

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

**Bakalářská práce**

Koordinovaný vizuální styl neziskové organizace  
Vizuální styl organizace Dzig

**Barbora Škvorová**

Plzeň 2015

Západočeská univerzita v Plzni  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Katedra výtvarného umění

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Ilustrace a grafika

Specializace Grafický design

**Bakalářská práce**

**Koordinovaný vizuální styl neziskové organizace**

Vizuální styl organizace Dzig

**Barbora Škvorová**

Vedoucí práce: akad. mal. Ditta Jiříčková  
Katedra výtvarného umění  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara  
Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2015

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literatury.

.....  
V Plzni dne

.....  
podpis autora

# Obsah

1.	MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE.....	1
2.	TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY.....	2
3.	CÍL PRÁCE .....	3
4.	PROCES PŘÍPRAVY .....	4
5.	PROCES TVORBY .....	5
5.1	LOGO.....	5
5.2	BARVA.....	6
5.3	DOPLŇKOVÝ MATERIÁL.....	6
6.	TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA .....	10
7.	POPIS DÍLA.....	12
8.	PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR.....	13
9.	SILNÉ STRÁNKY .....	14
10.	SLABÉ STRÁNKY .....	15
11.	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....	16
12.	RESUMÉ.....	17
13.	SEZNAM PŘÍLOH.....	18

# 1 Mé dosavadní dílo v kontextu specializace

K uměleckému oboru jsem vedena už od dětství, kdy jsem prošla přes tvůrčí umělecké kroužky jako je keramika a základní umělecká škola. Ve výtvarném prostředí se pohybuji dlouho a po celou dobu se vyvíjím určitým směrem a nabírám zkušenosti a inspiraci. Postupem času jsem se více začala zajímat o grafický design. Líbila se mi na něm ta čistota práce, smysl pro detail a zároveň neskutečné možnosti, které nabízí zároveň spolu s digitálními technologiemi. S možnostmi počítačů jsem se začala seznamovat na střední škole. Už tam jsem studovala obor Grafický design. Začala jsem hledat styl, kterým bych se chtěla ubírat a se kterým bych byla spokojena. Postupně jsem poznávala, jak má vypadat dobrý grafický design a snažila se ho napodobovat. Baví mě zkoušet uspořádat informace a zároveň se řídit zásady grafického designu, které se zároveň mohou porušovat ale ne ignorovat. Často jsem se inspirovala a učila od známých grafiků například na výstavách.

Uvědomuji si, že grafik je prostředník. Někdo, kdo přijímá myšlenky a nápady a dává jim viditelnou podobu tak, aby jí ostatní porozuměli. Design má mnoho společného s reklamou. Grafik vstřebává koncept ve verbální podobě a dává mu vizuální formu, jež v nás pak vyvolává určitý dojem. Ten závisí na dovednostech a tvůrčí citlivosti designéra. Můj cíl ve specializaci grafického designu je, abych se naučila rozeznat špatný a dobrý design a jít takovou cestou abych byla se svou prací spokojena, nebála se ji prezentovat a byla na ni pyšná. Vím o svých mezerách a zkouším je minimalizovat. Ráda své práce konzultuji se zkušenějšími grafiky, nebo i s laiky. Zajímají mě jejich názory, postřehy a osobní myšlenky. Často to nemusí být špatné, znát takový názor od někoho, kdo mé dílo vidí s určitým odstupem.

Myslím si, že lidí, kteří umí s grafickým programem v dnešní době stále přibývá. To, však ještě nemusí znamenat, že jsou grafičtí designéři, ačkoli by si to o sobě mohli myslet. K této specializaci bohužel nebo naštěstí je potřeba trochu toho uměleckého citu.

## 2 Téma a důvod jeho volby

Téma Koordinovaný vizuální styl neziskové organizace jsem si vybrala, protože jsem se s ním již setkala v malém rozsahu například na praxi v reklamní agentuře. Nikdy jsem si však nezkusila celý vizuální styl vytvořit. Pokaždé jsem se k němu dostala pouze jako k hotovému a na jeho základě jsem měla tvořit další tiskoviny. Myslím, že jako základ k tomu abych se do toho sama pustila, nebyl špatný. Naučila jsem se pracovat s manuály vizuálních stylů, viděla jsem, co mají obsahovat a snažila jsem se vždy co nejvíce přijmout jejich filozofii, na základě které jsem pracovala. Proto jsem se rozhodla zkusit takový manuál pro menší organizaci vytvořit. Chtěla jsem využít prostoru, který v rámci bakalářské práce mám a konzultací s odborníky, které mi jsou k dispozici a rozšiřovat tak své obzory v tomto oboru.

Dalším důvodem, proč jsem si vybrala toto téma na existující organizaci bylo, že jsem věděla, že moje práce bude použita. Organizace dosud neměla ani pořádné logo a tak jsem získala motivaci a opravdové zkušenosti spojené s prací pro konkrétního zákazníka.

### 3 Cíl práce

Cílem mé práce bylo, vytvořit logo a celkový vizuální styl organizace Dzig. Dzig je organizace dvou mladých kluků, kteří se rádi zabývají ve svém volnu výškovými pracemi, rizikovým kácením stromů, odbornými prořezy a údržbou dřevin (arboristikou). Název organizace si vymysleli sami a vychází z citoslovce kácení stromu motorovou pilou a jeho následného spadnutí.

Nyní má organizace pouze laicky řešené webové stránky s kontakty a seznamem nabídek ale bez většího zásahu grafického designéra a reklamu na autě řešenou podobně. Zatím se nespolehají na sílu reklamy a svého vizuálního stylu ale pouze na kontakty známých. Mým úkolem bylo vymyslet poutavý vizuální styl a logo, které by odpovídalo charakterem tomuto kácení, řezání, těžké práci a stromům. Zároveň jsem chtěla, aby logo bylo jednoduché, zapamatovatelné, vtipně řešené a aby pozvedlo estetickou hodnotu celé organizace.

## 4 Proces přípravy

Celý tento projekt jsem měla vymyšlený již před zadáním bakalářské práce. V detailech jsem však začala přemýšlet až po té. Následně jsem se pokusila svoji práci časově rozvrhnout a udělat si plán. Vše se odvíjelo od vytvoření loga a tak jsem mu věnovala nejvíce času. Věděla jsem, že pokud vytvořím logo, se kterým nebudu spokojena, bude se to odrážet v celé mé práci. Přesto jsem počítala s tím, že i ostatním tiskovinám a návrhům chci věnovat dostatek času.

Několikrát jsem se byla podívat na průběh akce řezání stromů a pozorovala, co by se mi mohlo hodit do mé práce. Všimla jsem si propagační, praktické a estetické stránky. Přemýšlela jsem nad barevnými kombinacemi loga i nad jeho celkovou podobou. Chtěla jsem do loga dostat zvuk pily, řezání klínu do stromu, zuby pily, padání obrovského stromu k zemi s mohutným zaduněním, kontrast velkého stromu a malého člověka...

Inspirovala jsem se nejen u konkurenčních firem a hledala nedostatky, které bych mohla využít pro svůj prospěch. Zkoušela sebe dostat do role nejen grafického designéra ale i do role běžného „konzumenta“ nekonečného množství reklam a firemních log.

Vzniklo mnoho skic a nápadů ke konzultaci avšak některé se na použití do loga příliš nehodily. Například čitelností v menší velikosti, byly až příliš složité nebo nenesli tu správnou informaci, kterou jsem chtěla.

Postupem času jsem začínala přemýšlet i o všech tiskovinách a reklamních předmětech, které by se pro můj účel hodily. Jednalo se nejen o vizitky ale i obálky, dopisní papíry. Přemýšlela jsem o reklamních předmětech, které by mohly být pro tuto organizaci užitečné, například trička, potisk auta a samolepky.

O barvě jsem věděla, že zelená by k mému návrhu mohla fungovat, ale v úvahách jsem měla doplňkové barvy jako třeba oranžovou nebo šedou.



## 5 Proces tvorby

Pro začátek tvorby jsem věděla, že je nutné mít odrazové body a zároveň mantinely své práce. Stanovila jsem si hesla a prošla zjištěné informace z přípravy, která jsem chtěla, aby se v práci zobrazily a dodržely.

### 5.1 Logo

Ve skicování značky se objevovaly znaky zlomeného stromu, klikiháků, nejrůznějších klínů, letokruhů, kmenů, pily... V počítačové variantě jsem měla užší výběr. Loga která jsem si myslela, že by se daly použít už tak dobře najednou nevypadaly. Postupně jsem zjistila, že jsem se podvědomě pro jedno upnula a vytvářela jsem pouze varianty tohoto loga. Najednou jsem zjistila jak na mě působí počítačové programy, jen jsem kopírovala to stejné logo jen s menšími změnami a nikam to nevedlo. Nemohla jsem najít tu správnou cestu. Stále jsem nebyla spokojena a čas na vypracování loga se krátil. Musela jsem se trochu odpoutat a zkusit ještě něco nového, protože jsem věděla, že variant, jak značku vytvořit je mnoho a já chtěla jít tou variantou, která mi bude připadat nejlepší, nejzajímavější a vyjde z nějakého výběru a ne tou, ke které se upnu jako k první. Vrátila jsem se znovu ke skicám a snažila se soustředit, aby nové varianty neměly úplně jiné principy a formy. K novému pohledu na logo a značku mi také možná dopomohlo selhání harddisku v počítači, kdy se všechny mé dosavadní návrhy loga smazaly. Na mé logo to mělo pozitivní vliv ale na moji psychiku bohužel ne. Najednou jsem zjistila, že můj časový plán na logo vypršel. Ano, i toto je vlastně pozitivní zkušenost pro moji budoucí kariéru grafického designéra. Většinou jsem schopná dodržet stanovené termíny mnou i zákazníkem, čas si hlídám a pracuji podle plánu. Může ale nastat podobná situace víckrát. Myslím, že mě to posunulo dopředu a během jednoho večera jsem zvládla udělat skoro finální variantu loga.

Vyšla z písmen názvu organizace – Dzig. Využila jsem písmeno I, které se nabízelo k použití grafického prvku. Nutné bylo, aby logo zůstalo stále čitelné ale zároveň poutavé. V písmenu I je skrytý symbol jednoduchého stromku a ostrých zubů pily. Abych logo nějak sjednotila, zkusila jsem variantu negativu.

Text jsem tedy dala do rámečku, kde vynikl prvek písmene I. Stále jsem se značkou nebyla spokojena. Zkoušela jsem ostatní písmena v jiných fontech, až jsem se inspirovala fontem, který měl zkosené rohy písmen. Přišlo mi to jako dobrá varianta, kterou bych mohla určitým způsobem využít u svých zbylých písmen ve značce. Navozuje to dojem useknutí a řezu. Zkosila jsem tedy některé rohy písmen bezpatkového fontu v úhlu 35°. Stejný motiv jsem použila i u rámečku celé značky. Zvolila jsem si k ní font, který budu používat v textech a značku jsem doplnila popisem organizace. Po dlouhém vybírání jsem zvolila font Futura. Je to geometricky konstruované písmo, u kterého se dá použít i tučný řez písma.

## 5.2 Barva

Z barev jsem nakonec vypustila oranžovou a zůstala jen u zelené, černé a bílé. Oranžová barva byla v začátku mezi návrhy díky tomu, že stromolezci používají oranžové helmy a pily. Protože jsem chtěla celkový vizuální styl co nejvíce zjednodušit, zůstala jsem pouze u hlavní zelené barvy. Odstín zelené barvy je tmavší, aby v ní vynikl text a logo vypadalo na tiskovinách čitelně. V negativní variantě lze použít i v bílé na zeleném podkladě a díky podobě loga vypadá také dobře čitelně. Existuje i varianta v černobílé.

## 5.3 Doplnkový materiál

Po ujasnění finální verze značky jsem začala pracovat na ostatních tiskovinách a doplňkových materiálech. Postupovala jsem podle plánu. Prvním bodem byly vizitky. U nich jsem chtěla dodržet jednoduchost, přehlednost a zároveň podpořit styl značky a zaměření organizace. Zvolila jsem, řekla bych, jednoduchý styl klasické vizitky. Značku jsem dala do levého horního rohu a text do pravé spodní části vizitky. Text jsem ponechala v jednom bloku pod sebou a jen pracovala se silnějším řezem písma stejného fontu. Abych vizitky udělala efektnější a navodila pocit prostředí stromů a přírody, použila jsem na vizitky přírodní karton se strukturou. U vizitek jsem zopakovala motiv pravého horního zkoseného rohu.

Protože se mi několikrát nabízela varianta použít jen část z loga, definovala jsem ve vizuálním stylu také možný použitelný motiv. Jedná se o samostatné použití písmene I, které je zároveň symbolem ostrých zubů a zároveň polovina jednoduchého stromku. Jako doplňkový motiv je definován ve variantě zelené barvy, plně zbarvené nebo v obrysové lince. Zároveň lze také motiv hravě využít spojením dvou takovýchto motivů otočených „zuby k sobě“ takže vtipně utvoří motiv jednoduchého piktogramu stromku v ohraničeném poli. S tímto motivem jsem také pracovala když mě napadlo jeho využití pro doplňkový rastr v manuálu vizuálního stylu.

Od vizitek a vytváření doplňkového motivu jsem dále pracovala na obálce a dopisním papíru. Na obálku jsem zvolila stejný druhu papíru, jako na vizitky, jen mají menší plošnou hmotnost. Logo je zepředu na obálce, podobně jako u vizitek v horním levém rohu spolu s adresou firmy. Protože nemám zatím žádnou zkušenost s tiskem na obálky, chtěla jsem to zkusit. Zvolila jsem návrh na oboustranný tisk a nakonec po technické stránce vše dopadlo dobře. Zezadu na obálce je malým zeleným písmem zopakována adresa organizace a v pravém dolním rohu motiv v plně zelené variantě.

Jako další doplňkové materiály k vizuálnímu stylu jsem zvolila samolepky, razítko, polepení auta, návrh na potisk triček a drobné reklamní předměty jako propisky a klíčenku. Samolepky jsou vytisknuté na lesklý samolepící papír a zobrazují pouze inverzní logo na zeleném podkladě se zkoseným rohem, tak jak je dána oficiální hlavní podoba loga. Samolepky jsem vyhotovila ve dvou velikostech kdy větší měří na délku 12 cm a menší 8,5 cm.

Pro razítko jsem vymyslela pouze návrh a pak nechala zadat firmě. Razítko je ve velikosti 4x4 cm a obsahuje logo, webové stránky, jméno a IČO. Využila jsem možnosti firmy, která razítka vyrábí a nechala razítko vyhotovit tak, aby tisklo zeleně. Přišlo mi to jako zajímavá varianta, která vizuální styl nijak nenarušuje.

Polepení auta zůstalo prozatím ve variantě návrhů. Protože jsem věděla, že nejspíš tyto návrhy realizovány nebudou, tím pádem jsem nebyla omezena finanční stránkou návrhu. Na boky auta jsem zvolila větší variantu loga jen z písmen a bez podkladového rámečku. Logo je natočené, aby lépe korespondovalo se zadní částí auta přesto, že v manuálu vizuálního stylu není natáčení loga povoleno. Toto je výjimečný případ. Logo jsem přímo použila na

autě, na kterém by teoreticky byla možnost lepení. Vůz je škoda Octavia Combi v tmavě zelené barvě. Pro tento případ jsem zvolila polepení v bílé barvě. Ve variantách je zároveň polepení i ze zadní a přední části auta. Zezadu motiv z loga a webová stránka a zepředu jen kombinace těchto dvou motivů. Původně jsem také řešila, jaké informace by na autě měly být. Potisk auta může totiž i působit jako velká „vizitka“ organizace. Příliš mnoho informací by mohlo mít i negativní stránku. Vsadila jsem tedy jen na výrazné použití loga, webových stránek a popisu práce organizace.

U návrhů na potisk triček jsem pracovala především s grafickým motivem z loga. Použitelné jsou dvě varianty. Jedna graficky čistší a druhá vtipnější. Tisk je na trička v zelené barvě. U první varianty je zepředu na pravém boku v plné bílé barvě motiv až k rukávu a na levé straně v úrovni prsou malé logo. Zezadu navazuje na boku motiv jen v obryse malým písmem webové stránky organizace. Druhá varianta triček je zepředu stejná, ale na zadní straně je dvakrát motiv v obryse v menší velikosti a otočený rovnými stranami k sobě. Tato varianta působí vtipně, z toho důvodu, že připomíná podobu křídel. Může to symbolizovat nějakou spojitost s anděli, kteří by při stromolezcích měli stát, protože jejich práce se nedá považovat za příliš bezpečnou.

Tisk triček jsem se rozhodla zrealizovat ve druhé variantě. Našla jsem firmu na potisk triček, která má v nabídce podobný odstín triček v zelené barvě, která je v mém vizuálním stylu. V budoucnu bych ráda tento motiv na tričkách využila například i na mikiny, pro které by se také našlo využití. Ostatní doplňkový materiál jsem zatím ponechala jen v návrzích v manuálu vizuálního stylu. Protože organizace existuje pouze krátkou dobu, je možné že i tyto věci budou postupem času zrealizovány. Propisky bych ráda udělala ve dřevěném nebo papírovém provedení aby i materiálem odpovídaly vizuálnímu stylu.

V poslední řadě jsem se pustila do sestavení manuálu vizuálního stylu. Myslím si, že je to jedna z nejdůležitějších částí při práci na vizuálním stylu organizace. Je to užitečné jak pro mě, jako pro autora, protože si sama ujasním a definuji práci, tak i pro případně jiné osoby, které budou v budoucnu chtít s organizací nějak spolupracovat a používat jejich vizuální styl. Manuál jednotného vizuálního stylu má pomáhat vybudovat kvalitní a maximálně jednotnou prezentaci organizace. V manuálu jsem použila i již zmiňovaný rastr. Dále postupuje podle daného obsahu, kde definuji logo, jeho použití, použitelné

varianty, ochranou zónu loga, nejmenší možné velikosti, barvy, písmo doplňkový motiv, použití tiskovin a reklamní předměty.

## 6 Technologická specifiká

Technologicky jsem se snažila využít možnosti, jaké jsou nejen v tisku k dispozici. Zároveň jsem chtěla, aby celkový vizuální styl v případném tisku nebyl mimo ekonomické meze. Na jednu stranu jsem použila ověřené technologie i prostředky, ale na druhou stranu jsem si také chtěla vyzkoušet něco nového. O finální podobě celého tohoto projektu si myslím, že technologicky náročná nebyla. Bylo to i v mém záměru. Chtěla jsem se vyvarovat zbytečným efektům a technologickým experimentům z důvodu přílišné kombinovatelnosti, která by nemusela mít pozitivní vliv na mou práci. Snažila jsem se mít celý vizuální styl víceméně jednoduchý a čistý.

Technologicky pro mě nijak složité, ale nové, bylo razítko. Má práce byla jen navrhnout motiv a odeslat e-mailem do firmy, která se tím zabývá. Poznala jsem však určitá specifiká i při této výrobě a nutnosti, které jsou potřeba. Povzbudila mě i situace, kdy jsem v ruce držela razítko na němž byl zrealizovaný můj návrh.

Zároveň jsem ještě nikdy nezkoušela navrhnout potisk na auto. Musela jsem si uvědomit, jaká technická specifiká musí samolepka na auto mít a řídit se tím. Zamýšlela jsem se nad tím, jak samolepka musí být řešená a řezaná, když vede například přes dveře auta. Často jsem se inspirovala, i když jsem šla jen po ulici a koukala po autech, jaké jsou možnosti v polepech na auta. V prvních návrzích na potisk na auto jsem měla i variantu magnetické fólie, která je odnímatelná. Tou jsem se inspirovala na autě, které má auto organizace nyní. Jedná se o tisk na samolepku, která se nalepí na magnet a zalaminuje. Výhoda je, že magnet se může aplikovat na jakékoliv auto. Jako nevýhodu jsem ale chápala omezení v rozměru. Chtěla jsem aby potisk působil více působivě i svou velikostí. Proto jsem se od tohoto nápadu vzdálila a použila potencionální variantu velkoplošného tisku.

Do technologických specifik bych chtěla také zahrnout použití materiálů, které se v mé práci objevují. Většinou se jedná o určité gramáže papírů. Pro vizitky jsem zvolila papír od plošné hmotnosti 220 g/m<sup>2</sup>. Jsou jednostranně tištěné na přírodní karton. Stejný tip přírodního papíru jen o hmotnosti 100 g/m<sup>2</sup>.

Pro tisk dopisních hlavičkových papírů jsem použila, myslím dostačující, klasický hlazený bílý papír o hmotnosti 90 g/m<sup>2</sup>. Dále je tisk na papír pouze u samolepek, kde se jedná o speciální samolepící papír o přibližné hmotnosti 100 g/m<sup>2</sup>. Tisk na auto je na speciální autofólii z PVC řezanou na plotteru. Trička jsou tištěna pouze na obyčejná klasická bavlněná trička s kulatým výstřihem a krátkými rukávy. Pokud by došlo na zhotovení reklamních propisek, jednalo by se o propisky ze dřevěného nebo papírového materiálu přírodní barvy.

## **7 Popis díla**

Vytvořila jsem jednotný vizuální styl organizace pro rizikové kácení stromů. Stylem by měl připomínat pracovní prostředí v přírodě a podporovat celkovou stránku organizace. Zároveň jsem navrhla použití tiskovin a jiných reklamních materiálů. Myslím si, že celkový dojem z celé práce působí jednotně a plní tak všechny složky vizuálního stylu.



## 8 Přínos práce pro daný obor

Myslím si, že má práce jako začínajícího designéra splňuje veškeré podmínky tohoto tématu. Většina designérů, kteří se tomu již nějaký čas věnují, si nejspíš podobný úkol již vyzkoušeli. Pokud se však najdou tací, kteří s grafickým designem nejsou tak daleko, začínají a chtějí se inspirovat, budu ráda, když jim k tomu dopomůže právě má práce a odnesou si z ní jen to nejlepší. Víím, z vlastní zkušenosti, že jako odrazový bod pomůže často i inspirace z práce někoho jiného.

Pokud však má práce neovlivní a neinspiruje nikoho jiného, minimálně pro mě samotnou měla velký přínos. Jsem ráda, že jsem si tuto práci vyzkoušela a že jsem ji zvládla. Nabrala jsem nové zkušenosti a znám užitečné informace pro další takovou práci. Myslím, že mě posunula zas o krůček dopředu ke grafickému designérovi, takovým, kterým bych chtěla jednou být. Ještě pár kroků po této cestě to, ale nejspíš chtít bude.

## 9 Silné stránky

Silnou stránku své práce chápu v uživatelnosti tohoto vizuálního stylu. Je to má první práce takového rozsahu a já sama jsem zvědavá, jak můj vizuální styl této organizace bude fungovat v reálném užívání. Pokud se vyskytnou problémy, budu je brát jako ponaučení a mohu s nimi dále pracovat. Zároveň jsem během práce mohla diskutovat i s reálným zadavatelem, čímž jsem si vyzkoušela jednat a prezentovat svoji práci. Od začátku mě motivovalo, že pracuji na projektu, který bude plně zorganizován. Projekt je z prostředí, které mi není cizí a bude možné, i nadále tento projekt rozvíjet.

Silnou stránku také vidím v celkové jednoduchosti vizuálního stylu. Řídila jsem se heslem, že „méně je někdy více“. Oprostila jsem se od veškerých efektů a pracovala jen s čistými grafickými prvky a typografií. Díky tomu je logo jasně čitelné, jednoznačné a snadno používané například i v menších tiskovinách.

V poslední řadě bych jako silnou stránku hodnotila i průběh mé práce. Stanovila jsem si body, které jsem víceméně dodržela i přes menší problémy. Ponaučila jsem se, rozšířila své obzory a um grafického designéra. Zjistila jsem, co opravdu stojí za finální podobou koordinovaného vizuálního stylu.

## 10 Slabé stránky

Myslím si, že v mé práci nejsou zásadní slabé stránky, které by celkový vizuální styl nějak negativně ovlivnily.

Jako slabou stránku své práce bych snad jen hodnotila až přílišnou jednoduchost a strohost. Zjednodušila jsem veškeré efekty, barevnosti a kombinace. Vizuální styl možná na někoho může působit až moc jednoduchým, neinovativním a utaženým dojmem.

## 11 Seznam použitých zdrojů

AMBROSE, Gavin a Paul HARRIS. *Layout: velký průvodce grafickou úpravou*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2009, 193 s. ISBN 978-80-251-2165-8.

BABÁK, Petr. *Proto: grafický design a současné umění*. Vyd. 1. Editor Petr Bosák, Robert Jansa. V Praze: tranzit.cz, 2013, 243 s. ISBN 978-80-87259-22-1.

SAMARA, Timothy. *Grafický design: základní pravidla a způsoby jejich porušování*. V Praze: Slovart, 2008, 272 s. ISBN 978-80-7391-030-3.

BERAN, Vladimír. *Aktualizovaný typografický manuál*. 5. vyd. Praha: Kafka design, 2007.

## 12 Resumé

As my bachelor work I created complex visual identity of organization wich is focused on the risk felling of trees and arboriculture. The main part of this work was create logo and visual manual how to use it.

First of all I created lot of different types of logo and after I choosed one of them. The final colour of oraganization logo is green. The green colour was choosen from many reasons. This colour symbolizes focus on urban greenery and green is colour of position mood and hope.

Then I worked with logo manual and stationery for it. I created for example bussines cards, official letter, evnelope and other promotional items like stickers, rubber stamp, pencils, car stickers and T- shirts.

I wanted to create simply vizual identity wich will be easy to remember and help to this organisation be perspektive with modern vizual.

The final shape of my work has all requisites of visual style such an organization should have. My work evaluating positively and with my work I am satisfied.

## 13 Seznam příloh

Příloha 1



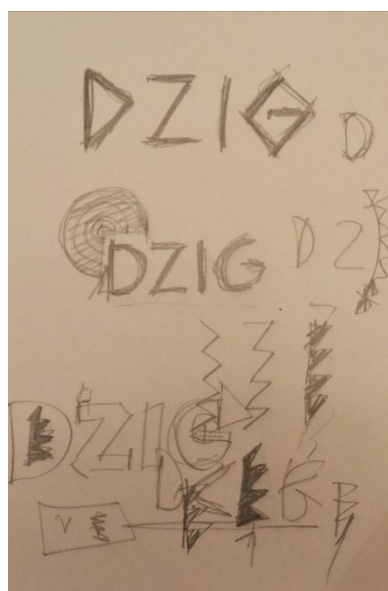
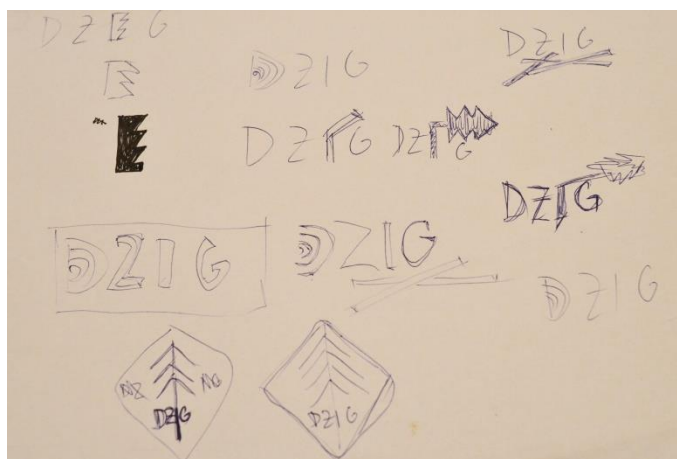
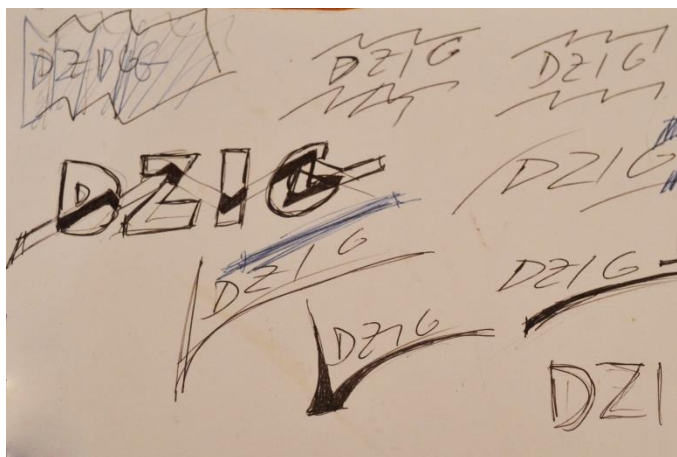
Příloha 2



Příloha 3 – loga konkurenčních firem



Příloha 4 – Návrhy





**DZIG**



**>ZIG**



**DZĘG**

**DZĚG**

**DZĚG DZĚG**

**DZĚG DZĚG**

## Příloha 7 – Vizitka



## Příloha 8 – Obálka



## Příloha 9 – Dopisní papír



## Příloha 10 - Razítko

