

akademický rok 2017/2018

## Diplomová práce – posudek oponenta

Jméno a příjmení studenta, vč. Titulů: BcA Šimon Kiriakovský

Název práce: INDIVIDUALIZACE

Slovní hodnocení: Navrhování v pivním segmentu má svá specifika. Je to oblast velice konzervativní, silně dbající na tradici a držící se určitých stereotypů. Tyto stereotypy jsou cítit všude. V barevnosti výrobků, jejich tvarosloví, grafických vizuálech i tématech reklamních kampaní. Marketingová oddělení pivovarů, se mermomocí chtějí odlišit, ale vždy je to jen "odsud potsud". Vždy je třeba aby byl výsledek v uvozovkách "pivní", prezentující dlouhou tradici, Design je nový a starý zároveň. Ne vždy tomu tak však bylo. V šedesátých a sedmdesátých letech se u nás vyvíjely pivní pulitry, které zpětně bezproblému zařadíme do kontextu dobových aktuálních designových či dokonce uměleckých trendů. Jsou to realizace pulitrů Vratislava Šotoly, Adolfa Matury, či Jiřího Brabce. V dnešní době se pulitry ze svébytné sklenice s uchem na alkoholický nápoj posunuly do roviny reklamního předmětu. K předmětu, který má primárně komunikovat danou značku piva.

Vývoj designu lahví formovaly stejné vlivy, ale výchozí pozice byla jiná než u pulitrů. Pivní lahve v minulosti stály zcela stranou zájmu a teprve tlak moderního marketingu a reklamy lahve objevil jako další možnost posílení identity značky. Sprostě řečeno prostor kam jde mimo pulitr jde také prdnout logo. Nastíněním problematiky se kterou se designer musí při práci v pivním segmentu vypořádat, se dostávám k diplomové práci Šimona Kiriakovského.

Základní otázka pro mě je: Je design pivní lahve se všemi omezeními a stereotypy vhodné téma na diplomovou práci?

Jako produktový designer, který je zároveň také vysokoškolským pedagogem musím odpovědět že spíše není. Myslím si, že design pivní lahve není úplně vhodné téma na diplomovou práci. Nabízí se tedy otázka proč jsem přijal tuto oponenturu. Oponenturu jsem přijal kvůli specifickým okolnostem této konkrétní práce a tím i vyššímu potenciálu

pro vznik progresivnější realizace. Vyjímečnou okolností o které mluvím je fakt, že pivovar Tambor je v majetku rodiny diplomanta. Dochází zde tedy ke splnutí klienta s designérem.

Jak tedy Šimon Kiriakovský svou vyjímečnou pozici využil? Dle mého názoru ne moc dobře. Lahev si pohodlně vykračuje ve vyšlapané pěšince klasické pивní estetiky. Jakoby hlavní cílem bylo přiblížit se těm velkým značkám. Přitom největší síla minipivovarů je právě v tom, že nejsou Staropramen a nemusí tak vypadat. Nejde o nějaké výrazné gesto, či atypické tvarové řešení. Jde o to, že i v rámci všech omezení, lze nalézt originální prvek nebo princip, který design posune a odliší od ostatních. A ten mi tu chybí.

Je mi jasné, při jednání s výrobcem forem a sklárnou je zvláště pro mladého designéra velice snadné kapitulovat před zdánlivě nezbořitelnou zdí technologických omezení a potenciálních problémů, Já však na výsledném designu ale i na vývoji který předcházet postrádám i náznaky odporu a vůle bojovat. A je to škoda.

Každá lahev počítá s etiketou, až se kterou je design kompletní. Od Šimona jsem dostal různé návrhy etiket. Design etiket ale není součástí diplomové práce. Pracuje na nich externí grafik. Jejich hodnocení tedy není součástí mého posudku. Moje jediná rada ohledně designu etiket je grafika okamžitě změnit.

#### **Otázky k rozpravě:**

**Závěrečné hodnocení:** Dobře odvedená práce, která ale nijak nevybočuje ze současné produkce

**Návrh klasifikace:** Velmi dobře.

**Posudek vypracoval(a):** MgA Jan Čapek

Datum:9.5.2018

Podpis: