

# **REDIZAJN ŠTUDENTSKÉHO ČASOPISU OBČAS NEČAS**

*Nehézová Simona, Bc.*

Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy

*PhDr. Tomáš Koprda, PhD.*

## **ABSTRAKT**

NEHÉZOVÁ, Simona, Bc.: Redizajn študentského časopisu Občas Nečas: Študentská vedecká, odborná a umelecká činnosť. Univerzita Konštantína filozofa v Nitre. Filozofická fakulta. Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy. 33 s.

V predkladanej práci sa zameriavame na redizajn študentského časopisu Občas Nečas. Práca je rozdelená na dve časti. V prvej sa venujeme problematike vizuálnej identity a jej prvkov, ktoré predkladajú dôležité skutočnosti z danej oblasti s ohľadom na jej špecifickosť. V druhej časti práce tento syntetizujúci pohľad reflektuje naše vlastné návrhy loga časopisu Občas Nečas, loga podcastov Z času na čas a návrhu webu. V práci sa celý čas opierame o hlavný cieľ, ktorý je podporený čiastkovými cieľmi. Hlavným cieľom predkladanej práce je redizajn študentského časopisu Občas Nečas. Vzhľadom na to, že časopis nemá presne zadefinovanú vizuálnu identitu, môže jeho aktuálny stav pôsobiť neucelene. Výstupom redizajnu loga časopisu a vytvoreniu nového loga je dizajn manuál.

Kľúčové slová: vizuálna identita, logo, web, dizajn manuál

# Obsah

ÚVOD .....	4
CIEĽ PRÁCE .....	4
ŠKOLSKÝ ČASOPIS OBČAS NEČAS.....	4
POROVNANIE KONKURENCIE .....	7
VIZUÁLNA IDENTITA .....	7
LOGO.....	7
FARBA.....	8
TYPOGRAFIA.....	9
NÁVRH LOGA.....	9
WEB A NÁVRH WEBU.....	10
PODCASTY Z ČASU NA ČAS.....	13
ZÁVER.....	15
PRÍLOHY.....	16
Dizajn manuál Občas Nečas.....	16
Dizajn manuál Z času na čas .....	24
Porovnanie aktuálneho webu s návrhom.....	32
ZDROJE:.....	33

## ÚVOD

Témou predkladanej práce je *Redizajn študentského časopisu Občas Nečas*, ktorého obsah tvoria študenti na Katedre žurnalistiky, Filozofickej fakulty, Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre. V práci zosumarizujeme základné informácie o študentskom časopise, zanalyzujeme aktuálny stav a na základe konkurencie pozíciu študentského časopisu. Stanovíme si primárny cieľ, ktorý doplníme o čiastkové ciele. V práci využívame komparatívnu analýzu.

Na základe vyššie uvedeného prejdeme do procesu tvorby, v ktorom sa budeme venovať procesu skicovania nového návrhu loga, zostavením farebnej palety a vybrania správneho fontu písma. Vymedzíme si konkurenciu a následne porovnáme predchádzajúce verzie log. Ak spojíme všetky prvky do jedného komplexu, dokážeme tak vytvoriť vizuálnu identitu. Výstupom našej práce bude dizajn manuál. Vzhľadom na to, že *Občas Nečas* sa niekoľko rokov zapája aj do súťaže Štúrovo pero, je dôležité mať nie len obsahovú stránku naplnenú, ale taktiež aj vizuálnu. Aj keď je študentský časopis pod vedením študentov, treba si uvedomiť jeho spojitosť najmä s univerzitou. Je odzrkadlením ich štúdia, kvality akou disponujú, najmä vďaka univerzite, na ktorej študujú. Práve aj takýto študentský koncept potrebuje mať zafinovanú svoju vizuálnu identitu.

Všetky kroky doplníme o poznatky z teórie. Vzhľadom na pokročilú dobu sa zameriavame skôr na digitálne možnosti, ktoré nám svet ponúka. Je na zváženie, aký dopad na čitateľnosť bude mať čisto virtuálny priestor, respektíve či tlačaná forma vymizne do stratena alebo sa jedného dňa ešte vráti. Výstupom redizajnu loga časopisu a vytvoreniu nového loga podcastov bude dizajn manuál.

## CIEĽ PRÁCE

Hlavným cieľom predkladanej práce je redizajn študentského časopisu *Občas Nečas*. Vzhľadom na to, že časopis nemá presne zafinovanú vizuálnu identitu, môže jeho aktuálny stav pôsobiť neucelene. Hlavný cieľ doplníme o čiastkové ciele, v ktorých sa zameriame najmä na webovú stránku a podcast, ktorý spadá pod študentov, s názvom *Z času na čas*.

## ŠKOLSKÝ ČASOPIS OBČAS NEČAS

*Občas Nečas* je časopisom študentov Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre. V minulosti vychádzal aj vo fyzickej podobe trikrát ročne vo formáte C5 a s rozsahom 40-60 strán. Začiatkom akademického roka 2022/2023 sa vedenie redakcie rozhodlo zrušiť tlačené vydanie a prejsť výlučne na web. Spravodajský webový portál *Občas Nečas* je zaregistrovaný na Ministerstve kultúry pod číslom **EV 1/22/SWP**. Jeho vydavateľom naďalej zostal Študentský parlament UKF v Nitre so sídlom Tr. A. Hlinku 1, 949 01 Nitra. Grafiku časopisu vytvára Simona Nehézová. ([www.obcasnecas.ukf.sk](http://www.obcasnecas.ukf.sk))

*Občas Nečas* informuje o novinkách a zmenách na univerzite a internátoch, približuje konferencie, sleduje súťaže, kultúrne a športové podujatia. Okrem toho prináša aj reportáže zo zaujímavých miest sveta, fejtóny, komentáre a iné. O obsahovom zameraní napovedá aj zaradenie rubriek časopisu: *Zo školstva*, *UKF life*, *Medzi riadkami*, *ON predstavuje*, *EKO*, *Rande s Nitrou*, *Kultúra*, *Šport*, *Aby duše rozkvitli*. Príležitostne sú zaraďované aj špeciálne rubriky. Časopis vyhlásil vo svojom štatúte názorovú nezávislosť od svojho vydavateľa a UKF.

Cieľovou skupinou sú čitatelia z prostredia univerzity, ale aj obyvatelia Nitry a vďaka webstránke už aj čitatelia z celého Slovenska. Od roku 2009 až po súčasnosť si drží svoje miesto na popredných priečkach ocenenia Štúrovo pero. ([www.obcasnecas.ukf.sk](http://www.obcasnecas.ukf.sk))

## Komunikačné kanály

Aby sme lepšie zadefinovali vizuál, potrebujeme pochopiť aj aktuálny spôsob prezentácie/komunikácie prostredníctvom komunikačných kanálov. Študentský časopis komunikuje prostredníctvom webu a sociálnych sietí. Z našej internej analýzy vyplýva nasledovné:

### Facebook

Obsah na sociálnej sieti tvorí najmä prezdieľavanie článkov, iných študentských akcií či projektov. Túto stránku sleduje pomerne veľké množstvo ľudí. Konkrétne sa jedná sa o 3,2 tisíc recipientov. Titulná fotografia je mockup ich webu. Po rozkliknutí titulnej fotografie nemáme ďalšie informácie ani odkaz na ich webovú stránku. Profilovú fotku tvorí ich logo v skrátenej verzii (viď. obr. č. 1).

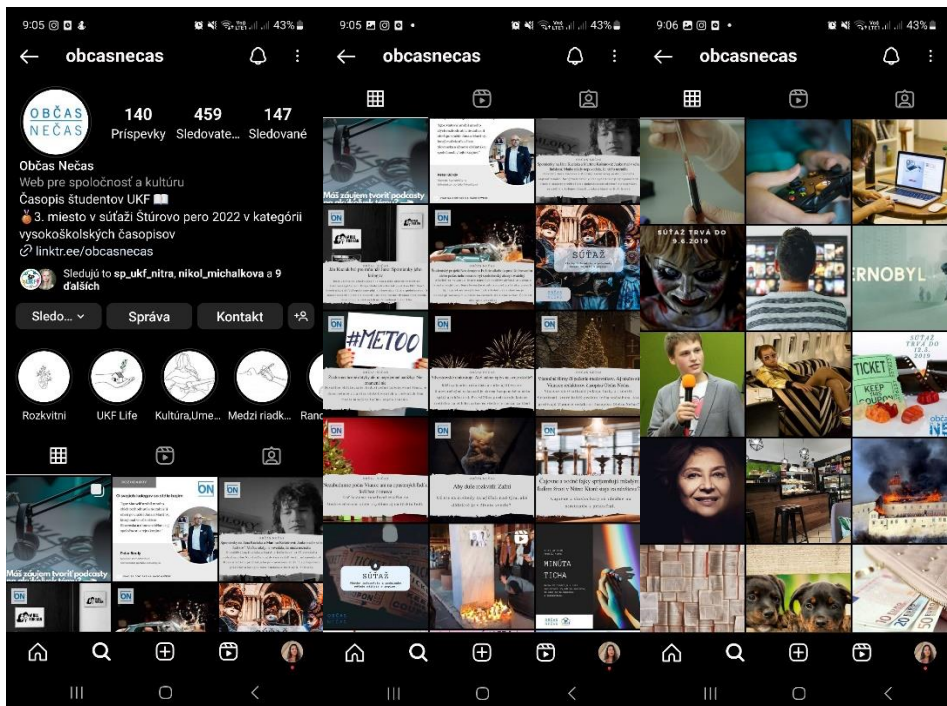
### Instagram

Na sociálnej sieti Instagram sleduje časopis 459 ľudí (údaj ku 5.3.2023). Tak ako pri Facebooku, aj na tejto sociálnej sieti tvorí obsah zdieľanie aktuálnych článkov, avšak vizuálne to ako celok nepôsobí atraktívne (viď. obr. č. 2). Menia sa nám štýly grafík a pre nás limitom je v niektorých prípadoch množstvo textu. Z toho dôvodu navrhujeme vytvoriť šablónu (viď. obr. č. 3), ktorej sa budú tvorcovia držať aj do budúcnosti.



Obrázok č. 1 – Facebook Občas Nečas

Zdroj: Vlastná dokumentácia



Obrázok č. 2 – Instagram Občas Nečas

Zdroj: Vlastná dokumentácia

**Plán instagramovej mriežky**

Článok	Behind the scenes	Článok
Podcast	Článok	Podcast
Článok	Behind the scenes	Článok
Podcast	Článok	Podcast

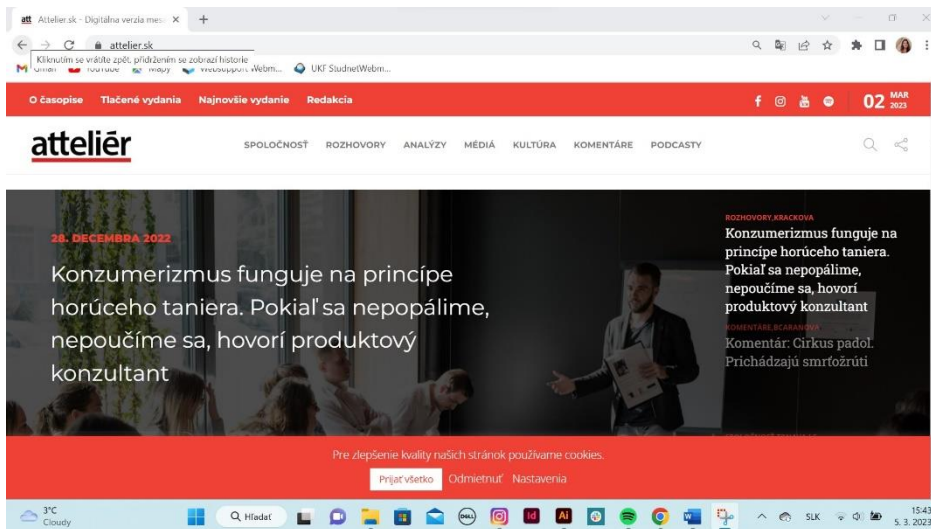
Obrázok č. 3 – Plán Instagramovej mriežky

Zdroj: Vlastné spracovanie autorky

## POROVNANIE KONKURENCIE

Attelier - Z nášho interného pozorovania sme dospeli k názoru, že časopis Attelier – sa po vizuálnej stránke, respektíve svojim grafickým spracovaním, dostáva na vysokú úroveň. Tento fakt bol prezentovaný aj na súťaži Štúrovo pero 2022. Logo sa skladá z textovej formy. Na webovej stránke, z hľadiska farieb prevažuje červená farba, ktorej sa budeme ešte venovať neskôr. Ako na obrázku č. 4 môžeme vidieť, ich webová stránka nie je aktualizovaná. Na hornej lište je dátum, ktorý nezodpovedá tomu aktuálnemu (údaj k 5.3.2023). Pridanú hodnotu ich webovej stránky, v porovnaní s Občas Nečas, vidím sekciu „Redakcia“. Takmer každý člen má zverejnenú fotografiu a stručný popis. Pri redaktoroch sa vieme dostať aj ďalej, konkrétne na ich články. Chýbajú nám však kontaktné informácie.

Ostatné časopisy ako pod čiarou – Filozofická fakulta UK, Bratislava, Farmakoviny – Farmaceutická fakulta UK, Bratislava (vydavateľ Slovenský spolok študentov farmácie) či Radikál – Fakulta chemickej a potravinárskej technológie, STU Bratislava, ktoré boli v súťaži Štúrovo pero, neberieme ako priamu konkurenciu, pretože ani jeden nemá svoju samostatnú webovú stránku, na ktorú sa koncentrujeme.



Obrázok č. 4 – Webová stránka konkurencie

Zdroj: <https://www.attelier.sk/>

## VIZUÁLNA IDENTITA

Ovplyvnení vizuálmi z každej strany, najmä v digitálnom prostredí, musíme dbať na vizuálnu stránku. Počas tvorby budeme akceptovať princípy a náležitosti, ktoré priamo súvisia s vizuálnou identitou.

Pri tvorbe vizuálnej identity by sme sa taktiež mali opierať aj o semiotickú analýzu, vďaka ktorej symboly nebudú predstavovať náhodné obrazce, ale budú v sebe niesť aj výpovednú hodnotu, ktorá sa bude opierať o tvrdenia pána Godina „*symbol, ktorý funguje pre jednu skupinu, nemusí fungovať pre inú*“ (Godin, 2018, s. 139).

Z interných zdrojov máme potvrdené, že sa aktuálne pracuje aj na novej webovej stránke. Pri procese tvorby sa budeme opierať aj o tento aspekt a navrhujeme nový dizajn webovej stránky, ktorou sa v prípade úspešnosti loga môžu aj tvorcovia inšpirovať.

## LOGO

Mnoho ľudí žije v domnienke, že vizuálna identita sa rovná logu. Jeden prvok nemôže tvoriť celok, avšak sa z nášho pohľadu podieľa na výslednom celku.

Odkazujúc na Banyára logo môžeme definovať ako vizuálny symbol, grafický znak, vďaka ktorému sa organizácia odliší od svojej konkurencie (Banyár, 2015). Kategorizáciou vieme logo ďalej rozdeliť na:

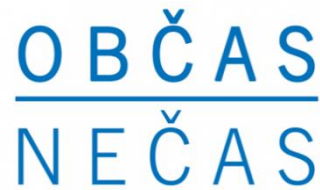
1. Obrazové logo, ktoré sa čisto orientuje na ikony, symboly či piktogramy. Nie je v ňom použité písmo a text.
2. Typografické logo, kde sa nachádza čisto len písmo, respektíve ho vieme zdefinovať konkrétnym fontom.
3. Kombinované logo predstavuje prvú a druhú kategóriu, to znamená, že sa jedná o kombináciu obrazového a textového loga (Banyár, 2015).

Ako môžeme vidieť na obrázku č. 5 a obrázku č. 6 Občas Nečas využíval doteraz čisto typografické písmo. V novom návrhu sa zameriame na kombináciu obrazového a typografického loga.



Obrázok č. 5 – Logo používané do roku 2019

Zdroj: Z archívu Občas Nečas



Obrázok č. 6 – Logo Občas Nečas od roku 2019

Zdroj: Z archívu Občas Nečas



Obrázok č. 7 – Iný variant loga Občas Nečas

Zdroj: Z archívu Občas Nečas

## FARBA

Existujú rôzne formy komunikácie, ktoré nebudeme, vzhľadom na rozsah práce, uvádzať, avšak dovolíme si tvrdiť, že i prvok, ako napríklad farba, môže tvoriť jeden z aspektov komunikácie. Komunikovať voči ľuďom dokážu aj nehmotné predmety, na základe prvkov, ktoré obsahujú. Aj Ambrose a Harris vo svojej knihe *Grafický design: designové myšlení*, hovoria o farbe ako o komunikačnom nástroji, ktorý je významný (Ambrose, Harris, 2010).

Odkazujúc na Samaru, ktorý vo svojej publikácii *Grafický design, základní pravidla a způsoby jejich porušování*, hovorí, že farbu pri procese tvorby treba vybrať cielene. Farebnosť podľa neho ovplyvňuje vizuálnu hierarchiu či čitateľnosť písma (Samara, 2016).



Aktuálny návrh loga je v modrej farbe. Vzhľadom na to, že modrá farba sa nám asociuje aj s UKF, rozhodli sme sa ju ponechať aj v novom návrhu, avšak v inom odtieni.

Z hľadiska psychológie farieb môžeme povedať, že modrá farba vyvoláva dojem ochrany alebo bezpečia. Jedná sa o studenú farbu. Recipient na jej spracovanie nevykladá tak veľa energie, ako napríklad pri červenej farbe. Taktiež veľká asociácia s nebom a morom sa premieta do pocitu pevnosti a spoľahlivosti (Samara, 2016).

## TYPOGRAFIA

V knihe *Grafický dizajn v praxi* delí David Dabner písma do nasledujúcich kategórií: *textové* a *akcidenčné (titulkové)*. Prvé, ktoré uvádza, sa sadza na text, pričom veľkosť sa pohybuje medzi 8 až 12 bodov. Medzi písma, ktoré sú najvhodnejšie, z hľadiska čitateľnosti textu, patria napríklad, Garamond, Times, Bembo. Druhé, akcidenčné, sa používa na nadpisy, prípadne na úvodné odstavce. Pri tomto type sa veľkosť začína od 14 bodov (Dabner, 2004).

My sa pri tvorbe loga zameriame na písmo Courier, konkrétne Courier New. Pri tvorbe prototypu webovej stránky zvolíme variantu Courier Prime. Jedná sa o slab serifové písmo, ktoré doplníme o písmo Roboto Slab.

## NÁVRH LOGA

Predkladané logo je založené na jednoduchých líniah, ktoré sa dopĺňajú s názvom časopisu. Naším zámerom bolo poukázať na symbol písania prostredníctvom vizuálnej i textovej časti. Vizuálna časť je zastúpená perom, ktoré má symbolizovať nástroj na písanie. Inšpirácia pochádza z plagátu, ktorý bol nami vytvorený priamo pre časopis (vid' obr. č. 8). Textová časť je zastúpená názvom časopisu, avšak z hľadiska typografie, názov obsahuje písmo courier new, ktoré má symbolizovať novodobú formu písania (na stroji/počítači). Prvá verzia loga bola s použitím mínusiek, teda využili sme malé písmo, bez boldu (vid' obr. č. 10). Táto verzia nebola výrazná. Pri druhej, finálnej verzii sme sa zamerali na zvýraznenie názvu časopisu prostredníctvom verzálok, teda veľkých písmen, a prostredníctvom tučného rezu písma (vid' obr. č. 9). Prítomnosť modrej farby, v inej intenzite a odtieni, má reflektovať spojitosť s UKF.

### Farebný model:

CMYK: 0/0/0/100

39/0/7/0

RGB: 0/0/0

159/227/245

Web Safe Color #000000

#9fe3f5

Pantone P 179-16 C

P 115-5 C

Porovnaním staršej verzie a novej verzie loga sme prišli k záveru, že je vhodné, aby logo malo zastúpenú aj obrazovú časť. Jednoduché línie v spojení s tučným písmom vytvárajú, koniec koncov, jednotný a minimalistický celok. Ponechanie modrej farby, avšak v inom odtieni, má v novom logu skôr asociačný význam. Myslíme si, že nové logo by mohlo byť atraktívnejšie. Kombinácia obrazového loga s textovým nám dopomôže odlišiť sa od bežných denníkov, ale aj konkurencie študentského časopisu.



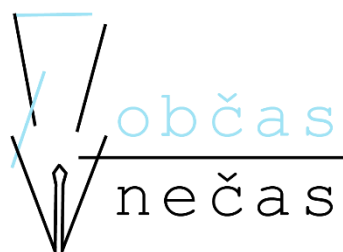
Obrázok č 8 – Plagát Občas Nečas

Zdroj: Z archívu autorky



Obrázok č. 9 – Finálna verzia loga

Zdroj: Vlastné spracovanie autorky



Obrázok č. 10 – Verzia loga s mínuskami

Zdroj: Vlastné spracovanie autorky



Obrázok č. 11 – Verzia loga bez typografie

Zdroj: Vlastné spracovanie autorky

## WEB A NÁVRH WEBU

Vzhľadom na meniacu sa dobu, nastáva aj prispôsobenie sa k digitálnemu svetu. Študentský časopis fungoval najmä v printovej podobe, neskôr bol zároveň vydaný aj v digitálnej verzii, ktorá bola dostupná na ich webovej stránke. Postupne sa dostávame k vymiznutiu printovej podoby, ale aj celého časopisu na webe. Nahradzujú ich čisto len články, ktoré sú publikované na webe.

Podľa Banyára patrí webová stránka k základným a najrozšírenejším spôsobom komunikácie firiem, spoločností, organizácií a značiek na internete (Banyár, 2015). Ďalej dodáva, že pri

tvorbe webových stránok je možné vychádzať aj zo základných pravidiel a odporúčaní, ako je napríklad model 7C, ktorý vytvorili autori Rayport a Jaworski. Model je nasledovný:

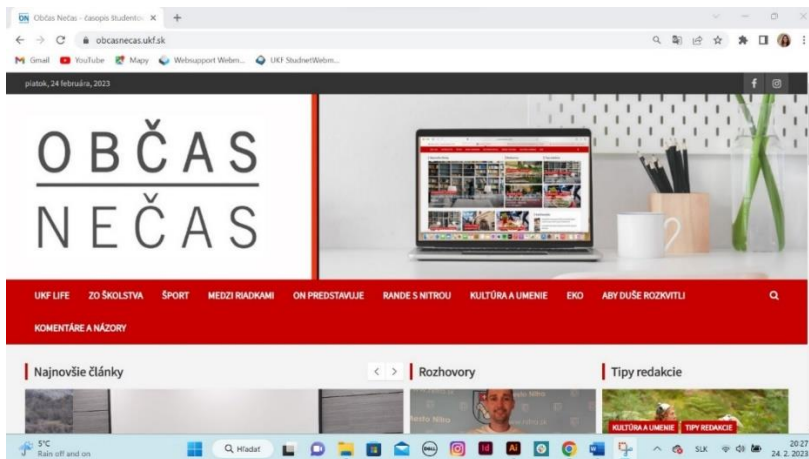
1. Context – grafické rozvrhnutie webovej stránky (tzv. Layout) a dizajn webovej stránky
2. Content – texty, obrázky, zvuky a videá, ktoré webová stránka obsahuje
3. Community – podpora webovej stránky, umožňujúca vzájomnú komunikáciu medzi používateľmi
4. Customization – schopnosť webovej stránky prispôbiť sa potrebám a požiadavkám jej používateľov/zákazníkov, alebo im umožniť personalizovať webovú stránku
5. Communication – spôsob umožňujúci webovej stránke komunikáciu v smere stránka - používateľ, alebo v rámci obojsmernej, interaktívnej komunikácie
6. Connection – stupeň spojenia webovej stránky s inými stránkami
7. Commerce – schopnosť webovej stránky realizovať komerčné transakcie ( Rayport, Jaworski, 2001 in Banyár, 2015).

Aktuálna verzia webu (vid'. obr. č. 12) nám z farebného hľadiska ani len neodkazuje na spojitosť s UKF. Červená farba sa nám v tomto prípade asociuje s „novinársnym prostredím“. Červenú farbu majú na svojich weboch aj denníky ako SME, Denník N, ale aj bulvárne denníky ako Nový Čas. Prítomnosť červenej farby vidíme aj pri zahraničnom spravodajstve. Tým, že Občas Nečas sa profiluje ako študentský časopis, tak prostredníctvom farby ho vieme selektovať od serióznych denníkoch, čím nechceme naznačiť, že tento študentský počín nemáme brať ako seriózne médium. Túto skutočnosť potrebujeme oddeliť, najmä ak sa jedná o študentskú prácu. Aj takáto nuansa môže vo výslednom celku niečo prezradiť.

Odvolávajú sa na Kubinskú, web dizajn zahŕňa nasledovné činnosti, ako napríklad plánovanie a tvorbu informačnej architektúry, kompozíciu layoutu stránky, plánovanie používateľského zážitku (tzv. user experience, UX), grafický návrh rozhrania (user interface design), ale tiež prihliada na obsahovú stratégiu budúceho webu či microcopy (drobné názvoslovie v rámci stránky, ktoré umožňuje používateľovi lepšie sa orientovať v navigácii a funkciách webu) (Kubinská, 2015).

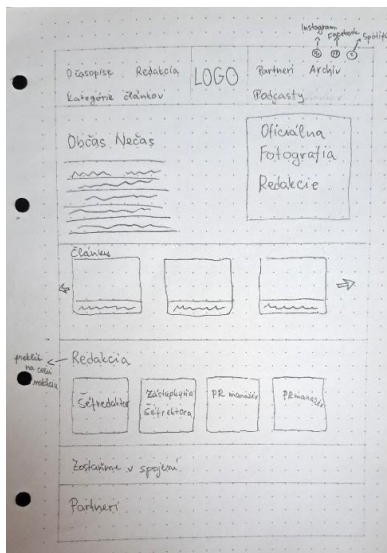
Aby sme dokázali vytvoriť dizajn webu, začali sme s procesom skicovania (vid'. obr. 13). Chceli sme sa odlišiť od pôvodného dizajnu webu, ktorý pripomína skôr serióznejšie denníky. Na základe toho sme uviedli ako prvé základné informácie o časopise (vid'. obr. 14). Nasledovala sekcia redakcia a až neskôr aktuálne články. Ako môžeme vidieť, pôvodný návrh sa od finálnej verzie mierne líši. Návrh je dostupný na nasledujúcom odkaze <https://www.figma.com/file/KyeydmrliYZz9C6eqODV3q/ON?node-id=0%3A1&t=NTLlECLSOGGr9kRrh-1>

Vzhľadom na rozsah práce si uvedomujeme limity dizajnu webu a nefunkčnosť prototypu. Ďalej ako limit práce uvádzame absentujúcu spätnú väzbu recipientov. Do budúca však rozmýšľame nad A/B testovaním webu. Pri takomto testovaní navrhujeme vytvoriť ďalšie verzie webu.



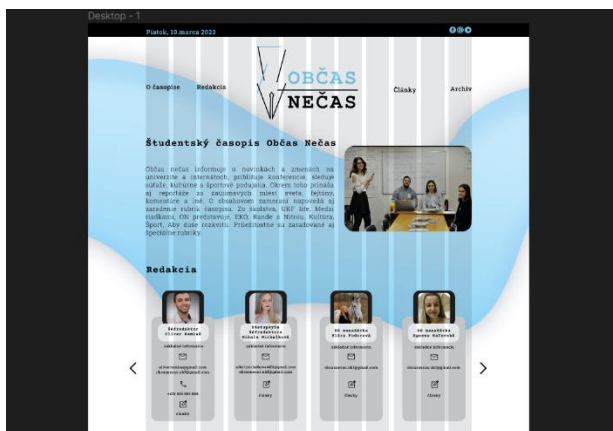
Obrázok č. 12 – Webová stránka Občas Nečas

Zdroj: [www.obcasnecas.ukf.sk](http://www.obcasnecas.ukf.sk)



Obrázok č. 13 – Skicovanie (wireframe)

Zdroj: Vlastné spracovanie autorky



Obrázok č. 14 – Proces tvorby v aplikácii Figma

Zdroj: Vlastné spracovanie autorky



Obrázok č. 15 - Návrh webovej stránky, ver. 1  
Zdroj: Vlastné spracovanie autorky



Obrázok č. 16 - Návrh webovej stránky, ver. 2  
Zdroj: Vlastné spracovanie autorky

## PODCASTY Z ČASU NA ČAS

Ďalším prínosom časopisu Občas Nečas môžu byť podcasty, ktoré vo svete už pár rokov zaznamenávajú veľký rozmach. Redakcia študentského časopisu vytvorila koncept s názvom Z času na čas.

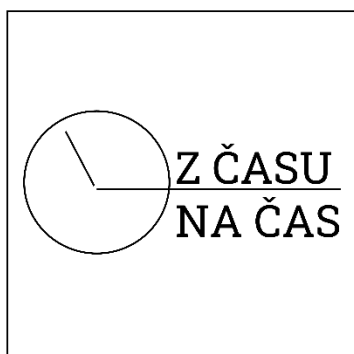
S hosťami rozoberajú aktuálne témy, ktoré hýbu spoločnosťou aj univerzitným prostredím. Podcast vychádza nepravidelne, len tak z času na čas ( Z času na čas <https://open.spotify.com/show/0IWAXRKvwL0ICu3NwOKr0b?si=fb40e77ea35748bf> , 2023).

Pri procesy tvorby loga sme sa pôvodne inšpirovali plagátom, ktorý sme v minulosti vytvorili (viď. obr. č. 17 a 18). Otáznik mal symbolizovať otázky, ktoré sa študenti pýtajú hostí vo svojom podcaste. Opäť sme využili písmo Courier New, ktorý mal reflektovať spojitosť s novým logom Občas Nečas. Následne sme vytvorili ešte jednu verziu, kde sme chceli využiť symboliku klasických hodín, ktoré nám určujú čas (viď. obr. č. 21). Finálna verzia loga je mierne upravená z predchádzajúcej verzie. Z tenších línií (viď. obr. č. 20) sme prešli na hrubšie línie (viď. obr. č. 19). Písmo sme zvolili Roboto Slab, ktoré je dané ako doplnkové písmo v novom dizajn manuáli k Občas Nečas.



Obrázok č. 17 – Plagát Občas Nečas

Zdroj: z archívu autorky



Obrázok č. 19 – Finálna verzia loga

Zdroj: Vlastné spracovanie autorky



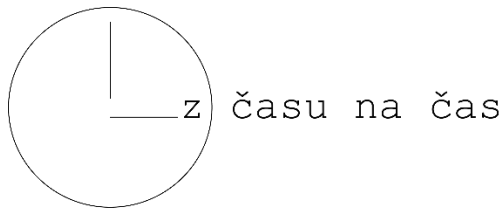
Obrázok č. 18 – Plagát Občas Nečas

Zdroj: Vlastné spracovanie autorky



Obrázok č. 20 – Logo s tenšími líniami

Zdroj: Vlastné spracovanie autorky



Obrázok č. 21 – Návrh loga

Zdroj: Vlastné spracovanie autorky

## ZÁVER

V predkladanej práci sme sa venovali téme *Redizajn študentského časopisu Občas Nečas*, ktorého obsah tvoria študenti na Katedre žurnalistiky, Filozofickej fakulty, Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre. Prácu sme si rozdelili na dve časti, kde v prvej časti sme zosumarizovali základné informácie o študentskom časopise. Taktiež sme kládli dôraz aj na analýzu aktuálneho stavu, v rámci vizuálov, komunikačných kanálov. Vymedzili sme si konkurenciu. V práci sa celý čas opierame o primárny cieľ, ktorý bol doplnený o čiastkové ciele. Na základe teoretických poznatkov prechádzame do druhej časti, v ktorej sa prakticky zameriavame na danú problematiku.

Prechádzame do procesu tvorby, v ktorom sme sa venovali návrhu nového loga, farebnosti a typografií. Porovnali sme aktuálne logo s novým návrhom. Neskôr sme sa venovali webovej stránke, kde sme vytvorili základ pre nový dizajn. Zamerali sme sa aj na nové logo podcastov Z času na čas. Výstupom redizajnu loga časopisu a vytvoreniu nového loga podcastov je dizajn manuál, ktorý sa nachádza v časti prílohy.

Limitom našej práce je absentujúca spätná väzba. Do budúca, najmä pri dizajne webu, navrhujeme A/B testovanie.

PRÍLOHY

Dizajn manuál Občas Nečas

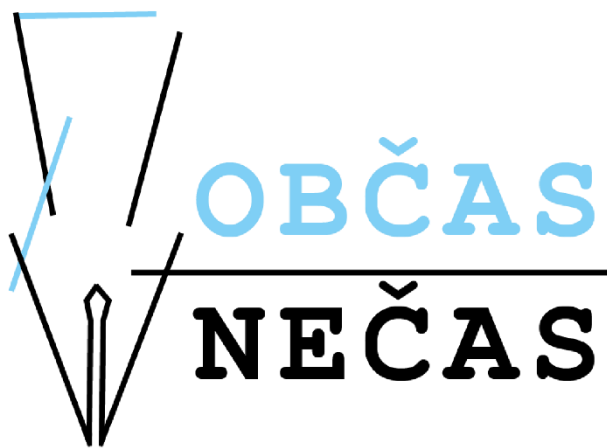


# Dizajn manuál

Občas Nečas



## Návrh loga



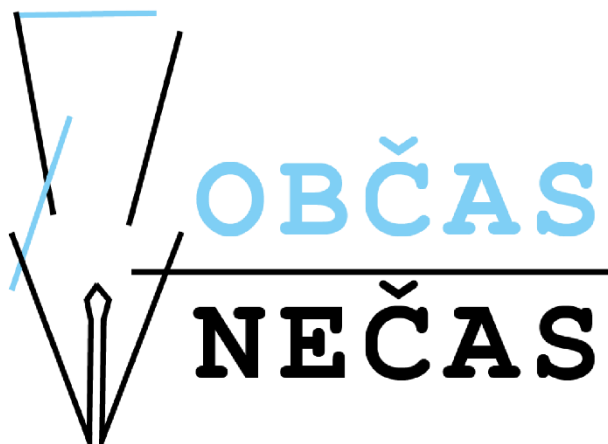
Logo je založené na jednoduchých líniách, ktoré sa dopĺňajú s názvom časopisu.

Vizuálna časť je zastúpená perom, ktoré má symbolizovať písanie.

Názov obsahuje písmo courier new, ktoré má symbolizovať novodobú formu písania (na stroji/počítači).

Prítomnosť modrej farby má reflektovať spojitosť s UKF.

## Farebnosť loga



Farebný motív CMYK



0/0/0/100



51/0/0/0

Farebný motív RGB



0/0/0



127/107/245

Farebný motív Web Safe Color



# 000000



# 7fcff5

Pantone



P 179-16 C

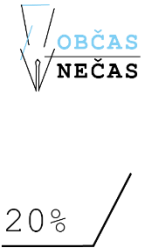


P 115-5 C

Jednofarebná verzia loga  
pozitívny/negatívny priestor



Minimálna veľkosť



## Ochranná zóna



Ochranná zóna je definovaná ako 2x prismseno X od najdlhšej línie, vo veľkosti 24 pt.

# Logo bez typografie



# Typografia

Typografia použitá v logu

**Courier New/rez: bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstvuxyz**

**123456789**

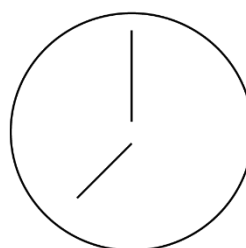
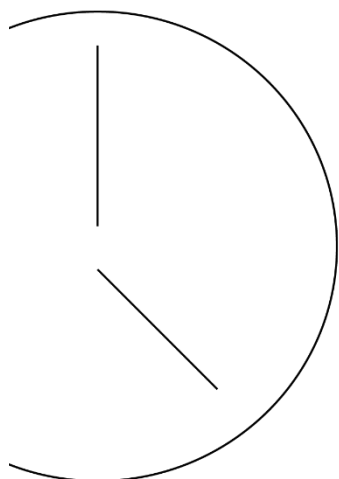
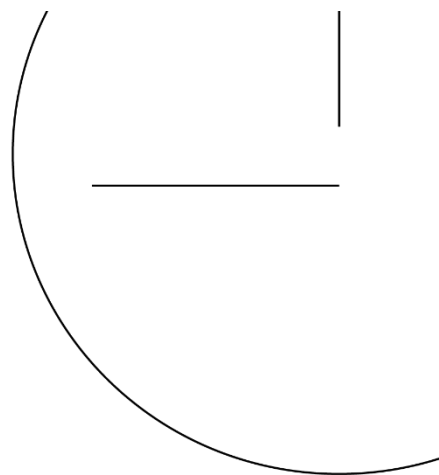
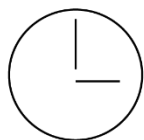
Typografia použitá spolu so značkou  
Roboto Slab/rez: všetky dostupné rezy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstvuxyz

123456789

Dizajn manuál Z času na čas



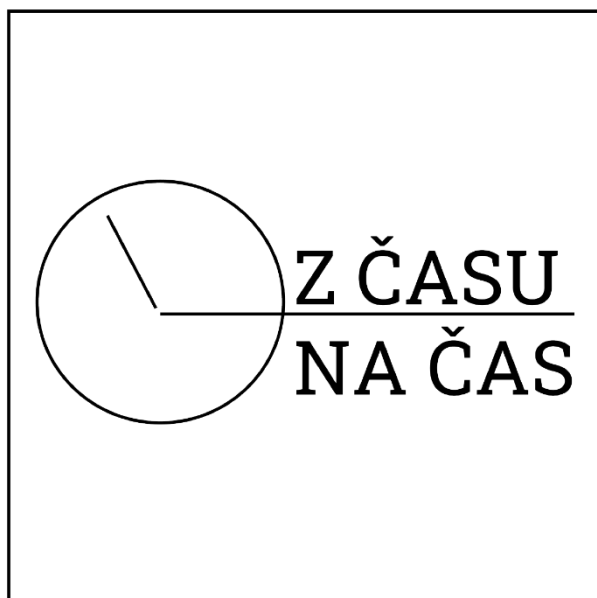
Z času na čas

# Dizajn manuál

Občas Nečas



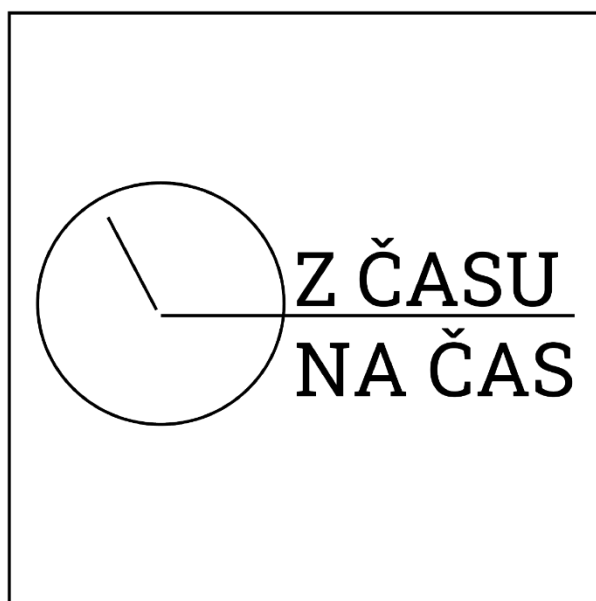
## Návrh loga



Vizuálna časť loga je zastúpená hodinami. Ide čisto o minimalistické logo, kde hodiny nemajú veľkú symboliku.

Názov obsahuje písmo Roboto Slab, ktoré má reflektovať spojitosť s Občas Nečas.

Jednofarebná verzia loga  
pozitívny/negatívny priestor



# Minimálna veľkosť



100%



70%

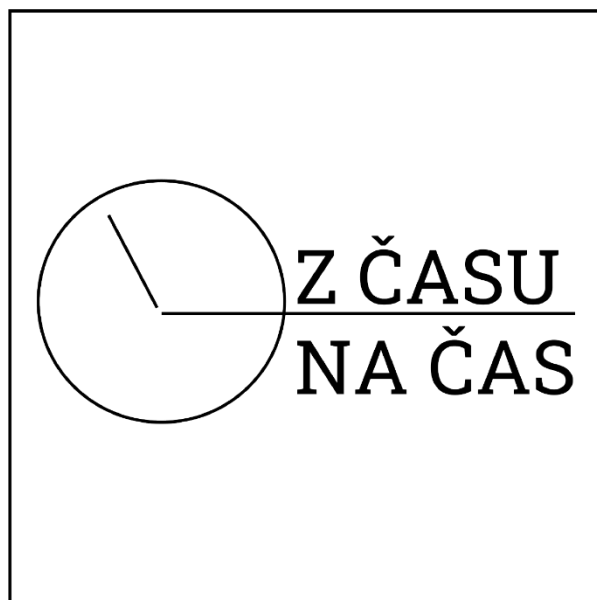


40%



20%

## Farebnosť loga



Farebný motív CMYK



0/0/0/100

Farebný motív RGB



0/0/0

Farebný motív Web Safe Color



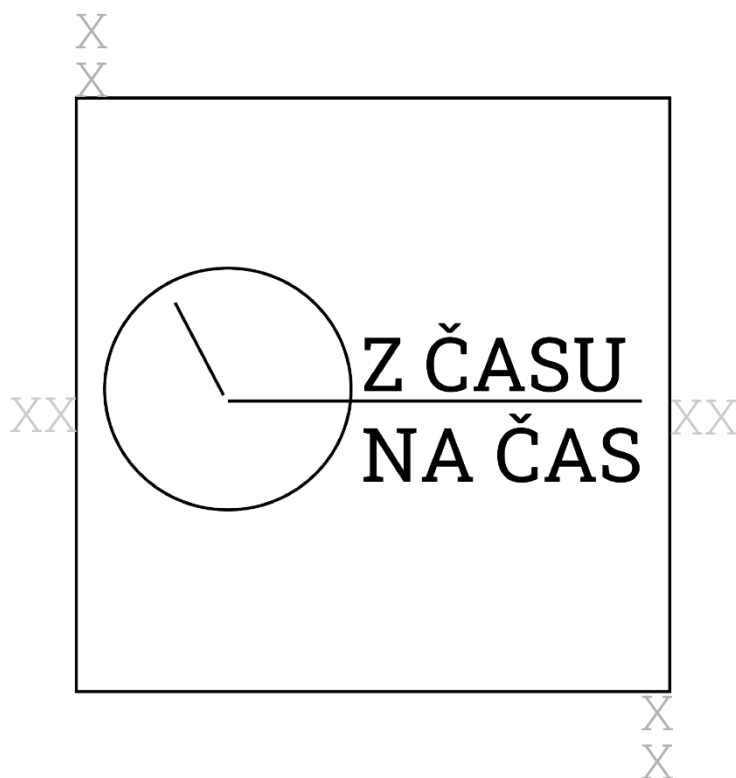
# 000000

Pantone



P 179-16 C

## Ochranná zóna



Ochranná zóna je definovaná ako 2x prísmeno X od okraju štvorca, vo veľkosti 24 pt.

Dovolená verzia



## Typografia

Roboto Slab/rez: regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

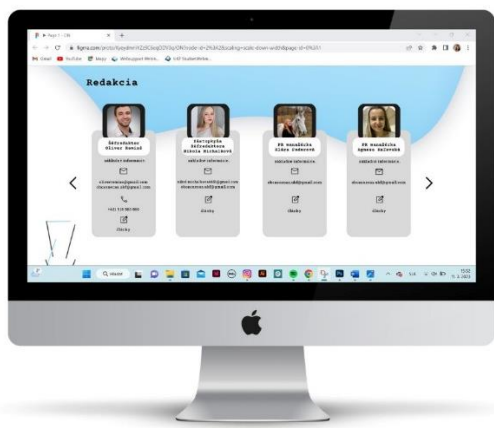
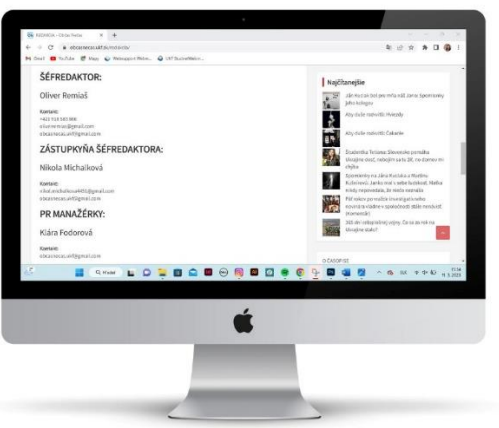
Roboto Slab/rez: light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

# Porovnanie aktuálneho webu s návrhom



Zdroj: Vlastné spracovanie autorky



## ZDROJE:

**AMBROSE G., HARRIS P.**, 2011, *Grafický design: Designové myšlení*, 1. vydanie, Computer Press, a.s., Brno, 2011, 176 s., ISBN 978-80-251-3245-6

**BANYÁR M.**, 2015. Typológia prvkov značky a základné kritériá ich výberu. In: Zborník vedeckých štúdií pre otázky teórie a histórie reklamy a public relations. Bratislava:Book&Book Katedra marketingove komunikácie FiF UK Bratislava, 2015. ISBN 978-80-89652-17-4, dostupné na [https://fphil.uniba.sk/uploads/media/Reklama-15\\_02.pdf#page=78](https://fphil.uniba.sk/uploads/media/Reklama-15_02.pdf#page=78)

**DABNER D.**, 2004, *Grafický design v praxi*, 1. vydanie, Slovart, s. r. o., 2004, 128 s., ISBN 80-7209-697-8

**GODIN, S.** 2018. *Toto je Marketing*, Bratislava: Lindeni. 2020. 240 s. ISBN: 978-80-566-1627-7

**KUBINSKÁ L.**, 2015. Čo je web dizajn?. In: Zborník vedeckých štúdií pre otázky teórie a histórie reklamy a public relations. Bratislava:Book&Book Katedra marketingove komunikácie FiF UK Bratislava, 2015. ISBN 978-80-89652-17-4, dostupné na [https://fphil.uniba.sk/uploads/media/Reklama-15\\_02.pdf#page=179](https://fphil.uniba.sk/uploads/media/Reklama-15_02.pdf#page=179)

**RAYPORT, J. F., JAWORSKI, B.**, J. E-Commerce. McGraw-Hill/Irwin MarketspaceU, 2001. 420 s. ISBN 978-0072465211 In: BANYÁR M., 2015. Typológia prvkov značky a základné kritériá ich výberu. In: Zborník vedeckých štúdií pre otázky teórie a histórie reklamy a public relations. Bratislava:Book&Book Katedra marketingove komunikácie FiF UK Bratislava, 2015. ISBN 978-80-89652-17-4, dostupné na [https://fphil.uniba.sk/uploads/media/Reklama-15\\_02.pdf#page=78](https://fphil.uniba.sk/uploads/media/Reklama-15_02.pdf#page=78)

**SAMARA T.**, 2016, *Grafický design Základní pravidla a způsoby jejich porušování*, 2. vydanie, Slovart, s. r. o., Praha, 2016, 320 s., ISBN 978-80-7529-046-5

Občas Nečas, dostupné na <https://www.obcasnecas.ukf.sk/>