytvořit něco originálního, dát do práce kus sebe, který předají dál.

Nicméně to nemusí platit jen pro menší společnosti. Existují i takové nadnárodní, dnes již „profláklé“ firmy, které i přes množství své produkce jsou schopny vytvářet kvalitní produkty a neopomíjí ani tyto drobnosti. Takové velké firmy pro návrhy svých nových sérií, ať už se jedná o potisk oblečení, skateboardů, snowboardů, často oslovují samotné grafické designéry, kteří je zaujali svou tvorbou a kterým tak dávají jedinečnou šanci realizovat jejich vlastní nápady v jedné ze svých sérií nebo je oslovují pravidelně při vymýšlení nové kolekce. Jsou to především lidé, kteří dokážou vytvářet a prezentovat se i svými volnými pracemi, tím co je opravdu baví a jejich práce se lidem líbí, protože má co říci, je originální, apod..

Proto jedním z důvodů volby tohoto tématu byl i fakt, že už nechci tvořit volné věci jen tak, jak se lidově říká „do šuplíku“, ale ráda bych je prezentovala dál a kdo ví, možná se časem objeví příležitost podobná této. Chce to však na sobě neustále pracovat.

3 CÍL PRÁCE

3.1 Vytvoření osobní značky

Záměrem bylo vytvořit originální, funkční a osobitou autorskou značku, se kterou bych se ztotožnila a mohla ji v budoucnu používat. Vytvořit značku, která mluví sama za sebe a představit tak osobu stojící za jejím vznikem a něco o ní již na první pohled vypovědět. Značku, která by zachovávala standart, hlavně co se čitelnosti týká, byla způsobilá k aplikaci na nejrůznější tiskoviny, materiály, v nejrůznějších velikostech, barevných mutacích, a která by i přes všechny tyto požadavky byla stále tou jednou identifikovatelnou značkou.

3.2 Série potisků na textil ve spojitosti se značkou

Jako grafický designér, toužící po realizaci nejrůznějších zakázek, přijde čas, kdy potřebuji něco říci svým jazykem, mám na mysli ten vizuální, zkrátka potřebu vyjádřit se sama za sebe, ať už jako reakce na něco, co jsem viděla nebo četla. Asociace mohou být v tomto případě nejrůznější a každý je zpracovává po svém. Beru to jako oddychový čas, bez nutnosti promýšlení několika kroků dopředu. Často může vzniknout něco jen pro pobavení nás samotných. Někdy něco necháme rozpracované s tím, že se k tomu za čas vrátíme. Jindy nás napadne celá série na určité téma. Forma zpracování a rozsah jsou také jen v našich rukách, což nám dává největší možnou volnost.

Hned od začátku práce jsem měla v plánu jak zrealizování značky, tak vytvoření určité série potisků textilu. Tyto potisky představují možnou variantu volných prací, na kterých je dalším způsobem prezentována značka, především pak ve formě nášivek, visaček, obalového materiálu a prezentačních tiskovin.

4 PROCES PŘÍPRAVY

4.1 Název značky

První přípravy probíhaly ve smyslu určení cíle, přemýšlení nad tím, jakým způsobem bych se chtěla prezentovat. Jelikož se jedná o osobní značku, předpokládá se, že v ní bude nějakou vhodnou formou figurovat autorovo jméno, ať už celé nebo jen jméno křestní, příjmení, iniciály či zkratka tvořená ze jména. Já jsem se po nedlouhém rozhodování přiklonila k označení vyplývajícího ze zkrácené formy mého příjmení, tak vzniklo konečné označení „bend“. Zvolila jsem ho jako nejvhodnější variantu, která se mi zamlouvá jak po stránce zvukové, tak i svým rozsahem, a to čtyř liter, kdy první a poslední litera uzavírají název svými horními dotahy.

4.2 Skicování a výběr

Jelikož je značka tím nejdůležitějším a stává se nedílnou součástí všech následujících segmentů celé práce, bylo nutné ji začít řešit jako první. Po vytyčení hlavních bodů, v první řadě pak samotný název, přišla na řadu fáze skicování, která trvala několik dní, trůfám si tvrdit, že i týdnů, neboť jsem nad značkou přemýšlela delší dobu. Zkoušela jsem nejrůznější typy písma, většinou ručně psaná, seřazení jednotlivých znaků, kombinace s dalšími prvky a mnoho dalšího.²

Nakonec jsem vyšla z podoby podpisu. Neboť čím se každý z nás téměř dennodenně prezentuje nejčastěji, aniž by si toho byl třeba vědom? Co o něm částečně vypovídá jaký je? Nechci zde zabíhat do krajností a rozebírat podpis či rukopis z grafologického hlediska, ačkoliv to

² Příloha č. 1 - Návrhy značky „bend“

považuji za velmi zajímavou vědu. Ani by to nešlo, neboť je tento „podpis“ stylizovaný a částečně přizpůsobený dalšímu prvku. Beru to spíše z pohledu působení na druhého člověka. Na to abychom si udělali obrázek, zda se nám něco líbí či naopak, působí na nás kladně nebo záporně, často nepotřebujeme přílišné množství prvků. Samozřejmě k tomu, aby vznikla finální značka, nestačilo jen se „podepsat“, byl to určitý proces. Aby značka působila uceleně použila jsem další prvek, a to v podobě kruhu, který slouží jako soustředný bod a vymezuje jisté hranice jinak volnému lineárnímu označení. Kombinují se zde tak dva prvky, pevný bod, kterým prochází lineárně tvořený název. Plocha, jež zachycuje prostupující linii, která naopak rozbíjí jinak uzavřený tvar, čímž vzniká jistá dynamika, ale zároveň i harmonie obou těchto částí.

4.3 Tiskoviny a potisky textilu

Když byla značka v závěrečné fázi, začala jsem přemýšlet nad dalšími komponenty mé bakalářské práce, a to obchodními tiskovinami, jako je vizitka, dopisní papír, dopisní obálka, samolepky a desky.

Zároveň s tím jsem přemýšlela nad náměty pro potisk triček, která jsou součástí celé práce. Ty bylo potřeba vymyslet a zrealizovat v předstihu, jelikož jsem s nimi potřebovala pracovat dále, a to při tvorbě visaček a hlavně prezentačního katalogu a letáku. Po několika dnech strávených skicováním potisků, kdy jsem vyzkoušela nejrůznější možné motivy, od plošných tvarů, stylizovaných objektů, geometrických útvarů, různých typografických zkratk a náznaků, jsem nakonec vyšla z toho, co je pro mě v současné době nejpřirozenější, a co doplňuje celkový koncept práce. Tím je automatická lineární kresba. Jedná se spíš o určité symboly vytvořené pomocí několika čar, respektive jednou linií, která má začátek

a konec. Tímto způsobem mám pocit, že dokážu zobrazit vše, co si jen dokážu představit, aniž bych musela vyhledávat nějakou vizuální předlohu, podle které bych se řídila. Pro mě je to v současnosti nejlepší cesta, jak se vyjádřit.

Bylo nutné si vše dobře časově rozvrhnout, aby v průběhu práce nedošlo k nečekanému zpoždění nebo zbyl čas na předělávky či včasné řešení případně vzniklých problémů.

5 PROCES TVORBY

5.1 První kroky – realizace značky

Při shromáždění veškerých potřebných materiálů, množství skic a vybraných finálních návrhů, došlo na samotnou realizaci jednotlivých komponentů.

Jak jsem již zmiňovala, jako první jsem se zabírala řešením a realizací značky, která je součástí všech doprovodných materiálů. Po roztřídění a finalizování skic došlo na počítačovou vektorizaci, kdy jsem ještě upravovala jednotlivé litery tak, aby svým tvarem a velikostí co nejvíce harmonizovaly s prvkem podkladového kruhu. Zároveň se mi líbila myšlenka vzniklého bodu, jež upoutá pozornost a který si dokáže prosadit své místo ať už na nejrůznějších tiskovinách s doprovodnými prvky či doplňkovým textem tak, jako samostatný prvek.

V průběhu realizace bylo nutné si značku několikrát vytisknout a zjistit její skutečné poměrové vlastnosti, působení v malém i velkém měřítku a ujasnit si, co je třeba ještě upravit v rámci dobré čitelnosti a vzájemného působení obou prvků. To samé jsem dělala i s motivy potisků a tiskovinami. Musím uznat, že to bylo pro mou práci velmi přínosné, pokud jsem chtěla dosáhnout co nejlepšího výsledku. Display počítače mi neumožňoval stoprocentní reálný náhled. Několikrát jsem se divila, že se mi vytištěná práce nelíbí tolik, jak se původně jevila a je potřeba na ní ještě zapracovat.

Konečné logo, jež je výslednou prací, jsem zpracovala v černobílé verzi, jako základní variantu značky, kterou jsem aplikovala na veškeré vzniklé tiskoviny. Tato barva se také hodí k potiskům, které jsou realizovány ve stejné barvě. Nicméně značka byla navržena tak, aby se s ní dalo

v budoucnu dále pracovat a byla schopná nést jakoukoliv jinou výraznou barvu, přesto byla stejně dobře čitelná a identifikovatelná. Počítám s tím, že barevnost by se pak měnila hlavně v závislosti na vzniklých pracech, čímž jsou myšleny nové potisky, plakáty, autorské tisky a další práce. Pro obchodní tiskoviny jako je vizitka, dopisní papír a obálka, by však zůstávala platná základní černobílá varianta, a to hlavně z ekonomického hlediska.³

5.2 Tvorba obchodních tiskovin

Realizace obchodních tiskovin se nesla v duchu neustálého poměřování jednotlivých prvků, jejich rozmístění a vzájemném vztahu k určenému formátu. Nedílnou součástí tiskovin bylo vybrat vhodné doplňkové písmo. V tomto případě jsem se nakonec rozhodla pro bezpatkové písmo Source Sans Serif navržené Paulem D. Huntem.⁴

5.3 Motivy pro potisk textilu

Dalším bodem byla realizace autorských potisků. Když jsem měla ujasněnou formu, rozpracovávala jsem její námět. Vznikla tak řada skicovného materiálu.⁵ Po zvolení tří hlavních potisků, které dohromady tvoří jednu finální sérii, následovala opět počítačová vektorizace. Snažila jsem se, aby byly motivy co nejvěrněji ztvárněny a napodobovaly tak původní linii tužky, její silné a slabé tahy. Především jsem chtěla, aby byl zachován pocit kresby na jeden tah, což si myslím, že se povedlo. Po vektorizaci přišel na řadu samotný potisk textilu, který musel být hotový v předstihu, aby bylo možné jej vyfotografovat a následně použít vzniklé fotografie v katalogu pro prezentaci této série.

³ Příloha č. 2 - Základní varianta značky „bend“

⁴ Další informace o fontu na <http://www.google.com/fonts/specimen/Source+Sans+Pro>

⁵ Příloha č. 3 - Návrhy na motivy pro potisk textilu

6 TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

6.1 Vektorizace

Stěžejní pro moji práci byla počítačová vektorizace. Zvolila jsem ji jako nejvhodnější formu, díky které mohu jednotlivé komponenty (značka, potisky) aplikovat v nejrůznějších rozměrech bez ohledu na ztrátu kvality při reprodukci. Další její výhodou je možnost rychlé úpravy, změna barevnosti nebo schopnost vytvoření rychlého náhledu. Tyto klady se však mohou někdy stát i nevýhodou, především tehdy jsme-li nerozhodní a nemáme jasnou vizi. Jedním z důležitých aspektů při tvorbě vektorizace je pro mě schopnost zachovat vlastní rukopis a nezabřednout do určité lacinosti.

Při samotné realizaci značky jsem pak dbala zejména na hladký a plynulý přechod jednotlivých písmen, což mi tento způsob stoprocentně umožnil.

Jak u značky, tak i u potisků jsem vycházela z linie. Nejprve jsem zkoušela použít slabší tahy, pak silnější. U potisků jsem nakonec zkombinovala oba tahy, aby konečné motivy co nejvěrohodněji imitovaly kresbu tužkou. Ačkoliv byla tvorba potisků časově náročnější, jsem s výsledkem velmi spokojená.⁶

6.2 Potisk textilu a textilních etiket

Z technického hlediska pro mě byl nejkomplicovanější potisk textilu. Nejprve jsem si vyhledala několik tiskáren, které jsou schopny potisknout textil od jednoho kusu. Což bylo přesně to, co jsem potřebovala, jelikož se prozatím jedná pouze o vzorové produkty. Pokud bych sérii řešila v minimálním počtu dvaceti kusů na jeden motiv, volila bych techniku

⁶ Příloha č. 4 - Finální motivy pro potisk textilu

sítotisku, která je pro potisk textilu nejvhodnější variantou. Avšak pro potisk tohoto množství bylo výhodnější zvolit jinou alternativu. Nechtěla jsem se však spokojit s ledasčím, na prvním místě stále figurovala kvalita provedení, aby finální produkt vypadal naprosto věrohodně.

Dalším prvkem, který jsem řešila ve spojitosti s textilem, byla tvorba textilních etiket se značkou „bend“. Jelikož se opět jednalo o kusovou zakázku, bylo to jen díky náhodě a vstřícnosti, se kterou jsem se setkala, že se tyto etikety nakonec podařilo zrealizovat. Jedná se totiž o dost specifický prvek, který se ve velké většině firem realizuje od tisíce kusů výše, což v mém případě nepřicházelo v úvahu.

6.3 Digitální tisk

Jako poslední z technik, kterou jsem v této práci použila, byl digitální tisk. Tím jsem řešila veškeré vzniklé tiskoviny. Jedná se o dopisní papír, obálku, balicí papír, vizitky, visačky, leták a další. *„Pojem digitální tisk zahrnuje celou řadu tiskových technik. V zásadě se však jedná o tisk, který probíhá přímo z digitálních dat. Při použití této technologie odpadá proces výroby tiskové formy.“* Tato technika je nejvhodnější pro tisk malých nákladů a personalizovaných tisků, a to především z ekonomického hlediska. *„Vzhledem k tomu, že digitální tisk nepoužívá hmotnou tiskovou formu, obraz tisku je generován pro každý tisk znovu. Z tohoto důvodu je cena jednoho výtisku fixní a není odvislá od počtu tištěných kusů.“⁷*

⁷ DVOŘÁKOVÁ, Zdenka. *DTP a předtisková příprava*. Brno: Computer Press, a.s., 2008. 48-49 s.

7 POPIS DÍLA

Celá práce se skládá z jednotlivých částí. Hlavním prvkem je značka, která propojuje dílčí komponenty a vytváří komplexní celek se svými specifiky. Pro prezentaci autorské značky jsem zvolila klasické obchodní tiskoviny společně s volnějšou formou, a to v podobě autorských potisků triček. Zde je sice značka jako doprovodný prvek, ale je důležitým nositelem základní informace, identifikace.

7.1 Osobní značka

Vzhled značky vychází z podoby podpisu, ručně psaného názvu „bend“, který je umístěný na plochu kruhu. Vzniká dynamika mezi stálostí plochy a procházející linie. Vytváří se určitý bod, tečka. *„Tečka je bod, který přitahuje pozornost, tečka si umí najít svoje místo v jakémkoliv prostoru, kam je umístěna, a také se v něm stává vztažným bodem pro naše oči.“*⁸

I to byl jeden z důvodů volby tohoto základního geometrického tvaru. Jako primární barvu jsem zvolila černou, jakožto nejvýraznější z barevného spektra a zároveň nejekonomičtější z hlediska tiskárenského průmyslu. Nicméně je značka konstruována tak, aby byla schopna nést i jinou výraznou barvu, z důvodu předpokládané aplikace na nejrůznější vzniklé produkty tvorby.

7.2 Obchodní tiskoviny

V návaznosti na vzniklou značku byla vytvořena sada obchodních tiskovin obsahujících dopisní papír, obálku a vizitky. Vše řešeno v základní černé barevnosti, která je zde předpokládána jako jediná možná varianta, z důvodu možnosti tisku za omezených podmínek či finančních prostředků. Zbylé tiskoviny by bylo možné v případě potřeby barevně variovat.

⁸ SAMARA, Timothy. *Grafický design*. Praha: Slovart, 2008. 45 s.

7.3 Potisky na textil

Dalším výstupem je série potisků na textil s motivy ve formě linií vycházejících z automatické kresby. Ty svým tvarem a způsobem zpracování navazují na tvorbu značky a podtrhují tak celkový vzhled výsledné práce.

7.4 Katalog a leták

Jako doprovodný prezentační materiál k vzniklým potiskům byl vytvořen katalog a leták. Ty jsou tvořeny pomocí vlastních fotografií výsledných produktů, v tomto případě triček, a jednotlivých graficky upravených motivů. Na těchto tiskovinách jsou tak propojeny všechny prvky, které byly během práce vytvořeny.

8 PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

Nejsem si zcela jistá, zda se v tomto případě dá tato práce považovat za přínos pro obor grafického designu, jako takový. Z hlediska přínosu pro mou práci v kontextu specializace jsem si tím však naprosto jistá. Měla jsem dostatek času nad prací přemýšlet a uvědomit si tak, jak se chci prezentovat, proč vlastně, možnost odpovědět si na spoustu otázek, kterými se ve spojitosti s grafickým designem již delší dobu zabývám.

Díky odpovědím na tyto otázky a dostatečnému prostoru pro co nejlepší vizualizaci těchto idejí, vznikla ve finále značka, se kterou jsem nyní velmi spokojená a jež nese všechny znaky, jakými by dle mého názoru měla kvalitní značka disponovat. Ačkoliv opravdu kvalitní a způsobilá značka se pozná až postupem času.

9 SILNÉ STRÁNKY

Za silné stránky této práce považuji hlavně kompaktnost celku jako takového, návaznost jednotlivých prvků. Velký důraz jsem kladla na čistotu zpracování a nejrůznější detaily.

U samotné značky je to pak především její schopnost, jak barevné tak velikostní modifikace bez ztráty kvality vizuální i ideové. Silnou stránkou při realizaci značky byl moment ztotožnění se, zrealizování hlavní myšlenky, naplnění prvotního záměru, a to vytvoření značky, kterou bych mohla po dokončení této práce dále používat a brát ji jako svou plnohodnotnou osobní značku.

Za velké plus také považuji množství skicovného materiálu, díky kterému jsem měla možnost výběru.

10 SLABÉ STRÁNKY

Nejslabším článkem celé práce pro mě bylo technické řešení a zpracování potisků textilu. Nikdy jsem takovou věc neřešila, natož osobně realizovala. Jelikož jsem potisky textilu řešila zatím jen jako vzorky, v množství jednoho kusu na motiv, bylo nutné zvolit nejvhodnější princip potisku. Ačkoliv je sítotisk nejrozšířenější technologií v této oblasti, využívá se při sériích od několika desítek kusů výše. Hlavně z důvodu ceny za finální produkt. Neboť díky možnosti velké reprodukce u sítotisku platí, že čím větší počet potisků jednoho motivu, tím menší cena za jeden výrobek. Z toho také vyplývá, že finančně nejnáročnější je v tomto případě výroba síta s daným motivem, kdy se tato cena rozpočítává mezi konečný počet vyrobených produktů. A tak, jelikož jsem řešila potisk textilu v tomto omezeném množství a sama nedisponuji ateliérem vybaveným pro realizaci sítotisku, bylo nezbytné vyhledat jinou vyhovující alternativu, která je schopná vyhovět požadavku potisku jednoho kusu, v co nejlepší kvalitě a za přijatelnou cenu.

Nakonec jsem ráda, že jsem si tímto procesem prošla, i když jen ve smyslu hledání nejvhodnější tiskárny umožňující potisk v tomto rozsahu a celkové zamyšlení se nad danou problematikou.

11 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

a) Knížní a periodická literatura

TIMOTHY, Samara. *Grafický design*. Praha: Slovart, 2008.

ISBN 978-80-7391-030-3.

DVOŘÁKOVÁ, Zdenka. *DTP a předtisková příprava*. Brno: Computer Press, a.s., 2008. ISBN 978-80-251-1881-8

TWEMLOWOVÁ, Alice. *K čemu je grafický design?* Praha: Slovart, 2008.

ISBN 978-80-7931-027-3

AMBROSE Gavin a HARRIS Paul. *Grafický design: Typografie*. Brno: Computer Press a.s., 2010. ISBN 978-80-251-2967-8

RAND Paul. *Design, Form and chaos*. New Haven: Yale University Press, 1993.

ISBN 978-0300055535

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

JANÁKOVÁ, Iva. *Ladislav Sutnar - Praha - New York - design in action*. 1. vyd.

V Praze: Uměleckoprůmyslové muzeum, 2003. ISBN 80-7101-050-2.

BERAN, Vladimír. *Typografický manuál*. Praha: Kafka design, 2003.

ISBN 80-901824-0-2.

b) Internetové zdroje

Sans Source Pro [online].

<<http://www.google.com/fonts/specimen/Source+Sans+Pro>>

[cit. 2013-04-02]

Značka/Brand

<<http://en.wikipedia.org/wiki/Brand>>

[cit. 2013-04-10]

12 RESUMÉ

As a bachelor work I have chosen the topic “ Design of a brand”. I have chosen it mostly for personal reasons, because I have been thinking about creating own brand a while. My interest in branding of street, snowboard and skateboard companies was one of the main impulses. The second one was to do my own works like prints, posters, illustrations, and things like that. I like the way when graphic designers do their free products because they want, not because they have to.

12.1 Personal brand “bend”

Creating the personal brand called “bend” has been the main component of the whole work. The title itself is a short form of my last name. I prefer this version for its visual and fonetic quality. The final variant is based on a stylized form of the signature. In my opinion that is one of the basic elements which we use nearly every day to present ourselves. The signature, its shape, size, form - they can tell a lot about the individuals without seeing them in person, face to face. I used two main elements to create the final brand. The circle and the line which is carrying the title and crossing the circle. These both parts come together to create a dot. I really like the shape of a dot for its use and ability to draw attention. The final brand is carried out in a basic black colour but it also has an ability to carry different colours and sizes without a loss of visual and ideological quality.

12.2 Business stationery

Another part of my work consists of creating business stationery like a note paper, an envelope, a business card, and things like that. I wanted

to show the usage of the brand on the basic business printing. I mainly solved the right placement of the brand at the certain space.

12.3 Textile printing

Creating personal motifs for textile printing as a presentation of my free works in combination with the brand has been the last component of the whole bachelor thesis. I created free illustrations based on automatic drawing which comes out of our brain like a response to various aspects. For final printed products, the t-shirts in this case, I also produced the presentation materials, the tags, the leaflets, packaging materials, and the catalog. As for the catalog, I used the personal photography which shows the final product.

13 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 - Návrhy značky „bend“

Příloha č. 2 - Základní varianta značky „bend“

Příloha č. 3 - Návrhy na motivy pro potisk textilu

Příloha č. 4 - Finální motivy pro potisk textilu

Příloha č. 5 - Vizualizace potisku textilu

Příloha č. 6 - Dopisní papír

Příloha č. 7 - Dopisní obálka

Příloha č. 8 - Vizitka

Příloha č. 9 - Desky A4

Příloha č. 10 - Etikety na obalový materiál

Příloha č. 11 - Samolepky

Příloha č. 12 - Visačka

Příloha č. 13 - Leták A6

Příloha č. 14 - Katalog

Příloha č. 15 - Plakát

Příloha č. 16 - Obchodní tiskoviny

Příloha č. 17 - Trička

Příloha č. 18 - Taška

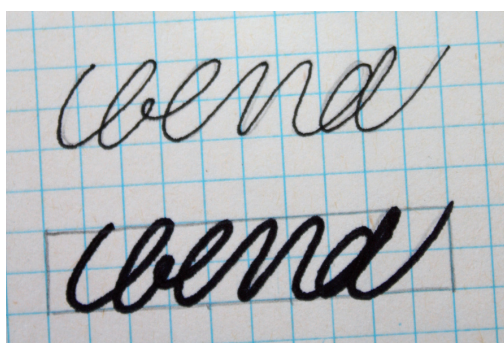
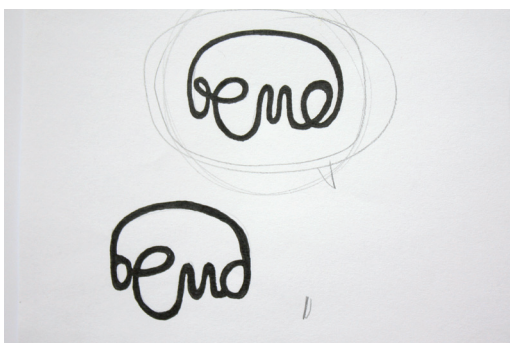
Příloha č. 19 - Obalový materiál

Příloha č. 20 - Leták a katalog

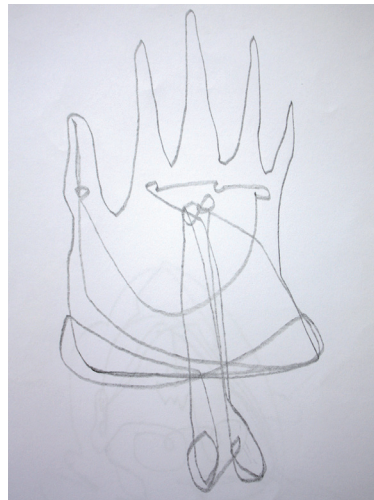
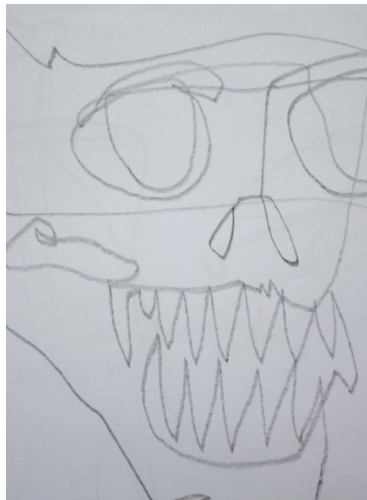
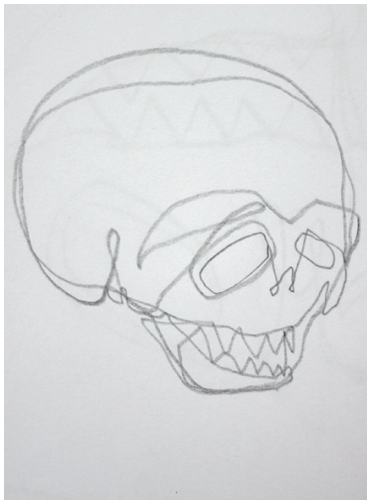
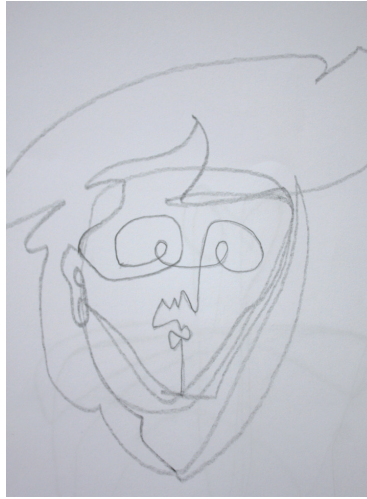
Příloha č. 21 - Celková práce

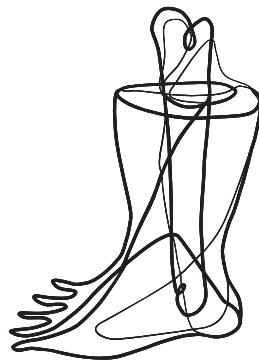
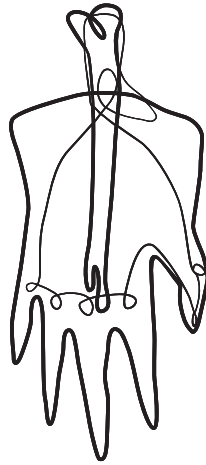
14 OBRAZOVÁ PŘÍLOHA

14.1 Značka a motivy potisku



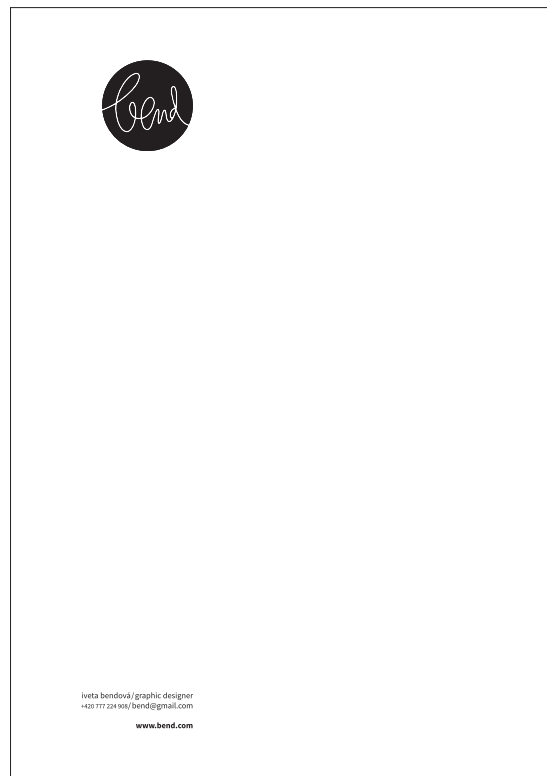








14.2 Tiskoviny





iveta bendová / graphic designer
czech republic / rooseveltova 8 / pilsen 301 00
+420 777 224 908 / bend@gmail.com / www.bend.com

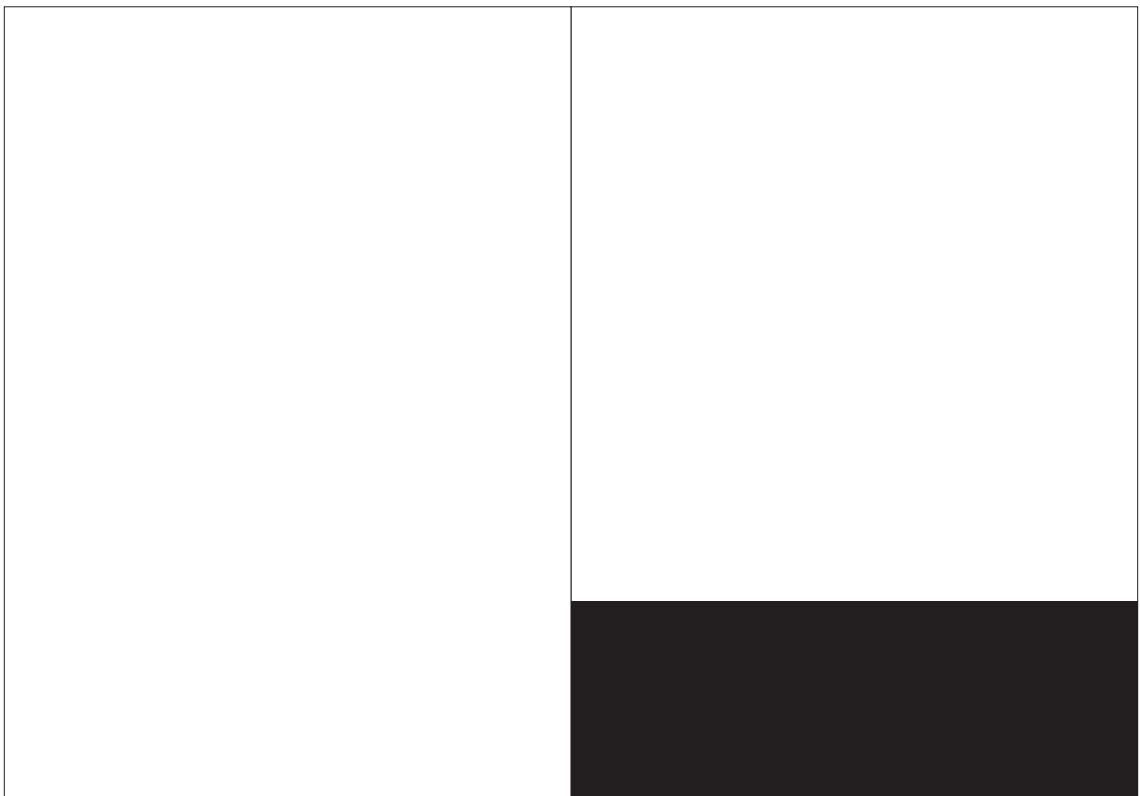


iveta bendová / graphic designer
czech republic / rooseveltova 8 / pilsen 301 00
+420 777 224 908 / bend@gmail.com / www.bend.com





iveta bendová / graphic designer / bend@gmail.com / www.bend.com
czech republic / rooseveltova 8 / pilsen 301 00

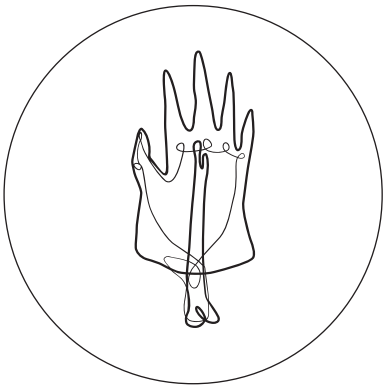


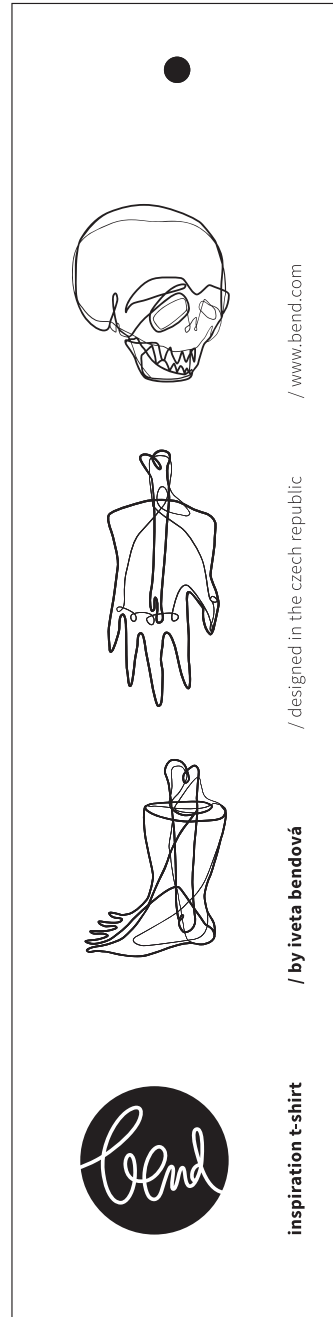


iveta bendová / graphic designer
czech republic / rooseveltova 8 / pilsen 301 00
+420 777 224 908 / bend@gmail.com / www.bend.com



iveta bendová / graphic designer
czech republic / rooseveltova 8 / pilsen 301 00
+420 777 224 908 / bend@gmail.com / www.bend.com

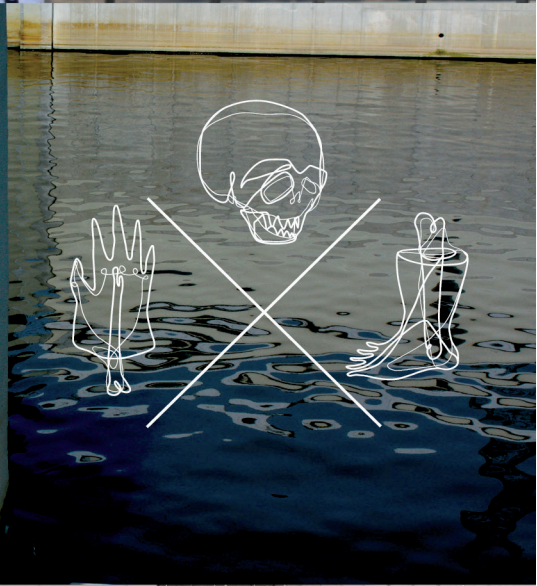






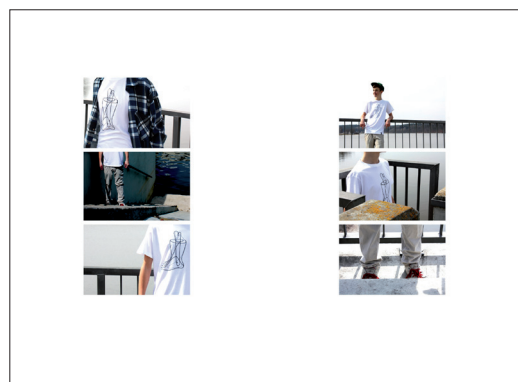
INSPIRATION
spring collection 2013

/by bend



www.bend.com





14.3 Fotodokumentace výsledné práce



Příloha č. 16 - Obchodní tiskoviny; foto - vlastní



Příloha č. 17 - Trička; foto - vlastní



Příloha č. 18 - Taška; foto - vlastní



Příloha č. 19 - Obalový materiál; foto - vlastní



Příloha č. 20 - Leták a katalog; foto - vlastní



Příloha č. 21 - Celková práce; foto - vlastní



Příloha č. 21 - Celková práce; foto - vlastní