

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

**Bakalářská práce**

**VIZUÁLNÍ STYL MALÉ FIRMY, ŽIVNOSTI ATP.**

**Pavla Hlaváčová**

**Plzeň 2022**

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

**Katedra výtvarného umění**  
Studijní program Výtvarná umění  
Studijní obor Ilustrace a grafika  
Specializace Vizuální komunikace

**Bakalářská práce**

**VIZUÁLNÍ STYL MALÉ FIRMY, ŽIVNOSTI ATP.**

**Pavla Hlaváčová**

Vedoucí práce: MgA. Eva Hudečková  
Katedra výtvarných umění  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara  
Západočeské univerzity v Plzni

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

Plzeň, duben 2022

.....

podpis autora

## **OBSAH**

<b>1.</b>	<b>ÚVOD</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>PROCES PŘÍPRAVY</b>	<b>3</b>
<b>4.</b>	<b>PROCES TVORBY</b>	<b>5</b>
	4.1 Vytváření značky	5
	4.2 Barevnost	6
	4.3 Písmo	6
<b>5.</b>	<b>PRINCIP VIZUÁLNÍHO STYLU</b>	<b>7</b>
	5.1 Chodské symboly	8
<b>6.</b>	<b>TISKOVINY</b>	<b>9</b>
	6.1 Etikety	9
	6.2 Pivní tácky	9
	6.3 Zápisník	9
	6.4 Plakáty	9
	6.5 Logomanuál	10
	6.6 Trička	10
	6.7 Samolepky	10
<b>7.</b>	<b>ZÁVĚR</b>	<b>11</b>
<b>8.</b>	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ</b>	<b>12</b>
	8.1 Knižní a periodická literatura	12
	8.2 Internetové zdroje	13
<b>9.</b>	<b>RESUMÉ</b>	<b>14</b>
<b>10.</b>	<b>SEZNAM PŘÍLOH</b>	<b>15</b>

# 1 ÚVOD

Během svého studia jsem se zdokonalovala v grafickém designu, práci s jeho základními principy a postupy, což mi také umožnilo podílet se na nejrůznějších zakázkách. Průběžně jsem získávala praxi, prohlubovala své dovednosti s grafickými editory a rozvíjela také své grafické nápady i v odvětví animace.

Postupem času se jsem si oblíbila tvořit v duchu minimalismu a zabývat se konceptuálním řešením. Ve své tvorbě též kladu důraz na funkčnost a co nejefektivnější užití designu. Důvodem se stal můj názor, že jeden z nejpodstatnějších úkolů grafického designéra je přijít s unikátní myšlenkou, kterou je třeba ztvárnit do co nejjednodušší podoby a celý koncept předat klientovi tak, aby byly zachovány všechny potřebné informace. Celé znění musí být klientovi jasně srozumitelné.

Zastávám mínění, že v jednoduchosti je krása, obzvlášť když je obohacena o nějaký vtíp. Ačkoliv estetika je v grafickém designu podstatná věc, bez promyšleného a zřetelného konceptu, který nebude pochopen je výsledná práce nadbytečná. „V jednoduchosti spočívá krása a bez stručné čitelnosti nelze dosáhnout intenzivního prožitku.“<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>(6, s. 12)

## 2 TÉMA A DŮVOD VOLBY

Pro svou závěrečnou práci jsem si zvolila téma Vizuální styl malé firmy nebo živnosti. Chtěla jsem pracovat na projektu, který bude možné použít v praxi. Získávám zkušenosti mimo jiné díky možnosti konzultací s vedoucím firmy.

Mojí finální volbou se stal redesign loga a vytvoření vizuálního stylu Městského pivovaru Domažlice. Na toto téma je možno mít dva hlavní pohledy. Design lze zaměřit na kultivovaný a tradiční, nebo experimentální styl.

Městský pivovar Domažlice je velice tradičně založen a zaměřen na chodskou kulturu. Ačkoliv domažlický pivovar je také známý precizností a kvalitou, prezentuje se vizuálním stylem velmi nesourodým a chybí mu ucelený grafický koncept, který by navazoval na chodské tradice.

Domnívám se, že cílem grafického designéra v dnešní době není jen navrhnout značku, ale vytvořit souhrn pravidel, který bude definovat a prezentovat danou organizaci v tom nejlepším světle. Organizace, jejíž záměr je mít jedinečný a originální styl, musí dát veřejnosti toto najevo i jednotnou vizuální stránkou, která komunikuje s veřejností jako první a vytvoří první dojem.

### 3 PROCES PŘÍPRAVY

Podstatným úkolem bylo důkladně promyslet koncepci, která bude odpovídat zaměření organizace. Bylo tedy nezbytné určit vhodnou vizuální komunikaci tak, aby byla zároveň v rovnováze s charakterem organizace. Proto jako cíl v rámci této závěrečné práce jsem si stanovila vytvoření funkčního, jednoduchého vizuálního stylu, který bude výjimečný tím, že bude odkazovat na chodskou kulturu, na kterou jsou hrdí nejen rodáci, ale je též obdivována návštěvníky Domažlic. Vzhledem k faktu, že pivovarnictví Městského pivovaru Domažlice je známo už od roku 1341, samo se nabízí inspirovat se chodskou historií. Zároveň by se toto stalo výrazným motivem, který by odlišil vizuální styl od své konkurence. Před začátkem navrhování jsem si práci rozdělila na několik částí, které mi pomohly vytvořit si vlastní systém. První časově náročná část zahrnovala nastudování si historie pivovaru a chodské kultury. Seznámila jsem se také s chodským nářečím (tzv. bulačina). Současně jsem zjišťovala stav Městského pivovaru Domažlice. Při první návštěvě pivovaru, kdy jsem si mohla prohlédnout všechny hlavní prostory jsem také měla možnost vidět původní etikety z 19. století a další návrhy, které byly pro pivovar v historii vytvořeny. Druhá část práce zahrnovala rešerše a sběr podkladů, ty se vztahovali k tradičním vzorům chodské keramiky, vyšívání apod. Inspiraci jsem také hledala ve zkoumání vizuálních stylů různých pivovarů.

Třetím bodem, který jsem si stanovila, bylo najít systém, který by propojil jednotlivé části vizuálního stylu. Inspiraci jsem našla ve středověkých rukopisech, tam jsem byla nucena nahlédnout v souvislosti s lomeným písmem, které se vyskytovalo na původních historických etiketách Městského pivovaru Domažlice. Iluminované středověké rukopisy často pracovaly se systémem mřížky. Tento systém jsem převzala také z důvodu asociace s chodským vyšívání, kde každé čtvercové pole představuje steh. Čtvercová mřížka se stala základem tvoření, který jsem následně mohla využít i ke zjednodušení složitých tvarů.



## 4 PROCES TVORBY

### 4.1 Vytváření značky

Při vytváření značky se vždy snažím volit postup, který začíná skicováním prvních nápadů, to mi z počátku dodá větší volnost a nejsem tak omezena jen na funkce na počítači. Snažila jsem se navrhnout značku, dobře zapamatovatelný a esteticky nadčasový symbol, který by vznikl na základě promyšleného konceptu. „Vznik značky by neměl být nikdy samovolným, náhodným procesem. Značky jsou naším všudypřítomným společníkem.“<sup>2</sup>

Nakonec jsem svůj výběr omezila na literu „d“, která intuitivně odkazuje na název „Domažlice“. Značka je navržena ve formě minuskule, takže neodpovídá zcela standardům pro název, odkaz je však jasný. Důraz je kladen na ztvárnění a tvar, který je v porovnání s verzálkami výraznější. V případě značky mi nešlo jen o zdůraznění historie pivovaru, ale také o vizuální ztotožnění s budovou. Tvar značky vertikálitou odpovídá hlavní budově Městského pivovaru Domažlice, který výrazně vyčnívá nad přiléhající zástavbou. Značka je zkonstruovaná pomocí čtvercové mřížky. Tato varianta byla nejvíce variabilní vůči jednotnému vizuálnímu stylu. Mým cílem bylo vytvořit moderní vzhled lomeného písma. Použití mřížky u značky mi umožnilo oprostít se od kaligrafického vzhledu a zbavit se přebytečných prvků. Inspiraci jsem hledala u textur lomeného písma ztvárněné Albrechtem Dürerem.<sup>3</sup> Už v roce 1525 se jednalo o něco nadčasového.

---

<sup>2</sup>(6, s. 12)

<sup>3</sup>(4, s. 12)

## 4.2 Barevnost

Základní barevnost značky je minimalizována jen na černou variantu. Toto omezení funguje v rámci značky, ale ne v celém vizuálním stylu. Základní varianta značky se primárně používá na bílém podkladu, ale je možno ji používat na barevném pozadí, pokud splňuje zásady manuálu značky. Celý vizuální styl je obohacen o barevnost, která je odvozená ze symbolických barev. Barevnost je převzata ze středověkých rukopisů a chodských krojů. Symbolika funguje i v rámci značky, která odkazuje na historii a tradici. Černá evokuje inkoust, kterým se ručně psalo do středověkých rukopisů. Symbolizuje formálnost, stálost a díky své čitelnosti je stále užívaným standardem pro písmo. Na bílém podkladu vytváří ten nejlepší kontrast a konkrétní barva tak diváka či čtenáře nijak nerozptýlí.

## 4.3 Písmo

Podstatnou součástí značky je typografie. Písmo použité pro název organizace se nazývá Oswald. Je také použito v rámci celého vizuálního stylu. Autorem je Vernon Adams, který toto písmo vytvořil do mřížky pixelů standardních digitálních obrazovek. Písmo Oswald je inspirované gotikou a je dobře čitelné. To jsou hlavní důvody k jeho použití do mého projektu. Písmo jsem volila tak, aby bylo v souladu, ale i v jistém kontrastu se značkou. Výhodou tohoto písma je možnost pracovat s variabilní funkcí, která umožňuje výběr vlastního duktu mimo dané řezy jako light, medium, bold apod.

## 5 PRINCIP VIZUÁLNÍHO STYLU

Vizuální styl kombinuje základní prvky a dohromady vytváří jednotný celek, který prezentuje organizaci a komunikuje s veřejností. Základními prvky se rozumí značka, barva a písmo. Tyto prvky pracují v principu grafické čistoty a v řádu čtvercové mřížky. Vizuální styl pracuje s variabilitou značky. Součástí grafiky jsou krátká slova odkazující na chodská přísloví, tato slova jsou složena z vlastních konstruovaných liter písma, inspirovaného Dürerovým vzorem gotického konstruovaného lomeného písma.<sup>4</sup> Maximálně třímístné slovo obsahuje literu „d“ a tím vzniká propojení se značkou. Vizuální styl kombinuje dvě hlavní varianty. První varianta je zaměřena na chodské symboly a je požívána především na propagační předměty. Druhá varianta pracuje s typografií a příslovími v chodském nářečí. Význam může být podpořen i podkladovou tematickou fotografií (důraz je přitom kladen na jednoduchost a přiměřenost zvolené kombinace). U obou variant se většinou na podkladu objevuje nedokončená čtvercová mřížka. Pokud nebude viditelná, je stále nutností, aby grafické prvky byly zarovnané podle mřížky.

---

<sup>4</sup>(příloha č. 3: „Inspirační zdroje“)

## **5.1 Chodské symboly**

Chodské symboly se mohou objevit i samostatně na propagačních materiálech. Představují chodského psa, květy z krojů, vlčí mák, chmel a jeho listy. Tyto symboly připomínají pixel art. Hlavní inspirace ale pochází z vyšíváních krojů, kdy vzory jsou vyšívány pravidelně skoro jako do mřížky.

## **6 TISKOVINY**

### **6.1 Etikety**

Etikety jsou založeny na principu používání chodských přísloví, přičemž je zvýrazněné vždy třímístné slovo obsahující v sobě písmeno „d“, tak vzniká jednoznačné propojení se značkou. Snažila jsem se o zachování tradičního vzhledu, který bude pojat modernějším způsobem. Cílem je přiblížit návštěvníkům pivovaru chodskou kulturu. Toho jsem docílila díky různorodosti přísloví na každé pivní etiketě.

### **6.2 Pivní tácky**

K použití jsou 3 varianty čtvercových pivních tácků, z toho na přední straně dominuje chodský symbolu a zadní strana s mřížkou slouží jako interaktivní prvek. Mřížka je zamýšlena jako hrací plocha pro piškvorky.

### **6.3 Zápisník**

Zápisník je na deskách obohacen o jeden z chodských motivů. Vnitřní stránky jsou čtverečkované. Je inspirovaný pivními tácky a slouží jako rozšiřující varianta, respektive jako pokračování hracího pole pro piškvorky.

### **6.4 Plakáty**

U plakátů hraje velkou roli použití podkladové fotografie, která je částečně nebo úplně stylizována. Používám zde až přehnaně výrazný rastr, který vytváří kontrast mezi abstraktním rastrem, který téměř zcela potlačuje dojem skutečnosti a realitou. Čtvercový rastr odkazuje na princip vizuálního stylu – mřížku. Plakáty slouží k prezentaci organizace.

## **6.5 Logomanuál**

Ke značce jsem vytvořila logomanuál, který definuje pravidla, jak správně značku požívat. Je zde použito písmo Oswald, které je součástí celého vizuálního stylu. Nerespektování těchto pravidel může vést ke znehodnocení značky i celého vizuálního stylu.

## **6.6 Trička**

Motivy na trička jsou vytištěna technologií termotisku. Ke zvýraznění barevnosti motivů jsem zvolila trička bílé barvy.

## **6.7 Samolepky**

Samolepky slouží jako doplňující propagační materiál. Jako u většiny propagačních materiálů jsou zde použity nejtypičtější chodské symboly.

## **7 ZÁVĚR**

Tvorba vizuálního stylu mi přinesla spoustu nových zkušeností. Vyzkoušela jsem si práci na komplexním projektu, který byl zaměřen na tradiční tematiku. Tato práce mi byla přínosem a v oboru grafického designu mě posouvá dopředu.

## 8 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### 8.1 Knižní a periodická literatura

1. ADAMS, Sean. *Masters of design: logos & identity: a collective of the world's most inspiring logo designers*. Beverly, Mass.: Rockport Publishers, c2008. ISBN 1592534414.

2. BLAŽEK, Filip. *Typokniha: průvodce tvorbou tiskovin*. V Praze: UMPRUM, 2020. ISBN 978-80-88308-12-6.

3. KAFKA, Ondřej a Michal KOTYZA. *Logo & corporate identity*. 3., přeprac. vyd. Praha: Kafka design, c2014. ISBN 978-80-260-6771-9.

4. MUZIKA, František. *Krásné písmo ve vývoji latinky*. Praha, 1958.

5. SAMARA, Timothy. *Základy grafického designu: vizuální elementy, techniky a strategie pro grafiky*. V Praze: Slovart, 2013. ISBN 978-80-7391-698-5.

6. ZÁRUBA, Alan, Michal RICHTER a Dagmar KOUDELKOVÁ. *CI.CZ 1990-2007: firemní styl v České republice*. Praha: CI.CZ, 2008. ISBN 978-80-254-1835-2.



## 8.2 Internetové zdroje

*Domazlice* [online]. ©2022 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z:  
<<https://www.domazlice.eu/mestsky-pivovar-domazlice/>>

*Městský pivovar Domazlice* [online]. [cit. 2022-03-20]. Dostupné z:  
<<https://www.pivovardomazlice.cz/>>

*Oh beautiful beer* [online]. ©2022 [cit. 2022-03-24]. Dostupné z:  
<<http://www.ohbeautifulbeer.com/>>

*The dieline* [online]. ©2007 [cit. 2022-03-26]. Dostupné z:  
<<https://thedieline.com/>>

*Jinudy* [online]. ©2012 [cit. 2022-04-14]. Dostupné z:  
<<http://www.jinudy.cz/clanky/psychologie-barev/>>

## 9 RESUMÉ

The topic of my bachelor's degree thesis is visual style for Městský pivovar Domažlice. Domažlice is a cultural center, so I decided to base my design on Chod tradition. My created visual style works with a square grid which comes from folk costumes, where the patterns are embroidered regularly, almost like in a grid. I follow up on the tradition with Chod motives and dialect (a.k.a. bulačina). My inspiration also came from viewing the original designs from the 19th century, where gothic fonts were used. My goal was to create a traditional design that will also look modern.

## **10 SEZNAM PŘÍLOH**

### **Příloha č. 1**

Rešerše vizuálních řešení pivních etiket

### **Příloha č. 2**

Rešerše použití mřížky

### **Příloha č. 3**

Inspirační zdroje

### **Příloha č. 4**

Současná podoba vizuálního stylu Městského pivovaru Domažlice

### **Příloha č. 5**

Skici

### **Příloha č. 6**

Vybraná varianta loga

### **Příloha č. 7**

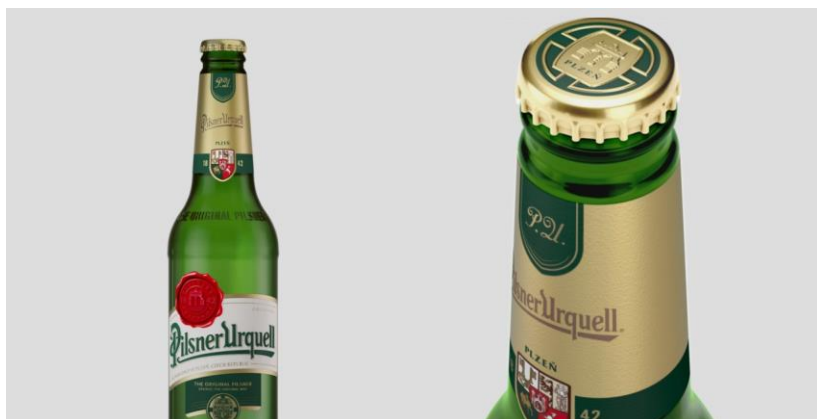
Ukázka z logomanuálu

### **Příloha č. 8**

Výsledné aplikace na předměty

## Příloha č. 1

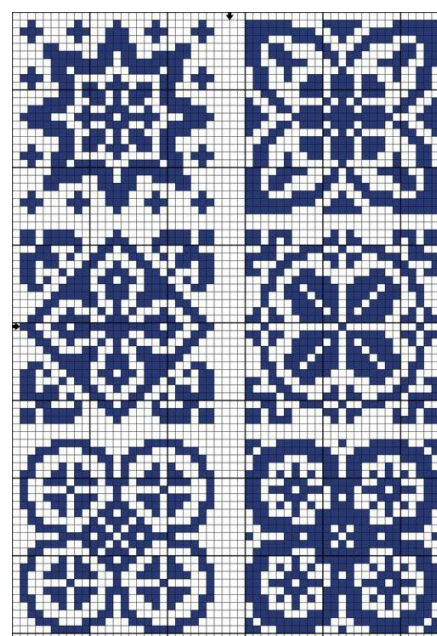
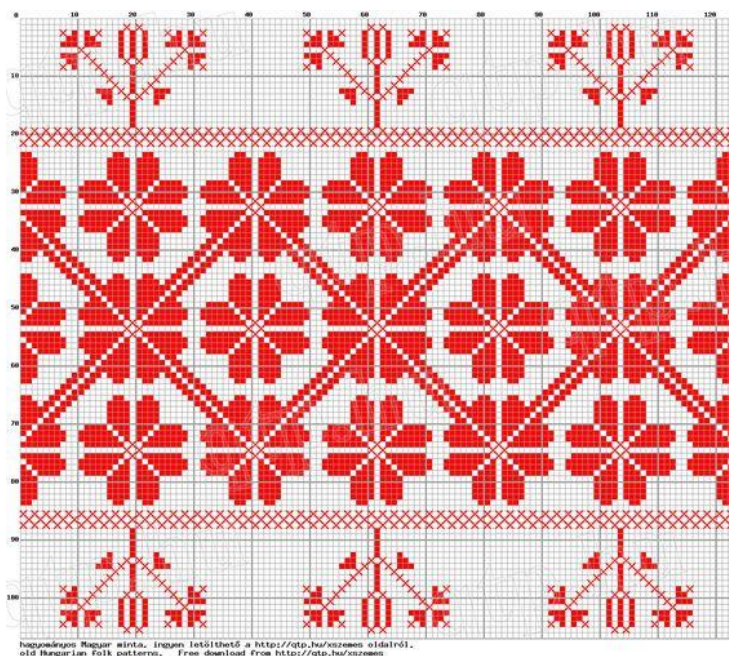
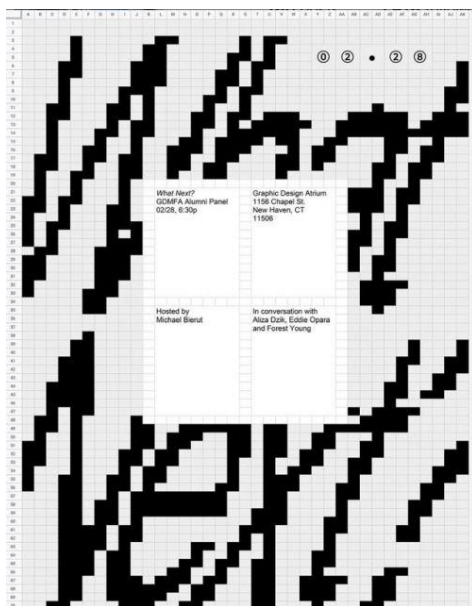
### Rešerše vizuálních řešení pivních etiket





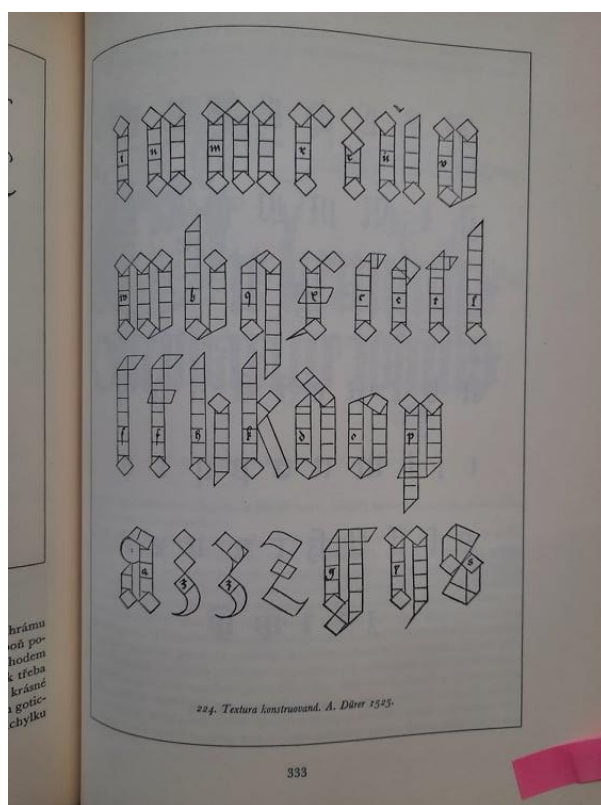
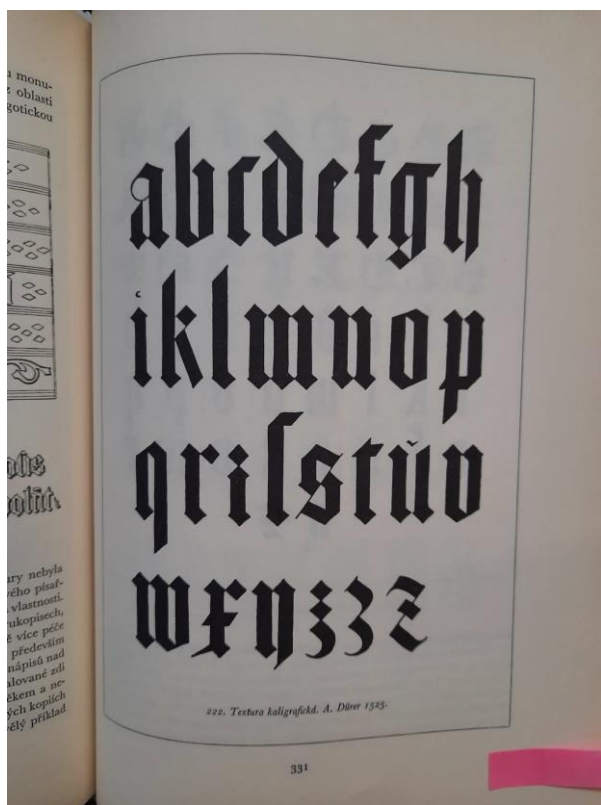
## Příloha č. 2

### Rešerše použití mřížky



### Příloha č. 3

#### Inspirační zdroje







## Příloha č. 4

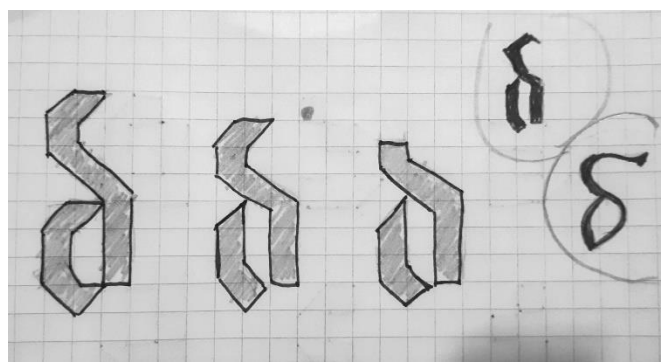
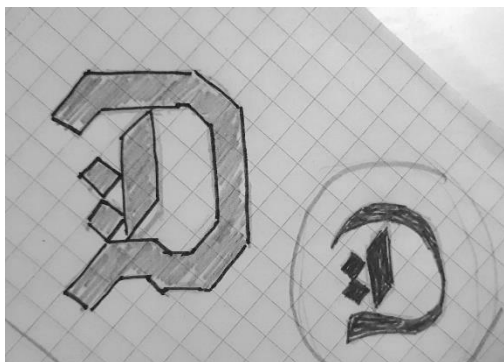
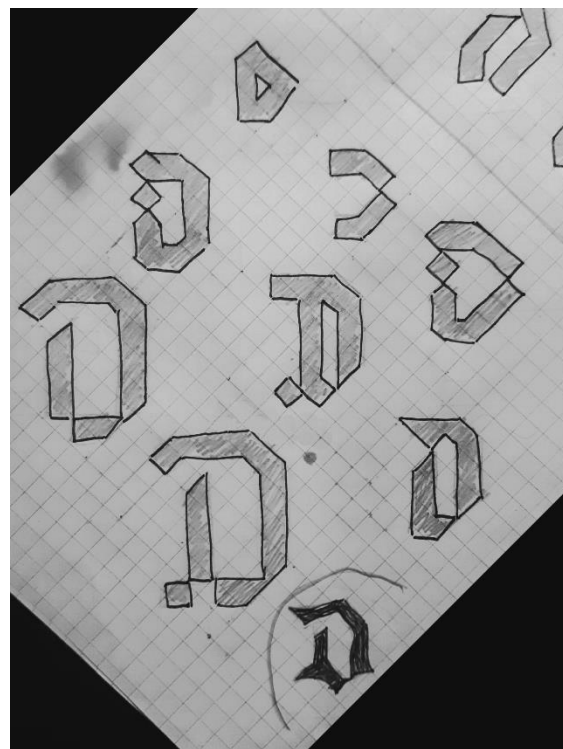
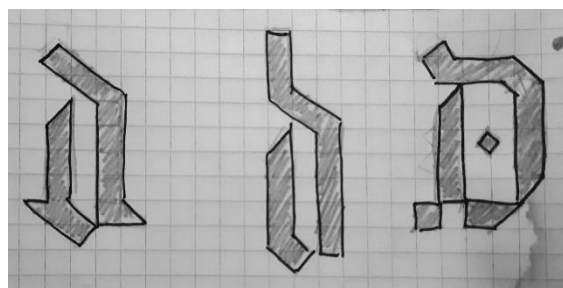
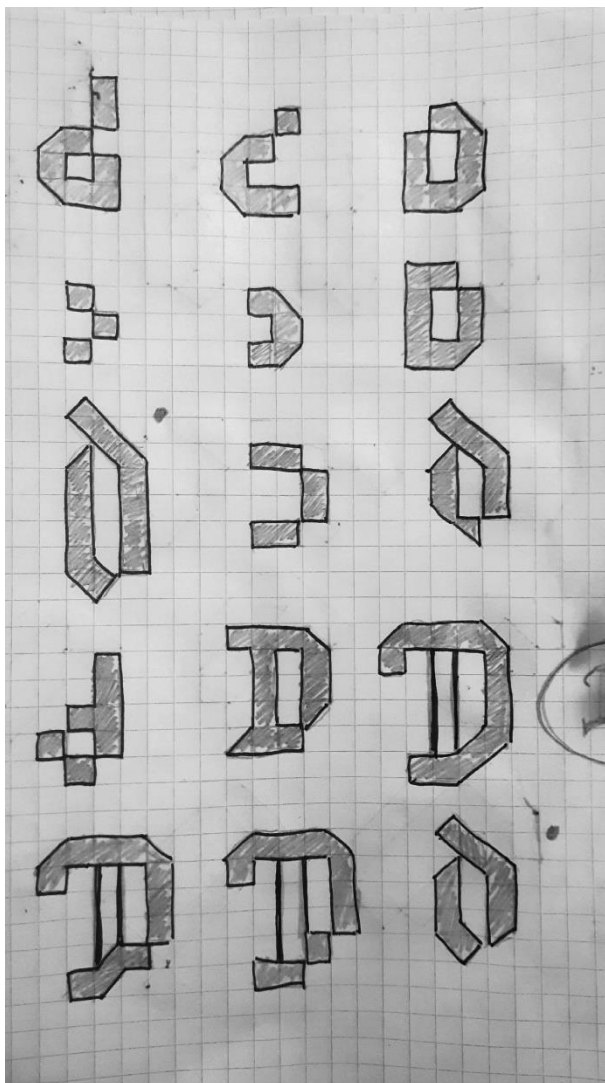
### Současná podoba vizuálního stylu Městského pivovaru Domažlice

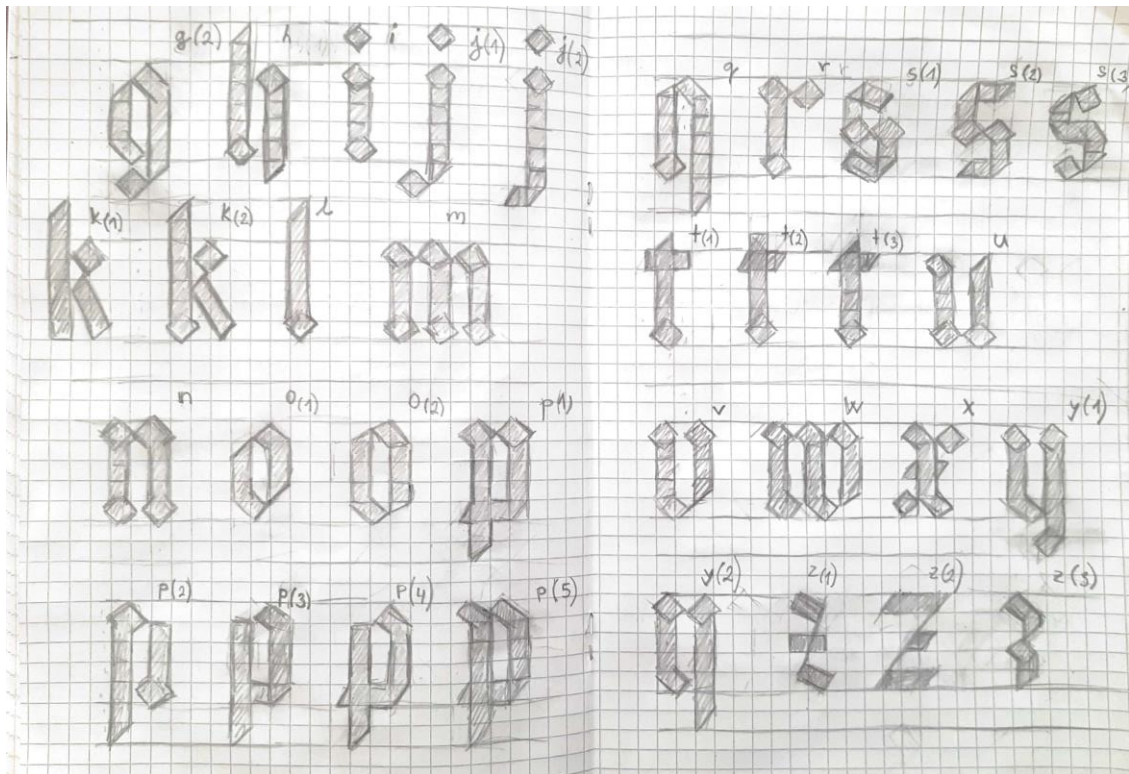
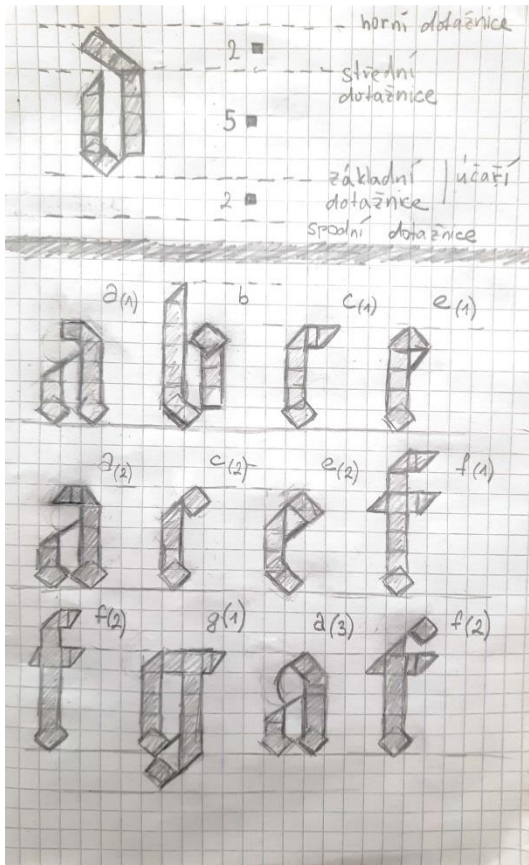




# Příloha č. 5

Skici





## **Příloha č. 6**

Vybraná varianta loga



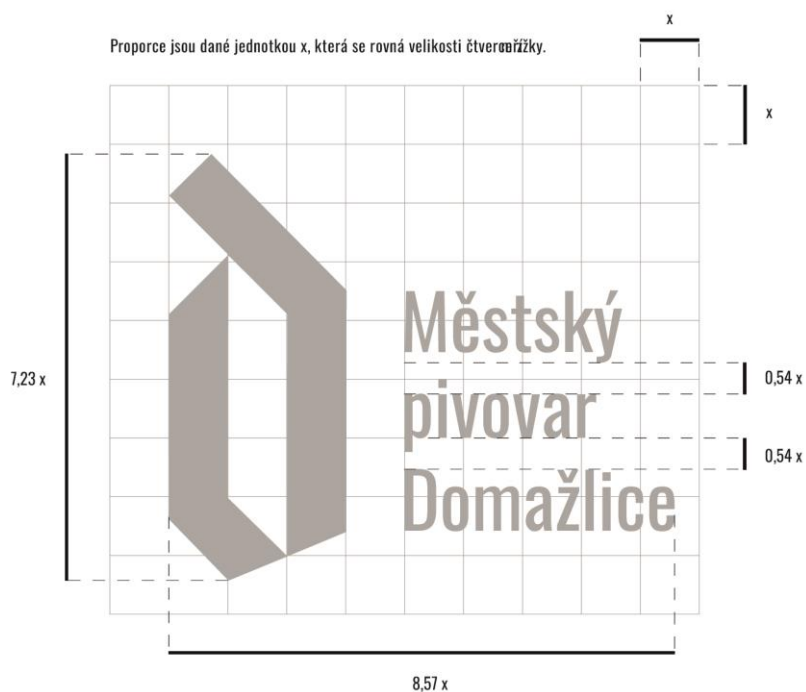
**Městský  
pivovar  
Domažlice**

## Příloha č. 7

### Ukázka z logomanuálu

#### 3.5 Síťový rozkres

Cílem síťového rozkresu je znázornit **poměry mezi jednotlivými prvky značky**.  
Definuje rozmístění grafických elementů, ale neslouží jako předloha ke konstrukci značky.



## Příloha č. 8

Chodské symboly, ukázka pracovních verzí



## Příloha č. 9

### Výsledné aplikace na předměty













**Městský pivovar Domažlice**

**Ponocný 13°**

ESTD 1431

**vod  
dobřího slova  
houba nebolí**

Obsah alkoholu: 4.0 % u obj.  0.5l  1.0l  1.5l

Šarže:  0.5l  0.75l  1.0l  1.5l

Pivo Světlý/čistý/Světlý/hořká/hořká/Nečíslované/Nečíslované/Nečíslované  
Složení: pšeničné slaz, ječmenné slad, chmelové produkty  
Zraje v souladu se zákonem na zvařování  
Skladujte v chladu. Chraňte před mrazem a přímým slunečním zářením.  
Podávejte chlazené. Úroveň k přímé spotřebě.

**Městský pivovar Domažlice**

**Domažlická 10°**

ESTD 1431

**hdo  
co rád mívá,  
vo tom se mu  
teký snívá.**

Obsah alkoholu: 4.0 % u obj.  0.5l  1.0l  1.5l

Šarže:  0.5l  0.75l  1.0l  1.5l

Pivo Světlý/čistý/Světlý/hořká/hořká/Nečíslované/Nečíslované/Nečíslované  
Složení: pšeničné slaz, ječmenné slad, chmelové produkty  
Zraje v souladu se zákonem na zvařování  
Skladujte v chladu. Chraňte před mrazem a přímým slunečním zářením.  
Podávejte chlazené. Úroveň k přímé spotřebě.

**Městský pivovar Domažlice**

**Čakan 11°**

ESTD 1431


**hde  
je hupřimná  
láska, tám je  
handělů na sta**

Obsah alkoholu: 4.0 % u obj.  0.5l  1.0l  1.5l

Šarže:  0.5l  0.75l  1.0l  1.5l

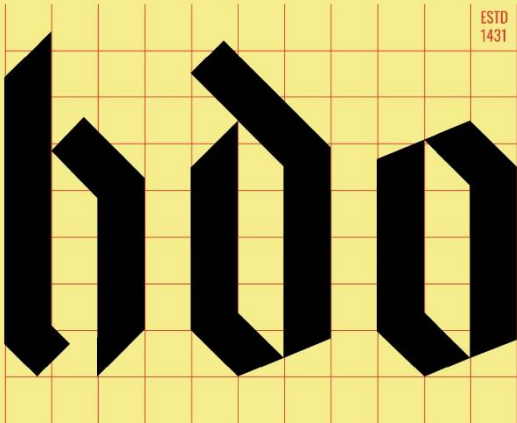
Pivo Světlý/čistý/Světlý/hořká/hořká/Nečíslované/Nečíslované/Nečíslované  
Složení: pšeničné slaz, ječmenné slad, chmelové produkty  
Zraje v souladu se zákonem na zvařování  
Skladujte v chladu. Chraňte před mrazem a přímým slunečním zářením.  
Podávejte chlazené. Úroveň k přímé spotřebě.

Pivní etikety



Městský  
pivovar  
Domažlice

**Čerchov 11°**



ESTD  
1431

**hdo  
co rád mívá,  
vo tom se mu  
teký snívá**

Obsah alkoholu:  
4,0 % u obj.  1,5l

Pro Světlo/Ležák/Světlé kváskové/Nehtůvrouně/Nepracované:  
Složení: přímá voda, ječný šrot, chmelové praménky,  
Zaseň a sediment uspadl na zavadlo

Skvělá je v chladu. Chraňte před mrazem a přímým slunečním zářením.  
Předevše chutnajte. Úroveň k přímé spotřebě.

Sarže:      Minimální množství do:      0,5l  1,0l  1,5l

(Potencionální barevnost pro čtvrtou etiketu)

**hdo co rád mívá,  
vo tom se mu  
teký snívá**



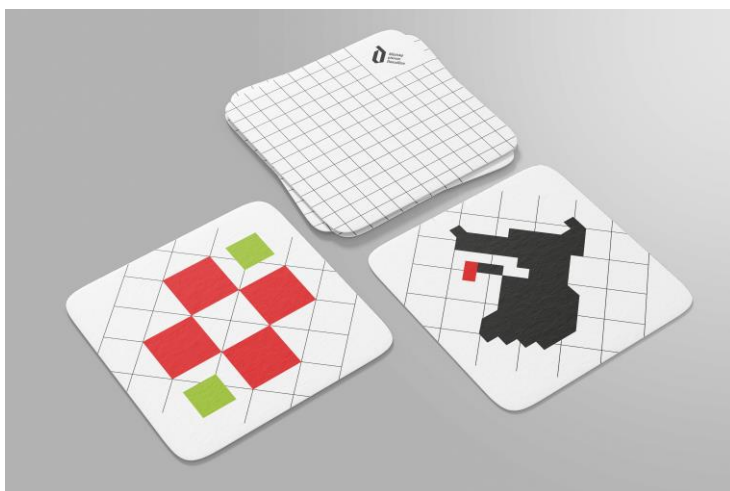
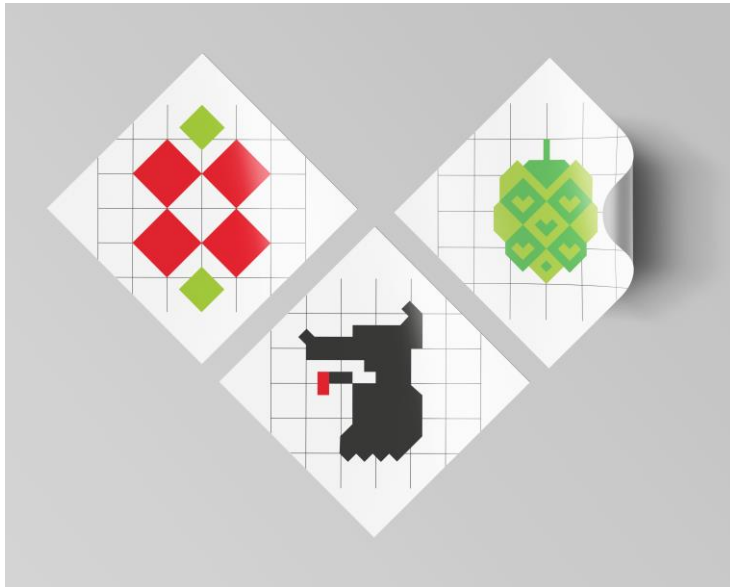
Prezentační plakát 01.

**hdo co rád mívá,  
vo tom se mu  
teký snívá**



*Prezentační plakát 02.*





(Přední část triček)



(Zadní část triček)

