

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Bakalářská práce

2012

Eliška Fenclová

Západočeská univerzita v Plzni
Ústav umění a designu

Bakalářská práce

Vizuální styl filmového festivalu

Eliška Fenclová

Plzeň 2012

Západočeská univerzita v Plzni
Ústav umění a designu

Oddělení výtvarného umění
Studijní program výtvarná umění
Obor a specializace: Ilustrace a grafika- Grafický design

Bakalářská práce

Vizuální styl filmového festivalu

Eliška Fenclová

Vedoucí práce: akad. mal. Ditta Jiříčková
Oddělení výtvarného umění
Ústav umění a designu
Západočeská univerzita v Plzni

Plzeň 2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Eliška FENCLOVÁ**
Osobní číslo: **U09B0031P**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Ilustrace a grafika - Grafický design**
Název tématu: **Vizuální řešení, propagace kulturní akce - Vizuální styl
filmového festivalu**
Zadávací katedra: **Oddělení výtvarného umění**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Minimální rozsah prací:

počet: tiskoviny a návrhy odpovídající rozsahu práce minimálně 10 plakátů

formát: A6 - B1

popis realizace: návrh značky a její aplikování na drobné tiskoviny a další potřebné materiály

výstup: kompletní vypracování grafického návrhu vizuální identity filmového festivalu a propagační materiály

Pravidelné konzultace v rámci semináře ke kvalifikační práci

postup realizace:

- září, říjen - předložení spektra variant, pracovních verzí, sběr a průběžné intenzivní studium zdrojů

- říjen - pracovní verze

- listopad - průběžné práce na praktické i teoretické části kvalifikační práce

- prosinec - předložení první části teoretické práce (zahrnující úvod, hlavní staf) dle doporučení konzultanta teoretické práce

- prosinec, leden - předložení adekvátně rozpracované teoretické i praktické části kvalifikační práce (pro udělení zápočtu)

- únor, březen - realizace výsledného projektu

- březen - předložení pracovní verze kompletní teoretické práce

Finalizace a odevzdání

- duben - finalizace projektu, dokončení teoretické i praktické části práce, příprava prezentace, odevzdání obou částí práce (pro udělení zápočtu)

Obhajoba

- červen - obhajoba + prezentace kvalifikační práce na CD/DVD (v podobě pro tisk)

Rozsah grafických prací: **vyplyne ze zpracování BP**
Rozsah pracovní zprávy: **20 - 30 stran textu**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

- BHASKARANOVÁ, Lakshmi.** *Podoby moderního designu.* Bratislava: Slovart, 2007. ISBN 80-7209-864-0.
HELLER, Jan. *Obalový design.* Bratislava: Slovart, 2009. ISBN 978-80-7391-191-1.
JANÁKOVÁ, Iva. *Ladislav Sutnar - Praha - New York - design in action.* 1. vyd. v Praze: Uměleckoprůmyslové muzeum, 2003. ISBN 80-7101-050-2.
KNIGHT, C & Glaser, J. *Create memorable graphic design using mnemonics and visual hooks.* RotoVision, 2006. ISBN 978-2- 940361-26-7.
KOLESÁR, Zdeno. *Kapitoly z dějin designu.* Praha: Vysoká škola umělecko-průmyslová, 2004. ISBN 80-86863-03-4.
TIMOTHY, Samara. *Grafický design.* Bratislava: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.

Vedoucí bakalářské práce: **akad. mal. Ditta Jiříčková**
Oddělení designu
Konzultant bakalářské práce: **Petr Klíma**
Kancelář ředitele
Datum zadání bakalářské práce: **31. května 2011**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2012**



Doc. akad. mal. Josef Mlýtera
ředitel




akad. mal. Václav Špale
vedoucí oddělení

V Plzni dne 7. září 2011

Prohlašuji, že jsem vypracovala práci samostatně a použila jsem pouze uvedené pramenů a literatury.

Plzeň 28. 4. 2011

.....
Podpis autora

Obsah

1. ÚVOD	7
1.1. Téma	7
1.2. Důvod volby	7
1.3. Cíl práce	9
2. HLAVNÍ STAŤ	11
2.1. Proces přípravy	11
2.1.1. Rešerše	11
2.1.1.1. Plakáty k filmovým festivalům	12
2.1.2. První myšlenky	13
2.2. Proces tvorby a popis díla	14
2.2.1. Tvorba pozadí	14
2.2.2. Výběr fontu	15
2.2.3. Plakát	16
2.2.3.1. Krátce o historii a významu plakátu	16
2.2.3.2. Vlastní tvorba plakátu	17
2.2.4. Propagační materiály	18
2.2.4.1. Katalog filmů	19
2.2.4.2. Skládací plakát	19
2.2.4.3. Filmové kartičky	19
2.2.4.4. Drobné doplňky a specifika jejich tvorby	20
2.3. Technologická specifika	22
2.4. Přínos práce pro daný obor	22
2.5. Dílo v kontextu specializace	22
3. ZÁVĚR	25
3.1. Zhodnocení vlastního díla	25
3.1.1. Silné a slabé stránky díla	25
3.2. Seznam použitých zdrojů	27
3.2.1. Knižní a periodická literatura	27
3.2.2. Internetové zdroje	27
3.3. Resumé (Aj)	28
3.4. Seznam příloh	29
3.4.1. Rešerše a skici	29
3.4.2. Vlastní bakalářská práce	29
4. OBRAZOVÁ ČÁST	30
4.1. Rešerše a skici	30
4.2. Vlastní bakalářská práce	42

1. ÚVOD

1.1. Téma

Pro svoji bakalářskou práci jsem si vybrala téma „Vizuální řešení kulturní akce“. Z velkého výběru jsem se nakonec rozhodla pro vytvoření vizuální identity Filmového festivalu Der Film. Tento festival se koná již šestým rokem v Praze a v Brně a je organizován Goethe institutem, za pomoci Rakouského kulturního fóra a Švýcarského velvyslanectví. Už samotný název festivalu a jeho organizátoři nám prozrazují, jaké filmy se v rámci festivalu promítají. Festival představuje filmovou a dokumentární tvorbu z Německa, Rakouska a Švýcarska, tedy ze zemí německy mluvících.

Tento typ festivalu není v Praze ojedinělý, a proto potřebuje silnou a výraznou veřejnou propagaci, které si potencionální návštěvník všimne a zaujme ho natolik, aby si alespoň přečetl katalog k jednotlivým filmům. Mým cílem není diváka hned napoprvé přesvědčit, aby tento festival navštívil, ale především mu ukázat, že tento festival existuje mezi konkurenčními festivaly, jako jsou například festivaly španělských, severských, či japonských filmů. Já osobně, když jsem svým kamarádům o tomto festivalu vyprávěla, tak jsem se setkala spíše s reakcí nevědomosti, což si myslím, že jde velmi účinně změnit zajímavým vizuálním stylem a účinnou propagací celé akce.

1.2. Důvod volby

Hlavních důvodů, proč jsem zvolila zrovna toto téma, je hned několik. Po přečtení nabízených témat jsem vzápětí podvědomě cítila, jaká témata jsou mému srdci bližší a jaká jsou více v pozadí. Nejdříve jsem přemýšlela, jestli si vybrat nějaké téma, se kterým jsem se doposud nesečkala a měla bych si tedy možnost vyzkoušet něco nového. Toto je podle mne velmi častý motiv výběru mých odvážnějších spolužáků a známých, když se jich ptám, proč si zvolili zrovna toto zadání. Já jsem ale k výběru tématu přistoupila více konzervativně a vybrala si téma vizuální identity, se kterým už jsem se v minulých letech často setkala a

měla jsem tedy představu, jak s tímto tématem naložit. Další fáze přemýšlení směřovala více žánrově. Už od začátku jsem sice věděla, že bych toto téma přiřadila k nějakému festivalu, nejlépe k nějakému, který jsem v minulosti navštívila, ale pořád je tady velká škála zaměření mezi jakým oborem si vybrat. Nakonec jsem si vybrala filmový festival Der Film. Tyto menší filmové festivaly velmi ráda navštěvuji pro jejich žánrovou rozmanitost, kvalitu a velmi příjemnou atmosféru v artových kinech, jako jsou například pražská kina Aero, Světozor a Biooko. A proč zrovna německý festival? Sama si nejsem úplně jistá, německy neumím, o německou kinematografii jsem se vlastně také nijak více nezajímala. První nápad, že bych tento festival zpracovala, přišel po pročitání oficiálních názvů těchto menších festivalů a musím říct, že po přečtení: Španělský filmový festival, Francouzský filmový festival a Der Film, jsem právě ve slově Der Film ucítila jistou syrovost a pravost. Nejspíše je to kvůli němčině, která sama o sobě tvrdě zní, ale tento název mi korespondoval s německou historií a náturou. Der Film je výstižný a jednoduchý název, se kterým jsem měla pocit, že se bude moci zajímavě typograficky pracovat a kombinovat, což se nakonec ukázalo jako jeden z mých největších problémů v průběhu práce.

Dalším bodem, který mě k tomuto výběru přiměl, je podle mého názoru nezajímavý a mě neoslovující vizuální styl starších ročníků těchto festivalů, které jsem byla schopna dohledat, a který jsem chtěla předělat k obrazu mému. Tomuto bodu se budu později více věnovat v rešerši.

Posledním důvodem, proč u mě zvítězila filmová akce nad hudební či taneční, je můj veliký obdiv a úcta k tvorbě autorských filmových plakátů, konkrétně k Československému filmovému plakátu tvořeného od konce 50. let minulého století. První setkání s touto tvorbou se uskutečnilo v kině Světozor. A jak už dnes vím, za touto chválihodnou sběratelskou činností stojí skupina lidí, které spojují artová kina (Světozor, Aero, Biooko) v Praze a stojí i za vznikem filmové galanterie Terryho ponožky. Tato galanterie se věnuje prodeji vybraných knih s filmovou tematikou a filmových plakátů, také vlastní distribuční

společnost Aerofilms a podílí se na dalších aktivitách filmové výchovy v České Republice¹.

Archiv Terryho ponožek dnes obsahuje více než deset tisíc druhů autorského filmového plakátu. Plakátová sbírka, která zde soustřeďuje důležité osobnosti výtvarného umění, jako jsou například Milan Grygar, Karel Vaca, Zdeňek Ziegler, Josef Vyleťal (viz příloha 1, 2, 3, 4) a další velmi významné tvůrce, je považovaná, spolu s plakátem polským, za světový unikát ve výtvarném řešení filmového plakátu. Jedním z hlavních důvodů, proč se zrovna v těchto zemích tento fenomén zrodil, souvisí s minulým komunistickým režimem a tudíž s omezením svobodného vystavování, tvoření a prodeje uměleckých děl. V Západní Evropě, nebo Americe, kde výtvarníci svá díla mohli svobodně prezentovat, neměli tak silný motiv seberealizace v oblasti filmového plakátu a užitého umění. Dalším podstatným rozdílem mezi Východem a Západem byl v zadávání práce samotným výtvarníkům. Na Západě producenti a distributoři filmů oslovovali místo umělců reklamní agentury, které vytvářely především fotografický plakát na hollywoodský způsob s obličejí hlavních aktérů filmu, jak ho známe z dnešních let, kdežto na východní straně s neexistencí komerční reklamy a právě vstupem předních českých výtvarníků na tuto uměleckou rovinu, se zde mohl tento fenomén zrodit². Tyto tři aspekty, které jsem zmínila, byly pro mě podstatnými body v mém uvažování, jakému konkrétnímu tématu bych se ráda věnovala v této práci.

1.3. Cíl práce

Mým úkolem, jak už jsem výše zmínila, bylo vypracování nové zajímavější vizuální identity, než s jakou jsme se doposud mohli setkat na minulých ročních festivalu. Jako hlavní cíl jsem si zadala nejdříve vytvoření hlavního plakátu, který má nosnou funkci v celé identitě takovéto akce, jelikož má za cíl upoutat a na tuto akci diváky přilákat. Dlouho jsem přemýšlela, mám-li,

¹ RAJČAN, Pavel, PONIZ, Michal. Konfrontace. Praha: Pro plakát o. s., 2010. 297 s. ISBN 978-80-254-8641-2

² RAJČAN, Pavel, PONIZ, Michal. Konfrontace. Praha: Pro plakát o. s., 2010. 297 s. ISBN 978-80-254-8641-2

vytvořit k tomuto festivalu logo, které by ho provázelo i na dalších budoucích ročnících. Nakonec jsem si uvědomila, že tato akce je velmi proměnlivá, každý její ročník se k výtvarnému řešení staví jinak a jinak s ním pracuje. Svázání vizuální identity se samotným logem jsem nakonec shledala moc závazným a pro další ročníky lehce svazujícím. Tudíž hlavním cílem bylo vytvořit fungující plakát, od kterého bych snáze vytvořila další propagační a dárkové předměty. Jak se později ukázalo, se samotným plakátem jsem měla největší potíže, tudíž jsem nakonec začala z opačného konce, než jsem si idylicky ve svých začátcích naplánovala.

Chtěla jsem, aby z této výtvarné podoby bylo cítit, o jaký festival se jedná. Pro německý pocit (jestli to takto mohu nazvat), jsem hledala odpovídající písmo, které by nám svými tvarovými proporcemi a vzezřením Německo nějak asociovalo. Nakonec jsem zvolila písmo Metalista od Tomáše Brousila. Přála jsem si, aby divák už na ulici nebo v metru, kde tento plakát, či ostatní propagační předměty a letáky uvidí, tušil, jakou atmosféru od tohoto festivalu může očekávat. Nejedná se o nablýskaný festival s červeným kobercem, ve kterém soutěží komerčně nejúspěšnější filmy nebo alespoň filmy úspěšné, ale o vcelku komorní přehlídku zajímavých režisérských počinů, které v nás mohou, ale také nemusí, zanechat dobrý pocit.

Tento cíl jsem si na začátku nastavila a při průběhu práce jsem si ho musela mnohokrát připomenout a jemně se k němu navrátit. Během tvorby, kdy jsem byla zahlcena dalšími nápady a možnostmi postupu, jsem si musela zavčas uvědomit, co je v mé práci podstatné a co není.

2. HLAVNÍ STAŤ

2.1. Proces přípravy

2.1.1. Rešerše

Jako jeden z prvních kroků, který jsem po vybrání tématu musela učinit, byla rešerše. Je velmi důležité vědět a mít přehled o konkurenčních pracích, které se věnují podobnému, ne-li stejnému tématu. Vytvoření si mé vlastní rešerše byl pro mě velmi zásadní bod. Potřebovala jsem se v tomto tématu zorientovat, představit si, co vše mi vlastně můj výběr nabízí a jakými směry se lze vydat. Provádění rešerše na téma filmového festivalu byl pro mne celkem snadný úkol. Před pár lety (bez vědomí výběru této bakalářské práce), jsem začala sbírat filmové katalogy, které se buď vztahovaly k malým pražským festivalům, nebo k větším a nepoměrně známějším, k nimž patří například filmový festival v Karlových Varech, či Festival dokumentárních filmů v Jihlavě. Tento festival jsem již záměrně navštívila ze studijního hlediska při jeho posledním ročníku pro představu, jak takový festival vypadá naživo. Sběr katalogů a dalších propagačních předmětů se ukázal jako velmi zdařilý pomocník. Samozřejmě dnes veškeré tiskoviny můžeme nalézt na internetu a na stránkách festivalů, ale mnohem inspirativnější je dle mého názoru, když si je mohu v klidu fyzicky prolistovat a prohlédnout. Moji rešerši jsem prováděla především pomocí internetu, který mi nabízel sice poměrně velké množství informací, ale mnohem důležitějším inspirativním bodem pro mne bylo sledování vizuality ve veřejném prostoru a v jiných grafických pracích.

Jelikož filmových festivalů je v České republice, zvláště pak v Praze, velké množství, vyhledala jsem si plakáty, které tyto festivaly v minulých letech propagovaly. Od této studie jsem si slibovala nalezení vlastního směru cesty. Každý z festivalů se snažil zaujmout něčím jiným, buď výraznou typografií, zajímavou fotografií, či kombinací obojího. Nebudu zde vypisovat všechny vizualizace filmových festivalů, ale ráda bych se zaměřila na tři, které si myslím, že mě utvrdily v mém přesvědčení, co bych plakátem chtěla sdělit, co bych chtěla potlačit či naopak vyzdvihnout.

2.1.1.1. Plakáty k filmovým festivalům

Filmový festival Der Film (viz příloha 5, 6, 7) je již šestým rokem trvající festival. Poslední dva ročníky se konaly pod novým názvem Das Film Fest (viz příloha 8, 9). Měla jsem tedy možnost si minulé ročníky prohlédnout a uvědomit si, co bylo pro tvůrce plakátu důležité. Každý rok tento festival pracuje se stejným typem písma a se stěžejním slovem Der Film, které je různě zakomponováno v ploše plakátu. Plakáty jsou víceméně bez určitého pozadí, spíše je zde umístěn nějaký grafický prvek, aby plakát nebyl čistě typografický, ale měl i další rovinu. Tyto plakáty nepovažuji za nejšťastnější, jelikož mě ničím, kromě velkého stupně písma ve slově Der Film nezaujaly. Další málo inspirativní prvek vidím ve velké podobnosti plakátu pro všechny ročníky. Chápu, že to mohl být záměr tvůrce, aby si lidé tento vizuální styl zapamatovali a každý rok si ho osvěžili u dalšího ročníku festivalu. Současně si myslím, že pro grafika je filmový festival krásné téma, ve kterém se může různě realizovat a zkoušet mnoho výtvarných směrů. Domnívám se, že je škoda tento vizuální styl udělat univerzální a poté ho aplikovat na další ročníky.

Zcela odlišný přístup, ke zpracování hlavního plakátu vidím ve festivalu Fresh Film Fest, který je obdobou Der Filmu, ale soustřeďuje se na režisérské debuty a studentské filmy (viz příloha 10, 11). Každý ročník má zcela odlišné plakáty, které spojuje vtip, zajímavá vizuální stránka a grafická čistota. Je zde většinou použita fotografie, která je nosíkem celého plakátu s typografií, která zde má až druhořadé postavení. Celkový dojem z plakátu je vyvážený a svěží.

Poslední přístup, který ovlivnil mé uvažování o mém směru práce, jsou plakáty pro Festival dokumentárních filmů v Jihlavě (viz příloha 12). Tato sbírka plakátů je také zcela odlišná, jak už jsem uvedla u předchozího festivalu, má však jeden stěžejní prvek, který všechny tyto plakáty spojuje. Tímto prvkem je rozdělení slova Ji.hlava. Tato typografická hra se objevuje už v samotném logu festivalu, ale na plakátech je toto rozdělení používáno rozdílně a velmi zajímavě. Každý plakát je originálním počinem s použitím ustáleného typografického

detailu, což se mi jeví jako nejlepší cesta, kterou bych se mohla dále vydat v uvažování o svém dalším kroku k vytvoření ustáleného vizuálního stylu.

2.1.2. První myšlenky

Po prostudování všech možných festivalů a jejich odlišných výtvarných cest, kterých bylo nepřeberné množství, se mi naskytla velmi jednoduchá, ale zásadní otázka: „Jakou cestu si zvolíš?“ Ze začátku jsem si myslela, že svoji práci opřu o výraznou typografii, vlastně to v mých myšlenkách měl být čistě typografický plakát. Jednoduchý, přehledný. Tuto cestu jsem si ale vybrala u většiny svých dosavadních děl, proto mě teď lákalo i něco dalšího, co by se dalo vedle typografie použít. Velmi málo jsem v minulosti pracovala s fotografiemi, a jelikož jsem si vybrala tematiku filmovou, kde fotografické záběry a kompozice jsou často používány, tak jsem se rozhodla, že práce s fotografií by byla k tomuto tématu výstižná. Filmová fotografie, či fotografické záběry z filmů, jsou už samy o sobě zajímavé a především v sobě mají zachycenou atmosféru, která nám o filmu může ledacos prozradit, ať už v jaké době se děj filmu odehrává, či o jaký žánr se přibližně jedná. Použití fotografie s výraznou typografií je velmi používaný jev v dnešním grafickém světě. Grafický designér, který často pracuje právě s touto typo-foto kombinací je Robert V. Novák. Celý můj grafický život je inspirován právě tímto umělcem, což je možná jeden z důvodů, proč jsem chtěla tyto stavební prvky také vyzkoušet. V procesu tvorby jsem však nakonec zamířila trochu někam jinam. Robert Novák se podílel na spoustě komerčních i nekomerčních projektů, ale přesto má svůj nezaměnitelný výtvarný projev. Většina jeho děl je velmi graficky čistá (někdy bych řekla až minimalistická) se silnou atmosférou, čemuž určitě dopomáhají fotografie. Velmi dlouhou dobu spolupracoval s Langhans galerií, pro kterou vytvořil rozsáhlou sérii plakátů (viz příloha 13, 14) a jak sám říká, tato spolupráce ho velmi bavila, jelikož je sám vášnivý fotograf. Další jeho pevnou spoluprací vidíme s divadlem Archa, pro které vytvořil, podle mého názoru, opravdu kvalitní propagační styl, ke kterému vzhlížím a někdy bych se mu ráda přiblížila.

2.2. Proces tvorby a popis díla

2.2.1. Tvorba pozadí

Po rozsáhlé přípravě a s velkými idejemi jsem přistoupila k samotné realizaci mého tématu. Nejdříve jsem hledala nějaký výrazný prvek, kterým bych celou identitu festivalu spojila. Jak jsem se zmínila v předchozí části textu, chtěla jsem zde pracovat s fotografií. Vyzkoušela jsem různé motivy, které bych zde mohla aplikovat. Jako první motiv ve fotografii mně napadla figurína, kterou potkáváme ve výlohách obchodů (viz obrázek 15, 16). Fascinovala mě vždy jejich univerzálnost a jakási éterická povaha. Ale postupem času jsem si uvědomila, že tato fotografie figuríny, kterou jsem si zvolila, by byla v mé práci uměle aplikována bez hlubšího smyslu. Samozřejmě bych mohla dát motivu figuríny nějaký smysl. Již dříve se mi v mé tvorbě stalo, že jsem intuitivně nejprve něco vytvořila a až poté jsem tomu dodala význam, ale tento opačný postup nebyl optimálním řešením. Tak jsem se rozhodla, že zde použiji jednotlivé fotografie z filmů, které se na festivalu budou představovat. Konkrétně se jedná o deset fotografií, každá z jednoho vybraného filmu. Z těchto motivů jsem se snažila vytvořit jednotný celek bez nějakého dominantního prvku, jakousi tapetu, filmový pás všemožných emocí. Mezi fotografiemi neměl být patrný jasný předěl, ale měly se stát jedním sloučeným obrazem.

Po výběru konkrétních fotek jsem přemýšlela, v jakých barvách festival představím a jak fotografie následně upravím. Vím, že barevnost je velmi důležitá a samotné barvy nám mohou prozradit velmi mnoho a mají značný vliv na naše psychické vnímání daného obrazu. Nejdříve jsem přemýšlela o barevnosti černo-žluto-červené, tedy barvách německé státnosti, ale nakonec mi toto pojetí barev připadalo příliš prvoplánové a účelové a také musím přiznat, že tuto barevnou kombinaci nemám příliš v oblibě a připadá mi pro použití na vizuální identitu zbytečně kontrastní. Zvolila jsem tedy barevnost modrou. Jak jsem se dočetla v odborných publikacích, modrá barva je považovaná za barvu

klidu, uvolnění a vyváženosti, tedy jakési harmonie³, což mi k festivalu, kde bychom své starosti měli nechat před kinosálem, připadá výstižné.

Do jaké barvy budu fotografie situovat, bylo tedy vyřešené. Koláž, kterou jsem z fotografií zkompletovala, jsem následně překryla transparentní plochou s nepravidelnými výřezy (viz příloha 17). Poslední aplikaci, kterou jsem do tohoto pozadí použila, byl velmi jemný rastr v odstínu jemně růžové, která ještě více tuto barevnou kombinaci harmonizuje. Tento rastr se dále vyskytuje i v dalších propagačních materiálech.

2.2.2. Výběr fontu

Moje celková zkušenost s používáním písma, není nijak zvlášť odvážná, řekla bych dokonce, že můj přístup je velmi konzervativní. Vždy, když jsem hledala zajímavý typ písma, tak jsem nakonec skončila u osvědčeného a pro mne oblíbeného typu Helvetiky nebo dalších podobných grotesků. Tentokrát jsem ale opravdu cítila, že by to chtělo něco nového, co by bylo méně neutrální a s většími emocemi. Písmem jsem chtěla odkázat na německou historii, tedy na historii v německém vývoji písma. Dle mého názoru, když se řekne německé historické písmo, většina lidí si představí písmo Švabach a další gotické fonty, které se v německých zemích používaly velmi dlouho. Použití Švabachu se mi nechtělo z praktického hlediska čitelnosti využít, protože je pro nás celkem komplikovaný a málo přehledný. Během hledání odpovídajícího písma, které by odkazovalo na tuto skutečnost, jsem objevila od předního českého typografa Tomáše Broušila písmo nazvané Metalista, vytvořené jeho písmolijnou Suitcase Type Foundry, založenou v roce 2003 v Praze, která dnes nabízí více než dvě stě řezů původních písem. Podle slov autora je písmo Metalista „konstruované lomené písmo téměř fixní šířkové proporce, které kombinuje verzálkové a minuskové tvary znaků. Nasílením horizontálních tahů byl potlačen gotický charakter a více zdůrazněn

³ HULKE, Waltraud Maria. Magie barev: Kniha o léčivé moci barev a jejich působení na lidské tělo, duši a ducha. Praha: Pragma, 1997. 154 s. ISBN 80-7205-000-1

moderní rukopis“⁴. Toto písmo mi připadá velmi trefné pro můj záměr. Jediný nedostatek vidím v používání menšího stupně písma pro jeho špatnou čitelnost a s umístěním české diakritiky (viz příloha 18). Metalista mi nabízel velmi mnoho možností, jak poskládat jednotlivé litery slova Der Film, jelikož každé ukončení písmene je ve stejném úhlu, tudíž se dobře jednotlivé litery k sobě umísťují. Písmo Metalista mě hned od samého začátku upoutalo svým dominantním rysem, tudíž si myslím, že bude dobře korespondovat s jemnou obrazovou plochou vytvořenou z fotografií, jak už jsem se zmínila výše.

2.2.3. Plakát

2.2.3.1. Krátce o historii a významu plakátu

První náznaky plakátu můžeme spatřit už ve starodávném Egyptě, Řecku i Římu, kde byly texty vytesávány do kamenných, nebo měděných desek a vystavovány na veřejných místech pro informaci tamního obyvatelstva. Toto můžeme považovat za jakýsi předobraz plakátu, především pro jeho funkci sdělení. Jedny z prvních tištěných plakátů se objevily v Anglii v 15. století a už v 17. století se textové plakáty objevovaly ve stejné zemi běžně, například pro propagaci Shakespearovských děl. První Londýnské plakáty nám spíše připomínají vývěsky a informační cedule, s uměním jako takovým však měly ještě pramálo společného. Obsah tištěného slova byl mnohem důležitější než estetická funkce plakátu. Teprve o pár let později se do tohoto ustáleného schématu vmísila dekorace a ornament a pak už i samotný obraz měl v menší míře sdělovací funkci. Jak už jsem se zmínila, v Londýně se plakátovací kultura prosadila, ale byla to především Paříž, která měla své zásluhy na plakátu, jenž měl první umělecké ambice a stával se samotným uměním.

Největším mezníkem ve vývoji plakátu je považován vynález litografie v roce 1789 Aloisem Senefeldrem⁵ „Vznik plakátu je totiž nemyslitelný bez

⁴ Suitcasetype [online]. [cit. 2012-04-19]. Dostupné z WWW:

<http://www.suitcasetype.com/index.php?lmut=cz&part=fonts&font=24>

⁵ Plakát-Wikipedie [online] 2012-1-[cit. 2012-04-21]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Plakát>

vynálezu litografie⁶. Technika litografie umožňovala snadnou reprodukci, tudíž možnost vyšších nákladů, která je u plakátu důležitá. Litografie si už od začátku kladla za cíl šířit myšlenky a zprávy pomocí obrazu, což se jí vrchovatě podařilo.

Hlavní funkce plakátu je v propagaci jakékoliv akce, ať už sportovní, politické, nebo kulturní. Cílem je upoutat pozornost co největší množství lidí a podsunout jim jejich sdělení, neformálně řečeno „vnutit se do přízně chodce“⁷

Plakát je určen převážně pro vyhrazená místa ve veřejném prostoru, tedy především na ulicích. Už od začátku jsem cítila, že svůj vlastní plakát chci mít více statický bez většího dramatu a velkého množství informací. Když se procházím po městě kolem plakátovací plochy, občas mě napadá, jak by zde vynikl plakát s jednolitou barevnou plochou a krátkou informací, který by se odlišoval od pestrobarevné skladby různorodých plakátů. Někdy mám pocit, že se inzerenti domnívají, že čím nechají vylepit více stejných plakátů vedle sebe, pod sebe a na sebe, že to diváky více zaujme. Ano, všimneme si toho (protože to snad ani jinak nejde, když vnímáme prostředí kolem nás), ale tato agrese náš další zájem spíše odradí.

2.2.3.2. Vlastní tvorba plakátu

Jak už se zmiňuji v kapitole Cíl práce, chtěla jsem ze všeho nejdříve vytvořit fungující plakát, od kterého bych později odvodila další potřebné propagační materiály. Má vize, že pozadí plakátu bude vytvořeno z filmových fotografií, se jevila jako použitelná a vhodná. Další krok, který jsem musela učinit, spočíval v zakomponování názvu festivalu do této obrazové plochy. Vytvořila jsem velmi mnoho variant, jak s tímto naložit (viz příloha 20, 21). Pracovala jsem zde se slovem Der Film v různých přeměnách a modifikacích. Neustále mi připadalo, že tyto varianty nenaplnují moji představu o fungujícím plakátu, postrádala jsem v nich nějaký grafický prvek, který by tyto dvě plochy

⁶KROUTVOR, Josef. Poselství ulice: z dějin plakátu a proměn doby. Praha: Comet, 1991. 162 s.

⁷KROUTVOR, Josef. Poselství ulice: z dějin plakátu a proměn doby. Praha: Comet, 1991. 162 s.

(text a pozadí) spojil. Vytvořila jsem tedy lineární obrazec nedokončeného kosočtverce, který je aplikován nad jednotlivými literami slova der. Tato kompozice ve mně vyvolává asociaci koruny, či nějakého kralování. Vyvolává ve mně představu něčeho, čemu bychom měli věnovat náležitou pozornost. Celý obrazec je zopakován o kus výše ve stejném tvaru, ale v přerušované linii. Tato linie je velmi důležitá, jelikož se objevuje napříč celým vizuálním stylem. Další informace, které jsem chtěla na plakát umístit, byly podtitul celého festivalu-festival německy mluvených filmů, datum konání a názvy kin, ve kterých se filmy promítají. Nejdříve jsem chtěla vytvořit více podobných plakátů jen s jemnou změnou, aby divák mohl v různých částech města potkávat stejné, přitom odlišné plakáty. Měla jsem vytvořeno více variant, jak s písmem pracovat, ale nakonec jsem usoudila, že by zde zvítězila kvantita nad kvalitou. Nakonec jsem tyto písmové varianty zakomponovala do dalších propagačních materiálů, s přesvědčením, že to bude dobré rozhodnutí.

2.2.4. Propagační materiály

Další nezbytnou součástí vizuálního stylu jsou propagační materiály, které jsou účinnou prezentací festivalu pro širokou veřejnost. Předmětů, které mohou festival propagovat, je velké množství, záleží však, na jakou cílovou skupinu lidí je tento festival zaměřen. Kdyby se jednalo o festival zaměřující se na dětskou populaci, mohla bych například vytvořit pexeso, bublifuky, tiskátka, nebo cokoliv, s čím si děti mohou nějak vyhrát a může je to zaujmout. Tento festival je však soustředěn na dospělé publikum a od toho se také odvíjí i můj výběr prezentačních předmětů. Jedním z důležitých aspektů, který spojuje všechny předměty a tiskoviny je druh papíru, na kterém jsou vytisknuty. Vybrala jsem recyklovaný papír, který je lehce béžově zabarvený. Ráda s výběrem papíru experimentuji. Po velmi dlouhé etapě, kdy jsem tiskla jen na bílý papír s možností výběru mezi matným a lesklým povrchem, mi připadala volba druhu papíru jako velmi důležitá. Samozřejmě každý papír má svá specifika, například rozdílnou savost a lesklost, což nám může během práce zkomplikovat některé

naše představy a další tvoření. Recyklovaný papír dodává neformální atmosféru, která byla pro festival Der Film důležitá.

2.2.4.1. Katalog filmů

Každý filmový festival potřebuje katalog, ve kterém představí svoji letošní přehlídku filmů, na něž si divák může zajít do kina. Jelikož Der Film je malým festivalem, tak jsem si pro tuto prezentaci připravila deset celovečerních filmů. Rozměr brožury je ve formátu A5, který se mi zdá pro přehlednost a praktické využití dostačující. Na obálce katalogu je aplikován stejný motiv jako na hlavním plakátu a na zadní straně je použita internetová adresa. Celá brožura je dvojjazyčná, abych v tom nastolila nějaký řád, anglický překlad je modré barvy a český text je v barvě černé. Fotografie jsou zde zase překryty jemným rastrem. V celém katalogu se objevují linie, které zde mají pomocnou funkci zvýraznění určitého textu a korespondují s obálkou (viz příloha 22).

2.2.4.2. Skládací plakát

Jako další prezentační materiál jsem vytvořila skládací plakát, který čtenáři znovu představuje deset filmových titulů a zároveň slouží jako dekorační plakát, který si můžeme kdekoliv umístit. Tento druh propagace mám velmi ráda. Na jedné straně nám sdělí informace o dané kulturní akci a na straně druhé je většinou zajímavým výtvarným počinem. Tento plakát jsem vytvořila ve velikosti A3, i když má původní představa byla nakloněna k většímu formátu A2 (viz příloha 23, 24, 25). Zde jsem však narazila na problém oboustranného tisku v takovéto velikosti. Na plakát jsem použila další návrhy vytvořené původně pro hlavní plakát. Je zde proto jiná kompozice ve slově Der Film, abych se vyhnula aplikaci použité už na hlavním plakátu a na obalu katalogu.

2.2.4.3. Filmové kartičky

K mojí velké zálibě patří sbírání jakýchkoliv propagačních drobností v různých kavárnách nebo v kulturních zařízeních. Hledala jsem nějaký druh propagace, který by si lidé mohli odnést domů a měli by z něj radost. Samozřejmě to musí být něco, co není tolik technicky a hlavně finančně náročné.

Napadly mě filmové kartičky ve velikosti standardní pohlednice (viz příloha 26). Na jednotlivé kartičky jsou vybrány fotografie z filmů, který festival nabízí. Fotografie jsem zvolila jiné, než jsou ve filmovém katalogu, abych docílila větší pestrosti. Jelikož fotografie mluví samy za sebe, usoudila jsem, že bohatě stačí napsat na každou kartičku dvojjazyčný název filmu, bez dalších informací týkajících se festivalu. Z druhé strany kartičky je totožný popis filmu, který najdeme v katalogu.

2.2.4.4. Drobné doplňky a specifika jejich tvorby

Každá kulturní akce vyžaduje pro svoji propagaci další předměty, které si návštěvník může koupit či zadarmo odnést. Typ suvenýrů, který jsem nakonec zvolila, velmi úzce souvisí s tím, co mám já osobně ráda a co mi připadá praktické.

Jako jeden ze standardních suvenýrů, který potkávám skoro kdekoliv, ať už na ulici, v kavárnách či barech jsou samolepky. Samolepky jsem vytvořila v kruhovém formátu (viz příloha 27) a ve dvou různých variantách. První z nich obsahuje kruhový výřez z fotografie, které už můžeme vidět v předchozích propagačních materiálech. Na této fotografii je umístěn název festivalu nebo grafické symboly, který festival doprovázejí. Další varianta je pouze jednobarevná se stejnými motivy. Výroba samolepek byla celkově velmi snadná. Měla jsem na výběr dva druhy lepicí folie, transparentní a bílou, které jsem následně obě vyzkoušela.

Dalším předmětem, kterým bych okolí na tento festival upozornila, jsou butony, jinak známé jako placky. Tuto propagaci mám já sama velmi ráda a často si sama tyto suvenýry nakupuji, ne jen pro jejich sdělovací hodnotu, ale především pro hodnotu výtvarnou. Placky jsou pro mě i módním doplňkem. Samotná výroba je velmi jednoduchá a celkem finančně nenáročná. Návrhy na tyto butony jsou vcelku totožné s návrhy na samolepky, které jsem už popsala výše (viz příloha 28).

Následný typ propagace, který jsem vytvořila, jsou potisky na plátěné tašky. Nošení plátěných tašek je v dnešní době velmi praktickou záležitostí. Taška se dá lehce složit do kabelky a může sloužit jako nákupní taška místo igelitových, což je dnes velmi moderní a ekologické v dobrém slova smyslu. Vytvořila jsem tři varianty, které korespondují s ostatními propagačními předměty (viz příloha 29). Jelikož jsem zrealizovala pouze tři tašky, jako nejlepším řešením se mi zdál digitální tisk. Samozřejmě pro výrobu většího množství, by bylo nejlepší použít sítotisk, který je podle mého názoru kvalitní a hlavně, když si ho člověk vyrábí sám, připravuje si šablonu, barvy a síto vlastníma rukama a netrpělivě čeká na výsledek. Tento proces je určitě zajímavější a inspirativnější, než jen poslání PDF soubor do tiskárny. Protože z vlastní zkušenosti vím, jakou přípravu potřebuje sítotisk a jak je časově náročný, zvolila jsem pro výrobu tří tašek jednodušší variantu tisku.

Poslední předmět, který si může návštěvník festivalu pořídit, jsou malé deníčky, do kterých je možné si zapisovat své dojmy z filmů, kreslit různé nápady, nebo je může využít pro vše, co bude považovat za důležité. Tyto bloky jsem vytvořila z tvrdé lepenky, na které jsem následně nasprejovala nápisy nebo motivy přes šablonu (viz příloha 30). Ano, jsem si vědoma lehké rozdílnosti s ostatními materiály, které jsou vždy vytvořeny digitální cestou, ale myslím si, že pro deníky, jež jsou vnímány jako předmět, který bereme všude s sebou, občas je někde ušpiníme nebo jim jinak „ublížíme“, není na škodu je vytvořit ručně. Tato cesta vlastní výroby jak víme, není vždy dokonalá z hlediska přesnosti. Mám dojem, že v celém vizuálním stylu mají svoje čestné místo a beru to jako osvěžení na rozdíl od přesného grafického rukopisu, který festival provází.

Samozřejmě jsem do propagačních předmětů mohla zahrnout mnohem více věcí, ať už z textilu, jako jsou trička a mikiny, nebo z tiskovin, jako jsou letáčky a pozvánky. Výběr jsem dále nerozšiřovala, protože je myslím dostačující a dokáže si mezi propagačními předměty jiných akcí najít své čestné místo.

2.3. Technologická specifiká

Technologie, kterou jsem zvolila pro výstup své práce, je digitální tisk. Je to varianta, která je finančně méně náročná a celkem spolehlivá. Jak už jsem se zmínila výše, bylo by zde možné a myslím si, že i vhodné, použít sítotisk, jelikož má práce se skládá ze dvou barev. Fotografie, které zde používám, je také možné na sítotisku celkem snadno zrealizovat. Další variantou je ofsetový tisk, který je však dobrý použít při větším nákladu, což zrovna není můj případ.

2.4. Přínos práce pro daný obor

Nemyslím si, že má práce ukazuje v oboru grafického designu nějaký nový směr, který do této doby nebyl nalezen a použit (což je podle mě skoro nemožné). Je to celek, který se inspiroval jinými grafickými pracemi a postupy, což mi připadá v mém stadiu studia všech vizuálních a grafických počínů, jako přirozená cesta. Jak lépe studovat, než se učit od prací kvalitních a zkušených grafiků? Samozřejmě jsem do této práce vložila sebe sama, svoje výtvarné cítění a dovednosti, které jsem to této doby nasbírala a doufám, že moje dílo někoho potěší stejně jako mě, když se dívám na dobré grafické práce a mám z nich vnitřní nepopsatelnou radost.

2.5. Dílo v kontextu specializace

Vytvoření vizuálního stylu v kontextu grafického designu je velké téma, které má v dnešním světě plném reklamy a velké konkurence mezi firmami či jinými subjekty, jež se soustřeďují na stejný druh zákazníka, velký až existenční význam. V dnešní medializované době svoji kvalitní a zapamatovatelnou vizuální identitu potřebuje skoro vše, co se má dostat do podvědomí lidí, od velkých korporací, typu firem Apple a Coca- Cola, až po malé neziskové nebo studentské projekty. I sebekvalitnější výrobek bez veřejné reklamy, ke které vizuální styl neodmyslitelně patří jako určitý druh sebe prezentace, by na veřejném trhu nemohl obstát. Proto je vizuální styl nepostradatelnou součástí dnešního života.

Jednotný vizuální styl, v angličtině znám jako Corporate Identity „patří též mezi hlavní prostředky vyjádření firemní identity“.⁸ V oblasti grafického designu je vytvoření vizuální identity, podle mého názoru, jeden z nejčastějších požadavků.

Jako nejdůležitější prvek vizuálního stylu považuji vytvoření loga (značky), které společnost doprovází od samého vzniku, a které se objevuje na většině tiskovin a propagačních materiálů. Samotné logo může být tvořeno obrazovým způsobem, typografickým způsobem, či kombinací obojího, což je velmi časté, jelikož daná firma (produkt, kulturní akce) chce do svého loga umístit zároveň své jméno a nějaký grafický prvek, či značku, která by rovnou hovořila o jejím zaměření a specializaci. Logo by mělo být nadčasové, graficky čisté, lehce zapamatovatelné a také originální, nemělo by svádět k nepodstatným asociacím. Je důležité, aby se nepodobalo jinému, už zavedenému logu, jelikož by zde mohl být problém logo zaregistrovat jako ochrannou známku. Logo by mělo obstát ve všech možných velikostech, především v malých, aby stále zůstalo čitelné a mělo by být realizovatelné na jakémkoliv materiálu, například na tričko, razítko, papír, PVC materiály a další.

Další velmi podstatný prvek pro kvalitní vizuální identitu je volba barevnosti. Každý produkt má svá zažitá barevná specifika a není vždy dobré snažit se být za každou cenu originální. Například barevnost ve vizuální identitě farmaceutické firmy a barevnost firmy se zbožím zaměřeném na děti, musí být zákonitě jiná a odlišná. Pro léčiva je charakteristické použití jemných, pastelových tónů bez větších kontrastů. Naopak u dětských výrobků počítáme s určitou dramatickostí a hýřením barevných odstínů. Volba barvy pro danou organizaci je velmi důležitá, jelikož se bude objevovat na veškerých materiálech, ale především se dostane do podvědomí lidí, kteří si postupem času tuto barvu s konkrétní organizací budou spojovat. Proto bychom měli vědět, co barvou chceme sdělit.

⁸2idea[online].[cit. 2012-04-19]. Dostupné z WWW: <http://www.2idea.cz/vizualni-styl/>

V neposlední řadě je důležitým faktorem výběr fontu, který je také neodmyslitelně spojený s celým vizuálním stylem.

Celá psychologie vizuálnosti a reklamy, její zákonitosti a pravidla jsou pro mne velmi zajímavé téma a jsem ráda, že jsem se s ní při psaní této práce blíže seznámila.

3. Závěr

3.1. Zhodnocení vlastního díla

Zhodnotit vlastní práci je pro mě opravdu těžký úkol. Pokaždé, když na nějakém úkolu pracuji delší dobu, ztrácím zdravý pohled na věc a nejsem, snad už ani nemohu být objektivní. V počátcích mého tvoření jsem měla mlhavou představu, jak bych toto téma chtěla pojmout, ale postupným objevováním rozličných prvků se vždy má cesta zúžila pro pokračování v další práci. Vím, že v dnešní době plné zajímavých výtvarných identit, není jednoduché přijít na něco nového nebo originálního. Ale přesto se domnívám, že je možné vytvořit výtvarný koncept, který se dá považovat za kvalitní a nezapadne do nevkusné propagace.

3.1.1. Silné a slabé stránky díla

V teoretické části jsem se snažila přiblížit čtenáři mé uvažování na začátku tvorby, mé pochybnosti a především detailní popis mého díla. Popsala jsem zde všechny části, které jsem pro vizuální identitu vytvořila a které se tedy stávají jedním celkem.

Kladné stránky v mém díle spatřuji především ve výběru a práci s písmem Metalista, které je velmi výrazné a dodává celému festivalu charakteristický ráz. Metalista je dobře zapamatovatelný a může se s ním dobře pracovat na propagaci dalších ročníků festivalu. Toto písmo velmi dobře spojuje veškeré tiskoviny a propagační předměty a má potenciál být dvorním písmem Der Filmu. Pokud bych vytvářela výtvarný koncept i pro další ročníky, použila bych znovu toto písmo, se kterým bych pouze jinak pracovala. Jak jsem si také vyzkoušela, písmo Metalista je vhodné též pro sprejování přes šablonu a mohla jsem tak využít i této cesty, která je vizuálně velmi přitažlivá. Dále se domnívám, že bylo dobrým rozhodnutím, které dalo mému návrhu další rozměr, využít v práci filmové fotografie. Podle mého názoru jsem vytvořila jednotný vizuální soubor, který je schopen na tuto akci diváky přilákat a ukázat jim, že se něco takového v Praze koná, což byl také můj hlavní záměr.

V průběhu celé práce jsem také získala několik důležitých poznatků, jako např. jak je velmi důležité si práci dobře rozvrhnout a snažit se ji systematicky vytvářet po celou dobu. Dále jsem si uvědomila, že když dělám více věcí v menším časovém úseku, nemám takový odstup k mé práci a těžko se mi ukazuje na věci, které jsou buď zbytečné, nebo nemají takový význam, abych se jimi více zabývala.

Další problém, který mě v mé tvorbě překvapil, byla práce s větším objemem textu. Pokaždé, když mám pracovat s větším blokem textu, jsem velmi opatrná a neumím se pořádně uvolnit a dát tomu nějaký další rozměr. Dílčím nedostatkem, kterého jsem si vědoma, je použití písma Metalista, které tento vizuální styl pevně spojuje, především v menších velikostech písma v textu, kde může nastat problém v menší čitelnosti. Vím, že je toto písmo vhodné jako titulkové písmo nebo písmo, s kterým se pracuje ve větších velikostech, ale i přesto jsem ho použila v pasážích, kde by se to mohlo zdát nepraktické. Domnívám se však, že i přes tuto nevýhodu, je použití písma z pohledu jeho čitelnosti ještě únosné.

V neposlední řadě jsem zjistila jak je důležité na začátku práce dělat velmi jemné, rozvážné a postupné kroky, než se pustím do samotné realizace a jak je opravdu potřebné udělat si kvalitní rešerši, kterou jsem dříve podceňovala. Jako určitý nedostatek, který mě zdržoval v postupu a výběru další cesty, vidím malou ochotu vzdát se a opustit prvotní nápady a jejich fragmenty v novém konceptu práce a naopak pozitivním zjištěním bylo vyzkoušet si více variant a dát jim časový prostor, jak na mě zapůsobí s odstupem času. Vzdát se prvotních nápadů, které mě zaujmou a už je dále nemodifikovat, hodnotím osobně jako svůj největší problém. V konečném důsledku jsem je nakonec stejně nepoužila, protože bylo zcela zjevné, že už s většinovým výtvarným směrem mají pramálo společného.

V mém tvoření této práce mi velmi pomáhalo listování v publikacích o grafickém designu a prohlížení mnou nasbíraných grafických počínů za řadu let. Jsem ráda, že jsem si vyzkoušela takovýto větší projekt, který považuji za hodně důležitý pro můj další grafický vývoj a růst.

3.2. Seznam použitých zdrojů

3.2.1. Knižní a periodická literatura

- 1.** HULKE, Waltraud Maria. Magie barev: Kniha o léčivé moci barev a jejich působení na lidské tělo, duši a ducha. Praha: Pragma, 199. ISBN 80-7205-000-1.
- 2.** KROUTVOR, Josef. Poselství ulice: z dějin plakátu a proměn doby. Praha: Comet, 1991.
- 3.** RAJČAN, Pavel, PONIZ, Michal. Konfrontace. Praha: Pro plakát o. s., 2010. ISBN 978-80-254-8641-2.
- 4.** KOLESÁR, Zdeno. Kapitoly z dějin designu. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2004. ISBN 80-86863-03-4.
- 5.** TIMOTHY, Samara. Grafický design. Bratislava: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.
- 6.** BHASKARANOVÁ, Lakshmi. Podoby moderního designu. Bratislava: Slovart, 2007. ISBN 80-7209-864-0.
- 7.** HELLER, Jan. Obalový design. Bratislava: SLOVART, 2009. ISBN 978-80-7391-191-1.
- 8.** JANÁKOVÁ, Iva. Ladislav Sutnar - Praha - New York – design in action. 1. vyd. v Praze: Uměleckoprůmyslové muzeum, 2003. ISBN 80-7101-050-2.

3.2.2. Internetové zdroje

- 1.** Suitcasetype [online].[cit. 2012-04-19]. Dostupné z WWW: <http://www.suitcasetype.com/index.php?lmut=cz&part=fonts&font=24>
- 2.** 2idea[online].[cit. 2012-04-19]. Dostupné z WWW: <http://www.2idea.cz/vizualni-styl/>
- 3.** Plakát-Wikipedie [online] 2012-1-[cit. 2012-04-21]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Plakát>
- 4.** Terryho ponožky [online]. [cit. -2012-04-13]. Dostupné z WWW: www.terryhoponozky.cz

3.3. Resumé (Aj)

For my bachelors final paper I have chosen topic Visual style of film festival. From all the festivals which take place especially in Prague I have picked film festival of german spoken movies which takes place yearly in Prague and Brno.

There are more reasons why I chose the topic of Visual style of the film festival. One of them is my deep passion in films generally, especially my great admire to Czechoslovak film poster.

My task was to create the visual identity, which meant to create a poster and other promotion materials and flyers which would attract people to the film festival. At first I had to define the direction of visual style. In the first instance I thought I could follow the typographic way. I work a lot with expressive typography so I decide to choose another approach. Finally I work with photography, specifically photos from movies which will be on this festival. I used font by Tomáš Brousil who is famous Czech typographer. The font is called Metalista.

Concerning promotion materials, which this festival promote, so I choose sticks, buttons, cards of films, bags, a little poster and diaries. The next thing, which I created was catalogue of films. It is important thing for festival generally.

With reasult of my work I am quite satisfied and I think that I created complex Visual style.

3.4. Seznam příloh

3.4.1 Rešerše a skici

- Příloha 1** Milan Grygar
- Příloha 2** Karel Vaca
- Příloha 3** Zdeněk Ziegler
- Příloha 4** Josef Vyleťal
- Příloha 5** plakát Der Film 2007
- Příloha 6** plakát Der Film 2009
- Příloha 7** plakát Der Film 2006
- Příloha 8** plakát Das Film Fest 2011
- Příloha 9** plakát Das Film Fest 2010
- Příloha 10** plakát Fresh Film Fest 2011
- Příloha 11** plakát Fresh Film Fest 2010
- Příloha 12** plakáty k Festivalu dokumentárních filmů v Jihlavě
- Příloha 13** Robert V. Novák 1
- Příloha 14** Robert V. Novák 2
- Příloha 15** figurýna
- Příloha 16** trup figuríny
- Příloha 17** pozadí
- Příloha 18** písmo Metalista
- Příloha 19** nepoužité plakátové návrhy

3.4.2. Vlastní bakalářská práce

- Příloha 20** plakát
- Příloha 21** návrh na plakát
- Příloha 22** brožura
- Příloha 23** skládací plakát
- Příloha 24** skládací plakát
- Příloha 25** skládací plakát
- Příloha 26** kartičky
- Příloha 27** samolepky
- Příloha 28** placky
- Příloha 29** tašky
- Příloha 30** deníky

4. Obrazová část

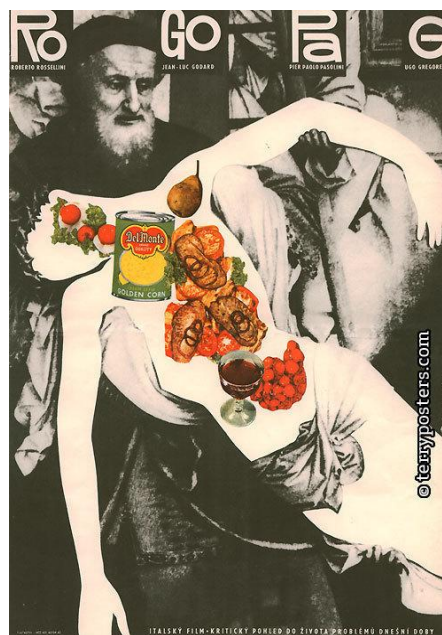
4.1. Režerše a skici



Příloha 1 Milan Grygar

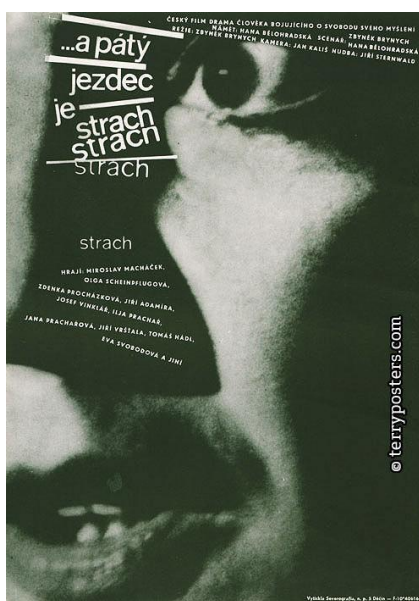
foto: <http://www.terryhopenozky.cz>

/plakaty/parametr-1-autori/16-grygar-milan?page=1



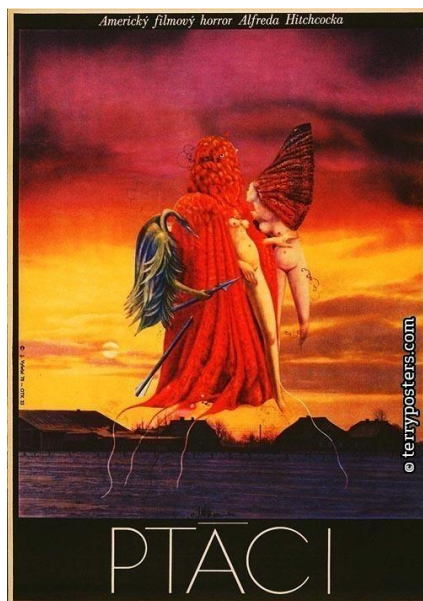
Příloha 2 Karel Vaca

foto: <http://www.terryhopenozky.cz/plakat/8445-rogapag>



Příloha 3 Zdeněk Ziegler

foto: <http://www.terryhopenozky.cz/plakat/10351-a-paty-jezdec-je-strach>



Příloha 4 Josef Vyletál

foto: <http://www.terryhopenozky.cz/plakat/7629-ptaci>



Příloha 5 plakát Der Film 2007

Foto: <http://urbankidsproject.blogspot.com/>

Der Film

Focus: DDR Film

Der Film

Festival německy mluvených filmů / Festival deutschsprachiger Filme

1.–7. 10. 2009 Praha: kina Světozor a Aero
8.–11. 10. Brno: kino Art

Caroline Link • Christian Petzold • Frank Beyer • Andreas Dresen • Josef Hader Trilogie • 20 let paté • Christoph Marthaler
Sarah Bereninger • Krabat • Einstürzende Neubauten • DEFA

Partners / Sponzori



www.derfilm.cz

Příloha 6 plakát Der Film 2009

Foto: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=145305883124&set=a.477090088124.287686.144801453124&type=1&theater>



Příloha 7 plakát Der Film 2006

Foto: <http://www.terryhoponozky.cz>

/plakat/12183-der-film---festival



Příloha 8 plakát Das Film Fest 2011

Foto: <http://www.ahoj.info/aktuality/das-filmfest-festival-nemecky-mluvenych-filmu-das-filmfest-festival-deutschsprachiger-filme>



Příloha 9 plakát Das Film Fest 2010

<http://www.informuji.cz/clanky/342-das-filmfest-festival-ktery-mluvi-sam-za-sebe/>

24-28. 8.
2011 PRAHA

freshfilmfest.net



PALÁC AKROPOLIS /// KINO SVĚTOZOR
FRANCOUZSKÝ INSTITUT /// DIVADLO PONEC
LETNÍ KINO RIEGROVY SADY







Příloha 10 plakát Fresh Film Fest 2011

Foto: <http://25fps.cz/2011/fresh-film-fest-2011-den-treti-kung-fu-plamenomet-a-odtate-koncetiny/>

FRESH FILM FEST 25. – 29.08 2010 PRAHA

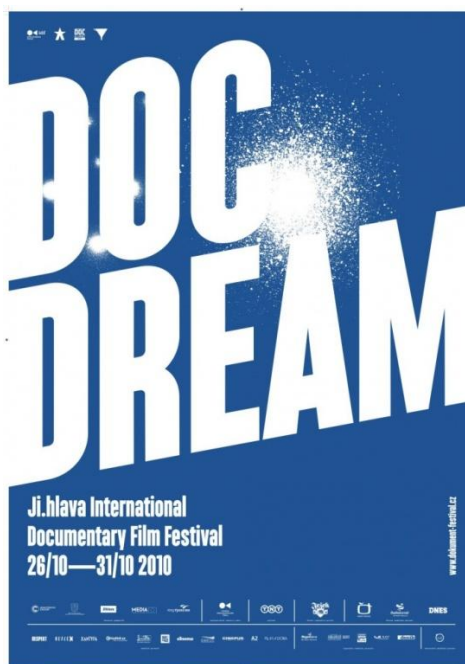
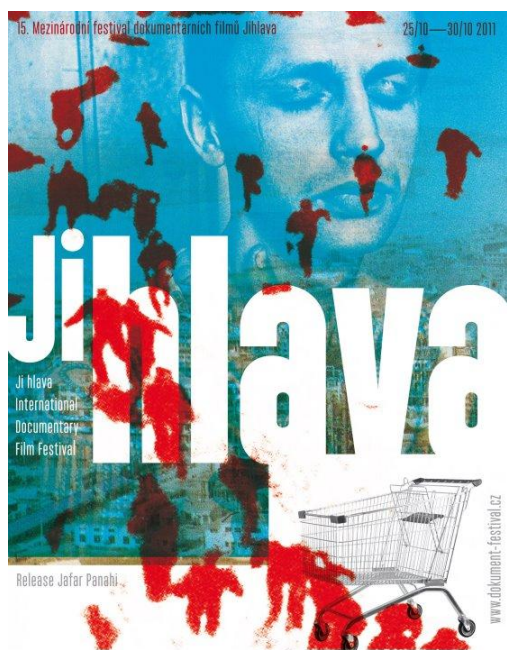
PALÁC AKROPOLIS
KINO AERO
KINO SVĚTOZOR
DIVADLO PONEC
LETNÍ KINO PARUKÁŘKA
WWW.FRESHFILMFEST.NET

Festival se koná pod záštitou
radního pro oblast kultury hl. města Prahy
Bc. Ondřeje Pechy.

MEDIA             

Příloha 11 plakát Fresh Film Fest 2010

Foto: <http://designportal.cz/akce-vystavy/fresh-film-fest-nova-image.html>



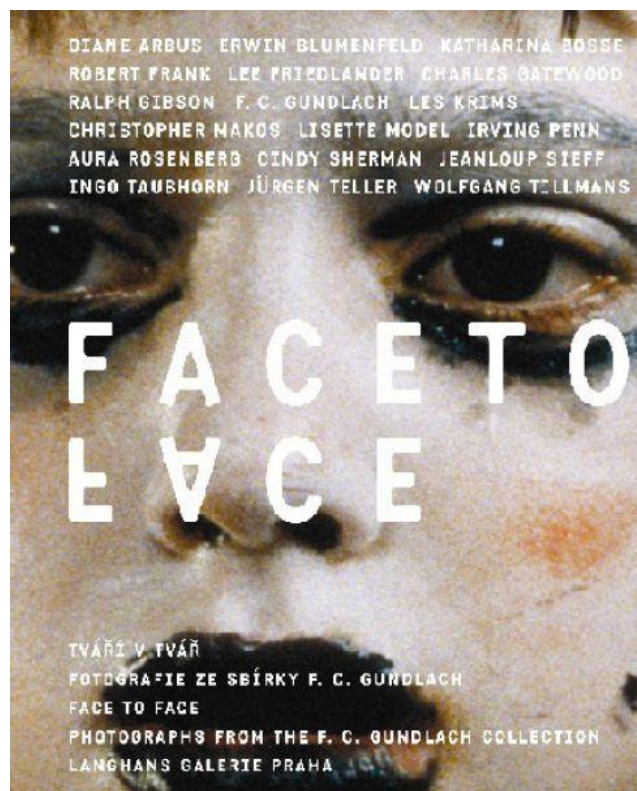
**Ji.HLAVA
DOC!FiLM
FESTiVAL
27/10 → 1/11 09**

RECONSTRUCTION



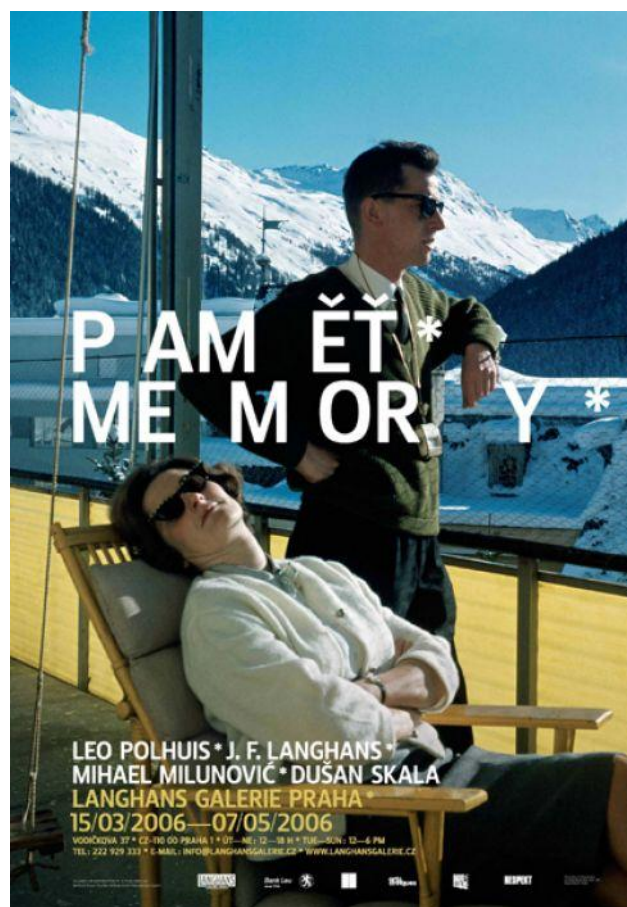
Příloha 12 plakáty k Festivalu dokumentárních filmů v Jihlavě

Foto: <http://www.dokument-festival.cz/eshop-products/4402/posters>



Příloha 13 Robert V. Novák 1

Foto: <http://www.langhansgalerie.cz/en/vystavy-detail.php?vid=69>



Příloha 14 Robert V. Novák 2

Foto: <http://www.langhansgalerie.cz/en/vystavy-detail.php?vid=90>



Příloha 15 figuríny

Foto: http://www.fundus-kosak.cz/tematicke-rekvizity/figuriny?pg=&fotogalerie_zobrazeni=film-vse&fotogalerie_poradi=vychoziv&fotogalerie_poradi_rev=0&fotogalerie



Příloha 16 trupy figuríny

<http://www.gendzo.sk/gs/view.php?id=292>



Příloha 17 pozadí

Foto: vlastní

METALLICA

NEW WAVE OF BRITISH HEAVY METAL

BLACK

STONE COLD CRAZY

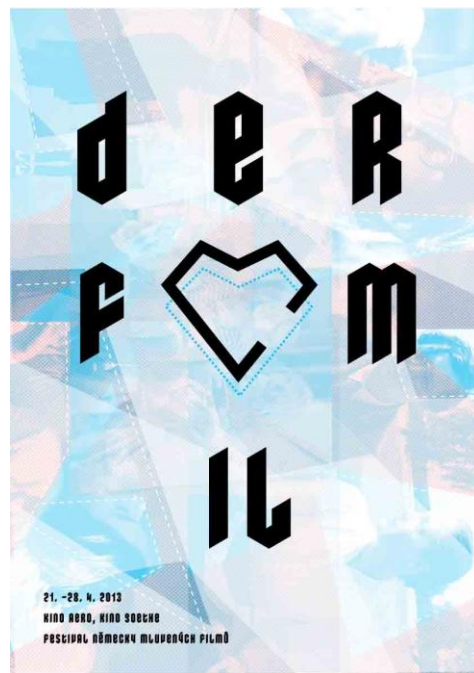
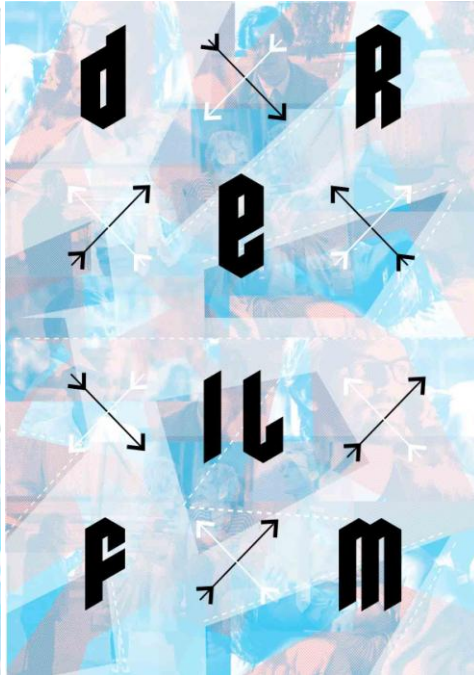
ANTHRAX

MERCYFUL FATE & BATHORY

GRAVE DISSER

Příloha 18 písmo Metalista

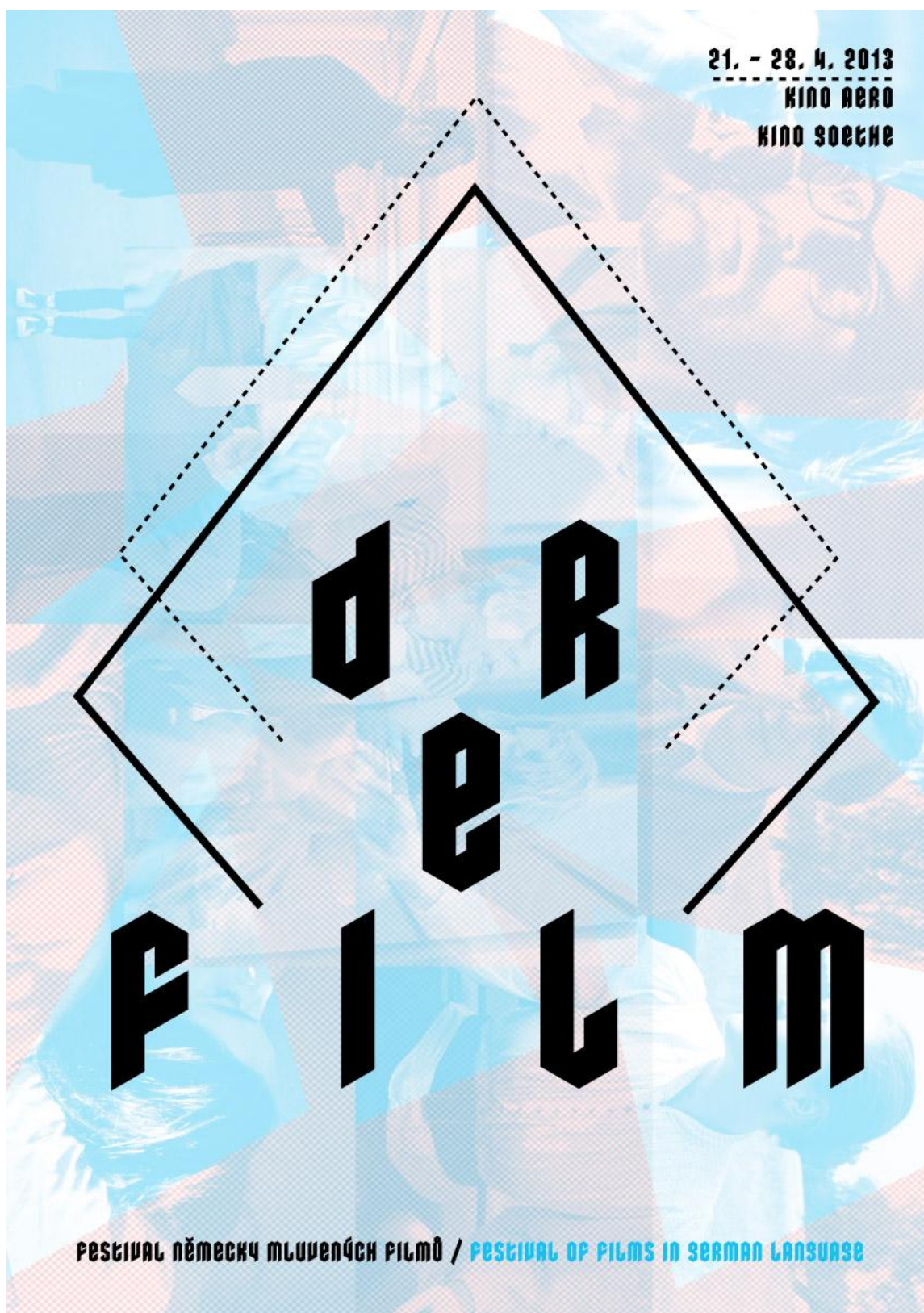
Foto: <http://www.suitcasetype.com/index.php?lmut=cz&part=fonts&font=24>



Příloha 19 nepoužité plakátové návrhy

Foto: vlastní

4.2. Vlastní bakalářská práce



Příloha 20: Plakát

Foto: vlastní

21. - 28. 4. 2013 / KINO AERO + KINO SOEETHE
uvádí:

FILMOVÝ FESTIVAL

německy

mluvících

FILMŮ

DER AER

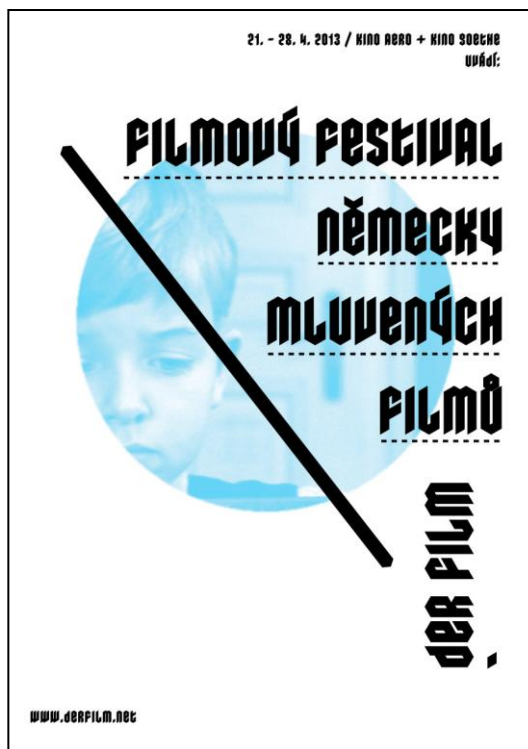
www.derfilm.net

Příloha 21 návrh plakátu

Foto: vlastní



Příloha 22: katalog
Foto: vlastní



Příloha 23: skládací plakát

Foto: vlastní

21. - 28. 4. 2013

KINO AERO

KINO SOBECHE



FESTIVAL NĚMECKÝ MLUVENÝCH FILMŮ / FESTIVAL OF FILMS IN GERMAN LANGUAGE

FILMOVÝ FESTIVAL NĚMECKÝ MLUVENÝCH FILMŮ DER FILM



CIZINKA
REŽIE: FRANZ LANGSTADT
NĚMECKÝ PŮVODNĚ
NĚMECKÝ PŮVODNĚ S ČESKÝMI ÚSTAVY / 2010 / 122 MIN.

Mladá Turkyňa Lirny je v jednom z nejlepších představení z kinematografu německého režiséra. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě. Lirny je v jednom z nejlepších představení z kinematografu německého režiséra. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě.



BÍLÁ STĚNA
REŽIE: CHRISTIAN PHILIPPE, LAURIE BOUSSAC
NĚMECKÝ PŮVODNĚ S ČESKÝMI ÚSTAVY / 2009 / 104 MIN.

Ve vyprávěcí většině světového kinematografu první povídky v rámci německého kinematografu. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě.



NA SKLONKU SRPNA
REŽIE: SIBIRSKIJ SCHIPPOV
NĚMECKÝ PŮVODNĚ S ČESKÝMI ÚSTAVY / 2002 / 92 MIN.

Historie Thomase a Hanna se rozvíjí v době, kdy se začíná rozvíjet. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě.



CIZINEC VE MNĚ
REŽIE: SUSANNA WOLFF, JÜRGEN VON DÖHLER
NĚMECKÝ PŮVODNĚ S ČESKÝMI A NĚMECKÝMI ÚSTAVY / 2008 / 89 MIN.

Rebecca a Julian žijí v neobvyklém vztahu. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě.



NÁŠ PŮVODEC
REŽIE: GÖRAN STRÖMBERG, FREDRIK LARSSON, MARK KIMMEL
NĚMECKÝ PŮVODNĚ S ČESKÝMI ÚSTAVY / 2008 / 110 MIN.

V každém populárním románu Fiodor Dostojevskij přinesl příběh. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě.



PRÁZDNINY
REŽIE: CHRISTOPH NISSEN
NĚMECKÝ PŮVODNĚ S ČESKÝMI ÚSTAVY / 2011 / 119 MIN.

Ana Robert a její přátelé se v létě vydávají na dovolenou. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě.



JULIANO ZMIZENÍ
REŽIE: CHRISTOPH NISSEN
NĚMECKÝ PŮVODNĚ S ČESKÝMI ÚSTAVY / 2010 / 83 MIN.

V den svých padesátých narozenin Julia neví, že se v nedávném věku ztratila. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě.



3
REŽIE: GÖRAN STRÖMBERG, SIBIRSKIJ SCHIPPOV
NĚMECKÝ PŮVODNĚ S ČESKÝMI ÚSTAVY / 2010 / 93 MIN.

Příběh tří žen, které se setkávají v jednom okamžiku. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě.



OTČENÁŠ
REŽIE: MICHAEL SCHUBERT
NĚMECKÝ PŮVODNĚ S ČESKÝMI ÚSTAVY / 2008 / 117 MIN.

Programátor, pocházející z Berlína, který je v jednom z nejlepších představení z kinematografu německého režiséra. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě.



PÁD DO MINULOSTI
REŽIE: GÖRAN STRÖMBERG, GÖRAN STRÖMBERG
NĚMECKÝ PŮVODNĚ S ČESKÝMI ÚSTAVY / 2008 / 98 MIN.

Příběh mladého muže, který se vydává na cestu. Jeho příběh se odehrává v prostředí roztroušených a izolovaných lidí, kteří žijí v uzavřeném světě.

21. - 28. 4. 2013

Příloha 24: skládací plakát

Foto: vlastní



Příloha 25: skládací plakát

Foto: vlastní



БІЛА СТУГА / WHITE RIBBON



СІЗІНКА / WHEN WE LEAVE



СІЗІНЕЦ У МНІ / THE STRANGER IN ME



ЖУЛІНО ЗМІЗЕНІ / JULIA'S DISAPPEARANCE



НА СКЛОНКУ СРПНА / SOMETHING IN AUGUST



3 / THREE

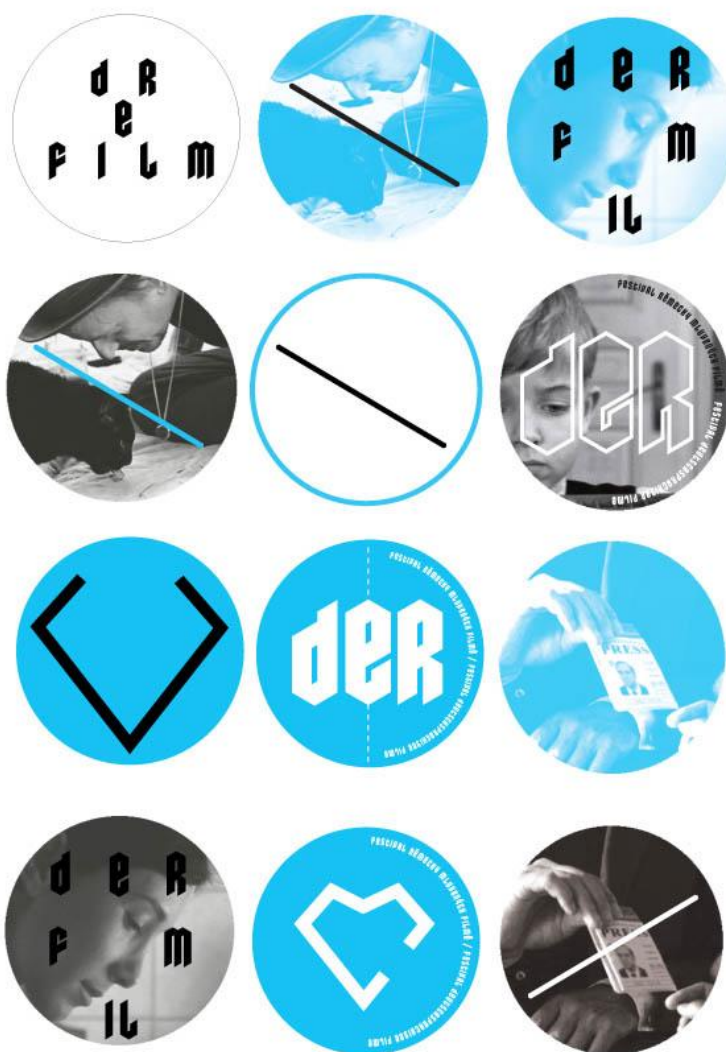


ОТЕЦОНА / HIS FATHER KNOWS BEST



НАШ ПІВДЕ / THE WAVE

Příloha 26 kartičky
Foto: vlastní



Příloha 27: samolepky
Foto: vlastní



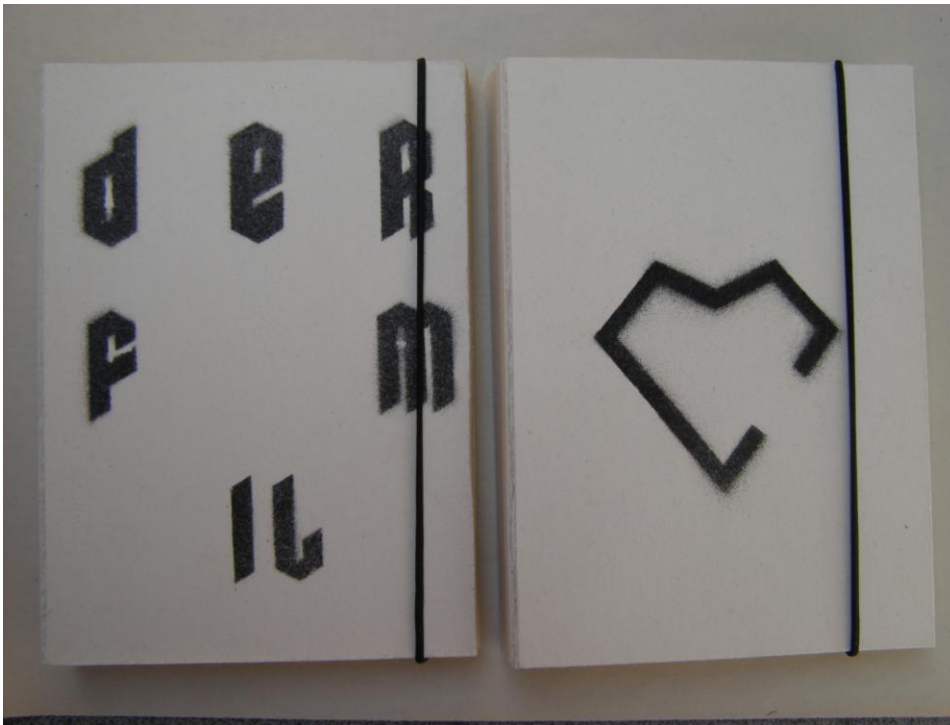
Příloha 28: placky

Foto: vlastní



Příloha 29: tašky

Foto: vlastní



Příloha 30: deníky

Foto: vlastní