

Využití symbolu lásky a přátelství v grafickém designu a reklamě

BcA. Lucie Winklerová

Diplomová práce
2007



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav reklamní fotografie a grafického designu
akademický rok: 2006/2007

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Lucie WINKLEROVÁ**

Studijní program: **N 8206 Výtvarná umění**

Studijní obor: **Multimedia a design**

Téma práce: **1. Teoretická část:
Využití symbolů lásky a přátelství v grafickém
designu a reklamně**

**2. Praktická část:
Autorský projekt - Minimalismus v grafickém
vyjádření pocitů**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

rozsah práce: minimálně 40 stran + přílohy, odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané šablony.rtf) ve formátu PDF na 1 ks CD nosiči. Dále odevzdat 2 vytištěné výtisky elektronické podoby, 1 výtisk graficky zpracované diplomové práce, která může mít volnější grafickou podobu.

Pokyny pro vypracování: prostudujte a analyzujte dostupné materiály vážící se k zadanému tématu. Formulujte své závěry a získané vědomosti.

2. Praktická část:

rozsah práce a pokyny pro vypracování: vytvořte variantní návrhy projektu a koncepci grafického zpracování, ve druhé fázi práce zpracujte zvolenou variantu projektu v maximálně možném rozsahu. Praktickou část práce odevzdejte vytištěnou a patřičně adjustovanou v jednom provedení, včetně 1 ks CD nosiče.

Rozsah práce: viz Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz Zásady pro vypracování
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/umělecké dílo

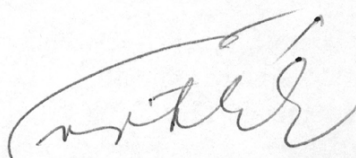
Seznam odborné literatury:

Doporučené zdroje:

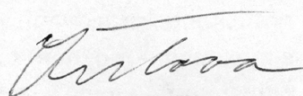
veškeré knihovnické zdroje na území ČR, webové stránky vztahující se k tématu, odborné časopisy a další literatura po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Jiří Eliška**
Ústav reklamní fotografie a grafického designu
Datum zadání diplomové práce: **15. ledna 2007**
Termín odevzdání diplomové práce: **11. května 2007**

Ve Zlíně dne 15. ledna 2007


doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.
děkan




ak. mal. Šárka Šišková
ředitel ústavu

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje.

Ve Zlíně, 30. dubna 2007

.....

BcA. Lucie Winklerová

ABSTRAKT

Na následujících stranách a v obrazové příloze bych Vás chtěla seznámit s mojí magisterskou prací, která se nazývá „Využití symbolu lásky a přátelství v grafickém designu a reklamě“. Snažila jsem se co nejlépe vystihnout historický vývoj symbolů, jejich symboliku a vliv na dnešní reklamní průmysl a grafický design. Popisovala jsem nejen symboly spojené s láskou a přátelstvím, ale vybírala jsem také symboly, které jsou z mého pohledu velmi rozšířené a dominantní nejen v oblasti grafického designu a reklamě, ale i v malířství nebo v designu průmyslovém. Připomněla jsem i osobnosti z oblasti grafického designu, které se symboly pracovali v minulosti nebo je využívají v současné době. V neposlední řadě jsem uvedla pár příkladu z použití symbolů lásky v oblasti reklamního a marketingového světa.

Klíčová slova: symbol, láska, přátelství, srdce, historie, vývoj, logo, emoce

ABSTRACT

On the following pages and hooked illustration I would like to acquaint you with my master thesis called "Usage of love and friendship symbols in graphic design and advertisement". I've tried my best to describe historical development of symbols, their symbology and influence on today's advertisement industry and graphic design. I've described not only symbols connected with love and friendship but I've chosen also some symbols which are from my point of view very much extended and dominate not only in graphic design and advertisement but also in painting or industrial design. I've also reminded some graphic design personalities, who worked with symbols in past or are using them nowadays. Last but not least I've chosen a few examples from usage of love symbols in section of advertisement and marketing.

Keywords: symbol, love, friendship, heart, history, evolution, logo, emotions

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala svému vedoucímu své teoretické a praktické práce, doc. PaedDr. Jiřímu Eliškovi, za jeho pečlivý přístup, ochotu, trpělivost a čas, který mé práci věnoval a za rady, které mi byly velkým přínosem.

Co dělat s krásou, ba i s radostí, neokoušíme-li je v srdci druhého?

ROMAIN ROLLAND

OBSAH

ÚVOD	6
SYMBOL OBECNĚ	8
HISTORIE A VZNIK SYMBOLŮ	11
VIZUÁLNÍ KOMUNIKACE V PREHISTORICKÉ DOBĚ	11
STRUČNÝ VÝVOJ PÍSMO	13
PÍSMO ČÍNY, BABYLÓNU A EGYPTA	13
UŽITÍ FIGUR, ZNAKŮ A SYMBOLŮ	16
Užití barev	16
Barva má funkci	16
Rozdělení symbolů (značek)	18
DOMINUJÍCÍ SYMBOLY (NEJEN V GRAFICKÉM DESIGNU)	19
SYMBOL KŘÍŽE	19
Kříž jako znak	20
Užití symbolu v křesťanství	20
Různé podoby kříže	20
V populární kultuře - ANKH	21
Kříž a grafický design	22
Historie hákového kříže	22
Svastika v Evropě	23
Populární kultura a moderní média	24
SYMBOL ŠIPKY	25
Co je ikona	25
Něco málo z historie	25
SYMBOL HVĚZDY	27
Davidova hvězda	27
Betlémská hvězda	27
Hvězda a vlajka	28
Hvězda a grafický design	28
SYMBOL VULVY	30
Symbol píča	30
SYMBOL MÍRU	32
Holubice	32
SYMBOL LÁSKY	34
Srdce	34
SYMBOL LÁSKY A PŘÁTELSTVÍ V GRAFICKÉM DESIGNU	36
SRDCE A PLAKÁT	36
SRDCE A PRVNÍ ZMÍNKY	37
IKONA SRDCE	38
OSOBNOSTI GRAFICKÉHO DESIGNU	40
PROJEKT SAN FRANCISCO	44
SRDCE, LÁSKA A PŘÁTELSTVÍ V REKLAMĚ	45
ZÁVĚR	47

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	49
SEZNAM OBRAZOVÝCH PŘÍLOH.....	50

ÚVOD

Téma mé magisterské práce se nazývá „Využití symbolu lásky a přátelství v grafickém designu a reklamě“.

Jako studentovi grafického designu je pro mě práce se symboly, ornamenty a grafickými prvky tohoto druhu velice častá a zároveň i blízká. Dá se říci, že v posledních letech je i velice oblíbená a populární v širším okruhu umění, jako je dekor v módě, tak i například v průmyslovém designu.

Symboly by měly splňovat na první pohled funkci estetickou, praktickou, ale hlavně informační. Vybrala jsem si symbol lásky a přátelství, protože v nespočetném množství je mně tento symbol blízký a zajímá mě jeho historie. Chci také zmapovat historii symbolu obecně, jak velice ovlivňují grafického designéra, jeho tvorbu a jak velký vliv má symbol lásky a přátelství v oblasti reklamy. Tím, že symbolů je velice mnoho, z mého pohledu vyberu jen ty neznámější o kterých budu psát. Zmapovala bych jejich původ, historii a dnešní použití v grafickém designu a v reklamě. Mezi ty neznámější, kterým se budu také věnovat je symbol kříže, symbol míru, šipka, hákový kříž, hvězda a symbol vulvy. Pokusím se také zjistit, jak je spjatý symbol lásky s náboženstvím a do jakých jiných oblastí zasahoval nebo zasahuje. Jaké se k němu váží legendy i historická fakta, v jakých jiných oblastech grafického designu se symbol vyskytuje a používá. Jako například v literatuře, divadle, filmu, tzn. Filmové a divadelní plakáty, knižní přebaly a jiné...

Připomenu také okrajově osobnosti nejen českého, ale i světového grafického designu, které s tímto symbolem ve větší či menší míře pracovali.

Chci se zmínit i o oblasti neestetické, o „kýči“. Jako každá věc, která se stane oblíbenou a populární, se časem dostane do roviny, která je už na hranici nevkusy.

Když se vymkne kontrole a je používána bez jakéhokoliv řádu, estetického cítění, či omezení, stane se „kýčem“. Proto i symbol lásky – srdce je dnes pro mnohé z nás vnímán jako zprofanovaný a možná i povrchní symbol, doplněný hloupými a prvoplánovými doplňky, které již s grafickým uměním nemají mnoho společného.

V předposlední části bych ráda napsala něco o reklamě, jako médiu, bez které se grafický design v dnešní době jen stěží obejde. O jejím vzniku, prvopočátcích a navázání na reklamní marketingový trh.

V poslední části mé práce se chci zmínit o „reklamním“ pojetí lásky z pohledu prodejce, například lásky k něčemu jinému než k bytosti opačného pohlaví nebo člověku obecně.

SYMBOL OBECNĚ

Symbole nebo znaky jsou nejstarším prvkem dorozumívání se mezi lidmi už od začátku zrodu člověka.

Symbol může být materiální předmět, jehož tvar nebo původ je příbuzný, od přírody nebo konvence. Tímto způsobem je reprezentován například kříž, který je hlavním symbolem křesťanství nebo žezlo a koruna, což jsou tradiční symboly královské moci. Symbol může být také více či méně konvenční obraz (tj. ikona), nebo detail obrazu. Symbolika je i ve tvaru a barvě. Například olivová větev v heraldice reprezentuje mír, svatozář je tradiční symbol svátosti v křesťanském světě, plédy jsou symboly skotských klanů. Červená barva je často používána jako symbol pro sociální činnosti a myšlenky, ale dala se i zneužít, obzvláště v komunismu.

Symbole bývají tištěné a psané, obvykle se používají pro vyjádření čehokoliv. (Zvuku, pohybu, směru, apod.). Také matematické symboly, jako + (plus), reprezentují určitou funkci kvantity a jiné matematické operace. Symbole cizích měn reprezentují měnové jednotky, chemické značky reprezentují elementy, a tak dále. Symbole mohou také být bezvýznamné entity (objekty) jako zvuky, slova a gesta. Zvuk gongu, zvonku, bouchání kladívka soudce apod., často mívají sjednané smysly v jistých souvislostech. Ve skutečnosti, každé slovo v přirozeném jazyce je symbol pro nějaké stanovisko nebo vztah mezi stanovisky.

Symbol je obvykle rozpoznán jen uvnitř nějaké specifické kultury, náboženství nebo disciplíny, ale některé symboly ještě dnes nejsou rozpoznány mezinárodně. Seznam těchto symbolů se dá spočítat okolo sta znaků. Proto můžeme obecně říci, že je mnoho odlišných kultur a oblastí, která mají svá specifika, podle kterých se pak daný symbol odráží a zrodí. Symbol není tedy jen grafickým prvkem vizuálním, ale jak jsem již výše zmínila, může být nejen viděn, ale i slyšen, cítit, může nějakým způsobem chutnat, člověk se ho může i dotýkat. V protikladu k symbolům je člověk postavený objekt, který může jen být zadržen myslí.

Ale vraťme se k symbolu a jeho charakteristice obecně.

Symbol (řec. σύμβολον symbolon poznávací znamení, emblém, značka, obraz; ze συμβάλλειν spojit dohromady) označuje znamení, které je na první pohled pochopitelné, bez pomoci bližšího vysvětlení.¹

Původní význam symbolu sahá k starověké tessera hospitatis, znamení přátelské pohostinnosti, kdy host podal svému hostiteli při loučení rozlomenou hliněnou tabulku nebo hůlku. Ta pak sloužila jako poznávací znamení při příštím možném setkání člena hostitelovy domácnosti s dřívějším hostem – obě poloviny tabulky do sebe zapadly. V době před uzavíráním písemných smluv znamenal symbol v egyptském a helénistickém prostředí důkazný předmět pro uzavření smlouvy, pro identifikaci posla, přijetí peněz nebo zboží. V pozdější době byl nahrazen pečetí.

Symbol je druh znamení. To je pak smysly vnímatelná skutečnost, která poukazuje na něco, co takto vnímatelné není. Asi nejčastějším symbolem je pak slovo odkazující k myšlení. Symboly a znamení lze rozlišovat podle více kritérií, např. takto:

signál znamení je součástí označovaného (kouř – oheň)

znamení (konvenční, zástupný symbol): vztah mezi znaméním a označovaným je dán zvnějšku domluvou, konvencí; musí být tedy naučen (dopravní značka, číslice, slovo)

symbol (reálné, reprezentativní znamení): symbol je způsob přítomnosti označovaného; vztah mezi dvěma rovinami je nikoli vnější, ale vnitřní (duše –tělo)

Symboly jsou sdělovací prostředky, které mají různé vlastnosti a sdělování probíhá mezi subjekty prostřednictvím médií, pro které mají ty či oné subjekty rozvinutou citlivost. (TV-zrak, rozhlas-sluch, atd.). U člověka jde o sdělování ve sféře zrakové, sluchové, hmatové, chuťové a čichové. Při vytváření takového symbolu je autor seznámen, do jakých sdělovacích subjektu bude symbol zasahovat. Například mezi nejrozšířenější vnímání symbolů je zrakové sdělování.

Zrakové sdělování využívá mnoha různých struktur. K nejběžnějším patří gestikulace rukama, mimika obličeje, kresba, malba, plastika, fotografie. K praktickému sdělování se užívá nejčastěji kresba. Ta se právě vyvíjí také z gestikulace rukou, pohybu těla a mimiky obličeje (např. piktogramy, značky). Značka je v konvenční komunikaci figury, znaku nebo symbolu s tabulkou. Tabulka je plocha, která svým daným tvarem specificky vymezuje obsah

¹ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Symbol>

prvku, který je v ní umístěn. Obecně řečeno, značky jsou všechny kombinované struktury, které vytváří uzavřený celek. Jsou jimi prezentovány například organizace nebo některé činnosti. Je-li grafický prvek vytvořen z grafického prvku a doplněn písmovým znakem, nazýváme jej logotyp.

Je-li grafický prvek bez písmového znaku nebo se používá samostatně, může být využit jako vizuální symbol. Hovorově se pro tyto prvky užívá někdy společné slovo „logo“, ale odborníci vždy rozlišují podle typu struktury symbol, logotyp a značku.

HISTORIE A VZNIK SYMBOLŮ

„Když už je srnčí zase dávno pryč, čte si myslivec poselství, které je konzervováno v jeho stopě“

Adrian Frutiger

Vizuální komunikace v prehistorické době

Počátky vizuální komunikace jsou patrné už v pravěku. Člověk poprvé se odvážil použít hlavy a mozek mu umožnil pochopit dané informace. Stal se vlastně už čtoucí bytostí. Četl a dodnes ještě dokáže číst stopy, které mu zanechává příroda, aby pochopil její povahu a s tím i svou vlastní. Současně je člověk také bytostí komunikující a stojí o to, aby o sobě i o ostatních věcech mohl vyprávět a tím i komunikovat s okolním světem. Proto se dá říci, že vlastně stopa, otisk jakéhokoliv živého tvora byla prvním informujícím a komunikačním symbolem. Tak vznikla první myšlenka vyjadřovat se „obrazně“ pomocí těchto prvotních symbolů. Kromě toho známe nejstarší jeskynní otisk, „značku“ ruky, možná „podpis“ osoby ve španělské jeskyni Altamira. Lineární projev patří k nejstarším a elementárním potřebám lidstva. Pokus přenést viditelný svět kresbou a tím se ho zmocnit je patrně jednou z nejobecnějších příčin vzniku umění. Projekce trojrozměrných předmětů do plošné lineární soustavy je ovšem tvůrčím činem. Nejdůležitějším momentem pro vizuální komunikaci je vznik písma. V pozdější době používaly různé národy Evropy i Asie k označování svého dobytka tzv. vlastnických značek. Další takové odlišující prvky jsou uzlové značky, vrubované značky na holích a řetězy z mušlí.

Z hlediska dějin je podstatné, že některé, zejména jeskynní kresby mají stylizovanou podobu a zobrazovaný předmět určují jen několika tahy = vytváření prvních drobných prvků obrázkového písma.

Podmínkou vzniku řeči a později písma byla praktická činnost lidí a společenský charakter práce, který vyžadoval vyjadřování a zaznamenávání myšlenek a skutečností. V dlouhých etapách vývoje lidstva nadešel čas, kdy ústní předávání zpráv a myšlenek nedostačovalo. Při

sledování vývoje písma a tisku rozeznáváme dvě hlavní období, která jsou od sebe neoddělitelná a navzájem se doplňují.

Prehistorické období – vznik předchůdců písma – kresby – piktogramy – ideogramy.
Historické období – vznik ručně psaných, kreslených nebo jinak utvářených písem, vznik kovových tiskových písem a tisku, vznik nových tiskových technik v 19. a 20. století a moderní tisková tvorba.

Piktogramy – zjednodušené kresby, jejich smysl je jasný i bez znalosti jazyka. Později z nich vzniká obrázkové písmo. Některé národy zůstaly ve vývoji písma na této úrovni až do 19. století. Známy je piktogram z roku 1849, zaslaný Kongresu USA, ve kterém Indiáni žádají vrácení lovišť.

Ideogramy – symboly. V kultuře vyspělé oblasti Mezopotámie a Středomoří se v období otrokářského řádu začaly vyvíjet obrázkové ideogramy pro určitý pojem, který bylo možno vyjádřit mluvenou řečí. Předpokladem pro přečtení ideogramu byla znalost pojmu, který vyjadřoval. Podobně se u jiných národů začaly používat uzlové značky (Inkové, Aztékové). Místní označení (navršené kameny), značící hranice pravěkých lovišť, vruby do stromů, barevné značky i tetování jsou symboly jejichž správný význam někdy těžko chápeme. Lidstvo v hojné míře používá těchto symbolů dodnes. Co jsou symboly (loga) firem? Pouze snaha o grafické ztvárnění, zjednodušenou identifikaci a snaha o „vyznačení loviště“. A tetování na lidském těle?

Snaha říci ostatním „toto jsem JÁ, toto je MOJE tělo“. A když půjdeme dál, zjistíme, že snaha o vizuální komunikaci nás potkává na každém kroku. Např. navigace v metru, letišti, nemocnici. Patří sem i dopravní a turistické značky, lodní abeceda, atd. Vývoj se však nezastavil a z piktogramů a ideogramů se v příhodných podmínkách začalo tvořit písmo. Nejprve slovní, které se dále vyvíjelo, přes slabikové k hláskovému.

Stručný vývoj písma

Písmo se používá na vizuální zápis jazyka se symboly. Nejstarší typy písma jsou piktogramy nebo ideogramy. Většina písem může být rozdělena do 3 kategorií: logografické, slabické (slabičné) a abecední. Obecné slovo pro symboly v písmu je grafém (znak). Glyf je grafická reprezentace znaku. Glyfy většiny písem tvoří linie (čáry) a proto se nazývají lineární (čárové), ale existují i glyfy nelineárních písem tvořené jinými typy značek. Písmem rozumíme znaky, které mají sloužit k trvalému zaznamenávání myšlenek a skutečností. Je časově i místně nezávislé na osobě sdělujícího. Předpokladem pro přečtení písma a porozumění obsahu je nejen znalost písem (znaků), ale i znalost řeči (jazyka), v níž je písmo napsáno.

Písmo Číny, Babylónu a Egypta

První písmové soustavy se vyvinuly nezávisle na sobě. Vytvořili je obyvatelé Babylónu, Egypta a Číny. Sousední národy od nich přijaly písmo již hotové a během času si je přizpůsobily vlastním potřebám. Čínské písmo vzniklo asi dva tisíce let před naším letopočtem. Má více než padesát tisíc znaků, ale pro běžnou potřebu člověk vystačí s třemi tisíci znaky. Písmo se maluje štětcem nebo tiskne kolmo dolů. Na vývoj evropského písma tato vyspělá východní kultura neměla přímý vliv. Další dvě písma, babylónské a egyptské, se stala základem vzdělanosti evropských národů. Babylónské písmo klínové má svůj počátek u Sumerů. Svou formou bylo vázáno na používaný materiál a druh psacího nástroje (hliněné psací destičky, které se vypalovaly a dřevěná rydla). Stáří se odhaduje na šest tisíc let a mělo přímý vliv na vznik a vývoj mladších forem písma se starém Egyptě, jelikož obě otrokářské velmoci vedly čilý obchodní a kulturní styk. V historii Egypta se postupně vytvořili tři písmenové soustavy, jejichž znaky byly slovní, slabické i hláskové. Hláskových znaků bylo 24, a to jen pro souhlásky. Samohlásky k souhláskám si čtenáři doplňovali sami, podle smyslu textu. Nejstarší z nich byly hieroglyfy. Vznikaly přibližně před pěti tisíci lety jako písmo obrázkové, které bylo postupně výtvarně zdokonalováno a zjednodušováno. Používalo se zejména při rytí nápisů do stěn paláců, chrámů a hrobek faraónů. Roku 1822 jej rozluštil Francouz J.F.Champollion.

Hieratické písmo – kněžské

Bylo jednodušší než hieroglyfy. Mělo asi 600 znaků. Písaři jej dále zjednodušovali. Použití tohoto písma bylo velmi široké. Zachovaly se nám rytina na kamenech i fragmenty knih a papyrusových svitků. Posledním písmem bylo písmo démotické – lidové. Používalo se v praktickém životě. Byly nalezeny obchodní smlouvy, dlužní úpisy, nařízení, vyhlášky. Jeho kresba byla již plně podřízena materiálu, na který se psalo – papyrusu. Jednotlivé znaky se postupem času změnily ve znaky písmenové. Egyptským písmem nastal přechod od písma obrázkového, slovního, k písmu hláskovému.

Fénické písmo

V druhém tisíciletí před naším letopočtem žili na území dnešní Sýrie Féníčané, kteří vytvořili souhláskovou, tzv. severosemitskou abecedu o 22 písmenech. Přímý vliv egyptského písma na fénické není prokazatelný ani v grafické formě. Z fénického písma vzniklo 80 procent známých abecedních soustav. Západosemitští Féníčané byli zdatnými obchodníky a mořeplavci. Pronikli do všech moří mezi Afrikou, Asií a Evropou. Je možné, že severogermánské runy (runa = tajemství) o 24 písmenech, staré asi dva tisíce let, jsou odvozeny od fénického písma. I na ostrově Kypru v Egejském moři byly ve vykopávkách nalezeny fénické nápisy. Fénické písmo se psalo zprava doleva.

Řecké písmo

Řekové přijali písmo fénických obchodníků asi v 10. století před naším letopočtem. S písmem však nemohli přijmout metodu použití. Semitská souhlásková abeceda řečtině nevyhovovala. Některé znaky přetvořili na samohlásky, jiné – pro řečtinu neupotřebitelné – vypustili. Tomuto písmu se říká řecké písmo archaické. Protože v té době ještě neměli jednotný jazyk, vzniklo několik variant písma pro různá nářečí. Lze je rozdělit na dvě skupiny: východní a západní řeckou abecedu. Z východních písem, která se stala základem národního písma všech Řeků, později vznikla i písma slovanská. Ze západořeckých písem pak latinka.

Logografická písma

Logogram je jediný napsaný znak, který reprezentuje kompletní gramatické slovo. Většina čínských znaků je klasifikováno jako logogramy, protože každý znak reprezentuje jedno slovo (přesněji morfém), mnoho logogramů vyžaduje napsat všechny slova jazyka. Velký počet logogramů a memorování (učení se nazpaměť) jejich významu jsou hlavní nevýhody logografických systémů v porovnání s alfabetskými (abecedními). Ale protože

význam je obsažený v symbolu, stejný logografický systém může teoreticky být použit na reprezentaci různých jazyků. V praxi je to možné jen pro velmi blízké jazyky jako dialekty čínštiny. Korejšťina i japonšťina používají čínské logogramy ve svých písmech a mnoho symbolů má stejný význam v různých jazycích. Ale jsou různé od čínštiny natolik, že čínský text není pro japonského nebo korejského čtenáře lehce srozumitelný.

I když většina jazyků nepoužívá kompletní logografická písma, mnoho jazyků používá nějaké logogramy. Dobrý příklad moderních západních logogramů jsou arabské číslice - každý uživatel těchto symbolů rozumí co znamená 1, i když to volá různě: jedna, one, eins, uno nebo ichi. Jiné západní logogramy obsahují ampersand & (používaný pro spojku a) a zavináč (anglicky „at sign“) @ , používaný v mnoha kontextech např. logogramy se někdy nazývají ideogramy - slovo označující symboly, které graficky reprezentují abstraktní myšlenky, ale lingvisté se tomuto použití vyhýbají, protože čínské znaky jsou často sémanticko-fonetické (fonetika=hláskosloví) sloučeniny, symboly obsahující element reprezentující význam a element reprezentující výslovnost. Někteří lingvisté rozlišují mezi lexigrafií a ideografií, kde symboly v lexigrafiích reprezentují slova a symboly v ideografiích reprezentují slova nebo morfémy. Nejdůležitější (a jediné přežívající) moderní logografické písmo je čínské, jehož znaky jsou použity s různým stupněm modifikace v čínštině, japonštině, korejšťině, vietnamštině a v jiných východoasijských jazycích. Starověké egyptské hieroglyfy a písmo Mayů jsou též logografické systémy, ale už se nepoužívají.

Užití figur, znaků a symbolů

Obecně je dáno, že je-li možné nějaký jev přímo jednoduše zobrazit, používá komunikace figuru. “Není-li možné daný jev přímo zobrazit, použije se znak nebo symbol, který je vybrán na základě historických souvislostí nebo srovnávací systémové analýzy. Znaky nebo symboly se pak užívají na základě nezávazné společenské konvence nebo na základě konvencí různého typu dosahu a závaznosti. K závazným konvencím širokého dosahu patří mezinárodní normy ISO, které jsou obdobou pravidel pravopisu hláskové řeči. Zabývají se grafickými symboly včetně šipek, barvami a tvary tabulek. Podle některých názorů není dobré podřizovat praktickou vizuální komunikaci (tedy výběr symbolů i užití barev) přísným všeobecně platným mezinárodním konvencím. Vede to prý ke zbytečné jednotnosti. Vizuální komunikace může prý fungovat spontánně bez sjednocování a učení. Soudobé vědecké poznatky ale říkají, že vizuální komunikace se rozrostla do takové šíře a kvality, že bez sjednocení a učení by byla její funkčnost využita jen z velmi malého procenta. To by bylo pro mezinárodní komunikaci v soudobé vizuální epoše škoda. Proto je vhodné přistoupit na zásadu, že veřejná vizuální komunikace se řídí pravidly a je po celém světě jednotná. Různorodost a možnost projevu regionálních specifíků je charakteristická pro oblast reklamy propagující jednotlivé subjekty. Rozumět obsahu znaků a symbolů se učíme jednak každodenní praxí, jednak pomocí učebnic a slovníků. Pochopení obsahu je, podobně jako v mluvené řeči, značně závislé na znalosti vztahů mezi různými figurami, znaky, symboly i skutečností“.²

Užití barev

Barva, která je neodmyslitelnou součástí grafika a obecně výtvarníka je ve spojitosti ze symboly a znaky důležitá. Barvy mají svou charakteristickou vlastnost a pomocí barvy lze někdy charakterizovat určitou věc, či dopomoci k určité symbolice. Dalo by se říci, že barva je symbol sám o sobě a má na člověka vliv. Barva je barevný pocit, který vzniká světelným drážděním sítnice oka, který závisí na stavu zrakového orgánu, na podmínkách pozorování, chemickém složení povrchu předmětu a na psychických vlastnostech pozorovatele.

Barva má funkci

1. Symbolickou (červená = láska, černá = v Evropě smrt, bílá=čistotu, v Číně smutek).

² <http://www.institut-informacniho-designu.cz/ucebnice/figury.htm>

2. Fyzikální (bílá, stříbrná: nezahřívá se (shladitelné výrobky). Černá = zahřívá se).
3. Fyziologický vliv (protilehlé barvy stejné sytosti kmitají).
4. Psychologický a emocionální vliv na organismus.
5. Technický (př. kyslíkové bomby jsou označeny modrým pruhem, schody žlutým nebo černým pruhem).
6. Asociační vliv (zelená – tráva, modrá – nebe).
7. Prostorový vliv (světlé barvy – prostor zvětšuje, teplé a tmavé barvy vystupují do popředí, studené a teplé ustupují).

Barvy používáme při dorozumívání analogicky a konvenčně. Analogické užití znamená, že barvy odpovídají skutečnosti. Kromě běžných obrázků užíváme barvy analogicky například na mapách. Základ konvenčního užití barev tvoří systém obecného informačního kódu. Jde o přiřazení nejpřirozenějších obsahů běžným, snadno rozlišitelným barevným tónům. Jakékoli užití barev odchylné od obecného barevného kódu má menší předpoklad funkčnosti. Aby mohlo fungovat, musí být aplikováno ve zvláštních vazbách. Bílá barva je vyváženou složeninou mnoha barev, jejichž součtem je neutrální tón. V konvenční komunikaci se proto užívá pro neutrální oznámení nebo jako univerzální barva návěští informací. Současně se používá pro kontrastní neutrální zobrazení figur, znaků a struktur ve tmavých plochách. Zelená je barvou rostlinné přírody, která znamená pro člověka život a bezpečí. Ve sjednaném sdělování se proto užívá pro oznámení o bezpečí. Žlutá je barva slunce, kterou si většinou spojujeme s energií a aktivitou. Je to barva s nejvyšším jasem. Aktivita každé součásti přírody vyžaduje pozornost jejich dalších součástí, proto je žlutá v konvenční komunikaci přidělena výstraze. Modrá je barvou vody a ledu, proto si ji spojujeme s chladem. V konvenční komunikaci je jí přisouzen chladný význam příkazu. Červená je barvou ohně a krve. V konvenční komunikaci je proto spojena s nebezpečím, omezením a zákazem. Šedá je odstínem mlhy, popele, rozpadu a prachu. Proto v konvenční komunikaci souvisí se zrušením informace. Černá je neutrální barvou tíhy a tmy. Používá se pro kontrastní neutrální zobrazení figur, znaků a struktur ve světlých plochách tabulek. Uvedené barevné tóny se samostatně užívají ve smluvené komunikaci spíše výjimečně. Tvoří například barevný povrch ovladačů (vypínačů, tlačítek), světelných informačních panelů (semaforů), kontejnerů, ventilů. Častěji se používají ve spojení se specifickým tvarem tabulky, který umocňuje nebo dále odlišuje jejich význam. Krátce se ještě zmíním o kvalitách, kterou by barva měla mít. Barevný tón, který se určuje vlnovou délkou, sytost, neboli čistota tónu, světlost neboli

tmavost, je to hodnota, která se porovnává s bílou barvou a také simultánní kontrast, který vyjadřuje, že tmavá barva své okolí zesvětluje a světlá okolí ztmavuje.

Rozdělení symbolů (značek)

Symbole a značky nesou obecně formu informační. Mají být čitelné pro člověka jiné národnosti, jakéhokoliv vzdělání či věku. Mají proto na první pohled (hmat, čich, sluch) informovat, kde se člověk například nachází, směr, velikost, místo, informovat o blížícím se nebezpečí nebo nějakém zákazuapod. Tyto značky a symbole jsou rozděleny do nespočetně mnoha skupin. Každá skupina značek má své charakteristické vlastnosti a některé jsou užitečné nebo čitelné pro určitou skupinu lidí, která jejich čitelnost ovládá a je pro ni nezbytná. Někdy jsou doprovázeny i barvou, která je nedílnou součástí některých z nich:

1. Dopravní značky (výstražné, zákazové, příkazové, informační)
2. Lodní značky
3. Námořní vlajková abeceda
4. Pochodové značky
5. Turistické značky
6. Mapové značky
7. Značky na jízdnicích řádcích
8. Lyžařské výstražné značky
9. Stopy zvířat

Toto jsou značky informující o nějakém dopravním systému a dobré orientaci a komunikaci v dopravě. Mezi další skupiny patří symbole ukazující nebezpečí, bezpečnost práce, varování, omezení, odpadový materiál, symbole ve sportu, děti, lidí, zvířat, přírody, zvěrokruhu. Známe hudební znaky a symbol hudby, japonské symbole ve znakovém systému, řecké....atd.

DOMINUJÍCÍ SYMBOLY (NEJEN V GRAFICKÉM DESIGNU)

Symbol Kříže

„Patří k nejstarším znamením na Zemi. Vyjadřuje čtyři směry prostoru i čtyři základní živly –zemi, vzduch, vodu a oheň – střetávají se v průsečíku. S příchodem křesťanství se stal kříž obecným symbolem víry a ctnosti. Připomíná Kristovu oběť a utrpení. Zdobili se jim křížáctí bojovníci na svých výpravách do Svaté země a pod znamením kříže sváděli boje s pohany. Kříž je symbolem zásluh a poct, ale také zemřelých a hřbitovu. Je znamením mnoha rytířských, světských i církevních řádů, jimiž je užíván v rozmanitých podobách.“³ V římské říši sloužil k popravě zločinců – otroků, politických buřičů a těch, kdo nebyli římskými občany. Vzhledem k tomu, že na kříži byl popraven i Ježíš Kristus, stal se kříž později, v 5. nebo 6.století, typickým znamením křesťanství.

Symbol kříže. “ Podle legendy našla dřevo kříže, na kterém byl Kristus ukřižován, svatá Helena, matka císaře Konstantina Velikého, po svém obrácení na křesťanskou víru. Přiměl ji k tomu sen jejího syna, v němž spatřil na obloze kříž s nápisem *In hoc signo vinces* neboli Pod tímto znamením zvítězíš. Kristův kříž byl prý zhotoven ze čtyř druhů dřeva - cedrového, cypřišového, olivového a palmového, což mělo být symbolem čtyř světových stran. První křesťané dobře věděli, že latinský název *crux* znamená nejen kříž, ale také šibenici, mučírnu, mučení, neštěstí a bídu. Trest ukřižování, který převzali Římané od "barbarských" Skythů a Asyřanů prostřednictvím Peršanů a Punů, patřil k trestům výjimečně krutým a ponižujícím. Na kříži končili ti, kteří si zasloužili pohrdání.

Císař Nero dobře věděl, proč nechával křesťany ukřižovat. Symbol kříže však nevznikl s křesťanstvím, je mnohem starší. Znali ho již staří Egypťané, Číňané či Kréťané (ve zříceninách v Knóssu byl objeven mramorový kříž z 15. století př. Kr.) a jeho význam byl v různých kulturách i náboženstvích univerzální. Byl spojen s problémem orientace v kosmu, v prostoru mezi nebem a zemí a chápán jako propojení božského (vertikální rameno) a lidského (horizontální rameno) světa. Ve starém Egyptě se kříž stal symbolem věčnosti, který byl kladen na čela zemřelých faraónů. Ale Kristova muka na kříži dala starému symbolu nový význam, protože pozemská smrt Syna božího spojila pevným poutem člověka s nebesy.

³ Milan Mysliveček, *Panoptikum symbolů, značek a znamení*. Horizont, Praha 1994

Kříž má řadu forem. Ve tvaru T symbolizoval u Izraelitů příchod Mesiáše a byl považován za ochranný talisman, stejný kříž s horním úchytem označoval v Egyptě slunce nebo klíč k božským znalostem. Kříž svatého Ondřeje ve tvaru X nacházíme na starověkých mincích a náhrobních stélách. Řecký rovnoramenný kříž znaly již asyrská, fénická, egyptská, perská a etruská kultura, pro které symbolizoval věčnost, minulý život a plodnost. Klasický křesťanský kříž s delší spodní částí, která se zakopávala do země, se nazývá latinský⁴.

Kříž jako znak

Kříž má jako znak mnoho různých významů, zvláště v matematice. Římská číslovka pro 10 je X; v latinské abecedě jsou křížem písmena X a T; v typografii se používá jako znak pro úmrtí (†); v matematice se užívá jako symbol pro sčítání (+) a násobení (×); velké přeškrtnutí textu ve tvaru kříže označuje, že má být text smazán.

Užití symbolu v křesťanství

Během prvních tří křesťanských století se s křížem v křesťanské ikonografii nesetkáváme, protože tento způsob veřejné popravy na kříž byl zvláště bolestivý a krutý. Namísto toho křesťané užívali jako symbolu ryby (tzv. ichthys) nebo monogramu chíró, který převzal Constantinus I. Popis kříže lze najít v křesťanských spisech od počátku 2. století. O významu kříže v křesťanské úctě se zmiňují autoři 3. století – Kléméns Alexandrijský a Tertullianus (ten označuje křesťany jako crucis religiosi, uctíváče kříže). První vyobrazení kříže s Ježíšovým tělem pak můžeme najít teprve na dveřích baziliky S. Sabina na římském Aventinu, které pocházejí ze začátku 5. století.

Různé podoby kříže

“Kříž je vyobrazován v mnoha tvarech a různých stylech. Vyobrazuje se buď prázdný, nebo s Ježíšovým tělem (krucifix). Nejznámější podobou kříže je latinský kříž, užívaný obvykle západní církví (tedy latinskou). Mezi další podoby kříže patří: **řecký kříž** – zvaný také obecný, obě břevna mají stejnou délku; užívá jej obvykle východní církev; **ondřejský kříž** – v podobě písmene X, na němž byl umučen svatý Ondřej; nachází se mj. na vlajce Skotska; **Antonínský kříž** - kříž sv. Antonína (někdy též kříž tau či crux commissa) – v podobě písmene T; v této podobě nejčastěji vytvářeli Římané kříže pro popravy; **Vidlicový kříž** – zvaný také lotrovský. Je ve tvaru písmene Y. Ankh - Také známý jak Klíč Nil, Ovinutý

⁴ http://www.vira.cz/knihovna/index3.php?sel_kap=318

Tau kříž, a Ansated kříž. To byl symbol starobylého Egyptana života. Někdy daný latinský název jestliže to se objeví ve specificky křesťanských kontextech, takový jak crux ansata (“se zabýval křížem”). Svatopetrský kříž – obrácený kříž latinský. Dnes to je často sdružil se s anti-křesťanské nebo satanské skupiny. Tlapatý kříž – Červený na stříbrném štítě jej nosil řád templářů, proto se mu říká také Templářský. Dělový kříž – ramena jsou rozšířena rovně, byl používán jako vyznamenání z tažení proti Napoleonovi v roce 1814 a později se rozšířil jako obecný vojenský kříž. Patriarší kříž – má dvě ramena příčná z nichž spodní je delší. Známe jej ze státního znaku Slovenska. V církevní heraldice jej od 15. století užívají arcibiskupové a patriarchové. Papežský kříž – má tři příčná ramena, která se směrem nahoru zužují. Je znakem hlavy katolické církve. Pravoslavný kříž – má také tři příčná ramena, jen poslední je vychýlené do šikmé polohy. Maltézský kříž – kříž s osmi hranami, znak nejstarších rytířských řádů. Osm hrotů symbolizuje osm rytířských ctností. Zřetelnost, rozlišování, stálost, pochopení, pozorování, takt, útočiště a obratnost. Křížkový kříž – častý v anglické heraldice. Jetelový kříž – (brabantský) znak řádu sv. Mořice. Na vlajce Marylandu . Kotvicový kříž – kříž naděje. Jeruzalémský kříž – součást znaku Jeruzalémského království, vyhlášeného první křížáckou výpravou. Také známý jako kříž Křížáků. Čtyři menší kříže jsou řekl, aby symbolizoval jeden čtyři svazky evangelia nebo čtyř směrů ve kterém svět Kristův se rozšíří od Jeruzaléma. Střídavě, všech pět křížů může symbolizovat pět zranění Krista během cesty. Tento symbol je také použit ve vlajce Gruzie. Další kříže jsou například – kříž rytířů sv. Jakuba, kříž řádu Kristova, Pisánský kříž, kříž řádu sv. Ducha, Burgundský kříž, Hákový kříž“.⁵

V populární kultuře - ANKH

„Ankh je široce zaznamenán v médiích popové kultury jako tajuplný symbol zobrazující a sdělující hlubokou historii, tajemný život, sílu nebo duchovní kouzlo. V roce 1976 byl tento symbol ve sci-fi filmu Loganův běh, založený na románu Williama F. Nolana stejného titulu. Ve filmu „Hlad“ z roku 1983 - David Bowie a Katerine Deneuve nosí tento symbol jako zlatý přívěšek. Ve spodní části byl tajně ukryt nůž na pití krve. Ankh je pozoruhodný symbol v Ultima série počítačových her. Často je stává Ankh symbolem právě v počítačových hrách, kde symbolizuje funkci tajemnosti a smyslnosti příběhu a zároveň tak i samotné hry. Xenogears, Zak McKracken a cizinec Mindbenders, Věk divů, Vážný Sam první

⁵ Milan Mysliveček, Panoptikum symbolů, značek a znamení. Horizont, Praha 1994

setkání, Commander, Gunbound: Mistr světa, a Garfield nebo například Kenny McCormick v South Park, který nosí svou oblíbenou mikinu s tímto symbolem. Vinnie Vincent z rockové skupiny Kiss má vytvořen Ankh přímo na tváři. Tímto make upem vystupuje na hudebních představeních ze svou kapelou. V sérii komixové knihy Sandman charakter postavy Smrti vždy nosil ankh. Na sérii anime Yu-Gi-Oh!, postava Shadi používá klíč tisíciletí, který je ve tvaru ankh, kde se snaží odemknout a vniknou do mysli lidí. Ankh stal se stylovým a populárním designem i v tetovacích salonech. Moderní osobnosti, jako je profesionální zápasník Christopher Daniels, nebo umělec Erykah Badu či hráč NBA Shaquille O'Neil má Ankh tetování na svém těle. Profesionální zápasník Christopher Daniels často používá ankh jako symbol na svém oděvu“.⁶

Kříž a grafický design

Kříž se v grafickém designu používá také v mnoha směrech. Jako zobrazení smutku, smrti, utrpení, mučení apod. Plakát z motivem kříže je například vytvořen k opeře Rigoletto od Verdiho z roku 1990. Autor plakátu je polský výtvarník Andrzej Bartor. Andrej Pagowski roku 1988 vytvořil plakát k filmu „Na stříbrné hlavě“ a Grzegorz Marszalek plakát k filmu „MASH“ z roku 1990. Kromě toho například Piotr Zerdzicki 1989 k divadelní hře „Halka“, Roman Cieslewicz roku 1960 ke hře „Křížáci“. K dramatu „Nezabíjej“ z roku 1965, autor plakátu Roslaw Szaybo doplňuje kříž ještě expresivním výrazem ruky. Řek, Stasys Eidrigevicius vytvořil plakát s motivem kříže pro Trienále Plastiky „Sacrum“ z roku 1994. Wojciech Fangor je autorem plakátu k filmu „Tanec jednoho léta“ z roku 1956, kde grafický čistý černý kříž je propojen s fotografií a působí velmi silným a vizuálním dojmem. Všude na těchto ukázkách se symbol kříže objevuje v různých formách a grafických úpravách.

Historie hákového kříže

Ve starověku byla svastika používána značně. Svastika je posvátný symbol v hinduismu, buddhismus a Judaismu. Tento symbol se vyskytuje i v jiných kulturách a zemích, jako je Asie, Evropa, Afrika a i v kulturách domorodého Američana – někdy jako geometrický motiv, občas jako náboženský symbol. Jedno z předních míst zaujímá mezi symboly svastika. Sanskrtský výraz swastika složený z výrazů su a asti znamená něco dobrého či přízeň osudu; kříž se zahnutými konci neboli hákový kříž /něm. Hakenkreuz/. Nejstarší doklady toho posvátného symbolu jsou známy již z neolitu (mladší doby kamenné) v

⁶ <http://ankh.navajo.cz>

oblasti Evropy a Předního Východu, kde se objevuje hlavně na keramice. Objevuje se v neolitu (pozdní době kamenné) i v době bronzové (najdeme ho např. na olověných idolech z mykénského období). Výrazné rozšíření tohoto symbolu nastává ve střední Evropě od starší doby železné /kultura halštatská, 800-450 př. n. l./ kdy se hojně objevuje jako výzdobný prvek na tzv. sakrální, obřadní keramice. Ve všeobecnou známost symbol hákového kříže vstoupil do podvědomí lidí s příchodem Adolfa Hitlera a jeho nacistické strany. Adolf Hitler si svastiku zvolil za symbol svého nacistického hnutí (NSDAP). Podle jedné z teorií je nacistický hákový kříž výsledkem dvou navrstvených run, jedné stojící svisle a další vodorovně, jak je zobrazeno dole. Složen ze dvou písmen S. Což můžeme například spojit s organizací SS. Svastiku jako symbol nacionálního socialismu navrhnul Hitlerovi ve dvacátých letech 20. století pravděpodobně Karl Haushoffer. Karl Haushoffer se narodil roku 1869. Pobýval často v Indii a na Dálném východě. V Asii byla svastika vždy pokládána za magické znamení. Spatřoval se v ní symbol slunce a pramen života a plodnosti nebo symbol blesku, projev božího hněvu, který je nutno zažehnat. Stejně dobře znala svastiku i Indie jako doprovodný atribut mnoha hinduistických božstev. V buddhismu se svastika stala symbolem věčného koloběhu života.

Svastika v Evropě

Svastika a její symbol je motivem, který se používá v designu a zároveň není v Evropských poměrech a zvycích tak aktuální a přirozený jako například hinduistické a indické architektury. Indická předloha je typická ve starověké západní architektuře, často se objevuje v mozaikách, freskách a jiných uměleckých pracích již v antice. Starověké řecké stavitelské návrhy jsou plné svastikových motivů. V čínském, korejském i japonském umění je svastika často spojována jako součást vzoru, které se opakují. Jeden obyčejný vzor, nazvaný sayagata v japonštině, zahrnuje levý a pravý obklad svastiky a je spojen linkami. Tento vzor, sayagata je někdy nazýván "klíčovým prazcem". V římském umění a architektuře, v románském a gotickém umění na západě, jsou svastiky relativně vzácné a svastika se více dochovala jako opakovaný element. Ve Finsku byla svastika používána jako oficiální známkování národní armády mezi léty 1918 a 1944. Rovněž v té době se objevovala ve znaku finských leteckých sil. Svastika byla také používána v Lotta Svärd organizace. Modrá svastika byla symbol štěstí. Islandská vodní společnost, Eimskip (založena v roce 1914) používala svastiku ve svém logu. V Lotyšsku byla také svastika známá jako kříž hromu a kříž ohně. Byla používána jako známkování lotyšského letectva mezi léty 1918 a 1934 a také v insignii některých vojenských jednotek. V roce 1907 Corn palác v Jižní Dakotě měl svastiku na jednom z věží. Švédská

společnost ASEA, (Asea, Boveri), používala svastiku ve svém logu od roku 1890 do roku 1933, kdy byl kříž z loga odstraněn. Na jaře 15. března roku 1933, krátce po Hitlerově jmenování kancléřem Německa byla vlajka NSDAP zvednuta podél německých národních barev. Tato vlajka byla přijata jako jediná národní vlajka. Stalo se tak 15. září 1935.

Populární kultura a moderní média

Svastiky nebo svastika jako symbol se objevil v moderní populární kultuře, ačkoli v západním světě je tento symbol ještě obvykle velice spojován s nacistickým Německem a to značně více, než na východě, kde je symbol používán pod historickou záštitou kulturních tradic. Příkladem je použití svastiky ve vztahu k vlajce Dánska v politické satirické karikatuře jako kritická připomínka k pravému křídlu v dánské politice. Plakát na film Amen v ulicích Paříže Plakát, který je možné v Paříži vidět (r. 2007) na každé stanici metra, vyvolal ve Francii rozsáhlou polemiku, kvůli ostré kritice katolické církve. Podle ní jde o nedostatek úcty k symbolu reprezentujícímu víru velkého množství mužů a žen. Plakát navrhl Oliviero Toscani, který se proslavil především kontroverzními kampaněmi pro firmu Benetton. Snaží se zdůraznit jednu z myšlenek filmu, podle níž Vatikán nese svým mlčením díl odpovědnosti za vraždění Židů a Romů za druhé světové války.

Symbol šipky

Je to symbol, který patří k základním a nejčastějším prvkům zrakové komunikace. Pomocí šipek lze charakterizovat několik jevů. Například konkrétní směr pohybu, polohu v souřadnicovém prostoru. Šipka také určuje nebo ukazuje rozměry předmětů, má funkci směrového charakteru, tok látky či energie, ukazuje směr nějakého jevu (např. větru). To vše umožňují různé tvary šipek. Se šipkou se setkáváme na každém kroku, při ovládání strojů a přístrojů, pomáhají nám v orientaci (orientační systémy, úprava tiskovin a propagace).

Různé druhy šipek nalezneme jak na samotných počítačových klávesnicích, tak ve virtuálním světě – internetu. Zde ale nejde o šipku v pravém slova smyslu, ale spíše o ikonu reprezentující určitou funkci.

Co je ikona

Pod ikonou si většina z nás představí na první pohled náboženský obraz z období gotiky, který reprezentoval také určitou myšlenku nebo charakter svatého. Když v 15. století maloval Andrej Rublev pravoslavné ikony v ruském Vladimíru, jen těžko si mohl představit, jaký další význam bude mít tento duchovní pojem o šest století později. Setkáváme se s ní dnes prakticky všude. Na dálnicích, v dopravních prostředcích, v médiích, reklamě a také na webu. Ikony by měli především pomáhat v orientaci v internetovém prostoru. V oblasti počítačů pojem ikona představuje grafický symbol, který prezentuje určitou funkci, ale také nás informuje o směru či umístění dané věci. V oblasti počítačů má ikona obvykle jiný charakter po vizuální stránce, než například grafický symbol v orientačním systému našeho prostoru. Nejčastěji se jedná o malou bitmapu čtvercových rozměrů, přičemž po kliknutí myší se provede určitý úkon.

Něco málo z historie

„Ještě před dvaceti lety byla počítačová ikona pouhou vizí několika jedinců. Člověk, který jim dal jednu z prvních podob, byla Susan Kare. Její, dnes už klasické, výtvary pamatujeme jak z dřevních dob počátků počítačů Apple Macintosh, tak i později ze systému Windows 3.0. Není tedy divu, že příznivci Applu vyčítali Microsoftu opičení se. Vedle tvorby pro operační systémy vděčíme této autorce i za vzhled asi nejrozšířenější počítačové hry

Solitaire. Všem příznivcům miniaturního umění doporučuji nahlédnout do stránek Susan Kare <http://www.kare.com/>.⁷

Ale i v počítačovém (webovém) světě je jedním z nejčastějších grafických prvků na stránkách právě šipka. Jde spíše o piktogram než ikonu, ale i v tomto ohledu začínají mít šipky pro každý nový layout nový design. (viz obrázek). Šipka je dnes nedílnou součástí každé kvalitní písmové sady. Mezi elity v oboru patří například Adrian Frutiger, který neopomene ve svých písmových sadách i na šipkové variace. Úplnější pohled nabídla jeho výstava „Read Me“ , která byla virtuální prohlídkou světem znaků a písmen, ve které se rovněž zmiňuje o šipce jako obrazovém projevu komunikace. Výstava byla pořádána v rámci 19. bienále grafického designu v Brně roku 2000. Návštěvníci na ní mohli vedle obecné problematiky tvorby písem a logotypů a vedle průřezu Frutigerovým životopisem zhlédnout na třech stěnách panely o vizuálních informačních systémech (letišť, metro), o práci na „nejslavnějších“ písmech (Univers, Frutiger, OCR-B). Adrian Frutiger se zabýval studii a historií komunikace, systémových a orientačních aplikacích i jejich působení na člověka. Typograf švýcarského původu, který vytvořil řadu písmových sad. Mezi jeho nejznámější fonty patří Centennial, Versailles, Frutiger, Avenir, Vectora, Univers a mnoho dalších. Pro letiště Paris Orly a Pařížské Metro navrhl také nový orientační systém a vytvořil nový informační systém pro letiště Charles de Gaulle. Jeho typografii spatříme také na všech švýcarských dálnicích.

⁷ <http://www.symbio.cz/clanky/ikony-pro-web-a-jak-na-ne.html>

Symbol hvězdy

Hvězda, hvězdička * je typografický symbol. Nazývá se tak proto, protože se podobá tradiční představě o hvězdě. V typografii se symbol hvězdy používá jako znak narození (naopak symbol kříže, jako znak umrtí – viz kapitola kříž). Ve psaném textu se hvězdička používá jako poznámka pod čarou nebo jako domyšlení slova (př. L**ka). Ve vědě a počítačích se hvězdička používá jako výraz pro nulu (nic). Nebo v počítačových programech, jako je například Macromedia Flash, je hvězdička součástí různých příkazů neboli tagů. Konkrétně v programu Flash je používána hvězdička jako příkaz pro násobení. Stejně tak jako v matematice. Na tlačítku u telefonu se můžeme také setkat s tímto symbolem, který se používá pro zvláštní volání. Setkáváme se i s tímto symbolem v souvislosti s kvalitou určitých výrobků nebo klasifikací veřejných budov (restaurací, hotelů, ...).

Davidova hvězda

„Davidova hvězda, kterou museli nosit němečtí Židé. Jako Davidova hvězda (hebrejsky מגן דָּוִד, Magen David, „Davidův štít“) je charakteristická svými šesti cípy. Hvězda je symbol židů a judaismu a také státu Izrael, na jehož vlajce se také vyskytuje. Symbolizuje souhvězdí pod kterým se čeká na Mesiáše, a také šest pracovních dní kde střed znamená šabat. Symbol jako takový znamená rovnováhu. V 30. a 40 letech 20. století v nacistickém Německu a Němci okupovaných územích (např. také v Protektorátu) museli Židé na veřejnosti nosit symbol žluté Davidovy hvězdy s nápisem „Jude“, jako symbol svého zostuzení režimem. Symbol šesticípé hvězdy tvořené dvěma rovnostrannými trojúhelníky - hexagram - byl znám již ve starém Egyptě. Hexagram, jinak též Šalamounovo znamení nebo Šalamounova pečeť, je základním hermetickým symbolem života, popř. symbolem makrokosmu. Alchymisté jej používali pro znázornění principu odděluj a zhušťuj. Davidův štít, nesprávně označovaný jako Davidova hvězda, sloužil jako židovský symbol již ve středověku a objevil se i na praporu pražských Židů v roce 1354. Trojúhelník s vrcholem vzhůru značí oheň a mužskou energii. Trojúhelník opačně položený pak vodu a ženskou energii. Jejich základny symbolizují vzduch a zemi“.⁸

Betlémská hvězda

Jedním z nápadných symbolů našich vánoc je ona velká kometa, která stojí nad betlémským chlévem. V evangeliu sv. Matouše čteme o jakési hvězdě, která se ukázala

⁸ http://cs.wikipedia.org/wiki/Davidova_hv%C4%9Bzda

mudrcům od východu. Po mnoho staletí vždy znovu a znovu naplňuje tato zpráva o betlémské hvězdě lidskou fantazii. Dnes je proto symbol betlémské hvězdy v hojně míře využívám zejména na vánočních propagačních prostředcích, dárkových předmětech, atd.

Hvězda a vlajka

Hvězda je velice používaným grafickým symbolem na Státních vlajkách, znacích a erbech. Jedna z nejznámějších státních vlajek je vlajka Spojených států amerických. Vlajka USA symbolizuje mnoho věcí. Námořní kapitán Samuel C. Reid navrhl, že třináct pruhů má reprezentovat třináct (původních) kolonií a množství hvězd byl soubor k množství států USA. Hvězda je symbol nebe a duchovní cíl, ke kterému muži usilovali od prastarých časů. Pruhy symbolizují paprsky světla, které vycházejí od slunce. Když se mění design vlajky, změna se vždy koná 4. července ve Philadelphii. Původ amerického vlajkového designu je nejistý. Podle legendy se návrh připisuje švadleně Betsy Rosseové. George Washington ji prý osobně pověřil s touto prací. Nicméně žádný důkaz pro tuto teorii neexistuje. Britský historik sir Charles Fawcett se domníval, že návrh vlajky mohl být odvozen z vlajky Indické společnosti, působící v Británii. Podle některých historiků je také návrhář vlajky Francis Hopkinson.

Další vlajky na kterých se hvězda objevuje jsou například vlajky SSSR, kde je hvězda pěticípá nebo vlajka Turecka, která je z grafického hlediska pootočená doleva. Další státy mající v symbolu hvězdu jsou Čína, Austrálie (sedmicípá), Kuba, Libérie, Panama (pěticípá), jen jsou barevně odlišené.

Hvězda a grafický design

Tak, jako každý grafický symbol se může stát v přepracované podobě a díky dobrému a kreativnímu grafickému designérovi, kvalitním, nadčasovým a funkčním logem. Tak i loga vytvořena původně z jednoduchých symbolů mají výhodu dobré zapamatovatelnosti a praktičnosti v dalším použití. Jedna z takových značek je Mercedes-Benz a Chrysler. Obě tyto značky mají společné dvě věci. Jsou to značky nejznámějších aut na světě a za druhé ve znaku mají symbol hvězdy. Joaquin Luis Romero Barchent použil na svém plakátě symbol hvězdy pro polský westernový film z roku 1971 s názvem „Smak zemsty“.

PENTASTAR - CHRYSLER

Chrysler používal originálního okřídleného loga na autech od jeho založení v roce 1925. Logo bylo oživeno pro divizi Chrysler v polovině devadesátých let a bylo obklopeno párem stříbrných křídel, až do doby sloučení Daimler-Benz v roce 1998. V roce 1963

společnost přešla k designu hvězdy, který se stal známým jako Pentastar a byl značně používaný na dealerských akcích, reklamách a propagačních brožurách. Pentastar měl symbolizovat pět rozdělení korporace, Plymouth, Dodge, Chrysler, Imperial a Airtemp (Chrysler je HVAC divize). V USA to byly do roku 1963 jen dvě divize aut Chrysler-Plymouth a Dodge. Lynn Townsend hledal symbol, který by mohl být používán všemi divizemi, na obaly a další propagační prostředky. Chtěl, aby logo bylo všeobecně rozeznatelné jako "Chrysler" a kdokoliv, kdo jej uvidí z jakékoliv perspektivy, hned mu bude jasné, že jde o "Chrysler". Tak všechna rozdělení Chrysler přijala Pentastar. Logo bylo umístěno na blatník automobilu tak, aby bylo viděno na první pohled. Symbol rychle zakořenil v mysli veřejnosti. Symbol je rozeznatelný dokonce i analfabetovi.

MERCEDES HVĚZDA

V 1926 byla sloučením založena nová společnost Daimler-Benz. Bylo vytvořeno nové logo, které zahrnovalo jména dvou bývalých společností. Třícípá hvězda byla navržena Gottliebem Daimlerem a měla charakterizovat schopnost jízdy po zemi, čerstvý vzduch a sílu moře. Tato hvězda se poprvé objevila na DMG modelu v roce 1909, to přispělo k prudkému prodeji těchto automobilů. Nicméně obchodní název Daimler byl po smrti pana Daimlera změněn, ale bylo povoleno, aby byl nadále používán na jiných typech automobilů, tak jako název Mercedes.

Symbol vulvy

„Píča (též piča) je vulgární označení pro ženský vnější pohlavní orgán – vulvu. České slovo píča souvisí s jinými českými slovy pipina, pindík (penis), polským piczka, srbochorvatským pička a bulharským pička (vše téhož významu jako v češtině), dále slovinským picek, lotyšským pincis, jihoitalským nářečním pizza a anglickým pizze. Pro vznik názvu existuje několik ne spolehlivě prokázaných hypotéz. Jedna například staví na společném pi-, což označuje močení (německy pinkeln, anglicky pee – čurat) a pohlavní orgány (ekvivalentem pro slovo píča je v němčině ovšem „die Fotze“). Další teorie je ze starověkého Řecka a trojúhelníkové ochlupení spojuje s tvarem hrotu kopí, tedy bodným nástrojem. Nepravděpodobné je také spojení s latinským názvem pro straku obecnou pica pica a s jejím špičatým zobákem. Jiný výklad odvozuje slovo od francouzského spojení petit chat (vyslovováno „pti-ša“) ve významu „malá kočka, kočička“, které se mělo dostat na Moravu během Napoleonských válek. Takto říkali francouzští vojáci tehdejšími prostitutkám“.⁹

Symbol píča

Symbol píča je obvykle vyjadřována kosočtvercem postaveným na jeden ze svých ostrých vrcholů, přičemž oba ostré vrcholy spojuje svislá čára. Často svislá čára spojení jen naznačuje. Někdy je symbol doplněn paprscitě uspořádanými čárkami okolo kosočtverce, které znázorňují ochlupení. Symbol se často nazývá i jinými názvy pro vulvu. Komplementární symbol pro penis sice existuje, nemá však onu eleganci a vyžaduje větší kreslířskou zručnost. Proto není tak rozšířený. Významu symbolu rozumí většina Čechů a Slováků, ale za hranicemi bývalého Československa je jeho význam velmi často neznámý. Co se týče grafického vyjádření a použití tohoto symbolu v grafickém designu je použit například na mnoha mikrovlnných troubách, kdy píča označuje tlačítko spouštějící pečení. Symbol je také známý jako jiná hranatá varianta symbolu ON (svislá čára v kruhu) používaného hlavně u tiskáren. Bulharská banka First Investment Bank využívá ve svém logu tvar se symbolem píči zaměnitelný. Vyobrazování tohoto symbolu se ve většině společenských kruhů považuje za společensky nepřijatelné. Symbol nemá reprezentaci v Unicode, v textu se reprezentuje např. znaky <|>. Při rekonstrukci hradu Pernštejn byly odhaleny symboly vulvy, které spadají do 16. století. Symbol se objevil v několika českých filmech, například v Kulovém blesku, Ještě větší blbec, než jsme doufali či Bylo nás pět, také

⁹ <http://cs.wikipedia.org/wiki/P%C3%AD%C4%8Da>

přímo na plakátu filmu Don Gio. Upravený symbol se třemi svislými čarami uvnitř kosočtverce se stal logem hudební skupiny Tři sestry a zároveň je symbolem elektrických přístrojů ochranné třídy III. Údajně se tento symbol objevil i v díle Milana Kundery - Ptákovina. Jde o to, že student namaluje symbol na tabuli a učitel vážně vyšetřuje, kdo je autorem. Snaha ukázat absurditu režimu. Přestože je slovo píča vulgarismem, existuje i stejnojmenná pražská kapela - <http://www.picajede.com>, která má tento symbol i na přední straně svého nového alba. Dále je tento symbol typograficky umístěn v názvu českého internetového časopisu „Intimnosti“, kde je místo písmene „O“ použit tento symbol.

Symbol míru

Hippies neboli děti květin bylo hnutí, které vzniklo v 60. letech v USA. Jednalo se o neorganizované hnutí, které vycházelo z generace beatníků. Jejich cíle byly nejednotné, za základní lze ale považovat vzpouru proti společnosti, mír, lásku, přátelství, svobodu. K naplnění těchto cílů se sdružovali do skupin či komunit, které pak často provozovaly volnou lásku (free love). V těchto skupinách se často šířily psychedelické drogy. V grafickém designu vznikl i stejný pojem „Psychedelie“.

Šlo o grafické vyobrazení, které mělo charakter zdobnosti, ornamentálnosti, ale zvláště nečitelnosti. Mělo charakterizovat „příjemný stav“ s lehkou drogou a tím vystihovat i období hippie. Tak jako celé toto období byla i grafika plná barev, lásky, květin a úsměvů. Jejich chování bylo často opačné, než chování průměrné americké společnosti. Chovali se spontánně, prosazovali názor, že si člověk má užít života a nebudovat kariéru, nehonit se za penězi. Příslušníci hippies nosili dlouhé vlasy, volné oblečení a korálky. Angažovali se v protestech proti válce ve Vietnamu, kdy organizovali obrovské protiválečné demonstrace. Po skončení této války zmizel i společný nepřítel a hippies jako masové hnutí postupně skončilo. Jejich hesla a pokřiky byly: Milujte se, neválejte! (Make love, not war), Osvobod' svou mysl! (Let your minds be free), Síla květin (Flower power), Dej míru šanci! (Give peace a chance), Mír a lásku! (Peace & Love), Mír prosím! (Peace please). Během období jejich největšího rozmachu zcela neprogramově vytvořili, či se podíleli na vytvoření alternativního umění. Nejvýraznějším projevem byla hudba - beat (např. Beatles, The Doors, Janis Joplin), kterou zpravidla doprovázela barevná blikající světla.

Holubice

Holubice jako odvěký symbol. V celém předním Orientu byla holubice posvátným ptákem, který byl zasvěcený bohyni plodnosti. Později se stala symbolem manželské lásky a věrnosti. Ve starověku se domnívali, že holubice nemá žluč, a proto byla považována za nositelku ctností. Také v islámu je posvátným ptákem, neboť podle mohamedánské tradice provázela a chránila Mohameda při jeho útěku. Pro svůj prostý a mírný vzhled je symbolem nevinnosti. Kromě toho má bílou barvu, která především na Východě vyjadřuje čistotu, pravdu a již vzpomínanou nevinnost.

„Bílá holubice, jeřáb, kruh míru či duhová vlajka – každý, dnes již známý, mírový symbol má svoji minulost...Bílá holubice. Jeden z nejznámějších symbolů na světě. Původ je

biblický. Poté, co Noe během potopy nasedl na Archu s páry všech druhů zvířat, poslal různé ptáky hledat pevninu. Po několika dnech se vrátila bílá holubice s větvíčkou vavřínu v zobáku, jako symbolem, že se vše vrátilo ke klidu. Generální ředitelství archivů a muzeí říká, že po 2. světové válce, v roce 1949, použil francouzský spisovatel Louis Aragon motiv bílé holubice vytvořené malířem Pablom Picassem k 1. mezinárodnímu kongresu Míru v Paříži“.

¹⁰Mistrovská díla byla často tvořena na zakázku církve a byla podřízena jejím ideologickým záměrům. I v moderní době snadno najdeme mistrovská díla, která jsou různým způsobem angažovaná a zneužívána, tak, jako právě Picassova Holubice míru, kterou vytvořil roku 1949 jako litografický plakátový motiv světového mírového kongres v Paříži.

¹⁰ Zdroj: Muy interesante, foto: stahuj-vse.blog.cz, web.quick.cz/mkorinek

Symbol lásky

Láska, zamilovanost, vášeň, polibek, jsou city, které lidé prožívají. Aby tyto city vyšly najevo, musí se nějakým způsobem projevit, pomocí různých vyjádření. Například slovně, písmen, hudbou, tancem, hrou, zpěvem a nebo symbolem. Vyjádřit lásku může člověk i graficky. Pomocí symbolu srdce, který je jednoduchým a stylizovaným symbolem lásky. Láska obecně zahrnuje cit intenzivní přitažlivosti k jiné osobě, ale i k místu nebo k věci. Láska může také popisovat intenzivní pocit zalíbení, cit nebo citový stav k někomu nebo k něčemu. Láska – zamilovanost je abstraktní pojem. Nejčastěji však láska označuje vysoce pozitivní vztah mezi heterosexuálními, či homosexuálními osobami. Přibližně 13% všech kultur údajně nemá žádné slovo pro lásku. Je mnoho druhů lásky. Láska k partnerovi, dětem, Bohu, jídlu, sportu, zvířatům....Jsou také platonické lásky, láska z dětství, romantická láska, vášnivá láska a mnoho dalších. Každá z nich je jinak charakteristická, ale grafický symbol srdce by se dal uplatnit, či využít u každé z nich. Z kulturního pohledu je zvláštní, že například Japonci nemají slovo láska. V Indii je zase samozřejmostí dohodnutých sňatků, že láska není nutná pro počáteční stádium manželství. Je to něco, co může být vytvořeno během manželství. Zatímco ve Spojených státech je láska nutný předpoklad pro uzavření sňatku. Láska je předpokládána i ve všech evropských křesťanských státech. Pro svůj velký psychologický význam je láska jedním z nejdůležitějších námětů v umění (film, hudba, divadlo, malba, design...) Zatímco ve světské symbolice vyjadřuje lásku Amor a jeho matka Venuše, církve zařadila křesťanskou lásku na přední místo mezi personifikované ctnosti. Její alegorie má v průběhu staletí řadu podob. V rané gotice je to nejčastěji žena oblékající nahého žebráka. Od 13. století bývá postava křesťanské lásky spodobňována s plamenem, který šíří lásku a světlo k Bohu. Plamen původně vycházel z nádoby ve tvaru vázy, kterou alegorická postava držela v ruce. Od 14. století nahradilo vázu planoucí srdce. Později pak byla láska vyjadřována ženou-matkou s dětmi, z nichž jedno, či dvě kojí. Podobnou symboliku vyjadřuje od 16. století pelikán.

Srdce

„Srdce je symbol, který může označovat zamilovaného člověka, jeho odvalu, ale především představuje čistou a neposkvrněnou lásku. Symbol představuje stylizované fíkové listy. Ty se v 2. tisíciletí př. n. l. a později společně s listy břečťanu objevují jako dekorace na vázách a minojských freskách. V 8. století př. n. l. dekorují korintští malíři vázy figurálními zobrazeními společně s břečťanovými listy a vinnými hrozny v podobě srdce. Břečťan v

řecké, římské a raně křesťanské kultuře symbolizoval věčnou lásku. V rytířské literatuře 12. a 13. století se objevují listy břečťanu v milostných scénách, často zmalované do ruda. Červená je sama přitom symbolem lásky. Dnes známý symbol rudého srdce se rozšířil po Evropě, k tomuto rozšíření napomohla také úcta k Nejsvětějšímu Srdci Ježíšovu, které je samo symbolem boží lásky k člověku, v katolické církvi. Symbol srdce se dostal do heraldiky a ke konci 15. století se symbol srdce objevil také na kartách. Symbol ♥ se ujal jako metafora lidského srdce teprve mezi 13. a 16. stoletím. Dříve se k témuž užívalo piniových šišek či pyramid¹¹. Odedávna bylo pokládáno za centrum lidských citů a za sídlo duše. Je proto považováno za symbol lásky, přátelství, poctivosti a dobroty. Hořící srdce je symbolem horoucí lásky k Bohu i k bližnímu. Dvě srdce vyjadřují milostný pár a tři srdce symbolizují věčnou a nehynoucí lásku. Šípem prostřelené hořící srdce je znakem církevního řádu augustiniánů. Srdce je také použito v erbu Borovských z Bítova, červené srdce ve zlatém štítě je znakem městečka Útvina (okres Karlovy Vary), které bylo vypáleno roku 1469. Srdce náleží k oblíbeným atributům řady světců. Okřídlené srdce znamená radost nebo duši. K zamilovanosti a symbolu srdce někdy patří i Amor, který srdce propíchně šípem. Amor (Erós, Cupido) je bůh lásky. Přináší radost i žal, vládne nad vším a všude. Vznáší se na zlatých křídlech ozbrojen lukem a šípem. Koho zasáhne svou střelou, tak podlehne lásce. Stal se velkým tématem pro sochaře, malíře i spisovatele. Dnes je symbol Amora ve velké míře využívám jak v oblasti grafického, tak průmyslového designu.

¹¹ http://cs.wikipedia.org/wiki/Srdce_%28symbol%29

SYMBOL LÁSKY A PŘÁTELSTVÍ V GRAFICKÉM DESIGNU

Symbol srdce jsem si vybrala, abych zjistila, kde se tento symbol všude v grafickém designu vyskytuje. Je to symbol, který se používá s estetickým cítěním, ale také tím, že je takto populární, se zneužívá a stává se z něj neestetický a kýčovitý prvek, který samozřejmě prodává. Čím více je ještě doplněn o nevkusné ozdůbky, či necitelně použité písmo, tím se stává pro konzumní trh více prodejným prvkem. Takovým typickým příkladem v dnešní době je oslava svátku sv. Valentýna. S tím je samozřejmě spojena velká obchodní, marketingová a reklamní horečka, která umožní prodat vše, někdy bez ohledu na estetické ztvárnění. Jen to zabalit, přebalit, popsat či zmalovat, dát tomu „známku romantické chvíle s tvou koupenou věcí“. Čím více jsou srdíčka, přání a další propagační prostředky, které se v tuto dobu prodávají, neesteticky přemělkované, tím více jdou na odbyt. Se symbolem srdce se prodává vše. Tak má „grafický designér“ možnost uplatnit své grafické představy na neomezené škále výrobků. Od zamilovaného přáníčka, elektronické pohlednice, hrnečků, trička, deníčků, čokoládových a sladkých bonbónů, které jsou vyrobeny speciálně jen pro ten zamilovaný den, až po srdíčkový toaletní papír, ponožky nebo spodní prádlo, ze symbolem srdce. (viz. Obrazová příloha_ Sv. Valentýn)

Ale přejdeme zpátky k symbolu srdce v Grafickém designu v pravém slova smyslu.

Srdce a plakát

Plakáty jsou jednou z nejrozšířenějších a u některých grafických designérů i nejoblíbenější prací, kterou vytváří. Plakát má funkci informační a musí na první pohled diváka, či návštěvníka zaujmout. Nemusí být popisný, ale musí být charakteristický k dané věci o které informuje. Symbol srdce je pro plakát velice lákavým prvkem, jak pro abstraktní, konzervativní, tak i vtipné ztvárnění. Symbol srdce je velice tvárným prvkem i pro typografy. Symbol srdce je tak silným a známým prvkem, že samotné, byť nenápadné umístění na plakátě, vyvolá automaticky představu, že se jedná o city, zamilovanost, lásku. Mnoho divadelních her a filmů jsou o lásce a zamilovanosti, a proto bych vybrala alespoň některé. V brněnském Divadle Husa na provázku, se hrála v roce 1984 hra „Píseň o Viktorce“, ke které vytvořil plakát český výtvarník Boris Mysliveček. Z autorů mohu jmenovat například J. P. Stejskala, který vytvořil plakát k romantické komedii „Svatba“ nebo titulní stranu k divadelnímu programu hry „Šašek královny“ z roku 1983, kterou navrhl D. Ždímal. Na plakátě z roku 1976 pro společenskou hru „Pohádka Máje“ je znázorněn páv, který

symbolizuje romantický čas a lásku. Další skupinou o které bych se záda zmínila je Polsko a polský plakát, který si získal pověst kvalitní, vtipné a neotřele grafické práce. Zmíním například grafiky filmového plakátu, Andrzeje Pagowského, který vytvořil roku 1988 plakát k filmu „Short films about love“ nebo „Lover“, Jan Mladozeniec, Jolana Karczewska, Leszek Zebrowski pro „Romeo a Julie“ z roku 2001 a „Bluesada“ z roku 2002, „Den pro mou lásku“ od Mieczysława Wasilewskeho z roku 1977, Kazimier Królikowski ke hře „Milovat“ z roku 1969, Bronislav Zelek, „Velká láska“ z roku 1970. Symbol srdce je na těchto plakátech vždy vtipně propojen s charakterem postav nebo náznakem prostoru, který bude charakteristický pro daný filmový příběh.

Mladá výtvarnice Amy Robinson vytvořila v roce 2007 sérii plakátů na téma „Miluj své tělo“. Plakáty byly součástí kampaně pro podporu mladých dívek, které mají problémy se svou postavou a tím i s psychickými následky. Ani zde se bez symbolu srdce neobešla. Ale vítězem se stal v této soutěži mladý grafik Beryl Roda. Vytvořil plakát, který sice hovoří o lásce k vlastnímu tělu, ale symbol srdce zde nepoužil. Plakát je jen typografický s použitím výstižného textu: „real beauty doesn't have a price tag“ neboli přirozená (reálná) krása nepotřebuje značku, nebo že značka nemusí vždy vystihovat opravdovou krásu. I tímto textem se plakát stal výstižným. Polský výtvarník Wiktor Gorka vytvořil plakát k filmu „Modelka“ z roku 1971, kde pozadí krásné modelky je stylizováno do tvaru srdce.

Sdružení Bienále Brno zorganizovalo v roce 2006 velkou mezinárodní akci pro grafické designéry. Téma bylo IDENTITA a výtvarníci měli za úkol graficky vyjádřit obsah tohoto slova. Šlo o Identitu libovolnou (osobní, lokální, globální, náboženská, kulturní, profesní...). Podmínkou byla černobílá podoba a vertikální formát. Akce vzbudila nečekaný zájem jak v Evropě, tak v USA, Mexiku nebo Číně. Celkem se přihlásilo 40 zemí z celého světa. Potvrdilo se, že grafici se rádi a s nadšením svobodně vyjádřili, že ne všichni jsou otroci reklamy a komerce. Mezi vystavujícími je mnoho slavných jmen, ale také mnoho mladých začínajících grafických designérů. Autory vzrušovali oblasti jako je náboženství, peníze, sex a politika. Několik autorů použilo ve svém grafickém vyjádření symbol srdce. Cabrera Alejandro Avila z Mexika, Hajnrich Maciej z Polska, Sakamoto Etsuko z Japonska.

Srdce a první zmínky

Jak jsem se již zmínila na úvodu, nejprve se v rytířské literatuře 12. a 13. století objevují listy břechťanu v milostných scénách, často zmalované do ruda. Později se známý symbol rudého srdce rozšířil po Evropě, kde tomuto rozšíření napomohla úcta k

Nejsvětějšímu Srdci Ježíšovu. Symbol srdce se dostal do heraldiky a ke konci 15. století se symbol srdce objevil také poprvé na kartách. Ale symbol ♥ se ujal jako metafora lidského srdce teprve mezi 13. a 16. stoletím. Dříve se k témuž užívalo piniových šišek či pyramidy. Srdce bylo dlouho používáno jako symbol vyjadřující duševní, emocionální, morální a v minulosti také intelektuální jádro lidského bytí. Srdce symbolizovalo základ lidského myšlení (myšlenky začínají vznikat v srdci, ne v mozku), až později se poetika a poetické myšlení propojilo s myslí. Zobrazení realistického znázornění srdce směřovalo spíše ke smrti a k násilí. Tato neshoda (rozpor) byla často zdrojem černého humoru. Klasická starověká historie v čele s Aristotelem považovali a shodovali se s myšlenkou, že centrum myšlenek je srdce a je tzv. protipólem mozku. Římský fyzik Galén tvrdil, že vášně se vytváří v játrech, místo pro rozum je v mozku a v srdci jsou umístěny emoce. Zatím, co Galénova identifikace propojení srdce s emocemi byla zahrnuta do jeho teorie o oběhovém systému, srdce bylo stále považováno jako symbolický vzor lidských emocí. Stojkové vyučovali, že srdce bylo zdrojem lidské duše!

Ikona srdce

V Evropském folklóru je symbol srdce malován ve stylizovaném tvaru tak, jak jej známe dnes. Je typicky zabarveno do červena, kde barva připomíná krev a v mnoha kulturách vášně a silné emoce. Symbol srdce a káry, jsou červené symboly na hracích kartách. Tvar je spojován s romantickou poetikou (často Sv. Valentýn, cukrovinky..) Co tradiční tvar srdce vlastně zobrazuje, je důvodem určitých protikladných postojů. Jen matně nebo neurčitě se podobá lidskému srdci. Někteří lidé se domnívali, že je spíše podobné srdci krávy, které bylo mnohem více dostupné k reálnému vidění většině lidí v minulých staletích, než skutečnému lidskému srdci. I když je srdce krávy více podobné stylizované podobě srdce, podobnost je stále nepatrná. Další z variant přirovnání byla, že tvar srdce se dá možná více porovnat (přiblížit) tří komorovému srdci želvy nebo mužské prostatě. Ale je velmi nepravděpodobné, že obraz by byl stylizovaný do ikony z těchto orgánů. Dva vyvýšené vrcholky stylizovaného srdce matně připomínají hlavičku mužského penisu, ale kdyby byla spodní část srdce zaoblená, zachycovala by více tuto podobu. Tvar srdce by také mohl být považován za stylizované zobrazení pohlavních orgánů ženy (stydké pysky nebo pootevřená vulva). Sumerským klínovým písmem napsáno slovo žena, blíže připomíná tvar srdce a domnívá se, že je to přímo vázáno k stydkým pyskům. Další myšlenkou je, že srdce připomíná tvar ženských prsou nebo ženského pozadí. Jeden z nejstarších dochovaných materiálů, kde je vyobrazeno stylizované lidské srdce jsou na starověkých stříbrných mincích, které se našly v

severní Africe ve státě Libye. Srdce, které je vyobrazeno na stříbrných mincích možná připomíná ovoce již neexistujícího druhu rostliny (latinský název Silphium), která v oblasti rostla. Semena mají (měly) zřetelný tvar tohoto symbolu. Byla to rostlina široce používaná jako antikoncepční látka a zároveň jako látka vyvolávající potrat. Proto je možná (podle této teorie) tento tvar spojován ze sexualitou a láskou.

Postupem doby si mladí a zamilovaní lidé vyrývali do stromů, na lavičky a na různá veřejná místa své milostné vzkazy, na památku svého setkání, popisu místa kde byli nebo kde měli své první rande, či políbení. Toto grafické znázornění zůstalo po desetiletí vyryto i jako symbol pevného vztahu zamilovaného páru, že láska jim vydrží navždy, tak, jako vyrytý symbol srdce na lavičce. Však co může být romantičtějšího než v Paříži u Eiffelovy věže vyznat někomu lásku a graficky ji pak ještě zaznamenat? Dalo by se říci, že to byly předchůdci sms zpráv, jen byly graficky stvořeny vlastní rukou zamilovaného. Tento způsob se ale dochoval dodnes.

Jak jsem se již zmiňovala, srdce je především symbol lásky a lásek známe mnoho druhů. Například se hodně používá fráze (a proto i zneužívá v marketingových kampaních), že: "Láska prochází žaludkem". Jistě je na tom kus pravdy, a proto se nevyhneme znázornění symbolu srdce jak na potravinových obalech, tak na samotných potravinách, které jsou již vyráběny v tomto tvaru. Co je romantičtější a prodejnější na Sv. Valentýna? Koupit své lásce čokoládu klasickou tabulkovou nebo ve tvaru srdce? Myslím, že v tomto ohledu není dlouhého přemýšlení.

Osobnosti grafického designu

Můžeme říci, že ve tvaru srdce se dá dnes vyrobit nepřeberné množství produktů. Vznikají velké objekty, nasvícené budovy ve tvaru srdce. Můžete si koupit od dánského designéra Vernerera Pantona (1926 -1998) křeslo, které navrhl do tvaru srdce. Panton je jedním z nejznámějších a novátorských designérů druhé poloviny dvacátého století. Heart Cone Chair je název židle, Heart Cone je odvozen z tvaru její siluety, která připomíná srdce. Židle byla navržena v roce 1959 a spojuje v sobě eleganci let padesátých, s kouzlem designu let šedesátých. Přes veškerou svou extravaganci je židle Heart Cone pohodlná klubovka vhodná ke každodennímu používání. Reedice Heart Cone Chair byla vyrobena v úzké spolupráci s Marianne Panton a s Vitra Design Museem.

Dalším výtvarníkem, designérem, je již „pojmem“ Milton Glaser. Američan ♥ i duší, žijící v New Yorku. Naroděn roku 1929. Je jedním z nejznámějších grafických designérů Spojených států Amerických. Vystudoval vysokou školu umění v New Yorku a Akademii krásných umění v Bologni. V roce 1954 založil revoluční Pushpin Studios a New York Magazine s Cayem Felkerem v roce 1968. Svou vlastní společnost „Milton Glaser, Inc“ v roce 1974. O necelých deset let později se svým přítelem designérem Waltrem Bernardem založil designérskou firmu s názvem WBMG. Během své kariéry vytvářel Glaser mimo jiné i karikatury a plakáty. Jeho práce jsou vystaveny v mnoha muzeích po celém světě. Vystavoval také při světové výstavě v Paříži v Center Georges Pompidou a v muzeu Moderního umění v New Yorku. Většinu svých nejznámějších prací vytvořil právě ve svém Milton Glaser Inc, společnosti. Mezi jeho práce patří například dekorace a grafický design manuál pro WTC restaurant, vytvořil re-design pro přední americký řetězec supermarketů „The Grand Union Company“. Pro ně vytvořil nejen logo, ale i interiéry a propagační předměty.

Ale nejznámějším se stal díky logu, které z něho udělalo ikonu Ameriky. I LOVE NEW YORK neboli I ♥ NY. Logo, které velice suverénně propaguje pýchu velkoměsta. Došlo k tomu v roce 1977, kdy město New York oslovilo agenturu Wells Rich Greene, aby vytvořila kampaň pro rozvoj a podporu města. Milton Glaser působil tehdy v této agentuře jako grafický designer a toto logo vytvořil. Inspiroval se turistickými slogany a propagací státu Virginia. Milton Glaser očekával jen několika měsíční kampaň, která postupem času vyšumí, ale logo se stalo tak populární, že i dnes je hlavním grafickým aspektem a propagačním materiálem města New York. Toto logo nabylo ještě větší popularity, možná více než kdykoliv předtím, po teroristických útocích, které dne 11. září 2001 změnilo tvář

New Yorku. Mnoho Američanů začalo svůj názor a vlastenectví propagovat nošením tohoto loga na oblečení a dalších svých doplňcích a osobních věcech. Glaser vytvořil novou verzi loga, kterou typograficky doplnil o slova: „I ♥ NY MORE THAN EVER“, což znamená v překladu: „MILUJI NY JEŠTĚ O TO VÍCE“ a na srdci graficky přivlastnil černou skvrnu, jako symbol ublížení a smutku. Černá skvrna symbolizuje památné místo, kde stály světová obchodní centra (WTC). Symbol se stal již tak populárním, že jej převzali a používají státy celého světa. Stalo se také předmětem parodií a konotací. Tento symbol I ♥ ... je používán i jako slangové vyjádření indikující lásku nebo zalíbení. Tento symbol používají velice často mladiství a dospívající mladí lidé, jako povrchní vyznání nejen lásky, ale i přátelství a kamarádství. (např. Tomáš miluje Janu – Tomáš ♥ Jana). Grafické spojení se srdcem je také používáno i v názvech filmů. Například v názvu filmu I ♥ Huckabees nebo ve videohře We ♥ Katamari. Jazzoví fandové mají místo zvolání „I love“ parodizovaný slogan „I heart“. Další využití nebo zneužití tohoto symbolu ve prospěch jiného symbolu mají například fráze: „I ♠ my cat“, což v překladu znamená doslovně „vyhodil jsem svou kočku (dal jsem kopačky své holce), kde místo symbolu srdce je použit karetní symbol piky. Další takovou větou a typografickou hříčkou na toto téma je například věta: „I ♣ my wife, což znamená ve slangovém provedení podvedl jsem nebo zahrnul jsem své ženě. Symbol srdce byl také použit v erotickém časopise Playboy, kde artdirectoři se rozhodli přelepit nevhodné výrazy a určité části fotografie touto nálepkou. V písmu Unicode si můžete do této fráze, která je v programu připravena, dopsat cokoliv chcete. (I ♥ _____). Závěrem se tedy dá říci, že tento symbol, symbol lásky k NY je tak známý a slavný, že se stal symbolem nejen pro své město, ale je již aplikovaný a dále aplikovatelný na nepřeberné množství vzkazů, značek, míst, frází a na mnoha propagačních předmětech.

Dalším výtvarníkem, tentokrát českým, který pracoval ze symbolem srdce je profesor Jan Rajlich. Jan Rajlich, malíř, grafik, grafik-designér, rodák z Brna, narozen 10. dubna 1920 v jihočeské Dívě, okres Tábor. Vystudoval Reálné gymnázium v Jindřichově Hradci a v letech 1939 –1943 Školu umění ve Zlíně. Zpočátku se věnoval malbě, od konce 50. let se zaměřil na grafiku, koláže a design vizuálních komunikací. Od roku 1950 žije v Brně, kde se stal předním představitelem brněnského kulturního života. Pozoruhodná je jeho činnost organizátorská. Je zakladatelem a členem významného uměleckého Sdružení Q Brno (1969); v letech 1990 – 2004 byl jedním z jeho konzulů. Je také publicista. Napsal přes 200 odborných článků a studií publikovaných doma a přes 150 v zahraničí. Nejznámějším počinem Jana Rajlicha je založení dnes již světově proslulého mezinárodního bienále

grafického designu v Brně (1963), v jehož čele stál až do roku 1992. V současné době je jejím čestným předsedou. Doma i v zahraničí je zván do porot, přednáší a je čestným členem uměleckých rad a organizací (Buenos Aires, Moskva, Vídeň atd.). Vyučoval na ŠUŘ v Brně (1964–1967); od roku 1967 byl jedním z iniciátorů první vysoké výtvarné školy na Moravě, dnešní FaVU VUT založené roku 1992 (vedoucím Ateliéru designu vizuálních komunikací, 1992–1993). Ve světě Jan Rajlich patří mezi nejznámější české tvůrce plakátů, kterých navrhl přes 300 (225 vydáno tiskem). Graficky upravil přes 150 knih, sborníků a katalogů a výtvarně řešil více než 90 výstav a veletržních expozic. Dále se pak věnoval návrhům značek, katalogů, prospektů i reklamním kampaním. Vytvořil jednotný vizuální styl pro Brněnské Veletrhy a Výstavy roku 1973 a je autorem mnoha informačních piktogramů. V architektuře uplatnil své artprotisy a mozaiky. Od 60. let vytvářel grafické cykly serigrafii – Plocha, Tvar, Změna a Ruby. V současné době se věnuje kolážím – cykly Měsíce, Pomníky, Busty. Svě práce představil v ČR i v zahraničí na 43 samostatných a více než 300 kolektivních výstavách. Za své dílo získal desítky cen: 3 ceny Bienále Brno; 17 cen soutěže Brněnský plakát (1962 – 1987); ceny ICOGRADA Excellence Award; Masters' Eye Award; Euro Design Award; Cenu města Brna; Design Prestige Design centra ČR; Síň slávy českého výstavnictví – Expo Image atd. Jeho díla jsou zastoupena v řadě sbírek českých i světových muzeí (Moravská galerie Brno, Muzeum Plakátu Varšava; Museum of Modern Art New York, Kunstgewerbemuseum Curych; Neue Sammlung Mnichov; Musée du Louvre Paříž; Suntory Museum Ósaka a v mnoha dalších. V jeho práci se setkáváme ze symbolem srdce převážně na plakátech, ale nejtypičtější jsou jeho srdíčka, která používá již třicet let na svých novoročenkách. Symbol srdce má v nich vždy nějaké vtipné opodstatnění. Je typicky červené a koresponduje s černobílou grafickou úpravou okolního prostoru.

Následující výtvarník narozen ve státě Indiana (USA) v roce 1928. Jmenuje se Robert Indiana. Styl a tvorba Roberta Indiany jsou typické pro umělecký směr Pop Art. Jeho obrazy jsou vytvářeny plakátovou technikou, kde používá plochý dekorativní styl, který kombinuje s jasnými barvami. Sám se nazýval malířem nápisů, písmen a slov. Často používá tlusté řezy písem a mezi jeho oblíbená slova patří „EAT“ (jíst), „HUG“ (obejmout), „LOVE“ (láska). Jeho práce byla inspirována doprovodnými značkami a komerčními šablonami, a proto jeho hlavním motivem jsou většinou cifry, slova, emblémy. Sám často obhajuje tyto témata tím, že se v dětství musel 21 krát stěhovat. Robert Indiana je také básníkem, malířem a sochařem, kde jeho časté materiály jsou dřevo a kov. Jeho díla nepramení pouze ze symetrie, barvy a formy, ale i obrazu politického, náboženského a lidských práv. Mezi jeho nejznámější práci, kterou

vytvořil na téma láska je skulptura „LOVE“, kterou vytvořil v roce 1976 a nachází se ve Philadelphii. Skulptura je vytvořená za doby, kdy Amerika bojovala ve válce s Vietnamem a objekt „Love“ se stal symbolem míru pro tehdejší dobu. Je to jedna z neznámějších skulptur nejen Pop Artu, ale celého světa. Je vytvořeno více odlišných barevných variací. Modro-červená, modro-zeleno-červená, modro-bílá. Její forma se měnila léta. V grafické podobě se slovo objevilo také u básně v roce 1958 kde slovo „LOVE“ poprvé takto graficky upravil. Slovo „LOVE“ bylo také vyřezáno do kusu kovu, které vytvořil pro výstavu Stable Gallery v roce 1966. První myšlenka vytvořit nějaké umělecké dílo s tímto slovem, vznikla při návštěvě kostela v Indianapolis, kde Robert Indiana viděl pověšený velký nápis, který konstatoval, že „GOD IS LOVE“ (Bůh je láska). Později vytvořil malbu pro tento kostel, kde byl napsán opak předchozího „LOVE IS GOD“ (láska je Bůh), popřípadě myšlenkou po přidání jednoho písmene „O“ ve slově „GOD“ by znamenalo, že „LOVE IS GOOD“ (láska je dobrá). Krátce potom (v roce 1964) byl požádán, aby vytvořil Vánoční pohlednice pro Museum of Modern Art (MoMA). Vytvořil tři barevné variace slova „LOVE“ – červenou, modrou, zelenou. Pohlednice byla vydána v roce 1965 a od té doby se stala nejoblíbenější pohlednicí MoMA, kterou kdy museum vydalo. Od té doby se „LOVE“ stalo kultovním symbolem, který byl široce užíván v různých uměleckých médiích s nebo i bez umělcova souhlasu! Symbol „LOVE“ byl také vytištěn v roce 1974 na 8 centové americké známky, tzv. „love stamps“. Bylo jich vytištěno okolo 330 miliónu a tím se stal symbol „LOVE“ jeden z nejvíce a nejrychleji šířených a masově reprodukováných věcí s tímto tématem. Nedávno, (v roce 2002) se stala Indianova skulptura objektem parodie Londýnským umělcem nazývaným D-Face (<http://www.dface.co.uk/>), který použil synonymum slova láska – „HATE“ (nenávisť) a písmeno „A“ pootočil stejným směrem jako Robert Indiana písmeno „O“.

V poslední řadě bych zmínila osobu, která vlastně nemá nic společného s grafickým designem a s designem obecně, nebo jen velice málo. Je to Václav Havel. Bývalý český prezident, který svůj podpis vždycky doplní a ozdobí symbolem srdce. Srdce je ručně vepsáno vedle podpisu, buď stejnou barvou nebo červenou, jako symbol lásky a přátelství. Jeho podpis se stal známým díky tomuto grafickému doplňku. Jeho srdce je nezaměnitelné a stává se tak jeho vlastní značkou nebo se dá říci i vlastním logotypem.

Projekt San Francisco

„Hearts in San Francisco“ v překladu „Srdce San Francisca“ je projekt, který byl založen na podporu San Francisco General Hospital Medical Center na jaře roku 2004. Projekt spočívá v tom, že byli a stále jsou každým rokem osloveni američtí i zahraniční umělci, aby sami vytvořili sochu svého srdce. Fantazii a myšlenkám se meze nekladou. Umělci mají, dalo by se říci, neomezenou volnost. Své umělecké dílo pak vystaví na veřejné místo, na tzv. „pole Srdcí“ a to se pak automaticky dostává do veřejné dražby. Srdce si může koupit kdokoli, kdo zaplatí nejvíce peněz. Výtěžek peněz jde na modernizaci nemocnice a na kvalitní péči pacientů. V roce 2004 se vybralo kolem 1 miliónu amerických dolarů a o rok později v roce 2005 již přes 2 milióny amerických dolarů. Za tu dobu již bylo osloveno přes 130 umělců z celého světa. Zmíním alespoň jména jako Michael Osborne, Stan Dann, Lucy Puls nebo Alan Chin. Místa s umístěnými srdci jsou vyobrazena na mapě, kde jsou rozdělena do několika náměstí a ulic po San Francisku. Nejvíce jich je umístěno na Market Street. I když tito umělci nejsou všichni známí a projekt je vlastně jakýmsi nebo jakousi „klasickou“ dobročinnou akcí, je zde propojeno umění něco vytvořit pro dobrou věc. Přitom umělecká díla přilákají kulturní kritiky, historiky, studenty designu a možná, že o tom sem tam někdo napíše. Je to projekt dělaný s láskou a ze srdce. O projektu „Hearts in San Francisco“ byla vydána i publikace v které se může čtenář dočíst podrobné informace o umělcích i samotném projektu.

Srdce, láska a přátelství v reklamě

Dobrá a účinná reklama by měla obsahovat také emocionální prvky. Emocionální ladění reklamy, ať už ve smyslu pozitivních citů, jako je humor, láska, krása, šarm, kouzlo nebo citů spíše negativních, jako jsou strach, sentiment, bolest. ... Srdce, jakožto symbol spíše těch pozitivních prvků, je hodně využíván s propojením citů. Vše je v reklamě propojeno láskou, vášní, erotikou, tajemstvím. Symbol krásné ženy, která je úspěšná, vášnivá, krásná, zamilovaná. To je to, co dnes dobře prodává. Všechny ženy chtějí prožívat to stejné, být jako ona. Vášnivá, krásná, zamilovaná....a to díky výrobku, který propaguje. Symbol srdce se stává v těchto oblastech reklamy velice často používaný. Grafická úprava s romantickými srdíčky kolem, produkt který má design ve tvaru srdce. Velice často se toto propojení (symbol srdce, lásky, skryté erotiky či vášně) objevuje v reklamách na kosmetiku. Nejčastěji na parfémy. Vůně je podnět, který evokuje ve vás emoce, touhu po něčem krásném, po dobrodružství, lásce, erotice. Mezi firmy nebo přesněji řečeno módní domy, které využily symbolu srdce, patří například značka Moschino, která využila symbolu srdce v kampani na svůj parfém a slovo láska (Love), použila i v jeho názvu. Další značky jsou například Morgan nebo Yves Saint Laurent, který vytvořil parfém In Love Again ze symbolem srdce. Módní dům Dior dokonce převzal i tak známý a již zmiňovaný název I ♥ Dior. Podle značky I ♥ NY od Milтона Glasera. Mezi další módní domy patří například Escada ze svými flakóny ve tvaru srdce nebo německá módní značka Joop. Firma Cacharel zase nazvala svůj nový parfém Amor Amor a graficky doplnila vyškrábaným srdcem na flakónu i obalu, které evokuje nezkrotnou vášně. Odpoutejme se teď ze světa parfémů a zastavme se ještě nad jinými reklamami. Pro nový americký film Crank (2006) režisérů Marka Neveldina a Briana Taylora vytvořil Jason Statham plakát na kterém je vyobrazeno srdce. Nejde o srdce stylizované, ale pravé, reálné, které je navíc propíchnáno jehlami a injekčními stříkačkami. Takové srdce, které v začátcích evokovalo spíše násilí a smrt. Možná tímto se nechal autor plakátu inspirovat. Při prohlédnutí plakátu, nejspíše dojdete k myšlence, že se nebude jednat o „love story“, ale spíše o nějakou chladnější záležitost. Srdce evokuje lásku a to nejen k člověku, ale i například k jídlu a pití. Proto dánská firma Coffee Hag from vyrábějící kávu, zasadila veliké, červené srdce na plakát z roku 1920, aby vytvořila dojem, že jejich káva je vyrobena s láskou a má být také s ní konzumována. Propagovala myšlenku, že jejich káva vám vyčistí a otevře srdce. Srdce nezůstávají jenom na plakátech, ale jsou využívány i jako loga firem. Turistické informační centrum v Londýně má ve znaku vykreslené červené srdce a srdce má i ve znaku Anglické rádio Heart. Láska je víc než racionální investice. Když ji miluješ, není co řešit... O

tom, že nejde jenom o prázdný reklamní slogan, o tom, že láska a emoce vůbec jsou v byznysu víc, než chladný kalkul rozumu....

ZÁVĚR

Studiem literatury k této teoretické části mé diplomové práce, jsem našla mnoho podnětů, které jsem využila i ve své části praktické. Seznámila jsem se z historií symbolů, objevila jsem mnoho zajímavých odkazů a projektů, které se symboly zabývají.

Nejprve jsem popsala počátky zniku písma, protože písmo patří mezi nejstarší prostředky k dorozumívání. Zmínila jsem se také o symbolice barvy a jejího psychologickému působení na člověka. Pronikla jsem i do historie jiných, pro mě také velice zajímavých a známých symbolů. Prezentuji je, jak z pohledu encyklopedického, tak z pohledu grafického a jejich ztvárnění a využití v oblasti grafického designu. Zaznamenala jsem, že symbol srdce, jak jej známe dnes, má zajímavou historii a váže se k němu spousta legend a teorií. Snažila jsem se co nejpodrobněji zjistit, jaký měl symbol srdce vývoj, než se dostal do podoby, jakou známe dnes. Ve svém hledání jsem objevila, že existuje mnoho fotobank a soukromých blogů (www stránek), které shromažďují podle skupin mnoho symbolů a znaků. Majitelé těchto stránek si podle své obliby zde vytváří svůj vlastní grafický design. Vidíme tak „galerii“ jejich vlastních, amatérsky vytvořených symbolů. Z prostudování těchto stránek, se dá říci, že mezi nejoblíbenější témata patří láska, přátelství a emoce, které jsou součástí citů a obsahují velice často právě symbol srdce. Nejsou to ale jen témata z oblasti umění a grafického designu, ale umění obecně, včetně literatury nebo filmu.

Psala jsem také o osobnostech grafického designu, kteří mě zaujali a měli možnost pracovat se symbolem srdce a vytvořili tak nějakou výtvarnou práci s tímto motivem. Studiem co největšího množství dostupné literatury, jsem se snažila dosáhnout objektivnosti ve svém vlastním zpracování. Téma lásky je velice rozsáhlá studie, která se může zpracovávat dlouhá léta, protože nezasahuje jen grafický design, ale i v minulosti zasahovala do oblasti výtvarného umění a dnes i do moderního a postmoderního umění. Snažila jsem se ve své práci zaznamenat vše, co se obecně symboliky týče a kde se dá uplatnit. Symbol lásky a přátelství zasahuje do různých odvětví, nejen grafického designu, ale i například do kresby, malby, průmyslového designu, fotografie a v dnešním konzumním světě hlavně do reklamy. Symbol srdce je velice prodejný artikl, který pomáhá vytvořit a vyvolat pozitivní city, které u člověka vyvolají emoce.

Na konci své práce jsem se zmínila o oblasti marketingu a reklamě a předkládám na ukázkou několik reklam, které tento symbol lásky využili ve své propagaci a prodeji daného produktu.

Tato práce byla pro mě velkou a zajímavou exkurzí do této citlivé oblasti, která zůstane vždy nezcela probádanou a tématem, který vždy s sebou ponese nádech tajemství a tajuplné krásy. Jak už to někdy bývá, každá věc má své kladné i záporné stránky, a proto vše může být jak využito k dobré věci, tak i zneužito. Tomuto problému se nevyhnul ani symbol lásky. Láska je totiž abstraktní pojem, který se dá vyjádřit nespočetným způsobem. Každá láska je jiná a každý člověk je jiný a to je na tom to krásné.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ESCRIVÁ, J. *Jít s Kristem*. Zvon 1995
- [2] GOTTLIEB, F. *Symbole židovského života*. Tvorba 1997
- [3] HORÁKOVÁ, I. *Marketing v současné světové praxi*, 2002
- [4] KOLEKTIV AUTORŮ. *časopis FONT*. 2006, 2007
- [5] KOLEKTIV AUTORŮ. *Buletin Divadla Husa na provázku*
- [6] KUBIŠTA, J. *mediální komunikace, psychologie reklamy a PR* www.lucea.cz
- [7] NOVOTNÝ, A. *Biblický slovník*. Praha 1996
- [8] POLSKÝ PLAKÁT. <http://www.filmposters.com>
- [9] PROJEKT SAN FRANCISCO. <http://www.heartsinsf.com/>
- [10] STUDENÝ, J. *Křesťanské symboly*. Olomouc, 1992
- [11] SVASTIKA. www.nacismus.mysteria.cz
- [12] SYMBOL SRDCE. www.wikipedia.org/hearts_symbol
- [13] <http://www.designofsignage.com/resources/>
- [14] <http://www.scottsdalepublicart.org/collection/love.php>
- [15] <http://www.artcyclopedia.com/feature-2004-09-indiana-LOVE.html>
- [16] http://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Indiana
- [17] <http://www.dface.co.uk/-DFace>, Londýnský streetartový výtvarník
- [18] <http://www.algorithmdesign.com>

SEZNAM OBRAZOVÝCH PŘÍLOH

P I - SYMBOL SRDCE

P II - SYMBOL KŘÍŽ

P III - SYMBOL VULVY

P IV - SYMBOL HVĚZDY

P V - SYMBOL MÍRU

P VI - PIKTOGRAMY

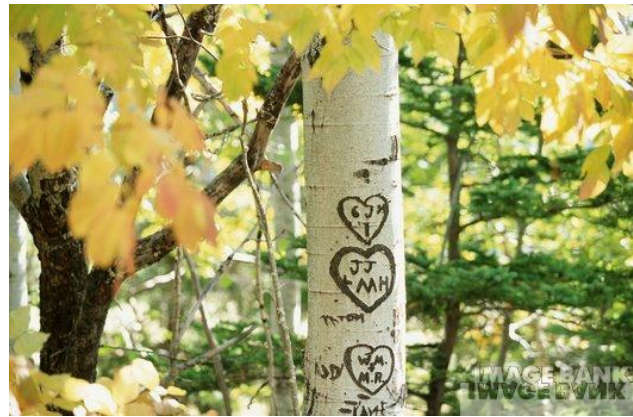
P VII - MILTON GLASER

P VIII - JAN RAJLICH

P IX - ROBERT INDIANA

P X - PROJEKT SAN FRANCISKO

P I – SYMBOL SRDCE



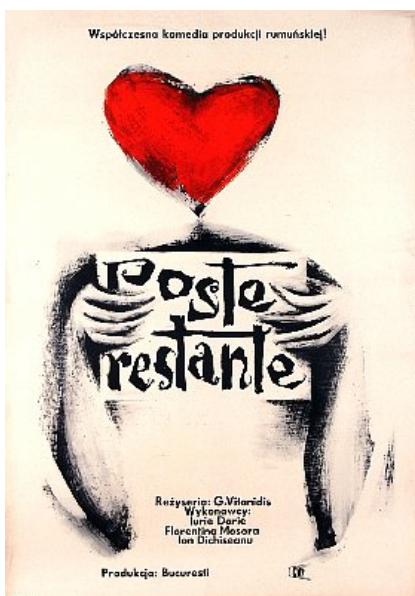
obr. 1, 2 – záznamy na stromech



obr. 3 – plakát k filmu Crank

obr.4 – Wiktor Gorka

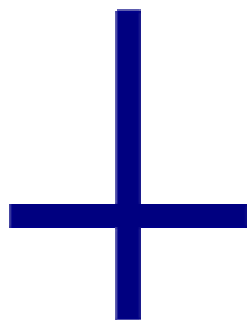
obr.5 – reklamní vývěska



obr. 7 – plakát k Caffé Hag

obr. 6 – Roman Opalka

P II - SYMBOL KŘÍŽ



obr. 8 – svatopetrský k.



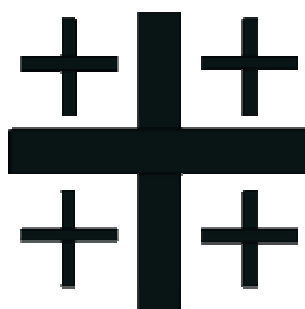
obr. 9 – kotvicový k.



obr. 10 – křížkový k.



obr. 11 – tlapatý kříž



obr. 12 – jeruzalémský k.1



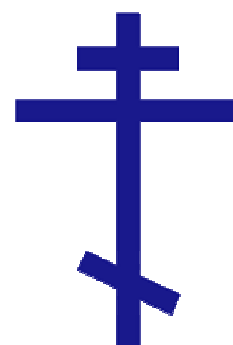
obr. 13 – jeruzalémský k.2



obr. 14 – hákový k.



obr. 15 – jetelový k.



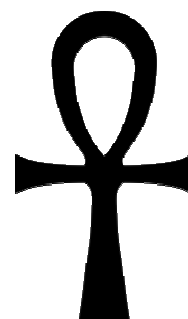
obr. 16 – pravoslavný k.



obr. 17 – svastika
v římském kostele



obr. 18 – malteský k.



obr. 19 – Ankh k.



obr. 20 – Roslaw Szaybo



obr. 21 – plakát k filmu Amen

P III - SYMBOL VULVY



obr. 22 – logo banky

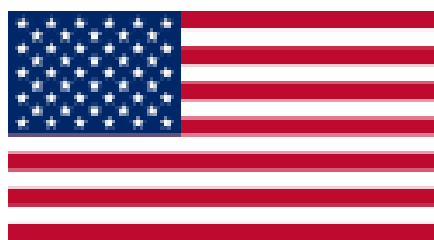


obr. 23 – logo internetového časopisu

P IV - SYMBOL HVĚZDY



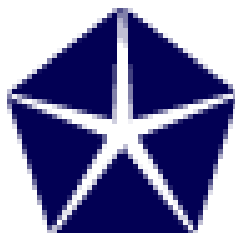
obr. 24 – betlémská hvězda



obr. 25 – americká vlajka



obr. 26 – redesign značky Mercedes Benz



obr. 27 – značka automobilky Chrysler

P V - SYMBOL MÍRU



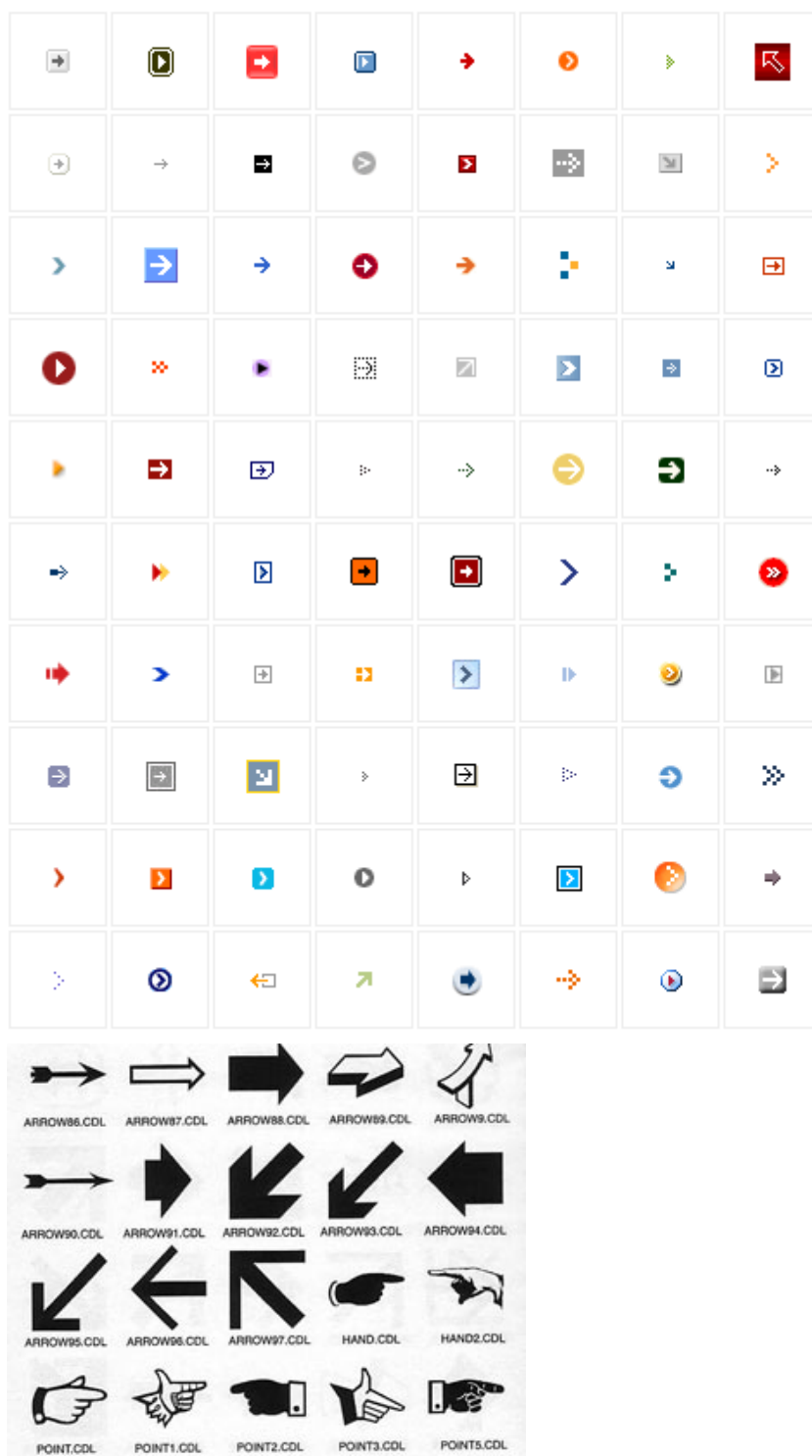
obr. 28 – Picassova holubice



obr. 29 – symbol Hippies

P VI - PIKTOGRAMY

Šipková inspirace



obr. 30, 31 – šipková inspirace

P VII - MILTON GLASER



obr. 32 – symbol New Yorku

P VIII - JAN RAJLICH



obr. 33 – novoročenka 2000

P IX - ROBERT INDIANA



obr. 34 – plakát LOVE



obr. 35 – parodie od D-FACE

P X - PROJEKT SAN FRANCISCO



obr. 36 – booklet knihy k projektu SF



obr. 37 – jedna ze skulptur projektu SF