

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Bakalářská práce

KOORDINOVANÝ VIZUÁLNÍ STYL

NEZISKOVÉ ORGANIZACE

PROCHÁZKY PRAHOU

Adéla Leštinová

Plzeň 2013

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Oddělení designu

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Grafický design

Bakalářská práce

KOORDINOVANÝ VIZUÁLNÍ STYL

NEZISKOVÉ ORGANIZACE

PROCHÁZKY PRAHOU

Adéla Leštinová

Vedoucí práce: akad. mal. Ditta Jiříčková

Oddělení designu

Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Adéla LEŠTINOVÁ**
Osobní číslo: **U10B0071P**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Ilustrace a grafika, specializace Grafický design**
Název tématu: **Koordinovaný vizuální styl neziskové organizace**
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: logo - 1ks, tiskoviny - 4ks

Formát: A6 - B1

Popis realizace: Vytvoření jednotného vizuálního stylu pro danou organizaci. Styl musí splňovat specifické požadavky kladené na něj typem organizace a jejími požadavky pro vizuální komunikaci.

Výstup: logo, vizitka, dopisní papír, obálka, manuál vizuálního stylu

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 uměleckoprůmyslová, 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.

Vedoucí bakalářské práce: **akad. mal. Ditta Jiříčková**
Oddělení designu

Datum zadání bakalářské práce: **30. září 2012**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2013**

Doc. akad. mal. Josef Mištera
ředitel



R. D.

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	Úvod	1
2	Mé dosavadní dílo v kontextu specializace	2
3	Téma a důvod jeho volby	4
4	Cíl práce	6
5	Rešerše	8
6	Proces tvorby	10
7	Popis díla a jeho technologická specifika	12
	7.1. Logotyp	12
	7.2. Webové stránky	13
	7.3. Vizitky	14
	7.4. Dopisní papír a obálka	15
	7.5. Plátěné tašky	15
	7.6. Placky	17
	7.7. Láhve na pití	18
	7.8. Kulturní deník	19
	7.9. Nálepky	19
8	Závěr	21
	8.1. Silné stránky	21
	8.2. Slabé stránky	22
	8.3. Zhodnocení práce	22
9	Seznam použitých zdrojů	23
	9.1. Knižní a periodická literatura	23
	9.2. Internetové zdroje	24
10	Resumé	25
11	Seznam příloh	27

1 Úvod

Než jsem se pustila do zpracovávání tématu bakalářské práce, položila jsem si základní otázku a to, co vlastně design je, co design znamená. Snad nejvýstižnější definici, pokud se vůbec jedná o definici, jsem našla v knize od Paula Randa. Natolik mě zaujalo jeho téměř básnické pojetí designu, že jsem neodolala a uvedla ho v úvodu této práce:

„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, něco zdůrazňujeme, někoho ctíme, vyzdvihujeme, a snad i bavíme.“¹

Uvědomila jsem si, že výše uvedená slova zcela vyjadřují i můj názor na design a ve své práci jsem se jich snažila co nejvíce držet.

1 RAND, Paul. *Design, Form and chaos*. New Haven: Yale University Press, 1993.
ISBN 0-300-05553-6.

2 Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

Má dosavadní tvorba se vždy pohybovala na poli grafického designu. Tento obor jsem studovala na Střední uměleckoprůmyslové škole v Praze, kde také vznikla má první díla.

Ve své práci se vždy snažím dosáhnout dvou důležitých aspektů. Prvním z nich je dobré vizuální řešení. Ráda vytvářím takovou grafiku, která je dobře zapamatovatelná a upoutá divákovu pozornost. A tím druhým aspektem je fakt, aby mnou vytvořená práce dokázala sdělit, čím se zabývá. Design by měl směřovat ke komunikaci mezi autorem a divákem a zanechat určitý dojem.

Nejblíže tématu vizuální styl neziskové organizace byla má maturitní práce. V té jsem se zabývala propagačními materiály organizace BabyBox, ve které jsem vycházela z již funkčního loga. Vytvářela jsem sérii plakátů a letáků doplněnou o malé tiskoviny.

Plakáty vykreslovaly situace, kterým chce BabyBox zabránit – fotografie panenek (znázorňující novorozeně) na místech, kam je zoufalé či nesvědomitě matky odkládají. Panenku jsem zvolila jako nejbližší alternativu malého dítěte hlavně proto, že plakáty zobrazující reálně novorozeně by působily příliš drasticky. Tím by vznikla úplně jiná reklama, než kterou jsem zamýšlela. Fotografie, které jsem na plakátech použila, jsem nafotila sama. Dalším výstupem byly letáky, které byly rozděleny podle krajů České republiky a obsahovaly kromě jiného i mapu s místy, kde se BabyBox

nachází. Celá práce byla koncipovaná tak, aby si lidé uvědomili, že ne každé dítě vyrůstá v harmonickém prostředí, a že se bohužel občas i stává, že novorozeně končí svůj krátký život tragicky. Vhodně připravené propagační materiály by tak mohly pomoci změnit často fatální rozhodnutí matek o tom, jak s nechtěným dítětem naložit. To také bylo hlavním mottem mé maturitní práce.

Za sedm let, co studuji grafický design, jsem navrhovala loga, plakáty a různé druhy tiskovin. Jako vystavující jsem se účastnila několik výstav, kde byly zahrnuty mé plakáty, fotografie, kresba a malba. Pevně věřím, že má dosavadní práce splňovala to, na čem sama tolik lpím. A tím je oslovit a především donutit diváka k zamyšlení.

3 Téma a důvod jeho volby

Jako téma bakalářské práce jsem si zvolila *Koordinovaný vizuální styl neziskové organizace*. Zřejmě díky mé první velké práci (maturitní úkol) mě toto téma oslovilo nejsilněji.

Pod pojmem nezisková organizace si lze představit leccos. Jako první mě samozřejmě napadly organizace, které se zaměřují na pomoc potřebným. Ze všeho nejdříve jsem si našla oficiální definici takovéto společnosti:

„Nestátní nezisková organizace či nevládní nezisková organizace, anglickou zkratkou označovaná NGO (Non-Governmental Organization), je organizace nezřizovaná státem a na státu nezávislá, která je určena k obecně prospěšné činnosti nebo k neziskové činnosti pro soukromý prospěch.“²

V době, kdy jsem si zvolila téma *Koordinovaný vizuální styl neziskové organizace* (září minulého roku) jsem spolupracovala se začínající organizací, která se chtěla uvést do podvědomí širokého publika novým vizuálním stylem, který by zaujal. Název této neziskové organizace měl být M2M a svou *pomoc lidem* chtěla začít na Slovensku. Výstupem mé práce mělo být logo, různé tiskoviny a manuál vizuálního stylu. Bohužel se postupem času ukázalo, že myšlenka pomoci potřebným nelze tak jednoduše realizovat a organizace od této původní ideje odbočila na pole byznysu. Protože jsem se toto dozvěděla zavčas, mohla jsem si vybrat novou organizaci, která splňuje kritéria zadání tohoto tématu.

² www.neziskovky.cz [10.4.2013]

Vybrala jsem si neziskovou organizaci *Procházky Prahou*. Nejedná se o organizaci, která by nabízela pomoc fyzickou, ale spíše duševní. Její existence nemá dlouhého trvání, vznikla v roce 2009. Založily ji dvě dámy, které mají jedno společné, a tím je záliba týkající se historie Prahy a jejich památek. Z tohoto důvodu se rozhodly založit organizaci, která nabízí zájemcům možnost procházek po Praze i s informacemi o jednotlivých památných místech tohoto kouzelného města. Dosavadní prezentace organizace funguje pouze ve formě internetových stránek. Najdete na nich seznam pražských památek i s jejich historií. Myšlenka nabídnout lidem možnost strávit příjemný den v ulicích města a zároveň se dozvědět něco o jeho minulosti a kultuře mě nesmírně zaujala.

4 Cíl práce

Cílem této práce je vytvořit přehledný vizuální styl, který by organizaci zviditelnil a uvedl ji tak do širšího podvědomí. Měl by tomu napomoci jedinečný design, který by se stal pro tuto organizaci typický a nezaměnitelný. *Procházky Prahou* dosud žádný vizuální styl nemají a proto mým osobním cílem je tento fakt změnit.

Jedinou prezentací tvoří internetové stránky,³ které nejsou nijak graficky řešené. Protože je jejich stavba velmi jednoduchá, dalo by se předpokládat, že případný návštěvník se v nich bude dobře orientovat. To bohužel neplatí. Informace zcela postrádají řád a logické vyhledávání je opomenuto. Památky nejsou rozřazeny a pokud se zajímáme o konkrétní objekt, musíme ho zdlouhavě vyhledávat v seznamu.

To byl také hlavní důvod, proč jsem se po domluvě s vedoucí mé práce rozhodla pro změnu původního zadání povinného výstupu, kterým bylo vytvoření manuálu vizuálního stylu na návrh webových stránek. Je zřejmé, že pro takto *komorní* organizaci není důležitý manuál, ale jejich internetové stránky. Je to totiž jeden z mála prostředků, jak mohou s lidmi komunikovat.

Dalším důležitým prvkem prezentace firmy je logo/logotyp. Aby se organizace zviditelnila, měla by mít jednoduchou a dobře zapamatovatelnou značku, která vytváří většinu vizuálního stylu. Kdykoliv ji divák někde uvidí, měl by být schopen si ji hned k organizaci přiřadit.

³ Příloha č. 1

Protože organizace *Procházky Prahou* má velké ambice, kromě webových stránek by se ráda prezentovala i v tištěné podobě. Chtěla by navázat spolupráci i se základními školami a turistickými organizacemi. Proto je příhodné vytvořit tiskoviny jako dopisní papír, obálku a vizitky.

5 Rešerše

Proces přípravy se nijak nelišil od kterékoliv jiné práce zaměřené na zviditelnění firmy. Jako první jsem provedla analýzu stávající propagace organizace. Nejdříve jsem se zaměřila na jméno společnosti. Vyhledala jsem si již fungující značky, které používají společnosti s podobnou činností, jako jsou *Procházky Prahou* proto, aby jejich název nebyl lehce zaměnitelný.

Praha je známá hlavně svými krásnými památkami. Mezi ty nejslavnější, které jsou v podvědomí Čechů a které každoročně navštíví statisíce návštěvníků z celého světa, patří především Pražský hrad, Karlův most anebo Staroměstský orloj. Mnoho českých firem a společností, jejichž název obsahuje slovo *Praha*, využívají tyto pamětihodnosti pro svá loga.⁴ Vzniklo tak nepřeborné množství log a logotypů, které mnoha rozličnými způsoby vyobrazují věže Pražského hradu, chrámu sv. Víta, Národního divadla a jiných. Ty jsou pak řešeny buďto lineárně, nebo plošně.

Další z věcí, na kterou jsem se při rešerši zaměřila, a která mi usnadnila mou práci, byly webové stránky. Zajímaly mě především ty, které slouží jako prezentace pro jiné internetové stránky a jejímiž autory jsou různí designéři.⁵

Díky shlédnutí těchto ukázek, jsem zjistila jaké efektivní prvky použít, aby příjemně působil jak úvod, tak i odkazy po jednotlivých rozkliknutích a to nejen vzhledově, ale i uživatelsky.

4 Příloha č. 2

5 www.cssline.com [9.3.2013]

Tento rozbor mi napomohl při mé vlastní tvorbě. Uvědomila jsem si, jakou cestou se vydat a čeho se vyvarovat. Poznala jsem další nové způsoby, jak zpracovávat návrhy pro rozličné reklamní předměty, jako jsou například plastové láhve, placky, apod.

6 Proces tvorby

„Design nemůžete uchopit rukou. Není to věc. Je to proces, systém, způsob myšlení.“⁶

Nejhůře se přetváří design, který je dobrý a nějakým způsobem již zažitý. Doposud fungoval a dostal se do podvědomí širšího publika. Samozřejmě, že nový redesign je pak neustále srovnáván s jeho předchůdcem. Měla jsem nezanedbatelnou výhodu, neboť *Procházky Prahou* žádný vizuální styl neměly a proto bylo pro mě jednodušší přijít s novými návrhy. Nebyla jsem tak ovlivněna předešlým stylem. Dalo by se říct, že jsem začala na zelené louce.

Již od počátečních návrhů jsem se zabývala vytvořením logotypu. Výsledky rešerše mě utvrdily v názoru, abych se vyvarovala jakéhokoliv znázorňování hradeb Pražského hradu, věží nebo cestiček. Poté co jsem navrhla koncept logotypu, zabralo mi nejvíce času zvolit správný typ písma a upravit ho do finální podoby.⁷ Celý proces dále popisuji v podkapitole 7.1. Logotyp.

Během práce jsem se snažila, aby všechny výstupy spolu ladily a aby vizuální řeč mého díla a jeho vnitřní logika oslovovala všechny jeho části. Jednotlivé části na sebe musí navzájem odkazovat. Proto používám

6 GILL, Bob. *Graphic Design as a Second Language*. Victoria: Images Publishing Group, 2003. ISBN 1-920744-39-8.

7 Příloha č. 3

pouze dva druhy písma - Chaparral Pro, kterým je vytvořen logotyp a PT Sans. Toto písmo patří mezi fonty, které se dají použít při tvorbě webových stránek. Jejich kombinaci tak lze vidět nejen na návrhu internetových stránek, ale také na vizitkách a dopisním papíře. Stejně tak tomu je i s použitím fotografie. Neslouží pouze jako motiv na placky, ale také na láhve či nálepky.

7 Popis díla a jeho technologická specifika

7.1. Logotyp

„Ladislav Sutnar považoval revoluční změny nastolenou typografií, za základ moderní vizuální komunikace. Typografie propojila požadavek účelnosti grafické úpravy (rychlá čitelnost, přehlednost, jednoznačná a věcná informace) s estetikou moderního umění.“⁸

Samotný název organizace *Procházky Prahou* mluví sám za sebe a je velmi popisný. Proto jsem si zvolila vytvoření logotypu namísto loga.

Snažila jsem se, aby design podpořil význam názvu. Použila jsem písmo v kurzívě, abych dosáhla efektu pohybu. Klasický řez písma působí velice staticky a k obsahu organizace by se nehodil. Slova jsou doplněny o linku, která podtrhává celou myšlenku pohybu. Ta není tvořena vektorem, ale jako písmový znak.⁹

Pro tento logotyp jsem použila písmo Chaparral Pro, které bylo navrženo světovou typografkou Carol Twombly v roce 1997.¹⁰ Kromě písma je kurzívou tvořena i linka. Ta má jasně stanovenou délku, aby v poměru ladila s názvem, tj. šířka tří znaků. Bylo též potřeba upravit proklad mezi jednotlivými literami, aby vizuálně nevznikal dojem moc velkých či naopak

⁸ JANÁKOVÁ, Iva. *Ladislav Sutnar – Praha – New York – design in action*. 1. vyd.

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

⁹ Příloha č. 4a

¹⁰ <http://www.thebookdesigner.com/2010/03/carol-twombly-an-extraordinary-type-designer/> [10.4.2013]

malých mezer. V logotypu jsou použity jen minusky. Je to výsledkem určité hravosti a snahy porušit pravidla předepsané českým pravopisem. Navíc použití kapitálek by narušilo celkovou kompozici a vizuálně by nepůsobilo dobře.

Protože používám logotyp na různých materiálech o rozličné velikosti, vznikla potřeba si ho přizpůsobit do takové formy, aby jeho aplikace vypadala stále dobře a při tom nezměnila svůj význam. Proto je používán i v černém kruhu, kde je rozdělen do dvou řádků.¹¹ Styl písma i použití linek zůstává stejné, navíc je logotyp natolik popisný, že vzniká okamžitá asociace spojení s logotypem v jedné řádce. Díky tomu by nemělo docházet k záměně či názoru, že se jedná o jinou organizaci.

V základní podobě je logotyp v černé barvě, kdy v hodnotách CMYK je K = 100%. Obdobně se dá použít i v barvě bílé (CMYK = 0%) nebo v transparentní podobě (K = 50%). Díky tomu nám vznikne dostatečně velký kontrast na různě barevném pozadí.

7.2. Webové stránky

Jedním z cílů této práce bylo vytvoření přehledných internetových stránek, které by i přes kvantitu informací vypadaly dobře. Jak už jsem uvedla, stávající stránky byly nepřehledné a postrádaly jakoukoliv logickou stavbu, ve které by se dalo jednoduše orientovat.

¹¹ Příloha č. 4b

Abych vytvořila co nejprehlednější strukturu, musela jsem nejdříve veškeré informace rozdělit do skupin. Návštěvník stránek se rychle orientuje a zjistí, kde co může najít. Systém jsem navrhla tak, aby se památky daly vyhledat dvěma způsoby. Ten první je přes mapu Prahy. V ní jsou jednotlivé městské oblasti tvořeny různým rastrem. Pro rastr jsem použila písmových znaků / . _ >. Ke každému z těchto znaků je přidělena pastelová barva (ta se objeví při najetí kurzorem). Druhé dělení je dle typu památky. Můžeme si tak vyhledat všechny pražské kostely, náměstí či jiné zajímavé pamětihodnosti.¹²

Na stránkách lze vyhledat například aktuality nebo také propagační materiály jako plastové láhve, placky, plátěné tašky apod.

Webové stránky jsou tvořeny v programu Adobe Photoshop tak, aby se dali naprogramovat, tj. velikost souboru 72 ppi, šířka okna 1280 px. Fotografie na úvodní stránce jsou převážně v černobílé podobě, které se po najetí kurzorem zobrazí barevně. Pastelové barvy používané pro rozdělení městských částí jsou používány i na dalších výstupech této práce.

7.3. Vizitky

Návrh vizitek je oboustranný.¹³ Osobně tuto variantu preferuji více než jednostranný potisk. Díky tomu, že dáme logotypu prostor a necháme ho samostatně na jedné straně vizitky, více tak vynikne.

12 Příloha č. 5

13 Příloha č. 6

Jako ústřední motiv je černobílá fotografie, která se objevuje pouze na vizitce. Na ní je umístěn logotyp v levém dolním rohu. Fotografie jsem upravila tak, aby okolo logotypu vznikla ochranná zóna. Na druhé straně je uvedeno jméno, které je stejným řezem písma a stejnou velikostí (19 b) jako logotyp. V dolní části jsou uvedeny kontakty. Ty jsou napsány doplňkovým písmem PT Sans, velikost 10 b.

Vybrala jsem si nejvíce používaný rozměr, a to 90 mm na 50 mm. Vizitky jsou tištěny černobíle na oboustranně natíraný matný papír 300 gms.

7.4. Dopisní papír a obálka

Tyto tiskoviny jsem se snažila vyřešit co nejjednodušší formou. Obálka a dopisní papír by měly být hlavně věcné a vyvarovat se zbytečných prvků, které by rušily.¹⁴

Dopisní papír je o velikosti A4 a je navržen tak, aby i laik zvládl vepsat potřebný text do připravené šablony. Typ obálky jsem zvolila s plastovým průhledem o klasické velikosti DL. Díky tomu stačí vpsat jen jednou komu je dopis zasílán. Obálka je potištěna pouze z jedné strany. Na té straně, kde jsou lepící pásy, se pak může použít nálepka s logotypem.

7.5. Plátěné tašky

Propagační materiály, které by organizace mohla nabízet, by měly být funkční a mohly by se stát příjemným věcným doplňkem při toulkách městem. Proto jsem se rozhodla vytvořit design placek, láhví na pití, design

14 Příloha č. 7

kulturního deníku, nálepek a plátěných tašek.

Tašky jsou velmi skladné a lehké, proto si je můžeme vzít kdykoliv a kamkoliv s sebou. Základním předpokladem bylo jejich použití místo kabelek nebo baťohů. Díky tomu s sebou nemusíme vláčet zbytečně velké zavazadlo, což je příjemné, zvláště když netušíme, zda jej vůbec využijeme. Plátěnou tašku můžou nadšenci procházek tak doslova *zmuchlat* do kapsy a v případě nečekaného nákupu použít.

Potisky na taškách jsou dvojího typu.¹⁵ První je černý potisk na bílém podkladu a druhým je bílý potisk na černém podkladu. Na bílé tašce je hlavním motivem zkratka názvu organizace *pp* ve stejném provedení jako logotyp. V pravém horním rohu je pak celý název organizace. Ten je umístěn do černého kruhu a vypadá stejně jako design placek a nálepek. Druhá taška je spjata s použitím placek (viz kapitola 7. 7. Placky), ale funguje i samostatně. Je na ni vyobrazena mapa Prahy rozdělena na městské části. V pravém dolním rohu je natištěn logotyp.

Plátěné tašky jsou vyrobeny z textílie. Tisk se prováděl přes vyřezávanou šablonu Barvy potisků jsou v hodnotách CMYK K = 100% a CMYK = 0%.

15 Příloha č. 8

7.6. Placky

Placky, které jsem pro tuto práci navrhla, jsou rozděleny do dvou skupin.¹⁶ První skupina obsahuje pět různých motivů. Dvě z nich obsahují logotyp, který jsem upravila tak, aby dobře pasoval do kruhového tvaru. Název tudíž není v jedné lince, ale ve dvou řádcích. Díky tomu nemusí být logotyp nijak výrazně zmenšen a zůstává tak stále dobře čitelný. Na dalších se objevuje stejná zkratka názvu jako na plátěných taškách. Tím, že se tento motiv opakuje na různých materiálech a v různém provedení, stává se snadno zapamatovatelným. Každý, kdo spatří tento znak, by si ho tak mohl snadno přiřadit k organizaci *Procházky Prahou*.

Dva z pěti návrhů jsou řešeny v černobílém provedení. Na dalších dvou je jako pozadí použita fotografie. Ta zachycuje chůzi po kamenných kostkách, které jsou typické pro ulice historického centra Prahy. Černobílá fotografie vhodně vystihuje jeho nezaměnitelné kouzlo. Přesto pro určité oživení jsem se rozhodla, že pátý návrh bude barevný. Pastelové barvy vycházejí ze čtyř barev použitých na návrhu webových stránek. Každá z placek v této skupině má 37 mm, což je standardní velikost.

Koncept druhé skupiny placek je takový, že jejich hlavní funkcí je použití na černé plátěné tašky s motivem mapy Prahy. Jsou nositelky nápisů, kterými může jejich majitel vyjádřit svůj vztah k různým částem města. Úmyslem bylo vnést do práce určitý vtipný prvek. Aby připnuté placky nepřekrývaly celou mapu a vešly se na jednotlivé oblasti, zvolila jsem zmenšenou velikost, a to 25 mm. Jejich barevnost taktéž vychází z barev použitých na webových stránkách.

16 Příloha č. 9

7.7. Láhve na pití

Během každého výletu, by se měl dodržovat pitný režim. Není příliš pohodlné sebou nosit velkou pet láhev, která zabírá mnoho místa. Nehledě na to, že dle mého názoru obyčejné pet láhve obsahují velké množství škodlivých látek. Proto jsem se rozhodla navrhnout potisky na láhve, které jsou ekologické a zdravotně nezávadné.¹⁷

Tzv. eko láhev je vyrobena z kvalitního plastu bez škodlivých chemických sloučenin. Díky použití pevného a zároveň pružného plastu lze láhev opakovaně používat a po jejím dopití i různě skládat. Je také vybavena karabinou pro připnutí k batohu či plátěné tašce. Objem láhve je 480 ml. Velikost je 115 mm na 265 mm.¹⁸

Motiv je na láhvi umístěn z obou stran. Na jedné je v kruhu písmový znak situován na střed láhve a v pravém dolním rohu se nachází logotyp. Z druhé strany je na stejném místě v kruhu fotografie, která se objevuje i na jiných propagačních materiálech.

Stejně jako plátěné tašky, jsou i láhve na pití ve dvou barvách. Bílá s černým potiskem a láhev černá s potiskem bílým. Kvůli prezentaci malého počtu láhví jsem motiv vytiskla na čirou samolepící PES fólii, která je také odolná vůči opakovanému skládání. Při větším nákladu by bylo výhodnější

17 Příloha č. 10

18 <http://www.originalnidarky.cz/detail/MV040-ekolahev>

tisky provádět ofsetem.

7.8. Kulturní deník

Pro lidi, kteří rádi navštěvují památky a chtějí se tak i něco přiučit nebo po nějaké době si připomenout, kde to vlastně byli, jsem navrhla kulturní deník ve formě bloku s tuhými deskami.¹⁹

Potisk desek je tvořen rastrem písmových znaků, které se objevují v průběhu celé práce. Zvolila jsem formu, kterou považuji za nejefektivnější, tj. černý potisk na bílém podkladu. První stránkou deníku je potištěný pauzovací papír, na kterém je umístěn logotyp a jeden z již uvedených písmových znaků. Posledními dvěma stránkami jsou nálepky (viz kapitola 6. 10. Nálepky).

Kulturní deník obsahuje 50 bílých papírů 160 gms o velikosti A5. Desky jsou o pět milimetrů z každé strany větší a jsou vyrobeny z knihařské lepenky. Vazba je kroužková kovová černé barvy. Tento typ jsem zvolila proto, že se z něho dají lehce vytrhnout nežádoucí papíry a zbytky archů po nálepkách, které by v deníku nevypadaly dobře.

7.9. Nálepky

Nálepky patří mezi tu skupinu propagačních materiálů, která nikdy diváka neomrzí. Její používání funguje desítky let a mnoho dalších ještě bude. Také náklady na jejich zhotovení nebývají vysoké. Pro *Procházky*

19 Příloha č. 11

Prahou jsem navrhla několik typů nálepek. Takové, které fungují samostatně, a ty, které slouží jako doplněk k jiným předmětům.²⁰

Hlavním motivem nálepky je černý kruh o průměru 70 mm s vyobrazením písmového znaku. Ten má jako plošnou výplň část fotografie, která je používána i na plackách či plastových eko láhvích.

Další typ nálepek je určen především pro použití v kulturním deníku. Jedná se o několik motivů, které jsou vyskládány na arších A5. První arch obsahuje mapu Prahy. Tam jsou jednotlivé městské oblasti vyřezány plotrem, takže se dá nalepit pouze ta část, o které se chceme například zmínit v deníku. Druhý arch je spíše doplňkový. Jsou na něm nálepky stejného motivu jako vidíme na plackách a i takové, které nesou jen název organizace. Právě tyto typy nálepek se dají použít jako náhrada za tisk, který by byl kvůli nestandardnímu materiálu velmi nákladný.

20 Příloha č. 12

8 Závěr

8.1. Silné stránky

Domnívám se, že mezi silné stránky mé práce patří jednoduchost vizuálního stylu. Ten vychází z použití písmových znaků evokující pohyb. Vzniklý design tak působí čistě. I když všechny jeho části jsou navzájem propojeny, může každá z nich působit samostatně a přitom si zachovat svou hodnotu.

K celkové harmonii přispívá také barevnost. Ta se nese převážně v černobílé formě. Pouze v několika okamžicích se objeví barevné akcenty, které tak celý styl osvěží.

Celkovým přínosem je také fakt, že vznikl úplně nový vizuální styl, který doposud nezisková organizace postrádala.

Další výhodou a ne zcela zanedbatelnou je možnost rozšíření nabídky reklamních předmětů, i když v tomto případě bych stále kladla důraz na jejich praktické využití spojené s městskou turistikou. Velký prostor pro úpravy také poskytují webové stránky, které je možné dál rozvíjet především po obsahové stránce.

A v neposlední řadě je důležité také to, že se mi, doufám, podařilo vytvořit vizuální styl, který bude nerozlučně spojován s organizací *Procházky Prahou*.

8. 2. Slabé stránky

Za slabou stránku považuji kvalitu fotografií, které jsou organizací prezentovány na webových stránkách u jednotlivých památek. Doposud nebyl prostor, aby zástupci firmy zdokumentovali při vlastních procházkách místa, které navštěvují, a tak je většina používaných fotografií stažena z internetu. Tomu také odpovídá jejich kvalita a často i k sobě se nehodící barevnost.

8. 3. Zhodnocení práce

Procházky Prahou jsem si vybrala jako téma své bakalářské práce proto, že mě zaujala nejen jejich snaha o prezentaci, ale také proto, že se snaží dostat do širšího podvědomí nejen obyvatelům Prahy, České republiky, ale i zahraničním návštěvníkům. Předávání informací o našem hlavním městě je velmi záslužná činnost.

Díky této práci jsem si vyzkoušela nové způsoby propagace. Jako příklad bych uvedla internetové stránky, které skýtají velký prostor pro seberealizaci. Tomuto tématu bych se chtěla věnovat i do budoucna, protože mě fascinuje pestrost, s jakou se dá pracovat. Mám tím na mysli fotografování, tisky, práce s počítačem a další. Grafický design je pro mě láskou, vášní a pevně věřím, že i celoživotním koníčkem a smysluplnou prací.

9 Seznam použitých zdrojů

9.1. Knižní a periodická literatura

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

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

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

4. SAMARA, Timothy. *Grafický design*. Bratislava: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.

5. GILL, Bob. *Graphic Design as a Second Language*. Victoria: Images Publishing Group, 2003. ISBN 1-920744-39-8.

6. RAND, Paul. *Design, Form and chaos*. New Haven: Yale University Press, 1993. ISBN 0-300-05553-6.

7. AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. *Grafický design, Designové myšlení*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3245-6.

8. SOUKUP, Vladimír; KOVAL, Jozef. *Praha*. Praha: Ikar, 2006.
ISBN 80-249-0718-6.

9.2. Internetové zdroje

1. Dostupné z: <www.prochazkyprahou.cz>

2. Dostupné z: <www.neziskovsky.cz>

3. Dostupné z: <www.cssline.com>

4. Dostupné z: <<http://www.thebookdesigner.com/2010/03/carol-twombly-an-extraordinary-type-designer/>>

5. Dostupné z: <<http://www.originalnidarky.cz/detail/MV040-ekolahev>>

10 Resumé

The subject of my final project is *The coordinated visual style of a non profit organization.*

I chose a non profit organization called *Procházky Prahou* (Walks through Prague.) This organization offers more of a spiritual support, rather than a physical one. The company's existence is a short one as it was founded in 2009 by two ladies who had one thing in common: passion for Prague's history and its historical monuments. That is why they decided to create an organization which would offer its clients walks through Prague; walks accompanied by information about individual historical places from this magical town. The current presentation of the organization has been done in a form of web pages on the internet. There you can find the listings of all monuments and their history.

The goal of this work is to create a clear visual style that would lift the organization up to a wider awareness as well as a broader audience. What should help is a unique design that has so far proven as typical and unmistakable. Up until now *Procházky Prahou* (Walks through Prague) have no visual style.

Throughout the whole process I tried for all of my components to be in tune with the visual language and the inner logic used accross the whole project. Each individual sections must corespond with one another.

From the very beginning I was engaged in a creation of a logotype. Another output of this work are a new web page design, business cards, a letterhead, an envelope, printed canvas bags and drinking bottles, cultural diary and stickers.

11 Seznam příloh

Příloha č. 1: Dosavadní webové stránky

Příloha č. 2: Rešerše

Příloha č. 3: Prvotní návrhy

Příloha č. 4a: Logotyp

Příloha č. 4b: Logotyp přizpůsoben do kruhu

Příloha č. 5: Webové stránky

Příloha č. 6: Vizitky

Příloha č. 7: Dopisní papír a obálka

Příloha č. 8: Plátěné tašky

Příloha č. 9: Placky

Příloha č. 10: Láhve na pití

Příloha č. 11: Kulturní deník

Příloha č. 12: Nálepky

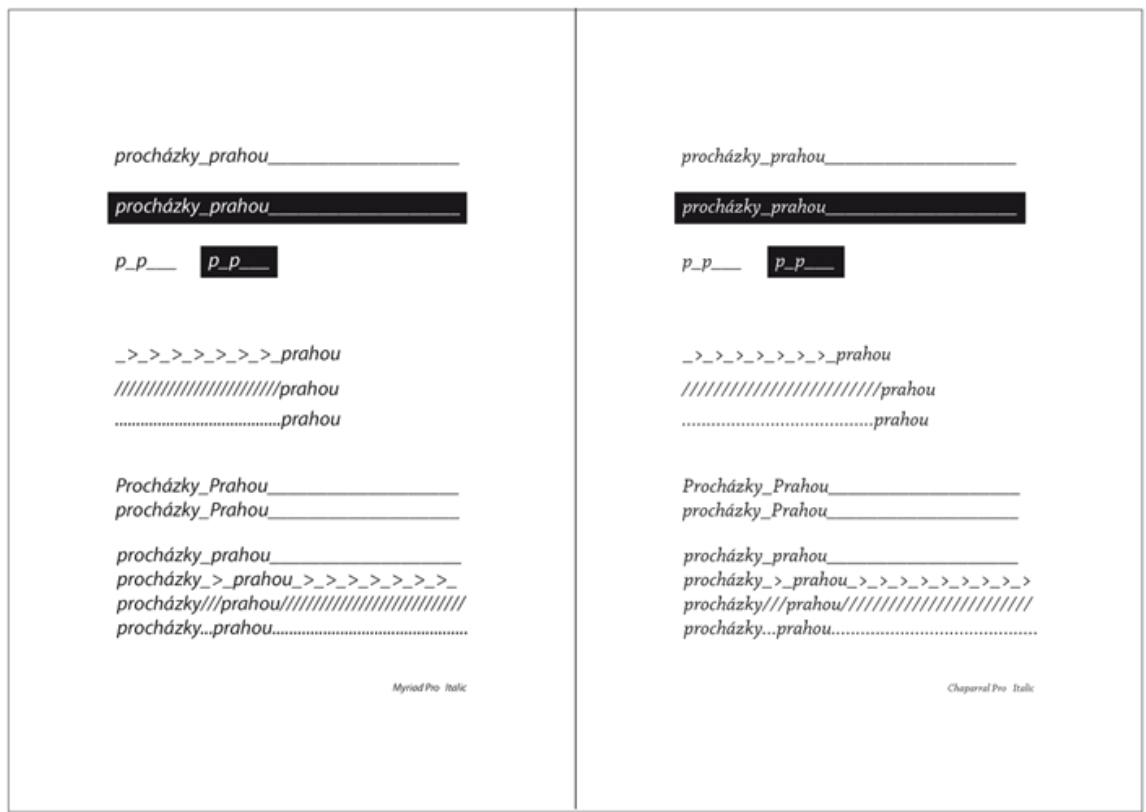
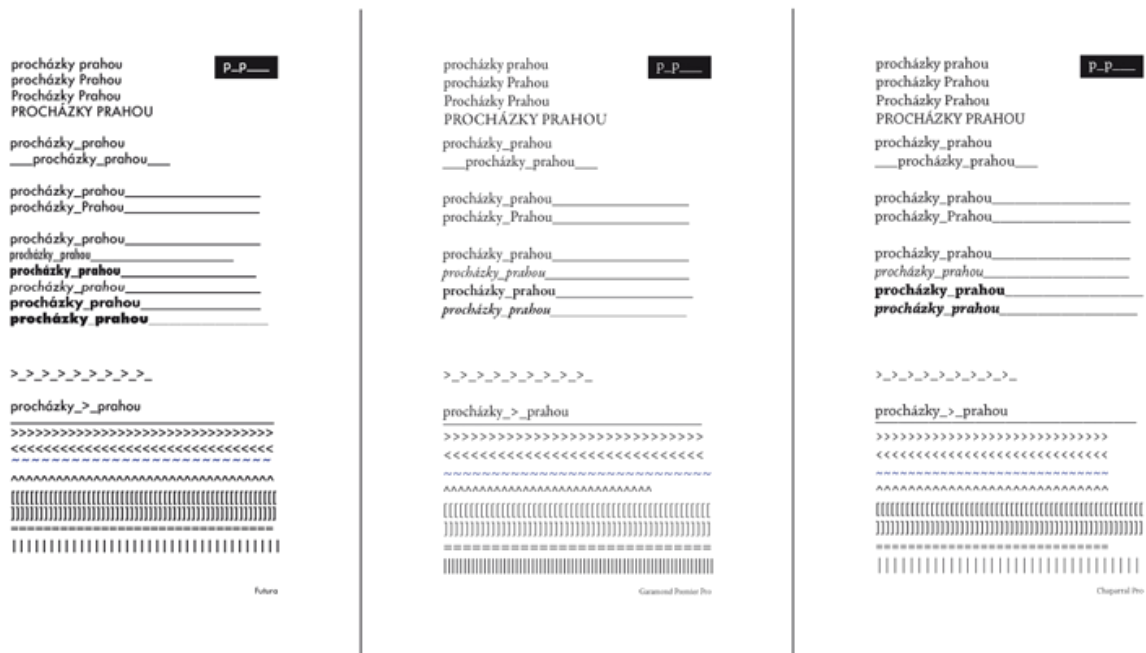
Příloha č. 1: Dosavadní webové stránky



Příloha č. 2: Rešerše



Příloha č. 3: Prvotní návrhy



Příloha č. 4a: Logotyp

procházky_prahou_____

procházky_prahou_____

Příloha č. 4b: Logotyp přizpůsoben do kruhu



Příloha č. 5: Webové stránky



Příloha č. 6: Vízitky



Příloha č. 7: Dopisní papír a obálka



Příloha č. 8: Plátěné tašky



Příloha č. 9: Placky



Příloha č. 10: Láhve na pití



Příloha č. 11: Kulturní deník



Příloha č. 12: Nálepky

