

Muzeum umění Olomouc mění logo a spouští nový web

Olomouc, 1. 10. 2014

S novým logem a vizuálním stylem vstupuje do podzimní sezony Muzeum umění Olomouc. Jeho autorem je muzejní grafik Petr Šmalec, dvojnásobný držitel ocenění Nejkrásnější kniha roku. V souvislosti s aplikací nového vizuálního stylu muzeum mění také podobu internetových stránek. Dynamická webová prezentace podle ředitele muzea Michala Soukupa koresponduje s vývojem moderních komunikačních technologií a klade důraz na přehlednost informací pro návštěvníky i prezentaci bohatých muzejních sbírek.

Autorem nového vizuálního stylu je muzejní grafik, absolvent pražské VŠUP Petr Šmalec. „S jeho prací, invenčním a kreativním přístupem jsme byli vždy maximálně spokojeni. Podobu loga a vizuálního stylu jsme přitom konzultovali řadu měsíců,“ řekl Soukup. Šmalcovy schopnosti podle něj dokládá i skutečnost, že již dvakrát získal titul v soutěži Nejkrásnější kniha roku, a to za vlastní knížku pro děti Šmalcova abeceda (2005) a za úpravu katalogu k výstavě Listování (2009), která představovala muzejní sbírku knižní kultury.

Dominantou Šmalcova návrhu, který vystřídá po více než dvaceti letech logo Miroslava Střelce, je jednoduché propojení základních iniciál MUO, přičemž splynutí písmen „mu“ v jeden znak a doplnění o třetí písmeno „o“ dává logu jistou dynamiku a estetickou a typografickou nápaditost. Propojením půltučných minuskul tak vzniká mj. snadno zapamatovatelný logotyp muo. „Vzhledem k tomu, že název Muzeum umění Olomouc je v současném českém prostředí jedinečný, neboť kromě Muzea umění a designu v Benešově mají všechny obdobné instituce ve svém názvu slovo galerie, zůstal titul součástí nového logotypu,“ doplnil ředitel.

Z nového vizuálního stylu vycházejí i nové internetové stránky, které muzeum na původní doméně www.olmuart.cz spustilo 1. října. „Jestliže jedním z důvodů pro výměnu loga bylo, že poněkud zestárlo, v případě webové prezentace to platí dvojnásob. Webové stránky jsme naposledy měnili při příležitosti otevření Arcidiecézního muzea v roce 2006 a za uplynulých osm let se technologie přímo raketově vyvíjely. Chceme s tímto vývojem srovnat krok, hlavně pak s masivním využitím chytrých telefonů a tabletů. Proto jsme šli cestou responzivního webu, který stránky přizpůsobuje zařízení, na kterém si je uživatel prohlíží,“ zmínil ředitel.

Jako zastaralá a pro uživatele komplikovaná se podle něj ukázala také struktura internetových stránek. Nový web byl naopak navrhován s důrazem na přehlednost. „Tomu odpovídá i podoba domovské stránky a základního menu webu, v němž na prvním místě je sekce Pro návštěvníky. Zde uživatel najde všechny potřebné informace k návštěvě muzea od adresy, přes otevírací dobu a vstupné až po nabídku našich kaváren,“ doplnil Soukup. Program probíhající i

připravovaných výstav a doprovodných akcí najdou uživatelé v Kalendáři, kde si lze díky propojení s rezervačním systémem Colosseum také rezervovat vstupenky.

Velkou pozornost muzeum věnovalo prezentaci bohatých sbírkových fondů, o které pečuje. Muzeum umění Olomouc podle Soukupa spravuje 200 tisíc sbírkových předmětů rozdělených do 24 podsbírek. Internetová sekce Sbírký je proto koncipovaná jako výběrová textová, obrazová a v některých případech i video prezentace nejvýznamnějších děl ze všech spravovaných fondů. „Naším cílem je, abychom návštěvníky webu vtáhli do velkého, kontinuálního a podmanivého příběhu umění, který vyprávějí námi spravované kolekce. Tento dlouhý příběh začíná v antice, bustou mužské hlavy z roku 260 a prozatím končí například kresbou architekta Jana Kaplického z roku 2007,“ řekl Soukup s tím, že nyní muzeum na internetu detailně představuje 325 exponátů, ovšem prezentaci budou průběžně doplňovat a aktualizovat. „Obdobná prezentace včetně vyhledávače ve sbírkách je běžná ve velkých galeriích a muzeích ve světě, například v Metropolitním muzeu nebo v Louvru, ale troufám si tvrdit, že u nás nemá v rozsahu a formě obdobu,“ upozornil ředitel.

Dodavatelem internetových stránek je olomoucká firma Onyx, jejich cena byla 350 tisíc korun.

Informace k novému vizuálnímu stylu Muzea umění Olomouc

Historie

Ve své 63 leté historii používalo Muzeum umění Olomouc (MUO) celkem šest grafických značek. První dvě loga (1956 a 1966) jsou anonymní, další čtyři loga (1977, 1988, 1991, 1993) pro tehdejší Galerii výtvarného umění vytvořil olomoucký grafik a její zaměstnanec Miroslav Střelec.

Přestože současné logo užívalo MUO dlouhých 21 let, důvodem vytvoření nového loga byla potřeba reagovat na podstatné koncepční změny, které se odehrály v průběhu posledních 10 let. Od roku 1993, kdy vzniklo poslední logo a symbolizovalo především její základní budovu v historických i novodobých souvislostech (Muzeum moderního umění), provozuje MUO další dvě muzejní budovy – Arcidiecézní muzeum Olomouc (otevřeno 2006) a Arcidiecézní muzeum Kroměříž (2007). Kromě toho zaměstnává téměř 100 zaměstnanců, spravuje více jak 180 tisíc sbírkových předmětů, ročně pořádá cca 35 výstav, spravuje 3 stálé expozice a její návštěvnost se zvýšila mnohonásobně (222 tisíc návštěvníků v loňském roce). Nezanedbatelnou změnou je také letošní sloučení Divadla hudby s MUO, které po mnoha letech působení na olomoucké scéně ztratilo svoji značku.

Autor nového grafického návrhu

Nové logo navrhl současný grafik MUO Petr Šmalec, absolvent VŠUP v Praze, který je známý nejen svým osobitým přístupem grafického zpracování jednotlivých tiskovin, výstav a expozic MUO (katalogy, pozvánky, plakáty, billboardy ad.), za něž získal několik prestižních ocenění, ale také jako autor vlastních knížek. Je dvojnásobným držitelem titulu v soutěži Nejkrásnější kniha roku. Jednak za vlastní knížku pro děti Šmalcova abeceda (2005), jednak za úpravu katalogu k výstavě Listování (2009), která představovala muzejní sbírku knižní kultury.

Charakteristika

Dominantou nového loga je jednoduché propojení základních iniciál MUO, přičemž splynutím písmen „mu“ v jeden znak a doplněním o třetí písmeno „o“ mu dává jistou

dynamiku a estetickou a typografickou nápaditost. Propojením půltučných minuskul tak vzniká mj. snadno zapamatovatelný logotyp muo.

Vzhledem k tomu, že název Muzeum umění Olomouc je v současném českém prostředí jedinečný (kromě Muzea umění a designu v Benešově mají všechny obdobné instituce ve svém názvu slovo „galerie“), zůstal součástí nového logotypu, i když v novém typografickém řešení (minusculus na praporek).

Písmo

Pro nové logo bylo zvoleno lineární serifové písmo Adelle vytvořené speciálně pro náročné redakční použití, hlavně v novinách a časopisech. O kvalitě tohoto originálního typu písma svědčí jeho prestižní ocenění v evropské designerské soutěži Ed-Awards 2010, které získali jeho autoři Veronika Burian a José Scaglione z písmolijny TypeTogether.

Barevnost

Užitím azurové barvy, což je nový prvek (dosavadní logo bylo pouze černé), se snaží MUO představit nejen jako moderní a otevřenou paměťovou instituci, ale také jako instituci, která se zabývá výtvarným uměním.

Pozitivní varianta loga se používá na všech formálních materiálech a tiskovinách, jako jsou vizitky, dopisní papíry, razítko a všude tam, kde je vyžadován celý název. Negativní varianta bývá většinou zástupnou variantou základního loga a používá se tehdy, když není možné použít variantu pozitivní, ať už z důvodu technologického nebo estetického. U nového loga tomu tak není a lze jej používat rovnocenně, jako u varianty pozitivní (např. nové webové stránky, vstupenky ale i vizitky MUO).

KONTAKT PRO MÉDIA

Mgr. Petr Bielez

tiskový mluvčí

Muzeum umění Olomouc | Denisova 47 | 771 11 Olomouc

K: Muzeum moderního umění | Denisova 47 | 771 11 Olomouc

T: 585 514 282 | M: 724 202 905

E: bielesz@olmuart.cz | [web](#) | [facebook](#) | [twitter](#)

