

## Posudek oponenta bakalářské práce

|                                  |   |           |           |
|----------------------------------|---|-----------|-----------|
| <b>Jméno a příjmení studenta</b> | Katarína Štefániková  |           |           |
| <b>Studijní program</b>          | Výtvarná umění  |           |           |
| <b>Obor/ateliér</b>              | Multimédia a design / Digitální design                                |           |           |
| <b>Forma studia</b>              | Prezenční   | Akad. rok | 2019/2020 |
| <b>Název práce</b>               | Vizuální identita a propagace Slovenského komorního divadla v Martine |           |           |
| <b>Oponent práce</b>             | MgA. Michal Kupilík, Ph.D.  |           |           |

Katarína svou bakalářskou práci věnuje vizuálnímu stylu a vizuální komunikaci Slovenského komorního divadla v Martine. Téma je jí blízké, neboť jak sama uvádí, martinské divadlo pravidelně navštěvuje. Hnací motorem pro výběr tématu se stala její nespokojenost se stávající podobou vizuální propagace divadla, což je ideálním předpokladem k redesignu. Realita ovšem bývá taková, že instituci k rebrandingu vede nikoliv pokulhávající stav, nýbrž personální změny, které s sebou nesou i ambice o nové umělecké směřování a vlastní otisk. Naštěstí se zde pohybujeme na akademickém poli, v němž politika kulturních institucí a různorodé zájmy nehrají žádnou roli. Podstatný je především autorský výstup a zde Katarína předkládá kvalitní práci.

Text je rozdělen do několika celků. V teoretické části si autorka nejprve odbyde nezbytné kolečko s definicí pojmů jako logo, branding, propagace a vizuální identita. Odbočka k psychologii barev zde může působit trochu navíc, zejména je-li konečným vyústěním vizuál s převahou neutrální bílé barvy. Mnohem relevantnější je naopak rešerše vizuálních identit významných lokálních i zahraničních divadel – ostatně obdobný průzkum by měl každému tvůrčímu počínání vždy předcházet. V rešerši lze z prostředí tuzemských divadel postrádat např. nedávný a rozporuplně vnímaný redesign Divadla Na zábradlí od prestižního českého studia, který reflektuje soudobý fenomén opouštění nových a odvážných vizuálních identit a navrácení se zpět k původní historické tradici.

Vlastní dotazníkové šetření je vhodným krokem, jak si zmapovat vnímání divadla ve svém okolí. Vyplývá z něj i síla tradičních marketingových nástrojů (divadelní plakát), přestože jsou tyto výsledky uvedeny až v příloze.

V praktické části bakalářské práce Katarína nejprve dokumentuje historický vývoj loga a propagačních materiálů Slovenského komorního divadla. Na tyto odstavce plynule navazuje prezentací vlastní koncepce vizuální identity, která je spíše revoluční nežli evoluční. Přestože se autorka odkazuje na zachování původního portálu ze stávajícího loga, jeho začlenění do nové vizuální identity je velmi podprahové a abstraktní, jak jen obdélníkový tvar může být. Běžný návštěvník v něm bez podrobného výkladu návaznost na předchozí vizualitu divadla nerozezná.

Revoluční změna vizuální identity s sebou přináší – vyjma oprávněné obavy, že návštěvníci zprvu přestanou své zažité divadlo poznávat – své nesporné výhody. Designer má možnost představit vlastní vizi, ničím nezátíženou, bez limitů. A právě nezátíženost – tedy lehkost a čistota – je slovo, které prezentované řešení vystihuje nejlépe. Eliminace veškeré zdobnosti, redundantních tvarů a ploch a vyzdvihnutí výrazné typografie s dostatkem prázdného prostoru (whitespace) může na první pohled působit chladně a stroze, přesto se pod povrchem skrývá poměrně důmyslný a racionální sazební systém. Důraz na minimalismus a funkcionalitu zde upozaduje grafický design do úlohy pouhého služebníka a nechává plně vyniknout prezentovaný obsah, tedy poutavé fotografie a informace o představení. Namísto vlastního uměleckého vkladu a přidávání výtvarných prvků autorka ve svém řešení spíše ubírá, čímž naplňuje jednu z definic minimalistického designu.

Z pohledu dopadu vizuální komunikace na potenciálního návštěvníka nelze grafické řešení posuzovat skrze líbí–nelíbí, ale skrze funguje–nefunguje. A navrhované řešení parametr funkčnosti splňuje na výbornou, což demonstruje i velké množství rozpracovaných výstupů a aplikací, mezi něž se řadí propagační tiskoviny, plakáty, programy, merkantilní tiskoviny, příspěvky pro sociální sítě, web, animované spoty či navigační systém objektu.

Autorka v samotném závěru zmiňuje, že by se ve své budoucí designerské praxi ráda věnovala kultuře i nadále. Toto směřování je nejen záslužné, ale optikou stávajícího roku, kdy celé kulturní odvětví prošlo zatěžkávací zkouškou, může být i zásadní pro budoucí existenci řady institucí. Krize, kterou kultura momentálně zažívá, je v mnoha ohledech přelomová. Z těch institucí, které nejsou dostatečně dotované a musí si na své další působení umět i vydělat, dost možná přežijí jen ty, které zvládnou vyburcovat dostatek diváků k návštěvě. A přesvědčivá vizuální propagace, zejména pak ve všeobjímajícím digitálním prostoru, může být v boji o obezřetného návštěvníka rozhodující. I z toho důvodu vnímám autorčinu práci nejen jako příklad dobré praxe a demonstraci řemeslných dovedností, ale také jako fungující a dotažené řešení, kterému by Slovenské komorní divadlo v Martině mělo věnovat zvýšenou pozornost.

Práci doporučuji k obhajobě.

### **Návrh klasifikace**

Hodnocení teoretické části: B

Hodnocení praktické části: A

V Praze, dne 31. 8. 2020

.....  
podpis oponenta práce

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

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