

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Bakalářská práce

**JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL RESTAURACE MASOPUST
JEJÍ PREZENTACE NA TISKOVINÁCH, V EXTERIÉRU A INTERIÉRU**

Zuzana Vondráková

Plzeň 2012

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Oddělení výtvarného umění

Studijní program výtvarná umění

Studijní obor Ilustrace a grafika – grafický design

Bakalářská práce

**JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL RESTAURACE MASOPUST
JEJÍ PREZENTACE NA TISKOVINÁCH, V EXTERIÉRU A INTERIÉRU**

Zuzana Vondráková

Vedoucí práce: ak. mal. Ditta Jiříčková

Oddělení výtvarného umění

Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2012

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2012

.....

podpis autora

OBSAH

1.

ÚVOD.....1

1.1 Téma a důvod jeho volby.....1

1.2 Cíle mé práce.....3

2. PROCES PŘÍPRAVY PRÁCE.....5

2.1 Seznámení s masopustním obdobím.....5

2.2 Představa stylu, výtvarný jazyk.....5

2.3 Jednotlivé prvky vizuálního stylu, věci a materiály pro jejich tvorbu....6

2.4 Shromáždění literárních podkladů a věcí k tvorbě.....6

3. PROCES TVORBY PRÁCE.....8

3.1 Kresebné návrhy a jejich redukce do digitálního rozhraní.....8

3.2 Logo restaurace.....8

3.2.1 Zamyšlení nad funkčností loga.....8

3.2.2 Kresebné návrhy a skici, digitální zpracování.....9

3.3 Barevnost jednotného vizuálního stylu.....9

3.4 Doprovodné prvky jednotného vizuálního stylu.....10

3.4.1 Geometrický rastr.....10

3.4.2 Siluety lidí s masopustními maskami.....10

3.4.3 Digitální fotografie.....11

3.5 Základní tiskoviny.....11

3.5.1 Nápojový a jídelní lístek.....11

3.5.2 Plakáty.....12

3.5.3 Vizitka.....13

3.5.4 Hlavičkový papír a dopisní obálka.....13

3.6 Exteriér a interiér restaurace.....13

3.7	Reklamní a prezentační materiály.....	14
3.8	Manuál jednotného vizuálního stylu.....	14
4.	TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA.....	15
4.1	Digitální přístroje a software použitý k práci.....	15
4.2	Logo restaurace.....	15
4.3	Barevnost jednotného vizuálního stylu.....	16
4.4	Doprovodné prvky jednotného vizuálního stylu.....	16
4.5	Základní tiskoviny.....	17
4.6	Exteriér a interiér restaurace.....	18
4.7	Reklamní a prezentační materiály.....	19
4.8	Manuál jednotného vizuálního stylu.....	19
5.	POPIS DÍLA.....	20
5.1	Části díla – jednotlivé prvky vizuálního stylu.....	20
5.2	Logo a jeho varianty.....	20
5.3	Barevnost vizuálního stylu.....	21
5.4	Doprovodné prvky vizuálního stylu.....	21
5.5	Základní tiskoviny.....	22
5.6	Exteriér a interiér restaurace.....	24
5.7	Reklamní a prezentační materiály.....	24
5.8	Manuál jednotného vizuálního stylu.....	25
6.	DÍLO V KONTEXTU DANÉHO OBORU.....	26
7.	ZÁVĚR.....	28
7.1	Zhodnocení vlastního díla.....	28
7.2	Přínos práce pro daný obor.....	29

8.	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	30
8.1	Knižní a periodická literatura.....	30
8.2	Internetové zdroje.....	31
9.	RESUMÉ.....	32
10.	SEZNAM PŘÍLOH.....	33

1. ÚVOD

1.1 Téma a důvod jeho volby

Obor a specializace mého studia na Ústavu umění a designu, tedy Ilustrace a grafika - grafický design, umožňuje studentovi vybírat z nesčetného množství námětů a témat bakalářské práce. Po mém rozhodnutí jaké téma si vyberu, jsem se věnovala studování a hledání podkladů o podobném, již existujícím díle. Vždy se můžeme nechat inspirovat tvorbou nejruznějších umělců a grafiků, můžeme se inspirovat dílem neznámého autora, které nás jistým způsobem zaujalo, tvorbou absolventů naší školy a můžeme se snažit dosáhnout podobně nebo více hodnotného uměleckého díla. Takováto inspirace je pro mne spíše motivací k samotné práci. Dokonale zpracované knihy, časopisy, plakáty a nejruznější vizuální styly celých společností, které má možnost člověk dnešního světa potkávat, mne motivují k vytvoření díla. Byla bych moc ráda, kdyby se i má práce jednou stala dílem, které by se poté mohlo stejně tak stát motivací pro ostatní studenty či umělce.

Je velmi obtížné vybrat si na půdě umělecké školy mezi lidmi umělecky a kulturně vzdělanými téma, které nebylo například zpracováno žádným studentem. Vzhledem k velikosti mého zájmu o grafický design bylo pro mne důležitější vybrat si téma, které mne nebude omezovat formou ani technikou zpracování. Téma, u kterého vím, že budu mít neustálý zájem o jeho dokonalé zpracování, přestože bylo již něco podobného mnohokrát umělecky ztvárněno. Myslím si, že i každé grafické dílo je, podobně jako třeba dílo malířské či sochařské, samostatným dílem a originálem, který lze jen velmi těžko napodobit.

Takovýmto požadavkům, které jsem si stanovila, nejvíce odpovídal tzv. jednotný vizuální styl¹. Během studia mne již mnohokrát napadlo, že bych měla veliký zájem vyzkoušet si plnohodnotný vizuální styl pro společnost či organizaci, jejíž identita a reklama² stojí z velké části právě na grafickém zpracování. Zkusit si zpracovat dílo, které by mohlo být jedním z požadavků na mne v mém budoucím profesním životě.

Z důvodu vlastnictví malé rodinné restaurace jsem měla silnou motivaci situovat mou práci právě do prostředí pohostinství. Za posledních několik let se potýkám se skutečností, která mi není příliš blízká. Myslím si, že dnešní doba až příliš často vpouští do naší vlasti kulturu, která je nám Čechům cizí. Je samozřejmostí, že každé město má touhu po kvalitním a moderním kulturním zázemí. Ovšem opravdu můžeme takovouto touhu naplnit pouze za pomoci cizokrajné kultury? Když jsem se zamyslela nad druhovou skladbou restaurací v naší zemi, uvědomila jsem si, že na můj vkus až příliš převažují restaurace se zahraničním, někdy až exotickým jídlem a atmosférou. Takovým příkladem jsou nejen tzv. americké fastfoody, anglické bageterie, čínské a indické restaurace, ale dokonce i restaurace tzv. krokodýlí či hadí. Typických českých kuchyní není nedostatek, nicméně v množství jmenovaných ostatních restaurací a stravoven se naše rozená kuchyně, myslím si, značně ztrácí. Typickým důkazem je nejen město mého dosavadního působení a studia Plzeň, ale i má rodná Třeboň.

¹ koncept libovolného množství jednotlivých prvků vizuální prezentace, fungující jako součást určité firemní identity

² placená i neplacená forma propagace výrobku, služby či společnosti

Za velmi sympatickou a zejména kulturně a umělecky hodnotnou považuji tradici tzv. masopustu³. Masopust. Tak zní tedy název mé potencionální restaurace, kterou se budu snažit pomocí grafického designu představit kvalitně a zajímavě tak, aby zaujala co nejširší spektrum lidí.

1.2 Cíle mé práce

Chtěla bych zpracovat historicky motivované dílo a ukázat, že i takovýto námět je schopen být kvalitním a zejména moderním námětem dnešní doby. Cílem mé práce je podpořit skupinu českých restaurací a propojit vizuální styl s několika aspekty, jako je nejen klasická a historická hodnota, ale i hodnota moderní a zájem mladých lidí o lehkost, vtip a zábavu. Položím otázku, zda se můžou naše tradice a historie ukázat ve světle moderního města a v závěru mé práce se zamyslíme nad odpovědí. To, že i toto je možné, se budu snažit dokázat průběžným vytvořením kolekce materiálů, které budou vycházet z jednotného vizuálního stylu. Bude jimi logo⁴, základní tiskoviny (nápojový a jídelní lístek, plakáty⁵, vizitky⁶, aj.), reklamní a prezentační materiály (sada hrnků, trička, aj.) nebo návrh vizuální podoby interiéru a exteriéru restaurace (tapety či fotografická výzdoba). Všechny tyto materiály a jimi tvořený jednotný vizuální styl budou mít úkolem zastavit člověka na ulici či před samotnou restaurací, upoutat jeho pozornost, vzbudit zájem o dokonalejší poznání či zajistit příjemné prostředí uvnitř restaurace.

³ karnevalové období spojené s tradicemi, kostýmy, maskami, s typickým masopustním jídlem a pokrmy

⁴ označení organizace, společnosti či firmy ve speciálním grafickém provedení

⁵ rozměrný list papíru vystavovaný na veřejných místech, který s použitím textu a obrazu upoutává na zboží, organizaci a podobně

⁶ jednoduchý informační prostředek na malém papíru používaný k obchodní propagaci

Úkolem bude představit lidově inspirovanou restauraci Masopust ve světle kvalitního designu a zábavného a moderního stylu.

2. PROCES PŘÍPRAVY PRÁCE

2.1 Seznámení s masopustním obdobím

Termín masopust je mezi lidmi všeobecně znám, nicméně i já sama jsem patřila do skupiny lidí, která měla o masopustu nepřesné informace. Při studiích literárních podkladů k mé práci jsem si své mínění upřesnila. *„Masopust neboli karnevalové období bylo v minulosti období od Tří králů do Popeleční středy. Popeleční středou začíná postní období před Velikonocemi. Masopust a zvláště několik posledních dní tohoto období byl pro lidi v minulosti oficiálním svátkem hodování, během kterého bylo třeba se dosyta najíst. Pak následoval dlouhý čtyřicetidenní půst.“*⁷

V době masopustu se tedy konaly nejrůznější hostiny a vepřové hody na vesnicích. Lidem z města, kteří se slávy neúčastnili, byly posílány masopustní výslužky, které většinou obsahovaly huspeninu⁸, klobásy, jitrnice, jelita a škvarky. Konzumovaly se mastné rohlíky s kávou nebo mlékem a kořalka. Večerní zábava se odehrávala vždy v hospodě.

2.2 Představa stylu, výtvarný jazyk

Než jsem začala navrhovat jednotlivé prvky celé identity, studovala jsem požadavky na vytvoření kvalitního a fungujícího jednotného vizuálního stylu. V závislosti na stanovených materiálech jsem hledala ideální představu vizuálního stylu s ohledem na velikost formátu jednotlivých tiskovin. Vizuální styl by měl mít střídmost, avšak výraznou barevnost.

2.3 Jednotlivé prvky vizuálního stylu, věci a materiály pro jejich tvorbu

⁷ cs.wikipedia.org/wiki/Masopust, 17.3.2012

⁸ pokrm převážně z vepřového masa, lidově sulc

Celý vizuální styl je zastřešen logem restaurace, jehož správné užití je definováno v manuálu jednotného vizuálního stylu. Na základě shrnutí nabídek a informací, které by měly být tiskovinami prezentovány, jsem se rozhodla vytvořit několik základních tiskovin. Je jimi nápojový a jídelní lístek, vizitky, plakáty apod. Věnuji se tvorbě reklamních a prezentačních předmětů jako jsou hrnky, tašky, trička aj. Další částí mé grafické práce je vizuální podoba exteriéru a interiéru restaurace. Navrhují štít restaurace a podobu jejího průčelí s vchodovými dveřmi. Pro interiér si stanovuji vytvoření návrhů tapet či obrazové nebo fotografické výzdoby. Před začátkem samotné tvorby jsem si vyhledala i ostatní věci, např. masopustní masky, kostýmy, staré fotografie a jiné rekvizity, které plánuji využít fotograficky nebo inspirativně k mé práci.

2.4 Shromáždění literárních podkladů a věcí k tvorbě

Dříve, než jsem začala pracovat na samotném vizuálním stylu, vyhledala jsem si literární zdroje, ať už knižní či periodické, ze kterých mohu čerpat informace a inspiraci pro mou práci. Odborné knižní publikace většinou využívám ke studiu konkrétního problému z oblasti správnosti a pravidel grafického designu a typografie, periodické literární podklady naopak využívám k inspiraci. Stejně tak jsem vyhledala i zdroje internetové.

Avšak nejen literární prameny tvoří podklady mé práce. Sama jsem si zařídila vypůjčení několika masopustních masek. Většina z nich má již nemalou historickou hodnotu a jsou ručně vyráběny. Masopustní masky mi povětšinou poskytly vesnické organizace, které jsem vyhledala v okolí svého bydliště. Snažila jsem se vypůjčit si typické masopustní masky. Tímto způsobem jsem získala například papírovou hlavu koně, bábu s nůsí nebo růžovou masku chlapce v cylindru. Masky se objevují na fotografiích.

V říjnu roku 2011 jsem se zúčastnila vesnické zabijačky v Přesece, kde jsem si také vypůjčila masopustní masky a zhotovila několik fotografií.

3. PROCES TVORBY PRÁCE

3.1 Kresebné návrhy a jejich redukce do digitálního rozhraní

Celý vizuální styl restaurace jsem začala zpracovávat a vymýšlet prostřednictvím jednoduchých skic. Zvolila jsem skicář s pevnými deskami a kvalitním papírem vysoké gramáže⁹, na který mohu pracovat jak tužkou, tak fixem. Tento skicář taktéž přikládám k nahlédnutí. Skici navrhuji nejprve tužkou, poté je zpravidla obtahuji černým fixem, který mi napomáhá již pokročilejšímu grafickému zpracování a představě. Fixy volím různě silné, vytvářím různě silné stopy a tím se snažím vnést lince lehkost a živost. V závislosti na vytvářeném prvku vizuálního stylu se pokouším ze začátku o několik různých návrhů. Zpravidla jich bývá do deseti. Vybírám dva až tři návrhy z mého bloku, které vytvářím digitálně. Tímto způsobem se snažím nalézt vhodnější typografii, umístění jednotlivých prvků, barvy nebo layout¹⁰. Vybírám nejvhodnější grafický návrh, který odborně konzultuji s vedoucí mé práce a zdůvodňuji mu, proč a jakým způsobem jsem se k návrhu dopracovala.

3.2 Logo restaurace

3.2.1 Zamyšlení nad funkčností loga

Myslím si, že hlavním zastřešujícím a jednotícím prvkem celého jednotného vizuálního stylu je logo. Každé logo by mělo fungovat jako označení a prvotní identická specifikace. Logo bývá velmi často uváděno na produktech firmy nebo společnosti. Logo vnímám jako prvek, který je možné opakovat v souladu s grafickým manuálem na mnoha materiálech,

⁹ plošná hmotnost papíru

¹⁰ grafické rozvržení tiskové či elektronické stránky

kteřé tvořĩ celĩ vizuální styl. Myslĩm si, že správné logo by mělo být snadno zapamatovatelné a mělo by napomáhat identifikovat a tvořit podvědomĩ o společnosti či organizaci, kteřé logo připadá. Nejen funkčnost loga ovšem shledávám za důležitou. Přemýšlĩm, zda bude logo dobře čitelné na různých barvách a v různých velikostech. Špatné používání loga poté vylučuji prostřednictvĩm grafického manuálu.

3.2.2 Kresebné návrhy a skici, digitální zpracování

Podobně jako je tomu u všech prvků vizuálního stylu i logo, jak jsem již popisovala, navrhuji nejdřĩve formou skici do svého bloku. Zkousĩm konstruovat logo prostřednictvĩm typografie, nejrůznějších tvarů a křĩvek¹¹. Dostávám se k několika návrhům, kteřé jsou založeny na kombinaci ručně psaného písma a digitálního fontu Univers¹². Zkousĩm si konstruovat písmo psací i písmo tiskové, zjišťuji vhodnost verzálek¹³ a minusek¹⁴. Vytvářĩm dvě verze loga, jednu základní, druhou zkrácenou. V základní verzi kombinuji slova „restaurace“ a „masopust“ a snažĩm se nalézt nejvhodnější dvojici. Verzi zkrácenou vytvářĩm totožnou jako verzi základní, avšak bez nápisu „restaurace.“

3.3 Barevnost jednotného vizuálního stylu

Jednotný vizuální styl restaurace Masopust jsem chtěla udržet ve střĩdmé barevnosti, kteřá bude působit čistým a grafickým dojmem.

¹¹ geometrický jednorozměrný objekt, např. kružnice, přĩmka

¹² autor Adrian Frutiger, USA 1954

¹³ majuskule, písmena velké abecedy

¹⁴ minuskule, písmena malé abecedy

Ve vzorníku barevných tónů jsem hledala dvojice či trojice barev, které jsem si následně vytvářela v digitálním rozhraní. Vybrala jsem sytě červenou barvu, která působí v ploše i v menším množství velmi graficky. Červenou jsem doplnila o tmavší odstín barvy zelené. Ukázalo se, že je zapotřebí nalézt třetí barevný tón, který dokáže oba tyto tóny propojit, a bude schopen pracovat i samostatně s červenou nebo zelenou. Tuto funkci má světle krémová barva.

3.4 Doprovodné prvky jednotného vizuálního stylu

3.4.1 Geometrický rastr

Po vytvoření loga jsem začala konstruovat další prvek, který sjednotí vizuální styl v celek. Je jím geometrický rastr, který jsem si skicovala z různých stavebních jednotek. Nechala jsem se inspirovat kořením, které se v restauraci používá. Z různých stavebních článků (kroužků, kapiček apod.) jsem konstruovala vektorové tvary, které by koření evokovaly. Nakonec jsem vytvořila prvek stylizovaného okolíku. Tento prvek jsem si namnožila do požadovaného množství a vytvořila tak jakousi síť.

3.4.2 Siluety lidí s masopustními maskami

Jako další propojující prvek jsem zhotovila šest stylizovaných vektorových siluet. Inspirací mi byly fotografie, které jsem vyfotografovala na samém začátku mé práce a které mi napomohly vzniku mnoha dalších materiálů. Siluety lidí, kteří mají na hlavě masku, jsem si nejdříve skicovala, poté jsem dle skic vytvářela vektorové tvary v programu Adobe Illustrator.

3.4.3 Digitální fotografie

Na samém začátku práce jsem fotografovala zapůjčené masky. Scénu jsem si promyslela a následně zinscenovala. Fotografie s hlavou koně vznikly v pražském prostředí. Fotografovala jsem v metru, na ulicích a v centru města. Fotografie báby kořenářky s nůš je zinscenovaná u kamen s masopustním jídlem. Dále vznikly fotografie masky chlapce v cylindru nebo fotografie skupiny dětí hřející si ruce u kamen. Všechny fotografie jsou zhotovené na digitální fotoaparát Nikon D60 se základním objektivem 18-55 mm, případně s teleobjektivem Sigma 70 – 300 mm. Barevnost fotografií je upravena ve prospěch masopustní masky v programu Adobe Photoshop.

3.5 Základní tiskoviny

3.5.1 Nápojový a jídelní lístek

Každý host zpravidla jako první otevírá nabídku podniku. Takovou nabídkou jsou nejrůznější lístky. Od nápojových, přes koktejlové, až po nejběžnější lístek jídelní. Dle typu restaurace můžeme na stole nelézt různé množství takovýchto nabídek. Myslím si, že toto množství musí ovšem odpovídat nejen druhu restaurace, ale i prostorovým možnostem. Za velmi špatné řešení považuji často až nevkusný stojánek přetékaající takovými nabídkami. Od velikosti plochy stolu se poté odvíjí i počet a formát takovýchto tiskovin, které si můžeme dovolit na stůl položit. Ať už nabídka restaurace leží volně na stole či jiném prostranství nebo ji přináší samotná obsluha, měla by být jasná a přehledná. Myslím si, že není tedy nutné, abychom otevírali jeden lístek při volbě nápoje, druhý při volbě jídla, třetí při volbě salátu.

Veškerou nápojovou i jídelní nabídku restaurace tedy zpracovávám do jediného celku, který napomáhá zachovat čistotu a dostatečný prostor stolu. Ve velkém množství letáčků, lístků a papírů se host neorientuje a zároveň takové množství materiálů ztrácí na velkorysosti a výtvarné kvalitě.

Nejdříve si sestavuji teoretické náležitosti nápojového a jídelního lístku. Vzhledem k mé nedostatečné orientaci v prostředí gastronomie a pohostinství jsem si vyhledala několik restaurací, které ráda navštěvuji, a nechala jsem se inspirovat jejich nabídkou.

Do svého skicáře navrhuji různé formáty nabídky. Snažím se nalézt designově zajímavý formát a formu zpracování. Vytvářím nabídku nápojů a jídel, jejíž tisková část bude připevněna na řemeslně opracovaném prkénku.

Tiskovou část zpracovávám digitálně. Píši celou nabídku jídel i nápojů, kterou rozdělují do jednotlivých skupin. Pomocí typografické mřížky¹⁵ skupiny dle druhu a velikosti komponuji v přehledný a klidný layout, který napomáhá dobré čitelnosti i rychlé orientaci.

Z tvrdého dubového dřeva si stanovuji formát prkénka, na kterém bude tiskovina umístěna. Dřevo si řemeslně opracovávám, do jeho pravé části pomocí pájky vypaluji vertikálně logo restaurace a upravuji povrch prkénka.

3.5.2 Plakáty

Do svého bloku si skicuji návrhy plakátů, některé z nich poté realizuji digitálně. Volím si formát plakátu a jejich množství. Vytvářím jeden plakát

¹⁵ pomůcka pro umístění prvků a typografie

šířkový, druhý výškový. Uplatňuji jednotlivé prvky stylu jako je barevnost, logo, rastr a fotografie, které komponuji do přehledného layoutu. Objekty a texty převádím do křivek, připravuji plakáty k tisku. Vše vytvářím v programu Adobe Illustrator.

3.5.3 Vizitka

Podle firmy, pro kterou má být vizitka navržena, je důležité si předem stanovit konkrétní údaje, které budou na vizitce vytištěny. Dle množství a důležitosti těchto údajů je poté nutné zvolit kvalitní a přehlednou kompozici. Skicuji si tedy několik vizitek do svého bloku, následně některé návrhy zpracovávám v Adobe Illustrator a vybírám nejvhodnější formát. Přední stranu vizitky komponuji z fotografie a loga, zadní stranu z typografie a geometrického rastru. Objekty a texty převádím do křivek, připravuji vizitku k tisku.

3.5.4 Hlavičkový papír a dopisní obálka

Pro možnost komunikace restaurace se zákazníky vytvářím hlavičkový papír. Skicuji si formát A4, do kterého zasazuji logo, drobnou typografii s kontakty a siluetu. Hledám vhodné proporce mezi těmito prvky, výsledný papír vytvářím digitálně, objekty převádím do křivek a připravuji hlavičkový papír k tisku. Dopisní obálku vytvářím dle kritérií stanovených poštou.

3.6 Exteriér a interiér restaurace

Při výběru interiéru mé potencionální restaurace se nejprve inspiřuji na internetu, poté podnikám cestu do Českého Krumlova, kde mnohé restaurace navštřevuji osobně. Zhotovuji si fotografie, které jsou následně

materiálem pro vytvoření pohledu na exteriér restaurace. Zdrojovou fotografii upravuji a čistím v Adobe Photoshop, technikou fotomontáže¹⁶ do ní aranžuji vlastní štít restaurace, závěsnou tabuli nebo nabídku.

Podobně postupuji i při zhotovení dvou pohledů do interiéru restaurace. Zdrojovou fotografii opět upravuji, čistím a dotvářím k vlastním potřebám.

3.7 Reklamní a prezentační materiály

Sestavuji si seznam několika předmětů, které by měly být prvkem stylu. Skicuji sadu hrnečků, tužky, trička, šaty, papírové tašky a sáčky, ubrousky, čajové sáčky apod. Některé tyto předměty vizualizuji pomocí křivek v Adobe Illustrator, následně je připravuji pro tisk.

3.8 Manuál jednotného vizuálního stylu

V závěru práce navrhnu a sestavuji manuál tohoto jednotného vizuálního stylu, volím jeho vhodný formát a layout. Konzultuji proporce textu a obrázků. Studuji, zda jsem manuál zhotovila správně po teoretické části a obsahových náležitostech.

¹⁶ fotokoláž, montáž dvou a více obrazů exponovaných v různou dobu

4. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

4.1 Digitální přístroje a software použitý k práci

Vedle knižních, periodických a internetových zdrojů k mé tvorbě využívám množství přístrojů a počítačového software¹⁷. Pracuji s počítačem MacBook Pro od firmy Apple, pro tvorbu fotografií využívám digitální fotoaparát Nikon D60 s objektivy 18 – 55 mm a 70 – 300 mm.

Pro přesnější tvorbu vektorové grafiky pracuji s tabletem Bamboo Wacom. Grafické návrhy a fotografie zpracovávám v programech Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign aj.

4.2 Logo restaurace

Obě verze loga, základní i zkrácená, jsou vektorovou grafikou, která je tvořena pomocí křivek, v případě základní verze i typu písma Univers.

Základní verze je tvořena slovy „masopust“ a „restaurace.“ Slovo „masopust“ je konstruováno ručně pomocí tahu štětce ze sady tabletu Wacom 6D Brushes v programu Adobe Illustrator. Pod vrstvou s nápisem „masopust“ je vložena totožná vrstva, která vznikla z několikabodového tahu liter, který jsem v detailech upravila. Slovo „restaurace“ je napsáno typem písma Univers Condensed Oblique, prostrkání liter je zvýšeno na 350. Tahy štětce tvořící slovo „masopust“ jsou převedeny do vektorového tvaru prostřednictvím funkce „vytvořit obrysy“.

Tím převádím celé logo do křivek. Stejný postup je i u slova „restaurace.“

Zkrácená verze loga je tvořena pouze nápisem „masopust,“ jehož technické zhotovení odpovídá verzi základní.

¹⁷ programové vybavení, sada všech počítačových programů

Obě verze loga je možné zhotovit v několika barevných provedeních, která definuje grafický manuál. Vždy se ovšem jedná o dvě barvy. Barevnost je možné vybrat ze třech přímých barev Pantone 201C, Pantone 7500C a Pantone 364C tak, že nikdy nesmí být v těsném dotyku barvy Pantone 201C a Pantone 364C.

Stoprocentní velikost loga je opět definována v grafickém manuálu. Je jí logo o délce 10 cm.

Obě verze loga mají definovanou i ochrannou zónu¹⁸. Tato ochranná zóna je vždy odvozována od konstanty „x,“ která je rovna velikosti výšky levé zdobné kličky u verzálky „M“ v nejširším bodě. Této konstantě je poté rovna vzdálenost hranice ochranné zóny od horního, dolního, levého i pravého okraje loga.

4.3 Barevnost jednotného vizuálního stylu

Jak definuje i grafický manuál, barevnost tohoto stylu se drží třech barev, z nichž každá má svou funkci, jak detailněji popisují v kapitole „popis díla“. Jsou jimi přímé barvy Pantone 201C, Pantone 7500C a Pantone 364C.

4.4 Doprovodné prvky jednotného vizuálního stylu

Doprovodnými prvky stylu je geometrický rastr, stylizované siluety a digitální fotografie.

Rastr je vektorový, tvořený pomocí křivek. Je vhodné ho používat v odpovídající velikosti tak, aby svými prvky nijak nerušil objekty umístěné

¹⁸ prostor, do kterého se nesmí umísťovat žádné grafické prvky, které by logo narušovaly

na něm nebo v jeho okolí (např. logo na rastru, plastická silueta na rastrové tapetě). Jeho barevnost odpovídá barevnosti dle tohoto stylu.

Stylizované siluety masopustních masek jsou vektorovými tvary vytvořenými pomocí křivek dle doprovodných fotografií. K jejich tvorbě jsem využila tablet Wacom Bamboo a Adobe Illustrator. Siluety je možné použít v jakékoli velikosti tak, aby nebyla ohrožena jejich čitelnost. Opět je možné použít siluety v barevnosti odpovídající tomuto stylu.

Digitální fotografie jsou zhotovené na digitální fotoaparát Nikon D60 v kvalitě JPG Fine. Jejich barevná úprava byla provedena v programu Adobe Photoshop a je v části fotografie potlačena ve prospěch masopustní masky.

4.5 Základní tiskoviny

Nápojový a jídelní lístek je specifický svou tištěnou částí umístěnou na řemeslně opracovaném prkénku. Rozměr tiskového materiálu je 232 x 210 mm. Pruh v levé části formátu o šířce 23 mm a výšce 210 mm je určen pro uchycení tiskového materiálu k dřevěnému podkladu pomocí šroubů a zapuštěných matek ve spodní rubové části prkénka. Rozměr prkénka je 290 x 210 mm, je orientováno na šířku a tiskový materiál je zarovnán na jeho levý okraj tak, že v pravé části prkénko tiskovou nabídku přesahuje. V tomto přesahu je vertikálně umístěné logo, které jsem zhotovila pomocí pájky a frézky. Tisková část nabídky je vytvořena v programech Adobe Illustrator a Adobe InDesign. Je tvořena vektorovou grafikou a je zde použit typ písma Univers Condensed Oblique. Lístek je vytvořen se spadávkou, objekty i texty jsou rozkřivkovány a připraveny k tisku.

Dva plakáty informující o otevření restaurace jsou formátu 1000 x 707 mm. Jeden z nich je šířkový, druhý výškový. Oba plakáty jsou

konstruovány z barevného pozadí, vektorového geometrického rastru, obkryté fotografie a doplněny o blok typografie, která je sázena typem písma Univers. Plakáty jsou vytvořeny se spadávkou¹⁹, objekty i texty jsou rozkřivkovány a připraveny k tisku.

Vizitka má stejnou standardní velikost specifikovanou normou ISO 7810 ID-1²⁰ jako kreditní karty. Vizitka je vytvořena v programu Adobe Illustrator pomocí vektorů, fotografie a textu. Při upřesňování způsobu potisku se používá označení 4/4²¹. Vizitka je se spadávkou 2 mm, objekty a texty jsou převedeny do křivek a je připravena pro tisk.

Hlavičkový papír je velikosti A4. Je vytvořen v programu Adobe Illustrator. Centrální silueta je barvy Pantone 201C a má neprůhlednost 7 %. Logo a text v pravém horním okraji jsou rozkřivkovány a připraveny k tisku. Dopisní obálka odpovídá svou formou kritériím stanoveným poštou.

4.6 Exteriér a interiér restaurace

Vytvářím pohled na exteriér restaurace Masopust s vchodovými dvěřmi a štítem. Původní fotografie je upravena pomocí programu Adobe Photoshop, je do ní vložen štít restaurace, který jsem vytvořila pomocí 3D efektu v Adobe Illustrator, podobně jako siluetku umístěnou na visací tabulce blízko štítu.

Dva pohledy do interiéru jsou vytvořeny taktéž v Adobe Photoshop. Pomocí fotomontáže jsem do interiéru naaranžovala mou vlastní tapetu, plastickou siluetu nebo fotografii zavěšenou na stěně.

¹⁹ přesah dokumentu určený pro tisk

²⁰ 85.6 x 55 mm

²¹ celobarevný potisk na přední i zadní straně

4.7 Reklamní a prezentační materiály

Vizualizace těchto předmětů jsem si vytvořila pomocí vektorů v programu Adobe Illustrator. Pomocí křivek jsou konstruovány například náhledy oblečení (trička, šaty), hrnečky, tužky, čajové sáčky apod. Veškeré vizualizace jsou připraveny pro tisk.

4.8 Manuál jednotného vizuálního stylu

Grafický manuál je klasickou brožurou formátu 140 x 140 mm, sázený v programu Adobe InDesign. Obsahuje 40 stran, tedy 20 listů. Je sázen typem písma Calibri Regular o velikosti 10 bodů. Manuál je vytvořen se spadávkou 2 mm a je připraven pro tisk.

5. POPIS DÍLA

5.1 Části díla – jednotlivé prvky vizuálního stylu

Dokonalé obsáhnutí kvalitního jednotného vizuálního stylu požaduje nejen vynikající znalost firmy či společnosti, pro kterou je dílo vytvářeno, ale i technické požadavky a znalosti kladené grafickým designem. Vzhledem k náročnosti bakalářské práce a časovým i technickým možnostem jsem se snažila obsáhnout vizuální styl v co největší části. Vznikají dvě varianty loga, doprovodné prvky stylu v podobě geometrického rastru a siluet, manuál jednotného vizuálního stylu, plakáty, vizitky, hlavičkový papír s obálkou, podoba exteriéru a interiéru restaurace a návrhy několika reklamních či prezentačních předmětů.

5.2 Logo jeho varianty

Nejvýraznějším a zastřešujícím prvek celého vizuálního stylu je logo restaurace. Jeho základní verze je tvořena dvěma nápisy. Je to nápis „masopust“ a decentnější doplňující nápis „restaurace.“ Logo je možné použít v několika barevných variantách dle manuálu tohoto vizuálního stylu. Tato základní verze loga je více informativní, a proto se hodí na prezentaci mimo restauraci. Z této verze vychází například štít restaurace nad vchodovými dveřmi.

Zkrácená verze loga odpovídá verzi základní, ale je tvořena pouze nápisem „masopust“. Menší nápis „restaurace“ zde není. Tato verze loga se využívá zejména uvnitř restaurace, kde již není nutné uvádět, že se jedná o restauraci. Tuto verzi používáme vždy, kdy by mohla být ohrožena čitelnost verze základní, a to zejména nápisu restaurace (například při zobrazení menším jak 70%).

5.3 Barevnost vizuálního stylu

Barevnost celého vizuálního stylu je definována v grafickém manuálu a pevně se drží třech přímých barev. Jsou jimi sytě červená, tmavě zelená a krémově béžová. Ve všech materiálech převažuje červená barva doplněná o krémově béžovou. Zelená barva plní spíše doplňující a oživující funkci. Krémově béžová barva navzájem v případě potřeby tyto dvě barvy propojuje. Vizuální styl nedoporučuje klást vedle sebe plochy červené a zelené. Všechny tři barvy jsou přesně definovány v grafickém manuálu nebo v kapitole technologická specifikata.

5.4 Doprovodné prvky vizuálního stylu

Logo restaurace je doplněno o prvky, které ho často doprovázejí nebo se vyskytují na tiskovinách. Jedná se zejména o geometrický rastr, stylizované siluety lidí s masopustními maskami a zinscenované fotografie masek. Všechny tyto prvky propojují celý vizuální styl, geometrický rastr a siluety se drží definované barevnosti a doprovázejí většinu tiskovin či předmětů.

Rastr, jehož stavebním prvkem je stylizovaný okolík, je inspirován hroznovitým květenstvím rostlin či kořením. Tento rastr lze využít i jako podklad loga vždy v odpovídající barevnosti a velikosti tak, aby samotné logo mezi geometrickými prvky nezanikalo. Rastr se objevuje i na tapetě, která byla navržena pro interiér restaurace. Barevnost se drží ve třech barvách vizuálního stylu dle manuálu.

Šest stylizovaných siluet lidí vychází z doprovodných fotografií, které jsem pro restauraci zhotovila. Jsou jimi dvě masky koně, dvě masky vlka a dvě masky jelena na ženském těle. Siluety masek se na rozdíl od grafického rastru objevují nejčastěji na samostatných předmětech.

Jsou jimi zejména reklamní předměty jako je hrnek či trička. V blízkosti grafické siluety již není potřeba používat logo. Samotná silueta by měla identifikovat tento jednotný vizuální styl a úzce se vztahovat k restauraci Masopust.

K restauraci patří i série několika fotografií, které jsem cíleně pro tuto práci zhotovila. Fotografie zachycují několik masopustních masek jako je kůň, bába kořenářka s nůš, maska vlka nebo divadelní maska chlapce v cylindru. Některé fotografie jsem zhotovila v prostředí pražských ulic či v metru. Tyto fotografie mají za úkol svou netradičností vzbudit zájem o hlubší poznání. Ostatní fotografie jsou zhotovené na vesnické zabijačce, objevuje se na nich i typické masopustní jídlo, které naopak podporuje myšlenku restaurace. Dvě fotografie se staly ústředním motivem plakátů nebo vizitky. Ostatní fotografie přikládám jako vedlejší materiál. Z těchto fotografií vychází stylizované siluety.

5.5 Základní tiskoviny

Vizuální styl zahrnuje několik základních tiskovin a to interních i externích. Interním tiskovým materiálem je nápojový a jídelní lístek, který je zpracován do jedné nabídky. V úvodu nabídky je informace o masopustním období, o lidových zvyklostech a masopustním jídlu. Následuje nabídka nápojová, a to jak alkoholická, tak nealkoholická. Nabídka jídel je barevně odlišena a zaobírá např. jídla k pivu nebo zabijačkové speciality. V závěru nabídky jsou kontakty restaurace, otevírací doba a nabídka všech služeb. Základním stavebním prvkem nápojového a jídelního lístku je geometrický rastr, do kterého je umístěno klidné textové pole. Titulní strana nabídky nese jednu ze stylizovaných siluet masopustní masky. Celý lístek je přivevněn na pevném, řemeslně opracovaném

dubovém prkénku s přesahem na pravé straně. V tomto přesahu je vertikálně komponovaná zkrácená verze loga. Logo restaurace je do dubového prkénka vypáleno a vyřezáno. Jídelní lístek tím dostává netradiční podobu a je inspirován lidovými tradicemi.

Externími tiskovinami jsou například plakáty, vizitka, hlavičkový papír nebo dopisní obálka. Ku příležitosti otevření restaurace jsem vytvořila dva plakáty. První plakát je šířkový a je tvořen obkrytou fotografií masky chlapce doplněnou o rastr s dominantním logem. Protože je plakát dostatečně velkého formátu B1 a slouží pro informaci mimo restauraci, použila jsem základní verzi loga, tedy verzi s nápisem „restaurace.“ V levém horním rohu je plakát doplněn o blok typografie, který informuje o otevření. Druhý plakát je výškový, stejného formátu, opět tvořen fotografií, rastrem, logem a informativní typografií. Oba plakáty se drží definované barevnosti.

Vizitka restaurace je oboustranná, klasického formátu, který popisují v kapitole „technologická specifika.“ Přední strana vizitky je tvořena opět fotografií masky chlapce, v pravé části je doplněna o vertikální proužek se zkrácenou verzí loga. Zadní strana vizitky je textová, v levé straně doplněna o proužek s grafickým rastrem, taktéž na spad.

Hlavičkový papír nese v pravém horním rohu zkrácenou verzi loga restaurace spolu s kontakty, centrálně je na papíru komponovaná silueta masopustní masky v potlačené červené barvě. Dopisní obálka odpovídá kritériím stanoveným poštou. V levé horní části je doplněna o siluetu.

5.6 Exteriér a interiér restaurace

V závislosti na vypracovaném vizuálním stylu a tematickém ladění restaurace i nabízených jídel vytvářím jeden pohled na exteriér restaurace a dva pohledy do interiéru. V exteriéru a interiéru uplatňuji logo, stylizované siluety nebo geometrický rastr.

Exteriér restaurace je tvořen dřevěnými dveřmi s uzavíratelnými křídly. V prostoru nad vchodovými dveřmi je umístěno plastické logo restaurace ve své základní verzi, které vytváří štít restaurace. V blízkosti štítu visí kovaná oválná tabulka nesoucí jednu ze siluet. Tato silueta je taktéž mírně plastická. Všechny siluety se poté objevují v dřevěných rámečcích, které jsou upevněné na levém křídle dveří. Vedle nich je v tomto prostoru i křídlová vývěsní tabule s nabídkou denního menu. Pravé křídlo nese dřevěný mechanismus, do kterého se manuálně zasouvají podélné tabulky, na které je možno křídou napsat aktuální nabídku.

Vytvářím dva pohledy do interiéru restaurace. Jeden je celkový, který prezentuje zejména tapetu vycházející z geometrického rastru. Tapeta je aranžována na stěnu spolu s plastickou siluetou masky. V zadní části restaurace se objevují další tři stylizované siluety. Druhý pohled je detailnější. Ukazuje jeden ze stolů restaurace spolu s prostorem na zdi, do kterého je zasazena jedna z doprovodných zinscenovaných fotografií masky.

5.7 Reklamní a prezentační materiály

K vizuálnímu stylu restaurace patří i několik předmětů, které mají reklamní či prezentační charakter. Tyto předměty nesou nejčastěji stylizované siluety bez loga, které mají samy o sobě evokovat styl a samotnou restauraci. K těmto předmětům patří například sada šesti

keramických hrníčků se siluetami masek spolu s papírovým obalem, reklamní tričko, šaty, papírové sáčky nebo tašky. Drobnějším, spíše dárkovým předmětem je klasická tužka s malým logem restaurace ve své zkrácené verzi. Vedle těchto předmětů vytvářím i designové čajové sáčky spíše zábavného charakteru. Místo provázku na čajový sáček umísťuji část těla stylizované siluety s roztaženýma rukama. Sáček je možné díky tomuto tvaru zavěsit na okraj hrnku tak, že je pod vodou, ale silueta masky z hrníčku vykukuje.

5.8 Manuál jednotného vizuálního stylu

Součástí mé práce je i grafický manuál, který definuje jednotný vizuální styl restaurace Masopust. Manuál je v podobě drobnější brožury, která představuje základní stavební prvky stylu, definuje je a ukazuje správné užití. První kapitolou je logo. Ukazuji základní a zkrácenou variantu loga, popisuji, v jakých případech se jaká verze využívá. Uvádím barevné varianty loga (definuji tři přímé barvy stylu) a ukazuji černobílou verzi. Uvádím, na jakém podkladu se smí logo používat. Definuji, co je to ochranná zóna loga a jak ji zhotovit pomocí konstanty „x“. Příkládám i rozměrovou řadu loga, která zakazuje použití základní verze při velikosti menší jak 70%. Poslední částí upřesňující použití loga jsou jeho zakázané varianty. Ukazuji, jak není možné logo používat. Kapitola „doprovodné prvky“ definuje geometrický rastr, upřesňuje, kdy a jak je rastr možné použít. Další součástí jsou vektorové siluety masek, které taktéž uvádím, popisuji jejich funkci a správnou barevnost. Představuji některé z doprovodných fotografií, uvádím, kde je možné fotografie použít. V kapitole „základní tiskoviny“ ukazuji vizitku restaurace, hlavičkový papír a obálku. V závěru definuji písmo používané v tiskových materiálech.

6. DÍLO V KONTEXTU DANÉHO OBORU

Myslím si, že jednotný vizuální styl, kterému se má práce věnuje, je nejen hojným, ale zřejmě i oblíbeným grafickým zadáním. Za pomoci internetu a nejrůznějších knižních a periodických publikací jsem studovala již vytvořené jednotné vizuální styly. Nejvíce jsem se specializovala na restaurace, více však převažovaly informace či fotodokumentace vizuálních stylů zhotovených pro firmy, neziskové organizace či hotely. V prostředí pohostinství jsem přesto našla několik prací, které mne zaujaly. Některé z nich uvádím v této kapitole.

Na půdě českého designu považuji za podařený jednotný vizuální styl restaurace Green House²² od studia Dynamo Branding Design nebo jednotný vizuální styl hotelu a restaurace Stará pošta²³ od studia Omegadesign. Zvláště mne potom zaujal vizuální styl skupiny restaurací Ambiente²⁴. Jenoduché „A“ v červené hvězdě má zastřešovat celou skupinu. Autory značky i vizuálního stylu jsou Aleš Najbrt a Marek Pistora. Do skupiny restaurací Ambiente patří například restaurace Lokál, Hospoda, Ristorante Pasta Fresca nebo Café Savoy.

Ze světového designu mne zaujala identita německé restaurace Room to Cook od studia Bionic Systems nebo identita Restaurant Freud od studia Ubachswisbrun z Amsterdamu. Často jsem za designově kvalitní a zajímavé považovala zejména interiéry restaurací, ke kterým se mi ovšem bohužel nedodařilo vyhledat přesněji definovaný jednotný vizuální styl. Nejvíce mne zaujala restaurace Mazzo, taktéž v Amsterdamu. Velmi

²² areál Golf Hostivař, Praha

²³ Filipovice, Bělá pod Pradědem

²⁴ skupina restaurací dostávající nová či upravená jména, s nimi i nový vizuální styl

moderní až nadčasová je údajně nejlepší japonská Tori Tori Restaurant v Mexiko City. Internetové adresy, na kterých je možné si tyto restaurace prohlédnout uvádím v seznamu použitých zdrojů.

7. ZÁVĚR

7.1 Zhodnocení vlastního díla

Přestože se jedná o práci specializovanou na oblast grafického designu, měla jsem možnost se při její tvorbě setkat s několika výtvarnými nebo řemeslnými technikami. Některé prvky jsem vytvářela s radostí a s jistou lehkostí, jiné jsem musela detailně promýšlet a vypracovávat s napětím. V průběhu přípravy i samotné tvorby mé práce jsem zpracovávala některé mne již dokonale známé věci, uplatňovala jsem své zkušenosti a znalosti. V jiných částech jsem si ovšem vyzkoušela i věci, které mi byly zatím neznámé. Myslím si, že právě dle těchto zkušeností mohu nyní definovat silné a slabé stránky mé práce.

Mezi silné stránky řadím věci, které považuji nejen za dobře výtvarně i technicky zpracované, ale i vtipné a nápadité. Jsou to práce, se kterými jsem spokojena a považuji je za můj úspěch. Mezi silné stránky práce se nebojím zařadit mé autorské fotografie masopustních masek a z nich následně vycházející stylizované grafické siluety. Masopustní období je jednoznačně spojeno s maskami a nejrůznějšími kostýmy. Pomocí fotografií jsem chtěla tuto lidovou tradici představit ve světle moderní doby a zábavného podání. Myslím si, že tato skutečnost se mi podařila a fotografie se přímo nabídky k vytvoření z nich inspirovaných siluet. Siluety jsou jasným odkazem na fotografie, ovšem nenásilně nás od bitmapy odkazují na vektorovou grafiku, díky které vzniká logo, geometrický rastr a tiskové materiály. Proti částem dle mne kvalitně ztvárněným ovšem ve své práci pociťuji i místa, která mi například činila problém či pro mne bylo obtížné je kvalitním způsobem zhotovit.

Za slabší stránku mé práce považuji například řemeslnou techniku zpracování jídelního lístku, který se mi nepodařilo zhotovit dle mých

představ. Díky této části práce jsem měla možnost vyzkoušet si jiné techniky než počítačovou grafiku či digitální fotografii. Můj nápad vyžadoval jistou řemeslnou práci, kterou, myslím si, jsem nebyla schopna zhotovit do mé spokojenosti. Chtěla jsem podpořit lidový podtext masopustního období, a proto jsem zvolila netradiční formu nápojového a jídelního lístku umístěného na dubovém prkénku. Toto prkénko jsem si sama zhotovila a do jeho pravé části jsem vertikálně vypálila logo masopustu v jeho zkrácené verzi. Myslím si, že na této části práce je vidět, že se jedná o práci ruční. Zkušenost ovšem považuji za hodící se a ráda bych se ještě někdy k práci se dřevem vrátila.

7.2 Přínos práce pro daný obor

Jak jsem se již zmiňovala v úvodních kapitolách mé práce, snažila jsem se představit historický a lidový motiv pomocí moderního a zejména zábavného designu. Restaurace, které uvádím například v předešlé kapitole, jsou z velké části motivované dnešními tématy a potřebami. Masopust se představuje v moderním světle a přesto přináší podtext lidové tradice a českých zvyklostí.

Myslím si, že tato skutečnost je jistým přínosem práce do oboru grafického designu, ať už jejím zpracováním či oživením této myšlenky. Doufám, že rychlost, jakou se naše doba vyvíjí, nám zanedlouho přinese a představí více podobně motivovaných děl moderního grafického designu. Věřím, že úlohou tohoto oboru je nejen objevování věcí nových a moderních, ale i udržování a uctívání toho, co bylo již dříve dobou a uměním vytvořeno.

8. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

8.1 Knižní a periodická literatura

1. AMBROSE, G. HARRIS, P. Layout - Velký průvodce grafickou úpravou.

Brno: Computer Press, a.s., ISBN 978-80-251-2165-8.

2. BOEKRAAD, H. My work is not my work : Pierre Bernard - Design for the public domain. Baden : Lars Müller Publishers, 2008. ISBN 978-3-03778-087-9.

3. DABNER, D. Grafický design v praxi : zásady, postupy, projekty. Praha: Slovart, 2004. ISBN 80-7209-597-8.

4. HELLER, J. Obalový design. Slovart, 2009. ISBN 978-80-7391-191-1.

5. HOLLIS, R. Swiss graphic design : the origins and growth of an international style, 1920-1965. London: Laurence King, 2006. ISBN 9781856694759.

6. CHARLOTTE. FIELL,P. Contemporary Graphic Design. Köln: Taschen, 2007. ISBN: 978-3-8365-2136-9.

7. KOLESÁR, Z. Kapitoly z dějin designu. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2004. ISBN 80-86863-03-4.

8. WHITE, A. Elements of Graphic Design. Allworth Press 2002, ISBN 1-58115-250-7.

8.2 Internetové zdroje

1. <http://www.ambi.cz/>, 24.2.2012
2. <http://www.archdaily.com/187115/tori-tori-restaurant-rojkind-arquitectos-esrawe-studio-2/>, 23.3.2012
3. <http://www.bionic-systems.com/logo-corporate-design/room-to-cook-restaurant-design>, 11.4.2012
4. <http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/restaurant-freud-restaurant-freud-brand-identity-12597555/>, 13.2.2012
5. <http://coolboom.net/interior-design/mazzo-restaurant/>, 17.1.2012
6. <http://cs.wikipedia.org/wiki/Masopust>, 7.12.2011
7. <http://www.dynamodesign.cz/cs/novinky/2011/novy-nazev-znacka-a-vizualni-styl-restaurace-green-house>, 23.3.2012
8. <http://www.omegadesign.cz/reference-logo-a-vizualni-styl/vizualni-styl-hotelu-stara-posta-a-restaurace-u-postaka/>, 23.3.2012

9. RESUMÉ

The object of my study at the University is Illustration and Graphic, spezialization Graphic Design. My final work is about Restaurant's Corporate Identity. In Corporate Communication, a corporate identity is a medium of a corporation which is designed to accord with and facilitate the attainment of business objectives. Many companies, such as McDonald's, IKEA or T-Mobile, have their own identity that runs through all of their products and merchandise. I'll try to create similiary funktional and traditional corporate design of my restaurant.

I decided for this theme, because my family owns a small restaurant. Name of my restaurant is „Masopust.“ That means „Carnival,“ a festive season which occurs immediately before Lent, the main events are usually during February. This season is associated with funny costumes, carnival masks and with folk and traditional food. My work has an obligation to present this folk-inspired theme with a modern and funny design.

Corporate Identity's components are logo with a graphic manual, secondary visual elements such as geometric texture, silhouettes of people with carnival masks, digital photos, main printed such as menu, business card, posters, letter-papers or promotional items such as a collection of cupps, T-shirts, paper bags, pencils, or tea bags. The work includes exterior and interior visualization with aranged wallpaper, or plastic silhouettes.

10. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1

Proces tvorby – skici, návrhy

Příloha 2

Logo restaurace Masopust – základní a zkrácená verze, grafický manuál jednotného vizuálního stylu

Příloha 3

Doprovodný prvek vizuálního stylu – geometrický rastr

Příloha 4

Doprovodný prvek vizuálního stylu – siluety lidí s masopustními maskami

Příloha 5

Doprovodný prvek vizuálního stylu – digitální fotografie

Příloha 6

Základní tiskoviny - plakáty

Příloha 7

Základní tiskoviny - nápojový a jídelní lístek

Příloha 8

Základní tiskoviny – vizitky, hlavičkový papír, obálka

Příloha 9

Interiér a exteriér restaurace Masopust

Příloha 10

Reklamní a prezentační materiály

Příloha 11

DVD

the
MASOPUST
restaurants

Masopust

Masopust

Restaurace
MASOPUST

RESTAURACE
Masopust

Masopust
RESTAURACE


Masopust
restaurace


Masopust
RESTAURACE


RESTAURACE
Masopust


Masopust


Masopust

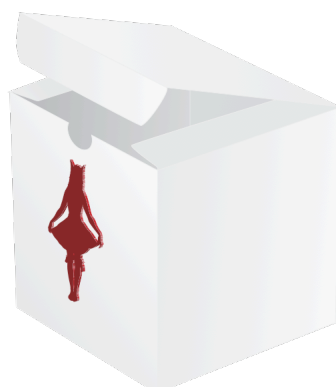
Masopust
RESTAURACE



Manuál jednotného vizuálního stylu

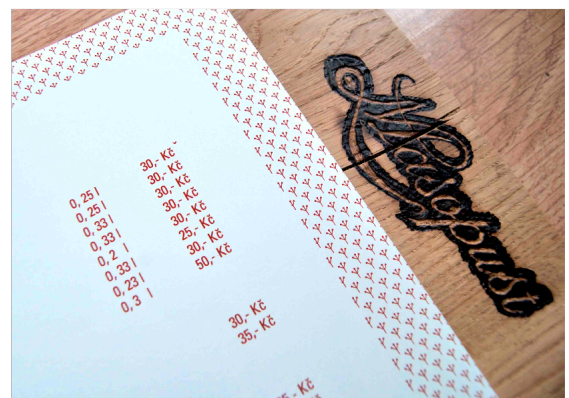












Zabijačkové speciality		
Vepřová pečeně s jablky	150 g	135,- Kč
Talíř s uzeným bůvkem z divočích prasat	200 g	130,- Kč
Talíř plný jitrnice a jelít (kysané zelí, petrželové brambory)		
Vepřový prejt (kysané zelí, bramborová kaše)	150 g	115,- Kč
Domácí zabijačkový guláš v chlebovém bochníku	150 g	65,- Kč
Uzená selčelí roládka, hrachová kaše s cibulkou	150 g	130,- Kč
Vepřové koleno s kostí na prkénku	300 g	175,- Kč
Teplá šunka od kosti, bramborová kaše	150 g	120,- Kč
Vepřové kousky, bramborový knedlík, zelí	150 g	120,- Kč
Zabijačkový talíř (jitrnice, jelita, huspenina, prejt, ovar, škvarky)	450 g	320,- Kč
Škvarková kapsa, petrželové brambory	150 g	95,- Kč
Vepřový jazyk na petrželi, bramborová kaše	150 g	120,- Kč
Nácvik na půst		
Čočka s vejcem (kyselá okurka)	150 g	75,- Kč
Hrachová kaše, kysané zelí	150 g	85,- Kč
Zapékané brambory se sýrem a brokolicí	150 g	95,- Kč
Máslové brambory se solí a česnekem	200 g	95,- Kč
Jarní květák, bramborová kaše	150 g	90,- Kč
Brambory ve fraku	200 g	125,- Kč
Bramborové placky	4 ks	35,- Kč
Škvarkové placky	4 ks	30,- Kč
Grilovaný pórsek s oříškovou zálivkou	150 g	95,- Kč
Kapusta s jalovcovou polevou	150 g	95,- Kč
Pečená paprika s kozím sýrem	200 g	130,- Kč
Brokolice s bešamelovou omáčkou	150 g	85,- Kč

39,- Kč
27,- Kč
32,- Kč
21,- Kč

160,- Kč
330,- Kč
180,- Kč
250,- Kč

40,- Kč
40,- Kč

45,- Kč
50,- Kč
50,- Kč
65,- Kč
50,- Kč
50,- Kč
45,- Kč
40,- Kč

Restaurace Masopust
Brašňová 12, 130 00 Praha
721 147 548
info@masopust.cz
www.restauracemasopust.cz

Po - Ct 10.00 - 22.00
Pa - So 10.00 - 24.00
Ne zavřeno

řidovozu do 20 km. Pořádáme
šleho zájmu nás kontaktujte.

Příloha 8







