

# Vizuální identita galerií

Eliška Freithová

---

Bakalářská práce  
2019

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ateliér Grafický design  
akademický rok: 2018/2019

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Eliška Freithová**  
Osobní číslo: **K16041**  
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimédia a design – Grafický design**  
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Vizuální identita galerií**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 25 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz Směrnice rektora č. 7/2018) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků práce v pevné vazbě (v jedné z nich bude vlepeno CD) a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část: rozbor a zkoumání vizuálních stylů galerií
2. Praktická část: tvorba vizuálního stylu fakultní galerie G18 ve Zlíně

Rozsah bakalářské práce: **viz Zásady pro vypracování**  
Rozsah příloh: **viz Zásady pro vypracování**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/umělecké dílo**

Seznam odborné literatury:

**Logo & corporate identity / Ondřej Kafka a Michal Kotyza**  
**Graphic Design, Type Design / Rostislav Vaněk**

Vedoucí bakalářské práce: **MgA. Jana Dosoudilová**  
Ateliér Grafický design  
Datum zadání bakalářské práce: **1. listopadu 2018**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **10. května 2019**

Ve Zlíně dne 3. prosince 2018

doc. Mgr. Irena Armutidisová  
*děkanka*



dr. ak. soch. Rostislav Illík  
*vedoucí ateliéru*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k 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;
- podle § 60 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 odst. 2 a 3 mohu užít 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;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: ...8. 2. 2019.....

Jméno a příjmení studenta: ...Eliška Freithová.....

.....  
podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Předmětem bakalářské práce jsou vizuální identity českých a světových galerií. Teoretická část práce je zaměřena na vizuální identitu, loga a logo manuály. Blíže popisuje historii galerií a srovnává vybrané české a světové galerie a jejich vizuální styly. Toto srovnání je zaměřeno konkrétně na zlínské galerie. V praktické části je náplň práce návrh a provedení vizuální identity fakultní galerie G18 ve Zlíně.

Klíčová slova: vizuální identita, vizuální styl, galerie, logo, logotyp, značka, propagační předměty, tiskoviny, výstavnictví, redesign, galerie G18

## **ABSTRACT**

Subject of work are visual identities of Czech and world galleries. Theoretical part of thesis is focused on visual identity, logos and logo manuals. It describes history of galleries and compare selected Czech and world galleries and their visual style. This comparison is then related specifically to the Zlín Gallery, where the work goes into the practical part, which is dedicated to the design of visual identity of the G18 Gallery in Zlín.

Keywords: visual identity, visual style, gallery, logo, logotype, brand, promotional items, printed materials, ownership, redesign, G18 gallery

## PODĚKOVÁNÍ

V první řadě bych chtěla poděkovat mé vedoucí práce Janě Dosoudilové, za náměty, připomínky, rady a hlavně trpělivost se mnou. Také bych chtěla poděkovat všem mým učitelům, kteří mě provázeli celé bakalářské studium.

Dále bych chtěla poděkovat paní Romaně Veselé a Evě Gartnerové, za jejich trpělivost a shovívavost. Za to, že mi přiblížily chod galerie a umožnily mi podílet se na tvorbě vizuálu pro G18.

V neposlední řadě bych chtěla poděkovat své rodině, že mě plně podporují v mém studiu a také svým kamarádkám, které mi pomáhají v těžkých chvílích.

## PROHLÁŠENÍ

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

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>8</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>9</b>
<b>1 VIZUÁLNÍ IDENTITA</b> .....	<b>10</b>
1.1 CO TO JE VIZUÁLNÍ IDENTITA, CORPORATE DESIGN .....	10
1.1.1 Náležitosti vizuální identity .....	10
1.1.2 Vizuální identita galerie .....	10
1.2 LOGO, LOGOTYP, PIKTOGRAM, ZNAČKA .....	12
1.2.1 Definice pojmů.....	12
1.2.2 Členění značky dle vizuálního motivu a doby užívání .....	12
1.3 REDESIGN LOG .....	14
1.4 CO TO JE LOGO MANUÁL? .....	14
1.4.1 Náležitosti logo manuálu.....	14
<b>2 GALERIE</b> .....	<b>16</b>
2.1 VÝZNAM SLOVA GALERIE.....	16
2.2 DRUHY UMĚLECKÝCH GALERIÍ.....	16
2.3 FUNKCE GALERIE .....	16
2.4 BIENÁLE, TRIENÁLE .....	18
<b>3 HISTORIE GALERIÍ</b> .....	<b>19</b>
3.1 PRAVĚK.....	19
3.2 STAROVĚK.....	20
3.3 STŘEDOVĚK.....	20
3.4 NOVOVĚK.....	20
3.5 CÍRKEV A UMĚNÍ .....	21
3.6 PAŘÍŽSKÉ SALONY .....	21
3.7 PRVNÍ ČESKÁ OBRAZÁRNA .....	21
<b>4 REŠERŠE</b> .....	<b>22</b>
4.1 LOGA A VIZUÁLNÍ STYLY SVĚTOVÝCH GALERIÍ .....	22
4.1.1 Tate Modern Gallery .....	22
4.1.2 Australian National Maritime Museum.....	22
4.1.3 Le Louvre .....	23
4.1.4 Moca Shanghai.....	24
4.2 REDESIGN LOG A VIZUÁLNÍCH STYLŮ SVĚTOVÝCH GALERIÍ.....	24
4.2.1 Metropolitan museum of Art.....	24
4.2.2 The Serpentine Galleries .....	25
4.2.3 Science Museum .....	26
4.2.4 Field Museum.....	26
4.3 LOGA A VIZUÁLNÍ STYLY ČESKÝCH GALERIÍ.....	27
4.3.1 Dům umění města Brna.....	27
4.3.2 Galerie výtvarného umění v Ostravě.....	28
4.3.3 Národní galerie v Praze .....	28
4.3.4 Galerie Půda .....	29
<b>5 ZLÍNSKÉ GALERIE</b> .....	<b>30</b>

5.1	HISTORIE GALERIÍ VE ZLÍNĚ .....	30
5.1.1	Krajská galerie výtvarného umění kraje Gottwaldov.....	30
5.1.2	Dům umění.....	31
5.1.3	Zlínský zámek .....	31
5.2	SOUČASNÉ GALERIE A MUZEA VE ZLÍNĚ.....	32
5.2.1	14 15 Bařův Institut.....	32
5.2.2	Krajská galerie výtvarného umění .....	33
5.2.3	Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně.....	34
5.2.4	Alternativa, kulturní institut Zlín .....	35
5.2.5	Galerie G18 ve Zlíně .....	35
5.2.6	Hrad Malenovice .....	36
5.2.7	Photogether Gallery .....	37
5.2.8	Filmový uzel Zlín .....	37
5.2.9	Kabinet filmové historie.....	38
5.2.10	Galerie Kabinet T .....	39
5.2.11	Galerie Garáž .....	39
5.2.12	Další zlínské galerie .....	40
<b>6</b>	<b>VEŘEJNÉ SOUTĚŽE NA VIZUÁLNÍ STYL, TENDRY .....</b>	<b>43</b>
<b>II</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>44</b>
<b>7</b>	<b>VIZUÁLNÍ IDENTITA GALERIE G18 VE ZLÍNĚ.....</b>	<b>45</b>
7.1	LOGO MANUÁL .....	45
7.2	PRŮZKUMY BYDLENÍ, PRŮZKUMY TRADICE .....	46
7.3	KATALOG .....	47
7.4	WEBOVÉ STRÁNKY .....	47
7.5	PROPAGAČNÍ PŘEDMĚTY .....	48
7.6	ORIENTAČNÍ SYSTÉM.....	53
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>55</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>56</b>
	<b>INTERNETOVÉ ZDROJE.....</b>	<b>57</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>62</b>



## ÚVOD

Téma Vizualní identita českých a světových galerií jsem si vybrala, protože se sama zabývám tvorbou vizuálního stylu galerie G18 ve Zlíně. Před rokem jsme já a moji spolužáci dostali zadání navrhnout logo pro novou fakultní galerii. Můj návrh vyhrál a poté jsem se dohodla na spolupráci a možnosti, podílet se na vizuálu galerie G18.

Byla a je to pro mě velká výzva, protože se setkávám s mnoha novými grafickými úkoly, které jsem si doposud neměla možnost vyzkoušet.

Především jsem ráda za blízkou komunikaci s kurátorkou galerie Romanou Veselou a produkční Evou Gartnerovou. Těm vděčím za to, že mi umožnily nahlídnout do chodu galerie, a zjistit, co obnáší příprava výstavy.

Ve své teoretické části bakalářské práce se věnuji mnou vybranými galeriím a vizuální identitě. Zajímám se o to, co si představit pod pojmem galerie, historie galerií od jejich počátku, vzniku první galerie, až po současnost. Analyzuji a porovnávám ze svého pohledu světová nadčasová loga/logotypy slavných galerií, redesigny log českých i světových galerií. Dále se ve své práci zajímám i o zlínské galerie.

Z pohledu grafického designéra prozkoumávám pravidla a zásady pro dobrou identitu, tvorbu správného logo manuálu, loga, jako značku a předmět marketingu.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 VIZUÁLNÍ IDENTITA

Toto téma bylo už mnohokrát popsáno a odborně rozebráno, ale pro mojí práci je důležité udělat si přehled, abych poznala náležitosti vizuální identity.

### 1.1 Co to je vizuální identita, corporate design

Vizuální identita je jedna z nejdůležitější součástí tvorby identifikace společnosti. Při dobré vizuální identitě a dobře zpracovaném grafickém podkladu si firma buduje jméno a rozpoznatelnost mezi konkurenčními firmami.

Základním prvkem vizuální identity je logo či logotyp. Obecná pravidla říkají, že by logo mělo být jednoduché, snadno zapamatovatelné, čitelné, snadno reprodukovatelné a v neposlední řadě originální. Pokud je takové logo hotové, následuje tvorba grafického manuálu či logo manuálu, kde je podrobně popsáno, jak pracovat s logem a jak ho používat.

(Flashstudio, © 2018)

#### 1.1.1 Náležitosti vizuální identity

Po tvorbě loga se obvykle zpracovávají další grafické práce. Jsou to firemní tiskoviny, jako jsou hlavičkový papír, vizitky, dále pak propagační tiskoviny v podobě letáků, katalogů a brožur. Podstatnou částí je tvorba webových stránek a další elektronické propagace na mediálních platformách. Velmi oblíbená komunikace je na Instagramu, Facebooku či na kreativním webu Pinterest. Do vizuální identity můžeme zahrnout navigační a orientační systémy, polepy na auta, bannery či reklamní předměty. (Flashstudio, © 2018)

#### 1.1.2 Vizuální identita galerie

Instituce, společnost, firma, nebo v konkrétním případě galerie se musí prezentovat určitým projevem a působit na venek jednotně a uceleně. Pokud zůstaneme u galerie, měla by se prezentovat jednotným, moderním a současným vizuálním stylem. Modernost je důležitá z hlediska aktuálnosti, ale v ideálním případě je vhodné spojit modernost s nadčasovostí. Pokud se toto spojení povede, galerie se svým vizuálním projevem může fungovat dlouhou dobu a stále si udržovat atraktivní vizuál. Navíc velká výhoda tkví v tom, že takový vizuál funguje dlouho a tak působí uceleně. Vzniká autenticita, spolehlivost a dojem tradice. Důležitým prvkem vizuální identity galerie je kromě značky i systém, který bude propojovat jednotlivé grafické výstupy, jako jsou plakáty, vstupenky nebo třeba webové stránky. Jsou to pravidla, kterých se grafický designér drží při spolupráci s galerií. Jinak řečeno, je to reflexe

galerie, která neslouží pro potěšení galerie, ale především pro návštěvníky galerie. Je pro ně snazší, si začlenit vizuál od nepřehledného množství vizuálů dalších institucí. To je důvod, proč by každá galerie měla mít svoji osobitou a jedinečnou identitu, svoji myšlenku, kam bude galerie směřovat a také určitý styl komunikace s návštěvníky. Dobrá vizuální identita působí na veřejnost nejen v interiéru galerie, ale i v exteriéru, prostřednictvím komunikace skrz plakáty, panely a médií.

Po shrnutí je třeba si uvědomit, že je stejně důležité dodržovat pravidla jednotného vzhledu a udržování kvality propagačních materiálů, jako správně nainstalovat umělecké dílo. V tomto trochu zaostávají české galerie od světových, nicméně si myslím, že se kvalita vizuálů galerií velmi zlepšuje.

Ucelenost tvoří nejen logo, zvolený font a úprava typografické sazby, ale také výběr správných barev. Zvolenou barevnou škálu, skrze kterou bude galerie komunikovat se zákazníky, bychom neměli podceňovat, protože barva nám může utkvět více v paměti než samotná značka.

Barevnost nám napomáhá identifikovat instituci, utváří charakter vizuálu a galerie, proto by měla mít návaznost se záměrem galerie. Vybraná barevná škála se dá také využít pro orientaci v budově, které napomáhají rozlišit například místnosti, sekce, patra...

Samozřejmě barva není vše a značka galerie má také velmi důležitou roli. Logo by nemělo být navrženo bez znalosti záměru galerie, kterou cestou chce jít, jaké umění chce vystavovat nebo na jakou cílovou skupinu se chce zaměřit. Je velmi důležitá spjatost značky s galerií.

Kromě značky, barevné škály, design manuálu také záleží na tom, kde galerie sídlí. Celkovou vizuální identitu dotváří i budova, ve které se galerie nachází. Protože když se návštěvník rozhodne navštívit galerii, vzhled budovy, kde galerie sídlí, dělá první dojem. Až poté vzhled interiéru galerie. Obecné pravidlo je takové, že interiér by měl působit čistě, aby v něm vynikla vystavená umělecká díla. Tím se pak zvýší a umocní zážitek z uměleckých prací.

Do vizuální identity bychom mohli zařadit i chování a přístup personálu, nabídku mimo výstavní služby, jako jsou workshopy, programy pro děti, odborné přednášky nebo galerijní obchody s propagačními předměty galerie, s uměleckými předměty či s odbornou literaturou. Dále může galerie rozšířit prodej i o umělecká díla, plakáty nebo předměty reprezentující danou výstavu (Šumberová, 2008, s. 14 – 15)

## 1.2 Logo, logotyp, piktogram, značka

Každá společnost potřebuje své logo, značku. Loga jsou všude kolem nás. Obklopují nás v každodenním životě. Doktor medicíny Dharma Singh Khalsa ve své knize Brain Longevity napsal: „Průměrný člověk denně spatří 16 tisíc reklam, log a značek.“ (1997) Proč jsou tedy loga pro nás tak důležitá? Protože si často vybíráme produkt podle značky. Minimálně prvotně, až poté testujeme kvalitu. Když bude mít firma dobré logo, může získat větší pozornost a atraktivitu a poté slávu. A souhrn těchto částí znamená vyšší prodej.

V dnešní době silné konkurence potřebujeme identifikaci výrobků. Ale není to jen záležitost současnosti. V historii řemeslníci používali také své značky, například tesař vytesal značku nebo monogram do stolu, kameník vytesal značku do kamene nebo farmář označoval svůj dobytek.

I když se to zdá být trochu povrchní, soudíme knihu podle obalu. A když má produkt dobrou značku, očekáváme i kvalitu výrobku. To však nemusí být pravda. Pokud zákazník vidí značku delší dobu, vzbuzuje to u něho jakousi záruku kvality a zvykne si na ni. Začne ji identifikovat a poznávat. Tak, jak si spojíme jméno s danou osobou, tak si spojíme i značku s produktem a následně s firmou. (Airey, 2010, s. 14 – 22)

### 1.2.1 Definice pojmů

- **Logotyp** je typograficky upravený název společnosti, který neobsahuje obrazovou přílohu.
- **Piktogram** je obrazový symbol, který může být použit samostatně nebo doprovázet písmovou část loga.
- **Logo** je grafické či typografické pojetí názvu společnosti doplněný o piktogram. Taky se tomu říká grafická značka. (Unie grafického designu, © 2009)

### 1.2.2 Členění značky dle vizuálního motivu a doby užívání

#### Obrazové

Piktogram jako grafický prvek (Shell, Nike, Playboy)



*Obr. 1 – Obrazové značky*

### Typografické

Logotypy, které pracují jen s autorsky pojatou typografií (Sony, ČNB, Baťa)



*Obr. 2 – Typografické značky*

### Kombinované

Grafické značky, které kombinují typografický název a obrázek neboli piktogram (Jaguar, Pepsi, bp)



*Obr. 3 – Kombinované značky*

### **Značky dlouhodobé**

Dlouhodobé značky jsou ty, které se budou využívat několik roků nebo ty, u kterých nevíme, jak dlouho se budou používat. Tady lze zařadit značky pro města, pro větší firmy nebo pro státy. Tyto značky by se neměly soustředit na aktuální trendy v grafickém designu. Mohlo by se totiž stát, že za několik let by značka ztratila atraktivitu a mohla působit nemoderně a zastarale.

### **Značky krátkodobé**

Do krátkodobých značek řadíme ty značky, které se budou používat jen po nějakou omezenou dobu. Takové značky jsou například pro několikadenní akce, festivaly, výstavy, konference nebo také značky na jednu sezónu. Tyto značky nemusí působit nadčasově a naopak můžou podléhat aktuálním trendům vizuální komunikace, například barevné přechody, experiment, 3D efekty... (Unie grafického designu, © 2009)

## **1.3 Redesign log**

Redesign loga galerie je vhodný v tu chvíli, pokud už logo neodpovídá aktuálním požadavkům. V oblasti nejen grafického designu se velmi rychle mění dostupné technologie či grafické programy, a tak je možné, že staré logo už není aktuální a potřebuje opravit. Má-li logo svou myšlenku, jinak řečeno je postaveno na dobrých základech, není třeba vytvářet nové logo, nýbrž jen staré logo lehce poupravit. Stačí poupravit detaily, aby logo získalo modernější vzhled. (Atlantic, © 2019)

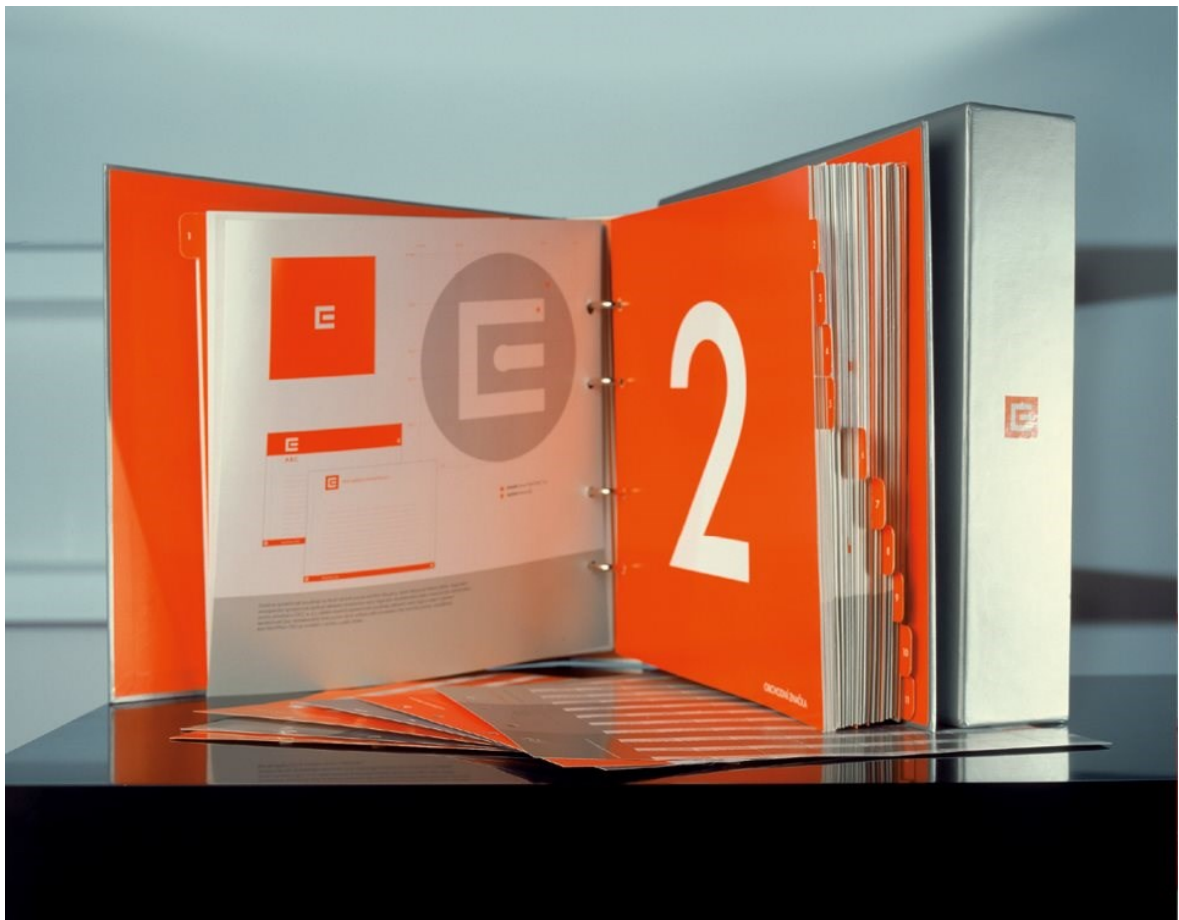
## **1.4 Co to je logo manuál?**

Logo je základní prvek vizuální identity firmy, a také vyjadřuje, jak chce firma na veřejnost působit. Důležitou součástí loga je bezesporu logo manuál, který definuje správné použití loga. Je to dokument, který doplňuje logo důležitými pravidly. Vytvoření loga a logo manuálu jsou první kroky k navrhnutí vizuální identity. Jednotné používání loga zaručuje jednotný výstup firmy po grafické stránce, což je velice důležité pro dobrou a profesionální image, která pak působí na klienty jednotně, sehraně a uceleně.

### **1.4.1 Náležitosti logo manuálu**

- značka, logo, logotyp
- pozitivní a negativní logo, černá a bílá varianta, barevná varianta
- rozkreslení loga do mřížky

- ochranná zóna loga
- nejmenší možná velikost
- zakázané varianty použití loga
- použití loga na černobílém podkladu
- použití značky na barevném podkladu
- uvést použité písmo, které bude společnost nadále využívat
- základní firemní barvy



Obr. 4 – rozsáhlý logo manuál pro ČEZ



## 2 GALERIE

V první řadě je třeba si ujasnit, co jsou to galerie. Jaký mají význam, jaké druhy galerií existují nebo jakou mají funkci. Pokusím se tedy v této kapitole alespoň částečně vše přiblížit.

### 2.1 Význam slova galerie

Slovo galerie má hodně významů. V uměleckém kontextu je to místnost nebo budova pro vystavování a prodej uměleckých děl. Galerie je také balkón či horní patro vyčnívající ze stěny sálu nebo kostela, která poskytuje prostor pro publikum nebo hudebníky.

Galerie, chápána jako umělecká instituce, shromažďuje sbírku uměleckých děl a také plní funkci instituce, která díla spravuje, shromažďuje a vystavuje. V zemích, jako například Německo, USA a Rakousko, se doposud užívá pojem muzeum. (Baleka, 1997, s. 111)

### 2.2 Druhy uměleckých galerií

Galerie rozdělujeme do těchto skupin:

- Veřejné galerie, které vystavují vybrané sbírky umění.
- Soukromé galerie, které mají svou sbírku a zprostředkovávají prodej uměleckých děl.
- Internetová galerie, které slouží on-line pro jednotlivé umělce či pro celé galerie. Umělci mají možnost bezplatně vystavovat a prodávat. Méně známý umělec má tak šanci se proslavit. On-line galerie se stávají populární i v Česku. (Plus.rozhlas, © 2019)

### 2.3 Funkce galerie

Galerie je důležité středisko pro výchovu, vzdělání a bádání. Jsou zde seskupeny sbírky uměleckých děl. Má za úkol uchovávat, rozšiřovat a výchovně využívat umělecké sbírky ve stálé expozici. V galerijním prostoru vznikají vernisáže, workshopy, přednášky, bienále a trienále. (Baleka, 1997, s. 111). Je to místo pro setkání, debatu, zamyšlení a pro rozšíření uměleckého ponětí.

Galerie hraje cennou roli v našem vztahu s uměním. Dává nám šanci být ve stejném prostoru jako dílo a získat k němu přístup, měřit jej proti sobě a poskytovat typ fyzického vztahu, který je pro nás nezbytný. Nezbytný především k tomu, abychom pochopili dílo nad rámec pouhé povrchnosti vzhledu. Stejně důležité je, že nám návštěva galerie umožňuje pochopit

a ocenit dovednost, inteligenci a práci nezbytnou pro to, aby se myšlenka stala realitou. Zprostředkovává nám náhled do tvůrčího úsilí. Expozice v galerii byla pro umělce vždy důležitá.

Výstava v galerii umožňuje umělci, aby své umění ukázal bez omluvy a také bez záruk. Často je to poprvé, kdy umělec vidí současně jednotlivé kusy jako skupinu, a první šanci zjistit, zda díla chápat jako soudržný celek.

Vyvrcholení dlouhodobé práce v ateliéru, je reakce návštěvníků na umělecké dílo v galerii. Odezva návštěvníků bývá často považována za měřítko jeho hodnoty, ať už je to spravedlivé nebo ne. Není snadné ani přesné posuzovat umělcovu tvorbu podle reakcí návštěvníků, ale je to nezbytný aspekt podnikání umělce.

Velká část úsudku, či dokonce lhostejnosti veřejnosti k umění, je často odrazem jejich neschopnosti vidět a porozumět uměleckému dílu. Často jsou schopni vidět jen to, jak umělecké dílo vypadá, ale nevidí hlubší význam.

Galerie je most mezi umělcem a veřejností a obvykle poskytuje první artikulaci práce, s níž se návštěvníci setkávají při výstavě. Velkou roli hraje ekonomický aspekt a umění není výjimkou. Ačkoliv mnoho umělců netvoří kvůli penězům, ale spíše pro své vyjádření a potěšení, musíme si přiznat, že peníze budou vždy hrát velkou roli. Toto tvrzení nebylo nikdy pravdivější než dnes. V minulosti mnozí umělci chápali potřebu řídit svou kariéru a hledat příležitosti pro záštitu a podporu svých prací, aby jejich práce byla uznána. Dnes je však tento vztah mezi uměním a penězi na nejisté křižovatce, protože rozdíl mezi estetickou hodnotou a peněžní hodnotou byl setřen.

Pro mnoho umělců však pracovní vztah umělec-galerie zůstává neúčinnějším prostředkem, jak své dílo předat veřejnosti ke kritickému zvážení.

Galerie předává myšlenky umělce, zahajuje komunikaci a umožňuje, aby dílo bylo chápáno jako součást většího kontextu. Kromě tradičních komerčních galerijních prostorů existují vzdělávací instituce a neziskové alternativní prostory, z nichž každá hraje významnou a stejně důležitou roli, neboť přináší dílo a myšlenky umělce do světa pro širší veřejnost.

Protože je masová kultura řízená a formovaná prostředky elektronické komunikace, fyzický styk veřejnosti s uměleckým dílem je utlačován. Nicméně je velmi důležitý. Mnozí neberou umění na velkou váhu, protože nemá hmotnou užitečnost, kterou mají ostatní běžné věci. Na druhou stranu umění bude mít vždy silné slovo, díky působivému a upřímnému sdělení

o tom, kým jsme. Vždy tady bude velká skupina lidí, která bude považovat estetický zážitek z umění jako nepostradatelný. (Černá, Margala, Boučková, Trčková, 2017, s. 12)

Při vystavování dbáme na mnoho věcí, aby expozice působila na diváka. Podstatnými prvky výstavy jsou výpověď, rovnoměrnost a celistvost. (Třeštík, 2013, s. 48)

## 2.4 Bienále, Trienále

Bienále a trienále jsou rozsáhlé výstavy současného umění. Mezi bienále nebo trienále a expozici v galerii je zásadní rozdíl. Zatímco v prvním případě se jedná o přehlídku děl od velkého množství umělců, které sahá přes sto účastníků, výstavy veřejných galerií jsou často zaměřené na díla jednoho tvůrce nebo pokud se jedná o tematickou výstavu, počet tvůrců často nepřesáhne dvacítku.

Nárůst různých bienále a trienále patří mezi nejvýznamnější proměny uměleckého světa za posledních několik desetiletí. (Wagner, Westreichová Wagnerová, 2013, s. 133)



Obr. 5 – 28. ročník mezinárodního bienále grafického designu v Brně

### 3 HISTORIE GALERIÍ

#### 3.1 Pravěk

Dá se mluvit o tom, že už v pravěku vznikly první galerie v podobě nástěnných kreseb a maleb v jeskyních. Pravěcí lidé často kreslili podobizny zvířat, především koně, bizony a mamuty. Byl to druh lovecké magie.

Tehdy však díla, která vytvářeli pravěcí lidé, plnila spíše funkci náboženskou, rituální či měla astronomický význam. Dnes slouží galerie ke shromáždění, vědeckém zpracování a k prezentaci uměleckých děl.



*Obr. 6 - Kresba zvířecích podob, bizon Altamira, Španělsko*



*Obr. 7 - Kresba zvířecích podob, Koni, Lascaux, Francie*

### 3.2 Starověk

Důležitý galerijní projev můžeme vidět ve starověku. Velké množství námětů fresek v hrobkách, kde lze vidět osobitý projev. Nebo také sochy, které zdobí architekturu. Umění sloužilo k obdivu.

### 3.3 Středověk

Další galerijní projev můžeme vidět ve středověku. Královské rodiny měly v zálibě shromažďovat umělecká díla. Nejčastěji se jednalo o sbírky malířských děl, jako třeba podobizny královské rodiny, různá zátíší, lovecké výjevy. Vyhrazovali těmto dílům speciální místnosti (obrazárny), nebo si zdobili své salóny, komnaty a chodby.



Obr. 8 – Sbirka středověkého umění, Muzeum Narodowe w Warszawie

### 3.4 Novověk

Skutečně první galerie vznikly přibližně v polovině 16. století ve Francii. V zámcích a palácích v chodbových sálových prostorech spojující jednotlivé reprezentační místnosti, který se vyvinul z původních rytířských sálů středověkých hradů (Baleka, 1997, s. 111). Původně galerie sloužily pro vystavování sochařských a malířských děl.

Populárnější se galerie staly v přelomu 17. a 18. století a tvořily důležitou součást stavby a interiéru. Například Zrcadlová galerie ve Versailles nebo obrazová galerie zámku Schönbrunn ve Vídni (Baleka, 1997, s. 111)

### 3.5 Církev a umění

Církev byla vždy spjata s uměním. Především v období baroka měla církev funkci zadavatele, objednavatele a zhotovitele. Oblíbená a rozšířená byla Bible chudých, která měla funkci didaktickou a vzdělávací. Bible chudých byla pojata jako nástěnná malba v kostelech či bazilikách. (Artslexikon, © 2013) Kostely byly ve své podstatě galerie, které byly otevřené všem. Panstvu i chudým lidem.

### 3.6 Pařížské salony

Salon byl oficiální výstavou umění francouzské Akademie výtvarných umění v Paříži. První výstava se konala v roce 1667. Mezi léty 1740-1890 byl Salon nejprestižnější uměleckou událostí na světě, která se konala jednou až dvakrát do roka. Tyto výstavy měly velmi velký vliv na francouzskou malbu - zejména na umělecký styl, malířské konvence a myšlení umělců. Výstavy také odrážely tradici akademického umění, především v období renesance. Později se Salon stával stále více konzervativním a nakonec se dostal do úpadku. Dva z nejslavnějších "akademických" umělců byli Nicolas Poussin a Jean Auguste Dominique Ingres, jejichž lineární styl malby převzali umělci, jako byl Rubens a Delacroix.

V roce 1881 se Francouzská akademie vzdala kontroly nad výstavami ve prospěch Společnosti francouzských umělců, ačkoli Salon zůstal nepřátelský vůči avantgardě. Dnes je každoroční Salon pouze jedním z několika dalších Salonů výtvarného umění - Salon d'Automne a Salon des Independants . (Visual arts, © 2019)

### 3.7 První česká obrazárna

První česká obrazárna vznikla v únoru roku 1796 u příležitosti založení Společnosti vlasteneckých přátel umění v Praze. Obrazárna byla otevřena v Černínském paláci na Hradčanech. V té době obrazárnu navštěvovali spíše lidé z nižších a středních vrstev než vysoce postavení lidé. Z toho vyplývá, že u diváků a návštěvníků se jednalo o zájem, zvědavost a jakousi společenskou vyrovnanost, než o hlubší prožitok a procítění z umění, které obrazárna nabízela. (Šumberová, 2008, s. 11)

## 4 REŠERŠE

Pokusila jsem se vyhledat a porovnat některá zajímavá loga a vizuální styly světových a českých galerií.

### 4.1 Loga a vizuální styly světových galerií

#### 4.1.1 Tate Modern Gallery

Existují určité konvence a obecná pravidla při tvorbě loga, které se dají naučit - jednoduchost, praktičnost, reprodukovatelnost. Ale ne všechny loga se těchto pravidel drží, ba naopak. Dobrým příkladem je úspěšná britská galerie Tate Modern Gallery.

Logo Tate navrhl Wolff Olins navrhl nejen jedno statické logo, ale mnoho variant, které se pohybují, jsou nezaostřené, vybledlé či tečkované. Písmenné znaky tak nemají pevně danou velikost ani polohu. Ale nápis Tate je vždy obsažený v logu, jen se mění jeho forma. Navázal tak na filozofii galerie, která se mění díky různým expozicím. (Grapheine, © 2016)



Obr. 9 - Logo Tate modern

#### 4.1.2 Australian National Maritime Museum

Odvážné, nové a poutavé logo s výraznou barevností inspirované mořem. Nové logo odkazuje na již zmiňované moře, proto je název muzea rozdělený do tří řádků, a to MU-SEA-UM. Barevná paleta je zvolena podle stupňů hloubky moře, které mění barevnost. Jasný, odvážný a poutavý systém, který pravděpodobně vyniká v rušné oblasti Darling Harbour. (Underconsideration, © 2018)



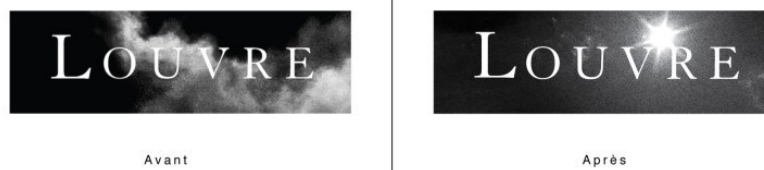
Obr. 10 - Nová vizuální identita Australian National Maritime Museum

#### 4.1.3 Le Louvre

Logo Louvru je poměrně neobvyklé díky použití pozadí, kde bylo původně zatažené nebe a posléze nebe se sluncem. Logo má takovou moc, že ovlivňuje stovky návštěvníků. V době, kdy fungovalo logo s mrakem, začalo chodit do galerie více zahraničních návštěvníků s deštníky. Nyní, s logem s pozadím slunce návštěvníci chodí se slunečními brýlemi víc než kdy předtím. (Grapheine, © 2016)

Aktuálně se však používá logo s mraky v pozadí.





Obr. 11 - Logo galerie Louvru

#### 4.1.4 Moca Shanghai

Toto dvojjazyčné logo dobře využívá barvu pro propojení obou jazyků. Pavilon MOCA je umělecký prostor otevřený v Šanghajske galerii. Účelem galerie je zaměřit se na umělecké trendy a zachytit je, podporovat mladé umělce a povzbuzovat je k experimentování a inovacím v současném umění. (Mocashanghai, © 2019)



Obr. 12 - Logo galerie Moca Shanghai

## 4.2 Redesign log a vizuálních stylů světových galerií

Zde uvedu jen pro ukázkou obrazovou přílohu vybraných obměn značek světových galerií.

### 4.2.1 Metropolitan museum of Art

Metropolitní muzeum umění je největším muzeem na západní polokouli. Instituce byla založena v roce 1870 v New Yorku. Její stálé sbírky zahrnují díla od pravěku až po současnost, ze všech částí světa, ve všech uměleckých médiích a na celém světě. Nová identita vznikla v roce 2016.

Autorem nové vizuální identity je Wolff Olins. Nové logo již nespolehá na symboly a místo toho je založeno na běžně používaném názvu Met, který je bezprostřední. Je to originální kresba, která spojuje serif a sans serif i klasickou a moderní formu. Tímto spojením upozornili na fakt, že Met nabízí umění v rozmezí neskutečných 5000 let. (Underconsideration,

© 2016)



Obr. 13 – Redesign loga galerie The Metropolitan Museum of Art

#### 4.2.2 The Serpentine Galleries

Galerie Serpentine je umělecká galerie v Kensingtonských zahradách, Hyde Parku, v centru Londýna. Zaměřuje se na moderní a současné umění.

Autorem nového loga a vizuální identity je grafické studio Pentagram. Logo se chová jako clona, otevírající se pro různý obsah a různé myšlenky neustále se měnícím způsobem. Vzniká tak prostor na animace a fotografie. Obdelník v logu také funguje jako most, reakce na skutečný most přes Serpentine, který spojuje dvě galerie v Hyde parku.

Kombinace ostrých a zaoblených rohů je složitá pro lidské oko, ale je to provokativní. Tento kontrast odkazuje na demokratický duch galerie. Redesign proběhl v roce 2016.

(Underconsideration, © 2016)

**Serpentine  
Gallery**

**SER PENTINE**  
GALLERIES



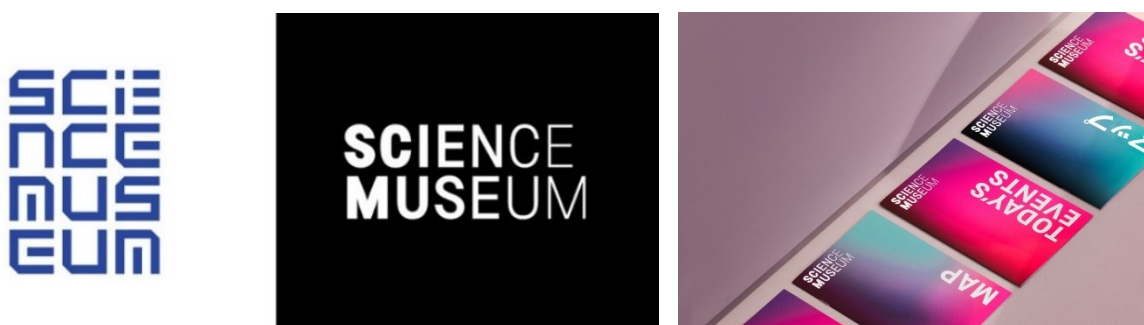
Obr. 14 – Redesign loga The Serpentine Gallery

### 4.2.3 Science Museum

Muzeum vědy v Londýně založeno v roce 1858 nabízí sbírku a exponáty, které poskytují záznam vědeckých, technologických a lékařských úspěchů z celého světa.

Novou vizuální identitu navrhl tým lidí z londýnského grafického studia North North v roce 2016. Redesign měl za úkol sjednotit Science Museum. Organizaci veřejného sektoru, která spravuje Národní železniční muzeum (v Yorku), Národní muzeum vědy a médií (v Bradfordu) a Muzeum vědy a průmyslu (v Manchesteru). Nová značka si klade za cíl, přinést vizuální soudržnost všem muzeím, které tvoří skupinu Science Museum, a sdílet rozmanitou a významnou sbírku zahrnující vědu, technologii, strojírenství, matematiku a lékařství.

Nové logo už nemá žádné znaky sci-fi a přijímá standardnější označení, kde hlavním vizuálním bodem je blednutí písmen. Logo může evokovat mizející pohled na měsíc na temné noční obloze. (Underconsideration, © 2016)



Obr. 15 – Redesign loga Science Museum

### 4.2.4 Field Museum

Museum v Chicagu, IL, založené v roce 1893, je jedním z největších přírodovědných muzeí na světě.

Leo Burnett je autorem nové vizuální identity, která vznikla v roce 2016. Staré logo bylo dost špatné s nešikovným rozkreslením serifů, třemi velikostmi písma a špatně posazenou linií. Nové logo je plnohodnotné a velmi odvážné. Písmena jsou tučná, úhledně zarovnána a v bílém prostoru mezi písmeny vznikl prostor na slovo „MUSEUM“. Konceptně a kontextově je trochu těžší poznat, že se jedná o logo přírodovědného muzea umístěného v řeckém chrámu, ale je to trendy a odvážné. Barvu zvolili jasnou modrou, stejně jako barva naší Země. (Underconsideration, © 2016)



Obr. 16 - Logo Field museum

### 4.3 Loga a vizuální styly českých galerií

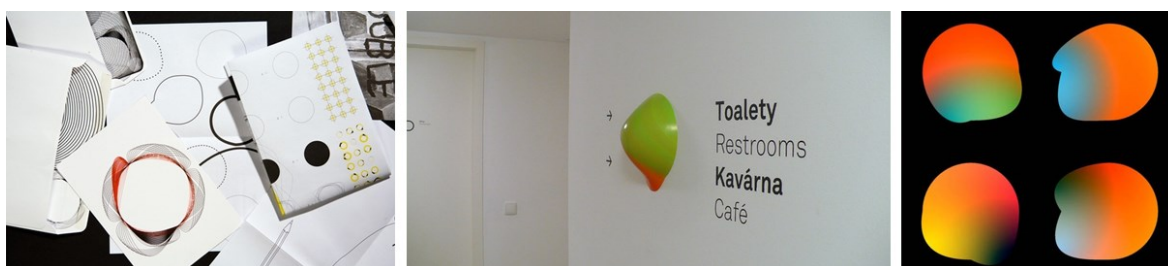
#### 4.3.1 Dům umění města Brna

Logo Domu umění města Brna bylo jednoznačně průkopnické. Galerie je součástí brněnské kultury již více než sto let a dnes se výrazně orientuje na současné umění. (Dům umění, ©2019)

Dnes je trend proměnlivých identit. Nepracovat jen se statickým logem, ale přidat mu nějakou hodnotu, dynamiku. I tady se tvůrci loga inspirovali a vytvořili barevný flek. Byl to odvážný počín, který se ale velmi povedl. Identita funguje od roku 2010 a nabourává běžné standarty corporate designu. Logo jako flek, který je vytvořený pokřivením a deformací kružnice se stalo nosným prvkem vizuální identity Domu umění. Deformovaná kružnice mění tvar, takže je pokaždé jiná. K logu autoři vytvořili a vygenerovali gradienty a barevné kombinace, kterých je nespočet množství, a tak logo můžeme vidět v různých barevných provedeních. Vizuální identitu navrhla dvojice designérů Robert Jansa a Petr Bosák. Výhoda této proměnlivé identity tkví v tom, že je pokaždé jiná a tedy i atraktivnější pro zájemce a návštěvníky. Vyniká mezi konkurencí.

Vzhled a vizuální identita Domu umění je originální, ale možná až příliš alternativní.

(Patagona, © 2015)



Obr. 17 - Logo Domu umění města Brna

### 4.3.2 Galerie výtvarného umění v Ostravě

Galerie výtvarného umění v Ostravě, zkráceně GVUO, zveřejnila loni na podzim roku 2018 svůj nový vizuální styl. Za identitou stojí grafičtí designéři Robert V. Novák a Zuzana Burgrová. Celý vizuál ukázali na výstavě Spektrum v Domě umění. (Ceskatelevize, © 2018)

„Vizuální podobu komunikačních prostředků galerie jsme chtěli stanovit jako otevřenou platformu, ohraničenou jen kompozičními mantinely. Naše návrhy jsou řízeny snahou myšlenkově i formálně posunout podobu vizuální komunikace galerie do přítomnosti. Rozhodli jsme se jít svou cestou, o které si myslíme, že má potenciál zrcadlit činnost významné galerijní instituce, jakou GVUO bezpochyby je,“ vysvětluje grafický designér Robert V. Novák. (Gvuo, © 2019)



Obr. 18 - Vizuální identita GVUO

### 4.3.3 Národní galerie v Praze

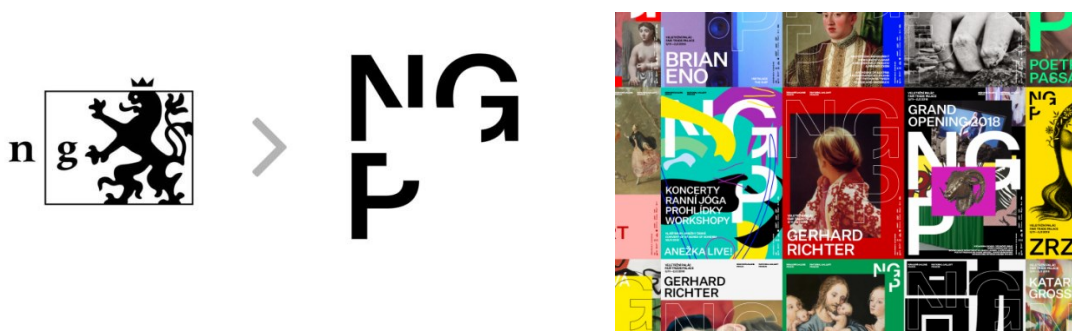
Cílem nové vizuální identity bylo především galerii zpřístupnit široké veřejnosti a zvýšit její popularitu a atraktivitu. Hlavním úkolem pro designéry, kteří se zapojili do soutěže, bylo navrhnout značku a celou vizuální identitu tak, aby se z galerie stala otevřená instituce. Aby se galerie stala přátelská a příjemná pro návštěvníky. Dosavadní logo se symbolem lva evokoval jakousi vážnost a možná i to byl důvod, proč bylo rozhodnuto pro nový vizuální styl. Pro zkratku NGP rozhodlo vedení galerie pro lepší komunikaci se zahraničními návštěvníky. (Czech design, © 2018)

Do soutěže, která proběhla v roce 2018, se zapojilo několik grafických studií a po výběru odborné komise zvítězil návrh od studia Najbrt. Vyhraný vizuál však vyvolal vlnu diskuzí hned po jeho zveřejnění.

Veřejnost na internetových portálech velmi rychle zareagovala a zpodobňovala nové logo se stávajícím logem Art Gallery of Western Australia v Perthu. Zda se jedná o špatně provedenou rešerši či určitý druh plagiátorství, nedokážu posoudit.

Ředitel galerie Jiří Fajt uvedl na webové stránce galerie NGP: „Podobnosti lze dnes jednoduše ‚vygooglovat‘ téměř na všechno, je to ale srovnávání jednotlivostí bez souvislosti.“

(© 2018)



Obr. 19 - Redesign loga Národní galerie v Praze, nový vizuální styl

#### 4.3.4 Galerie Půda

Další z redesignu log pro galerii je mírný redesign loga jihlavské Galerie Půda. Kvůli horší manipulaci se starým logem, kde bylo obtížnější vytvořit nějaký layout a dodat k logu slovo Galerie či Nekomerční výstavní prostor. Proto autor redesignu oddělil piktogram od typografie.

S novou značkou se pracuje lépe, navíc, jako přidaná hodnota loga, piktogram působí jako obrazy za sebou vyskládané nebo také schodiště. (Font, © 2009)



Obr. 20 - Redesign loga galerie Půda

## 5 ZLÍNSKÉ GALERIE

### 5.1 Historie galerií ve Zlíně

Výstavnictví a galerijní činnost ve Zlíně jsou datovány od roku 1936.

#### 5.1.1 Krajská galerie výtvarného umění kraje Gottwaldov

V dubnu roku 1936 byl zahájen jeden z mnoha zlínských Salonů, které pořádal Baťa. Salony se konaly až do roku 1948. Z nakoupených výtvarných děl z tehdy soudobého československého (později českého) umění vznikala umělecká galerie. Vznikla v roce 1953 jako Krajská galerie výtvarného umění kraje Gottwaldov, která byla provizorně umístěná na zámku v Kroměříži. V roce 1957 se galerie přemístila do budovy památníku Tomáše Bati ve Zlíně, nyní pod jménem Dům umění.

V letech 1958-1960 se galerie nacházela v Krajském vlastivědném ústavu, poté se osamostatnila v roce 1960, kdy se galerie přejmenovala na Oblastní galerie výtvarného umění v Gottwaldově. Takto galerie fungovala až do roku 1990, kdy činnost a vlastnictví galerie převzalo Ministerstvo kultury ČR a instituce se přejmenovala na Státní galerii ve Zlíně. Název takový, jako známe dnes, tedy Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně, je od roku 2001. V roce 2013 se galerie přestěhovala do nových prostorů zlínských továrních budov, konkrétně do budovy 14. (GalerieZlin, © 2019)



Obr. 21 – Krajská galerie výtvarného umění

### 5.1.2 Dům umění

Dům umění neboli Památník Tomáše Bati byl postaven na počest T. Bati po jeho tragické smrti. Budova byla postavena roku 1933. Tento památník byl navržen ve funkcionalistickém stylu autorem Františkem Gahrou. Konstrukční základ zkombinoval se sklem a vnitřní prostory vyplnil pouze sloupy a schodištěm. V roce 1948 byla budova přestavěna na Dům umění. (GalerieZlin, © 2019)



Obr. 22 – Dům umění (ic zlin)

### 5.1.3 Zlínský zámek

Historie Zámku ve Zlíně je známa už od druhé poloviny 15. století. Zámek se přestavěl několikrát. Poprvé jako renesanční sídlo, později jako barokní zámek. Poté prošel několika modernizacemi. Od roku 1958 sloužil zámek jako Muzeum jihovýchodní Moravy. Nyní se expozice přestěhovaly do nových továrních prostor, do budovy 14. Nyní zámek slouží pro občasné výstavy, workshopy, pro přehlídku prací v rámci Zlin Design Weeku nebo také pro výstavu studentských prací. Také je zde stálá Galerie Václava Chada. (GalerieZlin, ©2019)





*Obr. 23 – Zlínský zámek*

## **5.2 Současné galerie a muzea ve Zlíně**

Nyní se ve Zlíně nachází několik galerií a muzeí, které stojí za zmínku a které bych ráda přiblížila.

### **5.2.1 14|15 Baťův Institut**

Baťův Institut, který se nachází v budovách 14 a 15, je krajské kulturně vzdělávací centrum. Budovy 14 a 15 původně sloužily jako tovární budovy v Baťově továrním areálu. V letech 2004-2008 se tyto industriální prostory se přestavěly na moderní kulturní centrum. Sídli zde Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně, Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně a Krajská knihovna Františka Bartoše ve Zlíně.

V Baťově Institutu se nacházejí tři expozice: Dnes fantazie, zítra skutečnost, Prostor Zlín | Řády vidění a František Bartoš: Pedagog, jazykovědec, etnograf. Kromě výstav se zde konají různé konference, autorská setkání a další kulturní doprovodné akce. (14-15, © 2019)



*Obr. 24 – Baťův institut*

### **5.2.2 Krajská galerie výtvarného umění**

Krajská galerie ve Zlíně spadá pod Baťův institut. Je zaměřena především na české výtvarné umění 19. a 21. století. Můžeme zde najít jak klasická díla malířů 19. století, tak i díla zakladatelů českého moderního umění. V expozici jsou zastoupena díla českých surrealistů. Galerie také nabízí celou škálu děl soudobých umělců, ať už se jedná o výtvarné umění nebo o moderní architekturu. Galerii najdeme na adrese Vavrečkova 7040, v budově 14. (Ic-Zlín, © 2019)



Obr. 25 – Krajská galerie výtvarného umění

### 5.2.3 Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně

Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně sídlí v budově 14 a je součástí Baťa Institutu. K vidění je stálá expozice ve třetím patře, která nese název Princip Baťa: dnes fantazie, zítra skutečnost. V této expozici se prolínají tři témata. Historie obuvnické firmy Baťa, kde můžeme najít původní výrobní linky či muzeum obuvi. Další část se věnuje zlínskému filmu (baťovské počátky, Karel Zeman, Hermína Týrlová). Poslední fotodokumentární část je věnována Hanzelkovi a Zikmundovi a jejich cestovatelským příběhům.

V muzeu se také nachází expozice připomínající Františka Bartoše. Zlínského rodáka, jazykovědce, pedagoga a etnografa. Návštěvníci si mohou vyzkoušet znalost nářečí a pořekadel nebo si zaimprovizovat s loutkovým divadlem.

V přízemí muzea je prostor pro krátkodobé výstavy. Mimo expozice a výstavy se muzeum stará například o kulturní dění na hradu Malenovice, či v Muzeu luhačovického Zálesí v Luhačovicích. Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně sídlí na adrese Vavrečkova 7040.

(14-15, © 2019)



Obr. 26 – Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně

#### 5.2.4 Alternativa, kulturní institut Zlín

Alternativa vznikla v roce 2003 jako kulturní institut, která je začleněna pod odbor kultury Magistrátu města Zlína. Nachází se v budově Kolektivního domu, který představuje typickou zlínskou architekturu.

Dostupná poloha prostoru v centru města nabídla umělcům, výtvarníkům a architektům místo pro jejich tvorbu. Místo, původně restaurace a školní menza, je vhodné pro vzdělávací a společenské aktivity. Kulturní institut nabízí prostory pro výstavní činnost, módní přehlídky, divadla a vystoupení malých forem, hudební produkci nebo také pro literární a autorské večery.

I v oblasti vzdělávání má institut velké využití. Konají se zde školení, kurzy, semináře, přednášky, benefiční akce, veletrhy a další. (Alternativa, © 2019)



Obr. 27 – Alternativa, kulturní institut Zlín

#### 5.2.5 Galerie G18 ve Zlíně

Galerie G18 ve Zlíně je nové kulturní místo Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. V galerii můžeme vidět především soudobé umění a aktuální trendy v oblasti designu a umění.

Koncept výstav je zaměřený na roční tematické cykly. Záměr galerie je informovat, volně diskutovat a popsat aktuálnost dění v oblasti designu a umění. Tyto výstavní prostory slouží nejen pro studenty, ale i pro širokou veřejnost. Kromě výstav galerie nabízí různé workshopy, přednášky a dílny. (G18, © 2018)

Prostory galerie najdeme v nové budově U18, kterou navrhla architektka Eva Jiříčná. Galerie je otevřena od roku 2018 a proběhlo zde už několik výstav. Zahajovací výstava nesla název Průzkumy bydlení, na kterou navazovala další výstava Průzkumy tradice. Jednalo se o studentské výstavy, které dle mého názoru velmi slibně zahájily činnost galerie. Dále proběhlo několik výstav, jako třeba výstava Divadelních plakátů, která mě osobně velmi zaujala.



*Obr. 28 – Galerie G18 ve Zlíně*

### **5.2.6 Hrad Malenovice**

Hrad Malenovice je trochu nenápadný, ale po stránce architektury je velmi důležitý. Byl postaven Janem Jindřichem, bratrem Karla IV., ve druhé polovině 14. století. Na hradu můžeme vidět znaky gotiky, baroka a renesance. Hrad je doposud ve velmi dobrém stavu. Nyní se v tomto komplexu nachází část expozice Muzea jihovýchodní Moravy ve Zlíně (hlavní část je v budově 14). Muzeum nabízí prohlídku stálých expozic, pořádá i spoustu kulturních akcí, jako jsou jarmarky, akce pro děti nebo noční prohlídky. (Ic-Zlín, © 2019)

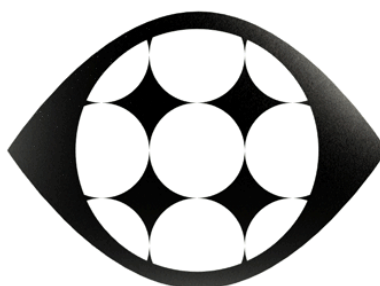


*Obr. 29 – Hrad Malenovice*

### 5.2.7 Photogether Gallery

Photogether Gallery funguje jako galerie pro současné umění, kterou provozují bývalí studenti Ateliéru Reklamní fotografie. Galerie byla založena v roce 2010 a nachází se v budově bývalého atomového krytu pod zlínskou poliklinikou.

V prostorách galerie probíhají výstavy, kurátorské akce, prezentace školních projektů, klauzur, koncerty, jarmarky a přednášky. (Photogether, © 2019)

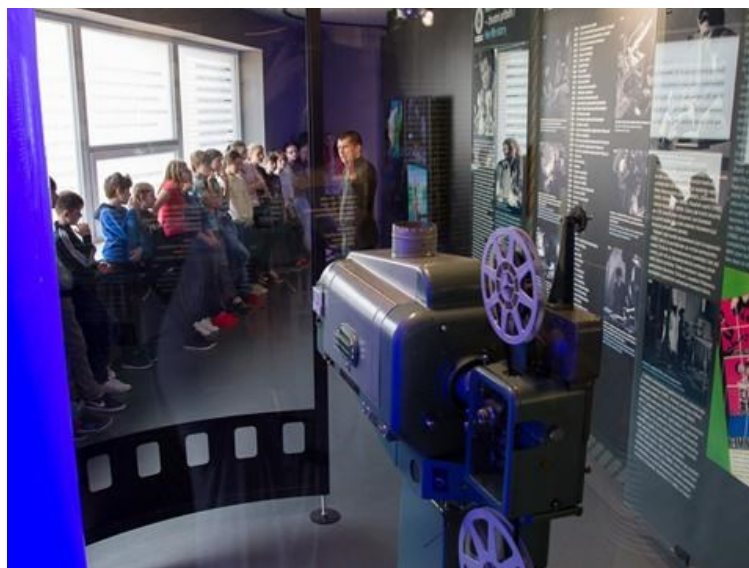


*Obr. 30 – Photogether Gallery*

### 5.2.8 Filmový uzel Zlín

Filmový uzel Zlín je multifunkční centrum pro filmové, kulturní a vzdělávací účely, které se nachází na Kudlově ve Filmových ateliérech. Zde si můžou dospělí i děti vyzkoušet tvorbu

filmových snímků. Mohou poznat umělecké osobnosti Zlína, dozvědět se více o historii filmových ateliérů nebo nahlédnout do profesionálního studia animátorů. (Ic-Zlín, © 2019)



*Obr. 31 – Filmový uzel Zlín*

### 5.2.9 Kabinet filmové historie

V kabinetu filmové historie se nachází expozice starých předmětů, pomůcek a techniky ze starých filmových ateliérů ve Zlíně. Návštěvníci zde mohou vidět loutky, rekvizity, výtvarná zpracování, skicy k filmům, dekorace či celý soubor amatérské filmové techniky. (Ic-Zlín, © 2019)



*Obr. 32 – Interiér Kabinetu filmové historie*

### 5.2.10 Galerie Kabinet T

Galerie slouží pro prezentaci současného českého i zahraničního umění. Konají se zde především autorské výstavy, vernisáže, kurátorské projevy a autorské výstavy.

Zaměřuje se na poskytování poradenství v oblasti výtvarného umění, organizování přednášek a edukačních programů. (Kabinet, © 2019)



*Obr. 33 – výstavní prostor v Galerii Kabinet T.*

### 5.2.11 Galerie Garáž

Galerie Garáž byla otevřena v roce 2012. Již za tak krátkou existenci se galerie dostala do podvědomí lidí a vytvořila si pevnou pozici ve zlínské kulturní scéně. Pod vedením galeristy, kurátora a umělce V. Skácela vzniká v galerii specifická atmosféra. Atmosféra, která spojuje estetiku života a estetiku umění. Toto spojení vytváří povahu galerie, která se stala výjimečná. V galerii můžeme najít výtvarné expozice, trh s uměleckými díly a prvky marketingového jednání. Nechtějí ukázat jen hotová díla, ale i proces tvorby jako hru, jako příležitost k setkání, k výměně názorů a pohledů. Galerie Garáž je nezávislý prostor, který je důležitý pro každé město, pro svobodné vyjádření umělců. (Ic-Zlín, © 2019)





Obr. 34 – výstava Vojtěcha Skácela v Galerii Garáž

### 5.2.12 Další zlínské galerie

Mimo galerie a muzea, které jsem uvedla, Existují i další instituce, které můžeme najít ve Zlíně. Pro ukázkou přikládám alespoň fotografie.



Obr. 35 – výstava V. Ciglera a M. Motyčky v galerii Václava Chada, Zlínský zámek



*Obr. 36 - Galerie pod Radnicí, Prodejní galerie výtvarného umění*



*Obr. 37 - Galerie Kincová, Prodejní galerie výtvarného umění*



*Obr. 38 - Galerie Dio Art, Prodejní galerie výtvarného umění a dekorací*

## 6 VEŘEJNÉ SOUTĚŽE NA VIZUÁLNÍ STYL, TENDRY

Častým tématem v dnešní době je oblast grafických veřejných soutěží či tenderů. Běžně čteme na internetu, že byla vyhlášena nějaká soutěž, pak dlouho nic, žádná informace, až po několika týdnech či měsících se někde objeví informace, že soutěž byla zrušena. Tudíž práce zúčastněných přijde vniveč. Také se stává, že soutěž znovu vyhlásí, ale to už bez jakéhokoliv upozornění či uvedení nových podmínek. Většinou je to chyba špatně stanovených pravidel.

Veřejné soutěže se vyhlašují poměrně často, a pokud jsou správně vedeny, je to dobrá příležitost. Pro zadavatele jsou soutěže výhodné v tom, že se v jeden čas objeví několik návrhů a tudíž má možnost vybrat si ten nejsilnější z nich. Pro grafického designéra je to možnost dostat se k hezké a atraktivní práci.

Zadavatel může využít služby a požádat o pomoc například organizaci Czech design. Organizace dokáže přesně vybrat autory, kteří se na daný úkol hodí. Nebo jako druhou variantu, vyhlásí soutěž s jasnými pravidly a postarají se o správný chod soutěže a o právnícká a autorská práva.

Výběrové řízení neboli tendr musí být jasně popsán a zadaný. Těm, kteří se přihlásí, ať už se jedná o jednotlivé grafické designéry či celá grafická studia, musí být dodány upřesňující informace.

Důležitý je taky správný výběr komise. Je rozdíl, zda výsledný projekt vybírají lidé, byť vysoce postavení, ale bez vzdělání v grafickém oboru nebo odborná komise. Vždy je dobré, když se sestaví komise z několika členů, těmi by měli být grafický designér, pedagog v grafickém oboru, manažer, vyhlášovatel a zadavatel. Pravidla veřejné soutěže a výběrového řízení musí být vypracovaná a schválená právníckou osobou, která se zabývá autorským právem. (Gregorová, 2018, s. 13)

Jeden z dalších problémů může být ekonomický aspekt. Několik autorů či celý tým v grafickém studiu se účastní soutěže, do které věnuje čas a peníze a poté dostanou mnohdy neadekvátní skicovné. Také se dnes už nehodnotí jen grafické zpracování, ale také mnoho dalších aspektů, jako jsou další formy komunikace, které zdánlivě nepatří do grafického designu. Neposuzuje se tedy jen grafická stránka návrhu, ale také využitelnost a komunikace na sociálních sítích, dalších aplikacích a mediálních platformách. Tento přesah pramení z toho, že designéři jsou stále vzdělanější, mají široký přehled v technologickém vývoji a jsou schopni poradit s propagací, komunikací a marketingem. (Kreativní Česko, © 2017)

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 7 VIZUÁLNÍ IDENTITA GALERIE G18 VE ZLÍNĚ

V praktické části bakalářské práce zpracovávám vizuál fakultní galerie G18. Na začátku práce jsem vytvořila logo, které se skládá z části znaků Bodoni Regular, které vytváří název G18. Části znaků jsou oříznuté tak, aby tvořily silné logo, ale aby se zároveň dalo jasně poznat, že se jedná o zkratku G18. Díky výseku vzniklo místo na další text, tedy Zlín. Při formálnějších jednáních je logo doplněno o text Galerie Fakulty multimediálních komunikací. Doplnující text je vysázen fakultním fontem Gloriola Medium a Gloriola Thin. Logo je jednobarevné, tudíž lze snadno aplikovat na různé nosiče, tiskoviny atd.



Obr. 39 – Logo galerie G18 ve Zlíně, formální a neformální varianta

### 7.1 Logo manuál

Po vytvoření loga jsem zpracovala logo manuál, který je nezbytný pro užívání loga. V logo manuálu můžeme najít detailní rozkreslení loga, logo umístěné v mřížce, varianty loga, nejmenší možnou čitelnou variantu, logo v pozitivu a negativu, barevné varianty nebo také zakázané verze. Je tam zmíněná i ochranná zóna, díky které známe prostor, kde nesmí být umístěná žádná grafika a text, aby logo nebylo příliš blízko k okraji.

Jako základní barvy celého vizuálu jsem použila černou, fakultní červenou, díky které můžeme poznat spojitost s Fakultou multimediálních komunikací. Tyto dvě barvy jsem doplnila o modrou, která působí reprezentativně a silně.



Obr. 40 – Logo manuál

## 7.2 Průzkumy bydlení, Průzkumy tradice

Vizuál jsem umocnila plakáty, které doprovázely dvě výstavy studentů, a to Průzkumy bydlení a Průzkumy tradice. První ze zmíněných výstav byla specifická v tom, že počet vystavujících byl velmi vysoký. Proto jsem využila všechna jména studentů na drobný pattern plakátu. Jako startující výstava otevření galerie jsem plakátu dala červenou barvu, abych upozornila na fakultu. Druhá výstava se zaměřovala na tradici. Nakreslila jsem tedy folklorní kvítek, který posloužil jako pattern umístěný na modrém pozadí, což mohlo evokovat jakýsi modrotisk.



Obr. 41 – Plakáty k výstavám Průzkumy tradice, Průzkumy bydlení

### 7.3 Katalog

Obě výstavy spolu souvisely, a tak se vytvořil společný katalog, ve kterém jsou uvedena díla vybraných studentů. Protože jsem chtěla jasně oddělit jednu výstavu od druhé, požila jsem takovou vazbu, která je rozdělena na dvě části. Jsou to dva bloky spojené obálkou, která nemá definovanou přední a zadní stranu. Záleží, jak katalog uchopíte. Bloky jsou odděleny barvou, tedy červenou a modrou.



Obr. 42 – Doprovodný katalog studentských prací k výstavám Průzkumy

### 7.4 Webové stránky

Pro galerii je důležitá komunikace nejen skrz plakáty a jiné tiskoviny, ale také skrz média. Proto jsem navrhla web, který jsem následně tvořila společně s programátorem Milanem Švehlou. Po domluvě s kurátorkou Romanou Veselou a produkční Evou Gartnerovou jsme se dohodly, že by měl být web čistý a přehledný, aby vynikly pozvánky a umělecká díla, která se postupně vkládají. Web má ve středu logo galerie, které po kliknutí slouží jako hlavní menu. Pod logem je základní lišta, ve které jsou podtituly jako domů, aktuality, výstavy, o nás a kontakty. Web se dá prokliknout na Instagram, Facebook a univerzitní web. Návštěvníci se na webu můžou dozvědět, co se chystá za výstava, workshop nebo nějaké jiné dění. Na Instagramu a Facebooku se objevují nové informace o dění v galerii a také grafiky spjaté s výstavou. Díky takzvanému instastories na Instagramu se uživatelé můžou okamžitě dozvědět aktuální informace a nemusí stále navštěvovat webové stránky.





Obr. 43 – Design webových stránek, g18.cz

## 7.5 Propagační předměty

Dále jsem vytvořila propagační předměty. Vizitky a letáčky, které informují o galerii. Na vizitce je umístěno pouze logo a text v zajímavé kompozici. Vizitka je čistá a typografická. Letáček funguje na principu překládání loga. Vzniká tak napůl ukázané logo, které dostává svou celistvost po otevření či vyskládání vedle sebe přední a zadní stranou. V letáčku jsou základní informace, jako název galerie, kontakt, informace o galerii a mapa s vyznačenou galerií. Doposud byly výstavy v galerii G18 zdarma. Ale nemusí to tak být vždy, proto jsem připravila i šablonu pro vstupenky.

Také jsem navrhla sérii pohledů. Ty mohou sloužit nejen jako památka, ale také jako pozvánka na další výstavu. Na straně, kde je umístěný jen kontakt galerie, je obdelník, vyznačující místo pro dotisk aktuální pozvánky na další výstavu. Jako motiv na pohlednici jsem použila jednotlivé díly loga.

Protože každého návštěvníka potěší, když si z galerie může odnést něco na památku, připravila jsem několik doprovodných, dá se říct reklamních předmětů. Zhotovila jsem placky, nálepky, pohlednice a trička.



Obr. 44 – Nálepky pro galerii G18 ve Zlíně



Obr. 45 – Razítko s logem G18



Obr. 46 – Pohlednice a pozvánka k další výstavě do galerie



Obr. 47 – Propagační placky (buttons), taška pro nákup v galerii



Obr. 48 – vizitky galerie G18 ve Zlíně



Obr. 49 – Propagační letáčky, tričko s logem



Obr. 50 – Krabice pro zabalení propagačních a dárkových předmětů z galerie



Obr. 51 – Vizualizace plakátu v autobusové zastávce

## 7.6 Orientační systém

Protože je galerie umístěná v budově Fakulty humanitních studií Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, vytvořila jsem několik orientačních prvků, které na galerii upozorní. Jako příklad uvádím vlajku, která by byla vyvěšena před vstupem do galerie, dále ceduli před budovu, která v noci svítí, polepy na prosklených částech budovy a vchodu do galerie.



Obr. 52 – Vlajka s logem v interiéru budovy



Obr. 53 – Venkovní cedule, v noci osvětlená



Obr. 54 – Grafické řešení prosklených části budovy



Obr. 55 – Prosklený vchod do galerie

## ZÁVĚR

Výsledkem mé práce je ucelený vizuální styl galerie G18 ve Zlíně, který bude sloužit jako podklad pro další spolupráci s galerií. V teoretické části jsem zhodnotila, prozkoumala a seskupila vizuální styly českých i světových galerií. Zaměřila jsem se převážně na loga. Pochopila jsem, jak fungují galerie a jak je pro ně důležité si vybudovat reprezentativní značku. Taky jsem prozkoumala historii galerií a jejich vznik. Ucelila jsem si informace o funkci loga, vizuálu a propagačních předmětů. Rozšířila jsem si přehled o zlínské galerii.

Znalosti z teoretické části jsem využila k samostatné tvorbě. Inspirovala jsem se rešerší, ale jen do té míry, ať se moje tvorba něčemu příliš nepodobá a ať výsledná práce zůstává stále silně autorská.

Chtěla bych, aby do galerie chodily jak studenti, tak i rodiny s dětmi nebo senioři. Jednoduše, aby galerie byla otevřená všem. Těším se na další práci, kterou mi galerie G18 nabídne a u které se můžu podílet na budování dobrého jména galerie. Dokážu si představit naplno pracovat právě v nějaké galerii, až ukončím studium.



## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

AIREY, David. *Logo: nápad, návrh, realizace*. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-3151-0.

BALEKA, Jan. *Výtvarné umění: výkladový slovník : (malířství, sochařství, grafika)*. Praha: Academia, 1997. ISBN 80-200-0609-5.

BOSÁK, Petr, Robert JANSÁ a Petr BABÁK. *Proto: grafický design a současné umění*. V Praze: Tranzit.cz, 2013. ISBN 978-80-86863-60-3.

ČERNÁ, Jitka, Miriam MARGALA, Jana BOUČKOVÁ a Olga TRČKOVÁ. *The power of communication and the gallery*. Prague: Ekopress, 2017. ISBN 978-80-87865-41-5.

KHALSA, Dharma Singh a Cameron STAUTH. *Brain longevity: the breakthrough medical program that improves your mind and memory*. New York: Warner Books, c1997. ISBN 0446520675.

ŠEVEČEK, Ludvík. *Státní galerie ve Zlíně 1990-1997: aktivity instituce v nových oborových a společenských souvislostech; Prostor Zlín 97 : 3. ročník trienále Výtvarné sympozium a výstava v exteriérech města : Dům umění, 16. září - 9. listopadu 1997*. Ve Zlíně: Státní galerie ve Zlíně, c1997. ISBN 80-85052-28-8. ISSN státnígalerievezlíně1990-1997.

TŘEŠTÍK, Michael. *Umění sbírat umění*. 2. vyd. Praha: Gasset, 2013. Modrý Mauricius. ISBN 978-80-87079-30-0.

WAGNER, Ethan a Thea Westreich WAGNER. *Sbírání umění: vášně, investice a mnohem víc*. Přeložil Lukáš NOVÁK. Zlín: Kniha Zlín, [2013]. ISBN 978-80-7473-279-9.

## INTERNETOVÉ ZDROJE

Alternativa - kulturní institut Zlín | *OFICIÁLNÍ STRÁNKY MĚSTA ZLÍNA. OFICIÁLNÍ STRÁNKY MĚSTA ZLÍNA* [online]. Copyright © 2019 Magistrát města Zlína [cit. 10.04.2019]. Dostupné z: <https://www.zlin.eu/alternativa-kulturni-institut-zlin-cl-668.html>

Brand New: New Logo and Identity for Australian National Maritime Museum by Frost\*. [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_and\\_identity\\_for\\_australian\\_national\\_maritime\\_museum\\_by\\_frost.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_australian_national_maritime_museum_by_frost.php)

Brand New: New Logo and Identity for Field Museum by Leo Burnett Department of Design. [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_and\\_identity\\_for\\_field\\_museum\\_by\\_leo\\_burnett\\_department\\_of\\_design.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_field_museum_by_leo_burnett_department_of_design.php)

Brand New: New Logo for Serpentine Galleries by Pentagram. [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_for\\_serpentine\\_galleries\\_by\\_pentagram.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_for_serpentine_galleries_by_pentagram.php)

Brand New: New Logo and Identity for Science Museum (and Science Museum Group) by North. [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_and\\_identity\\_for\\_science\\_museum\\_by\\_north.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_science_museum_by_north.php)

Brand New: New Logo and Identity for The Met by Wolff Olins. [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_and\\_identity\\_for\\_the\\_met\\_by\\_wolff\\_olins.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_the_met_by_wolff_olins.php)

Dlouhodobý dialog je předpoklad udržitelnosti - kreativní česko. *Úvod* [online]. Copyright © This site run on [cit. 01.04.2019]. Dostupné z: <https://www.kreativni-cesko.cz/clanky/dlouhodoby-dialog-je-predpoklad-udrizitelnosti>

Detail novinky - Národní galerie Praha. *Národní galerie Praha* [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: <https://www.ngprague.cz/detail-novinky/generalni-reditel-jiri-fajt-k-aktualni-diskuzi-o-logu-ngp>

Dům umění města Brna. *Dům umění města Brna* [online]. Copyright © DŮM UMĚNÍ [cit. 01.04.2019]. Dostupné z: <http://www.dum-umeni.cz/cz/o-nas/dum-umeni>

Galerie Kabinet T. | Galerie pro současné umění | Společnost KT, z. s.. *Galerie Kabinet T. | Galerie pro současné umění | homepage* [online]. Copyright © Galerie Kabinet T. 2008 [cit. 10.04.2019]. Dostupné z: <https://www.kabinett.cz/galerie/info/4-spolecnost-kt-z-s>

GREGOROVÁ, Alžběta. *Vizuální styl galerie* [online]. Olomouc, 2018 [cit. 2019-04-01]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/4hkvth/>. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Pedagogická fakulta. Vedoucí práce ak. soch. Tomáš Chorý, ArtD..

Historie / Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně. [online]. Copyright © 2019 Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně, p.o. [cit. 03.04.2019]. Dostupné z: <https://www.galerie-zlin.cz/cs/o-nas/historie/>

Jednotný vizuální styl | FLASHSTUDIO. Grafické studio | FLASHSTUDIO [online]. Copyright © 2011 [cit. 03.04.2019]. Dostupné z: <http://www.flashstudio.cz/jednotny-vizualni-styl/>

Kdy zvolit redesign loga a vizuálního stylu? - Atlantic. *Atlantic, reklamní a internetová agentura Třebíč* [online]. Copyright © 2019 [cit. 01.04.2019]. Dostupné z: <https://www.atlantic.cz/kdy-zvolit-redesign/>

Le logo du Louvre prend un coup de soleil ! - Graphéine. Graphéine Agence de communication Branding Identité visuelle Paris Lyon[online]. Copyright © 2019 [cit. 10.04.2019]. Dostupné z: <https://www.grapheine.com/actulogo/logo-du-louvre-soleil>

MoCA 上海当代艺术馆 | MoCA. MoCA 上海当代艺术馆 | MoCA [online]. Copyright © Museum of Contemporary Art, Shanghai, 2017 [cit. 01.05.2019]. Dostupné z: <http://www.mocashanghai.org/>

Muzea, galerie — Turistický informační portál města Zlína. *Vítejte ve Zlíně — Turistický informační portál města Zlína* [online]. Copyright © 2019 [cit. 08.03.2019]. Dostupné z: <http://www.ic-zlin.cz/24875-muzea-galerie>

Nový vizuální styl GVUO — Události v regionech (Ostrava) — iVysílání — Česká televize. *Česká televize* [online]. Copyright © [cit. 07.04.2019]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10122978233-udalosti-v-regionech-os-trava/418231100030709-udalosti-v-regionech/obsah/631013-novy-vizualni-styl-gvuo>

O galerii – G18 Zlín – Galerie Fakulty multimediálních komunikací : G18 Zlín – Galerie Fakulty multimediálních komunikací. *Domů – G18 Zlín – Galerie Fakulty multimediálních komunikací : G18 Zlín – Galerie Fakulty multimediálních komunikací* [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: <https://www.g18.cz/o-nas/>

O proměnlivých identitách. *Patagona* [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: <http://www.patagona.cz/post/o-promenlivych-identitach.html>

Paris Salon. *Visual Arts Encyclopedia* [online]. Copyright © visual [cit. 03.04.2019]. Dostupné z: <http://www.visual-arts-cork.com/history-of-art/salon-paris.htm>

Photogether.org / About. / *photogether.org / A platform for contemporary culture in Zlin.* [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: <http://photogether.org/about/>

Redesign loga Galerie Půda / logo / Font. *Font* [online]. Copyright © Font [cit. 01.04.2019]. Dostupné z: <https://www.font.cz/logo/redesign-loga-jihlavske-galerie-puda.html>

Studio Najbrt změni tvář Národní galerie. Zvítězilo v transparentní soutěži a porazilo nejlepší studia v oboru - CZECHDESIGN. *O českém designu víme vše – CZECHDESIGN* [online]. Copyright © CZECHDESIGN 2017 [cit. 07.04.2019]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/studio-najbrt-zmeni-tvar-narodni-galerie-zvitezilo-v-transparentni-soutezi-a-porazilo-nejlepsi-studia-v-oboru>

ŠUMBEROVÁ, Lucie. *Teoretická část: Současný stav Corporate Designu výtvarných galerií u nás a ve světě - dokumentace a analýza Praktická část.* Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 48 s. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/5810>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ústav reklamní fotografie a grafiky. Vedoucí práce Eliška, Jirí.

Trh s uměním na internetu: originální obraz stejně dostupný jako kýčovitá reprodukce z obchodního řetězce | Plus. *Český rozhlas Plus* [online]. Copyright © 1997 [cit. 01.05.2019]. Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/trh-s-umenim-na-internetu-originalni-obraz-stejne-dostupny-jako-kycovita-6612399>

*Unie grafického designu -Unie grafického designu* [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: <https://unie-grafickeho-designu.cz/vlastnosti-dobreho-loga-ob-sahly-clanek/#.XKUFv5gzaM8>

VIZUÁLNÍ IDENTITA GVUO ZÍSKALA NOMINACI DO FINÁLE CENY CZECH. *Galerie výtvarného umění v Ostravě* [online]. Copyright © 2017 Galerie výtvarného umění

v Ostravě [cit. 07.04.2019]. Dostupné z: [https://www.gvuo.cz/pro-media/vizualni-identita-gvuo-ziskala-nominaci-do-finale-ceny-czech-grand-design\\_sd26](https://www.gvuo.cz/pro-media/vizualni-identita-gvuo-ziskala-nominaci-do-finale-ceny-czech-grand-design_sd26)

14|15 BAŤŮV INSTITUT. 14|15 *BAŤŮV INSTITUT* [online]. Copyright © 14 [cit. 01.05.2019]. Dostupné z: <https://www.14-15.cz/24746-o-nas>

14|15 BAŤŮV INSTITUT. 14|15 BAŤŮV INSTITUT [online]. Copyright © 14 [cit. 06.05.2019]. Dostupné z: <https://www.14-15.cz/24881-muzeum-jihovychodni-moravy-ve-zline>

## SEZNAM OBRÁZKŮ

### *Obr. 1 – 3*

*Unie grafického designu -Unie grafického designu* [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.02.2019]. Dostupné z: <https://unie-grafickeho-designu.cz/vlastnosti-dobreho-loga-ob-sahly-clanek/#.XKpybZgzaM8>

### *Obr. 4*

Studio Marvil. *Studio Marvil* [online]. Copyright © 2019 [cit. 07.03.2019]. Dostupné z: <http://www.marvil.cz/project/20/cez>

### *Obr. 5*

28. mezinárodní bienále grafického designu Brno 2018. *28. mezinárodní bienále grafického designu Brno 2018* [online]. Copyright © Moravská galerie v Brně [cit. 01.05.2019]. Dostupné z: <http://28.bienalebrno.org/>

### *Obr. 6*

Slavné kresby v Altamíře: Pomohl jejich objevu zatoulaný pes? – *Epocha-plus.cz. Epochaplus.cz – Zajímavé články z celého světa*[online]. Copyright © [cit. 10.02.2019]. Dostupné z: <https://epochaplus.cz/slavne-kresby-v-altamire-pomohl-jejich-objevu-zatoulany-pes/>

### *Obr. 7*

BBC World Service - Witness History, The Lascaux Caves. *BBC - Home* [online]. Copyright © 2019 BBC. [cit. 10.02.2019]. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p046v30l>

### *Obr. 8*

[online]. Dostupné z: <https://goout.net/cs/vystavy/gallery-of-medieval-art/nqnkb/+tsdid/>

### *Obr. 9*

How effective are the Tate logos? | Logo Design Love. *Logo Design Love | on logos and brand identity design* [online]. Copyright © 2019 [cit. 20.04.2019]. Dostupné z: <https://www.logodesignlove.com/tate-logo-design>

### *Obr. 10*

Brand New: New Logo and Identity for Australian National Maritime Museum by Frost\*. [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.02.2019]. Dostupné z: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_and\\_identity\\_for\\_australian\\_national\\_maritime\\_museum\\_by\\_frost.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_australian_national_maritime_museum_by_frost.php)

*Obr. 11*

[online]. Copyright © 2019 [cit. 06.02.2019]. Dostupné z:  
<https://www.grapheine.com/actulogo/logo-du-louvre-soleil>

*Obr. 12*

MoCA 上海当代艺术馆 | MoCA. MoCA 上海当代艺术馆 | MoCA [online]. Copyright © Museum of Contemporary Art, Shanghai, 2017 [cit. 01.05.2019]. Dostupné z:  
<http://www.mocashanghai.org/>

*Obr. 13*

Brand New: New Logo and Identity for The Met by Wolff Olins. [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_and\\_identity\\_for\\_the\\_met\\_by\\_wolff\\_olins.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_the_met_by_wolff_olins.php)

*Obr. 14*

Brand New: New Logo for Serpentine Galleries by Pentagram. [online]. Copyright © 2019 [cit. 20.03.2019]. Dostupné z: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_for\\_serpentine\\_galleries\\_by\\_pentagram.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_for_serpentine_galleries_by_pentagram.php)

*Obr. 15*

Brand New: New Logo and Identity for Science Museum (and Science Museum Group) by North. [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_and\\_identity\\_for\\_science\\_museum\\_by\\_north.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_science_museum_by_north.php)

*Obr. 16*

Brand New: New Logo and Identity for Field Museum by Leo Burnett Department of Design. [online]. Copyright © 2019 [cit. 02.02.2019]. Dostupné z: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_and\\_identity\\_for\\_field\\_museum\\_by\\_leo\\_burnett\\_department\\_of\\_design.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_and_identity_for_field_museum_by_leo_burnett_department_of_design.php)

*Obr. 17*

O proměnlivých identitách. *Patagona* [online]. Copyright © 2019 [cit. 09.04.2019]. Dostupné z: <http://www.patagona.cz/post/o-promenlivych-identitach.html>

*Obr. 18*

Nový vizuální jazyk GVUO - Artalk.cz. *Artalk.cz - Aktuálně o výtvarném umění* [online]. Copyright © COPYRIGHT 2007 [cit. 07.04.2019]. Dostupné z: <https://artalk.cz/2018/07/16/robert-v-novak-a-zuzana-burgrova-v-gvuo/>



*Obr. 19*

Detail novinky - Národní galerie Praha. *Národní galerie Praha* [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.03.2019]. Dostupné z: <https://www.ngprague.cz/detail-novinky/vitezem-souteze-na-novou-vizualni-identitu-narodni-galerie-je-studio-najbrt/>

*Obr. 20*

Redesign loga Galerie Půda / logo / Font. *Font* [online]. Copyright © Font [cit. 01.04.2019]. Dostupné z: <https://www.font.cz/logo/redesign-loga-jihlavske-galerie-puda.html>

*Obr. 21 – 23*

Historie / Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně. [online]. Copyright © 2019 Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně, p.o. [cit. 07.04.2019]. Dostupné z: <https://www.galeriezlin.cz/cs/o-nas/historie/>

*Obr. 24*

14|15 BAŤŮV INSTITUT | Zlínský kraj. *Zlínský kraj* [online]. Copyright © Krajský úřad Zlínského kraje [cit. 02.05.2019]. Dostupné z: <https://www.kr-zlinsky.cz>

*Obr. 25*

Copyright © 2019 [cit. 25.04.2019]. <http://www.naszlin.cz/kultura-volny-cas-13/galerie-nabizi-tento-tyden-bohaty-program>

*Obr. 26*

14|15 BAŤŮV INSTITUT. 14|15 BAŤŮV INSTITUT [online]. Copyright © 14 [cit. 06.05.2019]. Dostupné z: <https://www.14-15.cz/24881-muzeum-jihovýchodni-moravy-ve-zline>

*Obr. 27*

[online]. Copyright © 2019 [cit. 20.04.2019]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/AlternativaZlin/>

*Obr. 28*

Kontakty – G18 Zlín – Galerie Fakulty multimediálních komunikací : G18 Zlín – Galerie Fakulty multimediálních komunikací. *Domů – G18 Zlín – Galerie Fakulty multimediálních komunikací : G18 Zlín – Galerie Fakulty multimediálních komunikací* [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.02.2019]. Dostupné z: <https://www.g18.cz/kontakty/>

*Obr. 29*

hrad malenovice – Východní morava [online]. Copyright © 2019 [cit. 01.04.2019]. Dostupné z: <https://www.vychodni-morava.cz/cil/293>

*Obr. 30*

/ photogether.org / Photogether Gallery. / *photogether.org / A platform for contemporary culture in Zlin.* [online]. Copyright © 2019 [cit. 18.03.2019]. Dostupné z: <http://photogether.org/gallery/>

*Obr. 31*

Nové místo na mapě zlínských zážitků - Filmový uzel Zlín | Zlin.cz - informační server pro Zlínský kraj. *Zlin.cz - informační server pro Zlínský kraj* [online]. Copyright © 1997 [cit. 02.05.2019]. Dostupné z: <http://zlin.cz/528979n-nove-misto-na-mape-zlinskych-zazitku-filmovy-uzel-zlin>

*Obr. 32*

Kam za kulturou? Navštivte Kabinet filmové historie ve Zlíně - Zlín Film Office. *Úvod - Zlín Film Office* [online]. Copyright © 2019 [cit. 06.04.2019]. Dostupné z: <http://www.zlinfilmoffice.cz/aktuality/kam-za-kulturou-navstivte-kabinet-filmove-historie>

*Obr. 33*

Galerie Kabinet T. | Galerie pro současné umění | *vystavy. Galerie Kabinet T. | Galerie pro současné umění | homepage* [online]. Copyright © Galerie Kabinet T. 2008 [cit. 03.05.2019]. Dostupné z: <https://www.kabinett.cz/cs/vystava/detail/35>

*Obr. 34*

Vojtěch Skácel v galerii Garáž ve Zlíně - Artalk.cz. *Artalk.cz - Aktuálně o výtvarném umění* [online]. Copyright © COPYRIGHT 2007 [cit. 02.05.2019]. Dostupné z: <https://artalk.cz/2017/08/01/vojtech-skacel-v-galerii-garaz-ve-zline/>

*Obr. 35*

Galerie Václava Chada - Zlínský zámek -Do Muzea!. *Do Muzea!* [online]. Copyright © do [cit. 03.05.2019]. Dostupné z: <https://www.do-muzea.cz/zlinsky-zamek-galerie-vaclava-chada/>

*Obr. 36 – 38*

Muzea, galerie — Turistický informační portál města Zlína. *Vítejte ve Zlíně — Turistický informační portál města Zlína* [online]. Dostupné z: <http://www.ic-zlin.cz/24875-muzea-galerie>

*Obr. 39 – 55*

Archiv autora