



portfolio

DUBEN—25



KDO JE JACEK?

VIZUÁLNÍ IDENTITA

SAMOSTATNÉ GRAFICKÉ VÝSTUPY

SOCIÁLNÍ SÍŤ

TISKOVINY

REFERENCE

KONTAKT

FEAR
C
A
I



KDO JE
JACEK?



MOJE CESTA K DESIGNU

Jsem Honza. Honza Čermák.
MARKETING — ČASOPIS — DESIGN

Od dětství mě přitahoval grafický, především televizní design. V roce 1986, to mi bylo 12 let, jsem napsal do tehdejší Československé televize, že kvalita jejich grafiky je tristní a že by se měli inspirovat například u ARD nebo ZDF. Nechápu, že rodiče neskončili minimálně u výslechu (nebo mi to aspoň nikdy neřekli).

Po civilní službě, v rámci níž jsem mj. **vytvářel webové stránky a další grafická řešení** pro chebskou Ekonomickou fakultu ZČU, jsem v sobě našel tolik drzosti, že jsem napsal do Grafického centra České televize, zda nehledají nové posily. V té době sice měli plný stav, ale aspoň mě pozvali přímo do svého zázemí a já si mohl osahat ty jejich zázračné mašinky.

A tak jsem se vydal na dráhu vystudovaného **marketingu**, který se designu velmi úzce dotýká. Pracoval jsem jak na straně klienta (Volkswagen, Arriva, Bahlsen, Fezko), tak v mediálních agenturách (MediaCom, Blaze). Po téměř dvaceti letech jsem se rozhodl dát marketingu vale a plně se věnovat své vášni – cestování. Můj plán jen se tak toulat světem ale po půl roce narušila nabídka, která se neodmítá.

V lednu 2019 jsem se totiž stal **šéfredaktorem časopisu Lidé a Země**, který jsem s radostí a hrdostí vedl šest let. Podílel jsem se například i na nové grafické podobě magazínu a obecně byla vizuální stránka to, čemu jsem při práci věnoval velkou pozornost.

Když jsem se přehoupl přes padesátku, cosi ve mně probudilo touhu vrátit se k tomu, co jsem vždycky toužil dělat – ke **grafickému designu**. Pustil jsem se do toho s vervou ve svém volném čase, až jsem postupně dospěl k rozhodnutí opustit poměrně jistou práci a postavit se na vlastní volné nohy coby grafik.

Všechno má svůj čas. A jsem vlastně rád, že jsem se k hlubšímu a aktivnějšímu zájmu o design dostal právě až po zkušenostech v oblastech, které mají s designem hodně společného. Díky tomu mám na jakoukoli komunikaci **marketingový pohled**, vládnu **slovem i obrazem** a vyznávám **komplexní řešení**, která propojují všechna relevantní hlediska.







VIZUÁLNÍ IDENTITA



modelový projekt

VYVÁŽENÉ BISTRO

VÝCHODISKO

Jedná se o fiktivní projekt v rámci semestrálního kurzu grafického designu, který měl být zaměřen na gastronomický obor.

Vzhledem ke svému aktuálnímu zdravotnímu stavu, který vyžaduje alkoholovou abstinenci a zdravější stravovací návyky, jsem si zvolil ideální podnik, který bych velmi uvítal: řetězec denních bister s nabídkou vyvážené stravy a také vlastních nealkoholických nápojů.

Cílovou skupinou jsou lidé v produktivním věku z krajských měst se zájmem o zdravější životní styl. Tonalita interiéru i komunikace by měla být přívětivá, přátelská, pohodová, oku lahodící.

Značka by neměla křičet příliš výrazně do světa marketingové klišé typu bio, eko, fit.

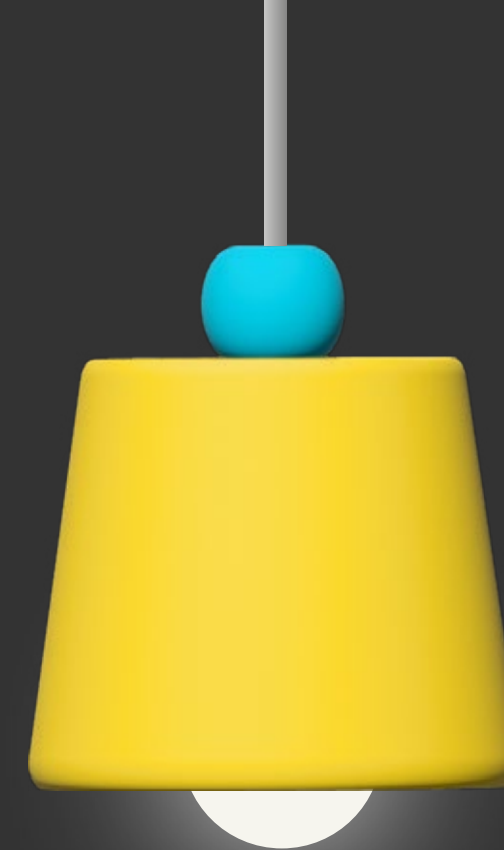
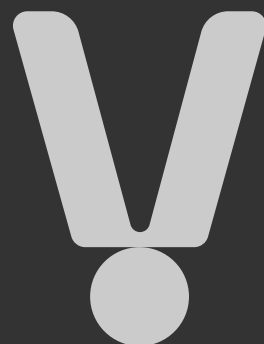
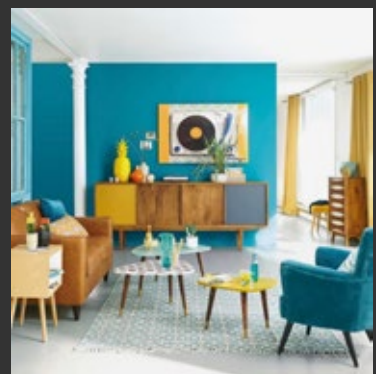
VYVÁŽENÉ BISTRO

EXPLIKACE

Inspirací k názvu i ke grafickému pojetí mi byla VÁŽKA: symbol vyváženosti, přírodní element, lehké a útlé stvoření se spoustou energie. Navíc se jedná o krátké, české a snadno ohebné slovo, umožňující i slovní hrátky (DoVážka apod.).

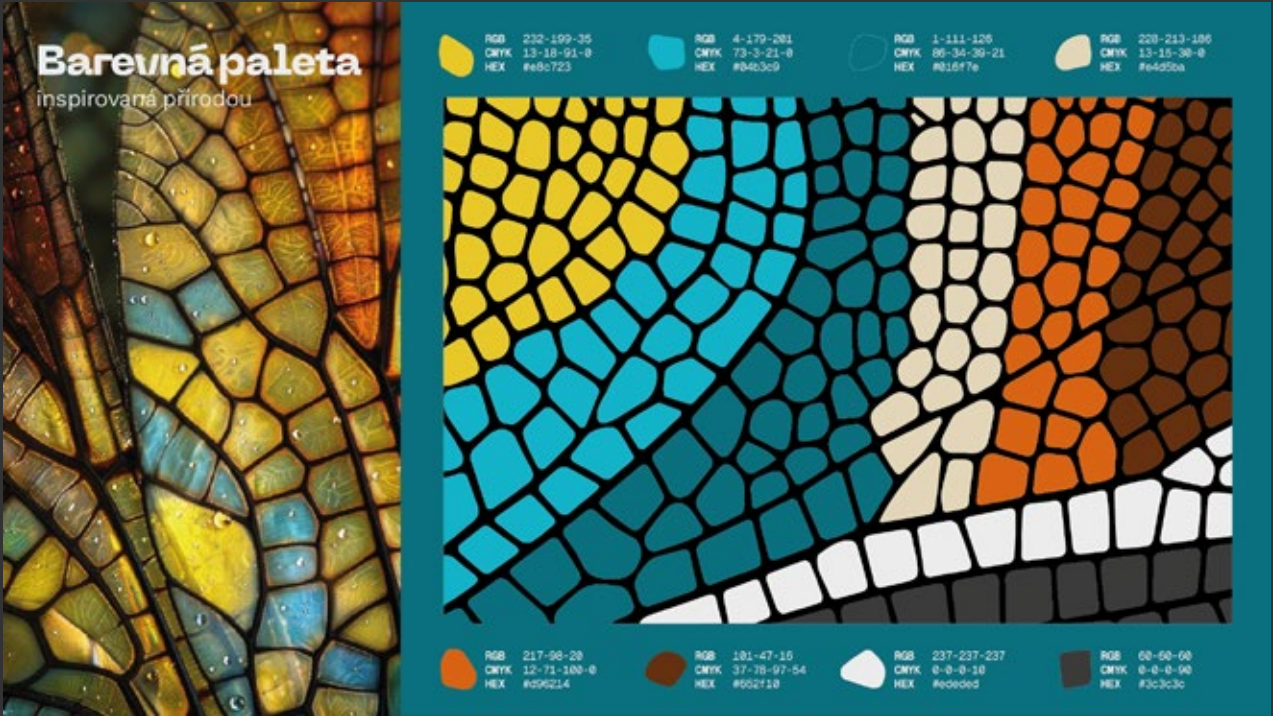
Klíčový symbol jsem vytvořil tak, aby byl jednoduchý, rozpoznatelný i v malých rozměrech a umožňoval variabilní aplikovatelnost. Zároveň nahrazuje počáteční písmeno názvu značky.

Práce na identitě mě postupně navedla na retro tón, který v určitých aspektech připomíná bruselský styl.



Vážka
vyvážené bistro

Vyvážené bistro



označení toalet



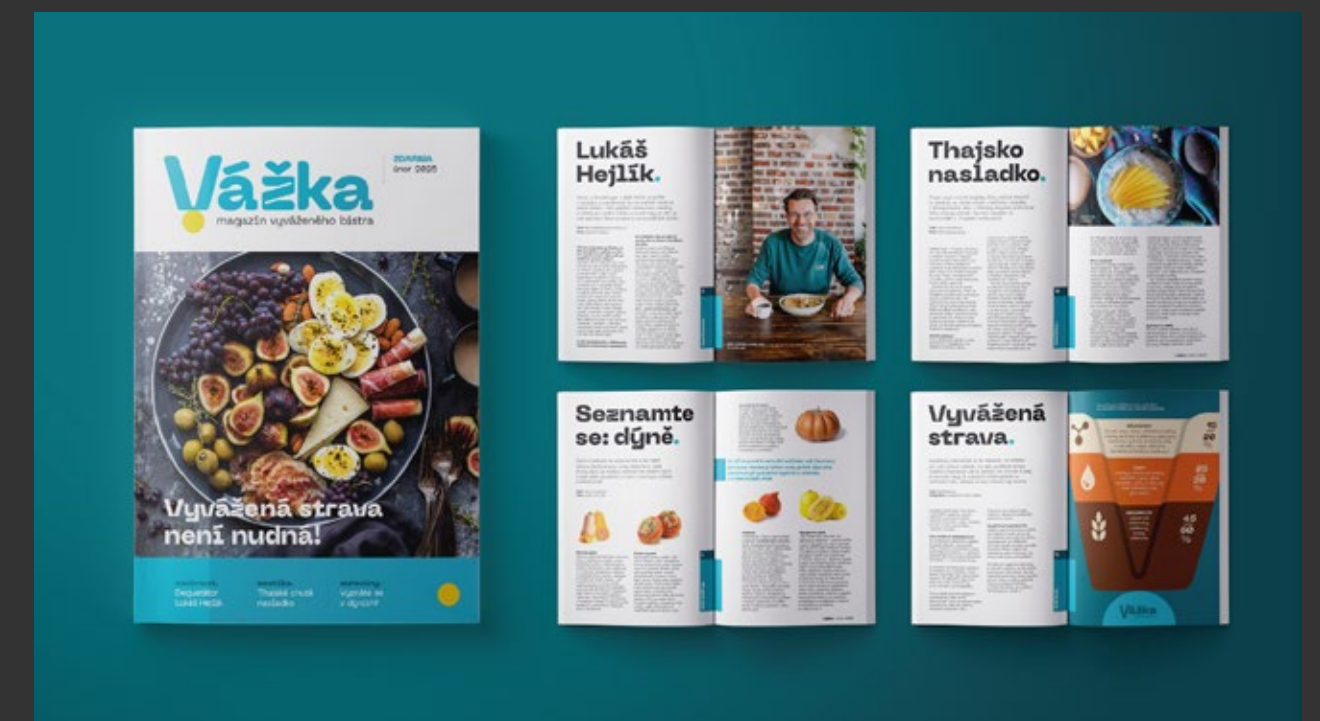
symbol pro alergy



VYVÁŽENÉ BISTRO



webová prezentace



časopis pro zákazníky



realizováno

3D company

VÝCHODISKO

3D Company je divadelní soubor s domovskou scénou v Žižkovském divadle Járy Cimrmana. Sdružuje herce, kteří jsou na volné noze nebo působí i na jiných scénách.

Když jsem byl jeho šéfem požádán o pomoc s vyladěním webových stránek, navrhl jsem využít takovou příležitost i ke změně loga a celkové vizuální identity.

Ze tří návrhů byl jeden skutečně vybrán a zároveň se propsal i do nové verze webové prezentace, na které jsem se rovněž podílel.



původní logo

3D company

EXPLIKACE

Vzhledem k tomu, že v divadelním spolku tohoto typu musí být srdcaři, jinak by nemohl tak dlouho fungovat, byl pro mě u vítězného návrhu inspirací právě motiv srdce. Použitý tvar navíc může evokovat i sedadla v divadle.

Pro základní barevnou variantu jsem zvolil výrazné odstíny vycházející z barvy krve a žil, navíc podtrhují i repertoár, který může zaujmout obě pohlaví.

Barevnost loga je ale nastavena tak, že proměnlivě odráží dané prostředí, například ladění plakátu konkrétního představení apod.

Celkově bylo mým záměrem logo zjednodušit, posunout jej k lepší srozumitelnosti i v malých formátech a přidat mu metaforický význam.



3D company



barevná variabilita loga



ukázka plakátu



Gimlet Sans

Gimlet Sans

ROCINANTE TITLING

ROCINANTE TITLING

Fira Sans

Fira Sans

Fira Sans

3D company





realizováno

Herecké WORKSHOPY KALEGRO

VÝCHODISKO

Oslovila mě produkční Hereckých workshopů Kalegro s tím, že právě připravují novou podobu své webové prezentace, což je přivedlo k myšlence posunout svoji celkem roztříštěnou vizuální identitu. Záměrem bylo vytvořit příjemný, hravý, odlehčený (nikoli korporátní) styl, který by zároveň naznačil, jakou činností se agentura zabývá.

Klientovi jsem navrhl tři cesty, ale jak to tak občas bývá, nakonec se úspěšnou stala až čtvrtá, která z jedné z původních tří vycházela.



původní loga a ukázka grafického výstupu

herecké WORKSHOPY kalegro

EXPLIKACE

Do loga jsem se snažil dostat požadované atributy: neformálnost, hravost a odlehčenost. Jako prvek, který přibližuje obor, ve kterém Kalegro působí, jsem zvolil dvě zvýrazněná (a upravená) písmena, která svým tvarem evokují komunikaci, mluvu, a tak trochu i ego (agentura nabízí i kurzy osobního rozvoje).

Zaoblený tvar kolem písmen pak prochází celou identitou, s určitou nadsázkou může v pásu symbolizovat i okraj filmového negativu.

Ohledně barevnosti, která by měla reprezentovat tři hlavní směry aktivit (herecké workshopy, osobní rozvoj a kurzy pro týmy), se spustila nejdelší debata, výsledek je kompromisním řešením.

Kalegro
herecké workshopy



Kalegro

herecké workshopy kalegro



plakát



informační leták

ANTONIO

Blogger Sans



úvodní prvek webu



příspěvek na Facebook



soutěžní návrh

PRAŽSKÝ HRAD a SOUVISEJÍCÍ SUBJEKTY

VÝCHODISKO

Jednalo se o veřejnou soutěž, jejím cílem bylo vytvoření nové vizuální identity pro tři subjekty:

- Pražský hrad
- Kancelář prezidenta republiky
- Zámek a obora Lány

Požadavkem bylo vytvořit ucelený systém, který by umožnil symbolické sjednocení komunikace všech tří subjektů. Identita by měla být apolitická, nadčasová, důstojná, reprezentativní, srozumitelná a měla by vyjadřovat větší otevřenost a transparentnost vůči veřejnosti.

Z prvního kola postoupily čtyři návrhy, ten můj mezi nimi bohužel nebyl.

pražský hrad a související subjekty

EXPLIKACE

Vzhledem k různorodosti subjektů a jejich cílových skupin bylo největší výzvou vyvinout řešení, které bude relevantní, adekvátní a důstojné pro všechny tři značky.

Tvar log vychází z velkého státního znaku a záměrně se vymyká běžným korporátním identitám. Vertikální dominance evokuje důstojnost. Loga jsou postavena na pevném, solidním základu, ale jejich horní polovina svým vzdušnějším a hravějším provedením vyjadřuje otevřený přístup i prostor pro vlastní dojmy a zážitky.

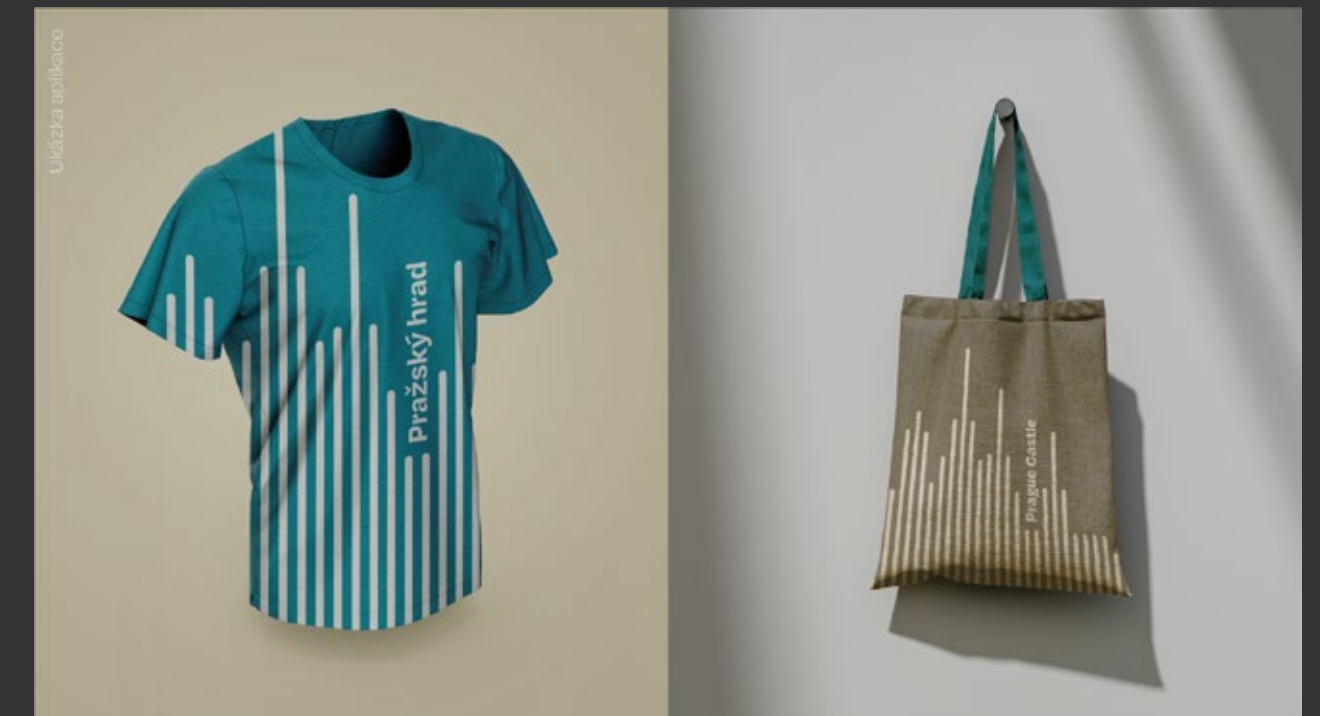
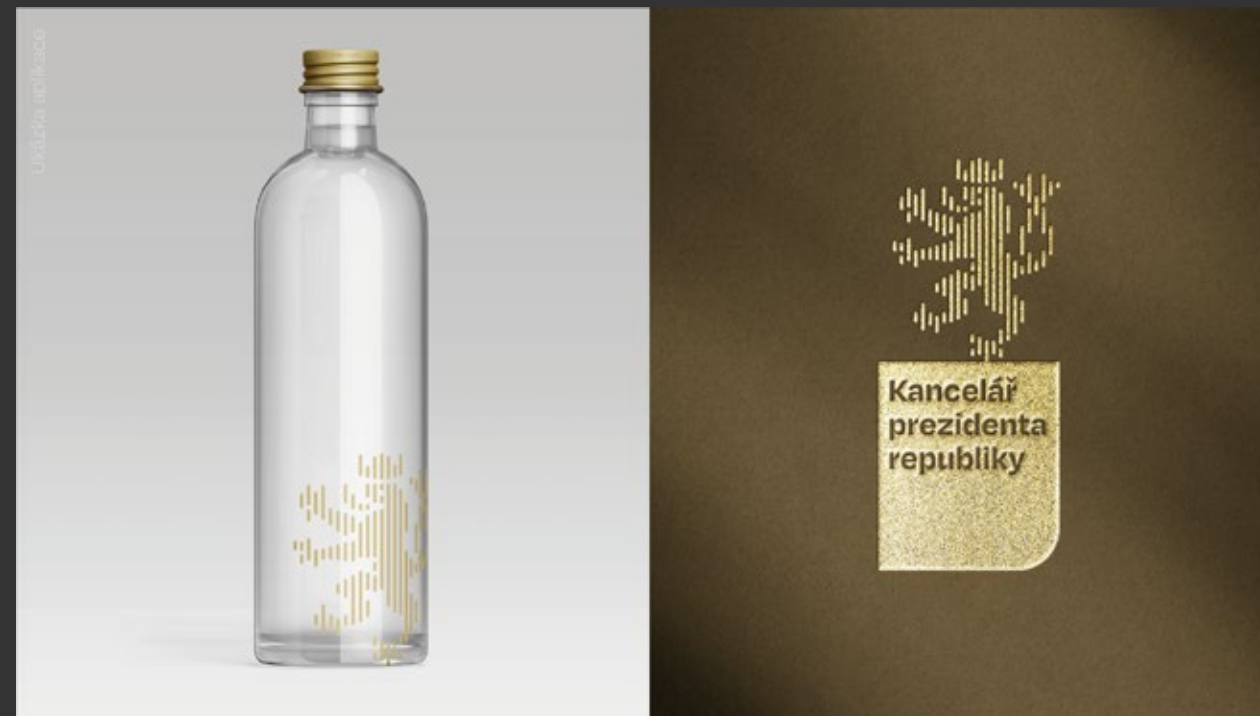
Cílem zvolené barevné palety bylo vyhnout se strohosti, přílišné formálnosti a zaměnitelnosti, k níž by mohlo dojít v případě použití národních barev.



pražský hrad a související subjekty



pražský hrad a související subjekty





realizováno

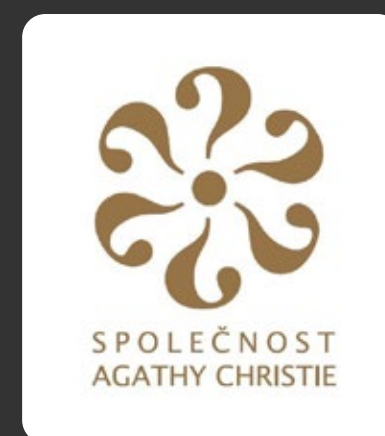
SPOLEČNOST AGATHY CHRISTIE

VÝCHODISKO

Společnost Agathy Christie jsem založil v roce 1996 jako českou pobočkou tehdejší britské Agatha Christie Society (ta dnes již neexistuje).

Se svolením ACS jsem tehdy v logu SAC využil symbol složený z šesti otazníků, které vytvářejí pomyslnou květinu.

Když se na mě obrátila současná předsedkyně Společnosti se žádostí o přípravu grafiky nové verze webu, navrhl jsem i úpravu takřka 30 let starého loga a celkové vizuální identity. Návrh byl členy SAC naprostou většinou (93 %) členů schválen.



původní logo

SPOLEČNOST AGATHY CHRISTIE

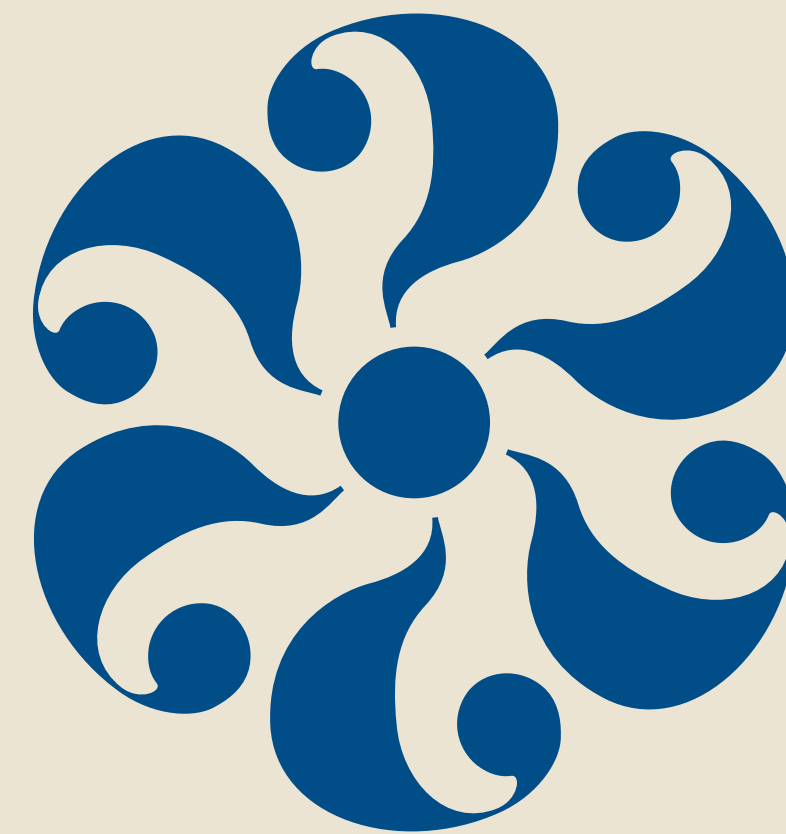
EXPLIKACE

Mou snahou bylo dodat logu modernější, přesto nadčasový ráz. Otazníky jsem zvýraznil a více semknul k sobě, což má vyjadřovat pospolitost členské základny a ještě těšnější sepětí kolem středobodu veškerých aktivit SAC, tedy kolem Agathy Christie.

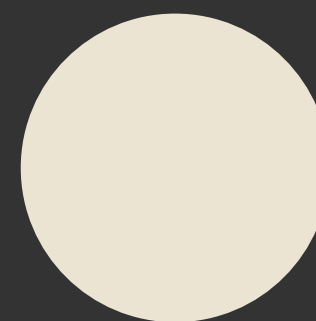
Použitý výrazný font v sobě nese i nenápadný odkaz na literaturu: háček nad písmenem „č“, který se podobá otevřené knize.

Barevnou paletu jsem ladil do jemných, elegantních barev, které jako by symoblizovaly klubka vlny splétané slečnou Marplovou. Tmavě modrá pak samozřejmě patří slovutnému Poirotovi.

Nový web se zatím stále připravuje, bude vycházet z nové identity.



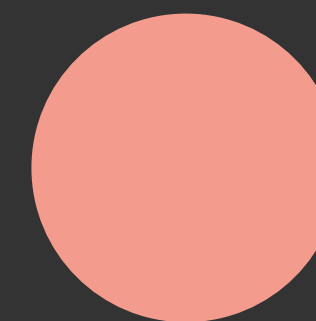
**Společnost
Agathy
Christie**



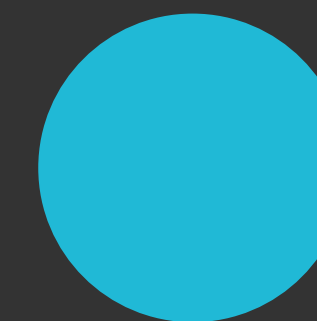
Slonovinová
Oliverová



Slunečná
Lemonová



Melounová
Marplová



Tyrkysová
Pentličková



Mořská
Poirotová

Společnost Agathy Christie

Grafický manuál

Společnost Agathy Christie

Září 2024
Zpracoval: JacekDesign

nemesis

cena Společnosti Agathy Christie
za nejlepší detektivní povídku



Poppins
Literata
Fira Sans



Společnost
Agathy
Christie





soutěžní návrh

česká účast na knižním veletrhu ve Frankfurtu v roce 2026

VÝCHODISKO

Tento návrh byl odezvou na veřejnou soutěž na vytvoření vizuální identity českého hostování na frankfurtském knižním veletrhu.

Jako hlavní, metaforický motiv bylo zvoleno téma **Země na pobřeží**, odkazující na zmínku o přistání korábu u české pouště v Shakespearově *Zimní pohádce*.

Zadání vyžadovalo podtržení typicky české ironie a sebeironie, touhu po hledání ekologických řešení a také zdůraznění role překladatelů.

Logo a celou identitu bylo nutno připravit pro tři jazykové mutace: českou, anglickou a německou.



FRANKFURTER
BUCHMESSE

česká účast na knižním veletrhu ve Frankfurtu v roce 2026

EXPLIKACE

Mým záměrem bylo najít grafický symbol, který reprezentuje hravou, ironickou, naivní, fantazijní a ekologickou metaforu českého korábu plujícího světovým oceánem.

Stala se jím papírová lodička v barvách, které odkazují k české vlajce, ovšem v modernějším pojetí, zároveň zahrnují základní barvy CMYK, které souvisí s tiskem knih. Geometrické tvary i logotyp evokují kubismus, tolik spojovaný s českou architekturou.

Vnitřní část loďky má pak shodný tvar jako logo frankfurtského veletrhu.

Překládaný papír s určitou nadsázkou a jazykovou hravostí připomíná roli překladatelů.

Můj návrh bohužel v soutěži neuspěl.



CZECHIA

GUEST OF HONOUR 2026
FRANKFURT BOOK FAIR

česká účast na knižním veletrhu ve Frankfurtu v roce 2026



TSCHECHIEN

EHRENGAST 2026
FRANKFURTER BUCHMESSE

DONNERSTAG 21. MÄRZ

13.00 MARKÉTA PTLÁTOVÁ: DIE DUNKLE SEITE
MODERATION: MIRO KRAJČIŠ / DEUTSCHE STIMME: STEFFI RÜTTGER
LEIPZIGER BUCHMESSE / TSCHJECHISCHER NATIONALSTAND / HALLE 4 / STAND E301

14.00 FEIERLICHE ERÖFFNUNG DES TSCHJECHISCHEN NATIONALSTANDES
MODERATION: MARTIN KRAFL
LEIPZIGER BUCHMESSE / TSCHJECHISCHER NATIONALSTAND / HALLE 4 / STAND E301

FREITAG 22. MÄRZ

10.45 DORA KAPRÁLOVÁ & NATASA VON KOPP: HERR NIEMAND UND
12.30 DIE WEISSE FINSTERNIS
LEIPZIGER BUCHMESSE / VORLESUNG 9 IM GEL

12.00 DAVID BOHM: JETZT, BIS DU DIESEN SATZ ZU ENDE GELESEN HAST, WERDEN
AUF DER ERDE 24 KINDER GEBOREN SEIN.
LEIPZIGER BUCHMESSE / LEST-TREFF

13.30 ODRĚJ ČIKÁN: TSCHJECHISCHER SCHNELLDURCHLAUF
MODERATION: ANATOL VITOUCH
LEIPZIGER BUCHMESSE / TSCHJECHISCHER NATIONALSTAND / HALLE 4 / STAND E301

15.00 FRANZ KAFKA – WAS WÄRE, WENN...: GESPRÄCH MIT BERNHARD SETZWEIN
UND MARKÉTA RICHTEROVÁ
LEIPZIGER BUCHMESSE / TSCHJECHISCHER NATIONALSTAND / HALLE 4 / STAND E301

19.30 MARKÉTA PTLÁTOVÁ: DIE DUNKLE SEITE
MODERATION: MARTIN KRAFL / DEUTSCHE STIMME: STEFFI RÜTTGER
HÄBLER ART FORUM / GRUNWALDSCHER STRASSE 2-4 / EINGANG B. 1. ETAGE / HALB LEIPZIG

19.30 VRATISLAV MAŇÁK: DER TOD DER ALTEN JUNGFRAU
MODERATION: LENA BORN / DEUTSCHE STIMME: LAURA RICHTER
HÄBLER ART FORUM / GRUNWALDSCHER STRASSE 2-4 / EINGANG B. 1. ETAGE / HALB LEIPZIG

SONDER PROGRAMM TIPP

BOOKFAIRS.MZN.CZ/LEIPZIG

CZECHLIT.CZ

MZN.CZ

ANJLEIPZIG2019.DE















ČESKO

ČESTNÝ HOST 2026
FRANKFURTSKY KNIZNI VELETRH

MENU



NENECHTE SI UJÍT
ROZHOVOR
S RADKOU DENEMARKOVOU

AKTUALITY

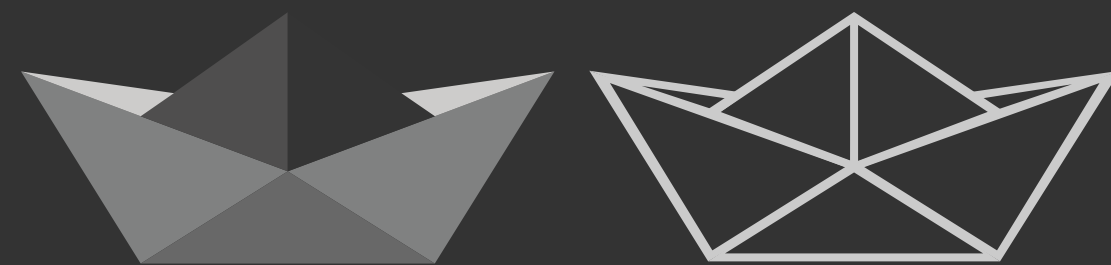




CZECHIA

GUEST OF HONOUR 2026
FRANKFURT BOOK FAIR

program (němčina)





TSCHECHIEN

EHRENGAST 2026
FRANKFURTER BUCHMESSE

KATALOG DER AUTOREN



RADKA
DENEMARKOVÁ

Ein Beitrag zur Geschichte der Freude

24

Radka Denemarková, geboren 1968, ist Autorin, Dramatikerin, Drehbuchautorin und Übersetzerin deutscher Literatur und lehrt Kreatives Schreiben. Als einzige tschechische Autorin ist sie dreifache Preisträgerin des Preises Magnesia Litera (in den Kategorien Prosa, Sachbuch und Übersetzung, u.a. 2011 für ihre Übersetzung des Romans „Atemschaukel“ von Herta Müller). Sie studierte Germanistik und Bohemistik an der Karls-Universität Prag, wo sie ebenfalls promovierte. Zudem forschte sie am Institut für Tschechische Literatur der tschechischen Akademie der Wissenschaften und war als dramaturgische Beraterin am Theater „Divadlo Na Zbrudil“ in Prag tätig. Auf Deutsch erschien u.a. der preisgekrönte Roman „Ein herrlicher Flecken Erde“ (DVA 2011). Radka Denemarková's Werke wurden in rund 20 Sprachen übersetzt. Ihr letzter vielschichtiger Roman „Hodiny z olova“ („Stunden aus Blei“) wurde in Tschechien zum „Buch des Jahres 2019“ gekürt. Die Schriftstellerin kritisiert darin die europäische Gesellschaft für ihr Wohlverhalten gegenüber dem Regime in China.

In ihrem aktuell auf Deutsch vorliegendem Roman „Ein Beitrag zur Geschichte der Freude“ (Hoffman und Campe 2019, übersetzt von Eva Profousová) wird in einer luxuriösen Prager Villa ein reicher Unternehmer tot aufgefunden. Die polizeilichen Ermittlungen führen zu drei älteren Damen, die ein Geheimarchiv angelegt haben, das Tausende Vergewaltigungs- und Missbrauchsfälle dokumentiert. Schnell wird klar, dass es sich nicht um einen Kriminalroman handelt, sondern um eine besondere Mischung aus hochliterarischem Spott, spannender Detektivgeschichte und essayistischer Reflexionen über die zentrale Frage nach der Gerechtigkeit.

katalog autorů (titulka a vnitřní strana)



návrh v procesu

Firma ZCHLADSE

VÝCHODISKO

Manžel mé neteře provozuje malou firmu, která se zaměřuje na instalaci tepelných čerpadel, klimatizačních jednotek a dalších chladicích zařízení. Stávající logo považoval za nepříliš povedené, proto se na mě obrátil s výzvou k vytvoření nového. Mělo by vyjadřovat činnost, kterou se zabývá, naznačit proces chlazení, vyhnout jsem se ale měl tyrkysové barvě a zaobleným fontům. Identita by měla působit spíš mužně, neboť právě muži jsou primární cílovou skupinou.



stávající logo

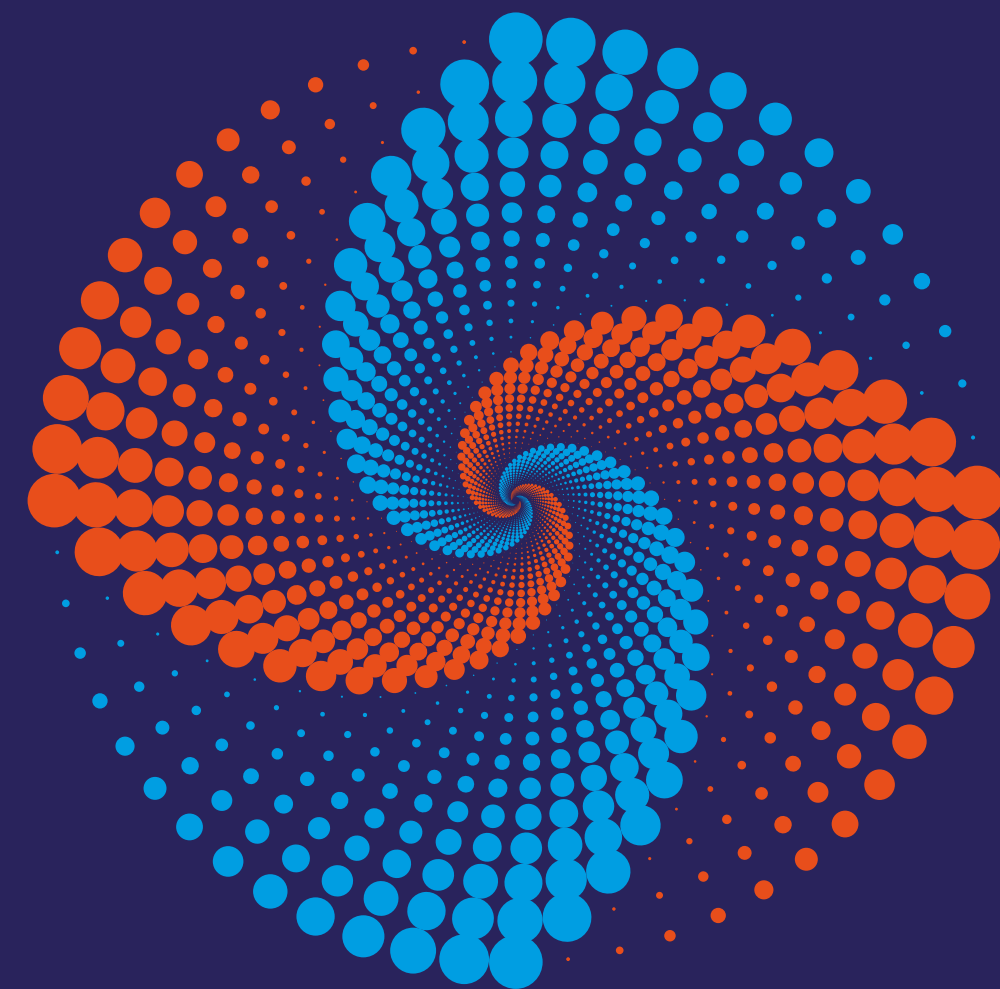
Firma ZCHLADSE

EXPLIKACE

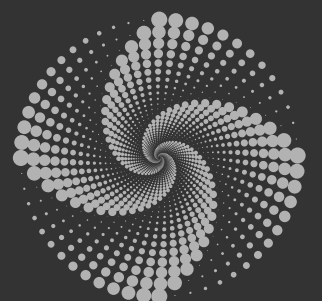
Jako hlavní symbol jsem zvolil nekonečnou spirálu evokující pohyb větráku, a to ve dvou barvách. Namísto obligátní červené, která se často používá ke zobrazení vysoké teploty, jsem navrhl oranžovou, která s chladivou modrou vytváří harmoničtější kombinaci.

Spirála také naznačuje, že je majitel firmy (dle svých vlastních slov) v podstatě kdykoli k zastižení. Může také působit uklidňujícím dojmem.

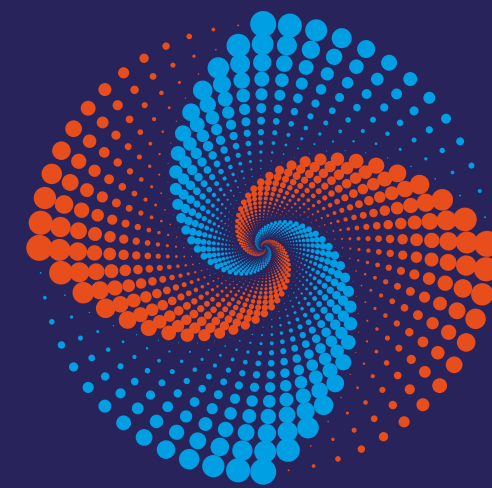
Font je zvolen tak, aby jednak svými proporcemi korespondoval s tvarem symbolu, jednak jsem vycházel z požadavku na maskulinní a robustní dojem.



ZCHLADSE



Firma ZCHLADSE



ZCHLADSE

TERMÁLNÍ ČERPADLA • KLIMATIZACE • CHLAZENÍ





nerealizovaný návrh

DIVADLO V ŘEZNICKÉ

VÝCHODISKO

Vedení Divadla v Řeznické převzali od ledna 2025 nový ředitel a umělecký šéf, které jsem oslovil s návrhem případné změny loga a vizuálního stylu této pražské scény. V současné době ale takto výrazná změna prezentace divadla není na pořadu dne, a tak mnou nastíněný směr zůstává nerealizovaným návrhem.

Divadlo  Řeznické



aktuální logo a ukázka plakátu

DIVADLO V ŘEZNICKÉ

EXPLIKACE

Klíčová myšlenka návrhu nového loga vychází z jedinečného rozvržení divadelního hlediště v devíti řadách po devíti sedadlech.

Shluk pomyslných sedaček ve tvaru písmene D (z navrženého logotypu) odkazuje na komornost této scény. Čtvercové úspořádání je pak promítnuto i do dalších forem komunikace, například plakátu.

Font působí, jako by byl oříznut, zářezy jsou patrné i uvnitř některých liter. Použití verzálek se nese v duchu sloganu „Velké divadlo na malé scéně“.

Nestandardní diakritika měla mít odraz v dalších prvcích stylu.



**DIVADLO
V ŘEZNICKĚ**

DIVADLO V ŘEZNICKÉ



čtvercový výřez: blízkost diváka, fokus na herce

DIVADLO V ŘEZNICKÉ

velké divadlo na malé scéně



avatar na sociální síť



schváleno

LÉČIVÉ SVĚTLO OPTIRED

VÝCHODISKO

Obrátila se na mě podnikatelka, která připravuje spuštění e-shopu zaměřeného na prodej kapesních baterek s tzv. léčivým červeným světlem. Ty bude v Česku distribuovat pod značkou Optired 670 mini. O celé problematice kolem tohoto aktuálního fenoménu pak bude pojednávat edukačně pojatý web léčivé-světlo.cz

Ačkoli už byly na světě loga pro produkt i web, navrhl jsem řešení, které mi připadalo vhodnější. A velmi rychle jsem si vysloužil jeho schválení.



původní loga

LÉČIVÉ SVĚTLO OPTIRED

EXPLIKACE

Vzhledem k tomu, že stěžejním aspektem úspěchu je v tomto případě budování důvěryhodnosti, jsem přesvědčený, že musí značka působit čistě, technicky, nesmí obsahovat žádné prvky nebo motivy, které by vyvolávaly jakékoli ezoterické, pochybné nebo neprofesionální konotace.

Zvolil jsem proto minimalistický styl pro značku i pro web, který se opírá především o symbol červených paprsků (odtud i volba fontu). Písmeno „i“ v názvu webu pak velmi silně připomíná tvar samotného produktu.

Jednoduchost napomáhá i snadné čitelnosti na poměrně drobné baterce i v záhlaví webu.

OPTIRED

OPTIRED
670 mini

OPTIRED

OPTIRED

© Léčivé světlo

OPTIRED
670 mini

OPTIRED
670 mini

OPTIRED
670 mini



návrh bez reakce

MĚSTO JÁCHYMOV

VÝCHODISKO

Při novinářské cestě po Krušných horách jsme zavítali i do Jáchymova - města se spleťou historií a netušenými možnostmi využití. V dnešní éře, kdy raketovým tempem přibývá městských log, mě docela překvapilo, že si Jáchymov zatím stále drží pouze městský erb.

Návštěva proběhla v době, kdy jsem podnikal první krůčky v grafickém designu, a tak jsem se osmělil a oslovil paní místostarostku s návrhem, který by případně mohl iniciovat další kroky města. Můj podnět bohužel zůstal bez jakékoli odezvy.



městský erb a titulka Jáchymovského zpravodaje

MĚSTO JÁCHYMOV

EXPLIKACE

V návrhu městského loga jsem použil několik symbolických odkazů:

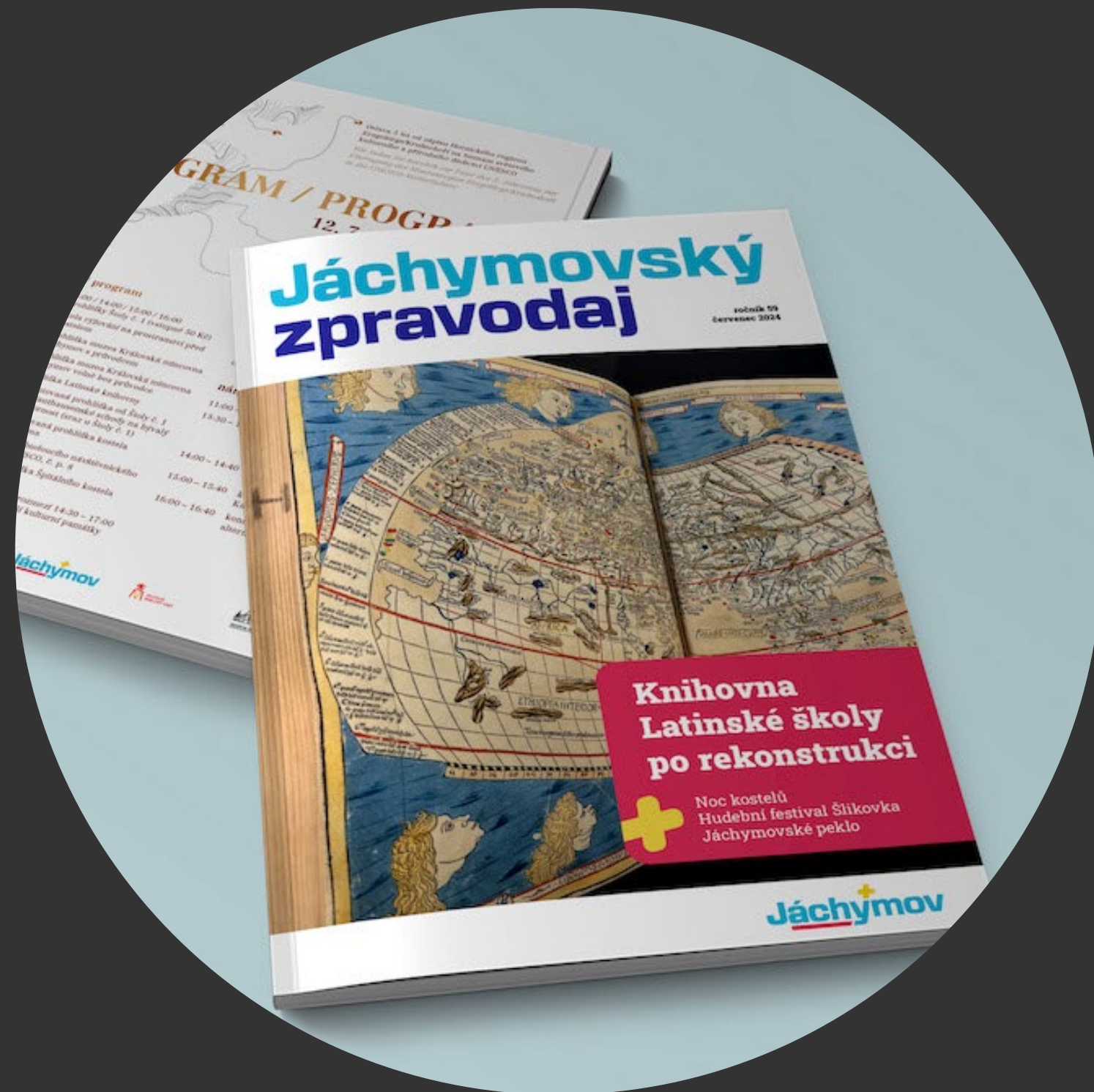
- tvar písmene „J“ evokuje hloubku dolu Svornost, z něhož se čerpá radonová voda;
- červená linka pak znázorňuje podzemní potrubí z dolu až do lázeňské části města; zároveň připomíná rudnou žílu;
- linka také podtrhuje část názvu města – ách, tedy citoslovce úlevy, blaha (lázně) a překvapení (vyžití);
- kříž je symbolem královské koruny (královská mincovna), významných kostelů i léčebných účinků;
- tvar kříže připomíná zkřížená žlutá kladiva ve znaku;
- také se dá vnímat jako znaménko plus, tedy zážitky, které jsou nad rámec očekávání návštěvníka.



Jáchymov



Město Jáchymov



návrh nové titulky městského magazínu



snaha o sjednocení podoby infoletáků

Jáchymov





návrhy bez reakce nebo bez postupu

DROBNOSTI

komentář

Obzvlášť v začátcích nemůže člověk na volné noze čekat, že mu bude práce padat do klína. A tak čas od času aktivně vyhledávám značky, které skýtají potenciál ke změně své identity.

Bohužel jsem (pro někoho překvapivě) introvert, takže nejčastěji volím cestu e-mailové komunikace, což zřejmě není ta nejšťastnější volba. Obvykle totiž mé návrhy nebo nabídky zůstávají bez odezvy...

Přesto zde sdílím několik drobných nápadů z tohoto ranku.

DROBNOSTI



aktuální logo prodejce
výpočetní techniky



aktuální logo



návrh loga pro
copywritera
Richarda Dobiáše



návrh loga pro pro
prodejnu pražských
suvenýrů Pragtique



DESIGN



samosťatné grafické výstupy

PLAKÁTY PRO WORKSHOPY ZÁPADOČESKÉHO DIVADLA V CHEBU

Byl jsem osloven lektorem chebského divadla, abych pro jeho edukační programy vytvořil styl, který by je provázel po celou divadelní sezonu.

Světlo světa zatím spatřily plakáty ke dvěma aktivitám, které se údajně setkaly s velmi pozitivním ohlasem.



VIZUÁL PRO DIVADLO V ŘEZNICKÉ



Zaujala mě fotografie hostujícího novozélandského umělce, a tak jsem iniciativně nabídl Divadle v Řeznické upoutávku na jeho představení pro sociální sítě divadla. Výsledek se Trygvemu prý natolik líbil, že jsem byl požádán ještě o přípravu plakátu do prostor divadla.



Letáky pro Herečku Ivanu Huspekovou



Herečka Ivana Huspeková se kromě angažmá v Divadle D21 věnuje také storytellingu. Vytvořil jsem pro ni styl plakátků, který se aktualizuje podle tématu večerů plných živého vyprávění příběhů.



Zatím nejnovějším příspěvkem je gastronomická odnož storytellingu. Vzhledem k odlišné cílové skupině a pojetí představení bylo záměrem představit novou podobu vizuálů.

TISKOVÁ INZERCE PRO PUBLIKACI MEXIKOPEDIE

V době, kdy jsem ještě vedl redakci časopisu *Lidé a Země*, se má tehdejší práce propojila s budoucí, když mě Eva Kubátová – autorka trojdílné *Mexikopedie* – požádala o přípravu inzerátu, který byl v rámci spolupráce v časopise otištěn (vpravo). Společně jsme pak připravili ještě další variantu pro následující otištění (dole).



Co si letos dopřát

VÁNOCE OSTŘEJŠÍ NEŽ CHILLI?

Pomozte Ježíškovi splnit sen o vánočních svátcích v exotice! Třetí díl **Mexikopedie: abecedáře mexické kultury** vás rovnou teleportuje do Mexika a pod stromečkem zazáří v doprovodu řemeslných výrobků od těch nejšikovnějších Mexičanů z příběhů v knize.

Jen pozor, čtení **Mexikopedie** způsobuje neodolatelnou touhu okamžitě kupovat letenky!

Objednávejte v předprodeji







MEXIKOPEDIE

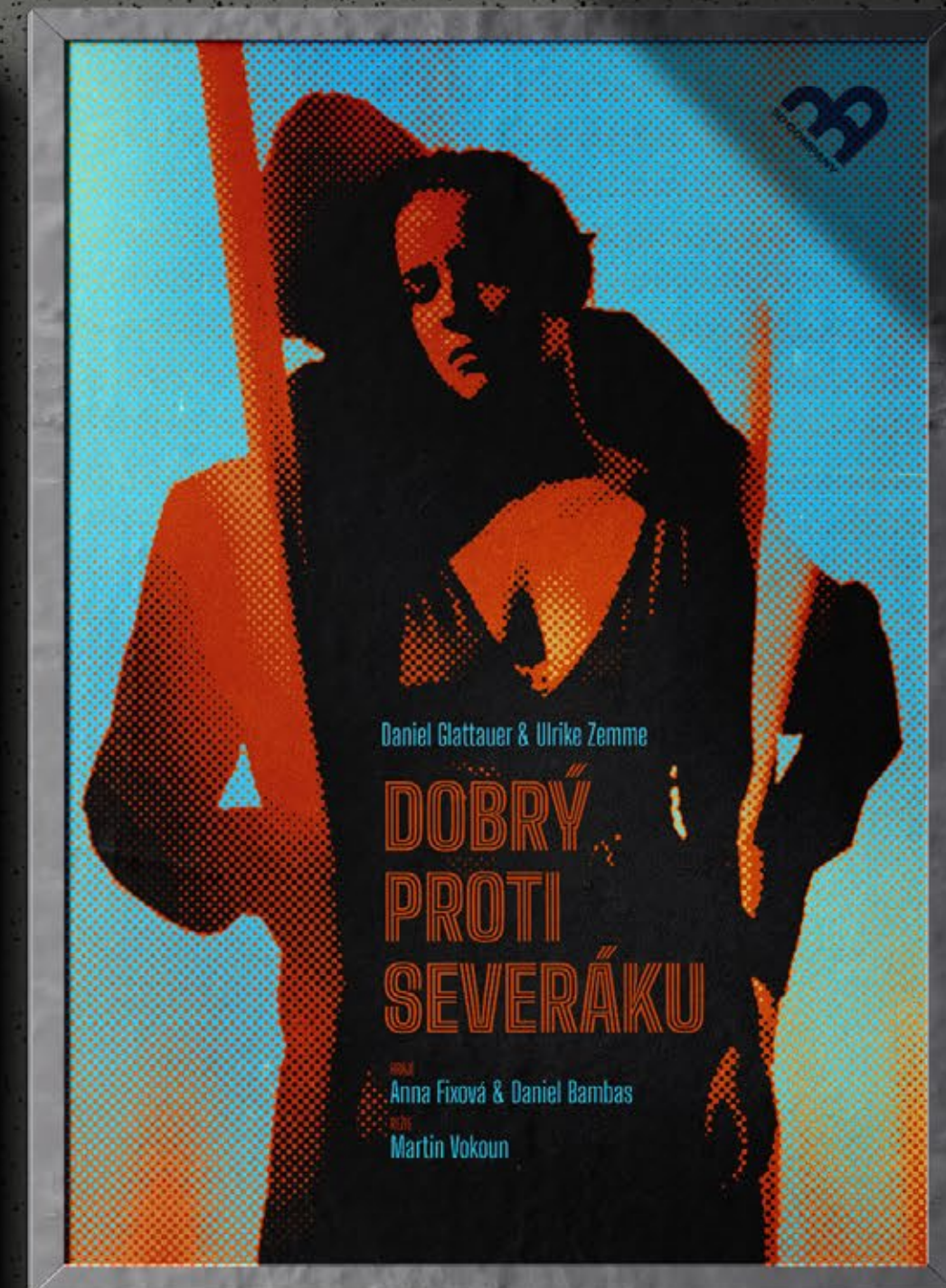
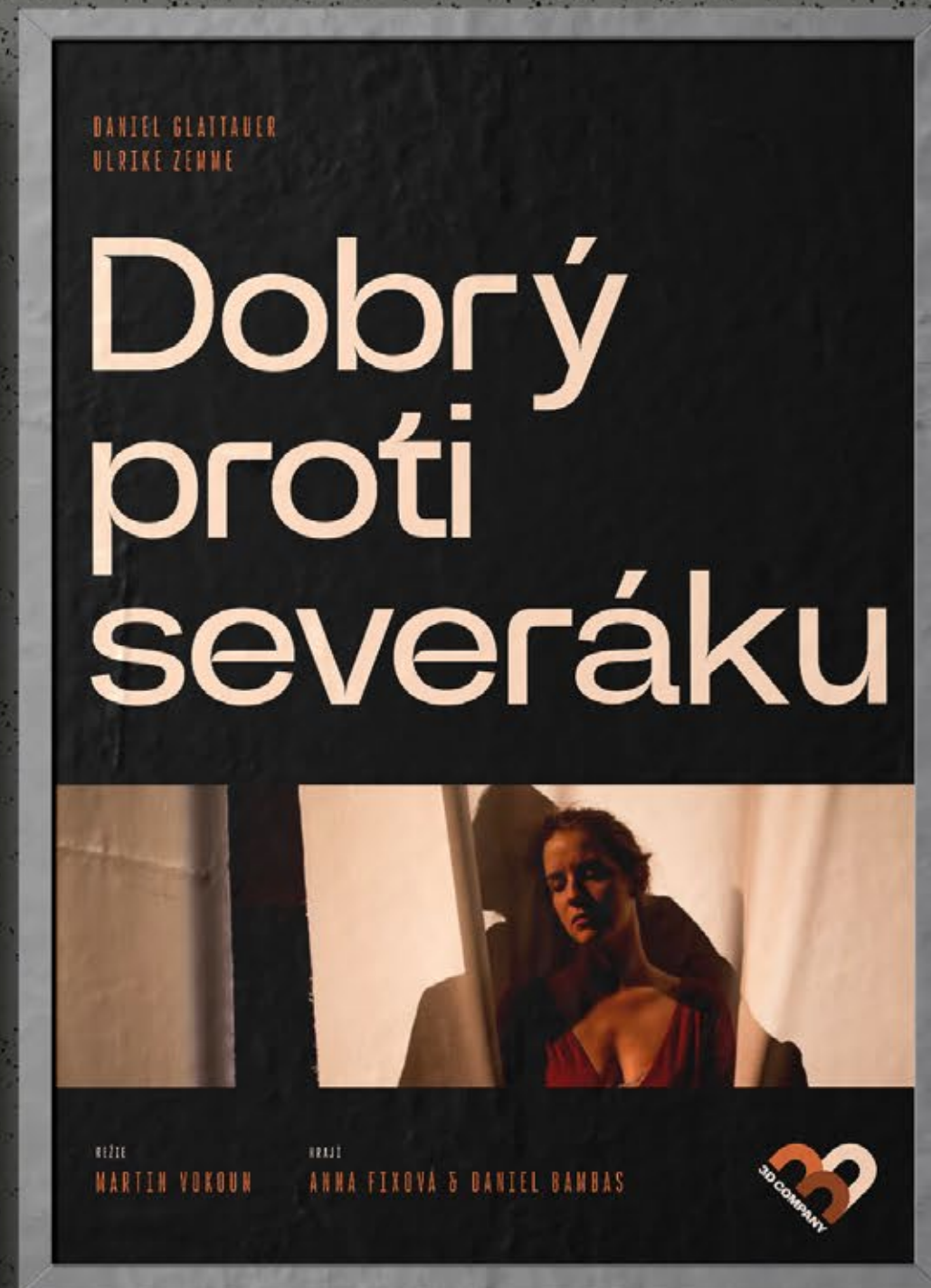
Eva Kubátová
a její příběhy ostřejší než)



Varování: Knihy a přednášky Evy Kubátové způsobují obří touhu kupovat letenky!

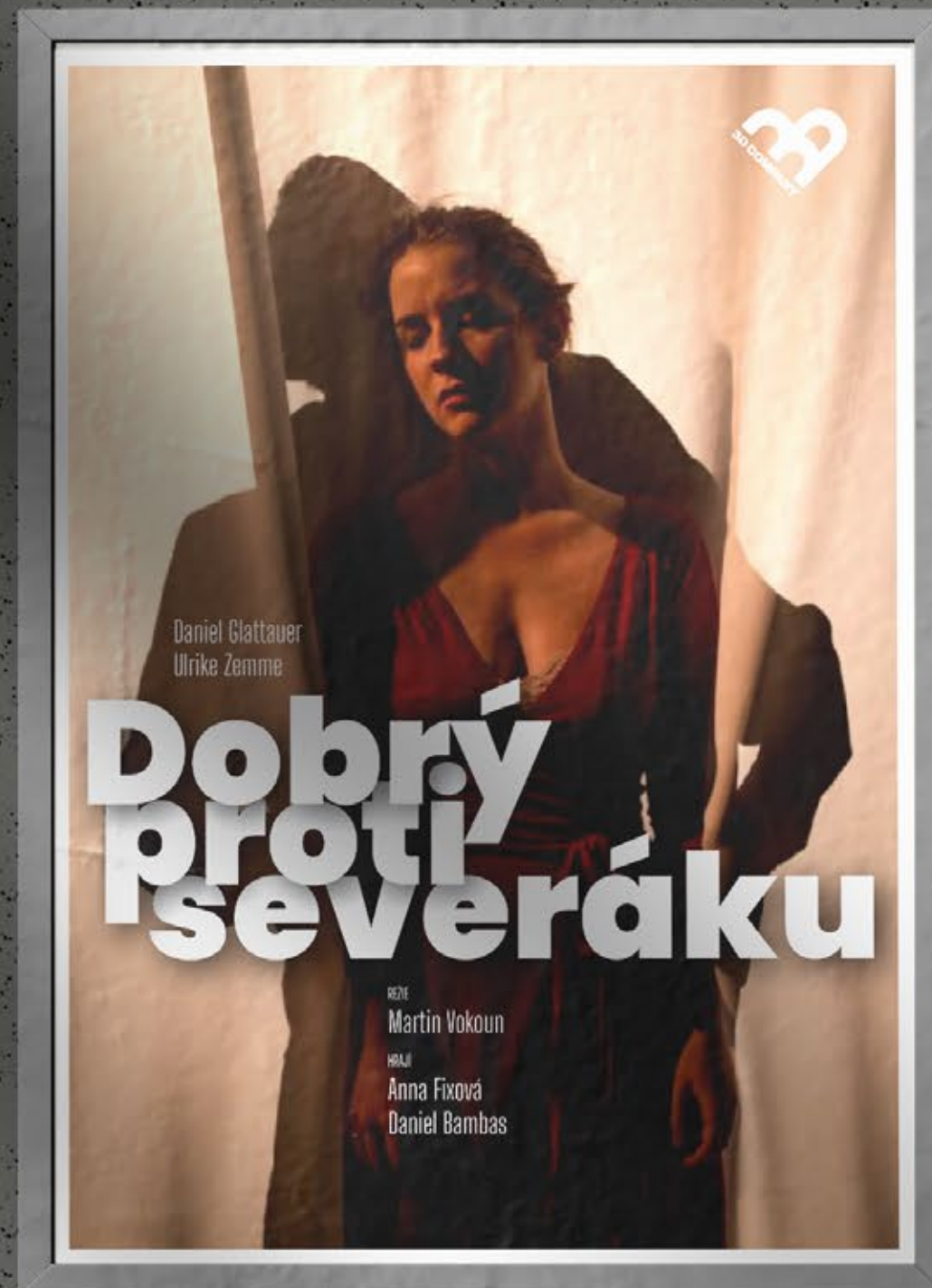
MODELOVÉ UKÁZKY DIVADELNÍHO PLAKÁTU (1/3)

Protože mám k divadlu blízko, vytvořil jsem sadu fiktivních plakátů (ovšem na reálné představení): jednu fotografii jsem využil na jedenáct různých způsobů.



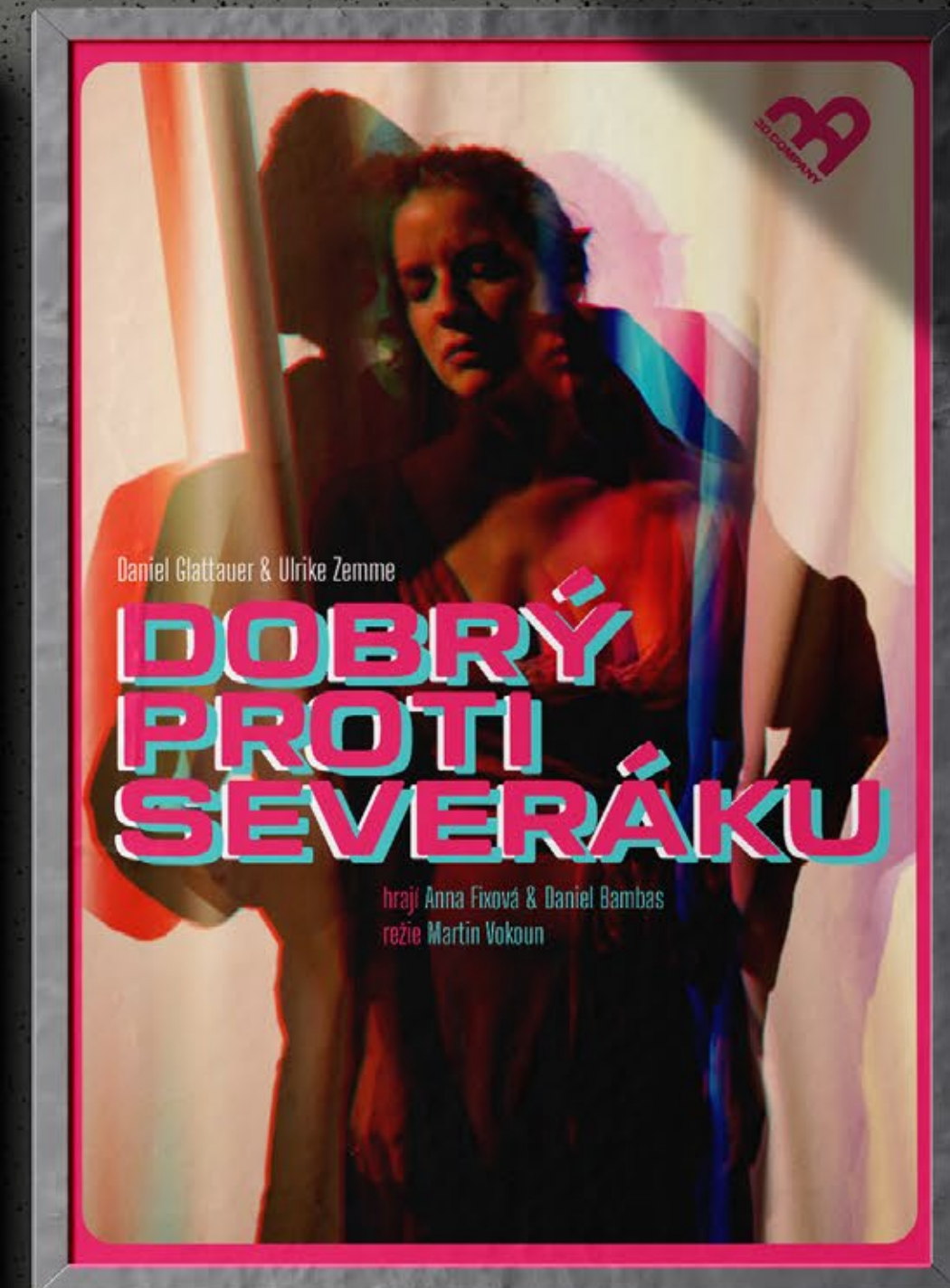
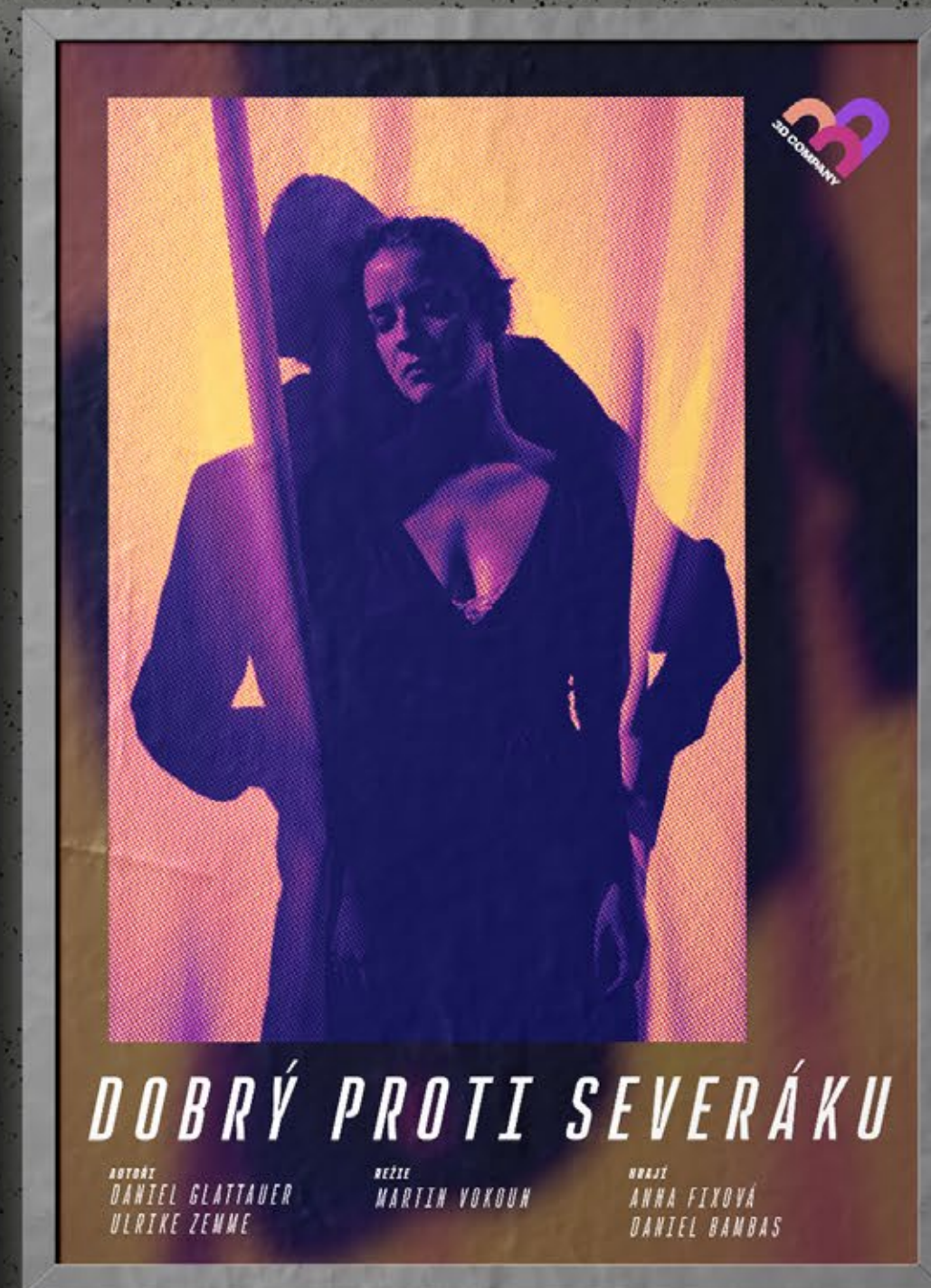
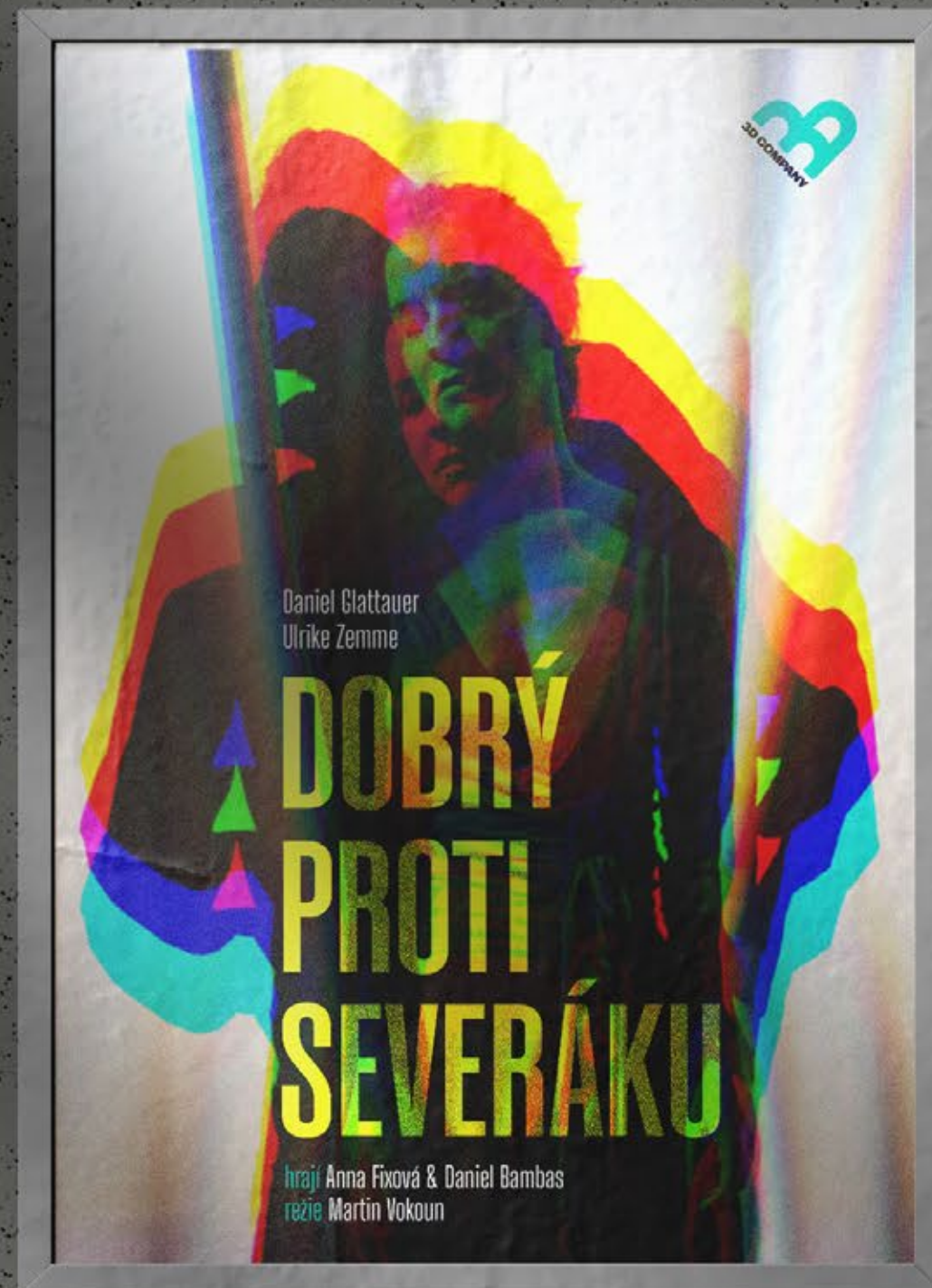
MODELOVÉ UKÁZKY DIVADELNÍHO PLAKÁTU (2/3)

Protože mám k divadlu blízko, vytvořil jsem sadu fiktivních plakátů (ovšem na reálné představení): jednu fotografii jsem využil na jedenáct různých způsobů.



MODELOVÉ UKÁZKY DIVADELNÍHO PLAKÁTU (3/3)

Protože mám k divadlu blízko, vytvořil jsem sadu fiktivních plakátů (ovšem na reálné představení): jednu fotografii jsem využil na jedenáct různých způsobů.



NÁVRHY PLAKÁTŮ PRO FESTIVALY RADIMA VIZVÁRYHO



S radostí jsem vyhověl žádosti o návrh plakátů a následného celkového komunikačního stylu pro festival pouličního divadla, který v létě už pravidelně rozveseluje ulice Tábora. Navrhl jsem tři různé vizuální cesty, nicméně z organizačních důvodů nebylo možné se žádnou z nich vydat.



Podobný osud bohužel stihl i návrhy plakátů pro festival pantomimy MIME FEST, jehož leitmotivem bylo v roce 2024 „I ♥ MIME“.

POZVÁNKY NA KONCERT TEREZY JAKOBOVÉ

Rád vycházím vstříc poptávkám z okruhu přátel, kamarádů a známých, kam patřila i prosba Terky Jakobové o přípravu pozvánky na její vánoční koncert. Měla být veselá, klidně trochu ulítlá, v zadání padlo i jméno Grinch... A tak jsem trochu zaúkoloval i AI, ať ukáže, co dokáže. Vznikly dvě verze, které Terka použila podle toho, ke komu její pozvánka mířila.





SOCIÁLNÍ SÍŤE



schváleno klientem

LONELY PLANET ČESKO

VÝCHODISKO

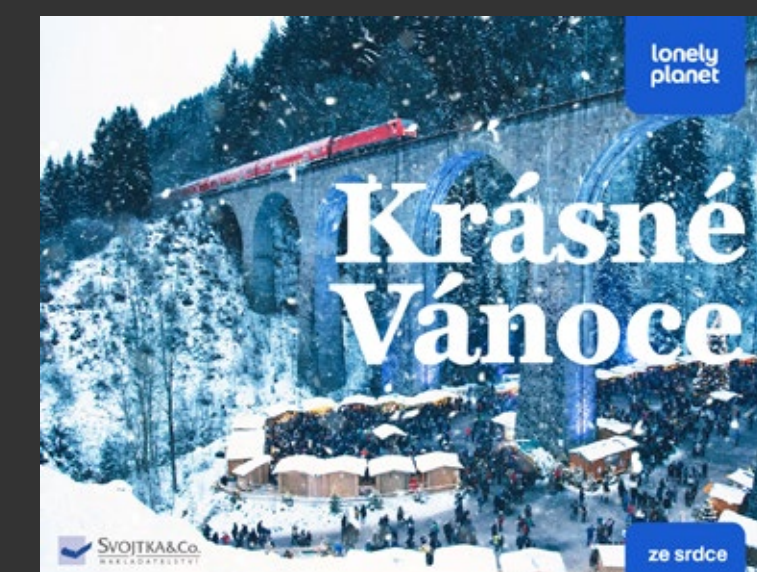
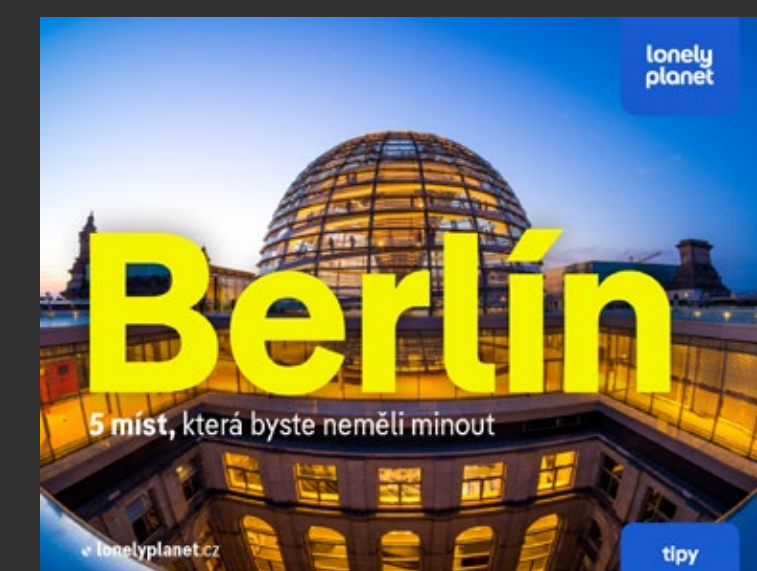
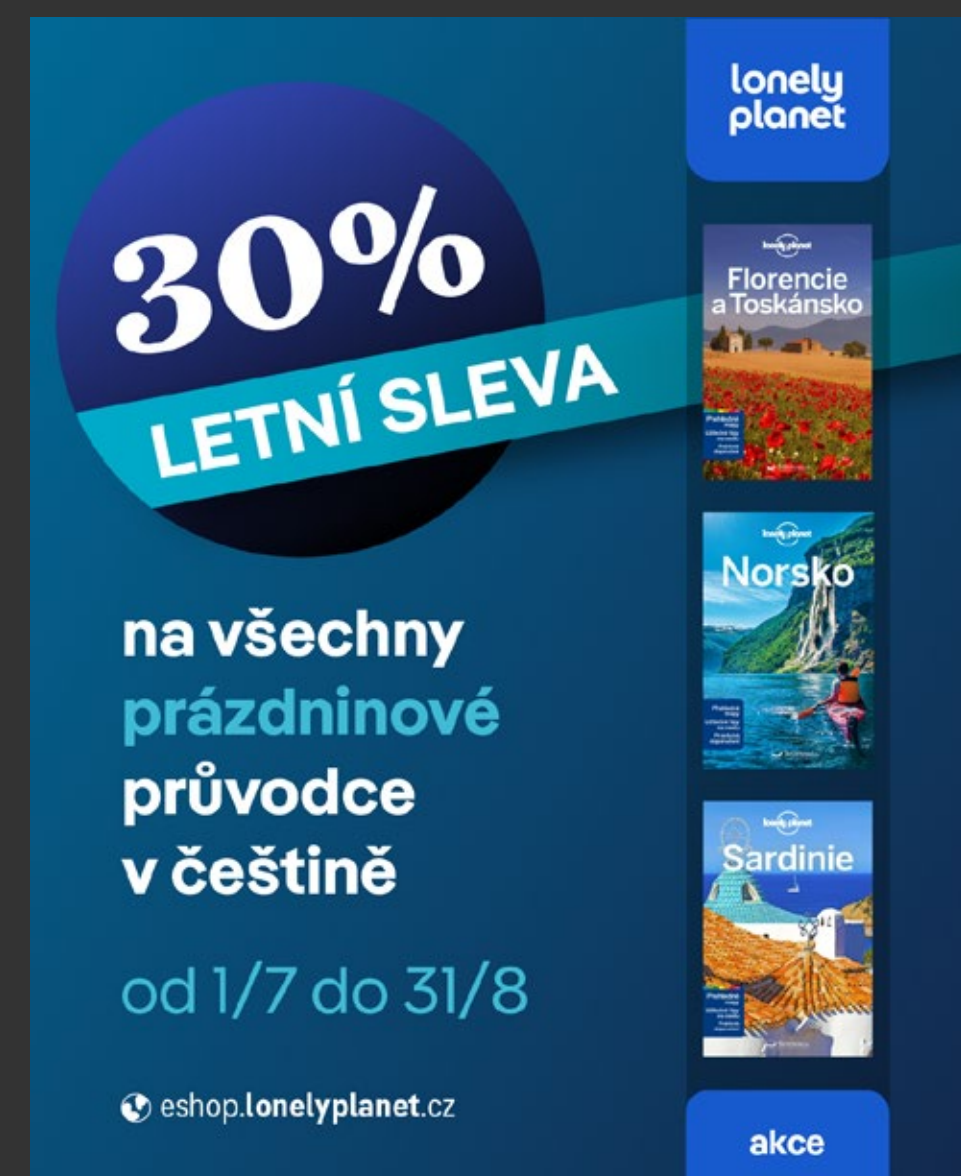
S mojí cestovatelskou vášní je od samého začátku spojena světoznámá značka Lonely Planet. Proto mě trochu mrzelo, že grafická prezentace jejího českého zastoupení není úplně ideální. S nakladatelstvím Svojtka & Co. jsme se tedy dohodli na tom, že vypracuji analýzu komunikace českého LP na sociálních sítích a zároveň navrhnu její nový koncept.

LONELY PLANET CZ

EXPLIKACE

Hlavním problém jsem spatřoval ve velké roztržitosti komunikace, stěžejní tedy bylo navrhnout prvky, které ji propojí: fixní prezentaci značky (se kterou je spojena i kategorizace příspěvků: novinky, tipy, edice...) a systematické používání fontů a barev.

Můj koncept byl klientem schválen, načež jsem vytvořil kompletní sadu šablon, díky níž bude možné navrženou změnu aplikovat i bez mé další asistence.





TISKOVINŲ

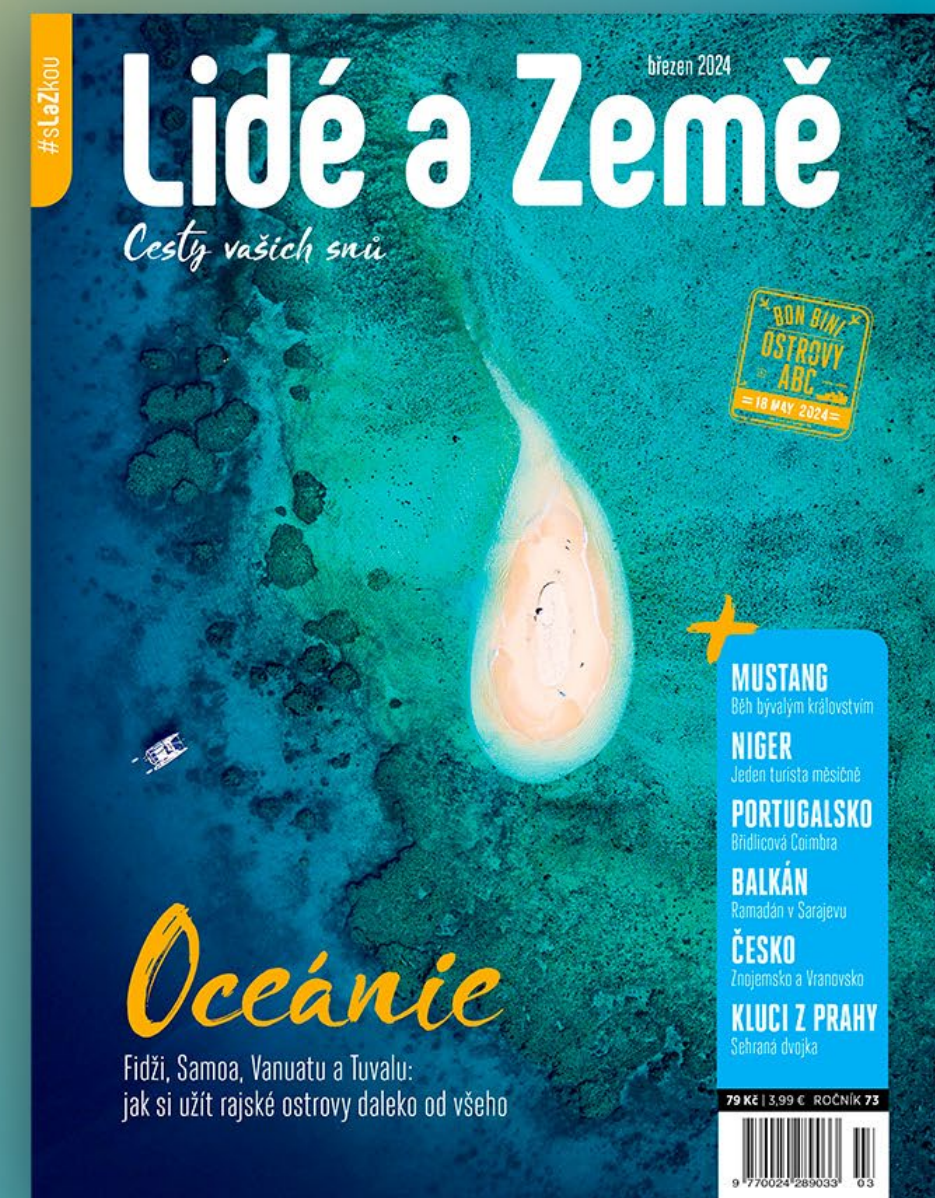
Lidé a země

V letech 2019 až 2024 jsem byl šéfredaktorem časopisu *Lidé a Země*, nejstaršího cestovatelského magazínu na českém trhu (vychází od dubna 1952). Hned od nástupu mi bylo jasné, že se stávající podobou časopisu je potřeba něco udělat.

Po dvou letech se mi podařilo získat od vedení vydavatelství souhlas s redesignem, na němž jsem se významnou měrou podílel.

Časopis se tak nejen zvětšil, ale také změnil logo i celou grafickou identitu, proměnila se i obsahová struktura.

Své bohaté zkušenosti rád uplatním v projektech podobného typu.





součást modelového projektu

Vážka

SOUVISLOSTI

Na následujících stranách je prezentována maketa minimagazínu, který byl součástí modelového projektu vyváženého bistra Vážka.

Je tak pouze ilustrační ukázkou toho, jak bych k tomuto typu tiskoviny přistoupil.

Materiály jsou zkrácené, aby vyhověly ukázkovému formátu A5.



reference

Reference

JacekDesign vytvořil pro naši firmu kompletní grafické pojetí. Pomohl nám najít ten správný směr, navrhl logo, barevnou paletu i typografii, díky čemuž teď naše firma působí moderně a více profesionálně.

Honza byl od začátku až do konce profesionální, kreativní a pečlivý. Naslouchal našim potřebám a dokázal je převést do konkrétních návrhů. Jeho inovativní přístup, cit pro detail a celkové porozumění tématu i našim potenciálním zákazníkům předčily naše očekávání.

Spolupráce byla velmi příjemná, jeho přístup přátelský a ochotný, což usnadnilo komunikaci a rozhodovací proces. Honzu můžu doporučit všem, kteří hledají talentovaného a spolehlivého grafika.

Lenka Marušanová
Herecké workshopy Kalegro



Radost a těšení...

mě provázejí, když Honzovi zadávám své podklady ke grafickému zpracování.

Porozumět, pochopit a vyhovět zadání...

to se mi od JacekDesign dostane pokaždé.

Radostí a spokojeností...

celý proces končí... a já se okamžitě začínám těšit na nové nápady, které pošlu příště... protože bude zase na co koukat!

Děkuji. IVANA.

IVANA HUSPEKOVÁ
herečka, Story-telling.cz





design

e-mail

Jacek@JacekDesign.CZ

WEB / FB / IG

603 222 596