

Dřevo v grafickém designu

BcA. Veronika Holíková

Diplomová práce
2015



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Grafický design

akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Veronika Holíková**
Osobní číslo: **K13308**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Grafický design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Dřevo v grafickém designu**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 40 – 45 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz směrnice rektora č. 7/2014) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část:

tradiční a netradiční využití dřeva v grafickém designu.

2. Praktická část:

grafický design ve výstavnictví – koncepční a vizuální styl výstavy (Milan Design Week).

Dále na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce v minimálním počtu 10 kusů pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

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

Seznam odborné literatury:

doporučené zdroje:

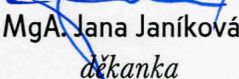
veškeré knihovnické a jiné fondy s literaturou na území ČR, SK, EU, webové stránky vztahující se k tématu, odborné časopisy a další literatura po konzultaci s vedoucím práce.

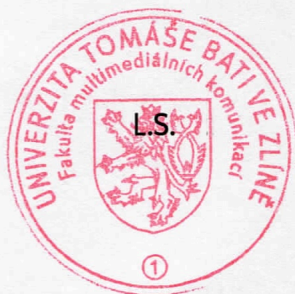
Vedoucí diplomové práce: **Dipl. Ing. Michael Vašků**

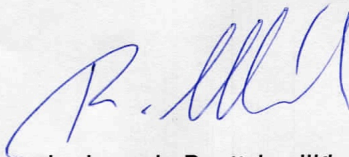
Datum zadání diplomové práce: **3. listopadu 2014**

Termín odevzdání diplomové práce: **15. května 2015**

Ve Zlíně dne 1. prosince 2014


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




dr. ak. soch. Rostislav Illík
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně12. 12. 2014.....

BcA. Veronika Holíková

Veronika Holíková

Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídnou k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Práce shrnuje nejdůležitější momenty v historii grafického designu, ve kterých dřevo hrálo významnou roli. Zaobírá se především vývojem dřevěné matrice, mexickou tradiční grafikou, ale i současnými tendencemi v grafickém designu, využívajícími dřevo technologicky i koncepčně.

Klíčová slova: Grafický design, vizuální komunikace, typografie, dřevo, dřevořez, dřevoryt, xylografie, tisk, knihtisk, matrice, egyptienka, Century Guild of Artists, mexická grafika, Taller de Gráfica Popular, José Guadalupe Posada, Calaveras, symbolika, logo, logotyp, vizuální identita, vintage, font, ekologický design, laserování.

ABSTRACT

This work summarizes the most important moments in the history of wooden material in the context of development of the graphic design. It also shows evolution of wood as a printing tool, traditional mexican graphic art and contemporary trends in graphic design using wood as a technological and conceptional material.

Keywords: Graphic Design, Visual Communication, Typography, Wood, Woodcut, Wood Engraving, Xylography, Print, Letterpress Printing, Slab Serif, Century Guild of Artists, Mexican Graphic, Taller de Gráfica Popular, José Guadalupe Posada, Calaveras, Symbolism, Logo, Logotype, Visual Identity, Vintage, Font, Ecodesign, Laser Engraving.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

V první řadě bych ráda poděkovala mé mamě, Haně Holíkové, za podporu, motivaci a umožnění studia na vysoké škole. Také bych svůj dík chtěla vyjádřit panu Dipl. Ing. Michaelovi Vaškovi za profesionální vedení mé diplomové práce a důvěru vloženou v náš tým. Dále bych ráda poděkovala Mgr. Richardu Vodičkovi za umožnění zorganizování celé výstavy a v neposlední řadě bych své poděkování chtěla směřovat všem členům týmu, kteří svou pílí přispěli k dosaženému výsledku.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 DŘEVO V ŠIRŠÍM KONTEXTU	12
1.1 ODKAZ DŘEVA V PRVOPOČÁTCÍCH.....	12
1.2 PAPÍR.....	13
2 DŘEVO JAKO MATRICE	14
2.1 DŘEVOŘEZ	15
2.1.1 Čínská kolébka.....	15
2.1.2 Expanze do Evropy.....	16
2.1.3 Otec knihtisku.....	17
2.1.4 Nový kolega.....	18
2.1.5 Zlatá éra dřevořezu.....	19
2.1.6 Nečekaný úpadek.....	21
2.2 NÁVRAT DŘEVA	21
2.2.1 "Dřevěná písma".....	22
2.2.2 Objev dřevorytu (Xylografie)	23
2.2.3 Dřevorytecký bulvár.....	24
2.2.4 Pokrok má jméno litografie.....	24
2.2.5 Century Guild of Artists.....	24
3 MEXICKÁ GRAFIKA	26
3.1 POLITICKÁ SITUACE	26
3.1.1 Mexická revoluce a občanská válka.....	26
3.2 GRAFIKA	27
3.2.1 Postavení grafiky.....	27
3.2.2 Témata.....	27
3.2.3 José Guadalupe Posada (1852–1913).....	27
3.2.4 TGP (Dílna lidové grafiky).....	30
4 SOUČASNÉ TENDENCE V GRAFICKÉM DESIGNU	34
4.1 ZÁNİK DŘEVĚNÉ MATRICE	34
4.2 SOUČASNÝ VÝZNAM DŘEVA	34
4.2.1 Vizualní vlivy.....	34
4.2.1 Technologické vlivy.....	42

II	PRAKTICKÁ ČÁST	48
5	POP UP SHOW	51
5.1	ÚVOD.....	51
5.2	KONCEPCE VÝSTAVY	52
5.3	INSTALACE	52
5.4	KONCEPCE GRAFIKY	53
	5.4.1 Barvy.....	54
	5.4.2 Kruh.....	54
	5.4.3 Logo.....	54
	5.4.4 Typografie.....	56
	5.4.5 Ilustrace.....	56
	5.4.6 Fotografie exponátů.....	57
	5.4.7 Tiskové materiály.....	58
	5.4.8 Grafika pro instalaci.....	61
	5.4.9 Webová stránka.....	61
	5.4.10 Video.....	63
	ZÁVĚR	64
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	65
	SEZNAM OBRÁZKŮ	66

ÚVOD

V teoretické části této práce vytyčím nejdůležitější momenty v historii grafického designu, ve kterých dřevo hrálo významnou a nosnou roli. Představím tuto přírodní surovinu jako materiál sloužící k přenosu obrazu, myšlenek a informací, tedy v podobě grafické matrice. Popíšu historický i technologický vývoj dřevořezu a dřevorytu, jejich návaznost na objev knihtisku a průmyslové revoluce, vliv těchto technik na genezi typografie a ilustrace. Pokusím se stanovit kulturní a politické kontexty různých dob, které ovlivňovaly intenzitu využívání deskotisku v grafické užité tvorbě. V rámci první poloviny 20. stol. se pak podrobněji zaměřím na dřevoryteckou tvorbu mexických grafiků, ovlivněných tamějšími a světovými politickými událostmi, kteří patří mezi světovou špičku v tomto výtvarném odvětví.

Poté pozornost přenesu na současný význam dřeva v grafickém designu. Dnešní tvorbu rozdělím na dva nejvýznačnější vlivy, které na ni působí: vizuální a technologický. Do první kategorie zařadím projekty inspirované vzhledem dřeva (ilustrace, fotky...) a do druhé skupiny zařadím práce ovlivněné novými technologiemi obsahujícími návaznost na dřevo (laserování, 3D typografie...). Oba tyto vlivy budu demonstrovat na několika zdařilých projektech současných grafických designérů.

V závěrečné kapitole se budu věnovat praktické části mé diplomové práce. Objasním, proč jsem si téma vybrala, seznámím čtenáře s projektem a vysvětlím koncepci svého grafického počínu.

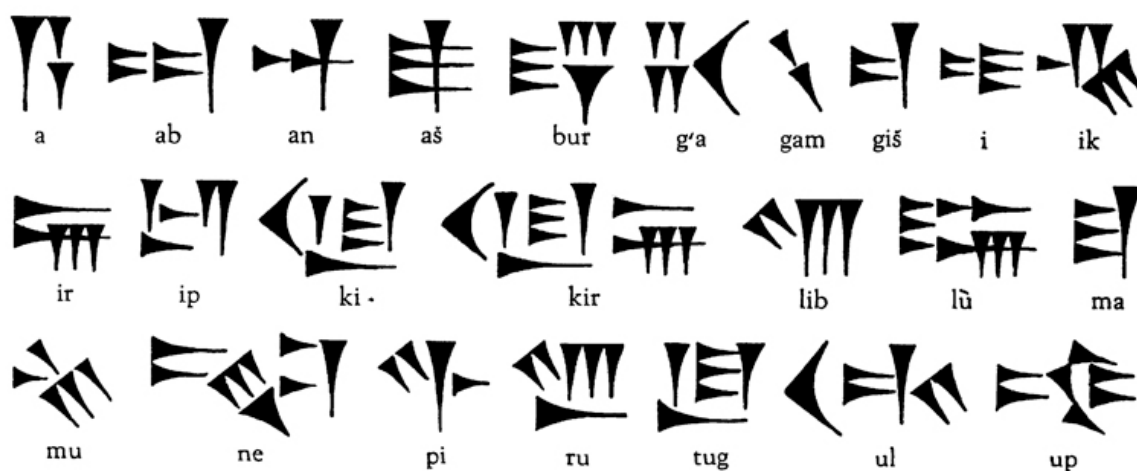
I. TEORETICKÁ ČÁST

1 DŘEVO V ŠIRŠÍM KONTEXTU

1.1 Odkaz dřeva v prvopočátcích

Dřevo je s vývojem grafického designu a typografie propojeno od prvopočátku. Pokud se na tento materiál zaměříme v té nejširší možné souvislosti a zabádáme v odborné literatuře, zjistíme, že jej jako prvek vizuální komunikace používali již pravěcí lidé, kteří se tak nevědomky stávali prvními designéry: „...lovec dával svým pomalejším kolegům znamení o směru pronásledování kořisti...“. [3] Lidé tehdy k tomuto značení využívali „produkty přírody“ a směřovali tak své společníky za pomoci různých kamenů, rostlin a především dřevěných větviček, vytvářeli první orientační systémy.

Při další hlubší polemizaci si uvědomíme i to, že dřevo je významně propojeno s vizuální formou klínového písma Sumerů, jež hraje důležitou roli ve vývoji lidského dorozumívání. Tento národ již ve 4. tisíciletí před naším letopočtem vytvořil fonografické písmo (každý znak představuje jednu slabiku). Texty byly nejprve ryty do kamene, avšak velmi brzy jej nahradily hliněné tabulky, které se posléze sušily na slunci nebo vypalovaly. Měkčí podklad tak vytvořil příležitost pro využití nového psacího nástroje: „Kreslené obrázky nahradil systém abstraktních znaků složených z otisků trojhranného dřívka“. [3] Tento charakteristický tvar upraveného dřeva tedy silně ovlivnil výsledný vzhled znaků.



Obr. 1 Sumerské slabikové písmo

Za důležitý bod v rámci hledání stop dřeva ve vývoji grafického designu můžeme považovat i tvorbu vývěsních štítů, které patří mezi významné prvky geneze vizuální komunikace i propagace. Tato forma zviditelnění se používala již ve starověku: „Potřeby obchodní identifikace i reklamy zrodily ve starověkém Římě vývěsní štíty. Ty označovaly písmem a obrazem různé výrobní a obchodní aktivity. Například hostince bývaly označované obrazy věcí či zvířat...“. [3] Do dřevěných vývěsek se tyto informační prvky vyrývaly a docházelo i k jejich barevnému odlišování, byly využívány až do 19. stol., kdy je nahradila tištěná reklama.

1.2 Papír

Mezi významnější příspěvky dřeva v rámci rozvoje grafického designu bezpochyby patří papír. Nejstarší materiály tohoto charakteru byly produkovány již ve třetím tisíciletí před naším letopočtem v Číně, avšak tehdejší složení ještě neobsahovalo dřevo (nejprve se využívalo konopí) a technologický postup se také lišil. V roce 105 n. l. čínský básník a úředník Čchai Lun nahradil konopí jinými surovinami: „Hadry, rybářské sítě a lana (později rostlinná vlákna) se namáčely, hmoždíři drtily na kašovitou hmotu, v rámu se síťovým dnem formovaly do plochého listu, sušily a lisovaly“. [3] Některé zdroje však tvrdí, že již tehdy byly v procesu tvorby využívány i dřevěné piliny. Důležité je, že tento výrobní postup přetrval až do druhé poloviny 19. stol., kdy v návaznosti na celkový rozvoj průmyslu, techniky a chemické technologie na scénu konečně přišla dřevovina a později i chemicky upravená buničina. Po tomto objevu a rozvoji masové výroby papíru ve formě, jak ho známe dnes (způsobené bratry Fourdriniery, kteří vynalezli moderní papírenský stroj), se papír stal důležitou součástí každodenního života a silně ovlivnil následující vývoj grafického designu a typografie. V rámci těchto oborů můžeme tvrdit, že se papír stal téměř nosným médiem, neboť se ve svých různých formách (papír, karton, lepenka) vyskytuje v mnoha odvětvích vizuální komunikace. Nejradiálněji však zasáhl přímo technologii, bez které by se vizuální komunikace neobešla – tisk. A právě vývoji tiskového průmyslu, který je současně silně spjat se dřevem, se budu věnovat na následujících stranách.

2 DŘEVO JAKO MATRICE

Tisk samotný provází lidstvo od prvopočátků. Chceme-li být důkladní, můžeme jej spojovat již s jeskynnými malbami vytvořenými otisky rukou. Mezi další historicky podložené prvotní matrice můžeme zařadit pečetidla a razidla využívaná různými kulturami pro označování dobytka, cihel, keramických výrobků, při výrobě mincí a podepisování autorských textů. Za cílené zefektivnění přenosu informací se považují asyrské snahy z období 2. pol. 2. tis. př. n. l.: „Jelikož některé znaky klínopisu se skládaly i z dvanácti prvků, bylo jednodušší je vyřezat do tvrdšího materiálu a místo mnohonásobného otiskování trojúhelníkového psacího nástroje je otisknout najednou“. [3] Znatelný rozvoj tisku však mohl nastat až po vynálezu papíru (viz Čchai Lun – předchozí kapitola 1.1.2 Papír), neboť tento objev přinesl levnější variantu potiskovaného materiálu. Do té doby využívaný pergamen, papyrus či hedvábí byly pro běžného člověka cenově téměř nedostupné.

Za první významný materiál využívaný jako matrice je považováno dřevo. Konkrétně jde o využívání techniky dřevořezu, nejstaršího reprodukčního umění. Jelikož je tato grafická technologie často zaměňována se svým mladším sourozencem – dřevorytem (xylografií), ráda bych hned úvodem stručně vysvětlila hlavní prvky jejich rozdílnosti.

Dřevořez spočívá v řezbě do dřeva po létech, tedy po směru kmenu, což umožňuje fyzicky jednodušší vyřezávání. Využívá se desek z tvrdších ovocných dřev (především třešňové, jabloňové...). Nechtěné části se odstraňují ostrými noži a širokými žlábkovými dláty. Výsledný obraz je většinou tvořen hrubými linkami, je poněkud strnulý, hranatý a silně stylizovaný. [4]

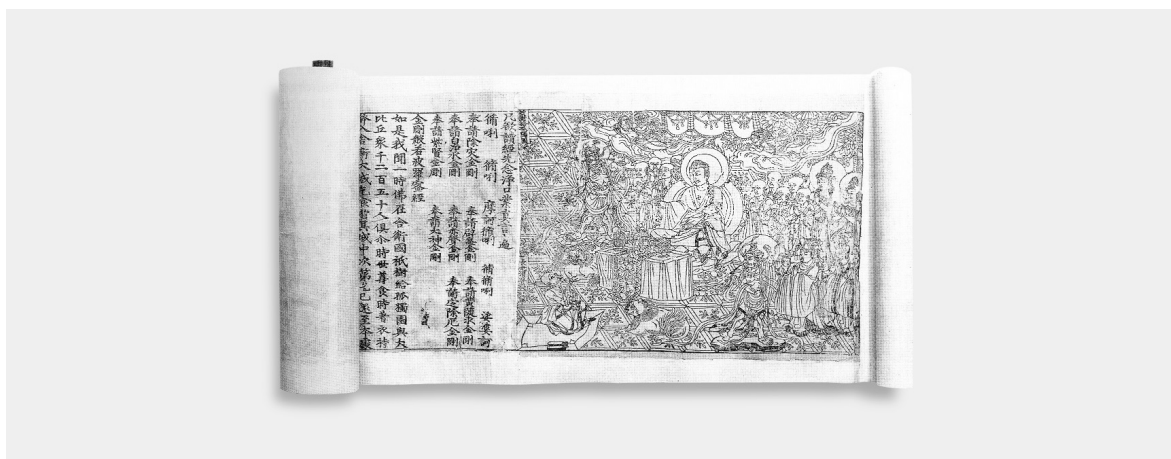
Dřevoryt (xylografie) se od dřevořezu liší především tím, že se ryje příčně přes léta do tvrdého typu dřeva (nejčastěji jsou využívány desky zimostráže), proto je tvorba této matrice fyzicky náročnější. Zpočátku byl obraz tvořen pomocí různě širokých mědiryteckých rydel, postupem času byly vytvořeny speciální nástroje. Rozdíl je také v tom, že se tištěné plochy před tiskem někdy potírají tenkou vrstvou zinkové běloby. Výsledný obraz je měkčí, ilustrativnější a dává možnost vyniknout odstínům šedi. [4]

U obou technik odrýváme plochy zrcadlově – ve výsledku je obraz horizontálně převrácen. Odstraněny jsou části, které mají po vytištění zůstat bílé (prázdné), barvu nanášíme na vystouplé hladké plochy. Dříve byl aplikován inkoust a jiné roztoky štětečky, v dnešní době se využívají gumové válečky s ofsetovou barvou. Samotný proces tisku se v průběhu vývoje také liší, nejprve se tisklo ručně za pomoci hladítek různých velikostí, od 19. stol. se již využívají speciální stroje. V obou případech se jedná o tisk z výšky. Lze tisknout (a tisklo se) na různé podklady, přes hedvábná sukna až po papír, který by měl být v každém případě navlhčený.

2.1 Dřevořez

2.1.1 Čínská kolébka

Nejstarší zachovalý dřevořezový tisk pochází z Číny, z roku 868. Jeho autorem je Wang Čiehem a jde o 4,9 m dlouhý svitek Diamantové sútry přenesený za pomoci inkoustu na navlhčený papír. Jedná se o dokonalou podobu tohoto výrobního postupu, proto se odhaduje, že první pokusy o tuto technologii mohly na území Číny vznikat již o sto let dříve. Avšak některé zdroje objev dřevořezu přisuzují jiným územím, např. Philip B. Meggs ve své knize („A History of Graphic Design“) uvádí příklad využití této techniky již v 5. stol. v Japonsku, jiní zase tvrdí, že pravý původ deskotisku bychom měli hledat v 8. stol. v Koreji.



Obr. 2 W. Čieh: Diamantová sútra

Nicméně nehledě na dohady, nelze popřít, že se zejména Čína zasloužila o rozvoj a rozmach této technologie, a i kdyby se zde technika dřevořezu nezrodila, tamější řemeslníci ji bravurně „vychovali“. Není ani divu, že ke zdokonalování docházelo právě zde, neboť tehdejších 44 000 čínských kaligrafických znaků si vyžadovalo preciznost, trpělivost a zdokonalování se v této technice. Kromě informativních svitků se však již od 10. stol. začaly realizovat např. peníze, hrací karty a především různé primitivní obrázky rozličného zaměření – náboženské, ilustrace k legendám apod. Dřevořez tedy brzy šířil nejen poučení, ale i zábavu a stal se „...prvním příkladem běžně šířeného tištěného spojení obrazu a písma“. [3]

2.1.2 Expanze do Evropy

Čínské dřevořezy se do Evropy dostaly přes islámský svět až ve 13. stol. Ze stejné doby pochází i první čistě evropské tisky vytvořené na území Itálie a Španělska, jednalo se o tisky hracích karet. Ve Švýcarsku v tomto století došlo i k prvnímu využití deskotisku v knize (v rámci Evropy), konkrétně k tisku iniciál v ručně psaných pergamenových knihách. Ve 14. stol. se tato technika využívala zejména pro tisk na látky (tzv. Bois protat), bohužel často pouze jako předloha pro vyšívaní.



Obr. 3 Sv. Kryštof



Obr. 4 Biblia Pauperum (Bible chudých)

Průnik dřevořezu do Evropy a jeho plošné využívání je úzce spojeno s rozmachem výroby papíru (seznámení s touto technologií je datováno již od 13. stol., jeho výroba se ale rozšířila až v 15. stol.). Prvními tisky se staly, jak jsem již výše zmínila, hrací karty, ale i devo-

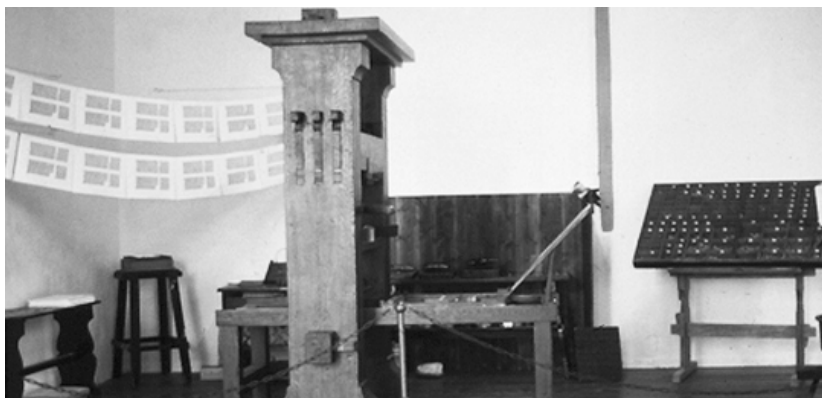
cionální obrázky svatých, kombinované s krátkými texty: „Nejstarším evropským datovaným příkladem dřevořezového tisku na papíru je Bruselská madona, u níž je obraz doplněný „mluvícími pásky“ a vročením (1418). O pět let mladší blokový tisk Sv. Kryštofa již prezentuje vyváženější skladbu obrazu a textu“. [3] Zobrazení Panny Marie pochází z Francie, obrázek světce z území Německa.

Evropské prvotní pokusy v této nové grafické technice jsou svojí nedokonalostí vizuálně zcela rozeznatelné, vyvolávají strnulý a neuvolněný pocit. S praxí však přichází zdokonalení a následná možnost využívání deskotisku pro detailnější grafiky: „Teprve mnohem později byly kromě zmíněných obrázků řezány v jemnějších provedení též jiné: noty, mapy, panorama měst, slavnostní průvody, podobizny, dále pak se zhotovovaly ilustrace k herbářům, kronikám, biblím a pod“. [1]

2.1.3 Otec knihtisku

V období první třetiny 15. stol. evropský dřevořez již začínal dosahovat vysoké estetické úrovně. Rytci dokázali ve dřevě kreslit uvolněnou linkou a vytvářet tak jemné ilustrativní tvary i prokreslenou detailní typografii. Postupně se začala tato technika využívat pro tvorbu knih. Je nutné podotknout, že do té doby byla výroba knih velmi náročná, neboť šlo o zdlouhavé přepisování a překreslování daných podkladů, což se samozřejmě odráželo i v konečné ceně manuskriptů. Dřevořez tak tehdy díky své reprodukovatelnosti a menší finanční náročnosti vypadal jako výborné řešení.

Při tisku dřevěnou maticí však docházelo k vytvoření reliéfu na zadní straně papíru, nebylo proto možné vytvořit oboustranný tisk. Problém se řešil tiskem dvoustrany za pomoci jedné matrice a následným slepováním papírů. Tisky poté bylo nutné ručně svázat. Knih tohoto typu se v Evropě dochovalo přibližně sto, mezi nimi jsou kvantitativně nejvíce zastoupeny tzv. Bible chudých (Biblia pauperum): „...biblické texty s převahou obrazu, které měly sloužit k jednoduchému výkladu biblických příběhů“. [3] Postprodukce těchto knih však byla velmi náročná. Tiskly se nejčastěji ve sto kusovém nákladu, jejich rozsah byl okolo 50-ti stran, avšak svazování a kolorování bylo časově náročné a neumožnilo jejich masové rozšíření.



Obr. 5 Rekonstrukce Gutenbergovy tiskárny v Mohuči



Obr. 6 Gutenbergova bible

Řešení masové výroby knih na sebe ale nedalo dlouho čekat. Okolo roku 1450 Johannes Gutenberg odhalil svůj vynález knihtisku. Tuto technologii není třeba podrobně popisovat, snad jen vytyčím hlavní rozdíl a benefit oproti dřevořezovému tisku. Gutenbergův vynález spočívá ve vytvoření jednotlivých kovových liter a jejich následného skládání do layoutu jedné individuální strany, což na rozdíl od dřevořezu umožňuje flexibilitu písmenek. Tento objev konečně umožnil plošné, do jisté míry jednoduché, šíření myšlenek a uspokojení vysoké poptávky po knihách. Téměř rychlostí světla se tak rozšířil po celé Evropě a své hlavní centra realizace našel především v Itálii a Francii. Knihťisku, kromě rozšíření vzdělanosti a celkovému zlepšení životního standartu obyčejných lidí, vděčíme i za výrazný rozvoj typografie. Především na italském území následkem možnosti tvorby kovových kuželek vznikl prostor pro zdokonalování písma a právě zde humanistické hnutí „...odmítlo gotické písmo jako nedůstojné pro přepisy starověkých textů i pro novodobou tvorbu“. [1] A tak se započalo vytvářet nové rodiny písem, které definovaly dodnes platné typografické principy. Jen pro časový kontext zmíním největší písmařské velikány té doby, jako byli např. Nicolas Jenson, Giovanni Battista Bodoni, francouzská rodinná velmoc Didotů či anglický typograf John Baskerville.

2.1.4 Nový kolega

I přes všechny své benefity měl však knihtisk jednu estetickou nevýhodu – nedokázal propojit text s obrazem. Tvůrci knih tedy našli řešení v propojení kovových liter s dřevořezovou ilustrací, což bylo výhodné především proto, že se v obou případech jednalo o tisk

čátku na tuto grafickou disciplínu dívali jako na řemeslo, můžeme tvrdit, že díky jejímu rozvoji v průběhu 15. stol., kdy dřevořez zastával „pouze“ funkci obrazového doprovodu, se v sedmdesátých letech téhož století z této techniky vyklubal čistě umělecký obor.

Vývoj dřevořezu jako umění se odráží i v začátku 16. stol., kdy dochází k tisku tzv. clair obscur, tisku využívajícího soutisku dvou desek: „Prvá deska tvořila široký ton základní – hnědý, rudý, modrý, šedý – s vybranými světlými, druhá tiskla na tento podklad černě tisknutou čarovou kresbou jako dosud“. [1] Barevný soutisk se na území Evropy v průběhu 16. stol. rozvíjel na vysoké úrovni, za vrchol ale můžeme považovat až éru japonských barevných tisků ukoyo-e pocházející ze 17. stol., která patří k vrcholům dosažených v rámci dřevořezu (těmto dílům se budeme věnovat až na následujících stranách).

Díky tomuto rozkvětu v průběhu 15. a 16. stol. vznikají po celé Evropě dřevořezové dílny, podpořené spoluprací umělců. Dřevořez z pohledu dnešního grafického designéra hraje roli i v začátcích budování prvních corporate identit, neboť byl zprvu používán pro slepotiskový tisk autorských značek (vodoznak) na listy knih vytištěných jednotlivými dílnami (dřevořez byl později nahrazen kovovým tiskem). Byl také u začátků první tzv. expresivní typografie v knize vydané italským vydavatelstvím Alduse Manutia – *Hypnerotomachia Poliphili* (1499), což samo o sobě patří k vrcholům tehdejší ilustrované knihy: „...sazba byla uspořádaná do „obrazů...“. [3]



Obr. 9 A. Manutius: *Hypnerotomachia Poliphili*

2.1.6 Nečekaný úpadek

V Anglii a Francii sloužil dřevořez primárně pro tvorbu ilustrací povídek a dětských knih, na území Německa a Holandska pak pro výjevy z běžného života ve městech a vesnicích, ale také pro reprodukci děl velkých umělců té doby. A právě přenos uměleckých děl se mu stal osudným, nýbrž i přes dokonalé využití této technologie, nebyla matrice dřeva schopna vytisknout zcela přesnou kopii měkce působících maleb. O osudu dřevorytu v následujících desetiletích tehdy rozhodlo i to, že se na svět klubala nová „jemnější“ grafická technika – mědiryt. A právě proto po téměř 200 letech aktivního využívání dřeva v reprodukci tehdejších myšlenek „v 18. stol. dřevořez už jen živoří“. [1]

2.2 Návrat dřeva

V průběhu období vrcholného a pozdního baroka byl dřevořez zcela nahrazen již zmíněným mědirytem, avšak následující doba průmyslové revoluce prokázala, že dřevo jako matrice ještě stále není mrtvým médiem. Zrychlený životní styl, strojní výroba a gigantický růst velkoměst otevírali nová odvětví grafického designu: „...zárodečné podoby reklamních grafických projevů je možné objevit již v hlubokých historických vrstvách. Kapitalistická ekonomika však tuto oblast vyzdvihla na nejvyšší stupínek důležitosti a přizpůsobila tomu i výrazové prostředky komunikace.“ [3]

Hlavním centrem průmyslového rozvoje byla Velká Británie (od přelomu 18. a 19. stol.). Stala se tzv. „dílnou světa“. Právě proto se Angličané jako první potýkali s novými nároky kladenými na vizuální komunikaci a převzali tak iniciativu i v rámci grafického designu. Konkurence firem stejného zaměření rostla velmi rychle a v ulicích se poprvé začal utvářet „vizuální smog“. Docházelo ke konkurenčním bojům a doted’ „čtivé“ detailní plakáty a tiskoviny bylo potřeba vizuálně „očesat“, vytvořit výrazné, minimalistické, heslovité, informační prostředky, odlišující se od okolí svou strohostí. Vznikl nový grafický „trend“ podmíněný funkcí – jednoduché typografické plakáty. Za tímto účelem byla vytvářena i nová akcidenční písma, které bylo potřeba razantně zvětšit. Na to ovšem už Gutenbergův vynález nestačil: „Many printers found large metal types to be prohibitively expensive, brittle and heavy“. [5] Bylo proto nutné opět oprášit metodu dřevořezu: „...wood type

rapidly overcame printers initial objection and had a significant impact on poster and broadsheet design“. [5]

2.2.1 „Dřevěná písma“

Nastala éra titulkových abeced často vytvářených pouze za účelem užití pro kratší texty plakátů nebo novinové tituly. Za první akcidenční písma se považují tučné varianty klasičtější antikvy, jejímiž autorem je William Thorowgood. Ve všeobecnosti byla tato písma tvořena pouhým zesílením dřívějších již stávajících fontů. Tato písma byla označována jako „boldy“ a stala se tam předchůdci dnešních „bold“ řezů.



Obr. 10 William Thorowgood: Tučná antikva podle Roberta Thorna

Ve druhém desetiletí 19. stol. vznikla na území Londýna i zcela nová písma, všeobecně známá pod názvem egyptienka. Tento druh písma působil velmi strojově, vyvážil kontrast tahů dřívějších a serifů. Patky jsou i přesto velmi výrazné, neboť jsou silně geometrizovány. Egyptienka však brzy překročila hranice akcidenčního písma: „...vzhledem k výborné čitelnosti podpořené zvýšením střední výšky písmových znaků se dodnes její varianty uplatňují v běžné sazbě“. [3] Brzy se uplatnila i jako strojové písmo a v první polovině 19. stol. se z ní dokonce zrodil san-serif (odstraněním serifů).

Pestrost zaměření klientů si vyžadovala i rozmanité grafické řešení. V průběhu tohoto století tak vznikala různorodá, někdy až exotická písma. Často vycházela z osobitých skic typografů. Egyptienka se stala velkou inspirací pro mnohé z nich: „...egyptienka se zaobleným náběhem serifů (ionské písmo anebo anglická egyptienka, v kondenzované verzi

Clarendon), egyptienka se zdůrazněnými horními a dolními horizontálními tahy (italienka) a písmo se štěpenými a zaoblenými serify i dřívky (toskánka)“. [3] Populární také bylo přetvářet uvedené typy fontů do iluzivních 3D prostorů nebo ornamentálně dekorativních symbolů: „The compositor, often in consultation with the client, selected and composed the type, rules, ornaments and wood-engraved or metal stereotyped stock illustration that filled the typeface“. [5]



Obr. 11 Egyptienka, ornamentální prostorové písmo, toskánka

2.2.2 Objev dřevorytu (Xylografie)

Jako plnohodnotný partner dřevořezu, využívaného pro tvorbu akcidenčních abeced, se kolem roku 1771 objevil již zmiňovaný sourozenec deskotisku – dřevoryt. Objevitelem této grafické techniky byl anglický rytec a umělec Thomas Bewick. Jak jsem již uváděla výše, xylografie vznikla rytím proti délce let za pomoci mědiryteckých rydel. Umělec využíval tvrdé dřevo zimostráže a vytvořil tak techniku, která se od dřevořezu lišila především svým jemnějším vizuálním dojmem, jenž mohl konkurovat a nahradit v té době silně rozšířené hlubotiskové techniky. I sám název napovídá, že xylografie působí spíše kresebně: „xylos = dřevo, grafein = kresliti, rýti“. [1]

Dřevoryt byl prospěšný i proto, že se stejně jako u dřevořezu jedná o tisk z výšky, snadno se s ním tedy kombinoval. Od začátku 19. stol. byl plně využíván pro tvorbu ilustrací

a veškerých obrazových doprovodů. V průběhu století se již osamostatnil a v druhé polovině byly veškeré ilustrace, po celé Evropě, reprodukovány právě touto grafickou technikou.

2.2.3 Dřevorytecký bulvár

Rozmach dřevorytu byl podpořen především průmyslovou revolucí, která s sebou přinesla objev parního stroje, využitelného i pro pohon tiskařských strojů: „V polovině 19. století již bylo možné vytisknout za hodinu 25 000 výtisků novin na „nekonečný“ pás papíru vyráběný lacině díky stroji bratrů Fourdrinierů z Anglie (1803)“. [1] Průmyslová revoluce se však odrazila i ve změně osobnosti tehdejšího průměrného člověka. Před touto událostí lidé povětšinou farmařili, žili zejména na vesnicích a novinky ze společenského a politického světa k nim putovaly dlouhou dobu, pokud se o ně vůbec zajímali. Avšak revoluce tyto lidi přilákala do měst: „With the industrialization came the factories and around them towns formed. People moved from rural to growing urban areas, to work in the factories. Products could now be transported long distance and the capitalist replaced the landowner“. [6] A právě tito „kapitalisté“ začali projevovat zájem o současné společenské dění. Zájem byl především o život smetánky, spekulace ze světa šlechty, fyzicky postižené a znetvořené lidi a největší poptávka byla především o karikatury politiků.

Poptávka v tomto případě tvořila nabídku, a tak se těmto tématům přizpůsobily i obsahy knih, novin a vznikaly dokonce první ilustrované časopisy. Na svět tak přišel jakýsi prvotní bulvár. Tento žánr se uchytil především ve Francii, kde v hlavním městě v roce 1830 začal vycházet humoristický časopis *La Caricature*. Mezi nejvýznamnější ilustrátory tohoto magazínu patřili Honoré Daumier a Paul Gavarni. Oba umělci využívali tehdejšího objevu fotografie (mechanický přenos do tisku ještě nebyl možný), podle které překreslovali, stylově upravovali a karikovali známé osobnosti. Tato doba tedy byla bohatá nejen na silné kreslíře, ale i zručné rytce.



Obr. 12 Divadelní plakát Obr. 13 H. Daumier: Král Ludvík

Obr. 14 H. Daumier: ilustrace

2.2.4 Pokrok má jméno litografie

Ve druhé polovině 19. stol. byla vynalezena zinkografie, grafická technika fungující na principu leptání barevného štočku. Zinkografie byla pro dřevoryt velkou konkurencí, především proto, že v tisku umožňovala zobrazit vysokou barevnou škálu a právě touha umělců po barvách stále rostla: „V téže době se však mezi umělci celé Evropy jeví mocná snaha o nové tvoření – individuální vyjadřování technikou dřevorytu nejen pomocí kontrastu černé a bílé, ale i barvami“. [1] Dřevorytci se proto touto novou technologií inspirovali a zanedlouho vznikla fotoxylografie, jež fungovala na podobném principu, avšak využívala kopírování negativů fotografií na dřevěnou desku. Fotoxylografie byla využívána především pro reklamní tvorbu, ale ne nadlouho, neboť pokrok nejde zastavit a k zinkografii se ke konci 19. stol. přidal i nový objev – litografie. Tento tzv. kamenotisk splňoval veškeré nároky moderní doby – byl rychle reprodukovatelný, dovoľoval tvořit ve větším měřítku, nabízel velkou škálu barev a různorodých grafických provedení a především zcela vyhovoval potřebám tvorby nového grafického komunikačního média reklamy, jímž se stal plakát.

2.2.5 Century Guild of Artists

Již na konci 19. stol. bylo jasné, že se dřevořez a dřevoryt budou dále rozvíjet pouze jako umělecké techniky. Své využití v rámci užité grafiky s příchodem objevu litografie a fotografie ztratily. Ke konci tohoto století se však ještě ozývaly hlasy umělců, kteří již v té době byli unaveni a znechuceni zrychlenou masovou výrobou designových produktů a pro-

pagační grafiky. Tyto hlasy se začaly ozývat již od roku 1851, kdy v Londýně proběhla Světová výstava průmyslu a kultury v Křišťálovém paláci: „...we were only to be faced with what can be described as the „wonderfull ugliness“ of the products of industrialisation“. [6]

Jako reakce a odpor proti mechanické výrobě designu již v roce 1960 vzniklo v Anglii pod vedením řemeslníků a umělců hnutí Arts & Crafts (Morris, Marshall, Faulkner & Company). Toto hnutí ostře vystupovalo proti masové, strojové výrobě, která měla za následek „lacině vypadající produkty“. Jejich odpovědí bylo založení uměleckého studia produkujícího ručně vyrobené designové produkty. Studio existovalo celých třicet let a bylo inspirací pro vznik méně známého hnutí Century Guild of Artists. To bylo založeno v roce 1882 výtvarníkem Heygatem Mackmurdem, který hlásal: „The machine age has taken the craft and beauty out of the design of everyday objects which we, The Century Guild believed to be lacking in soul, and reflecting what is seen as the moral decay of the Victorian Period“. [6]

Hnutí Century Guild je pro nás důležité především proto, že již ve své době pocíťovalo úpadek dřevorytu a snažilo se jej, společně s jinými uměleckými technikami, oživit. I tato snaha však byla zbytečná a na území Evropy se v rámci vizuální komunikace touto technikou již nikdy netisklo. Avšak v této době ještě stále dřevoryt nebyl zcela mrtvým médiem, neboť mimo Evropu, konkrétně v Jižní Americe, měl zažít v rámci propagační grafiky nečekaný rozvoj. A právě tvorbě mexických umělců se budu věnovat v následující kapitole.

3 MEXICKÁ GRAFIKA

Zatímco začátkem 20. stol. na území Evropy technika dřevorytu byla v rámci vizuální komunikace mrtvým médiem, v Jižní Americe, konkrétně na území Spojených států mexických, se měla dočkat svého největšího rozkvětu. Hlavním důvodem byla tamější politická situace a také tehdejší přítomnost uměleckých dřevoryteckých grafiků, kteří ve svém oboru doposud nebyli překonáni.

3.1 Politická situace

Abych byla schopna zdůvodnit a definovat tehdejší grafickou tvorbu, musím nejprve uvést důležitý kontext, kterým byla politická situace odrážející se v životech všech mexických obyvatel.

3.1.1 Mexická revoluce a občanská válka

Od roku 1876 bylo Mexiko pod vládou diktátora Porfiria Díaze, který zamezoval zavedení demokratických voleb. V roce 1910 jeho odpůrcům přetekla trpělivost a do jeho opozice se postavil tehdejší intelektuál Francisco Madera, svolal povstání a započala proslulá mexická revoluce. Madera byl v květnu 1911 zvolen novým prezidentem, avšak právě tehdy se mexická revoluce začala ještě více komplikovat, neboť i Maderova vláda si našla velké množství odpůrců. To v roce 1913 vyústilo v jeho vraždu. Victoriano Huerta, člověk zodpovědný za jeho smrt, poté sám povstal jako vládce země. Avšak bohužel ani on se ostatním politikům nezavděčil a po roce, ze strachu o svůj vlastní život, se vzdal moci, utekl do USA. Mexičtí intelektuálové a mocní politici si nevěděli rady co dál, sami mezi sebou se nedokázali dohodnout na řešení a k revoluci se tak přidala i občanská válka, při které nebylo nouze o atentáty, brzy se bohužel v Mexiku začaly ozývat i hlasy fašismu. Nepokoje v zemi panovaly až do druhé poloviny 30. let, kdy se prezidentem stal zakladatel moderního Mexika – Lázaro Cárdenas.

3.2 Grafika

3.2.1 Postavení grafiky

Doba revoluce byla příčinou nevídaného rozvoje mexického umění. Do boje se pustilo mnoho umělců, avšak kromě zbraně uchopili také štětce, tužky a především rydla. K tehdejší velké negramotnosti mexických obyvatel (v době revoluce bylo až 95% obyvatel negramotných) se musela přizpůsobit i tvorba grafiků. Komunikovalo se skrze plakáty, letáky, ilustrované písně, ale především přes tzv. „kramářské noviny“, což byla v podstatě obrázková forma zpravodajství. Stejně jako v Evropě, i zde byly velmi populární zesměšňující politické karikatury.

3.2.2 Témata

V průběhu revoluce byla smrt všudypřítomná, nejen kvůli neustálým nepokojům, ale i proto, že byla oslabena ekonomika celé země, venkovští obyvatelé byli chudí, hladoví a smrt pro ně byla často vytouženým vysvobozením: „V zemi, kde byla „laciná smrt“, kde bylo mnohem snazší podlehnout hladu, epidemiím a násilnostem mocných, než udržet se při životě, potkával ji člověk na každém rohu“. [2] Odráželo se to i v tématech tehdy populárních kramářských písní a s nimi spojenými publikovanými kresbami. Tomu se přizpůbil i jeden z tehdejších nejznámějších vydavatelů, Antonio Venegas Arroyo: „...vydával dramatické výstupy pro děti a dospělé, domácí zvěrolékaře pro venkov, snáře pro služky, salonní zpěvníky, deklamovánky, modlitby, povídky, především však kramářské písničky o starších i nejnovějších senzačních událostech, vraždách, popravách, zemětřeseních, povodních, kometách, předpovídaných koncích světa, požárech...“. [2]

3.2.3 José Guadalupe Posada (1852–1913)

Posada byl nejvýznamnějším grafikem Venegasova nakladatelství. V širším záběru se o něm hovoří jako o zakladateli moderní mexické grafiky. Narodil se v roce 1851 v Aguascalientes, několik let se živil jako učitel a v roce 1887 se přestěhoval do hlavního města, aby pracoval jako rytec ve zmiňovaném nakladatelství. Zde strávil celých 26 let. Za tu dobu vyprodukoval okolo patnácti tisíc grafických listů. Věnoval se zejména tvorbě dřevorytů, avšak ovládal i hlubotiskové grafické techniky.

Ovlivnil celou generaci nadcházející mexické umělecké elity. Sám Diego Rivera, který studoval na prestižních univerzitách v Madridu či Paříži, jej nazval „mým jediným učitelem“. Posadovy ilustrace jsou přesným portrétem toho, jak tehdejší Mexiko vypadalo. Jeho grafiky byly mezi lidmi velmi oblíbené, jelikož zachycoval tehdejší dění z pohledu lidu. Nebál se satiricky znázornit politiky, generály, ale i kabaretní tanečnice, Indiány či akademické modelky přestrojené za antické nymfy. Všechny reálné výjevy pak znázorňoval ve spojení s mystickými bytostmi a posmrtným životem. Mezi jeho často zobrazované symboly patří lebky, krev, čerti, rozzuření draci a veškeré nadpřirozené bytosti vyskytující se v lidových písních. Výjevy jsou však vždy zobrazeny s jistou dávkou nadsázky, jakoby se snahou poučit se cizím neštěstím. Dřevoryty ve výsledku působí spíše tragikomicky než tragicky. O tomto záměru vypovídají i samotné názvy grafik: „Strašlivá píseň o strašlivém synu, který strašlivě zabil svou strašlivou matku“... Legendární je i Posadova postava „Kmotřičky smrti“. Smrtka má původ ve známém mexickém lidovém svátku – Dnu mrtvých (2. 11.). Na rozdíl od českých Dušiček, je však tento den spíše usměvavý, velmi barevný (i mexické náhrobky jsou z pravidla natřeny bílou a jasně modrou barvou). Období podzimu je pak v této zemi také přívětivé: „Skončila právě doba dešťů, vše nasáklo vláhou, nastávají nejhezčí dny roku pro výlety a pikniky, není nepříjemné horko, neprší, modré nebe se směje“. [2] Lidé v tento den míří k hrobům svých blízkých, kde v rodinném kruhu konzumují jídlo, peče se speciální „chléb mrtvých“, konzumují se bonbony ve tvaru lebek se jmény zesnulých „A především: prodávají se barevné letáčky Calaveras (lebky) plné písniček, vtipů a politických karikatur o umrlcích“. [2]



Obr. 15–18 J. G. Posada: Calaveras

A tak i Posadovy smrtky číší spíše životem než zármutkem, často jsou zobrazeny v dynamickém pohybu s úsměvem na tváři. Umělec je využívá především jako zbraň lidu a mistrně jim přisvojuje výrazy některých politiků. Výrazy jsou různorodé, střídá se škodolibost, chytrost i hloupost. „Byly to smrtky nesmrtelně živé, jako sám lid“. [2]



Obr. 19–21 J. G. Posada: ukázky ilustrací pro Arroyu



Obr. 22–23 J. G. Posada: ukázky ilustrací pro Arroyu

I přes „strašlivé“ motivy jde z grafik cítit legrace, dobrá nálada a láska k životu. Posadův pohled na záhrobí ovlivnil velkou řadu umělců a hraje důležitou roli ve vývoji tamějšího i světového výtvarného umění, nejen grafiky. Je však nutno podotknout, že svou tematikou pouze navázal na dřívější lidové umění, tradice a zvyky, zejména se inspiroval aztéckým uměním a starou indiánskou kulturou. Odepřít mu však nelze fakt, že svou prací, především svým „kultem mrtvých“, motivoval ostatní, hlavně revolučně smýšlející, umělce k vytvoření nové umělecké školy, neboť „smrt se stává symbolem boje za spravedlivější život“. [2]

3.2.4 TGP (Dílna lidové grafiky)

O nesmrtelnosti Posadovy tvorby vypovídá i to, že se jím umělci inspirovali i více než dvacet let po jeho smrti, neboť v roce 1937 byla založena tzv. TGP (Taller de Gráfica Popular). Hlavními iniciátory této Dílny lidové grafiky byly Leopoldo Mendéz, Pablo O'Higgins a Luis Arenal. Jednalo se o kolektiv grafiků, malířů a freskařů, kteří se soustředili na využívání umění jako prostředku pro šíření revolučních myšlenek celému mexickému lidu. Nešlo však pouze o hnutí, nýbrž slovo „dílna“ bylo bráno doslova a vznikl tak konkrétní prostor, ateliér, kde se umělci setkávali, konzultovali a kritizovali své práce a především je přímo zde navrhovali, realizovali a tiskli. Důležitým charakteristickým prvkem výsledných děl se stala především srozumitelnost. Jednalo se tedy opravdu spíše o raný grafický design, než o abstraktní umění, neboť bylo nutné, aby grafickým listům rozuměli všichni obyvatelé Mexika. Odmítání abstraktního umění, neboli umění nesrozumitelného prostému lidu, bylo dokonce jedním z charakteristických prvků dílny. Dalším prvkem bylo odmítání fašismu – samo prohlášení TGP hovořilo o tom, že dílnu může navštívit naprosto kdokoli, jakéhokoliv přesvědčení, kromě fašistického:

„Dílna lidové grafiky je střediskem kolektivní práce pro účelovou produkci a pro studium různých odvětví grafiky a malířství.

Dílna lidové grafiky vyvíjí stálé úsilí, aby její produkce sloužila pokrokovým a demokratickým zájmům mexického lidu, především v jeho boji proti fašistické reakci.

Předpokládajíc, že sociální dostřel výtvarného díla je neoddělitelný od jeho dobré jakosti umělecké, bojuje Dílna lidové grafiky za rozvíjení individuálních technických schopností svých členů.

Dílna lidové grafiky je ochotna odborně spolupracovat s jinými dílnami nebo kulturními institucemi, s organizacemi dělnickými a lidovými a vůbec s každým pokrokovým hnutím nebo institucí.

Dílna lidové grafiky bude hájit odborné zájmy všech umělců.“ [2]



Obr. 24–26 Revoluční grafiky vzniklé v rámci tvorby TGP, autoři: A. Beltrán, L. Mendéz, L. Mendéz

V rámci tohoto sdružení vznikala díla různého charakteru. Nejčastěji umělci tvořili nástěnné malby, litografie, dřevoryty a linoryty. Litografie však byla brzy znevýhodněna silnou nedostupností litografického kamene na území Mexika. Nejvíce se tedy uchýlily grafiky tisknuté z výšky a to především díky své finanční nenáročnosti, ale také díky své jednodušší reprodukovatelnosti a následnému masovému šíření. Od začátku dílna bojovala s finančními nedostatky a trvalo několik let, než si mohla dovolit vlastní tiskařské stroje.

Od třicátých let dochází k rozvoji vzdělání a přibývá gramotných obyvatel Mexika. Dílna se tedy kromě tvorby karikaturistických satirických grafik postupně věnuje i tisku revolučních hesel a myšlenek. Není politické události, kterou by hnutí neglosovalo a na kterou by nereagovalo uměleckou tvorbou a realizací výstav. Upozorňuje na jakékoliv národní i mezinárodní problémy. Koncem třicátých let a začátkem let čtyřicátých se však bohužel přidávají i nová politická témata. TGP reaguje na celosvětovou válečnou situaci, bojuje proti fašismu a nacismu: „Dílna lidové grafiky vidí svou úlohu za války naprosto jasně: chce především ukázat lidu celý rozsah nacistického paličství. Stupňuje aktivitu, dodává ilustrace pro protifašistický tisk, zdobí obrovskými plakáty čela sálů, v nichž se konají tábory lidu, pořádá výstavy, spolupracuje na vydání Černé knihy o nacistickém teroru“. [2] V roce 1942 mexický stát oficiálně vstupuje do války jako spojenec Spojených států amerických. Díky levicovému smýšlení svých členů však i přesto negativně poukazuje na kapitalismus a demokracii USA. Vznikají např. četná díla kritizující burzu na Wallstreet. Ihned po skončení války dokonce zveřejňuje linoryt Alfreda Zalceho, jež vyobrazuje, jak se z dýmu americké bomby rodí nový nacismus, „varuje“ tak právě před politickým systémem USA.

V průběhu války se tak hlavním tématem plakátů a jiných grafických listů stává především sympatizování a podpora vojsk i politiky Sovětského svazu. Vznikají tak plakáty s hesly: „Sovětská fronta je první linií naší obrany“ či „Sovětský svaz brání svobodu světa – pomozme mu!“. Grafiky jsou hojně šířeny především mezi venkovany. Finance na tuto produkci hnutí získává především tak, že ke každému nákladu pěti tisíc plakátů, vytištěných na levný nekvalitní papír, vytisknou dvě stě na kvalitní papír, a prodávají je stoupencům dílny nebo protifašistickým organizacím. K úspoře peněz celkově přispíval i fakt, že se většinou plakáty, letáky i knihy tiskly černou barvou na levné materiály – barevné papíry nízké gramáže.



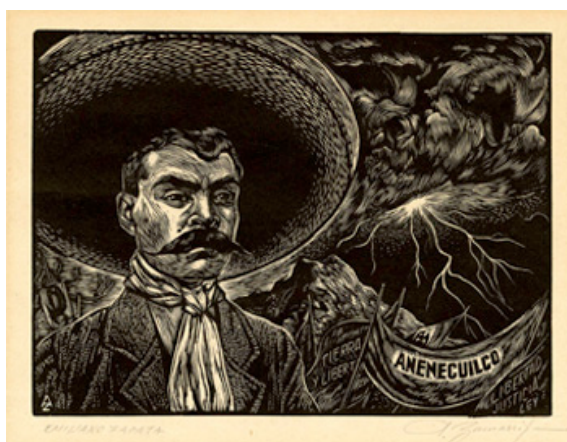
Obr. 27 I. Ocampo: Japonský fašismus

obr. 28 A. Zalce: Socialistický plakát

Po skončení druhé světové války se dílna soustředila především na propagaci komunistických ideálů. Zabývala se však i šířením vzdělanosti, bojem proti korupci v Mexiku či podpoře indiánských menšin v Mexiku. Často se setkávala s finančními problémy, což několikrát zapříčinilo potřebu přemístění centra tvorby do levnějších pronájmů, ale i postupný zánik využívání dřevorytu, který nahradil finančně příznivější linoryt. Úctyhodné však je, že sdružení fungovalo celých sedmdesát tři let, neboť zaniklo až v roce 2010, kdy zemřel jeden z jeho nejvýznamnějších členů – Jesús Alvarez Amaya. Odkaz TGP je však nesmírný, neboť jeho nemalé množství děl ovlivnilo tvorbu mnoha umělců, inspirovalo je k zakládání obdobných sdružení po celém světě a rozšířilo zájem o folklórní tvorbu.



Obr. 29 A. Bracho: Vítězství!



Obr. 30 A. Zamarriga: Emiliano Zapata



Obr. 31 A. Beltrán: Vida y Drama de Mexico

4 SOUČASNÉ TENDENCE V GRAFICKÉM DESIGNU

4.1 Zánik dřevěné matrice

Vlivem pokroku na konci 19. stol. a v průběhu 20. stol. se dřevo jako matrice (až na některé výjimky, jako bylo např. Mexiko) prosazovalo již jen v rámci umělecké tvorby. Pro účely užité grafiky a později již grafického designu, jak ho známe dnes, se začaly využívat moderní technologie. Zpočátku to byla zejména litografie, fotosazba, sítotisk, později byl objeven, dnes již hojně využívaný, ofsetový tisk a digitální tisk. Dřevěné matrice tak byly odsunuty do postraní a využití našly pouze u kumštýřů tvořících volné grafické listy nebo autorské knihy za pomoci klasické techniky dřevořezu či dřevorytu. V rámci této disciplíny bychom zde mohli uvést např. českého uměleckého velikána Josefa Váchala, jenž svůj život zasvětil především těmto technikám. Váchal tvořil jako multidisciplinární umělec, byl básníkem, ilustrátorem, typografem a grafikem v jedné osobě. V rámci jeho dřevorytecké tvorby je nutné zmínit alespoň jednu z jeho autorských knih „Krvavý román“. Především díky Váchalově práci s typografií a expresivní stylizaci ilustrací toto dílo patří mezi světové vrcholy dřevorytecké tvorby.

4.2 Současný význam dřeva

V současnosti je využívání dřeva v grafickém designu spíše estetickou záležitostí, avšak v menší míře se mezi grafickými designéry naleznou i jedinci, kteří se dřevorytem a dřevořezem inspirovali po technologické stránce. Současné vlivy dřeva v rámci vizuální komunikace bych proto ráda rozdělila na dvě skupiny: první kategorii nazvěme „Vizuální vlivy“ a druhou „Technologické vlivy“.

4.2.1 Vizuální vlivy

Do této skupiny můžeme zařadit jakékoliv grafické práce, které dřevo nevyužívají jako surovinu pro tvorbu, nýbrž se pouze inspirovali vizuální stránkou lesů, stromů, plody stromů a dřevem jako materiálem pro tisk. Jde tedy především o vizuální grafický přenos za pomoci vektorové nebo nascanované kresby či fotografického zachycení zmíněných prvků.

Tato skupina se tedy dá dělit na další proudy. Lze zmínit například **symboliku** znaků některých prvků. Například lípa se již v dávné minulosti stala posvátným stromem Slovanů. Sama Česká republika tento strom považuje za jeden ze svých národních znaků a stylizovanou formu jeho charakteristicky srdcovitých listů můžeme naleznout i ve Vlajce prezidenta republiky. Stylizované bukvice pak patří mezi základní lovecké symboly českých myslivců. A v neposlední řadě samotný strom je v současné době chápán jako mezinárodní symbol životního prostředí.



Obr. 32 Vlajka českého prezidenta



Obr. 33 European Diploma
of Protected Areas

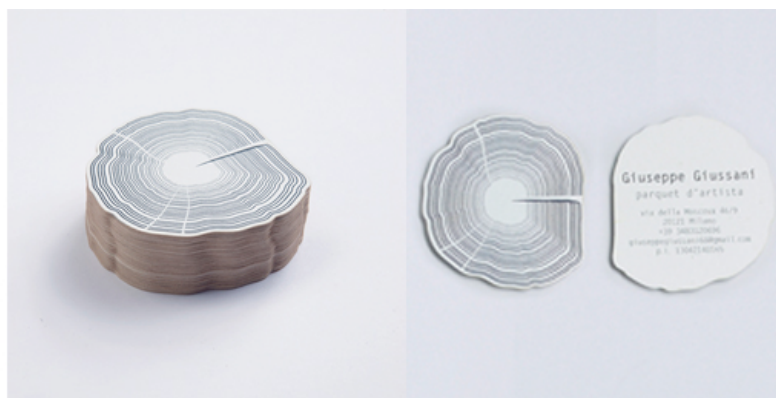


Obr. 34 ČMJ

Struktura dřeva pak vybízí designéry k jejímu přenosu do tiskovin, ilustrací, korporátních identit i do typografie. Mezi základní trendy v grafickém designu v posledních letech patřil i **fotografický přenos** struktury dřeva na tiskoviny, především za doprovodu jemnou elegantní typografií, která podtrhovala luxusní zjev grafiky. Tento efekt se však v posledních letech stal velmi častý a můžeme jej v dnešní době již označit za cliché. Proto se budeme na následujících stranách zabývat spíše **ilustrativním přenosem** struktury dřeva, aplikovaným zejména do korporátních identit různých firem. Tento proud si budeme demonstrovat na dvou povedených projektech.

První vizuální identitu tohoto druhu zastupuje práce na značce „**Giuseppeho Giussaniho**“. Tento italský designér dřevěných parket dal volnou ruku česko-italské grafické designérce a typografce **Valentině Ferioli**, jež se inspirovala ideou, že všechno v rámci výroby parket začíná u dřeva. Rozhodla se tedy znázornit tento materiál v jeho surové podobě. Zkombi-

novala proto umělcovu iniciálu (jméno i příjmení začíná na „G“) s jemnou linkovou kresbou značící léta stromu. Tato kombinace dále značí myšlenku, že Giuseppeho minulost i osud jsou silně propojeny se stromy, se dřevem. Tuto citlivě zpracovanou typografickou iniciálu pak aplikovala na všechny potřebné tiskoviny. Organičnost konceptu podtrhla například na vizitkách, jejichž zadní strana vykresluje celou iniciálu, to vše je podtrhnuté ořezem vizitky, který následuje vlnitý tvar loga. Symbol je dále využit i jako spojovací ornament zadních stran obálek různých velikostí, které po patřičném poskládání vedle sebe vytvoří základní znak. Barevné řešení zůstává ve dvou základních verzích, v černé a v gradientu složeném z odstínů hnědé. Doprovodná typografie je také zvolena velmi citlivě. S jednoduchými liniemi a s téměř čtvercovým řešením základního znaku příjemně kontrastuje protáhlý slab serifový font. Celý vizuální styl působí organickým čistým dojmem.



Obr. 35–37 Identita Giuseppe Giussaniho: logo, aplikace identity na vizitkách



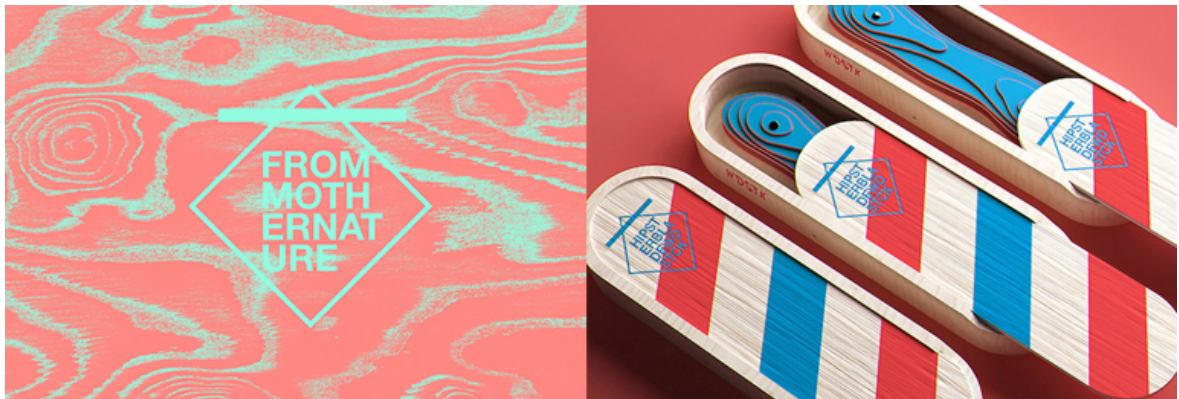
Obr. 38–39 Identita Giuseppe Giussaniho: merkantily, vzorník parket

Za další povedený projekt inspirovaný léty stromů můžeme považovat práci kyjevského grafického studia „**Tough Slate Design**“, jež zpracovalo vizuální identitu dřevěných produktů „**Woodstock**“. Konkrétně grafické zpracování mají na svědomí designéři Dima Tsapko a Roman Davydyuk. Produkty této značky i grafika se navzájem ovlivňují, jsou inspirovány vrstvením let na sebe. Značka má jakoby dva grafické prvky, které můžeme považovat za základní symbol. První z nich je čistě písmové logo, typografie (slovo „WDSTCK“) je silně transformována, jakoby rozřezaná pilou a následně seskládaná zpátky k sobě. Vzniká tak organický symbol objevující se především na fotografických prezentacích, vizitkách, katalogích, apod. Můžeme však vidět, že tímto způsobem transformace vznikla celá abeceda verzálkových písmen. Tento font je pak aplikovaný především na vzorníku různých druhů dřev – popisuje druhy stromů.



Obr. 40–41 Identita Woodstocku: logo, aplikace identity na vzornících

Druhý symbol je složen z jednoduché san serifové verzálkové typografie zarovnané na levou stranu a umístěné na střed kosočtverce, který je v horní části narušen horizontální linkou symbolizující řez dřevem. Tento symbol slouží spíše k popiskům jednotlivých produktů a jeho textový obsah se liší podle umístění na různé produkty. Např. při umístění na dřevěném obalu nože můžeme číst: „HIPSTERBLADEWDSTCK“, na moodových fotkách lze přečíst: „FROMMOTHERNATURE“. Dalšími důležitými vizuálními prvky je stylizovaná vektorová kresba let a ilustrativní vektorová kresba příčného průřezu kmenem stromu, které jsou umístěny zejména na letáčích, informačních leporelech, reklamních předmětech jako jsou trika nebo hrnky. Barevnost identity je laděná v sytých odstínech teplé červené a hnědé barvy, texty a kresby jsou většinou zobrazeny pastelovou žlutou. Doplňkovými barvami jsou sytá žlutá a světle modrá. Celý vizuální styl působí svěže, moderně a je určený především mladé cílové skupině se zálibou návštěvy přírody.



Obr. 42–43 Identita Woodstocku: charakteristický symbol identity, jeho aplikace na obalech nožů



Obr. 44–45 Identita Woodstocku: zpracování dopisních obálek, zpracování prezentačního prospektu



Obr. 46–47 Identita Woodstocku: reklamní produkty – triko, hrnky

Současní designéři se také inspirojí „zašlou“ atmosférou starých potištěných plakátů, obalů různých produktů a pestrými kombinacemi písma ke kterým docházelo v druhé polovině 19. stol. a v první polovině 20. stol., především na území USA. Tento proud grafický design zaznamenává již zhruba posledních pět let a je podpořen všeobecnou módní vlnou tzv. „hipsterů“. Tento termín pochází již ze 40. let a původně označoval americké bílé jazzmany. Tato subkultura se v moderním pojetí začala znovu objevovat již v devadesátých letech a přetrvává až do dnešní doby. Inspirací jsou pro ni veškeré „retro“ designové a fashion produkty. Nejen v grafickém designu je tento proud často nazýván „Vintage“. Tento trend je v současnosti velmi populární a vzniká tak velké množství projektů, které však mají rozdílnou kvalitu, bohužel u mnohých z nich se jedná o neoriginální grafické pojetí podmíněné pouze klientovou touhou po „modernosti“. Pod vlivem inspirace starými tendencemi však vznikají i velmi kvalitní práce. My se na následujících řádcích budeme zabývat pouze jednou z nich, avšak popíšeme ji podrobně, neboť naši pozornost si jistě zaslouží.

„Woodkit“ je typografický systém vytvořený grafickým designérem a především typografem **Ondřejem Jóbem**. Tento umělec v současnosti žije v Bratislavě, kde získal titul magistra umění na Vysoké škole výtvarných umění. Do seznamu svých studií si však může zapsat i Královskou akademii umění v Haagu v Nizozemsku. V Bratislavě v roce 2009 založil písmolijnu a grafické studio URTD, pod jehož záštitou vznikl i Woodkit. Tento font je inspirovaný dřevěnými tiskovými písmy využívanými v 19. stol. pro tisk reklamních plakátů. Skládá se ze tří rodin, každá z nich je dále složená z šesti různých druhů abeced, vzorů, komponentů a ornamentů. Všechny rodiny podporují latinku, azbuku i řecké znaky.



Obr. 48 Font Woodkit

Estetickou i funkční zajímavostí je, že každé písmeno horizontálně i vertikálně vyplňuje celý čtverčík daný druhem abecedy, což odkazuje na tradici reálných dřevěných liter. Díky tomu jsou všechna písmena pestrá, sjednocená, současně to fontu přidává na originalitě a působí velmi hravě. Některé znaky jsou také inspirovány dřevěnými alfabetskými kostkami pro děti, na což odkazuje i samotný název fontu – „Woodkit“ – což ve volném překladu znamená „budovat“. Písmo původně vzniklo v březnu roku 2014 jako logo pro „MR. WOOD“ – slovenskou designovou značku zabývající se tvorbou dřevěných interiérových doplňků a hraček. Autor však nakonec neskončil u zpracování pouze jednoho slova: „Just for fun, I quickly “built” a whole alphabet, then a second and a third set, then numbers and I only stopped after Greek and Cyrillic were done.“



Obr. 49 Font Woodkit: logo „Mr. Wood“

Výrazným stylem písma je „Letterpress“. Je inspirována plakátovými písmi 19. stol., které byly charakteristické přebujelostí stylů, ornamentů i velikostmi (toskánka, egyptienka...). Každý glyf tedy vypadá jako z jiné rodiny a abecedu udržuje jednotnou pouze autorový rukopis. „Alphabets A and B“ jsou číslice inspirované dětskými kostkami. „A“ je pozitivní varianta a „B“ je negativní varianta. „Blocks“ je soustava glyfů vytvořených z jednoduchých geometrických tvarů, jež jsou, především díky absenci ostrých rohů, schopny fungovat jako předloha pro 3D dřevěnou verzi fontu. „Figures“ je řez písma, který vytváří ilustrativní postavy a „Ornaments“ se skládá z pěti set různých ilustrací, hravě doplňujících celou abecedu.



Obr. 50–51 Font Woodkit: „Alphabets A and B“, „Blocks“



Obr. 52–53 Font Woodkit: „Figures“, „Ornaments“

Jak jsem již zmiňovala na začátku, Woodkit se skládá ze tří různých rodin. „**Solid**“ zastupuje „čistou“ variantu fontu, „**Print**“ simuluje „poničenou“ strukturu již natištěných písmen a „**Reprint**“ působí dojmem dvojnásobného různobarevného přetisku glyfů. Písmo je nastavené tak, že automaticky při psaní přepíná mezi různými styly, obsahuje i ligatury a je vhodné především pro headliny, plakáty či loga.



Obr. 54–55 Font Woodkit: „Solid“, „Print“



Obr. 56–57 Font Woodkit: „Repress“, inspirační zdroje autora

4.2.2 Technologické vlivy

Do této kategorie lze zahrnout veškeré projekty, které dřevo využívají v jeho čisté formě nebo jako postprodukčně opracovanou surovinu. Dále sem lze zařadit designérské práce, které odkazují na tradici dřevotisku, ať už formou dřevěných matic nebo principem vyřezávání typografie a různých grafických prvků do dřeva, za pomoci laserování či gravírování.

Dřevo jako postprodukčně opracovaná surovina se v grafickém designu objevuje v různých formách. V první řadě je nutno zmínit **3D zpracování typografie**, jež se hojně využívá např. ve volné tvorbě designérů (zejména pro tvorbu 3D objektů), výstavnictví (zobrazení log, informačního systému, popisků...) nebo v interiérovém designu různých prodejen, kaváren, barů, galeriích, designových buticích...

Jako zdařilý příklad takového počínu bych ráda uvedla například typografickou výzdobu polského módního a šperkařského butiku „Ania Kruk“. Zpracování tohoto obchůdku dostalo za úkol polské architektonické studio „mode:lina architektci“, které se rozhodlo, díky téměř dvoustěleté tradici značky, zpracovat prostory tradičním elegantním stylem. Čistě působící světlé výklady tak příjemně kontrastují s tmavším dřevem, jež je využito pro zobrazení elegantního loga. Značka je umístěna v celé své podobě v hlavním bodu interiéru – na stěně nad pokladnou – její zkrácená varianta je pak umístěna přímo na čele kasy. San serifová typografie a ornamentální rámeček, ve kterém je text zarovnaný na střed, působí velmi jemně a roztomile. Je nutno dodat, že dřevo zde hraje důležitou roli, neboť celému interiéru dodává tradiční atmosféru a dokonale ladí s dalšími dřevěnými prvky obchodu (s nohy výkladů, rámy zrcadel i s částečně dřevěným obložení stěn).



Obr. 58–59 Butik Ania Kruk: pohled do obchodu, logo



Obr. 60–61 Butik Ania Kruk: značka obchodu, detail ornamenru

Postprodukčně opracované dřevo je možné ve své téměř surové podobě nalézt i jako **do-
vodný prvek při prezentacích** již vytvořeného grafického designu. Prezentace samotná je v rámci vizuální komunikace velmi důležitá a právě tento materiál mnohdy dodává (především vizuálním identitám využívajícím přírodní a recyklované materiály) jisté kouzlo, což velmi kladně působí na potenciálního zákazníka. Dřevo je však nepostradatelným prvkem i v důležitém odvětví užité grafiky, kterým je **obalový design**. Dřevěné obaly působí velmi esteticky a dodávají produktům luxusní ráz. Při volbě tohoto materiálu často grafik sahá po již zmiňovaných přírodních a recyklovaných kartonech a lepenkách. Tyto dřevité materiály jsou pak často kombinované s ručními papíry, senem, sušenou trávou, lýkem nebo přírodními bavlněnými látkami. Kvalitní papíry často svádí i k tradičnímu potisku za pomoci dřevěných razítek nebo k vytváření slepotisku, ať už tradiční matricí nebo moderními technologiemi.

Zástupcem dřevěného obalového designu může být např. práce mladé německé designérky **Kristiny Düver**, jež vytvořila „ecodesign“, obal a celkový vizuální styl dřevěným designovým sluchátkům „**JUNG HOLZ**“. Autorka se rozhodla vytvořit sluchátka pro mladou cílovou skupinu, kterou podle ní lze oslovit hudbou, stylem a ekologickým přístupem k tvorbě. Tomu odpovídá i samotný název značky, který v překladu znamená „mladé dřevo“.



Obr. 62–63 Sluchátka Jung Holz: sluchátka a dřevěný obal, pohled do krabice

Ekologickému duchu projektu odpovídá i koncept, který si zakládá na tom, že za každá realizovaná sluchátka je zasazen jeden strom, jenž zákazník dokonce může najít díky GPS souřadnicím. Celá identita je tedy vedena v přírodním duchu, sluchátka po zakoupení obdržíme v dřevěné krabici vyplněné hoblinami. Dále obdržíme bavlněný vak určený pro další přenos produktu. K váčku jsou přivázány vizitka a informace sdělující souřadnice zasazeného stromu. To i další firemní merkantily jsou zpracovány na recyklovaný nebo balicí papír. Krabička samotná obsahuje informace o velikosti sluchátek, barvě a logo, všechny tyto údaje jsou do dřeva vylaserované, což odkazuje na tradici dřevorytu.



Obr. 64–65 Sluchátka Jung Holz: merkantily, detail bavlněného vaku

Laserování, společně s **gravírováním**, je v současnosti velkým trendem. Designéři jej však nevyužívají jen v rámci obalového designu, nýbrž jej aplikují např. i na vypalování typografie a grafických motivů do kůže, 3D produktů, papírů, kartonů, lepenek a v neposlední řadě do dýhy. A právě zejména tenká a poddajná dýha se v posledních letech stala běžným materiálem grafického designéra. Umělci ji po vypálení využívají pro různé účely – někteří tvoří plakáty, vizitky, reklamní štítky, avšak nejčastěji dochází k jejímu využití pro obálky knih. Díky své ohebnosti a jemnosti lze dýhu i lehce prošít, což otevřelo možnost využití spojení stran za pomoci tzv. V8 vazby, která funguje na principu sešití libovolného počtu složek papírů k jednostránkové obálce publikace. Vazba je nejčastěji šitá surovou nití, což v kombinaci s dřevěnou obálkou působí příjemně. Technologie laserování, dýha a V8 vazba jsou však cenově poměrně náročné, proto designéři tyto technologie a materiály využívají především pro tvorbu luxusních zakázek, autorských knih nebo portfolií.

Zdařilým příkladem tohoto designérského přístupu je autorské portfolio **KOLEKTIV '13** hamburského grafického designéra **Floriana Schommera**. Autor se rozhodl spojit třináct svých grafických, pestře řešených projektů do jedné knihy. Pro každou práci vytvořil menší samostatnou knihu a jednoduchý sešit, ve kterém je umístěna explikace k danému projektu. Sešity a knihy jsou vždy spojeny odkrytou vazbou V8. Obal celého souboru je řešen dvěma dřevěnými deskami (zadní a přední). Jako neutrální grafický prvek, propojující obálku i všechny práce, autor zvolil ornament tvořený z geometrických stylizací stromů, hor a řek, což odkazuje na jeho oblíbený koníček – cestování. Rytina do dýhy tak v tomto případě příjemně podtrhuje Florianův vztah k přírodě. Desky jsou k souboru připevněny jednoduchou gumičkou. Portfolio obsahuje i motion grafiku umístěnou na flashdisku, jenž je graficky i technologicky řešen stejně jako obálka knihy, ke které je prakticky přivázan.



Obr. 66–67 *Knihy Kolektiv '13:*

II. PRAKTICKÁ ČÁST

Jako jedno z hlavních témat, kterým jsem se chtěla věnovat v průběhu mého magisterského studia, jsme si zvolila **mezioborovou spolupráci**. Chtěla jsem tak navázat na zkušenosti, které jsem v průběhu studia získávala již od prvního ročníku bakalářského stupně. V průběhu prvních tří let se mi povedlo zapojit do projektů s interdisciplinárními přesahy, které mne v mnohém obohatily. Pokud bych měla shrnout nejvýznamnější počiny tohoto typu, určitě bych zmínila např. mé působení ve studentské reklamní agentuře „**Compost**“ (pracovní stáž v agentuře „Comtech“), dále pak mou účast na založení projektu „**Loosers Farm**“ (studentská reklamní agentura v rámci agentury „Loosers“), která našemu tehdejšímu týmu přinesla dokonce výhru v rámci mezinárodní soutěže „**Brand New Challenge**“, což nám poskytlo možnost strávit semestr v marketingovém oddělení v headquarteru německé firmy „**New Yorker**“. V průběhu všech těchto stáží jsem oficiálně působila jako Art Director, avšak sama bych se nazvala spíše „holkou pro všechno“, neboť jak už to v týmu chodí, má práce nekončila u designu, nýbrž jsem se věnovala i marketingu, umění prezentace pro klienty, copywriterství, sponsoringu či PR. Ve svém volném čase jsem však vždy tíhla ke spolupráci se studenty ostatních ateliérů, především pak s fotografy a fashion designéry, což mne osobně naplňuje nejvíce.



Obr. 68 Logo vytvořené pro Loosers Farm



Obr. 69 Brand New Challenge – vyhlášení soutěže

A právě proto jsem se rozhodla soustředit svou diplomovou práci na spolupráci se studenty ostatních ateliérů. S radostí jsem využila příležitost zapojit se do prezentace naší fakulty na milánském týdnu designu („Milan Design Week“, 2015), neboť jsem již v loňském roce měla příležitost sledovat vytvoření tohoto „prezentačního stánku“ zblízka, dokonce jsem se zapojila do konzultací grafické stránky projektu a měla jsem také možnost vidět, jak celý tým funguje. Tématem mé praktické práce se tedy stal „Konceptní a vizuální styl výstavy

(Milan Design Week)“. Toto zadání se stalo společnou diplomovou prací pro mne a mého spolužáka BcA. Petra Beláka (dále jen Petra), neboť rozsah a krátký časový prostor na realizaci grafické práce si vyžaduje zapojení dvou studentů, což se osvědčilo i při práci na předchozím ročníku (projekt „About Layabouts“ – MgA. Adéla Galbavá, MgA. Petra Koutná).

Stejně jako v předchozích letech se supervizorem a kurátorem výstavy stal Dipl. Ing. Michael Vašků (spoluzakladatel vídeňského studia „Vasku&Klug“), který má bohaté zkušenosti s prací se studenty naší fakulty, díky předchozí účasti na projektech „**Newintage**“, „**Bite me Milano**“, „**About Layabouts**“. Současně se tak stal vedoucím naší diplomové práce. Ze strany univerzity se koordinace instalace ujal Mgr. Richard Vodička, který se na těchto projektech v minulosti také podílel.

5 POP UP SHOW

5.1 Úvod

Úvodem bych krátce objasnila základní požadavky na výstavu a vysvětlila, jak fungoval chod týmu. Aby univerzita mohla vystavovat ve Ventura Lambrate v Miláně (zóna, kde jsou představeny práce designérských škol), musí nejprve projít výběrovým řízením. Hlavním cílem instalace je prezentovat aktuální tvorbu 3D produktů na naší fakultě, tzn. především práci Ateliéru Průmyslový design a Ateliéru 3D design (zapojit se však mohou i studenti jiných ateliérů). Začátkem zimního semestru tedy byla studentům všech ateliérů nabídnuta spolupráce na tomto projektu. Kurátor výstavy zadal téma pro letošní ročník („Excessive Wood“). Poté probíhaly v nepravidelných intervalech konzultace samotných produktů. Koncem zimního semestru se začalo pracovat na koncepci instalace. V průběhu práce na projektu někteří studenti odpadali, tým se postupně filtroval na úplné jádro, které v lednu vypracovalo prezentaci, podle níž se v Miláně rozhodlo, zda budeme na design weeku vystavovat. Pro představu, na začátku bylo v letošním roce zhruba padesát zájemců o zapojení se do projektu. Ve výsledku však vystavovalo pouze třináct studentů a o koncepci výstavy a samotnou realizaci se intenzivně staralo šest studentů. Tato „filtrace“ opravdových zájemců a také různorodost týmu, kdy role nejsou přesně rozdělené a studenti pracují s mezioborovými přesahy a v podstatě neexistuje jediný autor projektu, je podle mne samotné největší přínos a příprava do budoucího života designéra.

5.2 Koncepce výstavy

Návštěva design weeků v současnosti dosáhla stejné popularity jako návštěva jiných všeobecně oblíbených kulturních akcí. Design weeky v posledních letech velmi stouply na oblibě a již zde nepotkáme pouze designéry, studenty designu či umělce, nýbrž je to záležitost běžných lidí a rodin s dětmi, které si zpestřují všední dny. Návštěva této akce se tak pomalu ale jistě začíná řadit mezi populární události, jako je například návštěva kina. A právě na tuto skutečnost jsme se za pomoci naší instalace rozhodli poukázat. Nechtěli jsme kritizovat, nýbrž spíše zpříjemnit návštěvníkům zážitek z naší výstavy. Z tohoto důvodu jsme se inspirovali právě filmovým průmyslem, vytvořili jsme tak instalaci připomínající kinosál. Jakmile divák vkročil na půdu naší instalace, byl uvítán jedním ze studentů („uva-

děčů“), mohl se pohodlně usadit do sedaček připomínajících sedadla v kině, a zadívat se na scénu před sebou, ve které byly nainstalovány produkty našich studentů. Kromě příjemného sezení mu však byl nabídnut čerstvě připravený popcorn, katalog prezentující celou výstavu a univerzitu, či přímo konverzace s některými autory instalace nebo vystaveného produktu. A právě přítomnost popcornu pro nás byla směrodatná i při vytvoření názvu výstavy – „PopUpShow“.

5.3 Instalace

Design instalace samotné byl diplomovou prací BcA. Michaela Chomiszaka (dále jen Michael), studenta Ateliéru Prostorový design. Instalace byla provedena v bílé barvě, aby působila jednotně, nerušila vystavené produkty. Jak jsem již zmínila, hlavní bod výstavy byla scéna, připomínající prostor, kde je umístěno filmové plátno. Místo plátna samotného si mohl divák všimnout loga výstavy a přečíst si krátkou explikaci shrnující naši práci. Pod explikací již byly samotné produkty, nainstalované přímo v „záplavě“ popcornu. Jelikož popcorn pod produkty byl také určený ke konzumaci návštěvníků, produkty byly umístěny na kruhových bílých podestách vystupujících z popcornu. Naproti scény byly umístěny dvě řady sklápěcích sedaček, na kterých mohli diváci najít odpočinek po celodenním chození, současně si tak mohli pohodlně prohlédnout produkty. Nalevo od sedaček byl umístěn samotný „popcornovač“, ve kterém byl průběžně připravován čerstvý popcorn. Za sedačkami se pak nacházely větší exponáty, umístěné na zemi, a také zaplavené popcornem. Nad celou instalací se „vznášela“ úvodní uvítací vývěska s logem výstavy.



Obr. 70–71 Instalace

S Michaelem jsme na vývoji instalace úzce spolupracovali, především po grafické stránce. A právě postup při tvorbě grafiky, nejen pro scénu, budu podrobně rozebírat v následující kapitole.

5.4 Koncepce grafiky

Nároky na vizuální identitu výstavy byly smíšené, neboť na jednu stranu bylo potřeba vytvořit vizuální identitu tak, aby přímo na instalaci nerušila produkty, byla podřadná, na druhou stranu bylo zapotřebí, aby byla dostatečně výrazná, měla schopnost zaujmout i mimo instalaci (v online a tiskovém prostředí), jelikož je to část projektu, která jako jediná po deinstalaci zůstává (kromě fotek a videa). Druhým podstatným požadavkem byla návaznost na koncepci instalace, proto bylo důležité inspirovat se filmovým průmyslem a popovou kulturou.

Pro mne a pro Petra se stala hlavní múzou především popová kultura. Rozhodli jsme se vytvořit vizuální identitu jež by vyzařovala zábavu, konzum a také „prvoplánovost“, neboť to jsou klíčová slova popkultury. Dalšími inspiračními vzory se nám stal **Zlatý věk Hollywoodu** (konec 20. let až 60. léta 20. stol.) a výtvarný styl animovaných komedií „**Looney Tunes**“ (zlatá éra animované filmografie), jelikož právě v tomto období nastal přelom ve filmovém průmyslu, filmy se staly běžnou součástí života obyčejných lidí.



Obr. 72 Hollywoodské titulky



Obr. 73 Úvodní titulky Looney Tunes

5.4.1 Barvy

Zásadním bodem se pro nás stal výběr barev. Jak jsem již zmínila, bylo nutné, aby identita nepůsobila příliš rušivě, současně však měla být dostatečně výrazná mimo instalaci. Z tohoto důvodu jsme se rozhodli zvolit kombinaci dvou základních barev. První z barev byla jemná **běžová** barva (Pantone 7499 U) ladící s barvou popcornu i s materiálem dřeva, z něhož byla většina produktů vytvořená a současně přinášela atmosféru těchto dvou prvků do prostředí mimo instalaci. Druhou barvou byla svěží **zelená** (Pantone 3265 U), jež byla naopak kontrastní, oživovala veškerou grafiku, částečně ladila s produkty, které obsahovaly zeleň (PopUpFlowerpot, PopUpCoffin). Identita využívala i třetí barvu – bílou, jež spojovala grafiku výstavy a samotnou scénu. **Bílá** barva nebyla zpravidla tištěná, v tiskovinách se vždy jednalo o barvu podkladového papíru či kartonu.

5.4.2 Kruh

Důležitým tvarem, ze kterého vycházela veškerá grafika, byl kruh. Tento symbol se ve své čisté podobě objevoval zejména ve formě podest, na kterých byly nainstalované exponáty. Popcorn samotný však vychází z měkkých a oblých tvarů, proto jsme se rozhodli element kruhu využít i my. Nalézt ho můžete zejména v typografii (písmeno „o“ vychází z pravidelného kruhu), ilustracích, v grafickém symbolu záře, kornoutech a nálepkách.

5.4.3 Logo

Základním grafickým prvkem každé identity je logo. V našem případě se jednalo o logotyp, neboť primární znak PopUpShow je čistě typografický. Jedná se o kombinaci dvou autorských fontů. Slovní spojení „PopUp“ je znázorněno skriptovým písmem napodobujícím titulkový font animovaného seriálu „Looney Tunes“ („That`s all Folks!“). Jeho zelená linka působí kontrastně k „Show Fontu“, což je písmo vytvořené pro zobrazení slova „SHOW“. Druhé písmo je verzálkové, výrazně stínované zelenou barvou. Aby nápis působil velkolepě a zábavně, je vyplněn kruhovými tečkami, znázorňujícími neony, jež byly charakteristické pro filmové premiéry v období, kterým jsme se inspirovali. Aby logotyp působil ještě více „konzumně“, je lehce nakloněný směrem nahoru (-7,9 stupňů). Značka funguje celkově ve čtyřech různých variantách. Text logotypu musí být vždy v zelené barvě, výplň slova „SHOW“ nesmí být jiná, než bílá.

Nejzákladnější varianta využívaná pro zobrazování na bílém pozadí je pouze kombinace výše popsanych textů. Druhá varianta je vytvořená pro zobrazování v menší velikosti, jedná se v podstatě o první variantu, která je však ochuzená o tečky znázorňující neony (z důvodu možnosti špatného vykreslení a nebezpečí slití teček v malém zobrazení). Nejčastěji využívaná varianta je složená z textu a bílé kruhové záře v pozadí. Tato varianta se smí používat pouze na béžovém pozadí. Poslední varianta logotypu je podobná třetí verzi, avšak je obohacena o béžový kruh (se zubovitým ohraničením), který současně znázorňuje ochrannou zónu. Čtvrtá verze byla vytvořena speciálně pro zobrazení značky na pruhovém pozadí, což je jeden ze základních grafických prvků identity.



Obr. 74 Logotyp – varianta 1



Obr. 75 Logotyp – varianta 2



Obr. 76 Logotyp – varianta 3



Obr. 77 Logotyp – varianta 4

5.4.4 Typografie

„Show Font“ byl vytvořený pouze pro nadpisy, odlišování textu a názvy produktů. Při tvorbě jsme inspiračně vycházeli zejména z egyptienky, toskánky a ornamentálních prostorových písem (viz str. 22–23), což byla, typografy často odsuzovaná, headlinová písma vzniklá v druhé polovině 19. stol. Tato písma však byla jedna z prvních čistě komerčně využívaných fontů, právě v době, kdy došlo k rozšíření popcornu jako populární pochoutky. Další koncepční spojitostí je i to, že plakáty složené z těchto písem byly tvořeny výhradně dřevorytem, což spojuje grafický počín s materiálem veškerých vystavených produktů. Po anatomické stránce s nimi má „Show Font“ společné především výrazné horizontální serify tvořené bez náběhů, 3D efekt a kresbu zakomponovanou v tazích glyfů.



Obr. 78 Show Font

Pro delší texty jsme vybrali font „**Museo Sans**“. Písmo ladí s ostatní typografií především díky zaobleným tvarům a kruhové stavbě některých znaků. V podnadpisech a v krátkých odstavcích je zkoseno stejným způsobem jako text v logotypu.

5.4.5 Ilustrace

Významným prvkem identity jsou ilustrace znázorňující personifikovaný popcorn. Jednotlivé popcorny představují jedenáct různých profesí a postav vyskytujících se ve filmovém průmyslu. Jedná se například o režiséra, kameramana, herečku (Marilyn Monroe) nebo herce (Clark Gable, Charles Chaplin). Stylově jsou řešeny podobně jako animované postavičky ze zlaté éry animovaných filmů. S typografií jsou propojeny především kombinací

jednoduchých linií a ploch. Zásadním momentem jsou čtyřprsté ruce, které se objevují např. i v navigačním systému webové stránky výstavy. Mimoto kresby v identitě hrají především zábavnou roli a doplňují tak hravost celého vizuálního stylu.



Obr. 79 Ilustrace

5.4.6 Fotografie exponátů

Dalším zásadním elementem identity výstavy jsou fotografie produktů. Pro jejich nafocení jsme oslovili spolužáka z Ateliéru Reklamní fotografie BcA. Filipa Beránka (dále jen Filip), pro něž se práce na projektu posléze stala také součástí diplomové práce. Jelikož byla potřeba fotografie přizpůsobit a propojit s již rozběhnutým grafickým stylem, rozhodli jsme se bitmapu a vektor sjednotit barevně, neboli využít střídání béžového a zeleného nekonečného pozadí. Dále jsme chtěli ve fotografiích odrazit i inspiraci „Looney Tunes“ filmy, především pak jejich charakteristickým barevným pozadím. Kresebného nádechu, dotvořeného stínováním, Filip dosáhl postprodukční úpravou.

Produktové, ale i backstagové fotografie, na kterých jsou zobrazeni grafici a fotograf v průběhu focení (často ve vtipných situacích) se staly důležitou součástí v online komunikaci projektu (webová stránka, facebooková stránka). Své místo však našly především v katalogu exponátů. A právě tiskovým materiálům se budu věnovat na následujících řádcích.



Obr. 80 Fotografie exponátů

5.4.7 Tiskové materiály

Nejdůležitějším tiskovým materiálem byl **katalog**, neboť je to médium, které i po instalaci zůstává a je dále šířeno. Pro brožuru jsme zvolili menší velikost (vycházející z formátu A6) – 125x160mm. Rozměr byl spíše kapesní, aby nepůsobil příliš mohutně a návštěvníky svou velikostí nezatěžoval. Koncepce je inspirována strukturou starého hollywoodského filmu – na obálce se nachází logotyp (název), uprostřed katalogu je umístěna pomyslná „reklama“ obsahující kontakt a odkaz na webovou stránku výstavy, což navazuje na tzv. „intermission“ (pauza uprostřed filmu využívaná pro navinutí druhé části snímku nebo reklamu). Tato dvoustrana má i tu výhodu, že se katalog automaticky otevírá ve středové části (díky V1 vazbě) a divák tak jako první uvidí graficky znázorněnou doménu webu. Zároveň jde o grafické propojení středu, prvních a posledních stran. Na zadní straně je pak umístěn nápis „THE END“. V katalogu se nacházejí na předních a zadních stranách textové části objasňující koncept instalace, úvodní slovo supervizora, informace o univerzitě a jmenný seznam týmu. Některé strany s textovými odstavci jsou odlehčeny ilustracemi popcornu. Na zbylých dvoustranách se nacházejí fotografie a explikace exponátů. Na těchto stranách jsme využili kombinace různých variant dvou základních layoutů, neboť jsme se chtěli vyvarovat fádnosti gridu. Jedná se o diagonální, horizontálně orientovanou mřížku, druhá varianta je jednodušší, využívá vertikálního řazení. Obě varianty jsou uzpůsobeny tak, aby si divák při prohlížení prsty nezakrýval podstatné části stránek. Při pohledu na dvoustranu by jako první mělo zaujmout jméno a název produktu, což je podpořeno, kruhovou září

v pozadí. Dále jsou dominantní fotografie a můžeme zde najít i další grafické prvky, jako je ozubený kruh (vždy umístěný na fotografiích) informující o materiálech, z nichž jsou produkty vytvořeny. Hravým prvkem se stala i silueta bílého popcornu obsahující paginaci, která se na každé straně mění. Katalog byl vytištěn za pomoci dvou Pantone barev a CMYKU (tisk fotografií) na bílý matný papír gramáže 100g/m³ (obálka byla odlišená gramáží papíru – 250g/m³). Vzhledem k časovému harmonogramu a finančnímu omezení byla zvolena jednoduchá kovová vazba, uvažovalo se však i o šití zelenou nití. Katalogy měly na instalaci dokonce své vlastní místo, jelikož boční strany sedaček fungovaly jako poličky na brožury, které si tak návštěvníci mohli pohodlně prohlédnout, nebo rovnou odnést.

Dalšími tiskovými materiály byly **vizitky** (275x550mm), anglická a česká verze pozvánek (125x160mm). Obě tiskoviny poměrově vycházely z rozměru katalogu. **Pozvánky** byly baleny do speciálně vytvořených obálek, zapečetěných nálepkami s logem výstavy a odkazem na webové stránky. **Plakát** byl opět skladnější velikosti (420x594mm), neboť byl pouze doprovodným médiem. Všechny tyto merkantily byly tištěné na matný bílý karton za pomoci inkoustového tisku, aby působily příjemně na omak. Vznikly také **nálepky** zobrazující jednotlivé ilustrace popcornů a odkaz na web, jež byly využity především pro pečetění **kornoutů**, které se na místě rozdávaly návštěvníkům, naplněné čerstvě připraveným popcornem.



Obr. 81 Ukázka stran z katalogu a plakát



Obr. 82 Umístění katalogů v sedačkách



Obr. 83 Část týmu s katalogy



Obr. 84 Nálepky, plakát, kornouty

5.4.8 Grafika pro instalaci

Kromě kornoutů na popcorn, jež byly speciálně vytvořeny z bílého kartonu vyšší gramáže (stejněho jako u obálek katalogu), pro jednodušší nabírání slané pochoutky, bylo potřeba vytvořit i další doprovodnou grafiku. V první řadě se jednalo o **potisk scény**. V prostoru imaginárního plátna jsme se rozhodli umístit explikaci, která svou sazbou, zarovnanou na střed, připomínala ubíhající titulky. Nad krátkým textem bylo umístěno logo show tak, aby bylo viditelné především na fotografiích, které si návštěvníci pořizují při prohlídce exponátů. Na bočních stranách scény jsme vytvořili vertikální pruhy inspirované tapetami vyskytujícími se ve starých kinech, dále pak měly pruhy připomínat grafiku populárních amerických občerstvení. Grafika byla vytvořená za pomoci zelené nalepovací fólie. Samolepku jsme pak použili i na realizaci loga nalepeného na „popcornovači“, jež jsme zakoupili a posléze jsme jej nabarvili na bílo, aby ladil s instalací. Dalším grafickým prvkem byla úvodní **vývěska** vítající návštěvníky. Jednalo se o variantu loga umístěného v ozubeném kruhu. Tento objekt byl vytištěn, nalepen na kappa desku, vyřezán a zavěšen nad sedačky.



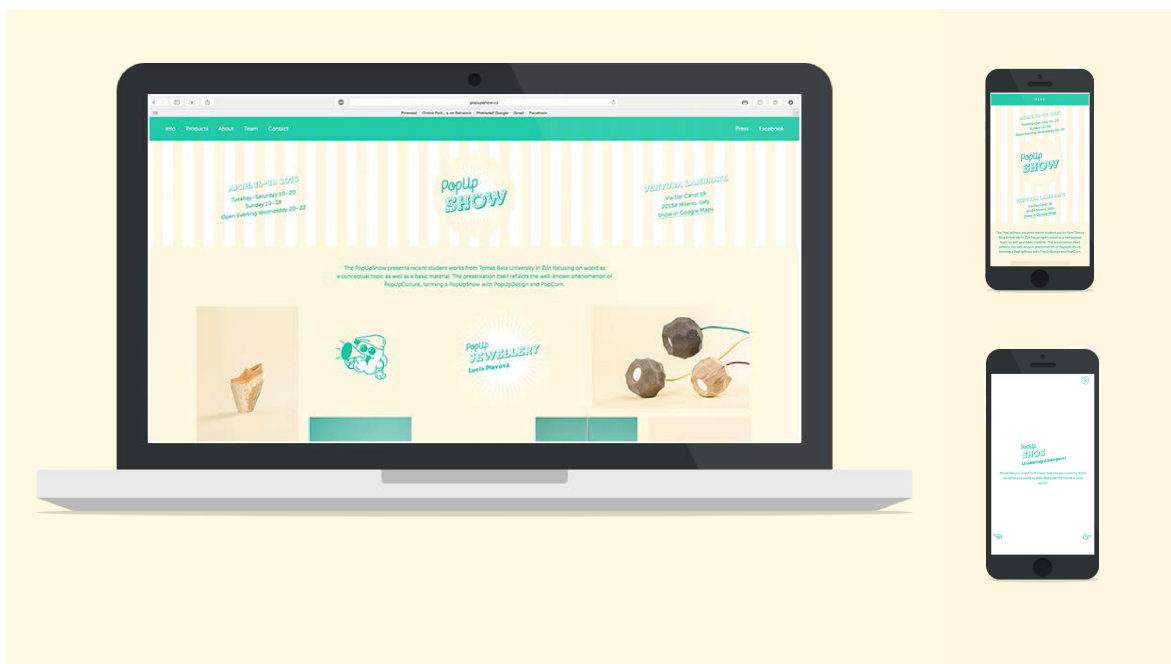
Obr. 85 Zařízení pro výrobu popcornu, pohled na scénu zepředu

5.4.9 Webová stránka

PopUpShow jsme samozřejmě prezentovali i online. Bylo proto nezbytné vytvořit web. Vybrali jsme formu jednoduché **microsite**, na které může divák pohodlně scrollovat. Hlavní podmínkou pro nás bylo, aby stránka fungovala responzivně, neboť většina návštěvníků a novinářů, kteří zamířili na naši instalaci, si web prohlíželi ihned na místě, například na svých mobilech či tabletech. Grafiku jsme navrhli tak, aby ladila se zbytkem instalace. Na struktuře webu, která se vyvíjela v průběhu tvorby, jsme spolupracovali společně

s Bc. Anežkou Adamíkovou (studentkou Marketingových komunikací, FMK). Kódování námi připraveného grafického návrhu měl na starost BcA. Christian Jánský. Menu webu je rozděleno na dvě části – levou (Info, Produkty, O nás, Tým, Kontakt) a pravou (Tisk, Facebook), která nás odkazuje na další stránku. Hlavička microsite nás informuje o kontaktních údajích, pod kterými následují již produkty samotné. Jedná se o náhodné řazení fotografií exponátů, oživených ilustracemi. Po najetí myši na každou fotku se zobrazí název a autor dané práce. Po rozkliknutí se plocha jemně zabělí a divák má možnost přečíst si bližší informace o produktech, prohlédnout si více fotografií.

Na stránce je také možné dočíst se bližší informace o fakultě a projektu samotném, dále je zde umístěn seznam celého týmu, kontaktní informace, fotografie v tiskové a webové kvalitě, **tiskové zprávy** a odkazy na **sociální sítě**, které jsme spravovali. Po deinstalaci zde byly umístěny i **fotografie scény** a **video** zachycující průběh našeho pobytu ve Ventura Lambrate.



Obr. 86 Webová stránka

5.4.10 Video

Stejně jako katalog, video je v podstatě jediná věc, která po projektu zůstává. Bylo proto důležité, aby jej vytvořil profesionál, o což se postaral student Audiovizuální tvorby, BcA. Pavel Mašek (dále jen Pavel). Pavel ve videu zachytil instalaci a první návštěvníky výstavy, dokonce i Karla Schwarzenberga, který nás svou přítomností také poctil. Na záběrech se ale vyskytují i detaily produktů, scény a grafiky. Naši prací bylo vytvořit úvodní **grafické slidy** a **závěrečné titulky**. Opět jsme oživilí zálibu ve filmu a titulky jsme zpracovali jako jeden dlouhý ubíhající slide. Na začátku je možné seznámit se se jmény a funkcemi celého týmu, poté následují loga organizátorů a partnerů, odkaz na webovou stránku a konec videa, který uzavírá již známý grafický prvek „**THE END**“.

ZÁVĚR

Teoretická část mé diplomové práce mi poskytla prostor pro studium a úvahy nad tím, jaký význam mělo dřevo v rámci vývoje grafického designu. Podrobně jsem nahlédla na vývoj klasických grafických technik a měla jsem možnost rozšířit vědomosti o svých oblíbených autorech a obdobích využívajících techniku dřevorytu. Získala jsem však i znalosti o dřevě (ve spojitosti s vizuální komunikací), které jsem posléze využila při koncepčním smýšlení nad praktickou částí svého diplomového projektu. Z tohoto důvodu hodnotím proces práce, vynaložené za účelem vytvoření teoretické části kladně.

Velmi kladně také hodnotím průběh i výsledek své praktické části, neboť možnost být součástí tohoto projektu mne velmi obohatila, zejména po profesní stránce. Práce na projektu mi umožnila zúročit všechny znalosti, které jsem nastřádala za posledních pět let studií, umožnila mi věnovat se detailně grafickým disciplínám, kterými se chci zabývat i ve své budoucí kariéře. V neposlední řadě jsem velmi vděčna, že se má práce realizovala, což je proces, kterým by si podle mého mínění měl projít každý student, aby byl připraven na budoucí život designéra. Velkým přínosem pro mne také byla již mnohokrát zmíněná mezioborová spolupráce, proto bych touto cestou chtěla poděkovat celému týmu za cenné zkušenosti, které jsem v průběhu naší spolupráce získala.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] FIKARI, Robert. 1955. *Přehled grafických technik: Vývoj a praxe od dob nejstarších až do dneška*. 1. vyd. Praha: Práce, 445 s., [4] obr. příl. [9] barev. obr. příl.:

[2] FRÝD, Norbert. 1955. *Mexická grafika*. Praha: SNKLHU, 257 s.

[3] KOLESÁR, Zdeno. 2006. *Kapitoly z dejín grafického dizajnu*. 1. vyd. Bratislava: Slovenské centrum dizajnu, 222 s. ISBN 8096865854.

[4] ODEHNAL, Antonín. 2005. *Grafické techniky: praktický průvodce*. Brno: ERA, 111 s. ISBN 8073660067.

[5] MEGGS, Philip B, Alston W PURVIS a Philip B MEGGS. 2012. *Meggs' history of graphic design*. 5th ed. Hoboken: John Wiley & Sons, xi, 603 s. ISBN 9780470168738.

[6] *A history of graphic design for rainy days: 1776 - 1994*. 2011. Berlin: Gestalten, 190 s., [16] l. obr. příl. ISBN 9783899553895.

Internetové zdroje

[7] www.sandiegoreader.com

[8] www.annas.com

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1–12 Z. Kolesár: Kapitoly z dějin grafického dizajnu

Obr. 13 <http://zakath-nath.livejournal.com/18796.html>

Obr. 14 Z. Kolesár: Kapitoly z dějin grafického dizajnu

Obr. 15–16 <http://publicdomainreview.org/collections/the-calaveras-of-jose-guadalupe-posada/>

Obr. 17 <http://www.newworldprints.com/private/background.html>

Obr. 18 <http://www.davidsongalleries.com/artists/posada/posada.php>

Obr. 19–21 <http://anarchistcoloringbook.com/2012/11/02/jose-posada/>

Obr. 22 <http://www.snapthepix.com/Antonio-Vanegas-Arroyo-El-tigre-de-Santa-Julia>

Obr. 23 <http://riowang.blogspot.cz/2011/01/under-surface.html>

Obr. 24 <http://www.princeton.edu/main/news/archive/S19/36/73M04/?section=featured>

Obr. 25 <http://magdalenacabet.blogspot.cz/2014/09/leopoldo-mendez.html>

Obr. 26 <http://drik.mx/01062012/tgp.html>

Obr. 27–31 <http://arttattler.com/archivemodernmexicanprints.html>

Obr. 32 http://cs.wikipedia.org/wiki/Vlajka_prezidenta_České_republiky

Obr. 33 http://en.wikipedia.org/wiki/European_Diploma_of_Protected_Areas

Obr. 34 <http://www.smrzice.cz/index.php?p=myslivci>

Obr. 35–39 <https://www.behance.net/gallery/9319899/Giuseppe-Giussani-identity>

Obr. 40–47 <http://www.fubiz.net/2014/10/29/woodstock-sawmill-branding/>

Obr. 48–57 <http://www.urtd.net/blog/woodkit>

Obr. 58–61 <http://www.fubiz.net/usersstuff/ania-kruk-jewellery-boutique/>

Obr. 62–65 <https://www.behance.net/gallery/10695327/JUNGHOLZ-Kopfhoerer>

Obr. 66–67 <https://www.behance.net/gallery/9698731/KOLLEKTIV-13>

Obr. 68–69 vlastní zdroje

Obr. 70–71 foto: Filip Beránek

Obr. 72 <http://annys.com/screenshots/studios/warner-bros/trailer-typography-1935-1939/>

Obr. 73 <http://www.sandiegoreader.com/weblogs/big-screen/2011/sep/27/the-movie-studio-logo-quiz-the-final-confrontation/#>

Obr. 74–81 vlastní zdroje

Obr. 82–85 foto: Filip Beránek

Obr. 86 vlastní zdroje

