

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Ústav umění a designu**

Diplomová práce

**GRAFICKÝ DESIGN VÝSTAVNÍHO PROJEKTU  
PRO GALERII UUD**

**BcA. Lukáš Hašek**

**Plzeň 2012**

Západočeská univerzita v Plzni  
**Ústav umění a designu**

Oddělení designu

**Studijní program Design**

Studijní obor Ilustrace a grafický design

Specializace Grafický design

**Diplomová práce**

**GRAFICKÝ DESIGN VÝSTAVNÍHO PROJEKTU  
PRO GALERII UUD**

BcA. Lukáš Hašek

Vedoucí práce: Prof. Ing. arch. Zdeněk Ziegler

Oddělení designu

Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

**Plzeň 2012**

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a zdrojů informací.

*V Plzni, 30. dubna 2012.*

.....

*Na tomto místě bych chtěl velmi poděkovat Prof. Ing. arch Zdeňku Zieglerovi  
a ak. mal. Pavlu Hrachovi za čas a pozornost, kterou mi věnovali  
v průběhu psaní této diplomové práce.*

## Obsah

1. Úvod.....	6
2. Proces přípravy .....	8
2.1 Inspirace.....	9
2.2 Výstavní projekt.....	11
3. Proces tvorby.....	13
3.1 Logotyp jako vizuální znak, logo.....	15
3.2 Fotografie.....	17
3.3 Barva.....	19
3.4 Typografie.....	20
4. Popis díla .....	22
4.1 Plakát.....	23
4.1.1 Plakát 1.....	25
4.1.2 Plakát 2.....	26
4.1.3 Plakát 3.....	26
4.2 Program.....	27
4.2.1 Nástěnný program.....	27
4.2.2 Skládačka.....	28
4.2.3 Leták.....	29
4.3 Pozvánka.....	30
4.4 Poutač.....	31

4.5 Vstupenka.....	31
4.6 Pohlednice.....	32
4.7 Popisky exponátů.....	33
4.8 Katalog.....	33
5. Technologická specifika .....	34
5.1 Papír.....	34
5.2 Formáty.....	35
5.3 Tisk.....	36
6. Dílo v kontextu daného oboru .....	38
6.1 Plakát.....	39
6.2 Leták.....	43
6.3 Katalog.....	44
6.4 Reklamní a akcidenční tiskoviny.....	44
7. Závěr .....	46
Seznam použitých zdrojů.....	48
Resumé – English Summary.....	50
Seznam obrazových příloh.....	51

# 1. Úvod

Tato kvalifikační práce se zabývá grafickým designem výstavního projektu, který je koncepčně směřován do nově vznikající budovy, nově vznikající Fakulty Ladislava Sutnara na univerzitním kampusu v Plzni. Východiskem projektu je myšlenka realizace studentské galerie, která by měla sloužit jako svobodný, bezpečný prostor pro prezentaci volných výtvarných prací studentů fakulty či absolventských prací. Galerie by měla být převážně komunikačním prostorem. Studenti by tak dostali příležitost konfrontovat své práce a to nejen v rámci jednotlivých ateliérů a specializací, ale také by se jednalo o ukázkou možného výrazového spektra a rozmanitosti studovaných uměleckých oborů. Volná tvorba studentů by tak mohla ukázat specifika, hranice i přesahy jednotlivých studijních programů - výtvarná umění a design. Domnívám se, že by cestou takovýchto projektů mohlo lépe docházelo k rozvoji volné i užité tvorby studentů a předávání oborových kompetencí skrze současné studentské umění. Studenti by navíc získali možnost prezentovat svoji vlastní volnou tvorbu, která nevznikla pod odborným vedením, a představit ji odborné či laické veřejnosti. Výtvarná tvorba tohoto typu často může přinášet nové pohledy, originální přístupy k tvorbě a kreativitu jako výtvarnou reflexi každého z nich.

Cílem této diplomové práce je snaha nalézt koncept grafického řešení výstavního projektu tohoto typu. Jedná se sice o modelovou situaci, celý projekt je fiktivní, přesto jsem se jej snažil vyřešit komplexně a vytvořit celou škálu propagačních a doprovodných tiskovin. Jsem velmi rád za možnost volného výběru

tématu výstavního projektu, což mi umožňuje tématicky navázat na mou předchozí malířskou tvorbu. Snažil jsem se tedy zúžit svoji pozornost ke krajině, konkrétně k tématu lesa. Nalezená forma grafického pojetí by se měla prezentovat jako jedna z možných variant řešení daného projektu a neměla by být chápána jako vyčerpávající přehled možných variant řešení. Vizuální forma tohoto výstavního projektu obsahuje ucelený soubor, který utváří trojice plakátů, leták, program, pozvánka, pohlednice, poutač, popisky jednotlivých exponátů, vstupenka a maketa katalogu.



## **2. Proces přípravy**

Samotná práce započala sháněním informací o chystané galerii, která vznikne v nové budově budoucí Fakulty Ladislava Sutnara, současného Ústavu umění a designu Západočeské univerzity v Plzni. Zajímal jsme se o záměr a v návaznosti na volnost tématu si hledal vhodnou literaturu a periodika z oboru grafického designu, výtvarné edukace galerijních animací i filozofie krajiny. Hledal jsme také informace o tématu les ve výstavních projektech. Současně jsem oslovil vedoucí ateliéru Kniha a tvarování papíru a požádal o poskytnutí několika fotografií studentských prací, které mně posloužily jako ilustrační materiál pro návrhy tiskovin.

### **2.1 Inspirace**

Ve studovně Západočeské galerie jsem objevil objevil katalog ze stejnojmenné výstavy realizované v Galerii města Plzně. Tuto výstavu jsem tehdy navštívil ještě jako student malby. Pamatuji si, že mě tato expozice velmi oslovila a já se začal v návaznosti na ni této tematice ve své tvorbě věnovat. Bylo to období, kdy jsem se výtvarně formoval a v lese a krajině prožíval prázdniny a klukovská dobrodružství. Dalo by se říci, že jsem se zde snažil hledat hodnoty a inspiraci pro svoji výtvarnou práci.

„V dnešní době globální mobility, preferující automobilismus a konzumní přístup k životu, náš cit pro krajinu a přírodu značně trpí. Možnou protiváhu tomuto trendu představuje pěstování chůze a poutnictví. Tímto způsobem se můžeme otevřít porozumění

mimolidskému světu, navázat hlubší spojení s přírodou i se sebou samými.“ (Jiří Zemánek) <sup>1</sup>

Jsem tedy velmi rád, že jsem si toto téma mohl vzít za své a věnovat mu koncepci své fiktivní výstavy. Již od počátku jsem se snažil jít vlastní cestou. Využil jsem sice stejného názvu výstavy, ale její náplň je naprosto odlišná. Rozhodl jsem se zaměřit na prezentaci prací studentů ateliéru Kniha a tvarování papíru, jehož jsem absolventem. Lyrické téma „les“ je velmi obecné, široké a dokáže zahrnout a zaštitit velké množství tvůrčích přístupů. Vnímání krásy a estetiky v krajině je něco, co otevírá prostor pro rozvíjení smyslové citlivosti každého z nás. Domnívám se, že právě toto téma se s kombinací umělecké či autorské knižní vazby přímo snoubí. Autorská kniha je médium, které v sobě ukrývá velké množství podob od nejjednodušších svitkových archů přes několikasetstránkové vazby po sopečné objekty, které se knihy dotýkají spíše jen formou konceptu.

Přípravná fáze projektu zahrnovala zauvažování nad otázkou, co může vlastně nabídnout obecné téma „les“ v konfrontaci s autorskou knižní vazbou. Toto téma nabízí široké spektrum řešení a otevírá prostor pro velké množství variací. Každý autor les každý zná, a každý dokáže rozpracovat svůj vlastní koncept na základě vlastní zkušenosti a konotací. Má tak možnost se svobodně vyjádřit v rámci tohoto tématu, ať již v pozitivním či negativním smyslu. Téma umožňuje uplatnit širokou výrazovou škálu prostředků od

---

<sup>1</sup> S Jiřím Zemánkem o české krajině. Dostupné z:

<<http://respekt.ihned.cz/rozhovory/c1-36934720-s-jirim-zemankem-o-ceske-krajine>>  
[cit. 15.4.2012]

dramatické, dynamické formy až po tu jednoduchou a výrazně čistou.

Také samotný papír je úžasný materiál. Umožňuje širokou škálu přístupů a lze jej výborně tvarovat i jinak zpracovávat. Domnívám se, že je jasná souvislost mezi tématem „les“ a papírovinou. Tento materiál lze také výborně kombinovat a to nejen v rámci drobných nuancí mezi jednotlivými strukturami papíru, ale i s materiály diametrálně odlišnými a tím docílit absurdních kompozic v rámci knihařského řemesla.

## **2.2 Výstavní projekt**

Ocenil jsem možnost samostatně navrhnout celý projekt a vyzkoušet si k němu vytvořit vizuální styl. Práce na zadání tohoto typu byla pro mě naprosto nová a neměl jsem s grafickým designem výstavních tiskovin předchozí zkušenost. Nová a zajímavá byla také práce na takto komplexně řešené úloze. Měl jsem již možnost si ověřit práci na grafickém řešení firemní identity (corporate design), ale jak se ukázalo, toto nové zadání byla práce odlišného charakteru. Tiskoviny jsou mnohem různorodější a plní odlišné funkce a proto je nutné je cíleně funkčně vyřešit a souběžně stále myslet na jedotu, která je důležitá.

Projekt je primárně navržen pro nově vznikající galerii v prostorách Fakulty Ladislava Sutnara na univerzitním kampusu v Plzni. Hlavní záměr směřuje k myšlence studentské galerie zaměřené na prezentaci volné tvorby posluchačů fakulty. Domnívám se, že projekty tohoto typu v Plzni chybí. Studenti nemají možnost se prezentovat v adekvátním prostředí, které by přilákalo zástupce

odborné i laické veřejnosti. Studenti se velmi často prezentují pouze pod hlavičkou školní instituce a pro zveřejnění své vlastní domácí tvorby, která by nebyla ovlivněna profilem ateliéru, nemají možnost.

Uvědomuji si, že výstavní projekty tohoto typu by mohly být obohaceny o doprovodný program, který by se skládal z odborných přednášek, komentovaných prohlídek a animačních dílen a který by posloužil studentům k rozšíření povědomí o tématu v rámci oboru. Jako další možnost se nabízí zapojení studentů přímo do chodu galerie, kde by si mohli například v rámci galerijní praxe vyzkoušet činnosti spojené s přípravou galerijních projektů. Výstavy by mohly sloužit rovněž jako edukační prostor pro umělecké vzdělávání žáků plzeňských i mimoplzeňských škol. Jedná se o současné pojetí, které se dlouhodobě ukazuje jako velmi funkční nástroj a jež rozvinuli didaktici Radek Horáček a Igor Zhoř na Pedagogické fakultě v Brně. V rámci koncepce mnou navrženého výstavního projektu jsem navrhl doprovodný program, který by zapadal do koncepce mnou navrženého výstavního projektu. Myslím si, že by toto téma mohli obohatit například odborníci z oboru umělecké knižní vazby, z oboru historie umění, filozofie a výtvarné edukace.

Interaktivní animační programy, které jsou koncipovány k aktuálním výstavám, často využívají metod *artefiletiky*. Artefiletika je specifické pojetí výchovy uměním, které klade důraz na tvořivost, expresivitu a bezprostřední prožitek výtvarného díla, který je následně prohlubován jeho reflexí. Artefiletika je vhodná metoda pro školní aktivity v galerijním prostoru. Jejím prostřednictvím lze rozvíjet kreativitu a emoční inteligenci, učit se výtvarnému vidění,

seznamovat se s novými tvůrčími přístupy a vést účastníky k dialogu o umění.<sup>2</sup>

Projekty z oblasti galerijní pedagogiky - například tzv. galerijní animace. Jejich cílem je rozvíjení vizuální gramotnosti, tedy schopnosti porozumět artefaktu na základě aktivní komunikace s výtvarným dílem. Důraz je kladen zejména na zážitek a jeho autentičnost. Jde také o snahu kultivovat schopnost číst, psát a mluvit o umění a učinit návštěvu galerie pravidelnou součástí společenského života. Součástí galerijních animací, na rozdíl od běžných přednášek, jsou také nejrůznější výtvarné či dramatické etudy, jejichž účelem je dojít prostřednictvím praktických činností k hlubšímu vztahu ke konkrétním uměleckým dílům, ale také seznámení se s některými obecně platnými principy umění.

---

<sup>2</sup> *Západočeská galerie – Historie a profil vzdělávacích programů.* Dostupné z: <[http://www.zpc-galerie.cz/cs/page/education\\_programs](http://www.zpc-galerie.cz/cs/page/education_programs)> [cit. 20.4.2012]

### 3. Proces tvorby

V momentu, kdy jsem měl ujasněný záměr a smysl výstavního projektu, mohl jsem se začít zabývat samotnou tvorbou grafické úpravy doprovodných tiskovin. Základem bylo nalézt cestu k samotnému pojetí grafického řešení, které by vhodnou grafickou zkratkou vyjadřovalo zásadní smysl projektu.

„Abstrahování je duševní proces, jímž budujeme řád své zkušenosti a tvoříme rozmanité verze světa. Abstrakce slučuje všechny jednotliviny, které pokládáme za rovnocenné (ekvivalentní) do společné množiny, a zároveň pomíjí vše ostatní, co by rovnocennost mezi těmito jevy narušovalo.“<sup>3</sup>

Prvotním krokem bylo hledání inspirace přímo v krajině. Vytvořil jsem řadu fotografických snímků, jež mi posléze posloužily jako výchozí materiál. Povaha těchto terénních snímků je různorodá. Svoji pozornost jsem věnoval především zachycení rytmu a výtvarné struktury v lese i ve volné krajině. Sesbíral jsem kolekci, která obsahuje nejen detailní záběry, ale i pohledy na celek. Fotografie jako komunikát působí hlavně svojí poetikou a estetikou. Snímky byly pořizovány volně bez předchozí ambice, měly sloužit jen jako záznamy z krajiny. Nakonec byly zpětně využity pro své určité vizuální kvality a staly se přímou součástí grafického řešení tištěných materiálů. Snímky využívají výtvarného rytmu jako zajímavého základního prvku. To se objevuje nejen v dynamicky pokroucených korunách a pletencích bohatého větvoví starých stromů, ale jedná se také o prvek, který si přímo říká o kontrast.

---

<sup>3</sup> SLAVÍK, Jan. *Umění zážitku, zážitek umění – teorie a praxe artefietiky, 1.díl*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2001. 282 s. ISBN 80-7290-066-8. Str. 268.

„Strukturální a náladový obraz s výraznými proměnami barevných odstínů, ale bez lineárních prvků, může dobře spolupracovat s typografií, která je výlučně lineární, lehká a rytmicky rozložená. Kontrast jejich prezentace přispívá k posílení vlastností každého z nich.“<sup>4</sup>

Právě typografie se stává důležitým nositelem informace, která má svou specifickou vizuální formu a působí buď sama o sobě jako vizuální znak, nebo svou formou doplňuje jiný prvek, se kterým může být v určitém vztahu, například v harmonii, kontrastu či neutrální poloze.

„Obrazy se skládají ze světla a stínů, lineárního pohybu a objemu, obrysů a otevřených nebo uzavřených oblastí, které jsou uspořádány v určitém pořadí. Písmo sdílí tytéž vlastnosti: je sestaveno ze světla a stínů, lineárních a objemových forem, obrysů a rytmu otevřených a uzavřených oblastí, které jsou rovněž uspořádány v určitém pořadí.“<sup>5</sup>

V rámci charakteru výstavy, jsem se rozhodl položit důraz na monochromní kolorit, který by celý jednotný vizuální styl výstavy propojil.

„Barva může také posílit identitu.“<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> SAMARA, Timothy. *Grafický design*. Praha: Slovart, s. r. o., 2008. 272 s. ISBN 978-

<sup>5</sup> Tamtéž. Str. 226.

<sup>6</sup> BHASKARANOVÁ, Lakshmi. *Design publikací*. Praha: Slovart, s. r. o., 2007. 256 s. ISBN 978-80-7209-993-1. Str. 80.

Zamlouvají se mi grafická řešení, která si vystačí s minimálními prostředky, což bylo možné využít i v mém konceptu. Zaměřil jsem se na hierarchii textu a výsledný výraz tiskovin podpořil jednotným koloritem. Domnívám se, že tento záměr je legitimní v rámci zpracovávaného tématu a je v souladu s filozofií navržené vizuální formy.

Prvkem, který celý soubor navržených tiskovin sjednocuje, je aplikace tisku na papír přírodního charakteru. Tato možnost podtrhuje jednotný ráz a dává tiskovinám přidanou hodnotu – kromě vizuálního prožitku nabízí uživateli také haptický vjem. Volba tohoto materiálu úzce souvisí nejen s tématem výstavy, ale také zaměřením zvoleného ateliéru.

### **3.1 Logotyp jako vizuální znak, logo**

Tvorba vizuálního znaku, který by zastupoval výstavu a představoval její vizuální tvář, která by komunikovala s uživateli, byla podle mého názoru zásadní. V průběhu práce vznikl nápad proložit jednotlivé litery (L, E, S) dvojicí horizontálních linií a dosáhnout tak vizuální hříčky, která by mohla být funkčním zástupcem – logotypem, který by sloužil k dosažení vizuální jednoty.

„Pokud písmeno nebo slovo nabude dalších obrazových kvalit, než které jsou dané jeho formou, stává se samo o sobě obrazem a jeho sémantické možnosti jsou obrovské. Slova, která jsou zároveň obrazy, v sobě spojují několik forem porozumění: stávají se značkami.“<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> SAMARA, Timothy. *Grafický design*. Praha: Slovart, s. r. o., 2008. 272 s. ISBN 978-80-7391-030-3. Str. 183.



Doprovodným grafickým prvkem, který se objevuje na většině navržených tiskovin, je motiv dvou do sebe prolnutých kvádrů. Jedná se o lineární formu, která reprezentuje knihu jako tvar v její stylizované formě. Tento lineární prvek je v tiskovinách často podpořen dalším plošným segmentem tvarově shodným, ale otočeným. To rozehrává zajímavou čistou prostorovou hříčku, která vnáší do velmi jednoduchého grafického řešení prostor. To vnáší do výsledné kompozice zvláštní dynamiku, což zvyšuje čitelnost tohoto znaku v souvislosti s knihou, která se jakoby pohybuje směrem k divákovi.

„Stylizace je jakákoliv nápadnější míra odchylky od vzorové formy. Za vzorovou formu přitom zpravidla pomažeme takovou formu, která je ve své době pokládána za nejvýstižnější zachycení mino–obrazové reality.“<sup>8</sup>

Takto abstrahovaná podoba složená na práci s poměrně subtilní linií se podle mého názoru vizuálně prosadí na pozadí, které je tvořeno celistvou, kompaktní plochou. Může se jednat nejen o plochu čisté barvy či koloritu fotografie, ale také například o strukturu papíru apod. Zmíněné možnosti vizuální komunikace jsem uplatnil ve svých návrzích. Sledoval jsem jednotlivé vztahy mezi komponenty a jejich vizuální rétoriku. Jedná se zde vlatně o tradiční problém figury a pozadí. Záleží zde, na jaký objekt v obraze se pozorovatel dívá a jaký ve svém vnímání upřednostňuje. K tomu, aby divákovo oko bylo vedeno v požadovaném sledu, je důležité podpořit v grafickém designu hierarchii objektů i typografie.

---

<sup>8</sup> SLAVÍK, Jan. *Umění zážitku, zážitek umění – teorie a praxe artefietiky, 1.díl*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2001. 282 s. ISBN 80-7290-066-8. Str. 271.

V souvislosti s vizuální jednotou se domnívám, že konstrukce loga, která je sestavena z lineárních prvků se výborně doplňuje s navrženým logotypem. A to tím, že obě grafické struktury obsahují vizuálně podobné prvky, mám na mysli linie v logotypu a lineární řešení loga, čímž vzniká určitá identita.

### **3.2 Fotografie**

Fotografické snímky, které jsem se rozhodl využít v realizaci této kvalifikační práce, se také stávají její důležitou součástí. Vybrané fotografie jsou autentickými záznamy krajiny primárně určené jako dokumentace bez další větší ambice. Vznikaly postupem času přímo v lese i volné krajině v rámci procesu přípravy a inspirace k tvorbě. Přesto jsem se rozhodl je zpětně využít a to nejen pro jejich autenticitu a syrový charakter, ale také v nich spatřuji určité výtvarné, grafické prvky, které jsou přínosné. Lze tedy pracovat s bodem, linií i plochou. Je hrozně zajímavé, kolik různých struktur a prvků, které jsou si vizuálně podobné, lze v krajině nalézt. To spatřuji například v momentu, kdy osamocený strom může být v krajině bodem, kmen stromu či místo, kde se setkává horizont s oblohou se stává linií apod.

Fotografie umožňuje divákovi rychle „vstoupit do obrazu“, zpracovat ho, aniž by byl rušen abstraktními aspekty obrazů, jako jsou struktura, technika či kompozice.

Právě jednoznačnost fotografie, se kterou lze zacházet jako s vizuálním znakem a která je v mé práci často doplněna křehkou lineární konstrukcí, vytváří s logem nutný kontrast. Poskytuje mu vhodnou plochu pro jeho vizuální prosazení. V rámci sémantické

roviny spatřuji zajímavý kontrast ve vnímání stylizace knižní formy a jasné definice zobrazené ve fotografii.

Záměrně jsem se rozhodl pro využívání tónovaných snímků. Vzniklá monochromie jednotí ráz fotografie a dochází k potlačování bílých a příliš světlých míst v obraze. Právě zde vzniká velmi vhodný prostor pro výborné prosazení bílé, negativní typografie. Je pro mě zajímavé sledovat poměrový vztah výtvarné struktury na fotografii v poměru k různé hierarchii typografie. Je to zajímavá hra.

Barevný tón, který jednotí výraz fotografie, je volen takovým způsobem, aby podpořil jednotu tiskoviny vzhledem ke koloritu typografie.

Divák fotografii věří mnohem více. Přijímá fotografickou formu obrazu jako skutečnou. To, co vidí na vlastní oči, je pro něj skutečností.<sup>9</sup>

### 3.3 Barva

„Barva je jednou z nejdůležitějších složek tvorby v oblasti grafického designu. Vyvolává sdělení velkého množství emocí a pocitů. Slouží k okamžitému probuzení pozornosti uplatnění důrazu nebo jako signál k upozornění.“<sup>10</sup>

Barevné ladění sehrává v mé práci důležitou úlohu. Využívám ji nejen k posílení identity a jednoty navržených tiskovin, ale také je

<sup>9</sup> SAMARA, Timothy. *Grafický design*. Praha: Slovart, s. r. o., 2008. 272 s. ISBN 978-80-7391-030-3. Str. 180.

<sup>10</sup> BHASKARANOVÁ, Lakshmi. *Design publikací*. Praha: Slovart, s. r. o., 2007. 256 s. ISBN 978-80-7209-993-1.

volena v rámci charakteru tématu projektu. Mým záměrem bylo pokusit se uplatnit sílu monochromní barevnosti, abych jednoduchou formou podpořil rytmicky složitě téma, které se stalo herním polem pro širokou škálu různých přístupů v tvorbě. Zelený tón se nejen logicky snoubí s tématem lesa, ale také působí jednotně v rámci kolorované fotografie.

„Také pro barvu platí, že příliš mnoho použitých efektů se ve svém účinku navzájem ruší. Její nevhodné použití rozbíjí logičnost slovních celků. Výraznost a klidný účinek s převahou základní barvy ve většině textu jsou základními požadavky správného barevného řešení kompozice textu v ploše. Barevný výraz písma je určen intenzitou tónu, psychologickým účinkem barvy a velikostí plochy, kterou barva pokrývá.“<sup>11</sup>

Na tomto místě považuji za velmi důležité zmínit se také o psychologickém hledisku působení tónu o podobných vlnových délkách na lidský organismus.

„Zelená má nejkratší vlnovou délku, a proto nás dokáže ze všech barev nejméně uvolnit. Je spojena s přírodou a rostlinami, vzbuzuje v nás proto pocit bezpečí a důvěryhodnosti. Čím je zelená zářivější, tím působí mladistvěji a svěžeji. Tmavé odstíny zelené vyjadřují spolehlivost a ekonomický růst. Neutrálnejší zelené odstíny, jako například olivová, evokují hřejivost, zemitost.“<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> SEDLÁČEK, Bohumil. *Prostorová a užitá tvorba*. Plzeň: Pedagogická fakulta v Plzni, 1986. 103 s. Str. 45.

<sup>12</sup> SAMARA, Timothy. *Grafický design*. Praha: Slovart, s. r. o., 2008. 272 s. ISBN 978-80-7391-030-3. Str. 110.

V mnou navrženém řešení sehrává svoji úlohu také barevný tón samotného papíru. Ten jsem volil takovým způsobem, aby svými výrazovými prostředky podpořil nejen odkazy knihy, krajiny a lesa, ale také výborně ladil a podporoval vizuální účinky navržené typografie.

### 3.4 Typografie

„Obrazy se skládají ze světel a stínů, lineárního pohybu a objemu, obrysů a otevřených nebo uzavřených oblastí, které jsou uspořádány v určitém pořadí. Písmo sdílí tytéž vlastnosti: je sestaveno ze světel a stínů, lineárních a objemových forem, obrysů a rytmu otevřených a uzavřených oblastí, které jsou rovněž uspořádány v určitém pořadí.“<sup>13</sup>

V procesu úvahy nad výběrem vhodné typografie se mým kritériem stala snaha vycházet z toho, že ve své práci budu pracovat s fotografií. Uvědomil jsem si, že fotografie je složitá vizuální struktura, která obsahuje mnoho prvků, které se budou přít s typografií. Proto jsme se snažil nalézt takovou formu písma, která by se vizuálně prosadila i v takto členitém pozadí a byla maximálně čitelná.

K tomuto záměru jsem našel a využil patkové písmo Rockwell. Jeho čistá konstruovaná forma mně připadala vhodná, což jsem si na několika případech ověřil. Z tohoto titulového písma jsem jednoduchou grafickou hříčkou vytvořil logotyp, který spoluvytváří tvář grafického řešení propagačních tiskovin. Ten je pro

---

<sup>13</sup> SAMARA, Timothy. *Grafický design*. Praha: Slovart, s. r. o., 2008. 272 s. ISBN 978-80-7391-030-3. Str. 226.

své jednoduché, rafinované řešení dobře zapamatovatelný a přispívá k jednotě řešení. Toto písmo má určitý potenciál, protože se prosadí na velkém množství výtvarných struktur.

Typografii tohoto projektu jsem doplnil druhým, nyní bezpatkovám písmem Calibri. Je běžně dostupné a myslím si, že jeho vizuální forma je příjemná a ladí nejen s písmem Rockwell, ale také s navrženou vizuální kompozicí.

„Typografie souvisí se způsobem, jakým psané myšlenky dostávají vizuální formu, a může radikálně ovlivnit vnímání designu. Druh písma může být autoritativní, uvolněný, formální, strohý nebo skromný.“<sup>14</sup>

V průběhu tvorby grafické úpravy a hlavně práce s typografií jsem se vždy snažil ujasnit si důležitost textu v návaznosti na charakter sdělení a na tomto základě pokládat jednotlivé důrazy.

„Hierarchie je logický a vizuální způsob, jak vyjádřit relativní důležitost různých textových prvků pomocí vytvoření vizuálního průvodce k jejich uspořádání. Hierarchie v textu umožní vytvořit layout čistý, jednoznačný a jednoduše stravitelný.“<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> BHASKARANOVÁ, Lakshmi. *Design publikací*. Praha: Slovart, s. r. o., 2007. 256 s. ISBN 978-80-7209-993-1. Str. 68.

<sup>15</sup> AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. *Layout – velký průvodce grafickou úpravou*. 1. vyd. Praha: Computer Press, a. s., 2009. 193 s. ISBN 978-80-251-2165-8. Str. 102.

## 4. Popis díla

Tato kvalifikační práce obsahuje základní tiskoviny, které jsou vytvořeny na míru a slouží pro prezentaci navrženého výstavního projektu. Snoubí se zde myšlenka jednoduchého designu, který by podtrhl charakter vystavovaných exponátů.

„Jednoduchý, čistý základní styl může být hezký a efektivní; aby byly informace zajímavé pro čtenáře, není nezbytně nutné je jakkoli přikrášlovat. ... Seriózní obsah se lépe servíruje bez oklik a vytáček, informačnímu textu většinou lépe vyhovuje jednoduché zacházení.“<sup>16</sup>

Kolekci jednotí práce se žánrovou fotografií. Fotografický snímek je volen takovým způsobem, aby jeho výtvarný rytmus podpořil vizuální účinek decentní typografie. Jednoduché zacházení s písmem je výsledkem hledání kompromisu mezi harmonickým vyvážením prvků v ploše, kde volná plocha má svůj kompoziční význam. Svoboda při hledání estetických účinků jednotlivých komponentů, výrazových kvalit jednotlivých grafických prvků a liter a jejich kompozičního uspořádání je příjemnou obohacující cestou. Proces tvorby grafické úpravy jednotlivých tiskovin této kolekce bylo také vlastně zkoumání základních prvků grafického projevu bodu, linie, plochy, tvary a barvy a práce s jejich poměry. Uvítal jsem tedy volnou ruku ve volbě námětu výstavy.

---

<sup>16</sup> SALTZ, Ina. *Základy typografie*. Praha: Slovart, 2010. 208 s. ISBN 978-80-7391-404-2. Str. 146.

## 4.1 Plakát

Tento vizuální komunikát je nástrojem, který řeší určitý problém. Dobrý tvar plakátu zvyšuje přehlednost a usnadňuje přenos informací z jedné strany na tu druhou bez velké ztráty času hledáním. Důležité je, aby hlavní myšlenka byla výstižná.

„Výraznosti se v plakátu dosahuje obsahovou jasností, myšlenkovou a výtvarně výrazovou zkratkou na nejpodstatnější. Pro vyjádření obsahu plakátu je třeba najít krajně aktivní a je-li to třeba monumentální výtvarnou formu. Na obsahu je v plakátu závislý druh kompozice a použití výrazových prostředků, písma, kresby, plochy a barvy.“<sup>17</sup>

V případě mnou navržené série tří plakátů jsem se snažil vytvořit kompozici takovým způsobem, aby výsledná forma byla v souladu s hlavní myšlenkou jednoduché, čisté, monochromní koncepce. Sdružuje tedy prvky, které utvoří výslednou kompozici. Pracuje s rozdílným podkladem, dvěma rozdílnými grafickými motivy, které ovšem vychází z konstrukce loga, a kompozici uzavírá logotyp a jednotná typografie. Právě užitím tohoto grafického motivu, jehož skladba je doplněna o plošný prvek tvarově totožný, dostává kompozice prostorovou hloubku. Obraz získává třetí rozměr a zajímavou vizuální hrou zaměstnává divákovu oko. Grafická stylizace zmíněného motivu vychází z klasického tvaru knihy. Jedná se tedy o motiv, který je v souladu s hlavním obsahem výstavního projektu.

---

<sup>17</sup> SEDLÁČEK, Bohumil. *Prostorová a užitá tvorba*. Plzeň: Pedagogická fakulta v Plzni, 1986. 103 s. Str. 60.



„Motiv zvolený pro plakát musí grafik dokonale poznat výtvarným studiem reality. Jeho plošná, grafická zkratka je výtvarným vyjádřením skutečnosti. Její výtvarný výraz se od objemového realistického zobrazení podstatně liší. Není zobrazením, v němž jsou perspektivně zobrazené motivy ukládány do prostorových plánů, ale zobrazením na ploše. Grafik v ní nevyjadřuje ani vzájemné realistické proporční a prostorové vztahy motivů, ani jejich prostorový vztah k okolí. Komponuje je v ploše svobodně tak, aby vytvářely přehledný grafický celek. Hledá tako jejich zobrazení, v němž vyniknou jejich typické vlastnosti.“<sup>18</sup>

Plakáty tohoto typu plní hlavně propagační a informační funkci. Obsahují proto všechny nezbytné informace týkající se samotné výstavy. Plakáty shodně obsahují údaje o názvu výstavy, kdy a kým je výstava pořádána a kdy mohou zájemci výstavu navštívit. Nechybí ani odkaz na internetové stránky univerzity.

#### **4.1.1 Plakát 1**

Navržená forma tohoto plakátu pracuje s tématem výstavního projektu a výše popsanými výrazovými prvky, které úvahou nad hierarchií kompozice jsou členěny v ploše. Plakátu tedy dominuje výrazný prvek, který osobitým způsobem pracuje s hloubkou obrazu. Dále upoutá náš zrak logotyp, který upozorňuje na název výstavy a jednoduchou grafickou hříčkou vyvažuje kompozici. Podružnou funkci plní doprovodné informace k výstavě, které jsou kompozičně vázány ke spodní části plakátu a pomocí svislých linií dochází

---

<sup>18</sup> SEDLÁČEK, Bohumil. *Prostorová a užitá tvorba*. Plzeň: Pedagogická fakulta v Plzni, 1986. 103 s. Str. 65 – 66.

k propojení jednotlivých prvků v celek. Čitelnost negativní typografie velmi funkčně podporuje volba podkladu. Je zvolen snímek krajiny, jehož kompozice neruší vizuální účinky jednotlivých prvků a který ilustrativní formou navodí známou estetiku krajiny a lesa.

„Obě složky sourodé kompozice, kterou plakát vytvořený z grafického motivu a písma od první skici je, nemohou být ve významovém poměru 1:1. Větší platnost a tedy i výměru v ploše plakátu dáme grafickému motivu.“<sup>19</sup>

(Plakát 1 - viz Příloha č. 4)

#### **4.1.2 Plakát 2**

Jednoduchá forma plakátu, která by pracovala pouze s výrazovými prostředky typografie a doprovodného grafického prvku, je koncepcí, která vychází z myšlenky jednoduchého řešení. Tato kompozice je členěna výše popsánymi prvky. Výjimku tvoří konstrukce doprovodného grafického prvku a podkladu. Ten v tomto případě není tvořen fotografií, ale podkladem se stává výrazová struktura přírodního papíru. Ta je již sama o sobě zajímavým nosným prvkem a má podle mého názoru přidanou estetickou hodnotu. Tento materiál sekundárně odkazuje do oboru knižní vazby a práce s papírem. Grafický prvek, jehož konstrukce je tvořena podle jiného řádu, vytváří poněkud dynamičtější kompozici, protože jeho osa leží na diagonále.

(Plakát 2 - viz Příloha č. 3)

---

<sup>19</sup> SEDLÁČEK, Bohumil. *Prostorová a užitá tvorba*. Plzeň: Pedagogická fakulta v Plzni, 1986. 103 s. Str. 64.

### **4.1.3 Plakát 3**

Koncepční řešení tohoto plakátu vychází z již popsaných souvislostí. Změnou v tomto řešení je volba ilustrační fotografie, která zachycuje autorský objekt sestavený z knižních bloků tvořených sušením papíroviny. Vznikl tak vertikální ratsr, který nejen že se snoubí s vertikality lesa, ale také odkazuje k obsahu daného výstavního projektu, tedy knižních objektů. Na aplikaci této fotografie mě zaujalo, jak zde výborně působí již zmíněná vizuální podobnost.

(Plakát 3 - viz Příloha č. 2)

## **4.2 Program**

Jedná se o tiskovinu, která přináší informace o doprovodném programu, který by měl sloužit ke zpestření výstavního projektu a jehož dramaturgie by měla obsahovat odborné přednášky či galerijní animace, které by sloužily jak studentům fakulty, tak i ostatním návštěvníkům. V rámci tohoto projektu jsme navrhli obsah doprovodného programu, který se skládá ze čtyř samostatných akcí různého typu. Tiskovina nese informace o charakteru přednáškového bloku, jméno přednášejícího, samotné téma a krátkou anotaci. Tento program plní tedy především informační funkci a předpokládám jeho prezentaci nejen v rámci univerzity, ale také na reklamních plochách v centru Plzně.

### **4.2.1 Nástěnný program**

Grafické řešení programu kompozičně koresponduje s návrhy ostatních tiskovin, zejména plakátů. Jeho vyhotovení opět vychází z typografické formy doplněné grafickým prvkem s jasnou hierarchií textu. Pro větší přehlednost jsem jednotlivé přednáškové bloky

rozdělil a členil takovým způsobem, aby jejich umístění v ose vyvažovalo výrazný logotyp v horní části. Vzniklou kompozici i v tomto případě doplňuje a jednotí užití přírodního papíru. Předpokládám umístění této tiskoviny v prostorách galerie či fakulty, proto neobsahuje kontaktní informace. Bylo by jistě možné tento program umisťovat společně s jedním z plakátů, protože je spojuje také stejný formát i koncepce.

(Nástěnný program - viz Příloha č. 5)

#### **4.2.2 Skládačka**

Tiskovina tohoto typu by měla plnit funkci především informační. Její design je komponovaný do formy skládaného programu, jehož formát vychází ze způsobu použití, t. z. že by měl být především přehledný a skladný. Měl by být k dispozici návštěvníkům a zájemcům o doprovodné akce.

Technicky se jedná o oboustranně tištěnou tiskovinu formátu A4, přeloženou na třetiny. Skládačka naopak obsahuje všechny potřebné kontaktní informace, aby se k ní mohl zájemce vracet a přinášela mu celistvou informaci o pořádaných akcích.

Typografické řešení jednotlivých přednáškových bloků je koncipováno podobně jako je tomu u programu nástěnného. Snažil jsem se o jednoduchou, strukturovanou hierarchii k dosažení maximální přehlednosti informací. Hlavním nositelem informace se stává název akce a dále následuje údaj o jménu přednášejícího a o datu konání dané akce, jednotlivé přednášky jsou číslované. Celému designu dominuje titulní strana, na kterou jsem aplikoval fotografii, logo a logotyp. Tyto prvky jsem se snažil logicky a funkčně

komponovat v ploše. Na rozdíl předešlých řešení, u kterých bylo logo doplněno plošným tvarem, u této skládačky tomu tak není. Důvodem je malý formát, proto jsem se rozhodl aplikovat zde logo v základním tvaru.

Jako je tomu u předešlých tiskovin, i zde jsem využil možnosti tisku na přírodní papír. Právě zde se může naplno projevit jeho haptická kvalita, protože touto tiskovinou budou lidé listovat, otáčet ji a skládat, což může být jistým smyslovým zážitkem.

(Skládačka - viz Příloha č. 7)

### **4.2.3 Leták**

Charakter této tiskoviny se snoubí s předpokládanou funkcí letáku. Mým záměrem bylo na plochu formátu A4 přehledně rozvrstvit všechny informace o doprovodném programu. Velikost tohoto formátu umožňuje prezentovat zmíněné informace nejen v prostorách galerie, ale dobře poslouží také jako informační materiál například ve vozech městské hromadné dopravy či městském informačním středisku apod. Předpokládám, že tyto letáky budou k dispozici a volnému odběru na informačních stojanech v nejrůznějších institucích.

Údernější formu řešení podporuje volba dynamičtější komponovaného doprovodného grafického prvku. Grafická skladba jednotlivých elementů vychází opět z celkové koncepce. V tomto případě činilo obtíže kompoziční rozvržení textu, který bylo nutné umístit na požadovaný formát A4 tak, aby tiskovina byla stále přehledná a nepůsobila přeplněným dojmem.

Podobně jako u skládačky i zde dochází k přímému kontaktu s koncovým uživatelem, který ocení kvalitu a neobvyklost materiálu tiskovin tohoto typu. Samozřejmě si uvědomuji, že tisk na podobný papír je finančně nákladnější a že by nemusel být za určitých okolností plně realizován. Ale v rámci mnou navrženého projektu má toto řešení smysl, protože užití stejného materiálu podporuje jednotu celku.

(Leták - viz Příloha č. 8)

### **4.3 Pozvánka**

Pozvánka je důležitou součástí každé výstavy. Informuje návštěvníky o připravované akci. Může být k dispozici přímo v galerii a nebo ji může sama galerie rozposílat svým příznivcům a partnerům.

V tomto případě jsem zvolil pozvánku oboustrannou, kdy přední strana plní ilustrativní funkci. Je zde zastoupena práce s tónovanou fotografií, logotypem a kompozici doplňuje diagonálně řešený prostorový grafický prvek, který je vytvořen ze stylizovaných knih. Tento prostor je vizuálně umocněn prostorovou hloubkou fotografie.

Zadní strana pozvánky je opět členěna třemi horizontálními liniemi, kdy horní linií tvoří pouze logotyp. Střední část je věnována důležitým informacím ohledně výstavy a vernisáže. Tato část je ještě rozčleněna vertikální osou do dvou polí, kdy vlevo se v ploše prosazuje název prezentovaného ateliéru a vpravo jsou umístěny informace s termíny. Ve spodní části se nachází informace

o otevírací době galerie a internetová adresa univerzity, kde je možné získat podrobnější informace.

(Pozvánka - viz Příloha č. 11)

#### **4.4 Poutač**

Tato velkoplošná tiskovina je primárně určena pouze pro potřeby galerie, pro její prezentaci v interiéru i exteriéru. Na rozdíl od ostatních materiálů má poutač subtilní charakter, jemuž bylo nutné podřídit celkovou kompozici řešení. Předpokládám jeho prezentaci přímo na fasádě architektury, na vývěsných stožárech či samonosných stojanech v interiéru.

Kompoziční uspořádání vyžadovalo redukci formy. Domnívám se, že bylo nutné v tomto případě pracovat s fotografií, protože je poutavější a snáze zaujme kolemjdoucí, zvláště v takovém měřítku. Úzký formát vyžadoval použít fotografii takové kompoziční dispozice, aby umožňovala umístění jednotlivých prvků dle navržené vizuální identity. Informační texty, které poutač obsahuje, jsou vzhledem k záměru umístění přímo na budoově galerie logicky zredukovány jen na to nejzákladnější – název, prezentovaný ateliér a dobu konání výstavy.

Je škoda, že vzhledem k funkci a možnosti exteriérového užití je nutné poutač realizovat na voděodolný materiál, který jakoby nekoresponduje s přírodním charakterem podkladu ostatních tisků. Při případné realizaci si představuji výšku poutače okolo 5 m, což samozřejmě nebylo možné pro potřeby této kvalifikační práce realizovat. Součástí praktické části je proto pouze maketa o výšce 1 m.

(Poutač - viz Příloha č. 6)

#### **4.5 Vstupenka**

Vstupenka je drobnou doprovodnou tiskovinou, která si přesto zaslouží pozornost. Jedná se o vstupenku navrhovanou pro konkrétní akci, nese tedy veškeré atributy jednotícího vizuálního stylu celé výstavy. Na malém formátu jsou komponovány jak základní prvky vizuálního stylu, tak i informace o ceně vstupného. Pro potřeby galerie je vstupenka opatřena pořadovým číslem. Třetinu formátu vstupenky tvoří kontrolní ústřížek. Rozhraní kontrolního ústřížku a zbylé části vstupenky je perforováno pro snadnější odtržení.

(Vstupenka - viz Příloha č. 12)

#### **4.6 Pohlednice**

Napadlo mě navrhnout k této výstavě upomínkovou pohlednici, kterou jsem navrhl tak, aby ji bylo možné využít jako pozvánku a rozesílat ji tak poštou. Navrhl jsem dva druhy – jedna pohlednice klasického formátu 10,5 x 15 cm a druhá velikosti A5.

Každé řešení pracuje s jinou fotografií podobné kompozice. Samozřejmě i zde využívám soubor jednotících grafických prvků – logotyp a logo, které jsou doplněny o plošný tvar. Během práce jsem navrhl dva typy těchto grafických motivů, které se na tiskovinách opakují. Každý typ pohlednice obsahuje jeden z nich.



Grafické řešení zadní strany pohlednice vychází především z její funkce. Pravá strana je věnována klasickému schématu určenému k vyplňování adresy a prostoru pro nalepení poštovní známky. Levá strana pak obsahuje informace o připravované výstavě – datum konání vernisáže, otevírací doba galerie, data konání výstavy...atd.

(Pohlednice - viz Příloha č. 9, 10)

#### **4.7 Popisky exponátů**

Důležitou součástí výstavy tvoří informační štítky, které jsou doplňkem jednotlivých exponátů. Návštěvník výstavy má tak možnost se dozvědět bližší informace o výtvarném díle, které si právě prohlíží, a o jeho autorovi. Štítky musí být přehledné, čitelné a musí umožňovat návštěvníkovi snadnou orientaci. Předpokládám tisk těchto materiálů opět na přírodní papír, což zapadá do navrženého konceptu, přestože návrh popisků neobsahuje žádný z jednotlivých grafických prvků (logo, logotyp, fotografie). Dalším spojujícím momentem je barva a zvolený druh písma.

V tomto případě se jednalo tedy především o práci s typografií a její hierarchií. Největší důraz je kladen na jméno autora. Na druhém místě v hierarchii stojí číselné označení exponátu, které koresponduje s jeho prezentací v katalogu, na třetím název díla.

(Popisky exponátů - viz Příloha č. 13)

#### **4.8 Katalog**

Katalog je velmi důležitá součást výstavních projektů. Bývá uložen v archivech galerií a dokonce i knihovnách, kdy bývá k dispozici čtenářům i po skončení samotné výstavy. Výstavní

katalog je souhrnem informací o daném výstavním projektu, obsahuje komentáře, odborné texty a fotografie či reprodukce vystavovaných děl. Mnou navržená maketa výstavního katalogu využívá prvků jednotného vizuálního stylu. Jednotlivé stránky katalogu jsou řazeny takovým způsobem, aby tvořily rytmus publikace.

„Často je žádoucí, aby měl tištěný materiál určitý rytmus a čtenář v něm tak mohl pohodlně postupovat. Pokud je publikace příliš jednotvárná, čtenář ji pravděpodobně přestane číst. Layout může do textu přidat přerušení, které vytvoří pauzy a pomůže udržet čtenářův zájem. Umožní tak čtenáři zastavit se a přemýšlet o informacích, které získal, a předvídat, co bude následovat.“<sup>20</sup>

Také tato publikace je tištěna na přírodní papír, čímž zůstává zachována vizuální jednota. Vzhledem k šířkové formě logotypu jsem se rozhodl volit netypický šířkový formát. Obsahovým jádrem je nejen textová část, ale také fotografie zapůjčené z archivu ateliéru Kniha a tvarování papíru. Snímky zachycují práce studentů z tohoto ateliéru. Koncepce katalogu je navržena tak, aby každý vystavující autor získal prostor pro svoji prezentaci.

(Katalog - Příloha č. 12)

---

<sup>20</sup> AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. *Layout – velký průvodce grafickou úpravou*. 1. vyd. Praha: Computer Press, a. s., 2009. 193 s. ISBN 978-80-251-2165-8. Str. 108.

## **5. Technologická specifika**

### **5.1 Papír**

Jedním z důležitých prvků, které drží vizuální jednotu u navržených propagačních tiskovin, je užití přírodního papíru Flora. Jeho silnější gramáž dodává tiskovinám příjemný charakter a exkluzivitu s ohledem na tématické zařazení výstavního projektu.

### **5.2 Formáty**

Ve svých grafických návrzích jsem použil různé formáty papíru v závislosti na typu a funkci tiskoviny. Využil jsem jak formáty řady A, tak i formáty řady B.

Formát je rozměr papíru a ten je limitován tiskovými technologiemi. Každý tiskový formát má své výhody i omezení. Formáty řady A a B jsou nejvíce používané v běžné tiskové produkci. U časopisů a knih se formát upravuje. Ořezem o několik centimetrů se může docílit dojmu zeštíhlení či rozšíření.

Standardizovaný formát řady B jsem použil pro plakáty a nástěnný program.

Formáty řady A pro katalog, leták (A4), pro pohlednici a pro pozvánku formát A5.

Netypické (nestandardizované) formáty jsem využil pro drobnější tiskoviny (vstupenky, popisky) a pro poutač.

Podle formátu rozlišujeme další druhy tiskovin: billboard je rozměrově velký a výrazný, ale vždy jen naležato s omezenou možností instalace. City light je konstruován na výšku, jde o luxusně adjustovaný plakát. Banner je štíhlý a dlouhý, vyžaduje atypické kompozice. Čtvercový formát má uplatnění u příležitostných

publikací, katalogů, obalů CD nebo DVD. Atypické formáty mají své místo v reklamě a alternativních zadáních. U reklamních tiskovin je volba formátů a jejich škála největší. Formáty atypických tvarů a konstrukcí jsou také časté u knih. Miniatury a kolibří vydání jsou výjimečná řešení a týkají se jen specifického druhu literatury nebo textů (náboženské tituly, básnické sbírky, autorské knihy).<sup>21</sup>

### 5.3 Tisk

Navržené tiskoviny byly realizovány digitálním tiskem.

Jako digitální tisk označujeme tiskové způsoby, které umožňují bez dalšího mezikroku vytvořit tiskoviny přímo z počítače, a to již od jednoho kusu. Digitální tisk v současné době nahrazuje tisk ofsetový pro publikace v malých nákladech. Digitální tisk je ve většině případů prováděn na bázi laserového tisku suchými tonery.

Digitální tisk se nejvíce uplatňuje při tisku knih, protože knihy vytištěné na digitálních strojích se na rozdíl od ofsetu již nemusejí seskládat a tím se snižují náklady na tisk a zvyšuje rychlost výroby. Digitálně zhotovenou knihu lze připravit během jediného dne oproti týdnu při tisku klasickým tiskem.

Nejčastějším problémem digitálního tisku bývá jeho kvalita při tisku větších ploch, kdy zařízení nejsou schopna vytvořit konstantní plochy s vyšším pokrytím, typicky nad 50%. Naopak za kvalitnější se

---

<sup>21</sup> ELIŠKA, Jiří. *Vizuální komunikace - Grafický design*. Dostupné z:

<[http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user\\_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf](http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf)> [cit. 25.4.2012]

považuje výstup běžný černobílý, který má větší kontrast oproti ofsetovému tisku.<sup>22</sup>

Pokud by se výstavní projekt realizoval a došlo k vytištění materiálů ve velkých nákladech, bylo by vhodné využít také ofsetový tisk.

„Ofset patří do kategorie tisku z plochy, neboť jeho tisknouce a netisknouce místa na rozdíl od ostatních principů tisku jsou v jedné výškové úrovni. Zároveň klasický ofset zachovává základní princip kamenotisku a to je vzájemná odpudivost mastných tiskových barev (TB) a vody.

Ofset je tisk nepřímý, protože z tiskové formy (TF) se nejprve tiskne na pryží potažený válec a z něho teprve na papír. Barva se tedy přenáší dvakrát a předloha na tiskové formě není stranově převrácená. Zároveň umožňuje tisknout jemné detaily a i na méně kvalitní papír na rozdíl od knihtisku. To je dáno pryžovým válcem, který je schopen přilnout i na ne zcela hladký povrch. TF je podle druhu ofsetového stroje buď rovinná nebo válcová a to z hliníku, zinku a později i bimetalu.“<sup>23</sup>

„V dnešní době barevný tisk není tak drahý, jako býval dříve, a proto se čtyřbarevný tisk používá i u těch nejběžnějších tiskařských prací. Nejčastěji používaný systém barev v tisku publikací se nazývá

---

<sup>22</sup> *Wikipedie – digitální tisk*. Dostupné z:

<[http://cs.wikipedia.org/wiki/Digit%C3%A1ln%C3%AD\\_tisk](http://cs.wikipedia.org/wiki/Digit%C3%A1ln%C3%AD_tisk)> [cit. 22.4.2012]

<sup>23</sup> *Wikipedie – ofset*. Dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Ofset>> [cit. 22.4.2012]

model CMYK (cyan – azurová barva, magenta – purpurová, yellow – žlutá barva, black, keyline – černá barva).“<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> BHASKARANOVÁ, Lakshmi. *Design publikací*. Praha: Slovart, s. r. o., 2007. 256 s. ISBN 978-80-7209-993-1. Str. 80.

## 6. Dílo v kontextu daného oboru

Navržený soubor tiskovin se dotýká nejen problematiky propagace, tištěných médií, ale také jednotného vizuálního stylu. Tvůrčí proces při kterém vzniká výtvarně a graficky koncipovaný produkt, tedy grafický design, je svým autorem vždy nějak zakódován. Toto kódování se týká obsahu i formy (výtvarná úroveň, preference motivů v grafické kompozici, typografická úprava, vizuální dominanty atd.). Kreativní přístup grafického designéra se projeví na výsledku, můžeme jej přirovnat k autorskému rukopisu umělce: malíře, sochaře, grafika, ilustrátora. Schopnost vizualizovat informace tak, aby byly cílovou skupinou lidí akceptovatelné je předpoklad sice nezbytný, z výtvarného hlediska ale dominantní není. Na rozdíl od volné umělecké tvorby je práce grafického designéra svou povahou a účelem nasměrována tak, aby veškerá jeho profesní kvalita zapadala do systému týmové (studiové) práce a vyhovovala zákazníkovi. Zadání je prioritou, osobní, názorové a estetické preference grafického designéra musí být podřízeny zakázce. Ani tato skutečnost neznamena, že se autorství v tomto systému vytrácí, že není důležité.

Grafický design je forma předávání informací vizualizací produktu, myšlenky, ideje, konceptu, firmy nebo obchodní společnosti.<sup>25</sup>

Toto předávání informací probíhá prostřednictvím buď tištěných nebo digitálních médií.

---

<sup>25</sup> ELIŠKA, Jiří. *Vizuální komunikace - Grafický design*. Dostupné z:

<[http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user\\_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf](http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf)  
> [cit. 25.4.2012]

V případě této kvalifikační práce jsem se pohyboval pouze v rovině tištěné vizuální komunikace. Zabýval jsem se odbornou literaturou a sledoval základní postupy v oblasti písma, typografie a grafického designu. Sledoval jsem vztahy základních prvků bodu, linie, plochy, tvaru a barvy. Z funkčního hlediska bych navržené tiskoviny zařadil mezi propagační a informační. Nejšilněji vnímám propagační funkci u plakátu a letáku.

## 6.1 Plakát

Plakátu bezpochyby patří významné postavení mezi prostředky vizuální komunikace. Jedná se o médium s bohatou historií a ověřeným působením na veřejnost. Plakát představuje klasický způsob komunikace mezi výrobcem, produkcijícím a zákazníkem. Pokud se nejedná pouze o textovou informaci, tak kvalitní plakát s sebou přináší také vizuální výpověď, která identifikuje jak autora, tak dobu vzniku. Grafikovi totiž poskytuje prostor k seberealizaci a tím, že vstupuje do veřejného prostoru, mu zároveň umožňuje nabízet veřejnosti nejen samotný produkt, ale také vlastní, osobitou estetiku.

Plakát musí na sebe upoutat pozornost, musí být rozpoznatelný mezi jinými a musí originálně reagovat použitými grafickými prostředky na konkrétní stav a situaci (např. když převažují přebarvené plakáty na výlepových plochách, vynikne mezi nimi monochromní tisk). Informace, které obsahuje musí být srozumitelné, jednoduché, jednovýznamové, pro cílové skupiny lidí akceptovatelné a snadno zapamatovatelné.<sup>26</sup>

<sup>26</sup> ELIŠKA, Jiří. *Vizuální komunikace - Grafický design*. Dostupné z:

<[http://www.jiri.eliska.cz/fileadmin/user\\_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf](http://www.jiri.eliska.cz/fileadmin/user_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf)



Plakáty lze rozlišovat a členit z několika hledisek. Podle obsahu je můžeme dělit na kulturní (divadelní, filmový, hudební), politický, agitační, reklamní, apelační, společenský apod.

Podle použitých výtvarných prostředků můžeme plakáty rozdělit na:

a) plakát typografický – I když je v takovémto plakátu jediným vizuálním prostředkem písmo, klade jeho řešení na designéra značné nároky. Zásadní otázkou je slovní znění textu a určení hierarchie informací.

b) plakát s grafickým motivem a písmem – První podmínkou úspěšného řešení takového plakátu je výběr vhodného grafického motivu, který bude písmo doplňovat. Písmo je pak komponováno v kompoziční návaznosti na motiv.

c) plakát fotografický – Fotografický plakát používá jako prostředek vizuální komunikace fotografii. Využívá tak její realističnosti i faktu, že divák fotografii v porovnání s jinou formou ilustrace více „věří“.

d) plakát s figurálním motivem – Řešení plakátu s figurálním motivem patří mezi nejnáročnější úkoly grafika. Proto je vhodné zvolit jen některou část lidského či zvířecího těla.

e) plakát bez textu – „Plakát, v němž je použit pouze grafický motiv je účinný za předpokladu, že motiv vyjadřuje obsah plakátu tak jednoznačně, že se text stává zbytečným. Pro každé téma nelze proto u plakátu postavit požadavek tohoto způsobu řešení.“<sup>27</sup>

---

> [cit. 25.4.2012]

<sup>27</sup> SEDLÁČEK, Bohumil. *Prostorová a užitá tvorba*. Plzeň: Pedagogická fakulta v Plzni, 1986. 103 s. Str. 74.

Plakátu, jak ho vnímáme dnes, předcházely nápisy psané po zdech. Byly nalezeny například v Pompejích i ve starém Římě. Vynález knihtisku byl záhy využíván i k tisku krátkých sdělení, dnešní terminologií řečeno, typografických plakátů. První vytvořil William Caxton (asi v roce 1477). Od 19. století je plakát trvalou součástí městského exteriéru. Když se prosadila nová technologie - barevná litografie - nastala změna. Umělci se věnovali tvorbě plakátů se stejnou péčí, jako své vlastní umělecké specializaci. Mezi nejvýznamnější patří H. T. Lautrec, A. Mucha a A. Beardsley. Plakát se stal rovnoprávným uměleckým produktem, autorským artefaktem umělecké tvorby, předmětem sběratelství i sbírkových fondů galerií a muzeí. Další technologický pokrok výrazně ovlivnil plakátovou tvorbu. Linoryt a dřevořez vyhovoval umělcům s expresivním nebo graficky stylizovaným pojetím tvorby (V. Preissig, německý expresionismus, J. Čapek). Litografie je vhodná pro kreslíře a knihtisk s ofsetem umožňuje uplatnit v tvorbě fotografii. Plakát je svébytným historickým a kulturním fenoménem. Dokáže reflektovat společenské dění a kulturní prostředí své doby a reagovat na kulturní tradice i regionální zvláštnosti. Má funkci komunikační i uměleckou. Protože informace zobrazuje, má také možnost působit emotivně a reagovat na estetické proměny doby. Dnes se stává součástí nových systémů vizuálních komunikací, sofistikovaným produktem v rámci Corporate Identity. Klasický plakát se transformoval. Změnila se jeho funkce a místo v informačních systémech. Dnes se instaluje do reklamních nosičů typu outdoor, City light, Flex, Info-horizont atd., nebo do designérských nosičů vytvořených v rámci jednotného designu městského mobiliáře (do různých panelů a konstrukcí). Může se tak stát „zajímavým

---

obrazem“ na ulici a součástí veřejného prostoru. Změnou velikosti se plakát proměnil v billboard a megaboard.<sup>28</sup>

## 6.2 Leták

Leták je zpravidla tištěný dokument, který propaguje nějaký výrobek, činnost, firmu, myšlenku, politickou stranu nebo zve na nějakou kulturní, sportovní nebo jinou společenskou událost. Jedná se o neperiodickou tiskovinu, zpravidla jednoúčelově zaměřenou. Předpokládá se u něj krátkodobost působení. I přesto je v něm důležitá nápaditost řešení, případně vtipnost, neotřelost. Leták obsahuje důležité informace, pokyny, poučení či upozornění. Stručnost, výtvarná výraznost a srozumitelnost sdělení je předpokladem dostatečné účinnosti v krátkém čase jeho působení. Po přečtení, nejsou-li pro nás jeho sdělení zvlášť důležitá, nebo nezaujme-li nás nápadností a vtipem svého řešení, jej zpravidla zahodíme nebo odložíme.<sup>29</sup>

Leták se nejčastěji vkládá do denního tisku, rozesílá se poštou či je jinak distribuován do poštovních schránek, případně je rozdáván kolemjdoucím.

---

<sup>28</sup> ELIŠKA, Jiří. *Vizuální komunikace - Grafický design*. Dostupné z:

<[http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user\\_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf](http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf)  
> [cit. 25.4.2012]

<sup>29</sup> SEDLÁČEK, Bohumil. *Prostorová a užitá tvorba*. Plzeň: Pedagogická fakulta v Plzni, 1986. 103 s. Str. 55.

V dobách nesvobody může být jedním z levných nástrojů politického odboje, neboť jeho provizorní výroba v primitivních podmínkách není příliš náročná.

V propagaci výstavního projektu sehrávají důležitou roli také další tiskoviny, které mají svoji specifickou výtvarnou formu. Jedná se zejména o katalog, který je specifický, a další tiskoviny drobnějšího charakteru.

### **6.3 Katalog**

Jedná se o výstavní, firemní nebo reklamní tiskovinu. Jeho užití je nejčastěji směřováno k prezentaci produktů či jako doprovodný dokument určité výstavy, expozice či jiné kulturní události. Už z povahy tohoto účelu proto grafik preferuje takové postupy, které činí z katalogu atraktivní a výjimečný produkt. Katalog mívá nezvyklý formát i grafickou úpravu. Jsou využívány výseky, nezvyklé povrchy a textury papíru, tisky lakem nebo bohatá barevnost. Všechny grafické prostředky maximálně podporují textové informace.<sup>30</sup>

### **6.4 Reklamní a akcidenční tiskoviny**

Reklamními tiskovinami chápeme veškeré reklamní tisky, které se zaměřují na propagaci produktu, na akci, událost nebo informaci s úkolem přesvědčit zákazníka, že je pro něj daný produkt důležitý.

---

<sup>30</sup> ELIŠKA, Jiří. *Vizuální komunikace - Grafický design*. Dostupné z:

<[http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user\\_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf](http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf)  
> [cit. 25.4.2012]

Jedná se zejména o pozvánky, letáčky, skládačky, visačky, kartičky, samolepky, katalogové listy, obálky, 3D papírové skládačky apod.

Účinnost reklamních tiskovin se zvyšuje použitím vhodného textového materiálu, aby zvolené formulace odpovídaly konkrétní cílové skupině zákazníků. Je také výhodné podpořit kampaň výrazným a zapamatovatelným sloganem a vizuálně atraktivním grafickým ztvárněním. Za důležité také považují volbu vhodného materiálu, který je dobrým rozlišovacím znakem (papír, lepenka, netradiční tvary, výseky, parciální lak, reliéfní tisk apod.).

Akcidenční neboli příležitostné tiskoviny - jsou tiskoviny s malým nákladem: pozvánky, katalogy, letáky, PF, oznámení, nabídkové katalogy, bulletiny, dokumenty, výroční zprávy, jídelní a nápojové lístky atd. Tiskoviny tohoto typu vyžadují osobitou grafiku, vhodnou volbu formátu, papíru, přiměřenou strukturu informací a zřetelné typografické řešení. Mezi akcidenční tiskoviny patří také dedikační listy, jmenovací dekrety, diplomy, certifikáty, imatrikulační listiny, listiny o čestného občanství, blahopřání, atd. <sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> ELIŠKA, Jiří. *Vizuální komunikace - Grafický design*. Dostupné z:

<[http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user\\_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf](http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf)  
> [cit. 25.4.2012]

## 7. Závěr

Při úvaze nad výslednou podobou řešení této kvalifikační práce se domnívám, že hlavní cíle dle zadání byly naplněny. Je vyhotoven ucelený soubor grafických prací, jejichž koncept je podrobně rozepsána v textové části diplomové práce. Hledání, porovnávání, pozorování a neustálé zjednodušování výsledné formy vyústilo v řešení, jehož nosnou konstrukci tvoří monochromní barevnost, jednota v typografii a práce s tónovanou fotografií jako vizuálním znakem.

Tiskoviny tvořící tento soubor jsou navrženy s jasným záměrem prezentovat výstavní projekt, který jsem nazval Les s podtitulem kniha jako objekt, objekt jako kniha. Je projektem, který jsem navrhl se stává klíčovým námětem pro řešení grafického designu mnou navrženého výstavního projektu. Jelikož se jedná o prostor, kde se prezentují jednotlivé obory ústavu umění a designu Západočeské univerzity. Svoji pozornost jsem tedy zaměřil na ateliér knihy a tvarování papíru jehož jsem absolventem.

Volnost ve výběru námětu výstavy, kterou jsem získal mi otevřela cestu věnovat se tématu krajiny respektive lesa tentokrát v oblasti grafického designu. volba tématu chápu tedy jako jakési logické východisko, které volně zapadá do kontextu mé volné výtvarné tvorby. Sběr informací a inspirace v krajině byla příjemným kontrastem, protiváhou mnoha hodin strávených nad prostředím grafického editoru. Jendá se o moji první zkušenost s takto komplexně řešeným a vizuálně učeným souborem tiskovin tohoto rozsahu. Vyřešil jsem tiskoviny, které poslouží nejen k propagaci výstavního projektu na veřejných prostranstvích či ve vozech

hromadné dopravy (plakáty, letáky, program, poutač), ale i tiskoviny, které budou k dispozici ve výstavních prostorách (katalog, výstavní texty, pozvánka, popisky exponátů, vstupenka, skládačka)

Zpětným pohledem na vytvořenou kolekci si uvědomuji výhodu toho, že projekt Les je fiktivní. Není svazován ani úzce profilován požadavky na formu nebo se nutně podřizovat jinému vizuálnímu stylu. Bylo možné uplatnit individualitu a svůj výtvarný cit. Velmi cennou zkušeností je práce na takto komplexním projektu. Vyzkoušel jsem si uvažování nad strukturou a koncepcí projektu, hierarchií, kontrastem i výtvarným rytmem. Práci se základními prvky výtvarného a grafického vyjadřování bodem, linií, plochou, tvarem i barvou. Stále podřizovat celku.

## Seznam použitých zdrojů

### a) knižní a periodická literatura

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. *Layout – velký průvodce grafickou úpravou*. 1. vyd. Praha: Computer Press, a. s., 2009. 193 s. ISBN 978-80-251-2165-8.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. *Typografie – Grafický design*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a. s., 2010. 175 s. ISBN 978-80-251-2967-8.

BHASKARANOVÁ, Lakshmi. *Design publikací*. Praha: Slovart, s. r. o., 2007. 256 s. ISBN 978-80-7209-993-1.

KOČIČKA, Pavel; BLAŽEK, Filip. *Praktická typografie*. 2. vyd. Brno: Computer Press, a. s., 2007. 288 s. ISBN 80-7226-385-4.

MALINA, Václav. *Les - katalog k výstavě v Galerii města Plzně*. Plzeň: Galerie města Plzně, 2005. 61 s.

SALTZ, Ina. *Základy typografie*. Praha: Slovart, 2010. 208 s. ISBN 978-80-7391-404-2.

SAMARA, Timothy. *Grafický design*. Praha: Slovart, s. r. o., 2008. 272 s. ISBN 978-80-7391-030-3.

SEDLÁČEK, Bohumil. *Prostorová a užitá tvorba*. Plzeň: Pedagogická fakulta v Plzni, 1986. 103 s.

SLAVÍK, Jan. *Umění zážitku, zážitek umění – teorie a praxe artefietiky, 1. díl*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, 2001. 282 s. ISBN 80-7290-066-8.



## **b) Internetové zdroje**

ELIŠKA, Jiří. *Vizuální komunikace - Grafický design*. Dostupné z: <[http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user\\_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf](http://www.jirieliska.cz/fileadmin/user_upload/knihy/Grafick%C3%BD%20desicn03.pdf)> [cit. 25.4.2012]

*Galerie města Trutnova - Galerijní pedagogika*. Dostupné z: <<http://www.galerietu.cz/pedagogika-programy-pro-skoly.php> > [cit. 27.4.2012]

*S Jiřím Zemánkem o české krajině*. Dostupné z: <<http://respekt.ihned.cz/rozhovory/c1-36934720-s-jirim-zemankem-o-ceske-krajine>> [cit. 15.4.2012]

*Wikipedie – digitální tisk*. Dostupné z: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Digit%C3%A1ln%C3%AD\\_tisk](http://cs.wikipedia.org/wiki/Digit%C3%A1ln%C3%AD_tisk)> [cit. 22.4.2012]

*Wikipedie – offset*. Dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Offset>> [cit. 22.4.2012]

*Západočeská galerie – Historie a profil vzdělávacích programů*. Dostupné z: <[http://www.zpc-galerie.cz/cs/page/education\\_programs](http://www.zpc-galerie.cz/cs/page/education_programs)> [cit. 20.4.2012]

## **Resumé – English Summary**

### The Graphic Design of Exhibition Project

If I contemplate the final form of my thesis, I think that main aims of the assignment are fulfilled. The whole collection of graphic works is done. The concept of this collection is described in the thesis. Printed materials are designed to present the fictitious exhibition project, which has been called „Les“ („The Forrest“). This project has been designed for new gallery of students of The Institute of Art and Design. So my attention has been paid for presenting works of students of Atelier of Book and Paper. I have chosen this atelier because I am a graduate of this atelier as well. Work on this thesis is my first experience with such a complete project with visual unit of this extent. I have designed printed materials for promotion and advertising on public places, in means of public transport (posters, leaflets, programme and placard) and materials for the exhibition's space and for visitors (catalogue, invitation, tickets, exhibit legends...etc.). The result is based on basic forms, monochrome, typography unit and work with photography as a visual sign. I have worked with basic elements of visual expression, e. g. lines, points, shapes, spaces and colours. I have tried contemplating a structure and concept of whole project, hierarchy, contrast and visual rhythm of the graphic unit.

## **Seznam obrazových příloh**

Příloha č. 1 – Logo, logotyp

Příloha č. 2 – Plakát 3

Příloha č. 3 – Plakát 2

Příloha č. 4 – Plakát 1

Příloha č. 5 – Nástěnný program

Příloha č. 6 - Poutač

Příloha č. 7 - Skládačka

Příloha č. 8 - Leták

Příloha č. 9 - Pohlednice

Příloha č. 10 – Pohlednice A5

Příloha č. 11 - Pozvánka

Příloha č. 12 – Vstupenka, titulní strana katalogu

Příloha č. 13 – Popisky exponátů

## Obrazové přílohy