

Posudek oponenta bakalářské práce – teoretická část

Jméno a příjmení studenta	Lucia Mišeková		
Studijní program	Výtvarná umění		
Obor/ateliér	Multimédia a design/Grafický design		
Forma studia	prezenční	Akad. rok	2021/2022
Název práce	Vizuální identita značky v online prostředí		
Oponent práce	MgA. Kristýna Londinová		

V teoretické části bakalářské práce studentky Lucii Mišekové především velmi oceňuji čtivou formu textu, jehož osnova a chronologie dává smysl, čtenáři přibližuje a uvádí dané téma. Jsem ráda, že se autorka zde nezabývala zbytečně již několikrát opsanou historií, ale začíná svůj text psát od 80. let od vzniku osobního počítače. Autorka popisuje postupný vývoj role grafického designéra, od počátků Adobe softwaru a DTP, přes nové technologie v oboru jako jsou 3D rendry, motion design nebo VR, až po společenskou odpovědnost, kterou by měl každý grafický designér ctít. Bohužel, není to tak ve všech případech. Autorka také popisuje opačnou stránku vývoje, která přinesla rozmach nekvalitních grafických výstupů, neprofesionálně vytvořené fonty a celkovou dostupnost grafického řemesla pro kohokoliv s počítačem. Autorka pečlivě popisuje důležité rozšíření vizuální identity značky do všech digitálních forem jako jsou prezentace, web, video, sociální sítě, e-mail bulletin, mobilní aplikace, animace v logu a mnoho dalších, které jsou v dnešní době naprostou samozřejmostí v budování jednotné vizuální identity.

Dále se teoretická část práce věnuje aktuálním trendům v grafickém designu v online prostředí, kde oceňuji opravdu aktuální zdroje z roku 2021 a 2022, které reflektují aktuální trendy. Ty se velice často mění z měsíce na měsíc, tudíž jsem ráda za absenci ukázek například z roku 2015 apod. Autorka rozebírá formy minimalismu, flat designu, antidesignu (není zde myšlen ten související s brutalismem), abstraktní surrealismus, kinetickou typografii a neumorfismus. Všechny tyto aspekty jsou důležité pro pochopení aktuální problematiky a jsou zde na místě.

V kapitole Internetová prezentace firem se autorka zabývá digitálním rozmachem za doby nedávné pandemie, která navždy změnila online komunikaci firem, jejich dostupnost, služby a komunikaci. Text pojednává o důležitosti sjednocení vizuální komunikace i v online platformách, o dopadech na uživatele, o všech možných aspektech, na které bychom neměli zapomenou při tvorbě online komunikace, a to je dodržování vizuálního stylu a barevnosti, používání vhodných fontů v digitálním prostředí, přizpůsobit např. webové stránky opravdu webovému rozhraní, které uživatel vnímá a čte jinak než běžné tiskoviny. Soustředit se na velmi krátký čas (pár vteřin), které musí uživatele zaujmout, na přehlednost a jasnost ve sdělení informace. Autorka dále popisuje výhody propagace v online prostředí. Zároveň si autorka uvědomuje důležitost tvorby profesionálního grafického designéra, který bývá najat do firmy, aby se její komunikace lišila od volně stažitelných šablon a byla opravdu profesionálně odvedena. V teoretické části jsou také podrobně popsány aspekty webové stránky, na které je důležité myslet při její tvorbě, stejně tak je zde dostatečný prostor věnovaný zpracování výstupů na sociální sítě.

Velice oceňuji, že se autorka zabývá udržitelností v designu, zmiňuje klimatické změny, enviromentální otázky, nedostatek surovin, ekologické problémy, které jsou ve všech oborech a v každém odvětví společnosti alarmující. Na druhou stranu si je autorka vědoma využívání tohoto „trendy“ tématu, které sklouzává až do pojmu Greenwashing, které autorka také zmiňuje a vysvětluje. Dále autorka popisuje udržitelnost přímo v oboru grafický design, která se bohužel věnuje z velké části recyklovaným papírům a tisku. Pouze v několika větech, je zmíněn digitální odpad v podobě zmenšování obrázků apod., nicméně další odstavce se věnují tiskařským společnostem a jejich enviromentálním akreditacím, míře potištěné plochy papíru, složení tiskařských barev a závadných látek, papírenskému průmyslu a jednotlivým druhům recyklovaných a certifikovaných papírů. Toto vnímám vzhledem k tématu práce jako vedlejší a spíše bych zde uvítala redukci, udržitelnost a nadčasovost v online grafickém prostředí, nicméně informace byly i přesto zajímavé a čtenáři alespoň přiblíží všechny možné odvětví, kterými se dnešní grafický designér musí zabývat.

Samotná analýza vizuálně udržitelných módních značek v digitálním prostředí se zaměřuje na jeden český příklad značky Back2Grand, slovenský příklad Nosene a anglický příklad True Vintage. Na začátku odstavce kapitoly autorka přitom zmiňuje mnohem zásadnější hráče v tomto odvětví jako Almovintage, 1981 Second Hand, Kuzmark, Homeless Prague apod., které ovšem autorka nerozebírá, pouze zmiňuje. Autorka tvrdí, že její tři vybrané značky mají na internetu dlouhodobé stabilní místo, přitom první příklad, značka Back2Grand, vznikla teprve v roce 2020. Pokud si uvědomíme, že byla založena v digitálním rozmachu při pandemii, můžeme diskutovat, jestli její vznik byl jednodušší, pokud se odehrával pouze v online prostředí, nicméně bych ji nepovažovala za dlouhodobě stabilní značku. Autorka popisuje klady i zápory webových stránek třech módních značek s vintage oblečením a zde si opět nejsem jistá, jestli měl každý zástupce představovat kladný příklad jednotné vizuální identity či negativní, jelikož jsou u každé značky jsou popsány plusy i mínusy. Nejlépe z toho vyšla zahraniční značka True Vintage, která je popsána téměř bez výtek. Pokud by autorka zařadila další příklady k analýze, bylo by finální srovnání hodnotnější. Nicméně oceňuji, že se autorka věnuje i sociálním sítím jednotlivých značek.

Formální stránka teoretické části je na vysoké úrovni, po jazykové stránce práci nemohu hodnotit, nicméně neobsahuje překlepy, pouze mírnou absencí odstavců.

Návrh klasifikace B

V(e) Zlíně, dne 5. 6. 2022

.....
podpis oponenta práce

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

A - výborně	B - velmi dobře	C - dobře	D - uspokojivě	E - dostatečně	F - nedostatečně
-------------	-----------------	-----------	----------------	----------------	------------------

