

Současné vizuální styly neziskových organizací

Barbora Rozložníková

Bakalářská práce
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav reklamní fotografie a grafiky

akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Barbora ROZLOŽNÍKOVÁ**
Studijní program: **B 8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Grafický design**

Téma práce: **1. Teoretická část:**
Současné vizuální styly neziskových organizací
2. Praktická část:
Vizuální styl neziskové organizace

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

rozsah práce: minimálně 25 stran + přílohy, odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony .rtf) ve formátu PDF na 1 ks CD nosiči, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která může mít volnější grafickou podobu.

Pokyny pro vypracování: prostudujte a analyzujte dostupné materiály vážící se k zadanému tématu, formulujte své závěry a získané vědomosti.

2. Praktická část:

rozsah práce a pokyny pro vypracování: vytvořte koncepční návrhy vizuálního stylu a dalších grafických prvků, ve variantách, vytvořte malý design manuál a případně další doprovodné grafické materiály k zadanému tématu.

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

Seznam odborné literatury:

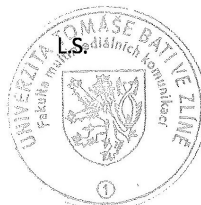
Doporučené zdroje:

veškeré knihovnické fondy na území ČR, webové stránky vztahující se k tématu, odborné časopisy a další literatura po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí bakalářské práce: dr ak. soch. Rostislav Illík
Ústav reklamní fotografie a grafiky
Datum zadání bakalářské práce: 1. prosince 2009
Termín odevzdání bakalářské práce: 17. května 2010

Ve Zlíně dne 11. ledna 2010


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




doc. MgA. Jaroslav Prokop
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 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 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 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.

Ve Zlíně 24.3.2010

Barbora Rozložníková.....
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, užíje-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 chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít 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 přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Bakalářská práce pojednává o mém pohledu na problematiku neziskového sektoru, zejména jeho vizuální stránky. Pokusila jsem se o průřez napříč celým sektorem.

V teoretické části jsem se zaměřila na popis a historii neziskového sektoru u nás. Snažila jsem se shromáždit a ukázat některé zajímavé vizuální styly z každého odvětví neziskového sektoru.

V praktické části se zabývám jednotnou vizuální identitou Otevřené společnosti. Otevřená společnost je obecně prospěšná společnost se širokou oblastí působení. Navrhla jsem pro ni nový vizuální styl a vytvořila design manuál.

Klíčová slova: neziskové organizace, grafický design, jednotný vizuální styl, vizuální identita, design manuál, logo, značka, logotyp, corporate identity, corporate design

ABSTRACT

This bachelor thesis deals with my view of problems non-profit segment, especially its visual aspect. I have attempted to make a cross section through the whole segment.

I have concentrated on the description, the history and the present in theoretical part of my thesis. I have tried to collect and show some interesting visual styles from every branches of non-profit organisation segment.

I have focused at uniform identity of Otevřená společnost in practical part. Otevřená společnost is generally beneficial company with a wide sphere of activity. I have designed a new visual style and created design manual for them.

Keywords:

Non-profit organisation, graphic design, uniform visual style, visual identity, design manual, logo, brand, logographer

„ Musíte žádat. Žádání je podle mého názoru nejmocnější a nejvíce přehlížené tajemství
úspěchu a štěstí. “

Percy Ross

milionář vlastním přičiněním a filantrop

OBSAH

ABSTRAKT	5
ÚVOD.....	8
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 CO JE TŘETÍ SEKTOR?	11
1.1 VYMEZENÍ POJMU NESTÁTNÍ NEZISKOVÁ ORGANIZACE.....	11
1.2 HISTORIE	12
1.2.1 Cechy.....	13
1.2.2 Humanismus a osvícenství.....	15
1.2.3 Kdo jsou mecenáši a co je spolek.....	16
1.2.4 ČSR 1918 – 1938 země občanských práv a svobod.....	17
1.3 SOUČASNOST.....	19
1.3.1 Po roce 1989.....	19
2 TYPOLOGIE NEZISKOVÉHO SEKTORU	25
2.1 DOBROČINNOST.....	26
2.1.1 Nadace a nadační fondy.....	27
2.2 KRIZOVÁ A HUMANITÁRNÍ POMOC, SOCIÁLNÍ SLUŽBY, ZDRAVÍ.....	31
2.3 LIDSKÁ PRÁVA A OBHAJOBA ZÁJMŮ, VZDĚLÁVÁNÍ.....	34
2.4 ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ, EKOLOGIE	38
2.5 KULTURA, UMĚNÍ, OCHRANA PAMÁTEK, KOMUNITNÍ ROZVOJ	42
2.6 SPORT A VOLNÝ ČAS, REKREACE, PRÁCE S DĚTMI A MLÁDEŽÍ.....	44
II PRAKTICKÁ ČÁST	47
3 CORPORATE IDENTITY.....	48
4 OTEVŘENÁ SPOLEČNOST	49
4.1 O SPOLEČNOSTI	49
4.2 SOUČASNÉ VIZUÁLNÍ PRVKY OS.....	49
4.3 TVORBA NOVÉHO VIZUÁLNÍHO STYLU	51
4.3.1 Značka, logo	51
4.3.2 Barva	52
4.3.3 Písmo.....	52
4.3.4 Design manuál.....	52
ZÁVĚR	54
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	55
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	58
SEZNAM OBRÁZKŮ	59
SEZNAM PŘÍLOH.....	61

ÚVOD

Neziskové organizace jsou výraznou součástí našich životů, mnoho lidí si ale pod tímto pojmem nejčastěji představí většinou nadaci či humanitární pomoc nešťastným dětem v Africe. Často pod hlavičkou velké mezinárodní organizace. Je jich však mnohem víc a někteří lidé ani netuší které a kolik institucí patří do tohoto sektoru.

Já sama jsem patřila do této skupiny a většinou jsem si pod tímto pojmem představila nejčastěji charitu nebo nějaký televizní spot kde mě slavné známé osobnosti nabádají k odeslání dárcovské sms za nějakým vznešeným účelem. Neziskový sektor spojuje každého, kdo je třeba jen nespokojný se současným stavem světa, nebo jen svého regionu, či nejbližšího okolí a rád by tento stav změnil.

Neziskový sektor je plný nadšenců a lidí zaujatých pro svoji věc, kteří vynakládají značné množství času a úsilí často bez adekvátního finančního ohodnocení, třeba jen pro radost, či dobrý pocit. Ostatně existence všech spolků je tradičně založena na obětavé dobrovolné práci ve všech oblastech lidské činnosti, ať už je to na poli kultury, umění, vědy, či sportu. Většinou si dělají všechno samy, tak říkajíc na koleně... Nevím jak problematické a komplikované to může být v jiných oblastech jejich činnosti, ale jako grafický designér můžu posoudit jejich vizuální komunikaci a případnou prezentaci v médiích. Ta je, nejvíc u menších, regionálních organizací většinou horší, než lepší. Neumím posoudit nakolik je jim to na škodu, protože například úzce specializovaný zájmový kroužek pro děti a mládež asi profesionální logo a mediální strategii tolik nepotřebuje.

Co mě však pobuřuje a nutí k zamyšlení, je celková vizuální prezentace například vzdělávacích a školících center středních až větších rozměrů, či společností, jejichž hlavní náplní je kulturní činnost. To je i důvod, proč jsem se začala zajímat o neziskový sektor a jsouc překvapena jeho různorodostí stále častěji se zamýšlím nad estetickým cítěním společnosti.

Zajímalo by mě proč organizace, která se dobrovolně a nezištně stará o vzdělávání a osvětu lidí, prezentuje svojí činnost přinejlepším nejednotným, často amatérským, neprofesionálním a dovolím si říct někdy až nevkusným způsobem. Vždy jsem si myslela, že vzdělání jde ruku v ruce s estetikou, že snad každý člověk má v dnešní demokratické společnosti zbytky z ideálů antické kultury, že se každý rád povznáší na vyšší úroveň...

Proto tato práce vznikla částečně jako moje snaha o pochopení tohoto širokého sektoru, či menší pokus o jeho zviditelnění, nebo prostě jen pro mé potěšení.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CO JE TŘETÍ SEKTOR?

1.1 Vymezení pojmu nestátní nezisková organizace

V současné době je v České republice zaregistrovaných přes 100 000 občanských sdružení, obecně prospěšných společností, nadací a nadačních fondů, právnických osob či organizačních jednotek, které sice mohou vytvořit zisk, ale musí ho vložit zpět k rozvoji organizace. Obecně jsou označovány jako neziskové organizace. Někteří odborníci však tento termín vnímají přinejmenším jako nepřesný. To pravděpodobně souvisí s nesprávným překladem anglického slova non-profit, které víc než neziskový znamená nevýdělečný, ve smyslu který naplňuje jiné cíle. [13]

V průběhu hledání a poznávání tohoto sektoru, jsem hledala nějakou pro mě srozumitelnou definici pojmu: neziskový sektor. Protože jsem nevěděla jak správně tento sektor definovat, hledala jsem v odborných publikacích a na webech. Užitečnými i když pro mě nepřehlednými se ukázaly stránky ministerstva vnitra [17]. Zajímavým zdrojem informací je taktéž web Centra pro vývoj neziskového sektoru [21] kde probíhá výrazná diskuse a kde je i vzorník z roku 2005 zabývající se touto tematikou. S překvapením jsem zjistila, že nejen já, ale i odborníci zaměřeni na tuto tematiku (v České republice) donedávna tápali a vedli diskuse mimo jiné i o nejvhodnějším dělení, členění a definování celého občanského sektoru. Například první oficiální zpráva na toto téma vůbec je z roku 2003 a vznikla na základě usnesení vlády (plné znění na zmiňovaném webu ministerstva vnitra).

Zjednodušeně můžeme rozdělit neziskový sektor na sektor **vládní** (jinak také státní či veřejný) a **nevládní** (nestátní, občanský, soukromý). [4]

Státní sektor se zabývá převážně realizací výkonu veřejné správy. Jejich charakteristika je částečně shodná s právní charakteristikou nevládních neziskových organizací.

Nevládní sektor je principiálně založen na sebeřízení společnosti. Znamená to že skupina lidí, která žije a spolupracuje na vymezeném prostoru je schopna vzájemně vést a usměrňovat své jednání, následkem čehož se lidé sdružují do různých typů neziskových organizací, které v České republice představují nadace a nadační fondy, občanská sdružení, obecně prospěšné společnosti, církve a náboženské společnosti lépe řečeno církevní právnické osoby, které se svým zaměřením víc přibližují veřejně prospěšným cílům.

Nadace a nadační fondy - Je to účelové sdružení majetku zřízené zakladatelem nebo zakladateli k dosahování obecně prospěšných cílů.

Občanská sdružení - Je nejstarší a nejrozšířenější právní formou neziskové organizace v polistopadovém demokratickém režimu v Česku. Seznam všech občanských sdružení je k nahlédnutí na stránkách Ministerstva vnitra České republiky [10].

Obecně prospěšná společnost - Účelem obecně prospěšné společnosti je poskytování obecně prospěšných služeb uvedených v zakládací listině.

Církevní právnické osoby - zřizované církví či náboženskou společností

Ve své práci jsem se rozhodla věnovat občanskému sektoru, protože o státním sektoru by mohla vzniknout další samostatná práce, víc se o něm mluví a finanční prostředky určené k propagaci tohoto sektoru bývají podstatně vyšší než je to v případě sektoru občanského. Po tom co jsem se obeznámila s definicí neziskového sektoru jsem se pozastavila nad relativně nedávno započatými diskusemi ohledně problematiky soukromého sektoru a nad rapidním zájmem o tento sektor (za posledních deset let vzrostl počet těchto spolků víc než dvojnásobně). Odpovědi na svoje otázky jsem hledala v historii...

1.2 Historie

Těžisko spolčování v lidové demokracii přechází na masové organizace. Měšťácké bezobsažné a samoučelné formy spolkaření jsou přežitkem.

(Věta z prováděcích pokynů ministerstva vnitra komunistického zákona č. 68/1951 Sb. "O dobrovolných organizacích a shromážděních" z 12. července 1951.)

Téměř 50 let totalitního režimu, který zakazoval základní lidské práva, jako právo shromažďovat se a sdružovat se, bez diskusí jistě zanechalo výrazné stopy, vztyčilo mezi lidmi zdi, vykopalo propasti. A přitom patří k lidské povaze utvářet celky, sjednocovat se. Dokazuje to i u nás v minulosti velmi rozšířená filantropická tradice a tradice spolkové činnosti. Vždyť pojmy jako cechy, tovaryšstva, gildy, legie, literátské kůry, vzdělanecké akademie, bratrstva, či salony jsou jen starší názvy dnes používaných sdružení, nadací nebo obecně prospěšných organizací. Občanské aktivity se dají vidět i pod pojmy jako např. korporace, spolek, matice, měšťánská beseda, klub, jednota, společenstvo, obec,

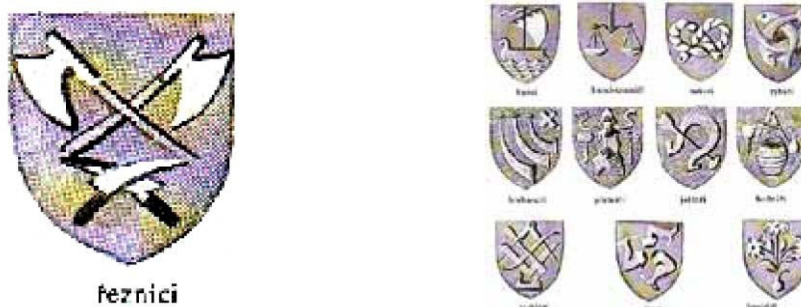
grémium, hromada, sbor, kolegium, řád, kongregace, komunita, kasino, ústav, družstvo, syndikát, koalice a mnohé další, dnes již snad jen z literatury a dějepisu známé pojmy.

Neustále narůstající počet organizací v občanském sektoru není náhodný. Významné tradice navzdory půl století nesvobody neupadly v zapomenutí a jsou v lidech zakódované dodnes.

Avšak historie občanských aktivit není úplně známa. Přitom právě ty patří mezi činnosti, na které můžeme být právem hrdí. Uvedu i středověké cechy, které jsou známé už ve 13. století, a kde vlastně slovo cech (zeche) značí společenstvo nebo řád. Cechy vznikali za účelem spojení se pod určitý znak na základě příslušnosti k řemeslu či bratrstvu.

1.2.1 Cechy

U nás již z doby Přemysla Otakara II. mají pražští řezníci sdružovací privilegia. Mezi nejstarší známé cechy patří cech malířů (kam patřili i knihaři) kterým privilegium sdružovat se potvrdil Karel IV v roce 1365. Podobné bratrstva v Evropě vznikají mnohem později: 1401 Paříž, 1403 Londýn.



Obr. 1 Ukázka cechovních erbů

Cech je vlastně sdružení řemeslníků jednoho řemesla. Spojoval ekonomický i náboženský rozměr. Příslušníci cechů se sdružovali kolem oltáře zasvěceného patronovi jejich řemesla, který obvykle sami sponzorovali. Zpočátku se cechy orientují na základní potřeby měšťanů (řezníci, pekaři, ševci...), ale později vznikají velmi úzce specializované cechy. Jako například cech knoflíkářů či sítařů. Menší cechy s podobnou specializací se spojovali do

sdužených cechů. Přirozeně u takto úzce specializovaného společenství vzniká symbol, formální projev jeho identity. [2]

Cechovní symbolika se dá rozdělit do čtyř skupin:

Náradí a pracovní pomůcky příslušného řemesla

Typické výrobky

Materiál a suroviny používané v daném řemesel

Patron řemesla či řemeslníků, případně jeho atributy [22]

Cechy stejného odvětví měli v různých městech vlastní erby. Ty se někdy lišili jen v detailech. Například typickým symbolem řezníků (řezníci patří k nejstarším řemeslnickým sdružením) byla býčí hlava. Ta se na erbech vyskytuje buď samostatně, nebo v doprovodu s hvězdou, křížkem či růží. Často se objevují symboly sekery a sekáčku, ať už v doprovodu býčí hlavy, nebo jako samostatné pracovní nástroje (kam patřil ještě například nůž). V 18. století se upouští od jednoduchých symbolů a zavádí se motiv zabíjení býka, který je často zabíjený lvem či grifem. Motiv je umístěn na honosné barokní kartuši.



Obr. 2 Ukázky cechovních erbů a pečetidel

Na příkladu nejen řeznických cechů je vidět variabilita jednotlivých motivů (žádný erb není stejný), která svědčí o dobré informovanosti jednotlivých cechů. Je také zajímavé, že cechové erby si zachovali heraldickou čistotu (neuplatňují se zde neheraldické motivy světců, které jsou k vidění jen na oltáři či praporu), kterou některá města té doby

nedodržovala. Mezi výtvarně zajímavé symboly patří jednoznačně erb ševců a knoflíkářů (používali symbol ruky s vějířem). [2]

Většina cechů zaniká po polovině 19. století kvůli změnám v ekonomických podmínkách.

1.2.2 Humanismus a osvícenství

V 16. století se o rozvoj kultury, etiky, filozofie, vzdělanosti (podporou latinské či české literatury) a školství starala především literární bratrstva, která vznikají nejvíc na církevní půdě. Finance na své působení získávají především prostřednictvím sbírky nebo od občanů (donorů), kterým záleželo na kulturním vývoji a osvětě.

18. století s osvíceneckými myšlenkami přináší uvolňování společnosti, volnější sdružování se, obecný prospěch, zlepšování duchovního stavu a větší zájem o vzdělání.



Obr. 3 Pečetidlo společnosti: SOCIETAS INCOGNITORUM ERUDITORUM

Založena v roce 1746 v Olomouci. Sdružovala kriticky naladěné vědce a náboženské učence. Pečetní obraz České společnosti nauk navržený na schůzi 4. prosince 1784: podle původního návrhu měl být v pečetním poli český lev, jenž z rohu hojnosti sype emblémy věd; záhy byl návrh změněn na obraz českého korunovaného lva, držícího levou přední tlapou věnec. Opis na pečetí zněl Sigillum Societatis Scientiarum Bohemicae, na znameních a medailích byl pak pozměněn na Societas Scientiarum Bohemica. Autor výtvarné podoby znamení není znám.

[12]

Soukromá učená společnost se od roku 1784 se prezentovala jako veřejná Královská česká společnost nauk - jejím zakladatelem je přírodovědec Ignác Born. V té době vzniká i první

mecenášský spolek u nás - Společnost vlasteneckých přátel umění v Čechách (1796) která prakticky stojí za vznikem dnešní Národní galerie.

1.2.3 Kdo jsou mecenáši a co je spolek

Pravděpodobně proto, že předchozí režim mecenáše zatracoval, se dodnes u nás používá pro podporovatele nepřesný výraz sponzor. Avšak mecenášství má tradici už ve starověkém Římě. Název je odvozený od Gaiuse Cilniuse Maecenase, který podporoval umělce, zejména básníky, které využíval jakožto důvěrník císaře Augusta k podpoře jeho politiky, která směřovala k obnově starých římských ideálů.

V Čechách se o podporu těch, kteří uměli, ale neměli prostředky staral například architekt Josef Hlávka (podporoval např. M.Aleše či J.Vrchlického). Významně se zasloužil o postavení sochy sv. Václava na Václavském náměstí v Praze či o překlad Shakespearova díla.

Mezi další osobnosti, které se zasloužily o rozvoj vzdělanosti či umění, můžeme určitě zařadit Františka Antonína hrabě Šporka (*1662, † 1738), významnou osobnost české šlechty. Bohužel z hlediska třídního bylo v minulosti mnoho filantropicky přemýšlejících šlechticů zavrhaných a zapomenutých. Hrabě Špork se svým širokým záběrem například zasloužil o rozvoj české myslivosti, knihtisku, založil lázně, klášter, lékárnu a dokonce i domov pro přestárlé lidi. Podporoval Matyáše Brauna, či vykupoval z tureckého zajetí křesťany. Byl také svobodným zednářem.

Spolky měšťanské nebyly zdaleka bezobsažnými a samoučelnými formami sdružování. Naopak. Nebylo lidské činnosti, nebylo občanských potřeb, aby se jich nějakým způsobem svou činností netýkaly. [23]

Jedna z nejstarších definic spolku je již ze starověkého Říma a zní: Spolek nabývá způsobilosti k právům již tím, že se ustaví. Z této doby také pochází pojem collegium. Existuje i pojem collegia illicita: to je termín pro spolek nedovolený. Navzdory tomuto pojmu se dá říct, že ve starověku byla svoboda spolčování omezovaná jen výjimečně, ale nedá se to říct například o rakouské monarchii v 17. století a 18. století, kdy se tato právem obávala sdružování občanů. Například státní zaměstnanci museli skládat přísahu, že se nestanou členy žádných tajných spolků. Sám panovník určoval, kdo se může stát členem v té době jedině zahraničních spolků. Až v 19. století se situace zlepšuje a po dvouletém

úsilí je v roce 1845 povolen pražský spolek Měšťanská beseda (později Pražská beseda). Rozsáhlou činnost tohoto spolku ukončil až po víc než stoletém působení komunistický režim.

Můžeme říct, že od poloviny 19. století se u nás formuje moderní občanská společnost.

1.2.4 ČSR 1918 – 1938 země občanských práv a svobod

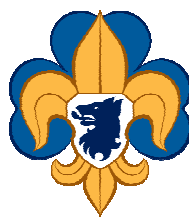
První republika je do dnešní doby symbolem rozsáhlých občanských svobod. A jak už bylo řečeno - občanská společnost se rozvíjí díky občanským svobodám. Značný vliv na rozvoj občanské společnosti má množství občanských svobod. V republice nadále pokračují v činnosti tradiční spolky, ale vzniká i velké množství nových. Z těch tradičních je to například tělovýchovná jednota SOKOL (vznikla již v roce 1862), kterého silná myšlenka přetrvala až do roku 1952, kdy začal platit zákon č. 71/1952 „O organizaci tělesné výchovy“.



obr. 4 Tělovýchovná jednota SOKOL

Mezi nejstarší spolky u nás patří mimo jiné Společnost pro lidská práva (založena ve Francii s velmi silnou členskou základnou), Meteorologický spolek na Moravě či spolek Evropa, který rozvíjel představu společného státu spojeného ze dvou zemí – Čechy a Morava se Slovenskem (1854).

Značně populární jsou spolky turistické, tělovýchovní a v roce 1911 se začíná rozvíjet skauting. V dobrovolnické oblasti péče o zdraví občanů je výrazná Společnost Československého Červeného kříže. Vznikají i spolky s výraznými rysy samaritánskými.



obr. 5 Junák – první skautský oddíl

Dále se rozvíjí spolková činnost. V každé obci se společenský život odvíjí od drobných dobrovolných sdružení občanů, ať už jsou to spolky hasičské, pěvecké nebo čtenářské. Mnoho spolků vzniká na církevní půdě, avšak neslouží pouze pro církevní účely. *Občanský sektor byl v té době něčím, co snese označení sůl země.* [23]



Obr. 6 Společnost Bedřicha Smetany (1931)

Rozvíjel společnost, ale zároveň se staral o dodržování tradic. Byl i strážcem demokracie, byl svobodný a samostatný, s plnou podporou státu. Neprezentoval se jako jednotná organizace, ale byl vnímán velmi silně napříč společnostmi. Pro systém, který chtěl mít všechny a všechno pod kontrolou, to bylo nepředstavitelné a nepřijatelné. (Proto musela vzniknout národní fronta).

A tak můžeme říci, že dějiny občanské společnosti jsou zároveň dějinami omezování a rozšiřování svobody sdružování. [23]

Samostatná kapitola by mohla být věnovaná tajným spolkům, které jsou často opředeny legendami a pověrami. Ty jsou ve většině případů založené na romantických představách, ale skutečnost je mnohem prostší - tyto občanské iniciativy měly určitě důvody pro to, aby svou činnost udržovaly v tajnosti (často kvůli oprávněnému strachu ze zrušení pro

ideologii, která se neslučovala s ideologií panovníků, nebo by jejich veřejné vystupování zabránilo mezinárodnímu působení.)



Obr. 7 Zednářský znak

Zednářský znak – úhelník a kružidlo. Písmeno „G“ znamená „geometrie“ nebo „gnosis“ (řecky „poznání“), přisuzovány jsou i mnohé další významy. Používá se i varianta bez písmene „G“ [11]

1.3 Současnost

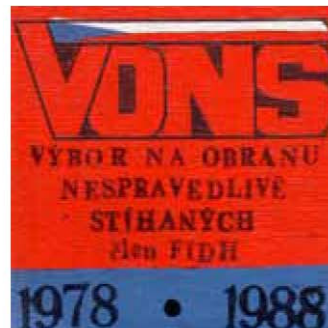
„Občanská společnost je (...) i tou nejlepší pojistkou proti možnému nástupu autoritativních sil, které se vždy hlásí o slovo tehdy, kdy má společnost pocit otřesu či nejisté budoucnosti, a které mají pochopitelně tím lepší podmínky k ovládnutí země, čím více moci zůstává v centru. Komunisté dobře věděli, proč potřebovali ovládnout, zmanipulovat a podrobit si každý včelařský spolek...“ (Václav Havel - CO JE OBČANSKÁ SPOLEČNOST - projev 26.4.1999 v Minneapolis, USA)

1.3.1 Po roce 1989

Až v roce 1991 vznikají zákony, které umožňují velmi demokratické sdružování - dřívější termín spolek je nahrazen pojmem sdružení. [23]

Po listopadu 1989 dochází k obnově neziskového sektoru, který nejvíce rozkvétal po vzniku samostatného českého státu v roce 1918 a kterého kořeny sahají až do dob národního obrození. Dokonce i před rokem 1989 zde existovalo několik oficiálních organizací, které lze považovat za zárodky neziskových organizací. Například dodnes působící ekologická organizace Brontosaurus, nebo některé turistické a sportovní kluby. Existovaly samozřejmě i organizace nelegální, či pololegální, jako Charta 77, Výbor na

obranu nespravedlivě stíhaných - na základě kterých vznikli po roce 1989 mnohé neziskové organizace (např. Výbor dobré vůle Olgy Havlové, atd.).



Obr. 8 Nadace Olgy Havlové

V roce 2009 je v České republice evidovaných 68 631 občanských sdružení, 429 nadací a 1168 nadačních fondů a 1 813 obecně prospěšných společností. Při tak velkém množství je obtížné popsat a analyzovat každou oblast, kde neziskové organizace působí, navíc jejich množství naplňuje různé standardy kvality. A co nevládní neziskové organizace dělají? Jsou všude, kde se lidé chtějí soukromě angažovat v případě neexistující, nebo nefungující státní instituce. Například se starají o historické památky a lesy, organizují pomoc v případě živelných katastrof, organizují volno-časové aktivity pro mládež, často jsou to zájmové kroužky, nebo pomoc dětem v nouzi. Oblíbené jsou ekologické spolky, které nejen pomocí osvěty pracují na lepším zítřku. Dále to mohou být zdravotnické organizace, péče o handicapované či starší občany. Časté jsou církevní sdružení, zaměřená na mládež, nebo se zabývají pomocí lidem v nouzi, bez domova a tak dále. Dalo by se říct, že neziskovou organizaci například ve formě občanského sdružení může založit každý člověk, který je s něčím nespokojený, s něčím nesouhlasí nebo chce svoji dosavadní činnost nějak zastřešit a tím na její provozování získat finanční prostředky.

Každá komerční organizace vynakládá značné sumy na svoji propagaci, firemní kulturu, nebo celkovou image. Uvědomují si, jak je budování značky a dobré pověsti důležité. Jak jsou vztahy s veřejností důležité, to neziskový sektor jakoby nevěděl, nebo tomu nevěnoval pozornost. Prostředkem komunikace PR je většinou grafický design a pokud se „neziskovka“ nezajímá o zlepšování své pověsti, nezajímá ji ani grafický design. Většinou je to k neprospěchu výsledného efektu sdělení.

Přítom občanský sektor je plný témat které se dobře prodávají, na které lidi slyší. O tom že je možné využít komerčně, nás už v 90 letech přesvědčil Oliviero Toscani se svými kontroverzními kampaněmi pro firmu United Colors of Benetton - firmu, která prodává oblečení a která se v roce 1994 v průzkumu popularity ocitla v žebříčku před značkou Chanel. Toscani se nás nesnaží přesvědčovat o dokonalosti a jedinečnosti produktu, právě naopak. Produkt se v jeho kampaních často ani neobjeví. A ono to funguje víc než všechny do nekonečna se opakující slogany a reklamy, které opěvující kvalitu produktu o koupi kterých nás přesvědčují polonahé celebrity.



Obr. 9 Kampaň UNITED COLORS OF BENETON Podzim/zima 1989/1990

Tím plakátem nedělám reklamu v klasickém slova smyslu. Neprodávám různobarevné, kvalitní svetry, ty se prodávají v sedmi tisících butikách na celém světě, postarají se o sebe samy. Nesnažím se přesvědčit veřejnost aby kupovala - hypnotizovat ji - ale najít ohlas na složitou rasovou otázku. [3]

Ukázalo se, že lidé nejsou tak přizemní jak si myslí mnozí tvůrci reklam a že se dovedou zamyslet nad poselstvím, které dobrá reklama může sdělovat. O to víc mě zarazí, že po takto originálních formách propagace sahají neziskové organizace jen výjimečně (a to převážně jen společnosti z charitativního sektoru), zvláště když na rozdíl od komerčních firem nenabízí žádný atraktivní produkt. Nevzpomínám si ani na žádnou formu viral marketingu (snad s výjimkou politických videí, ale to je jiná kapitola), která v poslední době zaplavuje velkou část sociálních sítí, a která se jeví pro neziskový sektor jako ideální forma propagace. (Virální marketing ve svém principu umožňuje oslovit velké množství lidí za relativně nízké náklady.)

Zdá se mi, že lidé pohybující se v neziskovém sektoru ještě neobjevili všechny možnosti internetu. Pravda, existuje webová stránka, která umožňuje poslat dárcovskou sms na libovolný projekt ze seznamu a Předpokládám, že velké množství lidí raději věnuje symbolickou částkou na projekt, který chtějí sami podpořit, než aby na ulici opět uhýbali lidem s různými „kasičkami“.

Pokud si totiž lidé mají vybrat mezi podporou projektu který si sami vyberou, nebo přispívat (či spíše uhýbat) lidem nebo u poštovní schránky s výčitkami svědomí opět vyhazovat další “jen pro ně” adresovaný dopis raději pošlou dms, u které navíc můžou přímo sledovat jak s penězi zvolený projekt naloží. Ale celkově se mi to, jako jediná “současná” forma zviditelnění, jeví málo.

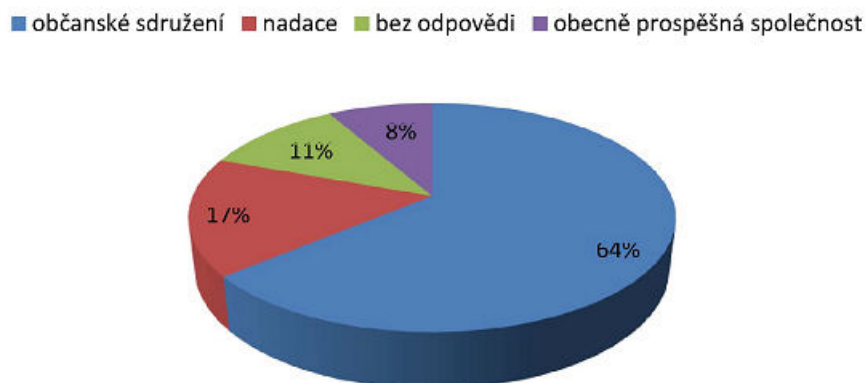


Obr. 10 Logo Dárcovské sms

Benetton si chce nahrabat prachy úplně stejně jako jiné podniky. To vlastně chceme všichni, jenže cesta, jak se k nim dostat, je různá. (Spike Lee, tvůrce filmu Malcom X, článek do časopisu Rolling Stone). [3]

Všechny nevládní organizace získávají prostředky na svoji činnost od státu (různé granty), sponzorských darů, od lidí pomocí dárcovské sms, z nadací a někdy i svojí vlastní činností. Málokterá ze společností je ochotná věnovat část peněz ze svého rozpočtu na svojí propagaci.

Pomocí dotazníku, který jsem zaslala 210 neziskovým organizací širšího zaměření, jsem si udělala menší průzkum. Zajímalo mě, jak jsou se svým výzorem (resp. výzorem NO) spokojeni samotní pracovníci, kdo je autorem loga nebo vizuálního stylu, kdo se stará o úpravu tiskovin a webu a jestli je za to placen. Naneštěstí mi odpovědělo jen 36 respondentů při návratnosti 57.8% (návratnost dotazníků je dána poměrem zobrazených



Obr. 11 Graf z dotazníku

a vyplněných dotazníků, to znamená že polovina lidí můj dotazník jen otevřela a zavřela), což je velmi nízká vypovídající úroveň, takže můj průzkum není příliš relevantní. Ale i tak si z toho dovolím vyvodit pár závěrů. Pracovníci společnosti jsou převážně s vizuálním stylem spokojeni, logo jim navrhnul grafik na volné noze (což ještě nemusí být zárukou kvality), ale o další úpravu tiskovin či propagaci se starají víceméně zaměstnanci sami.

Přitom o správné a vhodné propagaci a budování image je i v České republice zmínka v mnohých příručkách a publikacích. Například knížka Úspěšná nezisková organizace [5] autorů Marka Šedivého a Olgy Medlíkové je jednou z nich.

Velmi lidsky a vtipně se problematikou komunikace mezi zástupci médií a zástupci občanského sektoru zabývá mediální rukověť pro neziskové organizace autorů Marka Šálka a Tomáše Feřka s názvem Novináři nejsou zlí, kterou v roce 2001 vydala Nadace VIA. Tato čtivá příručka je navíc doplněná o ilustrace známého českého kreslíře a karikaturisty Filipa Škody.



Obr. 12 Ukázka ilustrací a obálky

Spolupráce mezi jednotlivými institucemi nefunguje víceméně v celé zemi. Domnívám se však, že v případě neziskových organizací a novinářů je možné to překonat poměrně snadno. Česká republika se potřebuje změnit a zkušenost říká, že nestačí pouze ekonomické ani politické prostředky. Musí se změnit lidé.[6] (str. 21)

Že je publikace, navzdory celkové nadsázce a humoru, myšlena vážně dokazuje i citát, který mě svojí výstižností zaujal. Autorem příspěvku je Petr Holub, šéfredaktor týdeníku Respekt.

2 TYPOLOGIE NEZISKOVÉHO SEKTORU

Protože neziskový sektor obsahuje široké spektrum zájmů, většinou se dělí do kategorií. Pro přehlednost jsem upravila dělení, které jsem převzala z webu www.neziskovky.cz [15], který se stará o informovanost lidí v oblasti třetího sektoru. Avšak málokteré sdružení či asociace je striktně zaměřená na jeden druh či typ, jejich odvětví se překrývají, často i napříč sektorem a je těžké říct kam zařadit některé organizace. Například Charita (charita z latinského výrazu caritas = slitování, smilování) je mezinárodní církevní spolek, který se převážně zaměřuje na práci s lidmi - hlavně na sociální a humanitární pomoc. Činnost Charity ovšem není jen "charitativní" - často se věnují vzdělávání - učí lidi jak si pomoc sami...

V podvědomí lidí utkví z neziskového sektoru nejčastěji nadace, pak humanitární a charitativní organizace (často nadnárodní) či akce s velkým lidským faktorem nejlépe na záchranu a pomoc dětem. Pak si spousta lidí vzpomene na ekologické aktivity. Samotná problematika ekologie a životního prostředí je v dnešní době velmi populární.

Oblasti zaměření neziskového sektoru:

kultura, ochrana památek, umění

výzkum a vzdělávání

zdravotní péče a sociální služby

ochrana životního prostředí, ekologická výchova

ochrana lidských práv

rovné příležitosti

komunitní rozvoj

práce s dětmi a mládeží

rekreace, sport, tělovýchova

ostatní (např. podpora neziskového sektoru, jeho PR, informační služby, podpora dárcovství a dobrovolnictví)

2.1 Dobročinnost

S rozvojem spolkové činnosti jde ruku v ruce jejich podpora. Demokratická společnost je vždy příznivě naladěna projevům filantropie a mecenášství.[23]

Filantropie je pojem, kterým se ve starověkém Řecku označovala láska a kladný vztah k druhým lidem. V současnějším podání tento pojem značí snahu o zmírňování bídy a chudoby.

Filantropie a mecenášství byly (a doufejme, že budou) projevem kultivovaných a vzdělaných osobností, které patří neodmyslitelně k rozvoji občanské společnosti v našich zemích. Bohužel mnohé z těchto osobností upadly v zapomenutí, především proto, že byly z hlediska třídního nepřijatelné.) [23]

Dobročinnost je pravděpodobně nejvíc v médiích prezentovaný sektor. Tvoří ho převážně nadace a nadační fondy, dobrovolnická centra, ale i centra servisní a informační. O vzdělávání, osvětu a rozvoj filantropie v České republice usiluje Fórum dárců.

Tato organizace je zajímavá nejen náplní svojí činnosti, ale také svým velmi příjemným vizuálním stylem. Autorkou je Lucia Steele-Kocmanová, která žije a tvoří v Praze. Tato práce získala 1. místo na mezinárodním Moskevském bienále grafického designu Identity: Best of the Best 2006.



Obr. 13 Ukázka vizuálního stylu Fóra dárců

2.1.1 Nadace a nadační fondy

Nadace jsou jedním typem neziskové organizace. Jejich úkolem je shánět finanční prostředky, aby podpořily jiné organizace v jejich činnosti. Jsou proto také významným finančním zdrojem pro ostatní neziskové organizace, jako jsou například občanská sdružení. Peníze, které nadace vlastní, jsou zákonem o nadacích a nadačních fondech i různými jinými dokumenty, výslovně určeny na přerozdělení jiným organizacím – sama nadace má ve skutečnosti minimum prostředků na své financování a nesmí podnikat.

Jedním z programů Fóra dárců je i žebříček, který zjišťuje a oceňuje největší firemní dárcce. TOP Filantrop je jediný žebříček v České republice který mapuje finanční i nefinanční příspěvky, které firmy vyčleňují na filantropické projekty a podporu potřebných oblastí. Může se sem zapojit každá firma, která podporuje veřejně prospěšné projekty. Dá se říci, že tento seznam mapuje nejúspěšnější nadace a nadační fondy u nás. Na ukázkou jsem vyhledala loga z aktuálního žebříčku (za rok 2009).

U většiny je na první pohled patrné zaměření jejich činnosti, respektive oblast kterou podporují. Zelené logotypy jsou zaměřené na ekologii, červené na zdravotnictví a modré humanitární pomoc či vzdělávání a rozvoj společnosti. Některé z nadací jsou známější víc přes své programy. Jako příklad uvedu nadaci Charty 77 (tato nadace vznikla již v roce 1978 ve Stockholmu a v roce 1990 byla zaregistrována u nás), která je známá díky svému stěžejnímu projektu Konto bariéry.



Obr. 14 Logo Konto bariéry

Tento projekt podporují známé osobnosti jako Lucie Bílá či Bolek Polívka. Zaměřuje se na pomoc a zlepšení života handicapovaných spoluobčanů a jejich plnohodnotné zapojení do společnosti. Logo konta bariéry vychází z loga Charty 77, kde je na černém pozadí

zachovaná číslice 77. Změnil se text, který je podškrtnutý žlutým pruhem (žlutá barva v kombinaci v černé se v naší kultuře používá pro vyznačení prostoru, který je potřeba si všimnout, jako například nebezpečných schodů či ohraničeného prostoru, jednoduše bariéru). Zůstalo zalomení textu na pravý praporek.

Dalším známějším programem je dlouhodobý stěžejní projekt Nadačního fondu Českého rozhlasu. Je to projekt Světluška, který pomáhá dětem a dospělým s těžkým zrakovým postižením. Proslavil se hlavně díky Kavárně POTMĚ, která už pravidelně v Praze na Ovocném trhu umožňuje vyzkoušet si na vlastní kůži jaké je to obejít se bez pomoci zraku. O návštěvníky kavárny se v naprosté tmě stará vyškolený nevidomý personál a tak umožňuje aspoň na chvíli zaměnit si společenské role.



Obr. 15 Logo projektu Světluška a kavárna POTMĚ

Celý vizuál kampaně působí velmi uceleným dojmem a nikoho by nenapadlo že autorkou hlavního motivu (loga) je nevidomá Pavla Francová.

Další nadací (z řebříčku TOP filantop), která se zaměřuje na pomoc nevidomým je nadace Leontinka. Tento vizuál ve své diplomové práci zpracovala Barbora Tylová a v roce 2008 získala za corporate identity této nadace ocenění Dobrý design v Národní ceně za studentský design.

Mezi nejúspěšnější nadace patří také nadace, které vznikly při velkých nadnárodních firmách. Jsou to například nadace mobilních operátorů či bank. Jejich vizuální styl vychází proto z loga společnosti, často nemají ani vlastní webové stránky, jsou součástí stránky firmy.

 <p>nadace leontinka</p>	 <p>NADACE PARTNERSTVÍ</p>		 <p>NADACE PRO TRANSPLANTACE KOSTNÍ DŘENĚ</p>
 <p>NADACE ČESKÉ ARCHITECTURY</p>		 <p>Nadace OPEN SOCIETY FUND PRAHA</p>	 <p>nadace rozvoje občanské společnosti</p>
	 <p>Nadace LANEK OSTRAVA</p>	 <p>PRECIOSA</p>	
 <p>NADACE ČEZ</p>	 <p>Nadace Vodafone Česká republika</p>	 <p>NADACE ČESKÉ SPORITELNY</p>	<p>Nadace O₂</p>
			

Obr. 16 Loga nejúspěšnějších nadací podle řebříčku Top filantrop

 <p>KAPKA NADĚJE</p>	 <p>NADAČNÍ FOND OBĚTEM HOLOCAUSTU FOUNDATION FOR HOLOCAUST VICTIMS</p>	 <p>Nadační fond manželů Livie a Václava Klausových</p>	 <p>NKA</p>
 <p>HI NA HOMOLCE NEMOCNICE</p>	 <p>NADAČNÍ FOND J&T</p>	 <p>nadační fond SLUNCE pro všechny</p>	 <p>Rozum a Cit nadační fond pro opuštěné děti</p>
 <p>Nadační fond Českého rozhlasu</p>		 <p>Zelený poklad nadační fond</p>	

Obr. 17 18 Loga nejúspěšnějších nadačních fondů podle řebříčku Top filantrop

2.2 Krizová a humanitární pomoc, sociální služby, zdraví

Celkově je humanitární a charitativní činnost něčím co dává neziskovému sektoru nejvíce vyniknout. O jejich zviditelnění se asi nejvíce starají nadační fondy, které často organizují sbírky často s velkou podporou médií a umělců, nejčastěji ve formě koncertu. Nejvíce působivé je, pokud je u toho silný emotivní příběh a nejlépe konkrétní osoba, či nenadálá lidská tragédie. Na takové případy lidé rádi přispějí nějakou tou korunkou ze svého domácího rozpočtu.

Humanitární organizace jsou nejčastěji mezinárodního charakteru, často se specializují na pomoc dětem (UNICEF, Nadace Světového fondu dětí). V této oblasti se používají piktogramy lidí (někdy držících se za ruce, jako v případě společnosti ADRA), nebo samotných rukou. Jednoznačně převládá modrá, tato barva ve světlém odstínu symbolizuje jistotu, pokoj a klid. Navíc navozuje měkký pocit dotyku. V tmavším odstínu znamená nastolení míru, spokojenost, pocit harmonie.

Humanitární pomoc a obnova je obvykle krátkodobá. Reaguje na momentální krizi a je poskytována jen po dobu, dokud postižená země či oblast není schopna z větší části fungovat samostatně. Humanitární pomoc řeší otázky přežití, zdraví, přístřeší, přísunu potravin, zajištění základní hygieny, krizové psychologické pomoci, péče o děti a provizorní obnovy školství. Programy humanitární pomoci a obnovy často za účelem rychlé pomoci používají co nejjednodušších, často dočasných a provizorních řešení.[20]

Málokterá organizace v České republice se dlouhodobě specializuje na humanitární pomoc. Jednou z těch, která pronikla do povědomí i v zahraničí je Člověk v tísni. Ale i tato obecně prospěšná společnost propojuje humanitární pomoc s ochranou lidských práv, či sociální integrací.

I ona má ve svém logu použitý symbol člověka (což logicky vyplývá z názvu), ale tato postava je bezmocná, nemá ruce, nachází se v jakési ohradě. Působí bezútěšně a její smutek ještě zvýrazňuje jakákoliv absence barvy. Navíc je celý symbol i s písmem umístěný ve čtverci, který je netypicky postavený na špičku. To vyvolává napětí, které zvýrazňuje černý rám.

Černá je opakem bílé, je to koncový bod tmavosti, jako taková demonstruje konečné rozhodnutí. Představuje agresivní vzdor, popření „pestrého života“. Symbolizuje nicotu, absolutní odříkání, je výrazem pro bojové „ne“ a v tomto smyslu je v naší kultuře vnímána i jako barva smrti. [1]

V případě zdravotnických organizací se symbolika kříže a červené barvy nemění už dlouhá léta. Nejznámější mezinárodní zdravotní hnutí bylo založeno již v roce 1863 a za oficiální znak byl zvolen červený kříž v bílém poli, složený ze známých 9 čtverců (5 červených a 4 bílých). Je to symbol obrácené švýcarské vlaky. Švýcarsko je země kde toto hnutí vzniklo. Tento symbol a celá organizace vznikly za účelem zajistit ochranu zraněným ve válce a těch, kteří o ně v době války pečují. Jakékoliv zneužití tohoto znaku je porušením mezinárodního práva. Tento symbol je také zakázáno používat za komerčními nebo reklamními účely. Výjimkou jsou národní společnosti Červeného kříže a Červeného půlměsíce (v listopadu 1876 oznámilo Turecko, že znak červeného kříže uráží náboženská cítění jeho mohamedánských vojáků, a přijalo pro značení svých zdravotníků a sanitních vozidel znak červeného půlměsíce), které smí tento symbol používat za účelem označení svého vlastnictví a personálu. Musí však zachovat malý rozměr, aby nedocházelo k záměně s ochranným symbolem v době války. Od prosince 2005 k těmto dvěma rozeznávacím znakům přibyl třetí – tzv. červený krystal (doplněný uprostřed znakem národní společnosti).



Obr. 19 Symboly Červeného kříže

Obr. 20 Loga některých humanitárních a krizových organizací

2.3 Lidská práva a obhajoba zájmů, vzdělávání

V posledních dvou staletích dochází k rozvoji lidských práv. Navzdory mnohdy bouřlivému vývoji ještě dodnes existují země, které vůbec neakceptují koncepci lidských práv. O propagaci a obranu se starají spolky. Mezi nejznámější mezinárodní organizace patří Amnesty International, u nás je to například Člověk v tísni, či Liga lidských práv.

Organizace zabývající se ochranou lidských práv používají velmi podobné vizuální prostředky jako humanitární či sociální společnosti (v některých případech jedna organizace má ve svých programech všechny tyto kategorie). Opakují se tu motivy lidské figury, ruky, objevují se i jednoduché typografické logotypy, barevnost bývá modrá nebo černá. Černá barva není v této oblasti nijak ojedinělá. Je to velmi demonstrativní barva, barva konečných rozhodnutí.

„Modrá je lehce srozumitelná barva klidu. Je symbolem klidné vody, reprezentuje flegmatický temperament, ženskost, něhu, věrnost, důvěru, lásku a oddanost. Tmavý odstín modré zvyšuje základní význam modré barvy. Preference tmavomodré barvy reprezentuje potřebu klidu, a to jak fyziologicky, tak psychologicky. Tmavomodrá barva znamená nastolení míru a spokojenosti, ve které má člověk pocit vnitřní a vnější harmonie. Světle modrá je přívětivá, vyvolává představu vzduchu, oblohy a ticha.“ [1]



Obr. 21 Člověk v tísni pomáhá 15.let

Člověk v tísni: autorkou základního motivu k 15. výročí činnosti je Jana Kudrnová.

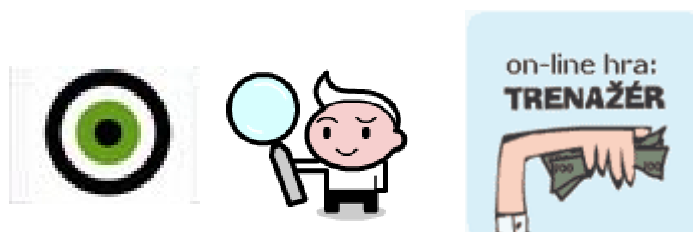
Organizace Člověk v tísni má velmi široký záběr činnosti, symbolicky je ale možné ji vyjádřit v té nejprostší podobě s nejsilnější vizuální působností. Výročí 15ti let je tedy dáno prostým symbolem lidského úsilí - ruce, pomoc, snaha a vůle - řeč rukou a gesta. Konkrétně jde o znaky "1" - ok, dobře a "5" - ruka dobrovolníka, přihlášení se atd.. [18]

Asi nejznámější celosvětové hnutí pro mezinárodně uznaná lidská práva je Amnesty International. V roce 1977 AI obdržela Nobelovu cenu míru za „přínos k obraně svobody, spravedlnosti a tím i míru na celém světě“. V současnosti má poradní status při OSN.



Obr. 22 Ukázka plakátů společnosti Amnesty International

Další kategorií neziskového sektoru je sektor vzdělávání. Vzdělávání či výchova je součástí téměř každé organizace. Většinou se specializují na oblast, ve které působí. Existují i samostatné think-tanky -instituce či společnosti které působí ve výzkumu a vzdělání, politiky, podnikání a nevládního sektoru a jsou finančně i institucionálně nezávislé na státu či vyhraněných zájmových skupinách. Jako příklad uvedu Europeum, institut pro evropskou politiku - který se zaměřuje na programovou, projektovou, publikační a vzdělávací činnost související s procesem evropské integrace.



Obr. 23 Ukázka grafických prvků Aliancie Fair-play

Ráda bych ještě upozornila na slovenské občanské sdružení, které přispívá k rozvoji zodpovědné, otevřené a profesionální politické elity. Zaujali mě nejen svojí ideologií, ale i příjemným a velmi současným vizuálním projevem své webové prezentace od grafického studia Komplot. Jako značku používá tato společnost černo-zelený kruhový terč, jakési oko, které nás neustále pozoruje. Dále se na stránkách webu objevuje animovaná figurka. Fair-play využívá i interaktivních flashových her. [24]

Obr. 24 Loga organizací pro lidská práva a vzdělávací instituce

2.4 Životní prostředí, ekologie

Ekologie je v dnešní době často skloňované slovo. Ekologicky zaměřené společnosti, které se starají o obnovu lesů, chráněných území, nebo jen skupina lidí co pod záštitou občanského sdružení sbírá papírky na místním sídlišti je v podvědomí každého občana.

Mezi nejstarší ekologické hnutí u nás patří Hnutí Brontosaurus, které bylo založeno už r. 1974.



Obr. 25 Brontosaurus

„Brontosaurus to nepřežil, protože přerostl své možnosti” Pod tímto heslem a pod hlavičkou SSM, za výrazného přispění mnoha mladých pracovníků ústavu krajinné ekologie ČSAV a redakce Mladého světa, s logem Vladimíra Jiránka se v lednu 1974 zrodila “Akce Brontosaurus”. Tento rok byl vyhlášen na konferenci OSN ve Stockholmu Rokem Životního prostředí.[19]



Obr. 26 Logo Ekofór

Ekofór je soutěž kreslených a fotografických vtipů s tematikou životního prostředí. Soutěž vznikla v roce 1979 a probíhala až do revoluce v roce 1989. V roce 2004 pak byla obnovena. Soutěž se koná pod záštitou hnutí Brontosaurus.

O tom, že je ekologie populární téma, svědčí i povedené kampaně organizace, která se zabývá ochranou práv němých tvář - Svoboda zvířat. Tato organizace na sebe upozornila například kampaněmi Fashion Victim a Sexy, Cool, Stupid, které ukazují na povrchnost módních trendů. Pod kampaněmi najdeme podepsané známé grafiky a fotografy (Goran Tačevski). Navíc se 16. června 2009 společnost zbavila i posledního (a zásadního) neestetického prvku - loga a změnil se i design webových stránek, které jsou nyní svěží a přehledné. Změna je vidět i na ostatních propagačních prostředcích.

Již dlouhou dobu jsme se zabývali otázkou loga naší organizace a dospěli jsme k závěru, že je třeba jej změnit. Současné logo sice provází Svobodu zvířat již mnoho let a nese s sebou jistou tradici a nostalgii, ale není zcela srozumitelné a bylo velmi obtížné s ním dále graficky pracovat. [25]

Autorem loga, které lépe a čitelněji vystihuje specializaci organizace je Tomáš Blaha. Logo a podobu design manuálu dopracovala Hana Lehmannová. Logo spojuje dvě siluety zvířat do písmene „S“ a svojí, na tuto oblast netypickou barevností se výrazně odlišuje od ostatních „zelených“ značek.



Obr. 27 Nové logo Svobody zvířat

I když některé výzkumy odrazují od používání stereotypních zelených odstínů (doporučuje se používat jakékoliv přírodní barvy, jako zemité hnědé, žluté, či modré), pro většinu lidí bude právě zelená barvou ochrany životního prostředí. Zelená barva ve své vyvážené podobě (stejně procento modré a žluté) vyvolává pocit absolutního klidu. Charakteristika této barvy závisí od poměru složek ze kterých se skládá. Může symbolizovat měkkost, ale i tvrdost, odolnost či poddajnost, záleží jestli přidáme víc žluté nebo modré. Lidské oko je nejcitlivější právě na zelenou barvu. Jednoznačně je to ale symbol přírody.

SZ navíc podporuje mladé výtvarníky - Svoboda zvířat také své záměry podporuje výtvarnou soutěží pro mladé talenty středních a vysokých škol, kteří mají každoročně reagovat na konkrétní problémy většinou kožešinových zvířat, proto název Design Against Fur.

Další ekologickou společností, která dbá o svůj vizuální projev je Hnutí duha. Uvádím ukázkou časopisu Sedmá generace (design Atelier 01).



Obr. 28 Vizuál ekologického časopisu Sedmá generace

Obr. 29 Loga některých ekologických organizací

2.5 Kultura, umění, ochrana památek, komunitní rozvoj

Kulturu a umění vnímáme v naší kultuře velmi pozitivně. Považujeme je za přirozeně prospěšné, všeobecně užitečné. Naneštěstí se u nás naivně předpokládá, že se díky vlastní kvalitě bude tento obor propagovat sám. Není tomu tak. Stejně jako u ostatních sektorů, je ve společnosti důležitá definice poslání umění. Jsou zapotřebí jasné a srozumitelné argumenty, které umožní vytvoření vhodných nástrojů a zdrojů k účelné podpoře kulturní oblasti. Zkušenosti z okolních zemí ukazují a popisují, že umělecké a kulturní hodnoty mají mnohem širší vliv. Znalost o tom je nejen v politických kruzích poměrně zažita. Právě společnost potřebuje jasné a srozumitelné argumenty, které by umožnily vytvořit zdroje a nástroje k efektivní podpoře kultury. Každý čeká že se bude tento sektor bude propagovat sám, díky vlastní, vnitřní kvalitě umění. Není tomu tak.

Nedá se upřít, že vizuální prvky, symbolika a barevnost tohoto sektoru je různorodá. Mě jako grafika těší existence občanských sdružení se zaměřením na design. Jsou to Czechdesign a Unie grafických designérů (založena 5. září 2007). Czechdesign převzal některé funkce zrušených Českých design center. Co mě ale netěší, je skutečnost, že takto diferencované společnosti na první pohled nemají příliš originální loga. Očekávala bych, že budou udávat trend, že budou více nekonvenční.

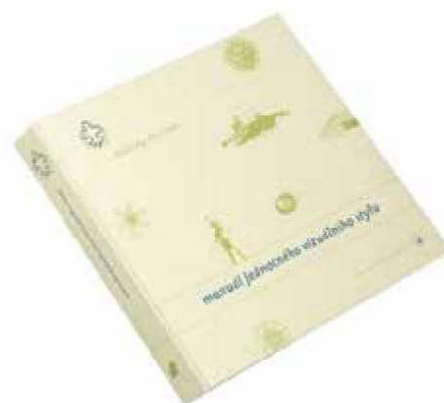
Obr. 30 Loga kulturních a uměleckých institucí, organizací pro místní rozvoj

2.6 Sport a volný čas, rekreace, práce s dětmi a mládeží

Tradice turismu a sportu je u nás hluboko zakořeněná. Takto zaměřené spolky začali obnovovat po roce 1989 svoji činnost jako první. Právě hromadné sportování a turistika (i díky zrušení osobního vlastnictví) byly podporovány dokonce i v minulém režimu.

Myslím, že nejlépe tento sektor vystihuje mezinárodní skautské hnutí. U nás bylo skautské hnutí založeno již v roce 1911, několikrát bylo za totalitního režimu zrušeno, ale vždy bylo znovu obnoveno. Mnohé oddíly nepřestávaly pracovat i v dobách zákazu.

Junák je slovanské slovo a je to český název skauta, který zavedl zakladatel československého skautingu A. B. Svojiík. Oficiální název skautské organizace je: Junák - svaz skautů a skautek ČR



Obr. 31 Vizuální styl Junáka

Autorem vizuálního stylu je Studio Najbrt

Měli jsme za úkol vytvořit logo a novou identitu pro současné aktivity Junáka. Zadání pro logo nebylo jednoduché, protože mělo obsahovat stejnou symboliku jako stávající znak. Pavel Lev vytvořil rozsáhlý manuál a vizuální styl, který dlouhodobě rozvíjí v nových tiskovinách, reklamních kampaních a dalších aktivitách této organizace, ke které máme díky spisovateli Jaroslavu Foglarovi velmi blízký vztah.[16]

Skaut je dodnes veřejnosti dobře znám. Používá dobré rozpoznávací znaky. Na celém světě používají skauti hnědý šátek jako identifikační symbol – šátek, který je součástí skautského kroje. Skautský kroj má určité pravidla nošení a je možné jej podle různých příležitostí

obměňovat. Od roku 2001 má Junák nové logo, slogan a design manuál (další ukázky viz. Příloha P 1:Obrazová část k teoretické práci), který sjednotil používání jednotlivých označení (předtím definovaných pouze pro skautský kroj). Součástí design manuálu je i fotobanka a obrazové předlohy pro tvorbu tištěných materiálů. I když byl design manuál zaslán každému středisku, ne všichni jsou si vědomi jeho důležitosti.

Hlavním znakem Junáka je zlatá lilie s bílým štítkem a černou psí hlavou, která byla skauty přijata v roce 1918. Významová podoba stávajícího znaku Junáka se ustálila v roce 1992, kdy byla skautská lilie podložena modrým trojlístkem – symbolem skautek. Znak Junáka doplňuje od roku 2001 ještě moderní logo.[8] To tvarově a významově vychází ze stylizované původní lilie a trojlístku, čímž asociuje skautský znak. Zavedení design manuálu sjednotilo doporučená pravidla pro používání složité skautské symboliky a díky němu působí organizace jednotným dojmem.

Tvůrcem manuálu je přední český grafik Pavel Lev ze Studia Najbrt spolu s Romanem Šantorou – zpravodajem Junáka pro komunikaci s veřejností.

Junák disponuje od roku 1996 i vlastním Tiskovým a distribučním centrem, které zabezpečuje vydání, distribuci a prodej knih, časopisů a propagačních tiskovin.

Zaujala mě ještě i tisková kampaň „Připraven na velké věci“ od agentury Saatchi & Saatchi (agentura práci připravila zdarma). Tato kampaň je zacílná na rodiče.



Obr. 32Kampaň „Připraven na velké věci“

Obr. 33 Loga sportovních a volnočasových organizací

II. PRAKTICKÁ ČÁST

3 CORPORATE IDENTITY

Každá organizace se potřebuje jednoznačně identifikovat od okolí, ale zároveň s ním co nesrozumitelněji komunikovat. Aby byla co nejlépe zapamatovatelná musí správně co používat všechny složky corporate identity. Ta se skládá ze čtyř složek: corporate communications, corporate culture, corporate design a produkt organizace. [7] To jsou hlavní prostředky které vytváří image společnosti. Corporate identity bývá často i u odborné veřejnosti zaměňován za corporate design. Dokonce i některá grafická studia nabízí zpracování kompletní Corporate identity (CI), přitom ale vytváří jen vizuální styl. *Je sice pravdou, že vizuální projev je nejdůležitějším a nejviditelnějším projevem identity subjektu, ale každý z pojmů má svůj, a to odlišný význam.*[9] Corporate design slouží k zvýšení identifikace společnosti pro veřejnost. Aby celá image správně fungovala je důležité, aby byla správně definována filozofie společnosti. Určení firemní filozofie je na straně klienta, grafický designér pomáhá pouze s vizualizací. Je důležité aby se zaměstnanci s firemní filozofií ztotožnili.

CI tedy není jen pouhý soubor grafických prvků. Je to dlouhodobě koncepčně pojaté chování a vystupování na veřejnosti, které musí být promyšlené a jednotné.

Grafický designér se nejvíc uplatní při tvorbě vizuálního stylu. V tomto mnohdy složitém systému je důležité přesně formulovat jeho principy. A to je hlavním úkolem design manuálu (někdy také jen grafického nebo logo manuálu). Tento manuál musí být vnímán jako závazná norma.

4 OTEVŘENÁ SPOLEČNOST

Otevřená společnost, obecně prospěšná společnost, je neziskovou organizací, která přispívá ke konsolidaci občanské společnosti v České republice rozvojem principů a prosazováním politik založených na kultuře práva a právního státu, demokratické formy správy státu a ochrany lidských práv. [14]

4.1 O společnosti

Otevřená společnost, o. p. s. byla v roce 1999 založena nadací Open Society Fund Praha. První programy OS byly zaměřené na oblast vzdělávání - program Poryv a program Začít spolu. V současnosti má společnost velmi širokou oblast zaměření. V rámci těchto oblastí jsou realizované projekty, které se snaží upozornit na některé nedostatky a navrhnout řešení, případně tato řešení prosazovat do praxe.

Oblasti působení:

přístup a participace občanů na správě věcí veřejných (otevřete.cz)

reforma policejní služby (například program ProPolice)

kulturní politika (program ProCulture)

sociální inkluze (ProInclusion)

rovné příležitosti pro ženy a muže (například ProEquality)

sociální ekonomika (Sociální ekonomika)

Při své práci spolupracuje OS s dalšími partnery, především neziskové subjekty působící v České republice a ze zahraničí, dále relevantní instituce veřejné správy a také subjekty ze sektoru komerčního. [14]

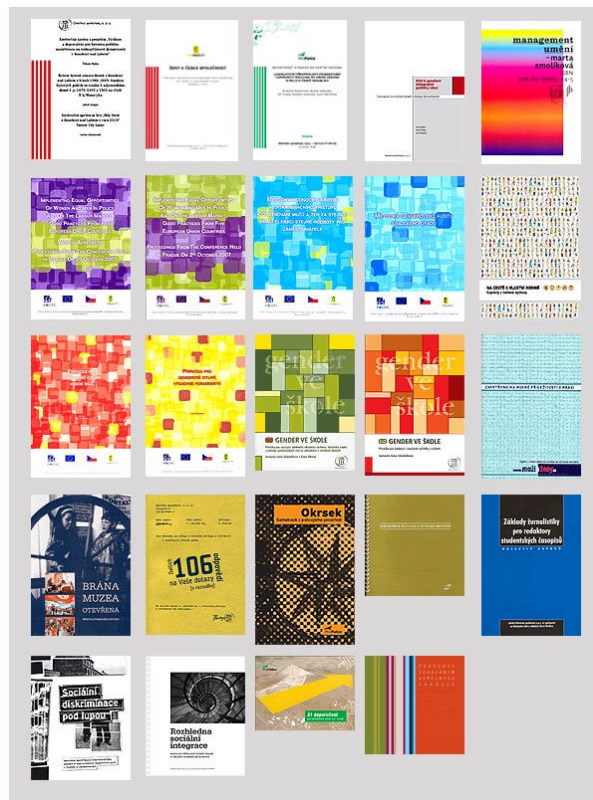
4.2 Současné vizuální prvky OS

I díky složité struktuře této organizace působí vizuál této společnosti na první pohled nejednotným dojmem.. Společnost kromě základního loga (obrazové) značky, používá odlišné logotypy pro své projekty. I když u základního prvku, loga OS je vidět určitá obrazová návaznost na nadaci OSF Praha, jednotlivé projekty působí zcela samostatným dojmem.



Obr. 34 Současné loga Otevřené společnosti

Používání zcela odlišných grafických prvků působí velmi neprofesionálním dojmem. Navíc i kvalita zpracování se velmi liší. Myslím, že v současnosti se o jednotném vizuálním stylu této společnosti ani nedá mluvit.



Obr. 35 Publikace Otevřené společnosti

4.3 Tvorba nového vizuálního stylu

Identita této OS má k monolitické (monolitická identity – všechny grafické výstupy působí jedním dojmem) velmi daleko. Má velmi složitou strukturu a proto je velmi náročné sjednocení - navíc mnohé programy už fungují dlouhodobě a jejich symboly jsou v povědomí lidí zafixovány. Přesto bych se v případné fázi realizace přiklápěla k náhlé změně vizuální identity. Postupná změna by vyvolala ještě větší zmatek.

4.3.1 Značka, logo

Značka, logo (z řeckého *logos* = slovo, řeč, zákon, pojem...), či logotyp je první a nejvýraznější prvek jednotného vizuálního stylu. Je nejvíce vnímán veřejností. Může být typografická (logotyp), obrazová (logo) nebo kombinovaná.

Návrh značky probíhá v několika krocích. První je obeznámení se s aktivitami a filozofií společnosti, potom je důležité obeznámit se s konkurencí a následně analyzovat slovní obrazové asociace názvu společnosti. Pak teprve se značka konstruuje v grafickém programu.

Poté, co jsem se seznámila s aktivitami Otevřené společnosti a s vizuálem konkurenčních neziskových organizací jsem se pustila do hledání vhodného symbolu. Postupně vzniklo několik návrhů (*Příloha P II: Obrazová část k Praktické práci*). Ve finále jsem zvolila symbol půlkružnice. Tento znak ze všech možností nejen že symbolizuje otevřenost, ale v případě že by společnost požadovala zachování stávajících značek programů, je možné ho použít.



Obr. 36 Návrh nového loga Otevřené společnosti

Pro absolutní zjednodušení a přehlednost jsem se v případě značek pro programy rozhodla využít kruh – tečku jako jasný a pevný bod (oblast zaměření). Tečku doplňuje název programu. Kromě názvu je barva, prvek který odlišuje jednotlivé programy. Tyto grafické prvky umožňují velkou variabilitu, ať už je to spojení více programů, či odstranění názvu Otevřená společnost a použití jen značky půlkružnice. Tato varianta působí víc

mezinárodně. Uvědomuji si, že systém barevného kódu není ideální pro černobílou verzi, ale v současnosti, a to díky vyspělejší technologii jsou černobílá loga takřka nepoužívána.

4.3.2 Barva

Protože Otevřená společnost celkem často přichází s novými projekty umožňuje systém barevného kódu snadné doplňování. Pro začátek jsem použila barevnosti totožné nebo velmi příbuzné barevnostem současných programových log. Pro logo samotné Otevřené společnosti jsem zvolila světlešedou barvu pro její lehkost a neutralitu. Tato barva navíc symbolizuje změnu a to k lepšímu. *Barvy působí na příjemce ještě intenzivněji než formy a tvary.*[7]



Obr. 37 Ukázka barevného kódu OS

4.3.3 Písmo

V průběhu tvorby značky a vizuálního stylu jsem několikrát měnila typ fontu. Hlavní kritérium pro výběr bylo první písmenu názvu, tedy „O“, hledala jsem striktně, geometricky konstruovaný grotesk, kde O vychází z kružnice. Takto konstruované fonty většinou pochází z 20. let minulého století a dnes navzdory svým kvalitám působí zastarale. Nakonec jsem zvolila písmo DTLProkyon (Dutch Type Library) od designéra Erharda Kaisera. Hledala jsem různé poměry značky a logotypu a jako nejlepší se ukázal právě tento sanserifový font. Jako doplňkový font (pro základní řez) jsem zvolila Myriad Pro z důvodu jeho kvality a dostupnosti. Dodržování jednotného písma a typografie je důležité protože vytváří nezaměnitelný profil tiskovin .

4.3.4 Design manuál

Design manuál v zásadě vysvětluje jak správně pracovat a zacházet s logem, aby bylo tím, čím má být a to v první řadě jasně rozpoznatelnou značkou. Musí být přehledný a srozumitelný, systematický, praktický a otevřený. Neměl by obsahovat systémové nepřesnosti nebo dokonce chyby a měl by mít vhodný rozsah. Nejrozšířenějším typem je manuál značky a vizuálního stylu. Manuál je vlastně návod a najdeme v něm různé

možnosti aplikace loga, ať už na základních věcech jako je korespondence (merkantilní tiskoviny, akcidence) nebo na místech, které vyžadují potřeby společnosti (fasády budov a podobně). Vypracovala jsem manuál pro potřeby Otevřené společnosti, který umožňuje jednoduchou aktualizaci.



Obr. 38 Design manuál OS

ZÁVĚR

Úloha nestátních neziskových organizací není v naší zemi jednoznačně chápána. Přitom tyto organizace usilují o vytváření hodnot, které se vrací v delším časovém horizontu. Tyto hodnoty nejsou finančního charakteru. Jsou to hodnoty které, zejména v naší zemi, zasluhují pozornost. Neziskové organizace si ve své podstatě kladou vznešené cíle, ať už je to duševní rozvoj, zájem o kulturu či vzdělávání. Na kolik jsou činnosti těchto organizací transparentní posuzovat nechci, ale (i díky nejednoznačné legislativě) je už z lidské podstaty pravděpodobné, že někdo zneužije pravidla fungování těchto organizací. V současnosti se řeší například možnost financování terorismu pomocí neziskového sektoru.

Potřebuje vůbec neziskový sektor reklamu, a jako jeho prostředek grafický design? Pokud má své poslání a cíle plnit důsledně, tak ano.

Propagace je nejpodstatnějším článkem v komunikaci se zákazníkem. A i neziskový sektor potřebuje své zákazníky. Proto musí být hned na první pohled jasné, že nejde o klamavou reklamu. To účelně zabezpečí jen vyškolení profesionály z oblasti reklamy. Teprve poté můžeme neziskovému sektoru důvěřovat a podporovat ho.

Kvalitně zpracovaná kampaň navíc umožňuje lepší identifikování se s produktem, v tomto případě problémem, který je potřeba řešit. Stejně jako v komerční oblasti, i zde platí, že vizuální styl organizací se přímo úměrně zlepšuje s její velikostí (tj. mezinárodní organizace mají kvalitnější grafický projev). Těší mě, že už i u nás se objevují organizace se zajímavým a profesionálním vizuálním stylem. Určitě mezi ně patří Junák a Svoboda zvířat.

Já, jako grafický designér, bych nadále ráda přispívala k zlepšování povědomí o neziskovém sektoru. Věřím, že se mi v budoucnu podaří pracovat na dalším podobném projektu jako Otevřená společnost. Chtěla bych poznatky získané z této práce uplatnit někde, kde se můžu cítit užitečně a přispět ke zkvalitnění občanského sektoru.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

- [1] VYSEKALOVÁ, Jitka, KOMÁRKOVÁ, Růžena. *Psychologie reklamy*. Odpovědná redaktorka PhDr. Dana Pokorná. 1. vyd. Praha: GRADA Publishing, spol. s r. o., 2001. 228 s. ISBN 80-247-9067-x
- [2] VRTEĚ, Ladislav. *OSEM STOROČÍ SLOVENSKEJ HERALDIKY*. Martin : Matica slovenská, 1999. 296 s. ISBN 80-7090-490-9.
- [3] TOSCANI, Oliviero. *Reklama je navoněná zdechlina*. Praha : Slovart, 1996 . 173 s. ISBN :80-85871-82-3
- [4] ŠKARABELOVÁ, S. (ed.) *Definice neziskového sektoru (Sborník příspěvků z internetové diskuse CVNS)*. 1. vyd. Brno: CVNS, 2005, 52 s. ISBN 80-239-4057-0
- [5] ŠEDIVÝ, Marek; MEDLÍKOVÁ, Olga. *Úspěšná nezisková organizace*. Praha : Grada Publishing, 24.08.2009. 160 s. ISBN 978-80-247-2707-3.
- [6] ŠÁLEK, Marek; FERTEK, Tomáš. *Novináři nejsou zlí: (Mediální rukověť pro neziskové organizace)* . 1.vyd. Praha : Nadace Via, 2001. 94 s.
- [7] SVOBODA, Václav, PhDr. *Corporate identity: učební text* . Vyd. 1. Zlín : Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2003. 67 s. ISBN 80-7318-106-1.
- [8] MARKLOVÁ, Petra. *Propagační aktivity skautské organizace*. Zlín, 2008. 63 s. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací.
- [9] KOTYZA, Michal ; KAFKA, Ondřej. *Corporate Identity Set*. Praha : Kafka Design, 2006. 61 s.

Internetové zdroje:

- [10] *Seznam občanských sdružení/mvcr.cz* [online]. 7. duben 2009 [cit. 2010-05-04].
www.mvcr.cz. Dostupné z WWW:
<<http://aplikace.mvcr.cz/rady/sdruzeni/index.html> >.

- [11] *Svobodné zednářství* In Wikipedia: the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida): Wikipedia Foundation, 24. 2. 2006, 16:12, 11. 4. 2010, 21:14 [cit. 2010-05-04]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Svobodn%C3%A9_zedn%C3%A1%C5%99stv%C3%AD>.
- [12] PETRÁŇ, Josef. *Královská česká společnost nauk : Historie vědy*. Vesmír [online]. 1995, 11, [cit. 2010-05-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.vesmir.cz/clanek/kralovska-ceska-spolecnost-nauk>>.
- [13] OUTLÁ, JUDr. Anna; OUTLÁ, Ph.D.1 *Neziskový sektor*. [online]. [cit. 2010-05-03]. Dostupné z WWW: <www.mvcr.cz/soubor/studie-outle-pdf.aspx>.
- [14] *Otevrenaspolecnost.cz* [online]. 1999 [cit. 2010-05-04]. Otevřená společnost-úvod. Dostupné z WWW: <<http://www.otevrenaspolecnost.cz/cz/>>.
- [15] *Neziskovky.cz* [online]. Copyright © 2008 [cit. 2010-05-04]. Dostupné z WWW: <www.neziskovky.cz>.
- [16] *Najbrt.cz* [online]. 2005 [cit. 2010-05-4]. Studio najbrt. Dostupné z WWW: <<http://www.najbrt.cz/cs/prace/firemni-styl/junak/>>.
- [17] *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. © 2010 Ministerstvo vnitra České republiky [cit. 2010-05-04]. Dostupné z WWW: <www.mvcr.cz>.
- [18] *Jana Kudrnová:Portfolio::..* [online]. 2005 [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.janakudrnova.com/clovekvtisni.html>>.
- [19] *Hnutí Brontosaurus* [online]. ©1974 - 2010 Hnutí Brontosaurus [cit. 2010-05-04]. Hnutí Brontosaurus - Historie. Dostupné z WWW: <http://www.brontosaurus.cz/index.php?Itemid=16&id=9&option=com_content&task=view>.
- [20] *Člověk v tísní / Humanitární pomoc* [online]. ©2006 [cit. 2010-05-07]. Clovekvtisni.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.clovekvtisni.cz/index2.php?parent=131&sid=114&id=261>>.
- [21] *Centrum pro výzkum neziskového sektoru* [online]. 2006 - 2010 CVNS a SSNS [cit. 2010-05-04]. Dostupné z WWW: <www.e-cvns.cz>.

- [22] Cechovní heraldika In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 6. 2. 2010, 13:14, 8. 2. 2010, 11:23 [cit. 2010-05-04]. Dostupné z WWW:
http://cs.wikipedia.org/wiki/Cechovn%C3%AD_heraldika
- [23] ANDERLE, Petr. *Máme na čem stavět* [online]. březen 2002 [cit. 2010-05-04]. historie NS v ČR - neziskovky v ČR - fakta - neziskovky.cz. Dostupné z WWW:
<<http://neziskovky.cz/cz/fakta/neziskovy-sektor-v-cr/historie-ns-v-cr/>>.
- [24] *Aliancia Fair-play* [online]. 2002-2008 [cit. 2010-05-08]. Aliancia Fair-play. Dostupné z WWW: <Aliancia Fair-play>
- Časopisy:
- [25] Změna loga Svobody zvířat. *Svoboda zvířat* : Zpravodaj. 2009, II, s. 7.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AI	Amnesty International
CI	Corporate Identity
CD	Corporate design
ČSR	Česko-Slovenská republika
OS	Otevřená společnost
OSF	Open Society Fund
OSN	Organizace spojených národů
SZ	Svoboda zvířat.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Ukázka cechovních erbů.....	13
Obr. 2 Ukázky cechovních erbů a pečetidel.....	14
Obr. 3 Pečetidlo společnosti: SOCIETAS INCOGNITORUM ERUDITORUM.....	15
obr. 4 Tělovýchovná jednota SOKOL	17
obr. 5 Junák – první skautský oddíl	18
Obr. 6 Společnost Bedřicha Smetany (1931).....	18
Obr. 7 Zednářský znak	19
Obr. 8 Nadace Olgy Havlové	20
Obr. 9 Kampaň UNITED COLORS OF BENETON Podzim/zima 1989/1990	21
Obr. 10 Logo Dárcovské sms.....	22
Obr. 11 Graf z dotazníku	23
Obr. 12 Ukázka ilustrací a obálky.....	24
Obr. 13 Ukázka vizuálního stylu Fóra dárců	26
Obr. 14 Logo Konto bariéry.....	27
Obr. 15 Logo projektu Světluška a kavárna POTMĚ	28
Obr. 16 Loga nejúspěšnějších nadací podle řebříčku Top filantrop	29
Obr. 17 18 Loga nejúspěšnějších nadačních fondů podle řebříčku Top filantrop	30
Obr. 19 Symboly Červeného kříže.....	32
Obr. 20 Loga některých humanitárních a krizových organizací	33
Obr. 21 Člověk v tísni pomáhá 15.let	34
Obr. 22 Ukázka plakátů společnosti Amnesty International.....	35
Obr. 23 Ukázka grafických prvků Aliancie Fair-play.....	35
Obr. 24 Loga organizací pro lidská práva a vzdělávací instituce	37
Obr. 25 Brontosaurus	38
Obr. 26 Logo Ekofór	38
Obr. 27 Nové logo Svobody zvířat	39
Obr. 28 Vizuál ekologického časopisu Sedmá generace	40
Obr. 29 Loga některých ekologických organizací.....	41
Obr. 30 Loga kulturních a uměleckých institucí, organizací pro místní rozvoj.....	43
Obr. 31 Vizuální styl Junáka.....	44
Obr. 32Kampaň „Připraven na velké věci“.....	45

Obr. 33 Loga sportovních a volnočasových organizací	46
Obr. 34 Současné loga Otevřené společnosti.....	50
Obr. 35 Publikace Otevřené společnosti.....	50
Obr. 36 Návrh nového loga Otevřené společnosti	51
Obr. 37 Ukázka barevného kódu OS	52
Obr. 38 Design manuál OS	53

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Obrazová část k teoretické práci

Příloha P II: Obrazová část k Praktické práci

CD s elektronickou verzí práce

PŘÍLOHA P I: OBRAZOVÁ ČÁST K TEORETICKÉ PRÁCI

PŘEHLED ZÁKLADNÍCH TYPŮ NESTÁTNÍCH NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ V ČR

Připravily: Neziskovky.cz, o.p.s., březen 2010

	Občanské sdružení	Obecně prospěšná společnost	Nadace	Nadační fond
Definice	Sdružení fyzických a právnických osob, které vzniká za účelem realizace společného zájmu. Typickým znakem je členská základna.	Subjekt poskytující obecně prospěšné služby všem za stejných podmínek. Zisk nemůže být přerozdělován mezi zakladatele nebo zaměstnance, používá se na financování dalších aktivit společnosti.	Účelové sdružení majetku zřízené za účelem dosahování obecně prospěšného cíle, kterým se rozumí zejména rozvoj duchovních hodnot, ochrana lidských práv nebo jiných humanitárních hodnot, ochrana přírodního prostředí, kulturních památek a tradic a rozvoj vědy, vzdělávání, tělovýchovy a sportu. Nadační příspěvky se poskytují z výnosů nadačního jmění a z ostatního majetku nadace.	Účelové sdružení majetku zřízené za účelem dosahování obecně prospěšného cíle. Nadační fond nezřizuje nadační jmění a pro dosažení účelu smí použít veškerý svůj majetek.
Registrace	Ministerstvo vnitra ČR na základě předložení dvou stejnopisů stanov a návrhu na registraci.	Krajský soud (podle sídla společnosti) v rejstříku obecně prospěšných společností po předložení návrhu na zápis s těmito přílohami: *zakládací smlouva, *čestná prohlášení členů správní rady, dozorčí rady, *výpis z trestního rejstříku členů správní rady, dozorčí rady, *ověřené podpisové vzory osob oprávněných jednat jménem společnosti, *doklad o splnění podmínek pro výkon činnosti, *doklad o oprávnění k umístění sídla, *prohlášení správce vkladu zakladatelů, je-li vklad vkládán.	Krajský soud (podle sídla nadace) v rejstříku nadací a nadačních fondů po předložení návrhu na zápis s těmito přílohami: *nadační nebo zřizovací listina (smlouva, závět), *doklad o složení vkladu zřizovatelů do nadačního jmění, *čestná prohlášení členů správní rady, dozorčí rady nebo revizora, *výpis z rejstříku trestů členů správní a dozorčí rady (popř. revizora), *ověřené podpisové vzory osob oprávněných jednat jménem nadace, *doklad o oprávnění k umístění sídla.	Krajský soud (podle sídla nadace) v rejstříku nadací a nadačních fondů po předložení návrhu na zápis s těmito přílohami: *nadační nebo zřizovací listina (smlouva, závět) *čestná prohlášení členů správní rady, dozorčí rady nebo revizora, *výpis z rejstříku trestů členů správní a dozorčí rady (popř. revizora), *ověřené podpisové vzory osob oprávněných jednat jménem nadace, *doklad o oprávnění k umístění sídla, *prohlášení správce vkladu o složení vkladů zřizovatelů.
Zakládací dokument	Stanovy musí obsahovat mj. tyto údaje: *název sdružení, *sídlo, *cíl činnosti, *orgány sdružení, jejich volba a fungování, *podmínky vzniku členství, *práva a povinnosti členů, *zásady hospodaření, a další.	Zakládací listina musí uvádět tyto údaje: *zakladatele, *název a sídlo společnosti, *druh poskytovaných služeb, *podmínky poskytování služeb, *doba, na kterou se zakládá, *identifikace členů správní a dozorčí rady (je-li zřízena), *způsob jednání správní rady, *majetkový vklad zakladatelů (je-li vkládán), *způsob zveřejnění výroční zprávy.	Nadační nebo zřizovací listina (smlouva, závět) musí obsahovat tyto údaje: *název a sídlo nadace, *identifikaci zřizovatelů nadace, *vymezení účelu, *nadační jmění, *identifikace členů správní rady, *identifikace členů dozorčí rady nebo revizora, *určení správce majetku do vzniku nadace, pokud se neupraví až statutem nadace pak *pravidlo omezení nákladů na správu nadace a *podmínky poskytování nadačních příspěvků.	Zřizovací smlouva nebo listina (závěť) musí obsahovat tyto údaje: *název a sídlo nadace, *identifikaci zřizovatelů nadace, *vymezení účelu, *majetkový vklad, *identifikace členů správní rady nebo revizora, *pravidlo omezení režijních nákladů, *určení správce majetku do vzniku nadace, *podmínky poskytování nadačních příspěvků.
Organizační dokument	Stanovy	Statut	Statut	Statut
Orgány	Podle stanov. Nejvyšším orgánem je valná hromada (členská schůze), mezi valnými hromadami řídí chod organizace výbor (rada, předsednictvo apod.) obvykle v čele s předsedou.	Správní rada, dozorčí rada nebo revizor a ředitel.	Správní rada, dozorčí rada nebo revizor, ředitel.	Správní rada, dozorčí rada nebo revizor, ředitel.
Zánik	*dobrovolným rozpuštěním nebo sloučením s jiným sdružením *pravomocným rozhodnutím MV ČR o rozpuštění	*uplynutím doby, na kterou byla založena, *dosažením účelu, pro který byla založena, *rozhodnutím správní rady o zrušení, *sloučením, splnutím nebo rozdělením, *rozhodnutím soudu o zrušení, *prohlášením konkurzu	*dosažením účelu, pro který byla založena, *rozhodnutím správní rady o sloučení, *rozhodnutím soudu o zrušení, *prohlášením konkurzu	*dosažením účelu, pro který byla založena, *rozhodnutím správní rady o sloučení, *rozhodnutím soudu o zrušení, *prohlášením konkurzu
Minimální vklad	Není povinnost vkladu.	Není povinnost vkladu.	Minimální výše nadačního jmění je 500 000 Kč.	Minimální výše není stanovena, ale vklad musí být složen.
Podnikatelské aktivity	Nesmí být hlavním cílem sdružení, pouze prostředkem k dosažení tohoto cíle. Pokud aktivita naplňuje podmínky živnostenského zákona, je nutné získat živnostenské oprávnění.	Může být realizována doplňková činnost, kterou je dosaženo účinnější využití majetku a není ohrožena kvalita, rozsah a dostupnost obecně prospěšných služeb.	Vyloučeny kromě specifických případů: *pronájem nemovitosti, pořádání loterií, tombol a veřejných sbírek, pořádání kulturních, společenských, sportovních a vzdělávacích akcí, *podíl na podnikání akciových společnostech v zákonem omezeném rozsahu..	Vyloučeny kromě specifických případů: *pronájem nemovitosti, pořádání loterií, tombol a veřejných sbírek, pořádání kulturních, společenských, sportovních a vzdělávacích akcí.
Účetnictví	(Podvojně) účetnictví. Jednoduché účetnictví pouze pokud celkové příjmy účetní jednotky v předcházejícím roce nedosáhly 3 mil. Kč. (Do této hodnoty patří všechny příjmy z hlavní i hospodářské činnosti.)	(Podvojně) účetnictví.	(Podvojně) účetnictví.	(Podvojně) účetnictví.
Jiné povinnosti		Audit musí být proveden, pokud: *nebyla zřízena dozorčí rada nebo *výše čistého obrátu přesáhla 10 mil. Kč nebo *příspěvky z veřejných rozpočtů dosáhly výše nejméně 1 mil. Kč. Výroční zpráva musí být vydána do 30. června následujícího roku.	Audit je povinný. Výroční zpráva musí být vydána do 30. června následujícího roku.	Audit musí být proveden, pokud majetek nebo úhrn celkových nákladů nebo výnosů převyšují 3 mil. Kč. Výroční zpráva musí být vydána do 30. června následujícího roku.
Právní úprava	Zákon č. 83/1990 Sb. o sdružování občanů	Zákon č. 248/1995 Sb. o obecně prospěšných společnostech	Zákon č. 227/1997 Sb. o nadacích a nadačních fondech	Zákon č. 227/1997 Sb. o nadacích a nadačních fondech

Použité zdroje informací:

- Hloušek, J.: Právní minimum pro pracovníky neziskových organizací (a nejen pro ně). Hradec Králové, Občanské poradenské středisko, o.p.s., 2000.
- Zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů,
- Zákon č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech,
- Zákon č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech.

Statistika počtu nestátních neziskových organizací v letech 1990 - 2009

Nestátní neziskové organizace	Občanská sdružení	Nadace	Nadační fondy	Obecně prospěšné společnosti	Evidované právnické osoby	Organizační jednotky sdružení
1990	3 879					
1991	9 366					
1992	<i>prosinec</i> 15 393	<i>prosinec</i> 1 551				
1993	<i>prosinec</i> 21 694	<i>prosinec</i> 2 768				
1994	<i>prosinec</i> 24 978	<i>prosinec</i> 3 800				
1995	<i>prosinec</i> 26 814	<i>listopad</i> 4 253				
1996	<i>březen</i> 27 807	<i>březen</i> 4 392		<i>březen</i> *1		
1997	<i>březen</i> 30 297	<i>prosinec</i> 5 238		<i>březen</i> 52		
1998	<i>listopad</i> 36 046	<i>listopad</i> **55	<i>listopad</i> **71	<i>listopad</i> 129		
1999	<i>léto/podzim</i> 38 072	<i>prosinec</i> 272	<i>prosinec</i> 695	<i>prosinec</i> 560		
2000	<i>květen</i> 42 302	<i>květen</i> 282	<i>květen</i> 735	<i>květen</i> 557		
2001	<i>listopad</i> 47 101	<i>listopad</i> 299	<i>listopad</i> 784	<i>listopad</i> 701		
2002	<i>říjen</i> 49 108	<i>říjen</i> 330	<i>říjen</i> 825	<i>říjen</i> 762	<i>říjen</i> 4 785	<i>říjen</i> 30 547
2003	<i>listopad</i> 50 997	<i>listopad</i> 350	<i>listopad</i> 859	<i>listopad</i> 884	<i>listopad</i> 4 946	<i>listopad</i> 31 509
2004	<i>prosinec</i> 53 306	<i>prosinec</i> 362	<i>prosinec</i> 898	<i>prosinec</i> 1 038	<i>prosinec</i> 4 927	<i>prosinec</i> 32 020
2005	<i>prosinec</i> 54 963	<i>prosinec</i> 368	<i>prosinec</i> 925	<i>prosinec</i> 1 158	<i>prosinec</i> 4 605	<i>prosinec</i> 33 178
2006	<i>prosinec</i> 58 347	<i>prosinec</i> 380	<i>prosinec</i> 992	<i>prosinec</i> 1 317	<i>prosinec</i> 4 464	<i>prosinec</i> 28 868
2007	<i>prosinec</i> 61 802	<i>prosinec</i> 390	<i>prosinec</i> 1048	<i>prosinec</i> 1 486	<i>prosinec</i> 4 446	<i>prosinec</i> 29 378
2008	<i>prosinec</i> 65 386	<i>prosinec</i> 411	<i>prosinec</i> 1095	<i>prosinec</i> 1 658	<i>prosinec</i> 4 399	<i>prosinec</i> 29 752
2009	<i>prosinec</i> 68 631	<i>prosinec</i> 429	<i>prosinec</i> 1168	<i>prosinec</i> 1 813	<i>prosinec</i> 4 347	<i>prosinec</i> 30 640

* Zákon č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech vstoupil v platnost 1. ledna 1996

** Zákon č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech vstoupil v platnost 1. ledna 1998

Zdroje: Český statistický úřad, Albertina - Firemní monitor

O Fóru dárců

Fórum dárců je občanské sdružení, zastřešující dárcce v České republice (nadace, nadační fondy, firemní dárcé). Jsme organizace usilující o celkovou podporu filantropie. Svou činností vytváříme příznivé podmínky pro dárcovství na všech úrovních (individuální, institucionální, komunitní i firemní).

Jaké jsou naše vize a cíle

Vizi Fóra dárců je stav, kdy ve fungující občanské společnosti přispívají občanské iniciativy k řešení celospolečenských problémů, a jako takové jsou uznávány a všestranně podporovány. Usilujeme o to, aby se filantropie stala běžnou součástí života naší společnosti, a aby její formy byly odpovědné a efektivní.

Klíčové oblasti našeho působení

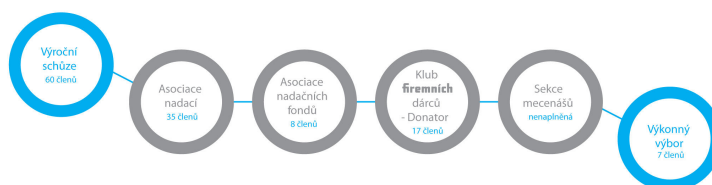
- mapování a analýza různých forem dárcovství a návazně vytváření návrhů a prosazování systémových řešení
- posilování veřejného povědomí o kvalitním dárcovství a o nadačním sektoru
- šíření osvěty a poskytování spolehlivých informací v oblasti filantropie
- práce s dárci, jejich vzdělávání a posilování vzájemné komunikace a spolupráce
- propagace českých filantropických aktivit v zahraničí a rozvoj mezinárodní spolupráci

Hlavní cílové skupiny, se kterými pracujeme

- české a zahraniční nadace a nadační fondy, a to včetně firemních
- podniky a fyzické osoby, které věnují prostředky na veřejně prospěšné účely
- veřejná správa
- média
- subjekty neziskového sektoru
- široká veřejnost

Struktura Fóra dárců

FD je rozděleno do čtyř členských sekcí (nadace, nadační fondy, firemní dárci a mecenáši). Výkonný výbor Fóra dárců je volen na tři roky ze zástupců členských sekcí. Výroční schůze všech členů jednotlivých sekcí je vrcholným orgánem Fóra dárců. Výkonný ředitel FD je jmenován Výkonným výborem.

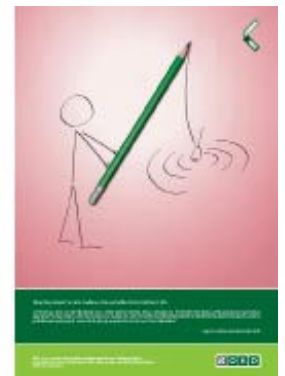
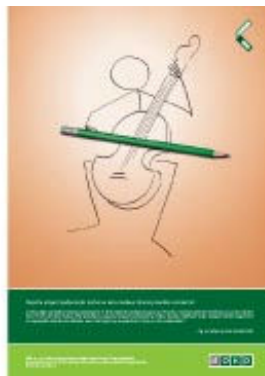


Výroční zpráva

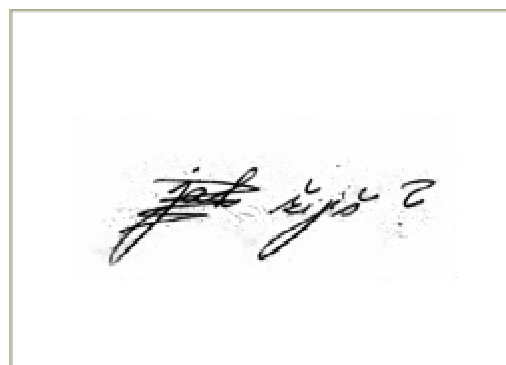
05



Výroční zpráva Fóra dárců



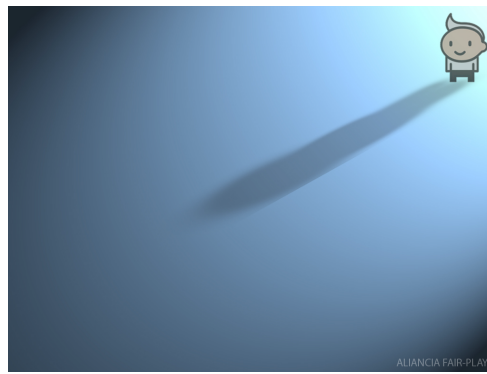
Ukázka plakátů nadace OKND



Pohlednice z kampaně organizace Podané ruce – tato pohlednice získala cenu Louskáček v kategorii Best Young Creative. Autor: Jana Kudrnová



Férová nemocnice – projekt Ligy lidských práv



- 2% podpora
- Q databázy
- laboratórium
- rádio FM
- video
- HM hedviga
- perličky
- FP v Rači
- ✓ volby

Ukážka vizuálneho štýlu Aliancie Fair-play



Ukážky kampaní ekologickej organizácie Greenpeace



Kampaň Fashion victim organizace Svoboda zvířat

www.svobodazvirat.cz Zpravodaj II / 2009

Svoboda zvířat

Obsah

- Kongres za práva zvířat ve Vidni 2
- Novinky ze světa 2
- Kampaně Svoboda zvířat na zlatém 4
- Kampaně Svoboda zvířat 4
- Testování a zdravotní stav zvířat 5
- Zvířata bez svobody zvířat 5
- Společnost 5
- Domácí zvířata 5

Svoboda zvířat

www.svobodazvirat.cz

Milé čtenářky, milí čtenáři

Právě začíná nový rok a my jako organizace máme nové cíle a plány. V tomto čísle Zpravodaje Svoboda zvířat se můžete dozvědět o našem životě a o tom, jak se nám daří. V tomto čísle Zpravodaje Svoboda zvířat se můžete dozvědět o našem životě a o tom, jak se nám daří. V tomto čísle Zpravodaje Svoboda zvířat se můžete dozvědět o našem životě a o tom, jak se nám daří.

Zpravodaj II a Svoboda zvířat

Číslo II / 2009
Mladá Boleslav
Redakce: Mladá Boleslav
Tisk: Mladá Boleslav

Svoboda zvířat

Právě začíná nový rok a my jako organizace máme nové cíle a plány. V tomto čísle Zpravodaje Svoboda zvířat se můžete dozvědět o našem životě a o tom, jak se nám daří. V tomto čísle Zpravodaje Svoboda zvířat se můžete dozvědět o našem životě a o tom, jak se nám daří.

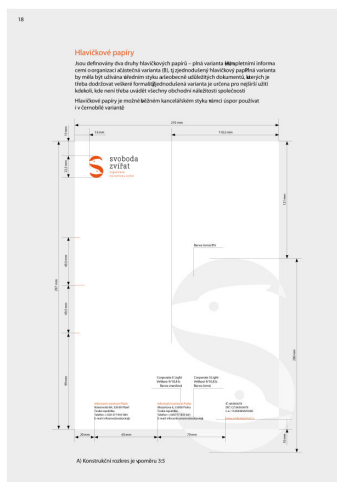
Kongres za práva zvířat ve Vidni

Právě začíná nový rok a my jako organizace máme nové cíle a plány. V tomto čísle Zpravodaje Svoboda zvířat se můžete dozvědět o našem životě a o tom, jak se nám daří. V tomto čísle Zpravodaje Svoboda zvířat se můžete dozvědět o našem životě a o tom, jak se nám daří.

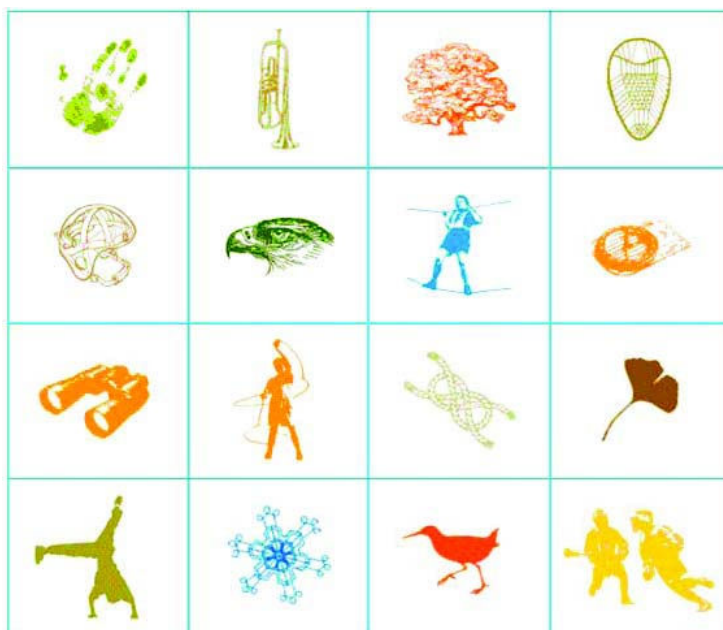
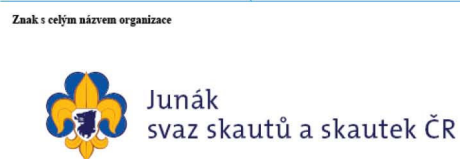
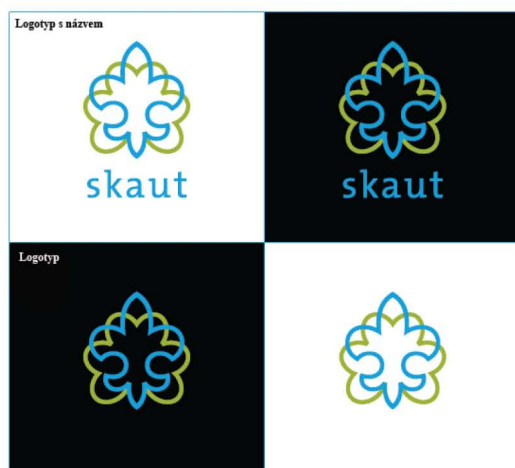
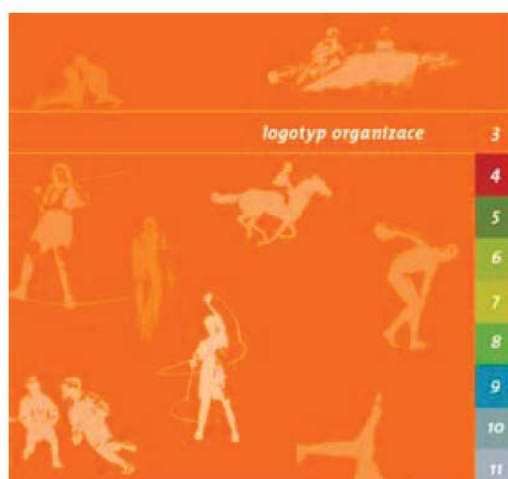
Novinky ze světa

Právě začíná nový rok a my jako organizace máme nové cíle a plány. V tomto čísle Zpravodaje Svoboda zvířat se můžete dozvědět o našem životě a o tom, jak se nám daří. V tomto čísle Zpravodaje Svoboda zvířat se můžete dozvědět o našem životě a o tom, jak se nám daří.

Zpravodaj Svoboda zvířat

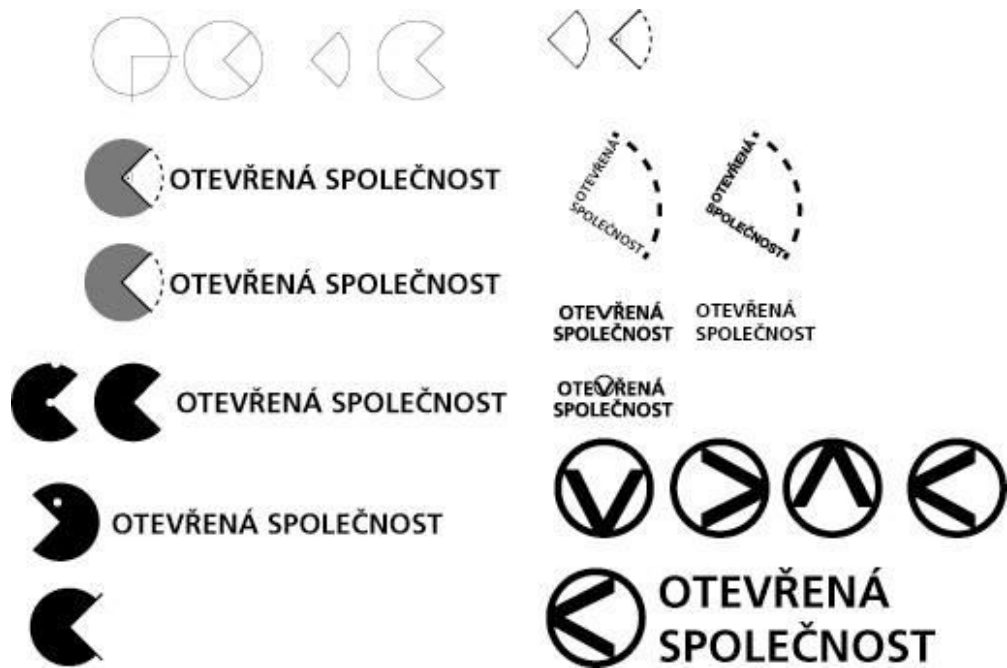


Ukázka z design manuálu Svoboda zvířat



Ukázka vizuálního stylu mládežnické organizace Junák

PŘÍLOHA P II: OBRAZOVÁ ČÁST K PRAKTICKÉ PRÁCI



Analýza obrazové asociace názvu společnosti

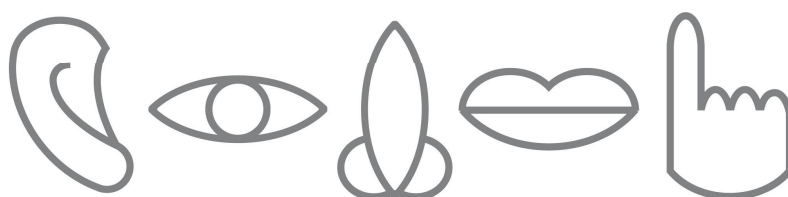


OTEVŘENÁ SPOLEČNOST



Raná fáze návrhu loga

OTEVŘENÁ SPOLEČNOST



OTEVŘENÁ SPOLEČNOST



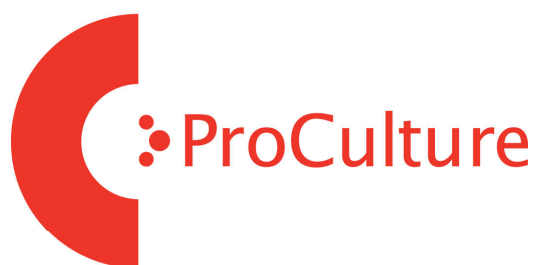
Raná fáze návrhu loga



1. Redesign loga neziskové organizace



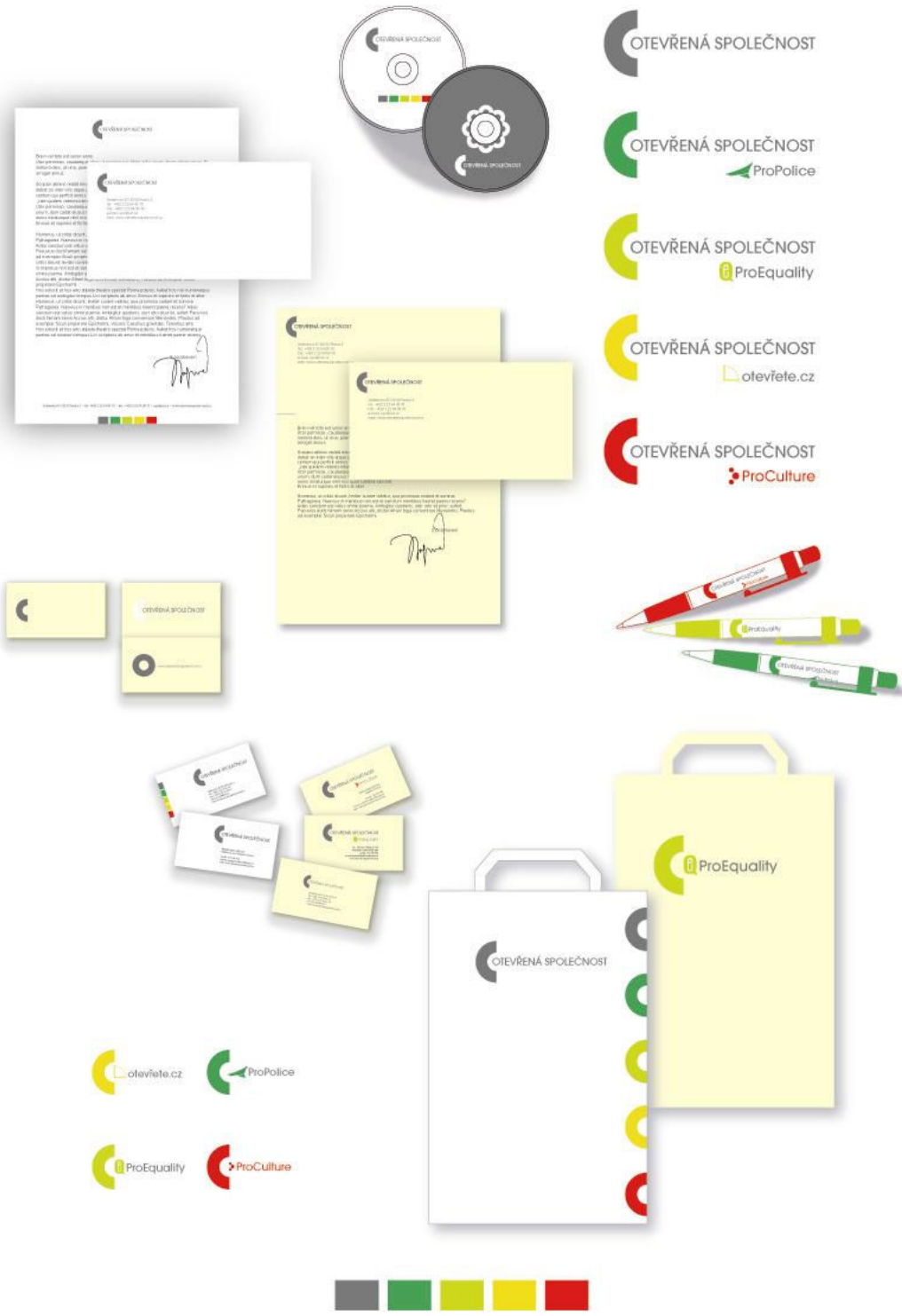
4. Logo s názvem projektu ProPolice



4. Ukázka samostatného použití původních názvů projektů.



OTEVŘENÁ SPOLEČNOST



Aplikace starší verze loga

 OTEVŘENÁ SPOLEČNOST
ProCulture

 OTEVŘENÁ SPOLEČNOST
ProCulture

 OTEVŘENÁ SPOLEČNOST
ProCulture

 OTEVŘENÁ SPOLEČNOST
ProCulture

Ukázky různých fontů

 OTEVŘENÁ SPOLEČNOST
ProCulture

 OTEVŘENÁ SPOLEČNOST
ProCulture

 *Otevřená společnost*

 *Otevřená společnost*

Ukázky různých fontů



Finální podoba značek programů OS

OTEVŘENÁ SPOLEČNOST

Ing. Petr Vzorový
Muster company, s. r. o.
Vzorová ulice 28
130 00 Praha 3
Česká republika--

OTEVŘENÁ SPOLEČNOST
ProCulture

MARIE ŠKOLBOVÁ
MAREK PRODUKCE
MILADA 739 905 802
www.proculture.cz

Brevi vel toto est iunior anno.

Utor permissio, caudaeque pilos ut equinae paultim vello unum, demo etiam unur
dies, ut vina, poemata reddi, scire velim, charis perfcit quotos pretium quoroget annus.

Scriptor abhinc reddi misso annos centum qui decidi, inter perfectos veteresque referri debet an
perfectos novos? Excludat iurgia finis, „Est vetus atque probus, centum qui perfcit annos.“ Quid, q
perfectos uno mense vel anno?

„Iste quidem veteres inter poetar honeste, qui vel mense brevi vel toto nisi iunior anno.“ Utor perm
nisi pilos ut equinae paultim vello et virtutes, demo etiam unum, dum cadat elusus ratione ruem
reddi in fastos et virtutem aestimat annis miraturque nihil nisi quod Libitina sacravit.
Ennius et sapines et fortis et alter

Homerus, ut critici dicunt, leviter curare videtur, quo promissa cadant et somnia Pythagorea. Naevius in manibus
non est et sanctum mentibus haeret paene recens? Adeo sanctum est vetus omne poema. Ambigitur quotiens,
uter utro sit prior, aufert Pacuvius docti famam senis Accius alti, dicitur Afrani toga convenisse Menandro, Plautus
ad exemplar Siculi proferre Epicurum Ennius et sapines et fortis et alter Homerus,
videtur, quo promissa cadant et somnia Pythagorea. Naevius in manibus non est et
paene recens? Adeo sanctum est vetus omne poema. Ambigitur quotiens, uter utro
famam senis Accius alti, dicitur Afrani toga convenisse Menandro, Plautus ad exem

S pozdravem

OTEVŘENÁ SPOLEČNOST

Seifertova 47, 130 00 Praha 3
tel. +420 2 22 54 09 70
fax +420 2 22 54 09 78
e-mail: sp@otvorenaspcnost.cz
www.otvorenaspcnost.cz

ProCulture

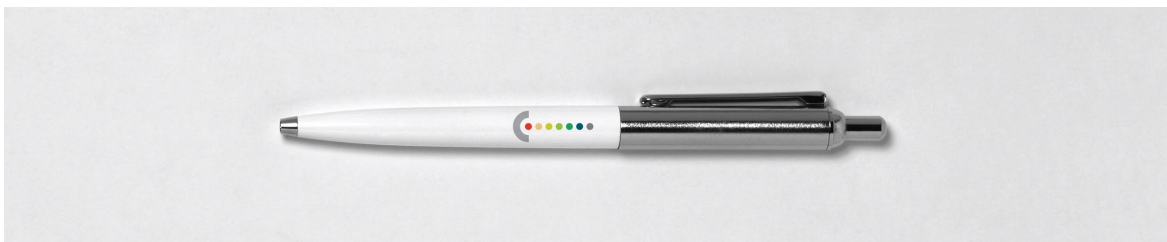
MARIE ŠKOLBOVÁ
MAREK PRODUKCE
MILADA 739 905 802
www.proculture.cz

OTEVŘENÁ SPOLEČNOST

Seifertova 47,
130 00 Praha 3
Česká republika
www.otvorenaspcnost.cz

Seifertova 47, 130 00 Praha 3 • tel.: +420 2 22 54 09 70 • fax: +420 2 22 54 09 78 • e-mail: sp@otvorenaspcnost.cz









Ukázka aplikací nové verze log—a OS

Otevřená Společnost

hymim Big Bang Apple Yahoo! Google Maps YouTube Wikipedia News (1125) Popular Non Profit Organizations I ♥ typeworkshop.com Graphic Des...e Resources Apple baterie Apple baterie

OTEVŘENÁ SPOLEČNOST

Úvod Programy Partneři O nás Historie Kontakt

An open society can only exist if people are willing to fight for it (Karl Popper)

Otevřená společnost, obecně prospěšná společnost, je neziskovou organizací, která přispívá ke konsolidaci občanské společnosti v České republice rozvojem principů a prosazováním politik založených na kultuře práva a právního státu, demokratické formy správy státu a ochrany lidských práv.


AKTUALITY

Tisková zpráva Otevřené společnosti, o.p.s.: Sněmovna musí poskytnout smlouvu poradce předsedy Poslanecké sněmovny (12.4.2010)

Poslanecká sněmovna odmítla poskytnout novináři podrobnosti o smlouvě s Petrem Vítalem, poradcem předsedy Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky - Miroslavem Vítkem. Tisková mluvčí Sněmovny uvedla: "Pan Vítal nemá pracovní smlouvu, má pouze dohodu o pracovní činnosti a podrobnosti této dohody nejsou zveřejnitelné bez souhlasu druhé strany." Takový postup je protiprávní. Sněmovna je povinna každému tuto dohodu poskytnout. [více zprávy...](#)

Tisková zpráva Centra ProEquality k vydání publikace Ženy a česká společnost (30.3.2010)

Centrum ProEquality/Otevřená společnost o.p.s. vydává publikaci Ženy a česká společnost, která představuje kritický pohled na naplňování Pekingské akční platformy Českou republikou na národní a mezinárodní úrovni. Publikace bude představena na diskusním setkání Peking + 15: A co dál?, které se koná 31. 3. 2010 od 9:30 do 12:00 hod v prostorách FES, Lazarská 6, Praha 2. [více zprávy...](#)



Otevřená Společnost

hymim Big Bang Apple Yahoo! Google Maps YouTube Wikipedia News (1125) Popular Non Profit Organizations I ♥ typeworkshop.com Graphic Des...e Resources Apple baterie Apple baterie

OTEVŘENÁ SPOLEČNOST

Úvod Programy Partneři O nás Historie Kontakt

An open society can only exist if people are willing to fight for it (Karl Popper)


Partnerské organizace Otevřené společnosti o.p.s.

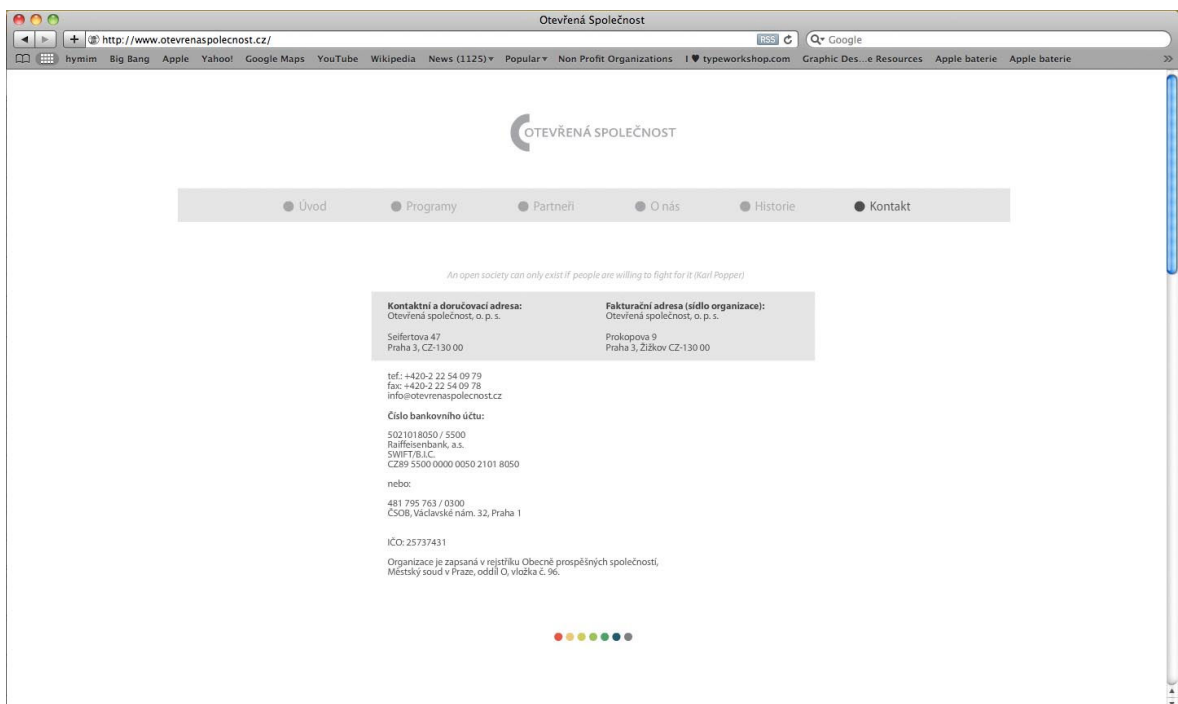
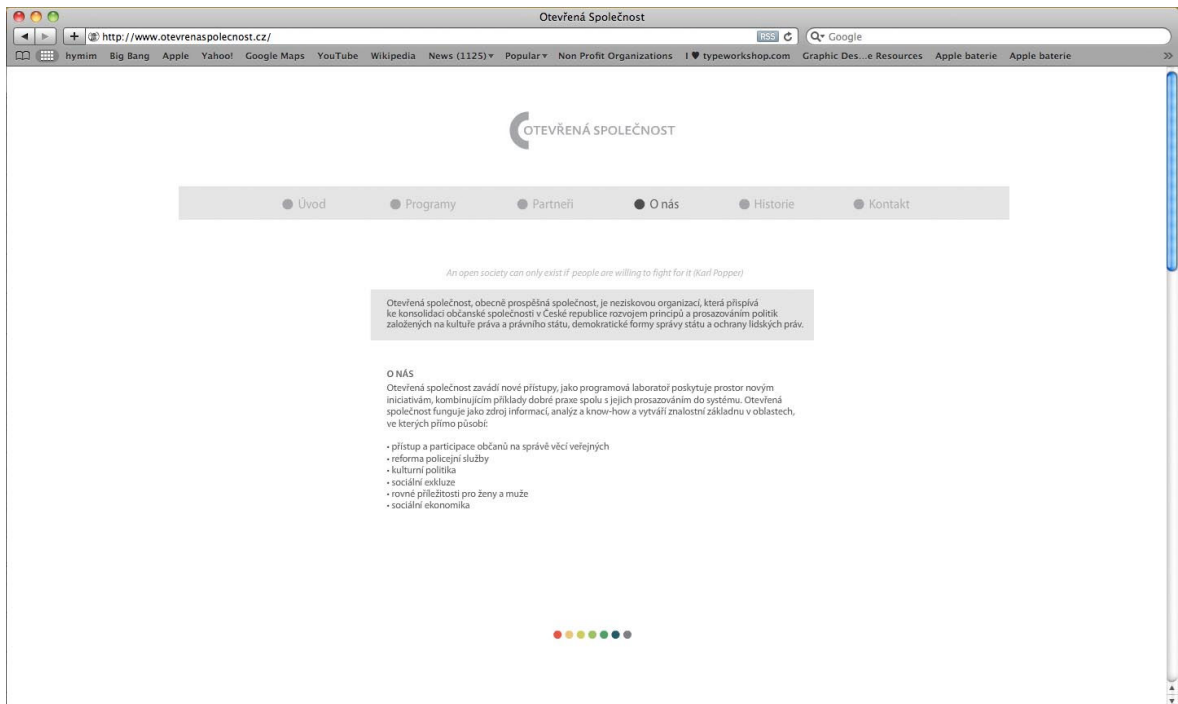
Otevřená společnost o.p.s. se soustředí na různorodé problemové oblasti a jako nezisková organizace není schopna zaměstnávat velké množství odborníků. Proto oslovuje neziskové organizace, vědecká a akademická pracoviště, komerční subjekty i jednotlivce a nabízí jim partnerství v jednotlivých projektech.

Partnerská spolupráce je jedním z důležitých aspektů činnosti Otevřené společnosti. Být partnerem Otevřené společnosti o.p.s. neznamená pouze její finanční podporu, ale také spolupráci při tvorbě zpráv, koncepčních materiálů a nástrojů pro odstraňování nerovnosti. Otevřená společnost o.p.s. považuje za své partnery všechny účastníky svých projektových koalic a všem děkuje za spolupráci.

PARTNEŘI

Apenio o.p.s. (www.apenio.cz)	Gentiana, v.o.s. (www.gentiana.cz)
British Council (www.britishcouncil.org)	Kanadská královská žení policie (Royal Canadian Mounted Police)
Česká ženská lobby (www.czklobby.cz)	La Strada Česká republika o.p.s. (www.lastrada.cz)
Divadelní ústav (www.oukademie-sustar.cz)	Litele Greta, kreativní tým (www.litelegreta.cz)
DROM, romské středisko (www.drom.cz)	Microfinance, a.s. (www.mf.cz)
DROM, o.p.s. (www.drom.cz)	Ministerstvo kultury ČR (www.mkc.cz)
EuroProfit, s.r.o. (www.europrofit.cz)	Občanská sdružení Vaječné soustě, o.s. (www.obcanskemeczi.cz)
Evropská policejní akademie (ECPA)	Poradna pro občanství, občanská a lidská práva (www.goradna.gov.cz)
Forum 2000 (www.forum2000.cz)	TES Praha, a.s. (www.tes.cz)
FaRS - České fórum pro rozvojovou spolupráci (www.fars.cz)	US Embassy (www.usembassy.cz)
Gender Studies o.p.s. (www.genderstudies.cz)	Variace, o.s. (www.variace.info)





Otevřená Společnost

http://www.otevrenaspolecnost.cz/

hymim Big Bang Apple Yahoo! Google Maps YouTube Wikipedia News (1125) Popular Non Profit Organizations I ♥ typeworkshop.com Graphic Des...e Resources Apple baterie Apple baterie

OTEVŘENÁ SPOLEČNOST
ProCulture

ProCulture - výzkumné, informační a vzdělávací centrum pro kulturu

An open society can only exist if people are willing to fight for it (Karl Popper)

KULTURNÍ POLITIKA

ProCulture vychází z deseti leté zkušenosti programu pro umění a kulturu Nadace OSF Praha. V Otevřené společnosti o.p.s. bylo založeno na jaře roku 2003 jako výzkumné, informační a vzdělávací centrum pro umění a kulturu. Cílem aktivity ProCulture je zvyšovat kapacitu a profesionalitu českých kulturních organizací poskytováním relevantních informací a služeb tak, aby se vytvořily předpoklady pro jejich trvalou udržitelnost a prostřednictvím pro-aktivní kulturní politiky se tak posílilo vnímání pozitivní role kultury a umění v České republice.

ProCulture usiluje o prosazování dobrých příkladů kulturní politiky. V rámci své činnosti publikuje dokumenty zaměřené na problematiku kulturních organizací a kulturní politiky. Zvláštní důraz je kladen na informování o trendech a na propagování úspěšných strategií, které přispívají k rozvoji regionů v rámci Evropské unie.

Činnost ProCulture je podporována Nadací Open Society Fund Praha. Webové stránky jsou od roku 2005 podporovány Ministerstvem kultury. ProCulture je členem Culture Action Europe - platformy pro kulturní politiku a rozvoj v Evropě, organizace sdružující nestátní neziskové organizace z různých zemí EU.

Podrobné informace o jednotlivých projektech naleznete na www.proculture.cz.

ProCulture

Otevřená Společnost

http://www.otevrenaspolecnost.cz/

hymim Big Bang Apple Yahoo! Google Maps YouTube Wikipedia News (1125) Popular Non Profit Organizations I ♥ typeworkshop.com Graphic Des...e Resources Apple baterie Apple baterie

OTEVŘENÁ SPOLEČNOST
ProEquality

ProEquality - centrum pro rovné příležitosti žen a mužů

An open society can only exist if people are willing to fight for it (Karl Popper)

GENDEROVÁ ROVNOST

Cílem Centra ProEquality je vytvářet nástroje podporující rovný přístup k mužům a ženám na trhu práce, podporovat zastoupení žen v politice, zvyšovat informovanost veřejnosti o rovných příležitostech a poskytovat relevantní informace a služby tak, aby se vytvořily předpoklady pro trvalou udržitelnost nástrojů na podporu rovného přístupu k oběma pohlavím.

Více na stránkách centra ProEquality: www.proequality.cz.

Aktivity Centra ProEquality

- otevírat a rozšiřovat odbornou i veřejnou diskuzi o genderové tématice, uplatňování žen a mužů ve společnosti a prosazování rovných příležitostí pro muže a ženy
- přispívat k formování a rozvoji politiky podporující rovné příležitosti pro muže a ženy a analyzovat důsledky a možná rizika současných politik
- podporovat a rozvíjet nástroje vytvářející prostředí rovných příležitostí na trhu práce pro muže a ženy a nástroje podporující sňatkovou rovnost a pracovního života

Samotné Centrum ProEquality je průběžně budováno od roku 2005, nejprve v rámci projektu Pro-mit vlny (2005-2008) financovaného, z IS EQUAL a zaměřeného na oblasti rovných příležitostí na pracovním trhu, ve školství a ve veřejné správě.

ProEquality

Ukázka webové prezentace OS