

Vizuální styl GJF s přesahem do interiéru, exteriéru a virtuálního prostředí

Ondřej Jelínek

Bakalářská práce
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav vizuální tvorby
akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ondřej JELÍNEK**
Osobní číslo: **K08324**
Studijní program: **B 8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Vizuální komunikace**

Téma práce: **Vizuální styl Galerie Jaroslava Frágnera s přesahem do interiéru, exteriéru i virtuálního prostředí**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Teoretická část

1. Propojení vizuálního stylu s řešením interiérů a exteriérů společnosti
2. Historie a vývoj signmakingu a environmentálního designu
3. Vizuální prezentace kulturních institucí u nás a ve světě
4. Možnosti a omezení tvorby orientačního systému
5. Dekor a jeho funkce

Praktická část

1. Značka
2. Barevnost
3. Typografie
4. Vizuální styl
5. Tiskoviny
6. Web
7. Orientační systém
8. Další aplikace

Závěr

Obrazová příloha

Rozsah bakalářské práce: viz. Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz. Zásady pro vypracování
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

BAUER, Erwin K., MAYER, Dieter. Orientation & Identity: Portraits of International Way Finding Systems/Portrats Internationaler Leitsysteme, SpringerWienNewYork 2008. Počet stran 480. ISBN 978-3-211-79189-9
CALORI, Chris. Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems, John Wiley & Sons 2007. Počet stran 256. ISBN 978-0-471-74891-5
GIBSON, David. The Wayfinding Handbook: Information Design for Public Places. New York: Princeton Architectural Press 2009. Počet stran 152. ISBN 978-1-56898-76-99
KESNER, Ladislav. Marketing a management muzeí a památek. Praha: GRADA 2005. Počet stran 304. ISBN 80-247-1104-4
SERREL, Beverly. Exhibit Labels: An Interpretive Approach. Lanham: AltaMira Press 1996. Počet stran 280. ISBN 0-7619-9106-9
UEBELE, Andreas. Signage Systems and Information Graphics. Londýn: Thames & Hudson Ltd 2007. Počet stran 336. ISBN: 978-0-500-51379-8

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Richard Vodička
Ústav vizuální tvorby
Datum zadání bakalářské práce: 1. prosince 2010
Termín odevzdání bakalářské práce: 25. května 2011

V Uherském Hradišti dne 8. února 2011

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka



Ko v m m
M. A. Vladimír Kovařík
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 16/2/2011

.....
Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce požítovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užití-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybného projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přiměřeně k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce pojednává o propojení architektury a grafického designu tzv. EGD (Environmental Graphic Design) a jeho využití v rámci vizuálního stylu subjektu. Dále porovnává úroveň corporate designu kulturních institucí v České republice a v zahraničí a míru propojení mezi jejich vizuálním stylem a orientačním systémem. V praktické části se pak tyto poznatky snažím aplikovat v praxi.

Klíčová slova:

Vizuální styl, grafický design, veřejný prostor, orientační systém, signmaking, identita, značka, barevnost, typografie, galerie, kultura, instituce, architektura, dekor

ABSTRACT

This bachelor thesis concerns about connection between architecture and graphic design, so called EGD (Environmental Graphic Design) and its usage in terms of visual style of a subject. Furthermore it compares level of corporate design of cultural institutions in the Czech Republic and abroad and amount of connection between their visual style and way-finding system. In practical part I try to apply these findings in use.

Keywords:

Visual style, environmental graphic design, wayfinding, placemaking, public space, sign-making, brand, color, typography, gallery, culture, institution, architecture, decor

Tímto bych chtěl poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce panu Mgr. Richardovi Vodičkovi za pomoc při hledání souvisejících materiálů a obohacující připomínky. Rád bych zde také vyjádřil svůj vděk řediteli Galerie Jaroslava Fragnera panu Danu Mertovi za to, že mi umožnil toto téma zpracovat a po celou dobu mi byl ochotným konzultantem. V neposlední řadě děkuji MgA. Ester Havlové za poskytnutí obrazového materiálu.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

OBSAH	7
ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 GRAFICKÝ DESIGN VE VEŘEJNÉM PROSTORU (EGD)	11
1.1 ORIENTAČNÍ SYSTÉMY	11
1.1.1 HISTORIE A VÝVOJ.....	12
1.1.2 PLÁNOVACÍ FÁZE	16
1.1.3 TYPOGRAFIE.....	16
1.1.4 MŘÍŽKA A LAYOUT.....	18
1.1.5 BARVA A SVĚTLO	18
1.1.6 DRUHY A ROZMÍSTĚNÍ NOSIČŮ	19
1.1.7 MATERIÁL.....	21
1.1.8 DOKUMENTACE, VÝROBA A INSTALACE	22
1.1.9 SOUČASNÝ STAV A TRENDY.....	22
1.2 IDENTITA MÍSTA	23
1.2.1 EGD JAKOŽTO POSÍLENÍ ZNAČKY	24
1.2.2 DEKOR A JEHO FUNKCE	25
1.3 VIZUÁLNÍ STYL VÝSTAV	25
1.4 SEGD	26
2 VIZUÁLNÍ PREZENTACE KULTURNÍCH INSTITUCÍ	28
2.1 U NÁS	28
2.1.1 NÁRODNÍ TECHNICKÁ KNIHOVNA, PRAHA.....	29
2.1.2 DOX, PRAHA	30
2.1.3 MORAVSKÁ ZEMSKÁ KNIHOVNA V BRNĚ	31
2.1.4 DŮM UMĚNÍ MĚSTA BRNA	32
2.2 VE SVĚTĚ	34
2.2.1 MoMA QNS, NEW YORK.....	34
2.2.2 CASA DA MÚSICA, PORTO	35
2.2.3 CENTRO GABRIELA MISTRAL, SANTIAGO DE CHILE.....	36
2.2.4 EFFENAAR, EINDHOVEN	38
II PRAKTICKÁ ČÁST	39
3 VIZUÁLNÍ STYL GALERIE JAROSLAVA FRAGNERA	40
3.1 ZNAČKA	41
3.2 BAREVNOST	41
3.3 TYPOGRAFIE	42
3.4 VIZUÁLNÍ STYL	42
3.5 TISKOVINY	42
3.6 WEB	43
3.7 INTERIÉR	44
3.8 EXTERIÉR	46

ZÁVĚR	47
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	48
DALŠÍ ZDROJE	48
SEZNAM OBRÁZKŮ	49

ÚVOD

Cílem teoretické části mé bakalářské práce je zkoumat grafický design v prostoru. Zpočátku se věnuji historii, vývoji a současným trendům v tzv. environmentálnímu grafickému designu (dále EGD). Jedná se o relativně mladý obor, do kterého patří například orientační systémy, infografika či budování firemní image a je velmi úzce spjat s architekturou a designem. První část mé práce se věnuje všem důležitým aspektům orientačních systémů. Z pohledu EGD následně hodnotím kvalitu vizuálního stylu několika kulturních institucí u nás a v zahraničí.

V praktické části prezentuji mnou navržený nový vizuální styl Galerie Jaroslava Fragnera, který lépe reflektuje její zaměření na současnou architekturu a jasně ji identifikuje.

Kromě řešení jednotlivých složek korporátního designu jako je značka, barevnost, typografie a merkantilní tiskoviny, se zaměřuji na ideové řešení orientačního systému a propojení vizuálního stylu s interiérem a exteriérem galerie. Jako výsledek z případné realizace si slibuji zlepšení celkového pohledu na galerii u odborné i laické veřejnosti. Šlo mi zejména o to vytvořit snadno pochopitelné a uživatelsky příjemné prostředí, kde vizuální styl nebude přebíjet estetiku a historickou hodnotu samotné stavby, ale bude ji vhodně doplňovat. Vzhledem k zaměření galerie je zřejmé, že cílovou skupinou budou tvořit především architekti a studenti architektury. Na druhou stranu mezi návštěvníky galerie patří i starší a konzervativní lidé, které nechci svým řešením nikterak šokovat.

Součástí mého návrhu jsou internetové stránky postavené na stejných základech vizuálního stylu (tedy značka, barevnost, typografie a další grafické prvky). Během tvorby stránek jsem se řídil současným trendem v prezentaci architektury a projevy moderní architektury jako takové, tedy použitím minima výrazových prostředků docílit co největší přehlednosti a snadné použitelnosti.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 GRAFICKÝ DESIGN VE VEŘEJNÉM PROSTORU (EGD)

EGD (Environmental Graphic Design) neboli grafický design ve veřejném prostoru je rychle se vyvíjejícím oborem grafického designu, který se však jasně nevymezuje a kombinuje v sobě poznatky z mnoha dalších oblastí jako je například architektura, design, sochařství, sociologie, psychologie či územní plánování. Jenom dobře informovaný a vzdělaný designér může vytvořit systém, který je jak funkční, tak neotřelý a inovativní. Je proto velmi důležité navázat co nejužší spolupráci s odborníky v těchto oborech.

Jak již název napovídá, EGD pracuje s prostředím. Způsob jakým formujeme prostředí, které nás obklopuje, významným způsobem vypovídá o naší kulturní i lidské úrovni. Tato „rovnice“ platí i opačným směrem, lze tedy tvrdit, že prostředí, ve kterém žijeme nás silně formuje. V několika posledních letech dochází, zejména díky masivnímu rozšíření internetu, k jakési unifikaci grafického designu. Designové hranice se stírají a tím pádem jsou si čím dál více podobné i vizuální výstupy jednotlivých kultur. Nicméně stále platí, že EGD silně reflektuje naše estetické hodnoty.

„Orientační systém může být více než pouhé cedule. Může určitému místu dát identitu a písmo, pokud je dobře navrženo, může být atraktivní ozdobou samo o sobě.“ [1] s. 5

V rámci EGD lze kromě orientačních systémů, které jsou jeho nejdůležitější složkou, mluvit také o identitě prostoru či místa, která má obzvlášť důležitou roli hlavně v komerční sféře, kde je většinou potřeba navodit určitou atmosféru či vyvolat emoce.

Aby se orientační systém skutečně povedl, je třeba správně uchopit tři důležité aspekty – povahu subjektu, jeho cílovou skupinu a prostředí, do kterého má být systém implementován (okolní architektura). Správný výběr materiálů a barev může být rozhodující pro funkčnost daného systému, a proto by se neměl podceňovat.

1.1 Orientační systémy

Již od pradávna mají lidé potřebu orientovat se v prostředí ve kterém žijí. Čím více rostou naše města a systémy v nich obsažené, tím větší výzva nastává pro designéry, protože je nutné přehledně strukturovat stále větší množství informací.

„Design orientačního systému poskytuje vedení a prostředky jak pomoci lidem cítit se dobře v jejich okolním prostředí.“ [3] s. 12

Pro navigaci platí, že větší odlišnost a zapamatovatelnost místa napomáhá při opětovném vybavení polohy. Ať už se jedná o nepřehlédnutelnou budovu (např. katedrála), použití materiálů (chodníky, skulptury) nebo výraznou barevnost. Člověk si podvědomě do mysli ukládá tyto indicie, což mu pomáhá zorientovat se v prostoru a v případě potřeby instinktivně najít cestu zpět.

Z hlediska rozsahu lze orientační systémy rozdělit do tří kategorií, které určují kolik lidí se bude na projektu podílet, jaký bude jejich rozsah a kolik času a peněz se do nich nainvestuje. Podle rozsahu se také rozhoduje s kolika partnerskými firmami bude designér spolupracovat. Pro níže uvedené příklady zároveň platí, že klient se stává součástí procesu a je žádoucí, aby se podílel na všech částech projektu od brainstormingu po realizaci.

Nejmenším projektem může být například právě orientační systém pro galerii, kde je většinou pouze několik navigačních bodů, a proto se jedná spíše o vytvoření identity galerie a navození určité atmosféry. Samozřejmě, že existují i velké a složité galerie, ale běžná galerie je malá a z pohledu navigačních systémů nepříliš komplikovaná.

O něco časově i finančně náročnější je orientační systém pro školní areál. Zainteresovaných lidí přibývá, stejně jako množství ukazatelů i celkově větší náročnost na finální adjustaci. Opět se jedná zejména o to, vytvořit příjemné a uživatelsky přívětivé prostředí, sloužící jak studentům a kantorům, tak i návštěvníkům školy, kteří jsou zde poprvé.

Příkladem opravdu rozsáhlého projektu je orientační systém letiště. V případě takového úkolu je organizační náročnost obrovská. Je potřeba získat vyjádření od velkého množství lidí (majitel, ředitel, provozovatel atd.), přičemž designér zde plní funkci tlumočnicka, moderátora a hlavního iniciátora diskuze. S narůstajícím množstvím lidí, kteří mají na konečné podobě projektu podíl, je vždy mnohem obtížnější najít konsensus a odpovídající řešení. U letiště ještě navíc přibývá na důležitosti všeobecná srozumitelnost. Zde přichází ke slovu symboly a piktogramy, které jsou jednoznačné a mezinárodně používané, a také uživatelům umožňují rozhodnout se mnohem rychleji než směrovka se slovním popiskem, což je zejména ve spěchu na rušném letišti nutnost. Kvůli těmto skutečnostem je potřeba udělat i mnohem rozsáhlejší průzkum a následné testování funkčnosti celého systému.

1.1.1 Historie a vývoj

Vzhledem k tomu, že se jedná o velmi mladý obor, je poměrně obtížné stanovit kořeny EGD, proto se omezím na související postřehy z historie vizuálního umění.

Prvním prapředkem EGD jsou jeskynní malby a rytiny, které byly objeveny ve Francii a severním Španělsku. Význam těchto projevů je stále nejasný, ale pravděpodobně měli náboženské či rituální účely.

„Záměrem tvorby těchto značek či znaků bylo vizuálně komunikovat informaci. Kvůli komunikačnímu úmyslu byl těmto značkám přiřazen význam, jenž se stal obvyklým jazykem mezi lidmi, kteří je dělali a rozuměli jim.“ [2] s. 2



Obr. 1. Jeskynní malby v Lascaux, Francie

Spojitosti s tímto odvětvím můžeme sledovat také ve starověkých civilizacích jako reliéfy na zdech budov a chrámů. Opět lze tvrdit, že měli nejčastěji náboženský či rituální význam. Průkopníci v tomto směru byli obyvatelé starověkého Egypta. Hieroglyfické písmo, psané zleva doprava, zprava doleva či shora dolů, znamenalo pro tehdejší lid dar od bohů a bylo pro něj zároveň jedním z prostředků jak s bohy komunikovat.

„Vládoucí vrstva starověkých Egyptanů využívala hieroglyfů k oslavě dosažených úspěchů členů královské rodiny a jejich dynastií.“ [3] s. 75

U této civilizace lze kromě vysoké vyspělosti písmového systému a architektury pozorovat také posedlost bohatým zdobením interiérů, a to zejména v hrobkách faraónů.

S dalším příkladem, tentokrát už mnohem bližším současné podobě EGD, se setkáváme o několik tisíc let později, konkrétně za dob Římské říše. V této době se již pracovalo s písmem podobným naší latině a rytiny měli zcela nový účel – identifikaci a navigaci.

Rytiny byly psány tzv. římskou nápisovou kapitolou, což je revoluční písmo hned v několika aspektech. Jednak přineslo do té doby neznámé serify (patky), které písmo usadily na účaří a zároveň ho i výškově ustálily. Dalším přínosem bylo rozlišení tahů na hlavní a vedlejší, čímž přibyl do písma rytmus a vyrovnání písmen v řádku. Písmo bylo před vyrytím do podložky namalováno plochým štětcem na rovnou kamennou desku z měkkého vápence nebo mramoru, kde bylo následně vytesané dláty do drážky ve tvaru „V“. Měkký materiál a nástroj dovolovaly reprodukovat i ty nejjemnější čáry. Písmo se zachovalo na četných stavbách: veřejné budovy, triumfální oblouky, podstavce soch a náhrobky. Nejslavnější dochovaný nápis se nachází na podstavci Trajánova sloupu před římským koloseem z roku 112. n. l. Kromě nepochybných estetických kvalit toto písmo také odráží podstatu tehdejšího impéria a je nepřehlédnutelným svědectvím tehdejšího vkusu. Toto písmo se stalo základem pro současná novinová písma jako např. Times.



Obr. 2. Podstavec Trajánova sloupu

O značení a orientačních systémech v pravém slova lze mluvit až s příchodem průmyslové revoluce na přelomu 18. a 19. století. Stále rostoucí počet produktů, které byly s příchodem nových výrobních technologií a postupů doslova chrleny do světa, nutil výrobce začít inzerovat jejich výrobky na ulici. Velkoplošné reklamy kam jen oko dohlédne, tak by se dal ve stručnosti popsat ráz typického amerického velkoměsta. Stejně jako dnes, už tehdy komerční či informativní cedule do vysoké míry určovaly ráz veřejného prostoru. Označení většinou podléhalo vkusu majitele společnosti nebo obchodu a zároveň se snažilo co nejvíce zapadnout do okolí. Nicméně fakt, že každá z těchto značek byla vytvořena ručně v sobě skrývá jistý půvab a ulici přehlcenou reklamami výrazným způsobem zlidšťuje. Toto hledisko je v současnosti opomenuto – fenomén uniformovaných megalomanských

(dnes již většinou podsvícených) reklam je typický jak pro New York, tak i pro další světové metropole jako je Hong-Kong či Londýn.

S příchodem výstavby mrakodrapů na počátku dvacátého století se objevily první snahy zakomponovat názvy přímo do fasád budov. V tomto období je na vzestupu Secese, která postupně proniká do všech oblastí lidského života a podstatně ovlivňuje i formování veřejného prostoru. Organické vstupy do Pařížského metra od francouzského architekta Hectora Guimarda jsou dalším výstižným příkladem utváření zajímavého městského prostoru podle dobového vkusu.

První vlašťovkou v neuspořádaném víru informací byla mapa londýnského metra od anglického inženýra Harryho Becka z roku 1931. Citlivá práce s jednoduchou typografií, barevné rozdělení jednotlivých tras, které jsou kladeny do přehledné mřížky a symbolické značení přestupních uzlů, to jsou hlavní charakteristiky, které vystihují jedno z nejdůležitějších děl informačního designu vůbec. Harry Beck vytvořil nadčasový kánon, který výrazně ovlivnil vzhled současných schematizovaných map.



Obr. 3. Mapa Londýnského metra od Harryho Becka

Jako nástroj socialistického realismu, do určité míry formující veřejný prostor, se dají považovat budovatelské reliéfy a plakáty. Ty však kromě ideologického poselství a sugestivního výrazu nic nového nepřinesly.

Pojem EGD vznikl před více než třiceti lety a dodnes nikdo není schopen určit co přesně do něj spadá. Potřeba systematizovat čím dál tím složitější městský prostor byla pro toto

období klíčová. Je velmi obtížné stanovit kde se nachází tenká hranice mezi designem a architekturou. Přesto je vidět, že tento obor má na čem stavět a s vývojem nových technologií jeho význam ještě poroste.

1.1.2 Plánovací fáze

Plánovací fáze je jednoznačně nejdůležitější článek celého řetězce a neměla by se podceňovat. Základním stavebním kamenem spolupráce designéra s klientem by měla být smlouva, která definuje rámec celého projektu jako je rozsah práce, rozpočet či časový harmonogram. Po oboustranném odsouhlasení a podepsání smlouvy je dalším krokem získávání informací a dat. Pro designéra je naprostou nutností mít veškeré technické nákresy budovy a okolí. Pochopení podstaty subjektu je možné docílit opakovanými diskuzemi jak s majitelem či provozovatelem subjektu, tak i se zaměstnanci a návštěvníky. Také je důležité vysledovat přirozenou cirkulaci lidí v rámci celého prostoru. Po tomto výzkumu je důležité analyzovat potřeby a určit problematická místa, na které je třeba se zaměřit. Úkolem designéra je navrhnout designovou strategii, jakým způsobem lze prostor pojmout a splnit tak požadavky uživatelů. V této fázi je také potřeba určit jakých nosičů bude k navigaci a identifikaci použito.

1.1.3 Typografie

„Typografie a architektura se protíná. Každá budova má nějaký druh nápisu. Domy nesou označení. V důležitých budovách nechává na kameni svůj podpis kameník a architekt. Číslo domů mohou být okrasná nebo rušivá, přičemž zvonek a poštovní schránka může sloužit jako navštívenka. Psané slovo je doprovodem stojícího kamene a dobře zvolená typografie obohacuje architekturu.“ [1] s.11

Výběr písma je jedním z kritických okamžiků celého projektu, protože do velké míry rozhoduje, zda bude systém funkční a esteticky zajímavý. V současné době je k dispozici nepřeberné množství fontů, ale jenom málo z nich je vhodných k použití v orientačních systémech.

Protože systém musí být především funkční, nejdůležitějším aspektem při výběru písma je čitelnost. Obecně se dá říct, že písma s vyšší střední výškou liter, delšími dotaznicemi a větším negativním prostorem v literách jsou lépe čitelná. Proklad mezi jednotlivými literami také velkým způsobem přispívá ke zlepšení čitelnosti. Bezpatková písma jsou většinou pro tyto potřeby lepší. Nejenom, že lépe ladí s běžným obdélníkovitým tvarem cedulí,

ale jsou lépe čitelné i z větší vzdálenosti a pozorovatele tolik nevyrušují svou zdobností. Také se vyplácí volit fonty, které obsahují větší množství řezů a umožňují tak lépe strukturovat informaci, kterou je třeba sdělit. Kvůli rozpočtu je mnohdy potřeba využít k navigaci co nejmenšího možného prostoru. Je proto vhodné vybírat písma, které nabízejí i kondenzovaný řez, protože užší litery nezabírají tolik místa a lze jimi sázet i delší nápisy.

Správná volba velikosti písma je další velkou podmínkou funkčnosti. Značka u dálnice, kde se uživatelé pohybují velkou rychlostí, klade velké nároky na čitelnost, proto musí být písmo mnohonásobně větší než u značek kolem kterých se lidé pohybují pomaleji.

Poslední, ale nikoliv nedůležitou úvahou je volba písma, které bude odpovídat okolnímu prostředí, povaze a zaměření subjektu. Každé písmo má svůj charakter a osobnost, proto je velmi důležité znát architektonické souvislosti a vycházet z nich. Orientační systém by měl jednoznačně ladit s architekturou, do které je zasazen a nenarušovat ji.

Typografie bývá často doplněna o šipky, piktogramy či jiné symboly. S tím je třeba počítat a zvolit písmo, které bude odpovídat piktogramům, případně si vše navrhnout tak, aby odpovídalo potřebám klienta. Je také důležité zvolit správnou proporcii a odstup od těchto doplňkových grafických symbolů.



Obr. 4. Ukázka kvalitní a funkční typografie

1.1.4 Mřížka a layout

Především u rozsáhlejší projektů je potřeba vytvořit zásady, podle kterých může být orientační systém rozšířen či doplněn. Hlavním důvodem je udržitelnost a konstantní vzhled napříč různými formáty. Je proto vhodné zvolit si stavební jednotku (nejčastěji čtverec), ze kterého je vystavěna základní podoba jedné značky a na základě několika dalších příkladů stanovit závazná pravidla, jako je například odsazení nápisů od hrany značky, proklad mezi jednotlivými body zájmu atd. Mřížka se stává nepostradatelnou součástí řešení, protože umožňuje flexibilní přizpůsobení stávajícího systému na nové skutečnosti (např. přístavba), přičemž layout se musí vždy přizpůsobit účelu a druhu nosiče.

1.1.5 Barva a světlo

Základním požadavkem na barevnost u orientačního systému je dostatečný kontrast a čitelnost. Barvy je potřeba vybírat podle místních světelných podmínek, protože mohou výrazným způsobem zhoršit čitelnost jinak dobře promyšleného systému. Další věcí, se kterou je potřeba počítat je barevné zkreslení. Stejný odstín červené bude u nás a na jižní polokouli vypadat mírně odlišně, což může v případě propagace celosvětového subjektu nadělat mnoho škod. Nejlepší kontrast je mezi bílým textem na černém pozadí a naopak. Na barevném pozadí černé písmo splývá s pozadím a ztrácí tak na čitelnosti. Bílé písmo je proto lepší variantou, pokud ovšem není sytost pozadí příliš malá (např. světle žlutá). Špatně osvětlené prostory mohou být řešeny podsvícenými značkami, což jim přidává na kontrastu i čitelnosti.

Barva může být neuvěřitelně mocným nástrojem navigace, pokud je ovšem použita správně. Samotná barva však mnohdy nestačí. U rozsáhlejších systémů je nutné přiřadit barvě i formu – tvar. Barva nám tak může naznačit na jakém poschodí budovy se nacházíme, či do jakého oddělení nemocnice jsme právě přišli. Projekty mnohdy pracují s čísly, fotkami či abstraktními symboly. Uživatel díky tomu ihned zjistí, jestli se dostal do cíle své cesty.

Každá barva má svoje asociace, které jsou však poplatné subjektivnímu vnímání. Rozdílné kultury mají vlastní výklady jednotlivých barev. Bílá barva v západních kulturách (čistota) vyvolává zcela odlišné asociace než v kulturách východních (smrt).

Je několik barev a barevných kombinací, které mají v orientačních systémech známý a všemi respektovaný význam. Zelená s bílým nápisem a piktogramem se používá v celé Evropě jako označení únikového východu (spojení bílé s modrou často značí východ).

V Americe se na druhou stranu užívá kombinace bílého podkladu a červeného či modrého nápisu. Použití těchto barev v EGD by mohlo být matoucí, proto je lepší se jim vyhnout.

Barvy mají silný psychologický účinek, přičemž na muže a na ženy působí odlišně. Emoce hrají ve vnímání barev obrovskou roli, obzvlášť jsou-li použity ve velké ploše. Například černá barva pohlcuje světelné záření a tím opticky zvětšuje prostor. Naproti tomu barva bílá světlo odráží a prostor tudíž zmenšuje a prosvětluje. Zejména v prostorech, kde lidé tráví delší čas je citlivá práce s barvou nutností. Barva může být také silným nástrojem v propagaci značky.

„Přestože barevnost nehraje při identifikaci značky klíčovou roli, pro celkovou komunikaci subjektu je tomu často naopak. Typická barevnost hraje při identifikaci komunikace subjektu prakticky nejdůležitější úlohu. Určité barevné kombinace nesou jasnou informaci, kdo je původcem komunikace. Např. kombinace červené a bílé je v oblasti softdrinků jasným projevem Coca-Coly, kombinace červené a žluté v oblasti čerpacích stanic patří značce Shell.“ [4] s. 24

1.1.6 Druhy a rozmístění nosičů

V rámci orientačních systémů se používá více druhů značek, podle jejich zaměření a informace, kterou mají sdělit. Ať už v interiéru či exteriéru tyto prvky doplňují tvář celého prostoru a rozhodují o tom, zda se v něm návštěvník bude cítit příjemně.

Nejviditelnějším druhem značek jsou značky identifikační, požívané převážně v exteriéru. Jedná se o značky či nápisy, které mají za úkol už z velké dálky identifikovat určitý subjekt a sdělit tak uživateli, že dorazil na místo určení. Základním požadavkem je bezchybné propojení vizuálního stylu s označením budovy. Tento první kontakt by měl být co nejsilnější, proto můžeme nalézt příklady, kde se písmo stává sovkou, součástí nebo doplňkem architektury. Zpravidla bývá toto označení velkých rozměrů uchyceno na fasádě budovy či v její blízkosti.

Dalším typem značek jsou směrové značky. Ty poskytují návštěvníkům orientaci v areálu nebo budově aniž by o svém pohybu museli delší dobu přemýšlet nebo se dokonce někoho ptát. Je velmi důležité správně odhadnout cirkulaci lidí a podle toho vybrat správné klíčové body, kam tyto značky umístit. Pro větší srozumitelnost bývají obvykle doplněny o šipky či piktogramy. Směrové značky bývají buďto umístěny přímo na samotnou budovu (sloupy, zdi atd.) nebo na samostatně stojící totémy.

Orientační značky mají za úkol seznámit uživatele s větším areálem. K tomuto účelu je nejnázornější přehledná mapka, která je přirozenou součástí těchto značek. Důležitá je orientace mapky, ta sice nemusí podléhat přesné orientaci v prostoru (sever nahoře), ale musí být v rámci celého systému konzistentní. Indikátor označující aktuální pozici návštěvníka je nutností pro zorientování se v prostoru. Tyto značky bývají nejčastěji samostatně stojící nosiče na okrajích areálů, které jsou umístěny tak, aby je mohlo používat větší množství návštěvníků zároveň.



Obr. 5. Ukázka orientační značky

Regulační značky bývají nejčastěji umístěny u vchodů do areálů/budov a informují o zakázaných či povolených činnostech. Při tvorbě těchto značek je potřeba citlivě pracovat s umístěním do prostoru, aby nepůsobily rušivě, ale zároveň komunikovaly požadovanou

regulaci. Co se týče jazyka je nutné najít takový kompromis, aby se návštěvník necítil nevíтанý, ale zároveň nebral tyto regulace na lehkou váhu.

„Postupem doby se jisté specifické tvary staly tradiční pro dosažení určitého druhu informace (fenomén, který je obzvlášť patrný u dopravních značek, kde je potřeba okamžitého, až podprahového rozpoznání). Například kruhová značka obvykle nese instrukci, která musí být uposlechnuta. Ať už nařizují nebo zakazují, tyto značky poskytují instrukce, které nemohou být ignorovány. Zatímco trojúhelník obvykle značí nebezpečí a obsahuje varování.“ [5] s. 13

1.1.7 Materiál

Znalost práce s materiálem je jedním z zásadních předpokladů pro vytvoření kvalitního orientačního systému s dlouhou životností. První zásahy do veřejného prostoru byly tvořeny rytím do zdí staveb a chrámů, ale moderní výzkum a věda designérům umožňuje pracovat s materiály, o kterých by se našim předkům mohlo jen zdát. Při výběru materiálů má poslední slovo architekt, který je duchovním otcem celé stavby a je také více citlivý na nesourodé kombinace materiálů.

Nejpoužívanějším materiálem pro orientační systémy jsou různé druhy kovů, které svojí životností a relativně nízkou cenou umožňují flexibilní a odolné aplikace. Tento materiál také nabízí velké možnosti povrchové úpravy.

Sklo se v poslední době, díky svému čistému a odlehčenému vzhledu, stává stále používanějším materiálem. Umožňuje také zajímavou hru se světlem, kdy nanesený text nebo dekor vrhá stíny a dotváří tak vzhled celého prostředí. Prosvícení skla led diodami je velmi oblíbeným způsobem jak upoutat lidskou pozornost.

Dřevo je nepříliš vhodný materiál, protože nemá velkou životnost a postupem času tmavne. Na druhou stranu je ale dřevo dobře tvárné a působí velmi teplým a přátelským dojmem. Jeho použití můžeme často spatřit v interiérech hotelů a restaurací.

Kámen je dalším přírodním materiálem, který se v EGD často používá převážně v exteriérech kvůli svojí odolnosti a relativně jednoduché úpravě. Kámen také velmi dobře ladí s architekturou a okolní krajinou. Písmo do kamene může být ručně tesáno, případně vyříznuto proudem vody.

Plast je velmi rozšířený, relativně levný a odolný materiál. Plastové prvky bývají často podsvícené, aby byly lépe čitelné a poutavé na první pohled. Pro dočasné akce jako jsou

například umělecké výstavy se často využívají plachtoviny z vinylu či jiného syntetického materiálu. Je tomu tak díky nízké ceně, velké odolnosti a barevné stálosti.

V současné době hraje ve výběru materiálů pro orientační systémy stále větší roli stálost, snadná obnovitelnost jednotlivých komponentů a energie spotřebovaná na výrobu a dopravu materiálu na místo instalace. Do hledáčku se tak dostávají netoxické „zelené“ a recyklované materiály, jako je např. papírový kámen (vytvořen stlačováním vyhozeného papíru za využití nejmenší možné energie) nebo různé směsi pryskyřice.

1.1.8 Dokumentace, výroba a instalace

Nejčastěji ve spolupráci s produktovým designérem či konstruktérem se dávají dohromady technické nákresy, seznam použitých nosičů, jejich umístění, materiály, způsob povrchové úpravy a způsob uchycení. Vytvoření maket v životní velikosti je, jako poslední krok před samotnou instalací, velmi důležitá část celého procesu. Až v tuto chvíli se dají zjistit a jednoduše odstranit případné chyby ve funkčnosti systému. Důležité je vyzkoušet na místě i vybrané materiály. Lesklý materiál, který je jednodušší na údržbu se na místě může ukázat jako špatně čitelný a musí být proto vyměněn za matný. Úkolem designéra je dohlížet na výrobní postupy a kvalitu zpracování klíčových prototypů. Během finální instalace je přítomnost designéra nutná, protože ladí konečné umístění každé značky a případně odstraňuje nepřesnosti.

1.1.9 Současný stav a trendy

Důležitost EGD v současném, rychle rostoucím světě, je nepopíratelná. Bohužel pouze malá hrstka zapálených lidí a odborníků dokáže opravdu ocenit kvality pokrokového řešení. Ideálním stavem pro vznik nového orientačního systému je výstavba nové budovy, protože designér může s architektem spolupracovat od samého začátku a mohou tak společně formovat konečný vzhled interiérů a exteriérů. V České republice i jinde ve světě se bohužel stále spíše pracuje s budovou již hotovou, což výrazným způsobem omezuje možnosti a jistým způsobem předznamenává, že bude vytvořen pouze průměrný a ničím výjimečný orientační systém. Vznikají tak nepřesvědčivé ad hoc systémy, které svojí funkčností ani estetickou kvalitou nesplňují požadavky rychle se rozvíjející společnosti. Díky neuvěřitelnému rozšíření počítačů ve světě se stále velmi často objevují podomácku vyrobené cedule a směrovky. A protože každý usiluje, aby právě jeho šipka byla co největší a nejviditelnější, zahalují se ulice našich měst dalším nánosem vizuálního odpadu.



Obr. 6. Častý jev v ulicích českých měst

Ze současných trendů bych chtěl zmínit zejména použití zvětšených piktogramů a typografie – stávají se nejen nositelem informace, ale i dekorativním prvkem. Nápisů bývají aplikovány přímo na podklad, aby příliš nenarušovaly rytmus architektury. Písmo také často prostupuje do prostoru jako plastika, která jednak zajímavě dotváří prostor a zároveň rychle upoutá pozornost a informuje. Takto řešené nápisy bývají často odlity z betonu a stávají se součástí samotné architektury. Dalším prvkem, který je charakteristický pro současné systémy je použití různobarevného podsvíceného plexiskla. Díky barevným efektům a hře se světlem tak může velmi příjemně dokreslovat atmosféru. Dále se můžeme setkat s případy, kdy je informace aplikována na stěnu tak, že je dobře čitelná pouze z jednoho úhlu, z ostatních míst nedochází k požadovanému zkreslení a písmo se stává pokřiveným. Jedná se o ukázkou toho, jak efektní je porušování pravidel v případě, že je designér dostatečně zkušený a tyto pravidla jsou mu vlastní.

1.2 Identita místa

Genius loci, neboli duch místa je další důležitou složkou EGD, která napomáhá při navigaci. Platí, že čím více je určité místo charakteristické, tím snáz se nám vybaví cesta zpět do tohoto místa. Cílem designérů a architektů se tak stává vytvoření zapamatovatelného pro-

storu, ať už umístěním výrazného symbolu či promyšleným urbanismem. Stále však platí, že méně je více, proto by tyto snahy neměly vést k vytvoření ohromujícího prostředí bez dalšího kontextu.

„Tato moc místa vyvolat lidské emociální reakce tvoří základ současného designu budovaného prostředí. Ústředním cílem je vytvořit čitelnost a identitu města tak, aby bylo zajištěno, že místa jsou zapamatovatelná a přehledná. Paměť nemůže fungovat bez identity. Genius loci – který je pro každé místo specifický – je nejlepší záruka identity a čitelnosti. Kde byl zničen, musí být jemně znovuvytvořen nebo nahrazen.“ [6] s. 3

Tvorba identity místa se anglicky nazývá placemaking, čeština bohužel žádný takový ekvivalent nemá.

1.2.1 EGD jakožto posílení značky



Obr. 7. Společnost Apple dbá na dokonalé provedení svých prodejen

Identita místa hraje velmi významnou roli také v komerční sféře. Zejména použitím firemních barev jsou společnosti schopny zaujmout a hrát si s emocemi svých zákazníků. Díky promyšlené strategii mohou vyvolat dojem luxusu, růstu či jiného požadovaného efektu. Samozřejmostí je úplné propojení vizuálního stylu s prostorem. Logotyp, barevnost a typografie hrají v tomto smyslu nejdůležitější roli. Je potřeba vytvořit soudržný systém, který

bude myslet zejména na uživatele – návštěvníka a bude ho na každém kroku ujišťovat, že se nachází na správném místě.

1.2.2 Dekor a jeho funkce

Už od pradávna měli lidé potřebu zkrášlovat svoje okolí. Ať už se jednalo o sázení drahými kameny, kombinaci mnoha různých materiálů či bohatost forem, lidé toužili obdivovat nazdobené koruny, vykládané krabičky i velkolepé oltáře. Přestože v poslední době jsou tendence spíše minimalistické, zdobnost měla a vždy bude mít v srdci člověka svoje místo. Dekor neboli ozdoba je výrazným prvkem v komunikaci i ve formování prostředí. Vytapetování určité stěny rastrem, může mít buďto čistě estetické účely, nebo může sloužit k identifikaci místnosti, což opět napomáhá v orientaci ve složitějších systémech. Tento způsob výzdoby se dostává ke slovu také v případech, kdy je potřeba označit skleněnou stěnu tak, aby skrz ni někdo neprošel nebo zvýšit soukromí a ochranu (např. v bankách). Tyto prvky mohou být řešeny jako proužky či nenápadité plochy pískovaného skla, ale také mohou být pojaty jako malé umělecké dílo, dotvářející příjemnou atmosféru a zároveň mohou komunikovat a rozvádět značku.

1.3 Vizuální styl výstav

„Na vztah grafického designu k výstavám v galeriích a muzeích můžeme pohlížet ze dvou hledisek. Buď můžeme o grafickém designu uvažovat jako o objektu expozice nebo jako o komunikační platformě, která určitou výstavu propaguje (ať již designérskou nebo jinou). Při tvorbě vizuálního stylu výstav je počítáno s velkou škálou mediálních aplikací, z nichž nejvýznamnější je plakát a katalog výstavy, který je jediným trvalým artefaktem, který z expozice vzejde.“ [6]

Primárním cílem jakékoliv výstavy je opět předání informace (ať už obrazové, textové či jiné). Vzhledem k tomu, že lidé nejsou schopni pojmout všechny informace na výstavě obsažené (a to platí i pro malé expozice), je důležité dát jim prostor k vlastnímu výběru a filtraci informací. Je nutné přesně odhadnout chování návštěvníka a dobře se na něj připravit. Klíčem k úspěchu je zprostředkování nevšedního zážitku. Pokud je třeba přiložit důraz na konkrétní informaci, musí být podána neobvyklým způsobem. Pouhý text s obrázky mnohdy nestačí a proto designéři i kurátoři výstav stále častěji využívají multimediálních či interaktivních expozic. Čím více smyslů člověk během výstavy zapojí, tím intenzivnější bude jeho zážitek a tudíž si bude pamatovat více informací. Dobrým způsobem jak zane-

chat v návštěvníkovi co nejhlubší otisk je správné fázování hlavních myšlenek výstavy. Úvahy náročnější na pochopení je třeba „namíchat“ s odlehčenějšími tématy, případně s dalším, odpočinkovým médiem (např. video).

Součástí kvalitního řešení vizuálního stylu výstavy je vytvoření přesvědčivé atmosféry v kontextu s tématem výstavy. Příkladem může být výstava „žičkov 20“ od designéra Petra Babáka a Lukáše Kijonky. Základní tiskoviny jsou postaveny na výřezech slova „Žičkov“ z historických i současných dokumentů v kombinaci s expresivně upravenými slovy jako „ATTACK“ či „NORMALIZACE“. Samotná výstava je pojata jako průchod ulicí dějin (jedna dlouhá potíštěná plachta, která se vine napříč místností), která je tématicky rozdělená do několika částí. Každá část je mozaikou dobových fotografií a dokumentů, doplněných o různé doplňky jako různobarevné zářivky, ostnatý drát, propálení, prostřílení či namotanou trikoloru. Díky spolupůsobení těchto prvků má návštěvník pocit, jako by se nacházel v této depresivní době a poznatky z výstavy se mu mnohem lépe uloží do paměti.



Obr. 8. Pohled do expozice „žičkov 20“

1.4 SEGD

„SEGD (Society for Environmental Graphic Design) je mezinárodní nevýdělečná organizace poskytující zdroje odborníkům z oblasti EGD, architektury, interiérového, industriálního designu a krajinářské architektury. Členové SEGD jsou předními designéry směro-

vých a identifikačních systémů, destinační grafiky, identit, výstav a tématických prostředí.“

[2] s. 4

Společnost pro EGD, založena v Americe roku 1973, je bohužel jediná organizace věnující se problematice grafického designu ve veřejném prostoru. V současné době na světě není univerzita, která by nabízela vysokoškolský titul v tomto oboru, proto je její činnost v rámci odborné veřejnosti velmi kladně hodnocena.

Tato organizace dává dohromady odborníky z oblastí podílejících se na tvorbě EGD a umožňuje tak jejich profesionální růst. Kromě toho stanovuje určité normy, které jsou její členové nuceni dodržovat (např. ADA – American with Disabilities Act; garantující dobrou čitelnost i zrakově postiženým).

Kromě zdroje informací nabízí SEGD pravidelné workshopy a každoročně také pořádá konferenci, kde se udělují ocenění za nejkreativnější řešení a největší přínosy v této oblasti. SEGD také čtvrtletně publikuje svůj vlastní časopis segdDESIGN, který se věnuje inovacím, technologiím a materiálům v tomto mladém, stále se rozvíjejícím, oboru.

2 VIZUÁLNÍ PREZENTACE KULTURNÍCH INSTITUCÍ

Abychom mohli uchopit a porovnat vizuální styly jednotlivých kulturních institucí, je třeba nejdříve porozumět jejich zaměření a historickému vývoji. Kromě základního dělení na státní a soukromé subjekty je můžeme rozdělit ještě do dvou skupin, v rámci kterých lze tyto instituce porovnávat.

První skupinu tvoří muzea, galerie, divadla, kina a hudební instituce, které mají dlouhou historii a tradici a snaží se tuto skutečnost prezentovat i na venek. Samozřejmě se najdou i výjimky, ale obecný trend je zřejmý. Klasicistní patkové písmo umístěné na popisné fotografii je nejčastější způsob, jakým tyto instituce komunikují. Nejde o to, že by tyto subjekty chtěli působit zastarale, ale spíše zdůrazňují svoji tradici a historické hodnoty. V těchto případech je možné i v rámci orientačních systémů používat písmo patkové, ale je třeba počítat s horší čitelností. Příkladem takovéto instituce je světoznámé museum Louvre v Paříži.

Do druhé skupiny spadají instituce, které jsou buďto nově založené, nebo se zaměřují na současnou kulturu. Jejich specializace na progresivní umění je velmi často promítnutá i do jejich vizuálního stylu. V souvislosti s pokrokovou prezentací nemohu nezmínit Dům umění města Brna, který se snaží do proměnlivé identity promítnout svoji stále se měnící expozici. Subjektům z této kategorie se budu věnovat v této části.

2.1 U nás

Obecně lze tvrdit, že vizuální prezentace kulturních institucí v České republice je na poměrně vysoké úrovni. Zejména galerie a muzea se, díky jejich těsné blízkosti k vizuální kultuře, snaží být současná. Mezi instituce, které v poslední době změnili svou tvář k lepšímu můžeme zařadit například Galerii Středočeského kraje, Západočeskou galerii nebo Dům umění města Brna. Najdou se i subjekty, které místo kompletního redesignu vizuálního stylu, volí alespoň osvěžení webových stránek, čímž se snaží působit jako progresivní instituce (např. Galerie Rudolfinum a Moravská galerie). Úroveň vizuální komunikace těchto institucí je na světové úrovni. Jedinou výtkou by snad mohlo být časté obměňování vizuálního stylu podle přání aktuálního provozovatele instituce a tedy podřizování se jeho osobnímu vkusu. Od těchto vlivů bychom měli naši kulturní scénu osvobodit a nechat rozhodování pouze na zasvěcených lidech.

2.1.1 Národní Technická Knihovna, Praha

Dne 9. 9. 2009 byla pro veřejnost otevřena Národní Technická Knihovna (dále NTK), která je výsledkem společného snažení architektonického ateliéru Projektil, grafického designéra Petra Babáka a rumunského umělce Dana Perjovschiho. Knihovna je primárně zaměřená na technickou a vědeckou literaturu, ale nabízí i mnoho studoven, kaváren a obchodů. Zajímavě řešený je samotný systém výpůjček, kdy se z knihovníka stává poradce. Student je schopný si požadovanou knihu najít a půjčit sám, přičemž o pořádek v knihovně se stará plně automatizovaný stroj.

Minimalistický vizuální styl NTK je založený na jednoduché typografii (Univers Bold). Černý nápis NTK s českou a anglickou explikací je však pokaždé doplněn o červený technický detail. Ať už se jedná o rozměry budovy, GPS souřadnice či webovou adresu, tento dynamický prvek velmi názorně ilustruje zaměření této instituce.

Zajímavým způsobem jsou tyto technické detaily promítnuty i do samotné stavby. Venkovní označení je řešené jako dva pruhy obepínající celou budovu s údaji její výšky a obvodu. Také do interiérů se podařilo vtipným způsobem tyto prvky promítnout. Můžeme narazit na informace, jaký průměr má trubka od topení, jakou šířku dveře od studovny či jaké písmo je v používáno napříč knihovnou. Velmi efektně působí různobarevné podlahy NTK, které však opět znázorňují technickou informaci – konkrétně deformaci stropních desek. Zároveň tvoří silný kontrast k betonovým stěnám a celý prostor zateplují.



Obr. 9. Pohled do interiéru Národní Technické Knihovny

Příjemným dojmem působí i výtvar Dana Perjovschiho, který svými nadčasovými kresbami s humornými a štiplavými tématy soudobé společnosti velmi dobře narušil betonovou masu a z NTK udělal mnohem příjemnější prostředí.

NTK získala ocenění „Stavba roku 2009“ a Petr Babák za řešení jednotného vizuálního stylu obdržel prestižní ocenění „Grand designér roku 2009“.

2.1.2 DOX, Praha

V pražských Holešovicích od roku 2008 funguje zcela ojedinělý subjekt, soustředěný na současné a moderní umění. Na místě zrekonstruovaných industriálních budov, díky soukromé iniciativě několika jedinců, vzniklo centrum současného umění, které dává prostor českým i zahraničním špičkám z mnoha oborů. Kromě jejich vlastních výstav je do centra DOX dováženo velké množství výstav zahraničních, to vše díky úzké spolupráci provozovatelů DOXu s kurátory a teoretiky umění po celém světě. Kromě výstavních prostor je v DOXu ještě restaurant, archiv výtvarných publikací, designshop a knihkupectví. Pravidelně se zde také konají konference, diskuze a promítání se zaměřením na různá témata soudobého světa.

Vizuální styl DOXu od grafika Aleše Najbrta a Mikuláše Macháčka je založen na jednoduché značce a výrazné červené barevnosti. Samotná značka je složena z písmen stylizovaných základních geometrických tvarů – čtverec, kruh a kříž. Geometrickou stylizací se z písma stává symbol, který může být použit jak v horizontální tak ve vertikální poloze, což mu umožňuje maximálně využít přidělený prostor. Díky své nekomplikovanosti je bezesporu funkční a zapamatovatelné, i když žádné velké inovace nepřináší.

Ve veřejném prostředí můžeme spatřit aplikaci samotného symbolu, velmi často i bez názvu instituce. Po úspěchu výstavy Metropolis v rámci české expozice na EXPU 2010 v Šanghaji, byl tento „skanzen“ streetartu převezen právě sem. Instituce s umělci (konkrétně s Pastou a Pointem) navázala delší spolupráci a před nedávnou dobou je nechala po svém zpracovat fasádu budovy DOXu. Nejen, že jejich malba příjemně ozvláštňuje okolí a poutá oči kolemjdoucích, ale po reakcích, že streetart nepatří do galerie, umožnili těmto umělcům vrátit se zpět kam patří – na ulici. Takový přístup mi připadá správný a bylo by sympatické, kdyby se tímto příkladem nechali inspirovat i další.



Obr. 10. Fasáda DOXu se stala malířským plátnem

2.1.3 Moravská zemská knihovna v Brně

Moravská zemská knihovna v Brně (dále MZK) je druhou největší knihovnou v ČR, která kromě půjčování knih a přístupu k informačním databázím a internetu, vyvíjí také výzkumnou a odbornou činnost. V současné době se podílí na digitalizaci tištěných dokumentů.

MZK oslovila brněnské grafické studio Porta design, aby vytvořilo nový vizuální styl včetně označení budovy a orientačního systému. Výsledkem je zapamatovatelný a jednoduchý logotyp, symbolizující knihy na polici a zároveň segmenty písmen „M“, „Z“ a „K“. Největší klady tohoto symbolu spatřuji ve snadné aplikaci napříč médii a dobré použitelnosti v rastrových systémech. Kombinace výrazných barevných ploch, obrazového symbolu a lineární bezpatkové typografie dává celému vizuálu moderní nádech.

Nejvýraznějším prvkem celé komunikace je diagonála (segment písmene „Z“), která prostupuje zejména do orientačního systému a stává se samostatným grafickým prvkem. Jednotlivé segmenty písmen jsou v interiéru použity jako dekorativní prvky, rozdělující velké bílé plochy a dodávající interiéru dynamiku.



Obr. 11. Vizualizace orientačního systému MZK

2.1.4 Dům umění města Brna

Jednou z nejnápadnějších kulturních institucí na Moravě je bezpochyby Dům umění města Brna. Skládá se ze tří subjektů (Dům umění na Malinovském náměstí, Dům pánů z Kunštátu a Galerie G99), které mají jedno společné – snaží se významnou měrou přispět ke kulturnímu životu v Brně, a to svými neotřelými expozicemi zaměřenými na současné umění. Příchod nového ředitele Rostislava Koryčánka měl velmi dobrý vliv jak na aktivity Domu umění, tak i na jeho vnímání v očích veřejnosti.

Dům umění na počátku roku 2007 vypsal soutěž pro studenty uměleckých škol na vypracování nového vizuálního stylu instituce. V té době ale určitě netušili, že výsledek soutěže vyvolá v řadách odborné i laické veřejnosti tak bouřlivou diskuzi. Snad ještě nikdy se nestalo, že by nový vizuální styl kulturní instituce vyvolal takový rozruch a takovou potřebu se k návrhu vyjádřit, ať už pozitivně či negativně.

V soutěži zvítězili spolužáci z Vysoké školy umělecko-průmyslové Robert Jansa a Petr Bosák se svým konceptem proměnlivé identity. Dům umění pojali jako neustále se měnící a dynamickou entitu, která by tuto skutečnost měla reflektovat i ve způsobu své prezentace. Rozhodli se tedy vytvořit vizuální styl, který bude postaven na grafickém prvku (nikoli logu v pravém slova smyslu) s obrovským množstvím různých obměn.

„Základním grafickým prvkem je kružnice a barevné spektrum ve vztahu k času. Každou vteřinu vzniká nový tvar, který generují tři překrývající se kruhové plochy, reprezentující tři úrovně měření času. První má 24 barevných variant a odkazuje na délku dne. Druhá kruhová plocha disponuje 60 variantami, které odkazují k minutám a třetí tvoří rovněž 60 variant, symbolizujících 60 sekund. Časový algoritmus jednotlivých vrstev definuje tempo jejich proměny. V současnosti si můžeme tento proces prohlédnout na webu Domu umění. Efektivita loga podle autorů spočívá v pohybu.“ [8]

Vzhledem k tomu, že by logo mělo být v neustálém pohybu, vyskytl se problém v jaké podobě ho vyobrazit na fasádu Domu umění. Z pohledu autorů by nejlepším řešením byl LCD displej, kde by se smyčka promítala stejně tak, jako je tomu na webu. Finanční i praktická hlediska však provozovatele nutila, aby místo nich nechal nad vchod nainstalovat několik různobarevných neonů. Zajímavě je řešení také orientační systém. Směrovkám je přiřazen prostorový objekt, který vychází ze stejných zásad jako logo samotné. Návštěvník je tak vtažen do světa, kde každá část je originál, ale dohromady přitom tvoří jednotný a funkční celek.



Obr. 12. Neonové označení Domu umění města Brna

2.2 Ve světě

Za hranicemi České republiky se samozřejmě nesetkáváme pouze s dobrými příklady. Nicméně pokud se podíváme od našich hranic směrem na západ, lze předpokládat, že se nesetkáme s něčím vyloženě nekvalitním. Tyto země, které mají kulturu vysoko na svém žebříčku hodnot, disponují velkým množstvím kvalitních grafických designérů. To je samozřejmě vidět všude na ulicích měst a v případě kulturních institucí to platí dvojnásob. Nemalé obnosy, které jsou tyto instituce schopny investovat do svojí prezentace a propagace umožňují designérům se odvázat a vytvořit něco nadprůměrného.

2.2.1 MoMA QNS, New York

Vedle hlavní budovy MoMA na Manhattanu fungují v New Yorku ještě další dva subjekty spadající pod hlavičku této instituce. Starší a známější je MoMA PS1, která vznikla v budově bývalé školy (PS – Public School) a od roku 2000 je jednou z největších amerických institucí zaměřenou pouze na současné umění. Během renovace hlavní budovy v letech 2002 až 2004 byla část sbírek převezena do bývalé továrny na svorky na Long Islandu. Budova, která nese označení MoMA QNS nyní slouží jako sklad hlavní expozice na Manhattanu a jako vzdělávací středisko. Z hlediska grafického designu ve veřejném prostoru je MoMA QNS nejzajímavější, proto se budu blíže věnovat právě jí.

Propojení vizuálního stylu s hlavní budovou je samozřejmost. Typografie postavená na tučném grotesku je pro tuto instituci charakteristická. Jednoduchý logotyp MoMA je znám po celém světě a nikdo už si nedokáže představit, že by ho něco mohlo nahradit.

Na budově MoMA QNS je obrovský nápis „MoMA“ aplikován na střeše přes množství kvadratických tvarů tak, že je dobře vidět pouze z jednoho úhlu. Toto řešení je ekonomické a zároveň i velmi účinné. Návštěvníci, kteří cestují nadzemkou totiž okamžitě vědí jakým směrem se mají dát. Interiér budovy je pojednán kombinací velkých nápisu a jednoduchých piktogramů aplikovaných sítotiskem přímo na zeď. Díky tomu je orientační systém nenákladný a z důvodu absence nosiče neruší.



Obr. 13. Pohled na MoMA QNS z nadzemky

2.2.2 Casa da Música, Porto

Tato ikonická budova je koncipovaná jako místo pro setkávání hudebníků a posluchačů všech žánrů. Je domovem tří orchestrů a kromě koncertů se zde konají přednášky a workshopy. Pro veřejnost byla otevřena v roce 2005 a okamžitě se stala symbolem kulturního života v Portu i mimo něj. Autorem projektu je světoznámý holandský architekt Rem Koolhaas, kterému se podařilo vytvořit nadčasovou a dynamickou stavbu.

Nalámaná fasáda budovy byla hlavní inspirací pro velikána grafického designu Stefana Sagmeistera. Vizuální styl je postaven na proměnlivém logu, které v ploše zobrazuje samotnou budovu, ale pokaždé z jiné strany. Tento objekt se prolíná do všech tiskovin, přičemž barevnost je podřízena klíčovému vizuálu (fotografii). Pro tyto účely byla vyvinuta aplikace, umožňující po nahrání fotografie vygenerovat logo, které svou barevností dokonale zapadá do celkového vzhledu. Na plakátech pak bývá často tento tvar použitý jako papírový model potištěný podobiznou příslušného autora.

Casa da Música je jedním z příkladů toho, jak silný může být výsledek, když architekt a designér spolupracují od samotného začátku. Orientační systém v interiéru budovy působí jako stálý a neměnný prvek, který je přirozenou součástí architektury. Sagmeister k navigačním a identifikačním účelům používá lineární grotesk bez negativních prostorů v jednotlivých literách. Takto vyhotovené černé nápisy na surovém betonu působí příjemným

kontrastem k písmu se stejnou roztečí použitým v tiskovinách. Hned u vchodu návštěvníky vítá obrovský nápis CASA DA MÚSICA odlitý do betonu. Kdežto navigační prvky jsou aplikované v černé vrstvě aplikované na betonu, identifikační prvky jsou z betonu odlity, případně do betonu vyříznuty. V rámci budovy můžeme na zdech nalézt objekty ve tvaru loga vyhotovené z lesklého plechu. Někde působí dekorativně, jinde nesou informaci. Celkovému modernímu rázu budovy napomáhají geometrické textury aplikované v jednotlivých místnostech. V hlavním koncertním sále je použita výrazná zlatá textura dřeva, která mu dodává zateplený a tradiční nádech. Tento projekt hodnotím jako jednu z nejlepších ukázek propojení interiéru, exteriéru a vizuálního stylu. Všechny tyto prvky pracují ve společném souznění a tvoří jeden perfektní a soudržný celek.



Obr. 14. Tvary nosičů vychází z tvarosloví budovy

2.2.3 Centro Gabriela Mistral, Santiago de Chile

Centro Gabriela Mistral (dále GAM) je od roku 2010 multikulturálním střediskem se zaměřením na divadlo, tanec, hudbu a výtvarné umění. GAM vzniklo rekonstrukcí budovy Diego Portales, kterou v roce 2006 zachvátil požár a ze čtyřiceti procent byla zničena. Chilské architektonické studio Lateral, na základě toho co zbylo, vytvořilo horizontální dvouplášťovou budovu, kde je vnější plášť tvořen rezavou ocelí s rastrem různě velkých

otvorů. Do interiérů je tak propouštěno různé množství světla, což místy působí až mystickým dojmem.

Vizuální styl je postaven na značce tvořené písmeny „g“, „a“, „m“ vyskládanými ze segmentů kruhu. Tato zkratka je umístěna u kraje bílého rovnoběžníku a ve spojení s výraznou červenou barvou tvoří jednotnou identitu celé instituce. Jako velký nedostatek v rámci celé prezentace instituce hodnotím absenci jazykových mutací na webu.

Orientační systém v budově je postaven na čisté typografii, doplněné tučnými a jednoduchými piktogramy. Co se týče velikosti, je jejich aplikace velkorysá a informativní význam piktogramů a označení je často v pozadí samotné vizuality a dekorativního náboje. Výborně funguje také kontrast písmen, tvořených lesklým černým plexisklem, s bílými zdmi. Neuvěřitelně efektně působí v interiérech proděravění vnějšího pláště. Z jinak nudné bílé stěny se tak stává umělecké dílo okamžiku.



Obr. 15. Různá propustnost světla ozvláštňuje interiéry

Obecně vzato je prezentace GAMu na vysoké úrovni, i když se nemohu ubránit dojmu, že tvarosloví budovy by mohlo být do korporátního designu více obtisknuto a naopak. Kromě asi metrové pamětní desky není na fasádě nikde k nalezení informace o jaký subjekt se jedná, nemluvě o tom, že v celé budově není logo aplikováno.

2.2.4 Effenaar, Eindhoven

Již od roku 1971 funguje v bývalé továrně na plátna hlavní hudební dějiště Eindhovenu i celého Holandska. Nachází se v něm dva koncertní sály a restaurant s kavárnou. V roce 2005 došlo ke kompletní rekonstrukci celé budovy, což si žádalo i změnu vizuálního stylu a označení budovy. Projekt rekonstrukce vypracovalo holandské architektonické studio MVRDV, o nový vizuální styl se postaralo komunikační studio Fabrique.

Vizuální styl je založen na prostorovém písmenu „E“ překrytém vrstvenými texturami a barvami, což reflektuje různorodost kulturních akcí a industriální povahu stavby. Tento prvek se na každé aplikaci proměňuje a tím celý vizuál ožívá. Logotyp je postaven na názvu instituce vyhotoveným tučným, geometrickým a hranatým písmem. Jednotlivá písmena jsou takřka čtvercového tvaru, přičemž obě písmena „E“ mají klasické proporce a dostávají se tedy pod účaří. Bez tohoto detailu by podle mě značka působila příliš staticky.

Orientační systém a označení budovy je pojato mnohem střídměji. K těmto účelům je opět použito tučné a hranaté písmo a na míru vytvořené piktogramy. Veškeré prvky jsou aplikovány přímo na podklad a překryty jedním rastrem, který velké potisklé plochy zjemňuje.



Obr. 16. Bílý hranatý nápis skvěle ladí s šedou tovární budovou

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3 VIZUÁLNÍ STYL GALERIE JAROSLAVA FRAGNERA

Galerie Jaroslava Fragnera se nachází v samotném srdci Prahy, v bezprostřední blízkosti Betlémské kaple. Přestože svůj název nese od roku 1968, galerie zde funguje již od 50. let 20. století. V této době došlo k velké rekonstrukci Betlémské kaple a přilehlé kolejní budovy, ze které vzešel prostor věnovaný architektuře a užitému umění. Vedoucím projektu, který měl za cíl zdůraznit historické kvality stavby, byl student Josefa Gočára, český architekt a malíř Jaroslav Fragner. V roce 2008 zde proběhla další rekonstrukce. Hlavním záměrem bylo zrenovovat půdní vestavbu ve třetím nadzemním podlaží a vyřešit propojení mezi druhým a třetím nadzemním podlažím.

V současné době galerii provozuje Nadace české architektury. Ta sice nerealizuje vlastní projekty, ale přispívá na výstavní a publikační činnost. Výstavy jsou rozděleny do několika tematických okruhů. Každý rok galerie prezentuje zástupce mladých progresivních studií ze zahraničí a z České republiky. Prostor se však dává i významným osobnostem z historie české architektury.

Hlavním důvodem proč jsem se rozhodl toto téma zpracovat je moje záliba v moderní architektuře. Do galerie jsem často chodil na výstavy, během kterých jsem si nemohl nevšimnout jak špatně je na tom galerie s vizuální prezentací. Většina výstav je sice kvalitně zpracovaná, ale jako celek vizuální výstup z galerie nepůsobí jednotně. Logotyp, který galerie v současné době používá příliš nereflektuje její zaměření. Chápu, že se snaží odkazovat na historickou hodnotu samotné stavby, ale je příliš popisný a zastaralý. Kamenem úrazu je však web. Ať už funkčností, vzhledem či způsobem jakým je řešena úvodní stránka. Mozaika narychlo vytvořených bannerů opravdu není způsob, jakým by se měla moderní architektura prezentovat.

3.1 Značka



Obr. 17. Nový logotyp Galerie Jaroslava Fragnera

Typografická značka je postavena na spojení zkratky „GJF“ a názvu „Galerie Jaroslava Fragnera“. Písmena ve zkratce jsou však rozdělena do logických segmentů, které odkazují na práci architektury s prefabrikovanými tvary. Tyto segmenty poté prostupují do ostatních aplikací a fungují i jako samostatný grafický prvek. Logo svou jednoduchostí odkazuje na současné minimalistické tendence v moderní architektuře. Kontrast mezi tvaroslovím logotypu a samotnou budovou galerie je patrný. Stejným způsobem můžeme vnímat i současné architektonické projevy, které se snaží, s využitím maximálního kontrastu, navazovat na historickou zástavbu (např. kombinace kámen – sklo). Velkou výhodou oproti stávajícímu logu spatřuji také v čitelnosti i při výrazném zmenšení.

3.2 Barevnost

Vzhledem k tomu, že galerie se nachází v památkově chráněné budově, snažil jsem se od začátku postupovat velmi opatrně. Konečná volba padla na prostou kombinaci černé a bílé, která jednak nenarušuje prostředí galerie a zároveň rozvádí prvky zavedené při poslední rekonstrukci. V interiéru je zcela dominantní černé ocelové schodiště na pozadí bílé stěny, proto jsem se rozhodl této barevné kombinace využít i ve vizuálním stylu. Dalším důvodem byla i skutečnost, že černá barva pohlcuje světlo, je-li tedy použita v místnosti, opticky ji zvětšuje. Galerie tak navzdory svému omezenému prostoru může působit vzdušným

a moderním dojmem. Firemní barva vyjádřená v modelu CMYK odpovídá hodnotě 50/50/50/100 (pro dosažení tmavě černé, nikoliv šedé barvy). Na webu je použita barva #000000 a pro potisk interiérů a exteriérů jsem zvolil RAL 9011 (grafitově černá).

3.3 Typografie

Na rozhraní mezi novým a starým – moderním a tradičním jsem myslel i při výběru doplňkového písma. Vedle konstruovaného písma (FF DIN Bold) s technickým charakterem jsem použil zástupce klasického písma v moderním kabátě (RePublic Medium), který má naopak lidštější vzhled. Tato kombinace dle mého názoru působí moderně, ale zároveň poukazuje na tradiční povahu galerie jako budovy i kulturní instituce. Pro kancelářskou potřebu a na webu je používáno písmo Georgia Regular, kvůli své snadné dostupnosti a podobnosti k písmu RePublic.

3.4 Vizuální styl

Jak už bylo řečeno vizuální styl je postaven na segmentech vycházejících ze zkratky „GJF“. Tyto segmenty jsou v rámci plochy rovnoměrně rozmístěny tak, aby celek působil harmonicky a vyváženě. Do těchto „prefabrikátů“ vstupuje v některých aplikacích ještě jeden prvek, kterým je materiál. Právě práce s materiálem je pro architekturu zcela zásadní. Navrhl jsem sadu rastrů, které překrývají vybrané segmenty, přičemž na jedné ploše by nikdy neměly být dva stejné segmenty s totožným rastrem.

3.5 Tiskoviny

Pro galerii jsem vytvořil hlavičkový papír, obálku, vizitku a sadu plakátů s využitím zásad vizuálního stylu. Hlavičkový papír je pro potřeby galerie zpracován jako šablona do Wordu, která se tiskne na stolní tiskárně na předtištěný nehlazený papír o gramáži 120 g/m². Oboustranný tisk hlavičkový papír ozvláštňuje a vizuálně mu dodává na významu. Vizitky se tisknou technikou sítotisku na bílý nehlazený papír o gramáži 300 g/m² o rozměrech 55 × 85 mm. Varianty jsou pouze dvě – pro ředitele a kurátorku galerie – každá s individuálně řešenou zadní stranou.

Pro prezentaci jednotlivých výstav jsem dále vytvořil jednoduchý systém pro tvorbu plakátů a plachet, založený na výrazné typografii a charakteristické barevnosti. Toto řešení považuji za vítanou pomoc v případě časových či finančních omezení. Zde jsem se segmenty

rozhodl používat vyplněné (bez použití rastru), protože na plakátech nesou barevnou informaci, kterou je potřeba návštěvníkům zapsat do paměti.



Obr. 18. Dva plakáty z jednoduchého systému založeného na barvě

3.6 Web

Při tvorbě layoutu jsem se řídil současnými trendy v prezentaci progresivních kulturních institucí. Webové stránky jsou postaveny na pětisloupcové mřížce, která umožňuje zobrazení velkého množství informací přímo na úvodní stránce. Tento layout umožňuje velkou flexibilitu. Na úvodní stránce je nejdůležitější informace o aktuální výstavě, proto dostala nejvíce prostoru v horní části obrazovky. Logotyp zaujímá výsadní postavení v levém horním rohu a není tak narušen dalšími prvky. V pravé části obrazovky se pak opakují segmenty, které celý vizuál propojují. Barevné schéma webu je podřízeno barevnosti aktuální výstavy, což uživatele donutí o ní přemýšlet na lépe ji pak identifikovat. Zvolená doplňková barva proto musí být dostatečně kontrastní vůči bílému podkladu. Vzhled webu je dynamický a propojuje tištěné a virtuální médium.

V případě realizace by webové stránky byly kódované jazykem HTML v kombinaci s kaskádovými styly a PHP (redakční systém na přidávání výstav, aktualit, změnu barevného schématu atd.). Animace fotografií u výstav a dalších dynamických prvků by byla řešena JavaScriptem.

GJF Galerie Jaroslava Fragnera

AKTUÁLNÍ PŘIPRAVUJEME
[ARCHIV](#)
[GALERIE](#)
[PUBLIKACE](#)
[PRESS](#)
[PARTNĚŘI](#)
[KONKRTAKT](#)

hledat ▶
 cz / en

O GALERII

Galerie vznikla v rámci rekonstrukce Betlemské kaple Jaroslavem Fragnerem v 1. pol. 50. let v přístěbě kolepním domě, pojmenování na architekta počestí je však pozdějšího z období po roce 1968. Galerie se vždy specializovala na výstavy architektury a užitého umění.

NAVŠTIVTE NÁS

Galerie Jaroslava Fragnera
 Betlemské náměstí 5a
 110 00 Praha 1

T (+420) 222 222 157
 E gjf@gjf.cz

Otevírací doba
 Úterý–Neděle: 11–19 hodin

YSTUPNÉ

Dospělí 40,-
 Studenti 20,-
 Senioři 20,-
 Rodina 60,-

Školní skupina
 Zak 10,- / Pedagog zdarma

ODBĚR NOVINEK

Nechte si zasílat novinky na Vaš e-mail.
 ▶

NAŠE NABÍDKA

Knihy o Sialu za zvýhodněné ceny!

> [další publikace](#)

AKTUALITY

15/5/2011
Nový vizuální styl galerie

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur est mauris, sollicitudin ut pretium vel, congue nec augue. Vestibulum dolor lectus, porta nec aliquet ac, iaculis ut ligula. Vivamus diam neque, bibendum eget scelerisque et, vestibulum vel eros.

13/4/2011
Otevřena výstava Sial

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur est mauris, sollicitudin ut pretium vel, congue nec augue.

13/4/2011
Galerie bude otevřena i v pondělí 25/4

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur est mauris, sollicitudin ut pretium vel, congue nec.

13/4/2011
Otevřena výstava Atelieru Bow-Wow

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur est mauris, sollicitudin ut pretium vel, congue nec augue.

13/4/2011
Galerie bude otevřena i v pondělí 25/4

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur est mauris.

13/4/2011
Otevřena výstava Sial

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur est mauris, sollicitudin ut pretium vel, congue nec augue.

AKTUÁLNÍ VÝSTAVA

SIAL

13/4–22/5/2011 více o výstavě

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur est mauris, sollicitudin ut pretium vel, congue nec augue. Vestibulum dolor lectus, porta nec aliquet ac. Vivamus diam neque, bibendum eget.

NÁSLEDUJÍCÍ VÝSTAVA

EDWARD GORDON CRAIG: LIGHT AND SPACE

27/5–25/6/2011 více o výstavě

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur est mauris, sollicitudin ut pretium vel, congue nec augue. Vestibulum dolor lectus, porta nec aliquet ac, iaculis ut ligula. Vivamus diam neque, bibendum eget scelerisque et, vestibulum vel eros.

DOPROVODNÝ PROGRAM

Lukas Beran
Funkce a tvar: architektura televizních věží

9/5/2011 – 20:00
 → FA ČVUT

Rostislav Svacha
Přednáška "SIAL"

10/5/2011 – 18:30
 → FA ČVUT

Martin Strakoš, Jiri Suchomel, Rostislav Svacha
Vlét do České Lípy a Doks

15/5/2011

Petr Vortlik
Komentovaná prohlídka výstavy

18/5/2011 – 18:00
 → GJF

AKCE

Za vínem a architekturou II

9–12/6/2011
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Curabitur est mauris, sollicitudin ut pretium vel, congue nec augue. Vestibulum dolor lectus, porta nec aliquet ac, iaculis ut ligula.

© 2011 Galerie Jaroslava Fragnera [Facebook](#) [Mapa stránek](#) [O webu](#) [Kontakt](#)

Obr. 19. Úvodní stránka webu GJF

3.7 Interiér

Vzhledem k poměrně malým výstavním prostorům je propojení vizuálního stylu s interiérem poměrně obtížné. Přesto jsem se rozhodl využít jedinou volnou stěnu galerie k apliko-

vání prvků vizuálního stylu. Tato stěna kromě charakteristických segmentů zároveň nese informaci o existenci druhého patra galerie a umístění kanceláře a toalet. Všechny tyto prvky jsou na zeď aplikovány přímo technikou sítotisku, takže nekolidují s architekturou. Místo tak dostává neopakovatelnou identitu, na kterou návštěvníci jen tak nezapomenou.



Obr. 20. Ukázka aplikace prvků vizuálního stylu v interiéru galerie

Do třetího nadzemního podlaží, kde se většinou promítají tématické filmy, jsem navrhl čalouněný nábytek, který je tvořen prostorovými segmenty z logotypu. Myšlenka je taková, že tyto sedačky by na počátku výstavního dne byly vyskládány do správné polohy a každý návštěvník by si pak vybraný segment přesunul tam, kam by mu to vyhovovalo. Díky tomu by značka v prostoru oživala. Skleněná příčka, která promítací místnost odděluje od zbytku patra, je pokrytá jedním z rastrů v černém provedení. Aplikace vyplotované folie na sklo má dva důvody. Za prvé snižuje množství proniknutého světla, což výrazně zlepšuje kontrast promítaných filmů a za druhé funguje jako označení skleněné stěny, aby do ní návštěvník nenarazil. Z čistě praktických důvodů jsem navrhl i označení dveří kanceláře, kam prý návštěvníci s oblibou chodí v domnění, že tam výstava pokračuje.

3.8 Exteriér

Vzhled historické budovy s velkým množstvím charakteristických a poměrně komplikovaných detailů jako je lampa či okap, neumožňuje aplikaci prostorových prvků přímo na fasádu. Naproti tomu v použití plošného označení žádný problém nevidím. Na budovu jsem se rozhodl, opět metodou sítotisku, aplikovat zvětšenou značku „GJF“. V celém systému se k identifikaci objektů používá písmo FF DIN Medium pootočené o devadesát stupňů proti směru hodinových ručiček, proto logotyp stejným způsobem identifikuje celou budovu a zároveň je stejně orientovaný jako informace na výstavní plachtě, což napomáhá čitelnosti a srozumitelnosti identifikace. Moment „rozkladu“ značky do jednotlivých segmentů jsem záměrně použil pouze v interiéru, aby návštěvník důvod rozdělení písma pochopil až po vstupu dovnitř.

ZÁVĚR

Potřeba orientovat se v našem životním prostředí je v nás hluboko zakořeněna. Čím více budou naše města osídlena a jejich infrastruktura bude složitější, tím náročnější bude neztratit se. Poptávka po kvalitním orientačním či identifikačním systému bezesporu poroste, proto věřím, že EGD jako obor má před sebou velkou budoucnost.

Na zahraničních uměleckých univerzitách bývá zvykem, že studenti grafického designu alespoň jednou během svého studia řeší úkol spojený s EGD. V České republice je většinou tvorba omezena na dvourozměrné vyjádření, což je velká škoda, protože prostorové realizace mohou být neuvěřitelně uspokojivé. Grafický designér by se, dle mého názoru, neměl podílet na formování veřejného prostoru jen poutavými plakáty a efektními logy. Nehledě na to, že na domácí scéně není žádný designér, který by se této disciplíně věnoval naplno, je veřejné povědomí o této disciplíně mizivé. České ulice jsou přeplněny nekvalitní typografií, nejčastěji oznamující slevu či výprodej, ale s rostoucím vlivem ze západu by se tato situace mohla brzy změnit k lepšímu.

Vizuální prezentace kulturních institucí je jedním z ukazatelů, jak na nás může aktuální kulturní scéna působit. Pouhý plakát na ulici, výrazným způsobem formuje to, jak subjekt vnímáme. Celosvětově se proto do vizuálních stylů v tomto odvětví investují obrovské částky. Zejména díky blízkosti k volnému umění bývají často řešení vizuálních stylů pro kulturní instituce novátorská či experimentální a jsou tak pro designéry velkou výzvou a lákadlem. Propojení vizuálního stylu se samotnou budovou je naprostou nutností, protože je velmi důležité místo vtisknou charakter, se kterým se návštěvník bude moci ztotožnit.

Hlavní výhodou během práce na praktické části byla možnost konzultovat moje nápady s ředitelem galerie panem Danem Mertou. Společně s ním mi byla nápomocna i kurátorka galerie Klára Pučerová a zástupce Nadace české architektury Jakub Fišer. Díky jejich znalosti povahy galerie se mi toto témata mnohem lépe zpracovávalo. Jejich přístup k věci mě příjemně překvapil, protože z původně experimentálního zadání vznikl projekt, který má slušnou šanci na realizaci. Konečné rozhodnutí však závisí na Nadaci české architektury, která galerii spravuje.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] UEBELE, Andreas. Signage Systems and Information Graphics. Londýn: Thames & Hudson Ltd 2007. Počet stran 336. ISBN: 978-0-500-51379-8
- [2] CALORI, Chris. Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems, John Wiley & Sons 2007. Počet stran 256. ISBN 978-0-471-74891-5
- [3] GIBSON, David. The Wayfinding Handbook: Information Design for Public Places. New York: Princeton Architectural Press 2009. Počet stran 152. ISBN 978-1-56898-76-99
- [4] KAFKA Ondřej, KOTYZA, Michal. Corporate Identity Set, 2. vydání. Praha: Kafka Design 2006. Počet stran 64.
- [5] IdN, Volume 17 no. 5 Oct/Nov 2010. Hong Kong: System Design Limited 2010. Počet stran 106. ISSN 1029 4805
- [6] This Way Please. Singapur: Page One Publishing Pte Ltd 2009. Počet stran 256. ISBN 978-981-254-867-4
- [7] www.vizualnikultura.cz/2008/11/14/news/prolog/
- [8] www.vizualnikultura.cz/2010/01/04/news/novy-dum-umeni/

DALŠÍ ZDROJE

- [1] www.segd.org
- [2] www.laboratory.cz
- [3] www.typo.cz/mestska-krajina-jako-verejne-blaho/

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Jeskynní malby v Lascaux, Francie.....	13
Obr. 2. Podstavec Trajánova sloupu	14
Obr. 3. Mapa Londýnského metra od Harryho Becka.....	15
Obr. 4. Ukázka kvalitní a funkční typografie	17
Obr. 5. Ukázka orientační značky.....	20
Obr. 6. Častý jev v ulicích českých měst.....	23
Obr. 7. Společnost Apple dbá na dokonalé provedení svých prodejen	24
Obr. 8. Pohled do expozice „žičkov 20“.....	26
Obr. 9. Pohled do interiéru Národní Technické Knihovny.....	29
Obr. 10. Fasáda DOXu se stala malířským plátnem.....	31
Obr. 11. Vizualizace orientačního systému MZK	32
Obr. 12. Neonové označení Domu umění města Brna	33
Obr. 13. Pohled na MoMA QNS z nadzemky	35
Obr. 14. Tvary nosičů vychází z tvarosloví budovy	36
Obr. 15. Různá propustnost světla ozvláštňuje interiéry	37
Obr. 16. Bílý hranatý nápis skvěle ladí s šedou tovární budovou	38
Obr. 17. Nový logotyp Galerie Jaroslava Fragnera	41
Obr. 18. Dva plakáty z jednoduchého systému založeného na barvě.....	43
Obr. 19. Úvodní stránka webu GJF	44
Obr. 20. Ukázka aplikace prvků vizuálního stylu v interiéru galerie	45