Uherské Hradiště
Srdce Slovácka

# Proč změny ve vizuální prezentaci města?

Město pro vizuální prezentaci dosud používá grafické symboly, které vznikly na počátku 21. století a byly výsledkem práce studenta tehdy nové Fakulty multimediálních komunikací na univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Upravil heraldický znak a vytvořil nové logo města. Zároveň vznikl i velmi jednoduchý návod na jejich používání. Na svou dobu to byla práce potřebná a účel splnila.

Po téměř 15 letech užívání se projevily chyby a nedostatky vizuální prezentace.



Bohužel, zejména grafický manuál je nedostatečný, nepostihuje všechny situace používání grafických symbolů a dnes už neodpovídá potřebám uživatele tj. města.

Dle odborníků na design je desetiletá perioda pro úpravy a redesign symbolů obvyklá a doporučená. Řada státních institucí (ministerstva apod.) veřejné instituce (města a obce) věnují úrovni a kultuře vizuální prezentace značnou pozornost a kvalita odpovídá vynaloženým prostředkům.

Město provedlo analýzy současného stavu a pečlivě zvažovalo možné - obvyklé postupy:

- levnější - přímé a adresné zadání - riziko nejistého výsledku
- poněkud dražší - veřejnou anonymní dvoukolovou soutěž o návrh - vítězí kvalita

a zvolilo ten náročnější, který dává větší naději kvalitního výsledku.

Město vkládá do propagačních materiálů, které symboly města trvale využívají a reprodukují, v průběhu desetiletí mnoho miliónů korun ze svého rozpočtu. Nejméně jednou za deset let je třeba vynaložit několik set tisíc korun na analýzu grafického manuálu (závazné normy), poučit se z chyb a nedostatků a provést jeho revizi a úpravy.

Každý produkt by přece měl projít inovací a modernizací a město jako správný hospodář by mělo věnovat prostředky na profesionální a kultivované užívání nástrojů své vizuální prezentace.

Vizuální prezentace města se projevuje ve dvou rovinách: město jako veřejná instituce, město jako veřejný prostor.

V úrovni vizuální prezentace naše město za mnoha jinými poněkud zaostává. Tento handicap chceme odstranit. Nyní nám jde o to, nastavit jasná pravidla, a také být solidním příkladem kultivované vizuální prezentace zejména pro privátní sféru. Veřejný prostor je totiž doslova zamořen všudypřítomnou reklamou většinou velmi nízké úrovně. Zabýváme formami a možnostmi její regulace a samotným umístěním reklamy ve veřejném prostoru. Vlastní reklamu či prezentaci proto musíme mít v pořádku.

O neuspokojivém stavu vizuální prezentace města vypovídají dvě podrobné analýzy pořízené v letech 2012 - 2013 (FMK UTB Zlín), které se zabývaly jednak vizualitou města jako veřejné instituce a jednak vizualitou parteru města, tedy stavem veřejného prostranství. Výsledky byly velmi špatné, a byly s nimi seznámeny jak odborné komise, tak rada města.

Město jako veřejná instituce - sem dnes patří nejen úroveň veškerých písemnosti, dokumentů a propagačních materiálů používajících symboly města (barevnost, druh písma, kompozice a uspořádání) ale také elektronická prezentace prostřednictvím webového portálu města.

Město jako veřejný prostor - to zase vyžaduje sjednocené označení budov, informační systémy, označení ulic, rozcestníky, mapy, vstupy do města a řešení prvků městského mobiliáře, případně jejich označení symbolem města.

V současné době město nemá jednotný vizuální styl a vyhraněnou identitu.

Grafický manuál pro město je tou nejpodstatnější částí aktuální veřejné zakázky - soutěže. Bude výstupem práce vybraného autora. Manuál je velmi důležitou součástí celkového vzhledu města, jeho vizuální prezentace a externí komunikace.

Jde o rozsáhlý, mnohdy i stostránkový dokument, který je podrobnou a závaznou normou. Ta řeší všechny možné situace použití symbolů města, definuje umístění, kompozici a proporce symbolů, nápisů i textů, určuje typ písma, velikost i barevnost. To vše pro dokumenty, písemnosti, propagační materiály, ale i

elektronickou aplikaci v rámci internetových stránek města. A navíc zvlášť pro město a zvlášť pro městský úřad.

Pozn. Město používá cca 200 nejrůznějších dokumentů a formulářů a vydává desítky propagačních materiálů ročně.

Černobílé varianty obou symbolů jsou nepoužitelné. Problematická je jejich reprodukovatelnost. Typograficky jsou nápisy a písmena doprovázející symboly velmi zastaralé a dnes už nepoužívané.

Logo si po úpravách či redesignu zachová hlavní charakteristiky, symbolizující pulzující srdce Slovácka, i barvy města - červenou a modrou. Je ale nutné dořešit a nastavit pravidla pro užití konkrétních druhů písma, hlavního i doplňkového, umístění a kompozici i černobílé provedení.

Heraldický znak prošel během staletí mnoha změnami a úpravami. Jeho úpravy jsou tedy možné a logické, odstraněny musí být zdvojené linky, s ohledem na černobílou barevnou i reprodukovatelnost, musí být vyladěna barevnost a sytost odstínů. Kompozice s nápisem, jenž musí být typograficky jednoznačný, musí být závazně daná.

U heraldického znaku očekáváme jen velmi konzervativní úpravy, které lépe definují tloušťky čar vnitřní kresby, zpřesní barevnost a proporce. Znak totiž musí stále odpovídat původnímu historickému návrhu a své definici. Pro laickou veřejnost nebudou změny patrné. Za důležité ale považujeme vyřešit umístění, kompozici, proporce, druh a barevnost použití nápisu Uherské Hradiště, který je nedílnou součástí heraldického znaku.
Těmito zásahy a pracemi bude pověřen ten vybraný autor, který na příkladu redesignu loga prokáže svoji dovednost a odbornost.

K zajištění objektivity výběru autora byla soutěž vypsána v 1. kole jako anonymní.

*Ing. arch. Aleš Holý*

Zveřejněno 4. leden 2016, aktualizováno 30. leden 2017, vytištěno 29. březen 2024