

V novém logotypu ŘLP ČR, s. p., se zrcadlí klid i jistota

V tomto čísle zpravodaje navazujeme na oficiální představení nového loga ŘLP ČR, s. p., a nabízíme vám rozhovor s Alešem Najbrtem, kreativním ředitelem Studia Najbrt, které pro nás logotyp a celou korporátní identitu připravilo. Cílem naší společné rozmluvy je především podrobné prozkoumání celého finálního návrhu a osvětlení mnoha detailů, které zajisté přispějí k lepšímu pochopení naší nové značky.

Pane Najbrte, stojí za vámi spousta práce na grafickém designu především kulturních a společenských institucí. Jak moc jiné je vytváření nového logotypu pro podnik s tak odlišným a specifickým oborem jako je řízení letového provozu?

Určitě to jiné je. Za prvé proto, že se jedná o zcela odlišné téma a za druhé se naše grafické studio vždy soustředí na to, kdo po jeho vytvoření bude s daným logem pracovat a kdo ho bude využívat. Vždy zohledňujeme to, komu je logo určené a k čemu má primárně sloužit. Taková značka není jen o tom, jak vypadá, ale i o tom, jaká je jeho funkce, co má propagovat a jak má poté vypadat celý vizuální styl. Vaše zadání se podobalo úkolům, které jsme v minulosti již řešili. Re-designu či zásadnější změně různých log velkých společností či měst jsme se již několikrát věnovali, a ačkoliv zde lze najít velmi podobné charakteristické prvky pro takovou grafickou práci, každé zadání je zároveň velmi individuální a má svá specifika. Snažíme se proto vnímat, komu je námi zpracovávaný grafický styl určený a jaká je činnost instituce, která ho bude využívat.

V tom je naše práce tak jedinečná, zábavná a zároveň složitá. Nemůžeme mít jeden vzor, podle kterého bychom jednoduše zpracovávali všechna zadání. Pokaždé je naše práce ovlivněna především obsahem činnosti dané klientem a to je i to, co od nás naši zákazníci očekávají. Chtějí něco nového, neokoukaného, chtějí vidět věci jinak, a proto přicházejí právě za námi. Musíme proto pokaždé vyvinout poměrně značné úsilí, abychom se dokázali na danou instituci podívat jinými očima a zároveň dodržet předpoklad, že nový styl bude stále především sloužit tomu, k čemu je určený a bude to dobře vystituhovat.

Čím vás oslovilo zrovna ŘLP ČR, že jste se rozhodli zúčastnit se výběrového řízení a prezentovat vaši práci na poli možná pro vaše studio trochu nezvyklého oboru?

Podobně jako nás například pracovně i soukromě zajímá film, neboť se jedná o hodně sledovanou součást naší kulturní sféry, tak obor řízení letového provozu spadá pod oblast letectví, které mě osobně vždy velmi lákalo. Kdysi se mě jeden novinář ptal, jestli mám nějaký profesní sen podobně, jako mívají herci svou vysněnou roli, zdali mám něco konkrétního, na čem bych rád pracoval. Já mu odpověděl, že bych rád zkusil vytvořit logo nějaké letecké společnosti nebo spolupracovat na orientačním systému nějakého letiště. To se mi zatím nepodařilo, ale líbí se mi, jakým způsobem jsou vytvářeny informační systémy na letištích – všechny ty piktogramy, označení a celý jedinečný a ucelený systém pro cestující. Například mám rád design letiště v Kolíně nad Rýnem a vůbec vždy, když přiletím na nějaké méně ještě neznámé letiště, zajímám se o to, jak vypadá orientační systém. Jestli dobře funguje, jestli je orientace podle něj jasná a jednoduchá a zajímají mě také letadla a jejich

design. Jeden čas měly velmi povedenou prezentaci na svých letounech například British Airways nebo norské aerolinie Norwegian, které pracují se zobrazením slavných osobností. Nevyužívají jen samotnou korporátní značku, ale přinášejí do prezentace své společnosti ještě další myšlenky.

Řízení letového provozu je možná vidět o trochu méně než aerolinie, ale téma je to velmi podobné a možná o něco obtížnější, i proto nás taková výzva velmi zaujala.

Jistě znáte dopodrobna i naše původní logo. Co o něm soudíte a jak ho můžeme porovnat s návrhem z vašeho grafického studia?

Původní logo ŘLP je velmi jednoduché, což bych považoval za určitou výhodu. Možná je ale jednoduché až příliš a svádí k tomu, že ho můžeme považovat spíše za piktogram. Z mého pohledu je trochu studené, což podtrhuje i zvolené písmo a barevnost využívané v celém vizuálním stylu. Obsahově ale určité odpovídá činnosti podniku.

I z těchto důvodů jsme nejprve šli cestou re-designu této značky, protože jsme ji vnímali jako smysluplnou. Zkusili jsme ji otočit tak, aby letadlo letělo směrem doprava, protože tento směr je pro nás, kteří píšeme latinou zleva doprava směr vpřed, kdežto vaše současné logo směřuje z tohoto pohledu zpět. To byl první krok, ke kterému jsme přistoupili. Byli jsme ovšem požádáni o to jít i odlišnou cestou a rozvíjet o detailů nějakou vlastní myšlenku. První téma proto bylo již zmíněné letadlo, jehož trasu v rámci své činnosti sledujete a jehož pohyb nad republikou kontinuálně pokrýváte a druhé byla samotná obloha, kterou sice můžeme vidět pouhým okem, ovšem řídicí letového provozu ji zároveň vidí změněnou, a v určité grafické podobě na obrazovkách svých počítačů. Toto všechno byly původní inspirace pro návrhy, které jsme vytvořili.

Bylo pro nás důležité, aby nově vznikající logo mělo na první pohled jasnou obsahovou spojitost s vaší činností. Vzniklo několik návrhů, které postupně odrážely to, co jsme chtěli v logu zdůraznit a vyzdvihnout – zaujaly nás například i jednotlivé letové sektory, se kterými pracujete a v jednom z návrhů jsme je i zpracovali. Ovšem ve výsledku jsme jako nosné téma vyhodnotili již zmiňované letadlo a pak celý vzdušný prostor. Nakonec jsme ještě zvážili to, že celý tento prostor znamená více než jedno letadlo a z těchto úvah vzniklo logo, které bylo vašim vedením vybráno. Jedním z důležitých principů, který na logu odkazuje na vaše hlavní poslání je, že Řízení letového provozu hlídá vzdušný prostor nad celou republikou, do kterého přiletávají letadla z různých stran a taktéž jej z různých úhlů opouštějí.

Proč jste zvolili obdélník jako hlavní tvar grafické části loga?

Tvar obdélníku se nám zdál jako nejvhodnější z hlediska pozdějšího využívání



Řízení letového provozu České republiky

značky a zároveň byl v nejlepším postavení vůči textové části loga. Původně jsme zvažovali i obdélník na výšku nebo čtverec, ale myslím, že ani jedno zcela přesně nevystihuje orientaci vaší činnosti. Verze na šířku jasněji ukazuje směr pohybu letu i rozlohu naší republiky – přelet nad naším územím přeci jen chvíli trvá – a to nejlépe vyjadřuje obdélník na šířku. Navíc z hlediska kompozice se nám u obdélníku lépe dařilo vyjádřit dynamiku pohybu.

V obdélníku dominují také čáry rozmístěné pod různými úhly...

Linky jsou do jisté míry subjektivní záležitost a jejich počet jsme v původních návrzích stanovili s ohledem na to, jaké máme s tímto prvkem zkušenosti. Na jednu stranu je značka společenosti měla být jednoduchá a počet čar by neměl být příliš vysoký, na druhou stranu bylo důležité vyjádřit tímto počtem tu „mnohost“ letů tak, aby byla s ostatními prvky v logu kompozičně i proporcionálně v souladu. V zájmu lepší čitelnosti značky jsme pro finální návrh loga ještě jednu linku ubrali.

Další zásadní součástí loga jsou barvy. Proč tato kombinace barev – tmavá modrá, světlá modrá a tyrkysová?

Protože se vaše činnost primárně týká oblohy, náš cíl byl ji promítnout i do loga. Proto jsme zvolili různé tóny modrých barev. Obloha však nezůstává stejně barevná pořád, když ji sledujete v noci, vypadá úplně jinak než za denního světla. Tuto dynamiku jsme se snažili v logu vyjádřit i zároveň vyzdvihnout určitou energii a přitažlivost, kterou s sebou logo nese – proto jsme zvolili i hodně tmavě modrou.

Jak moc jsou vůbec zvolené barvy v logu důležité pro nestranného pozorovatele, veřejnost?

Barvy obecně přináší do loga emoce a dodávají mu určité citové zabarvení. Buď větší, nebo menší podle toho, o jakou společnost a činnost se jedná. Obecně víme, jak na nás působí třeba červená, oranžová nebo žlutá barva a naopak jak uklidňující je právě modrá nebo zelená. Naše studio má s používáním barev bohaté zkušenosti a jejich využití ve značkách volíme velmi pečlivě.

Existují barevné stereotypy, vzorce, podle kterých si k sobě automaticky přiřadíte emoci a barvu. Při práci na logotypu tak můžeme buď tyto stereotypy následovat, nebo se je snažit naopak narušit a nabídnout záměrně něco jiného, než by ostatní čekali. V takovém případě je ale třeba si toho být vědom a mít jasnou představu o tom, proč to děláme a s jakým cílem.

Myslíte si, že nové logo ŘLP ČR, s. p., je snadno zapamatovatelné?

Jsem o tom přesvědčený. Princip loga je zřetelný a jasný. Pokud se vás někdo zeptá,

jak vaše značka vypadá, tak i když ji pravděpodobně nenakreslíte zcela přesně, základní tvar a rozmístění linek si vybavíte okamžitě. I snadná identifikovatelnost loga je jednou z jeho důležitých vlastností.

Zajímá mě, kde čerpáte inspiraci pro vaši práci?

Já se obecně nechávám inspirovat mnoha věcmi. Třeba prací mých kolegů ve studiu, filmovou tvorbou, výtvarným uměním i samotnými malíři – takových impulsů je každý den mnoho. Inspiraci nacházím i v práci jiných grafických studií – ne snad, že bych je kopíroval, ale spíše se zájmem sleduji, jak se i pomocí jejich výsledků práce celý tento obor vyvíjí a jakým směrem se ubírá.

Navíc naše práce v kulturní oblasti, ať už je to filmový festival v Karlových Varech nebo Česká filharmonie, se velmi vhodně doplňuje s prací, kterou odvádíme v oboru corporate identity. Máme zkušenost, že pokud do loga přineseme trochu humoru nebo hravosti, výsledku to jen prospívá.

Může pro vás být inspirací i kritika?

Určitě. Jsme poměrně dost sledované studio a kritika se na nás občas snáší. Snažíme se to ale vnímat bez přílišných emocí. Zajímají nás protichůdné názory pokud jsou prezentovány s určitou odpovědností a inteligentní formou a přinášejí myšlenku, která nám přijde zajímavá. Někdy nás to i inspiroval.

Lidé obecně nemají rádi změny a často se s nimi velmi nesnadno ztotožňují. Změna loga a tím i korporátní identity podniku může v někom vyvolat i obavy. Dá se takovým novým logotypem naopak vyjádřit, že obavy jsou zbytečné?

Určitě dá a byla to i naše snaha po celou dobu vytváření loga. Chtěli jsme ukázat, že vaše společnost neustrnula, že se neustále vyvíjí, že využívá stále kvalitnější a technologicky dokonalejší systémy a že roste i profesionalita vašich zaměstnanců. Zároveň se v novém logu a jeho barvách zrcadlí i snaha o určitý klid a jistotu, což, jak doufáme, se na všechny uživatele loga přeneso.

Na závěr už mi zbývá se jen zeptat, co byste našemu logu popřál do budoucna?

Přál bych mu především, aby splnilo tu úlohu, pro kterou jsme ho vytvořili. Aby bylo kvalitně implementováno uvnitř podniku a směrem k vašim obchodním partnerům a brzy se stalo zcela jasně identifikovatelnou značkou. Aby se jeho stopa objevila všude, kde je Řízení letového provozu aktivní a také aby se s jeho pomocí podařilo vyjádřit sounáležitost vašeho podniku jakožto jednoho celku. Přeji mu, aby se stalo synonymem pro kvalitu, bezpečnost a spolehlivost, neboť všechny tyto součásti jsou v něm určitým způsobem obsaženy.

text nvt, grafika Studio Najbrt