

Lifestylový magazín

Kateřina Podoláková, DiS.



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Grafický design

akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina Podoláková**
Osobní číslo: **K15027**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Grafický design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Lifestylový magazín**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 25 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz Směrnice rektora č. 20/2016) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část: styl, trendy a zaměření současných magazínů, alternativní formy magazínů
2. Praktická část: grafická úprava magazínu

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

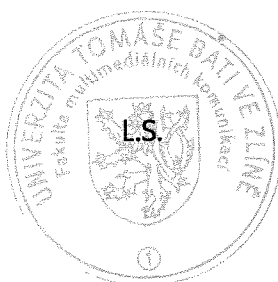
Seznam odborné literatury:

Design publikací Vizuální komunikace tištěných médií, Lakshmi Bhaskaran
Contemporary Newspaper Design, John W. Berry

Vedoucí bakalářské práce: MgA. Jana Dosoudilová
Ateliér Grafický design
Datum zadání bakalářské práce: 1. listopadu 2017
Termín odevzdání bakalářské práce: 11. května 2018

Ve Zlíně dne 1. prosince 2017


doc. Mgr. Irena Armutidisová
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 Zlíně1. 12. 2017.....

Kateřina Podoláková

.....
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 bakalářské, diplomové, disertační 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. Vysoká škola disertační práce nezveřejňuje, byla-li již zveřejněna jiným způsobem.

(2) Bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení 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.

(4) Vysoká škola může odložit zveřejnění bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce nebo jejich částí, a to po dobu trvání překážky pro zveřejnění, nejdéle však na dobu 3 let. Informace o odložení zveřejnění musí být spolu s odůvodněním zveřejněna na stejném místě, kde jsou zveřejňovány bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce, již se týká odklad zveřejnění podle věty první, jeden výtisk práce k uchování ministerstvu

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 vnitřní 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 výdělků jim 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 výdělků dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Ve své teoretické bakalářské práci na téma Lifestylový magazín, jsem stručně představila několik zahraničních i tuzemských magazínů, popsala všeobecné trendy v tvorbě magazínů i jak vypadá jejich grafická úprava. Věnovala jsem se i trendovým tématům, o kterých dnešní magazíny často píší. Také jsem popsala alternativní formy magazínů, online verze těch tištěných i fanziny a další publikace.

Klíčová slova: magazín, časopis, publikace, periodikum, styl, trendy, současnost, alternativa, grafická úprava, sazba, zin, fanzin, online magazín

ABSTRACT

In my theoretical bachelor thesis on the topic Lifestyle magazine, alternative forms of magazines I briefly introduced several foreign and Czech magazines. I described general trends in magazine publishing and in their graphic design. I also dealt with trend topics. I described alternative forms of magazines, online versions, fanzines and other publications.

Key words: magazine, journal, publication, periodical, style, trends, presence, alternative, graphic design, fanzine, online magazine

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala vedoucí mé práce, Janě Dosoudilové, za trpělivost, cenné připomínky a rady nejen s mou bakalářskou prací, ale také v průběhu celého studia. Děkuji i dalším učitelům nejen z našeho ateliéru. Děkuji za jejich férový přístup a atmosféru, kterou do naší Univerzity přináší a že z ní dělají prostor, kam chodíme s radostí a láskou.

Dále děkuji portálům CzechDesign.cz a CityDog.cz za poskytnutí podkladů pro mou praktickou práci. Děkuji i své kamarádce Lucii Fenclové, autorce fotografií jídla, za vytvoření fotografie na obálku. Děkuji také společností České dráhy a Regiojet, za poskytnutí wifi zdarma v jejich vlacích. Bez jejich podpory, by má práce pravděpodobně nikdy nevznikla.

Také děkuji mým milým rodičům, za podporu během studia, za projevení názoru a za nadšení s jakým se na mé práci dívají. Děkuji svému partnerovi, za převzetí mých pracovních povinností, děkuji i dalším členům své rodiny a přátelům za pochopení toho, jak moc je pro mne škola důležitá.

PROHLÁŠENÍ

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

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	9
1 MAGAZÍN A JEHO ZAMĚŘENÍ	10
1.1 MAGAZÍNY	10
1.2 ZAMĚŘENÍ MAGAZÍNŮ	11
2 SOUČASNÉ TRENDY	14
2.1 LIFESTYLOVÉ DESIGNOVÉ MAGAZÍNY	14
2.1.1 Zahraniční magazíny	15
2.1.2 Tuzemské magazíny	25
2.2 SOUČASNÉ TRENDY V MAGAZÍNECH	36
3 ALTERNATIVNÍ FORMY MAGAZÍNŮ	41
3.1 FANZINY	41
3.2 ONLINE MAGAZÍNY	44
3.3 SPECIALIZOVANÉ OBCHODY A KNIHKUPECTVÍ	48
II PRAKTICKÁ ČÁST	53
4 GRAFICKÁ ÚPRAVA MAGAZÍNU	54
4.1 MAGAZÍN TASTE	54
4.1.1 Grafická úprava magazínu	55
4.1.2 Podklady	57
4.1.3 Obálka magazínu	58
4.2 DALŠÍ MATERIÁLY	59
4.2.1 Plakáty	59
4.2.2 Zápisník	60
4.2.3 Mapa	61
4.2.4 Tisk a vazba	62
ZÁVĚR	63
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A INTERNETOVÉ ZDROJE	64
SEZNAM OBRÁZKŮ	67

ÚVOD

Pro své téma bakalářské práce, jsem si vybrala lifestylový magazín. Magazíny si ráda kupuji, půjčuji, prohlížím a čtu a už dávno jsem zjistila, že časopis může být dokonce krásnější a honosnější tiskovinou než kniha. Designové magazíny vycházejí pouze několikrát do roka, často mají i kolem 200 stran a jejich grafická úprava je provedena s péčí a citlivostí, stejně tak články i rozhovory jsou kvalitní.

V teoretické práci jsem se rozhodla zhodnotit grafickou i obsahovou stránku stávajících magazínů a zjistit tak jaké jsou v tomto oboru trendy a styly a inspirovat se pro tvorbu své praktické práce. Poučit se, co funguje a co naopak ne a jaká témata mi v těchto magazínech chybí a ráda bych je tam sama nacházela.

Věnovala jsem se pouze současnému stavu u nás a ve světě, popisu stávající situace ve tvorbě magazínů. I tematicky jsem si vybrala úzký okruh „slow living“ magazínů a opomenula „bulvárnější“ plátky, které se zabývají pouze módou a životem celebrit.

Kromě internetových zdrojů, jsem hodně čerpala i z osobně získaných znalostí, které mám například od přátel věnujících se nakladatelské činnosti. Přestože několika online portálům vydání nového magazínu nikdy neunikne, bylo poměrně problematické najít podrobnější zdroje pro psaní bakalářské práce.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 MAGAZÍN A JEHO ZAMĚŘENÍ

V první kapitole popisují co je magazín a jaká je jeho forma v dnešní době. Krátce jsem popsala zaměření moderních magazínů a jeho pestrou škálu.

1.1 Magazíny

Magazín je pravidelně vycházející médium, tištěné nebo elektronické. Narozdíl od novin, se zaměřuje na konkrétní čtenáře, vychází s menší pravidelností a v menším formátu. Liší se také cenou a vzhledem, magazíny jsou z estetického pohledu vizuálně zajímavější, mají i kvalitnější papír. Kvůli tomu je také jejich cena zpravidla vyšší. Magazíny jsou publikovány většinou týdně, měsíčně i čtvrtletně, odtud také pochází název periodikum, tedy pravidelně vycházející publikace. Některé (zejména) alternativní publikace jsou ale vydávány naprosto nepravidelně, klidně i jen jednou do roka. (Periodikum, © 2018)

Časopisy v námi známé podobě, začaly vycházet přibližně v 19. století a byly cílené především na dámské čtenářky. Tematicky se příliš nelišily od těch dnešních. Věnovaly se kultuře a módě a byly plné rad do života, tak je tomu i u moderních publikací. (Časopisy pro ženy, © 2018)

V dnešní době jsou tištěné časopisy spíše na ústupu, díky prudkému rozvoji elektronických publikací. Spousta titulů ale zároveň nabízí tištěné i elektronické verze. Ať už prostřednictvím webových stránek či aplikací, které jsou pro všechny bez rozdílu zadarmo, nebo předplacením elektronických magazínů, které si pak čtenáři stáhnou do svých tabletů, laptopů a čteček knih. Stále však můžeme najít širokou řadu titulů, které vycházejí v obrovských nákladech. A alternativní magazíny zase naopak občas vycházejí v téměř bibliofilických vydáních, s velmi nákladným zpracováním a pouze v počtu pár kusů. Výjimkou jsou i publikace, které mají takzvané „copyleft“, tedy volná autorská práva. Jejich autoři nabádají čtenáře ať časopisy dále šíří kopírováním a vlastním tiskem. (Copyleft, © 2012)

Většina magazínů vydávaných v České republice spadá pod velká nakladatelství, která vydávají měsíčně několik desítek titulů. Díky tomu dokáží pohlídat rozdílný obsah a perfektní zacílení na konkrétního čtenáře. Tematicky se magazíny odlišují dle věku, životního stylu i konkrétních koníčků. Můžeme najít časopisy o módě, sportu, vědě i přírodě. Časté jsou velmi široce pojaté tiskoviny (například o módě bez rozdílu věku), ale i o úzce zaměřených tématech jen pro velmi malou skupinu lidí. Tím myslím například časopis o včelařství, o zbraních, o chovu papoušků či o tvorbě ze dřeva. Samozřejmě vizuální stránka každé publikace je odlišná, protože každý magazín má jinou cílovou skupinu. Jinak bude vypadat magazín o luxusních hodinkách a jinak bude vypadat časopis s radami pro domácí zahrádkáře.

Vydávání časopisů se na první pohled dnes může zdát zbytečné a nevydělečné, ovšem díky reklamám v nich obsažených se to stále vyplatí. Autory magazínů a celou redakci totiž neplatí čtenář cenou, kterou zaplatil za jednotlivé číslo, ale především firmy a produkty, které si v publikacích zaplatí inzerce. Ty dnes bývají tak kvalitně zpracované, že si jich ale běžný čtenář většinou ani nevšimne. Bývají zapracované v textech a běžných článcích, ale mají vyhrazený i speciální prostor. Například reklama v módních časopisech může na čtenářky působit velmi vlivně. Nové módní výstřelky bývají pečlivě nastylované na krásných ženách, kvalitně vyfotografované i graficky zpracované. Stejně tak doporučení nového produktu, v receptu časopisu o vaření, může spoustu čtenářek přinutit nový produkt zakoupit a vyzkoušet.



Obr. 1 – Reklama v Soffa magazínu

1.2 Zaměření magazínů

Zaměření dnešních magazínů je nejširší co kdy bylo. I když se může zdát že je tištěné médium na ústupu, stále vychází nové a nové magazíny pro stále užší skupiny lidí. U anglicky psaných magazínů, vydávaných především v Americe, je to samozřejmě logické, čtenářů a fanoušků specifického oboru je mnohem víc než v Čechách a na Slovensku. Přesto i u nás přibývá několik relativně úzce zaměřených časopisů.

Profesní magazíny

Magazíny se specializují nejen podle koníčků, ale i podle profesí. Učitelské noviny, magazín INTRO o architektuře, časopis Font pro grafické designéry, typografy a polygrafy. Existuje u nás také několik časopisů o programování.



Obr. 2 – Kávový Standard, magazín pro baristy

Některé magazíny jsou na pomezí profesí a koníčků, například časopis Standart o kávě (u nás vychází ve slovenštině), či několik magazínů o focení. Vizuálně krásné a profesionální FOTO, nebo trochu jinak žánrově zaměřená Digitální Fotografie.

A pak tu jsou ty čistě pro zábavu. Časopis o střelných zbraních, časopis o včelařství, o pěstování ale i ochutnávání vína. Samozřejmě časopisů o vaření je nepřeberné množství a dají se dělit do několika dalších skupin. Například Dieta se zdravými recepty, nedávno také vyšla první čísla magazínu *Apetit Veggie*. (Pro porovnání ve Velké Británii vychází minimálně tři časopisy pouze s veganskými recepty a dalších několik s vegetariánskými.) Trendem je poslední dobou i vydávání magazínů pod značkou supermarketů. Na českém trhu je Billa *Gusto*, magazín *Albert*, nedávno začal svůj magazín vydávat i supermarket *Penny*. V letáku *Lidlu* občas najdete několik receptů a *Tesco* má spoustu receptů online, včetně video receptů, na svém portálu podporujícím online nákupy.

Kromě oborů, jsou magazíny zaměřené i na různé věkové kategorie. Kromě časopisů pro děti či pro teenagery, které baví konkrétního čtenáře jen několik let, tu je třeba časopis *Maminka* nebo magazín o svatbách. Logicky si tyto časopisy kupují čtenářky pouze omezenou dobu několika měsíců, takže se jejich obsah asi může častěji opakovat.

O bulvárních plátcích se ani nezmiňuji, protože na první pohled patří do zcela jiné kategorie, jsou určené pro zcela jinou cílovou skupinu.

Kvalitní kousky se dají najít i mezi týdenními přílohami novin. Graficky příjemně je zpracovaný časopis *Esprit*, který je přílohou *Lidových novin*. Oblíbený je i časopis *Ego*, páteční příloha *Hospodářských novin*, ty občas vydávají ještě luxusnější magazín *Proč ne?*



Obr. 3 – Esprit Lidovek

2 SOUČASNÉ TRENDY

Popsání současných trendů se může zdát velmi subjektivní, především když jsem popisované magazíny vybírala podle vlastního uvážení. Přesto jsem se ale snažila čerpat ze zdrojů, které tyto trendy popisují. V první podkapitole popisují několik mnou vybraných zahraničních i tuzemských magazínů, především jejich vizuální stránku. Výběr magazínů je poněkud specifický. Vybrala jsem mezi českými i zahraničními magazíny vždy alespoň jeden o jídle, nějaký o grafickém designu a také jeden více všeobecný, o pohodovém životním stylu. Zcela jsem se vyhnula módním magazínům, které jsou více mainstreamové a všeobecně známé a vlastně i zaměřeny pro mnohem širší skupinu čtenářů, než časopisy o jídle.

Magazíny jsem také vybírala podle vkusu svého okolí a především ty, které jsou zaměřeny pro mou věkovou kategorii. Ptala jsem se přátel jaké magazíny čtou a mají rádi, všímala si jaké časopisy můžeme najít na stolech v kavárnách. Vybrala jsem ty magazíny, které mě kromě oblíbenosti zaujali grafickým zpracováním a jeho kvalitou. Například velmi nový magazín Backstage Talks, je graficky zpracován velmi moderně, ale zároveň nadčasově.

V dalších podkapitolách už se věnuji přímo současným trendům v magazínech, jako jsou například personalizované obálky, nebo jaké jsou trendy v samotném vydávání časopisů, kolik čísel vychází a jakým způsobem.

2.1 Designové lifestylové magazíny

Lifestylové magazíny jsou nejspíš nejrozšířenější a nejčastější obsahově zaměřenou variantou. Kromě životního stylu se věnují i kultuře, umění a designu. Lifestylové magazíny jsou ale příliš široký a obsáhlý pojem, a proto jsem se rozhodla věnovat těm designovým. Můžeme je rozeznat velice snadno už podle vzhledu, také se pohybují ve vyšších cenových relacích a vycházejí například jen čtyřikrát do roka. Na první pohled jsou tyto publikace originálnější a svým zpracováním i kvalitnější. Tím myslím nejen úroveň grafického zpracování, výběr papíru a vazby, ale především obsah je na velmi vysoké úrovni. Obrazové materiály – fotografie a ilustrace pochází od známých autorů a je jim věnován stejně významný prostor a zřetel jako textům. Články a rozhovory jsou perfektně napsané a cílené. V praktické části bych ráda vytvořila podobný magazín, a proto bych se v té teoretické chtěla zaměřit na popis a mapování těch stávajících. Protože dnes jsou takových magazínů už desítky a desítky, vybrala jsem několik ze světových nejznámějších a nejoblíbenějších titulů. Vybrala jsem i několik tuzemských, které v kvalitě nikterak nezaostávají za těmi zahraničními.



Obr. 4 – Ukázka magazínu Kinfolk

2.1.1 Zahraniční magazíny

Kinfolk

Magazín Kinfolk jsem objevila před lety, díky překrásným video záznamům z časopisem pořádaných večerů. Kolem Kinfolku vznikla komunita přátel a lidí se stejnými zájmy, a tak jednou za měsíc, ve spolupráci s nějakými foodblogery magazín Kinfolk uspořádá společnou večer. Ty

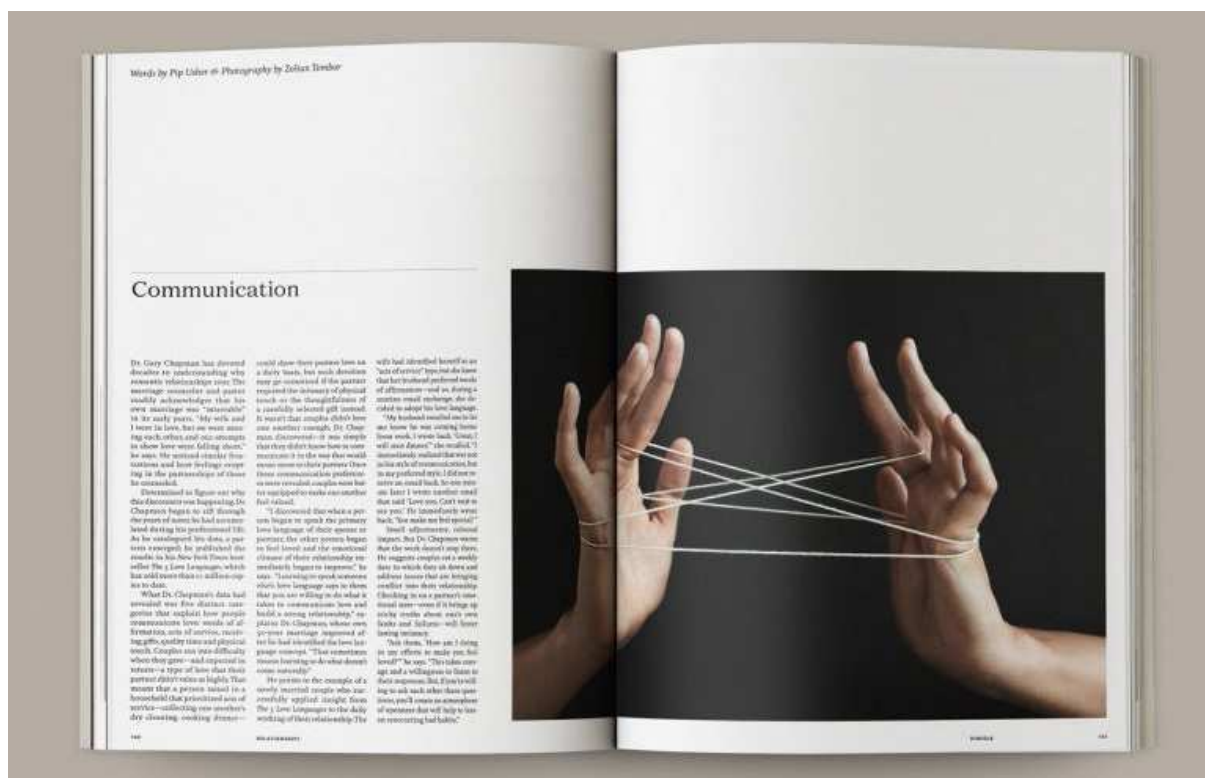
se nazývají „community gathering“. Gathering je slovní hříčka a spojení slov together (spolu) a catering. Večere jsou složeny ze sezónních a lokálních pokrmů, vždy směřovaných k nějakému tématu. Na tyto večery si může koupit místo u stolu obyčejný čtenář, ale zváni jsou i známí odborníci či influenceri v oboru umění a kultury. Setkání slouží k seznamování a přátelení lidí, kteří by si mohli být pracovně i osobně blízcí. Díky tomu vznikají společné spolupráce a skvělé projekty.

Kinfolk je magazín zaměřený na takzvaný slowlifestyle, v překladu pomalý životní styl. Časopis založili v Kodani Nathan a Katie Williams spolu s jejich přáteli Dougem a Paige Bischoff v roce 2011. Magazín vychází kromě angličtiny i v japonštině, čínštině a korejštině a můžete si ho koupit ve více než sto zemích světa. Je zaměřen především na jídlo a činnosti s ním spojené. Najdete v něm recepty, rozhovory s hvězdami v oboru i osobní příběhy.

Autorů Kinfolku je více než 50 a pocházejí z celého světa. Každé konkrétní číslo má jedno hlavní téma, které je pak podrobněji rozebráno v jednotlivých rubrikách. Poslední vydání se věnovalo například sportu, vztahům, cestování či adrenalinu. (About, © 2018)

Pod značkou Kinfolk vycházejí i kuchařky, magazín pořádá workshopy a na svých webových stránkách kromě článků sdílí i velmi kvalitně zpracovaná videa a krátké filmy. (Kinfolk, © 2018)

Vizuální stránka časopisu odráží i jeho témata. Působí jednoduše a velmi příjemně na první pohled i při podrobnějším prolistování. Jeho autoři se nesnaží nasázet co největší množství textu a fotografií na jednu stranu, naopak nechávají všemu prostor a dostatek místa.



Obr. 5 – Ukázka sazby magazínu Kinfolk

Prostor, který je na každé straně věnován textu, je překvapivě malý (téměř poloviční). Připomíná svým stylem sazbu receptu v kuchařce, což je příhodné vzhledem k tomu, že hlavní téma Kinfolku je vaření a jídlo. Text se čte velmi příjemně, upraven je s péčí a citlivostí, nadpis a perex je oddělen jemnou linkou, kterou můžeme najít i v paginaci a kategorizaci článku. (Nad každou stranou je napsáno o jaký druh článku se jedná, esej, recept, rozhovor a tak dále.) Fotografie nejsou umístěny na spadávku, ale mají širší bílé okraje. Na několika místech v magazínu najdeme celobarevnou stranu v příjemně pískovoběžovém odstínu, na které se nachází popisek k následujícím fotografiím. Tato strana slouží jako oddělení od předchozích článků a zároveň jako příjemná pauza pro oči. Magazín je tištěn na hladkém ofsetovém papíře, na konci ale můžete najít i několik fotografií na lesklém křídovém.

Vizuální styl obálky se nedávno změnil, v minulosti jsme na ní mohli najít fotografii lidí na příjemně pastelovém barevném pozadí s bílými okraji, posledních několik čísel ale nechává fotografii téměř celou titulní stranu a i název časopisu do ní nepatrně zasahuje. Fotografie na obáčkách jsou vždy mistrně zpracované a lehce netypické. Titul je napsán serifovým fontem v tenkém řezu, dalších textů na obálce je jen minimum a jsou velmi nenápadné, aby byla veškerá pozornost věnována titulní fotografii. Název nakladatelství a podtitul magazínu jsou dostačující. Příjemný bonus obálky jsou široké klopy, pomocí kterých si čtenář může založit rozečtený článek.



Obr. 6-13 – Obálky magazínu Kinfolk

Flow

Magazín Flow, je určen pro milovníky papíru. Původně založen v Holandsku, dnes už úspěšně vycházející i v nejnámějších světových jazycích (německy, anglicky a francouzsky). Témata se týkají kreativity, volnomyšlenkářství a pozitivní psychologie. Magazín vychází přibližně osmkrát do roka, ale vydává i řadu dalších publikací a dárků, diáře i kalendáře. V anglickém jazyce vychází Flow pouze čtyřikrát ročně, v německém a francouzském každé dva měsíce. Samozřejmě magazín vychází i online a kromě blogu může čtenář využívat i aplikaci plnou dalších skvělých článků a obrázků. (About Flow, © 2018)



Obr. 14 – Ukázka sazby magazínu Flow

Flow je plný ilustrací od nejrůznějších autorů a každé číslo je uměleckým kouskem samo o sobě, obsahově pak informuje o dalších skvělých umělcích a designérech. Najdete tu rozhovory s ilustrátory i tipy jak dosáhnout duševní i životní pohody. (About Flow, © 2018)

Každé číslo magazínu je vytištěno na několika druzích papírů. Střídají se barvy, gramáž i lak. V každém vydání je například několik plakátů na silnější gramáži, které mají u vazby vytvořenou perforaci, aby si je čtenář mohl snadno vytrhnout a vystavit. Tyto plakáty mají v jednom čísle vždy totožného ilustrátora či autora (může se jednat i o fotografie).

Samotná sazba časopisu nikterak nevyniká, což je nejspíš dobře vzhledem k množství barev a stylů, kterými jinak časopis hýří. Tituly, nadpisy či perex jsou často vytvořeny s použitím ručně psaných fontů, výjimkou není i několik stran plných ručně psaného textu. Povedené jsou hlavně úvodní stránky do jednotlivých sekcí a částí časopisu, které vás vždy nechají v klidu vydechnout a připravit se na další text.

Obálka je možná příliš rozbitá jednotlivými fragmenty. Ilustrace jsou vždy krásné a vévodí jim poměrně veliký titul a podtitul časopisu. Ruší ho pak další podtitul, obdélník s lákadlem na články obsažené uvnitř a další informace. Samozřejmě se ani zdaleka neblíží nevkusným titulům běžných lifestylových magazínů, i tak by ale na informacích na obálce mohl Flow nepatrně ubrat a nechat více prostoru výrazné ilustraci.



Obr. 15-20 – Obálky magazínu Flow

Eye on design

Renomovaný časopis Eye on design se věnuje grafickému designu a typografii s tematicky zaměřenými vydáními. Graficky je zpracován velmi kvalitně, můžete v něm najít ukázky současných i dřívějších grafiků. Informuje o nových trendech v tištěném i digitálním designu. (Zahraniční časopisy, © 2009)

Magazín Eye on design vydává společnost AIGA, profesionální asociace pro design, která je nejstarší a největší designová nezisková organizace v USA. V posledních třech letech nabízel Eye on design nový pohled na nejzajímavější designéry a témata. S neočekávaným a globálním přístupem magazín zkoumá i témata jako je duševní zdraví, sexualita, vzdělávání a genderové rozdíly.



Obr. 21–24 – Ukázky sazby magazínu Eye on design

Kromě online digitální platformy, je tu i čtvrtletní magazín, který přináší experimentování s novými nápady, tiskovými metodami, a především tedy hluboké zamyšlení nad konkrétním tématem daného čísla. Eye on design se snaží být naprosto odlišný a vlastně i experimentální od kolonky „designový magazín“. Vizuál je proměnlivý a aktuální. Do každého čísla si redakce zve nového designéra, který časopis využívá jako zkušební prostor pro své nápady. (Aigas eye on design breaks into print with the launch of a new quarterly magazine, © 2017)

Po grafické stránce je magazín skutečně mistrně zpracovaný, jednotlivé strany vypadají jako samostatné plakáty. Logo magazínu je jednoduchá a zapamatovatelná ilustrace oka. Sazba je moderní, fotografie jsou na stránkách umístěny neotřelým způsobem, navzájem se překrývají a jsou doplněné o linky a další prvky.



Obr. 25–26 – Ukázky sazby magazínu Usta

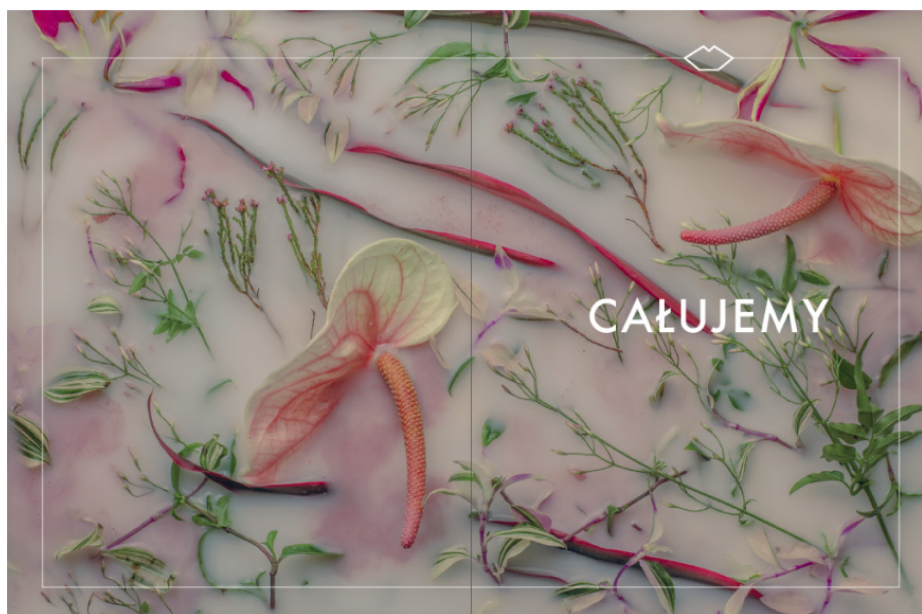


Obr. 27 – Ukázka sazby magazínu Usta

Usta

V Čechách donedávna o magazínu Usta nikdo neslyšel, ale v roce 2016 magazín spolu s polským ministerstvem zahraničních věcí uspořádal večeri s názvem Eat Poland. Magazín ve stylu Kinfolku pozval několik blogerů a lidí píšících o jídle a představil jim jak může být polská kuchyně úžasná. Večere Eat Poland se konali v několika evropských metropolích včetně Prahy. Respektive v hlavních městech visehradské čtyřky a Pobaltí. (Dinners, © 2018)

Usta (česky ústa) je moderní kulturně kulinární magazín, vytvářen těmi nejlepšími novináři, fotografy a grafickými designéry. Chlubí se tím, že na polském trhu jsou jedním z nejkvalitnějších magazínů. Vypráví o všech radostech, které nám naše ústa dávají, můžeme jimi líbat, mluvit a jíst. (O nas, © 2018)

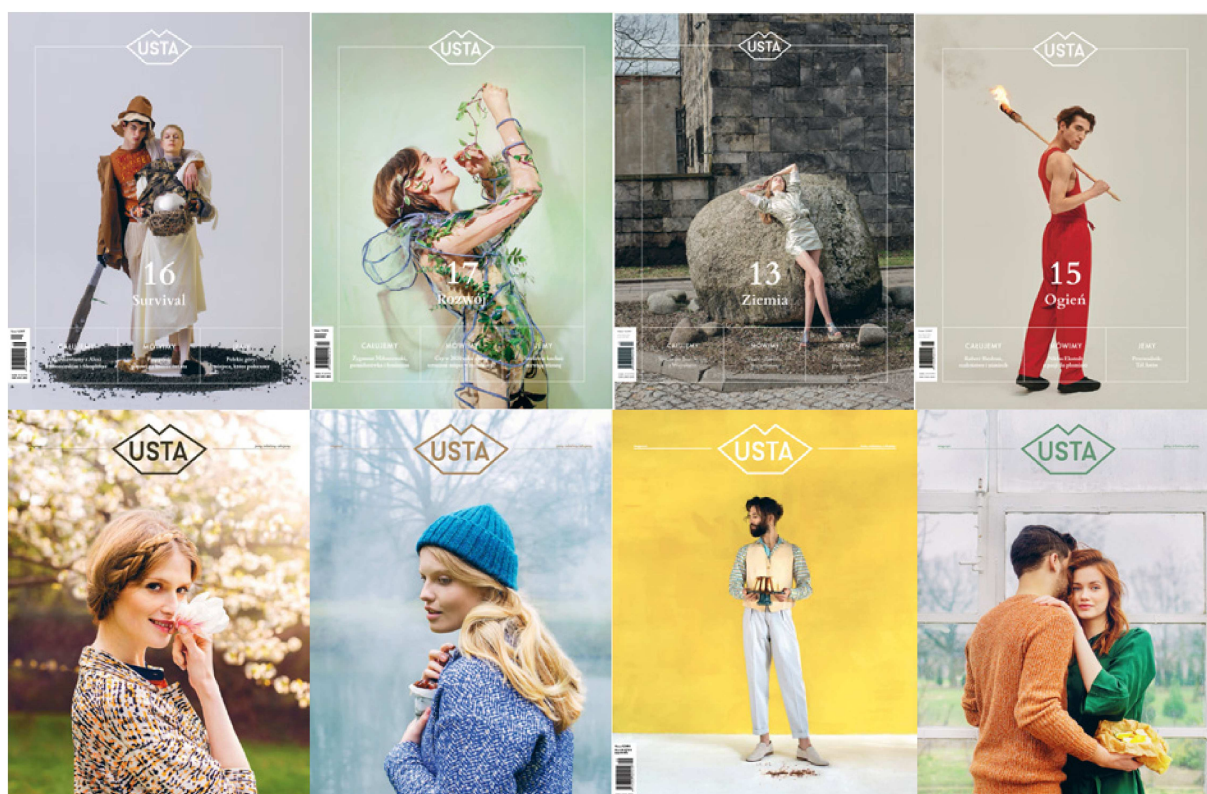


Obr. 28 – Ukázka magazínu Usta

Magazín vychází čtyřikrát ročně a jak už jsem psala, pořádá spoustu skvělých akcí a workshopů. Součástí magazínu je opět i e-shop v kterém si můžete zakoupit kromě magazínu i několik knižních titulů, plakáty, ale i hrnky, či šperky s logem magazínu. Knihy, které si zde můžete koupit vycházejí pod stejným nakladatelstvím jako magazín a na jejich tvorbě se podílí stejný tým lidí. Knihy O jablkách, O květech či O rybách, mají jednotnou grafickou podobu, která ladí i s vizuálem magazínu.

Co se týče grafické stránky magazínu, je polský Usta v mém výběru podle mého názoru ten nejvydařenější. Sazba textu je oddělována tenkými linkami, které se objevují i na fotografiích a nově i na obálce. Fotografie jsou kvalitní ladí k sobě navzájem, občas se zde objevují i drobné ilustrace. Ilustrace jsou v magazínu jak čistě grafické a velmi jednoduché, tak i více umělecké.

Usta má podobně jako Kinfolk i jednotný styl obálek. Vždy se na nich objevují fotografie lidí, ve většině případů to jsou ženy. Fotografie pak vévodí logo a zároveň titul magazínu. Styl obálek magazín se nedávno změnil, ale ne nikterak rapidně. Pouze do nich zahrnul více textu a tenké linky, které se objevují i v sazbě magazínu, fotografie na obálce vždy souvisí s tématem daného čísla. (Oheň, Země, Luxus a další.) Logo na nové verzi obálek je také vždy bílé a jeho barva se nemění jak tomu bylo v minulosti. (Magazyn, © 2018)



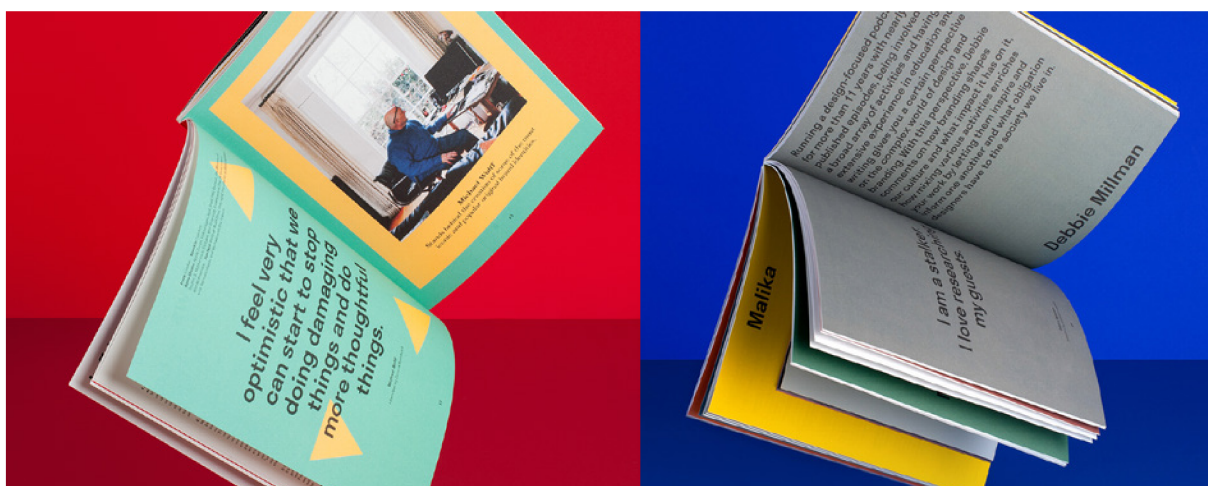
Obr. 29-36 – Obálky magazínu Usta



Obr. 37–39 – Obálky magazínu Backstage Talks

Backstage talks

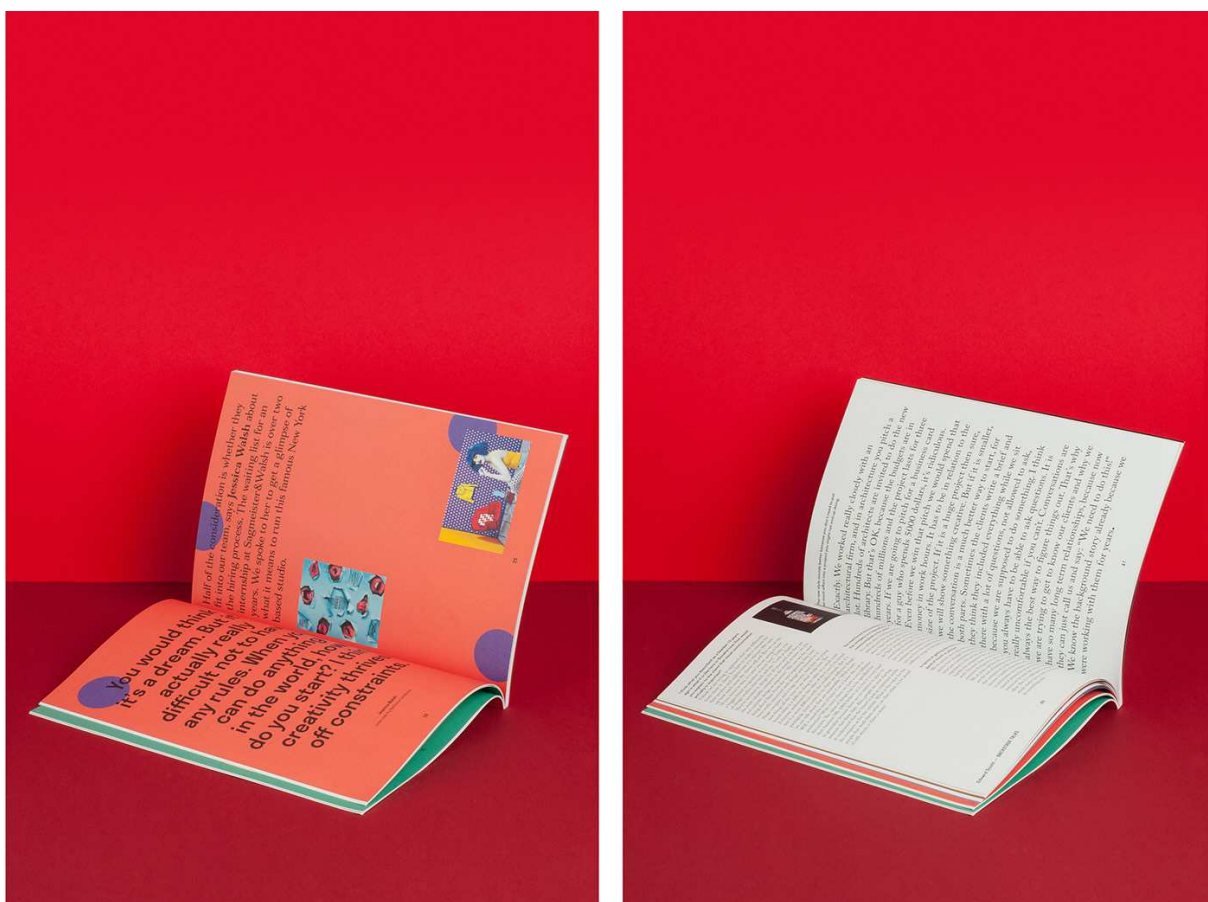
Backstage Talks je magazín plný rozhovorů o tom, jak kvalitní design může změnit a zlepšit podnikání svojí užitečností a zároveň krásou. V magazínu najdete několik rozhovorů s kreativními osobnostmi. Cílem publikování magazínu je, aby byl relevantní i po letech a aby pomáhal kariérnímu růstu jak designérům, tak majitelům firem, které přemýšlí o novém logu. Nakladatel magazínu Backstage Talks je Martin Jenča, zakladatel studia Milk, které má sídlo v Bratislavě a Vídni. Magazín je tedy sice slovenský, ale psaný v angličtině a proto ho zařazují do „zahraničního výběru“ i když jiný slovenský magazín mám v tom tuzemském.



Obr. 40–41 – Ukázky osazby magazínu Backstage Talks

Výzvou pro autory magazínu je mluvit s lidmi, kteří již odpověděli na desítky otázek v desítkách rozhovorů. Ale cílem Backstage talks je najít způsob jak svým čtenářům přinést skutečnou a trvalou hodnotu. Nesoustředí se tedy na módní trendy ani portfolio daného člověka, ale diskutují o nápadech, konceptech a pracovním procesu, stále ale v souvislosti s kreativitou a podnikáním. (Backstage Talks Issue 2 © 2018)

Graficky je magazín velice poutavý na první pohled. I když zatím vyšla jen tři čísla, dá se odhadnout jak budou obálky na sebe navazovat i v budoucnu. Každé z dosavadních čísel má na obálce jinou výraznou barvu a seznam jmen, s jimiž byl v konkrétním čísle sepsán rozhovor. Vnitřní strany opět upoutají výraznou typografií a zářivými, velmi vkusně vybranými barvami. Fotografie a text na stranách doplňují výrazné celostranové titulky nebo úryvky rozhovorů a jednoduché geometrické tvary. Škála použitých barev je velmi široká, přesto spolu ale hezky ladí. V porovnání s ostatními magazíny v mém výběru, je Backstage Talks originální po obsahové stránce, i po té vizuální.



Obr. 42–43 – Ukázky sazby magazínu Backstage Talks

2.1.2 Tuzemské magazíny

Soffa mag

Soffa mag je první slow living magazín vycházející v Čechách. Založila ho šéfredaktorka Adéla Kudrnová a nejprve začal vycházet v anglickém jazyce, od jara loňského roku si ho můžete zakoupit i v češtině. Publikována je tištěná i online verze, pravidelně každé dva měsíce. Nejprve prvních 6 měsíců vycházel časopis pouze online, ale poté se pomocí crowdfundingové kampaně povedlo majitelkám vybrat potřebný obnos pro tištěné vydání. (Magazín Soffa vybírá na webu na tištěné vydání, © 2014) Nápad vydávat český magazín v anglickém jazyce se může zdát překvapivý, ale vždyť i cizinci se chtějí dozvědět o českém designu. Magazín je totiž distribuován po celém světě, a tak dělá skvělou reklamu všem našim designérům i mimo hranice republiky. Podobně jako u Kinfolk magazínu, má i každé vydání Soffamag své jednotné téma. Hudbu, umění, nebo třeba poslední číslo je na téma Československo. (SOFFAMAG: konečně smyslejší lifestyle, © 2015)



Obr. 44 – Ukázka sazby magazínu Soffa

„SOFFA přináší inspiraci, hledá krásné věci v každodenním životě a poskytuje prostor pro objevování toho nejlepšího ze světa současného designu. Obsah magazínu vychází z nadšení pro jedinečné interiéry, kreativní osobnosti, cestování, řemeslo a výborné jídlo.“ (Soffamag, © 2018)

Kromě magazínu a blogu, Soffamag rozšířil své pole působnosti také na malý e-shop s několika produkty od českých designérů. Najdete tu několik doplňků do domácnosti i na sebe, mistrovská je ale jejich kolekce tištěného zboží. Sofa vydává kalendáře a tiskne plakáty, především fotografické, s minimálním množstvím textu, které slouží především jako interiérové doplňky. V roce 2017 nafotila Sofa například kalendář Phenomenon ve spolupráci se zahradnictvím Květinové lahůdkářství, ve kterém ukázali krásné přírodní pugéty, vyfocené nejen v moderních vázách od současných designérů, ale i v archívních kouscích. To je jeden z důkazů, že Sofa se nevěnuje pouze modernímu designu, už od počátku píše i o Retro kouscích.



Obr. 45-46 – Ukázky sazby magazínu Soffa

Kromě eshopu začal magazín pořádat kreativní workshopy s umělci a návrháři. Jedním z nich je například Krasopísmo s Karolínou Strykovou či základy interiérového designu s Jankou Murínovou. Díky Soffě se můžete i naučit jak vytvářet perfektní instagramový profil pro svůj business. (Events, © 2018)



Obr. 47 – Ukázka sazby magazínu Soffa

Po vizuální stránce je opět kladen důraz na krásné autorské fotografie, občas i ilustrace. U Soffamag na první dotyk zaujme i výběr luxusního ofsetového papíru, který má poměrně vyšší gramáž a připomíná světoznámý Munken. Art direktorkou magazínu je vystudovaná architektka Lenka Hlaváčová. Dalším z grafiků pracujících pro Soffu je Robert Kovač, absolvent Ateliéru Grafický design Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, který v minulosti pracoval jako grafický designér pro Bistro Agency a jako art direktor pro Bistro Social, což je agentura patřící pod stejnou firmu. (Bistro přijalo další designéry, © 2015) Autorkou většiny fotografií je Lina Neméth, opět absolventka UTB, tentokrát ateliéru Reklamní fotografie.



Obr. 48–53 – Ukázka sazby magazínu Soffa

Sazba magazínu je provedena poměrně velkým stupněm písma, část textu je navíc u každého článku psaná verzálkami. Na první pohled tato odvážná velikost může zaskočit, čtenář přemýšlí jestli nevzal omylem do rukou časopis pro děti... Nemám pocit že by velikost textu nějak extrémně přidávala čitelnosti. Font je zvolen bezserifový a poměrně jednoduchý a určitě by byl čitelný i v menší velikosti.

Fotografie jsou v magazínu umístěny na spad, i pokud se jedná o více fotografií na jedné stránce, bílé mezery jsou mezi fotografiemi, na okrajích stran pak už ne. V časopise převládají fotografie nad textem, najít zde můžeme i pár ilustrací nejen od českých autorů. V magazínu nalezneme i několik reklamních sdělení, ty jsou ale na stranách umístěny ve stejném stylu jako ostatní fotografie, proto do stylu magazínu hezky zapadají. Obálky všech čísel jsou čistě fotografické pouze s uvedením titulu a podtitulů magazínu. Přestože jsou všechny fotografie zdařilé, zatím mezi nimi nelze vystopovat nějakou posloupnost či spojitost, což je možná poněkud škoda.



Obr. 54 – Ukázka nové sazby magazínu Soffa

V únoru 2018 Soffa změnila logo, layout i web. Nový layout je vyladěnější a graficky zajímavější. Text je lépe čitelný a přehledný, i sazba fotografií je nyní originálnější. Přesto ale nemá čtenář pocit, že drží v ruce úplně jiný magazín, několik prvků zůstalo stejných, například výrazné verzálkové nadpisy jednotlivých článků a rubrik. Stupeň velikosti textu je nyní menší a pro oko příjemnější a už není tak velké množství textu napsáno verzáлками. Logo působí celistvěji, místo verzálek je nyní text napsán minuskami, písmena F jsou spojena v ligaturu. Podtitul magazínu zůstal stejný, jen přibyla nová kategorie Věda. Celkově nový vizuál magazínu velmi prospěl, magazín je nyní velmi kvalitně zpracován.



Obr. 55 – Ukázka nové sazby magazínu Soffa

Loving

Zařazení nového titulu Loving, do tohoto výběru je poněkud nejisté, protože zatím vyšlo jen jedno číslo tohoto magazínu, přesto je však natolik významné a neopakovatelné, že si zmínku zaslouží. Protože časopis patří pod nakladatelství Burda (a má tím pádem za sebou silnou, nejen finanční základnu), čtenáři nepochybovali o dalším vydání, magazín měl vycházet s půlroční periodicitou, v prosinci roku 2017 ale nakladatelství oznámilo že první číslo bylo zároveň i číslem posledním. (Burda ukončila vydávání magazínu Loving, © 2017)



Obr. 56 – Obálka magazínu Loving

„Leitmotivem prvního čísla je svoboda, volnost a všechny jejich odstíny.“ (Obsah čísla, © 2017) Jak sami autoři tvrdí: „Loving je napůl kniha, napůl magazín, s obsahem, který je aktuální déle než jednu sezonu a můžete se k němu stále vracet.“ (O magazínu Loving, © 2017) Je to ten typ magazínu, který si chcete přečíst od začátku do konce, protože úplně všechny články v něm obsažené vás zajímají a jsou napsány tak poutavě, že se čtou snadno jako beletrie. Loving „vytváří úplně nový segment: mindstylový magazín, z anglického slova mind, mysl.“ (O magazínu Loving, © 2017) Najdete tu tedy spoustu témat týkajících se čisté duše a mysli, v souvislosti s trendem a osvětou o duševním zdraví a jeho důležitosti. Texty jsou cíleny zejména na ženy, kromě psychologických rozhovorů tu ale najdete i cestovatelské reportáže, články o zdravém jídle i kosmetice. A jak sám název napovídá, Loving je prostě milující magazín.



Obr. 57 – Ukázka sazby magazínu Loving

Protože Loving není nikterak umírněn délkou jejich textů, je zcela evidentní že se nesnažil šetřit místo ani po vizuální stránce. Sazba je moderní a poutavá, přesto však její styl i výběr fontu podléhá všem pravidlům dobré čtivosti. Autoři obsahu jsou poněkud různorodí. Cestovatelský text i fotografie pocházejí of Martina Šlechty a Zuzany Benešové tvořící pod společnou značkou Everbay.co, ilustrace u psychologického rozhovoru zase doplňují ilustrace od Petry Josefíny Stibitzové. Loving byl výborný magazín s dotaženým konceptem a je škoda jeho rychlého zániku.



Obr. 58 – Ukázka sazby magazínu Loving

Pyré

Jakoby snad lifestyleové magazíny nebyly u nás příliš oblíbené, uvádím i příklad dalšího dnes již pravděpodobně zaniklého zdařilého projektu. Magazín Pyré začal vycházet na Slovensku v roce 2013, původně s plánovanou čtvrtletní periodicitou. Vyšlo celkem 8 čísel, všechny především o jídle ale i o všech věcech, které s ním souvisí. Šéfredaktorky magazínu Pyré jsou Jana Birošová a Anna Jabłonowska-Holy. Časopis založily jako přítelkyně, které chtěly sdílet svůj zájem a nápady okolo jídla. (Kontakt, © 2018)

První nulté číslo bylo prezentováno na Bratislava Design weeku a u příležitosti znovuotevření bratislavské staré tržnice. (Magazín Pyré je na svete! © 2013) V časopise, který má bohatý obsah čítající přes 120 stran, můžete najít nejen recepty, ale i články o jídle ve spojitosti s kulturou, historií, ale i politikou. Každé vydání má jedno společné téma, ale poněkud méně mainstreamové a obsáhlé – například Jablka či Dřevo. Dále jsou pak jednotlivé články roztrženy do rubrik Chutě, Vůně, Barvy a Tváře.

„Pyré má vo svojom neobyčajnom obsahovom aj formálnom koncepte ambíciu ponúkať pestré pohľady na tému jedla. Ako nasvedčuje podtitul, okrem chutí ho rovnako zaujíma aj dizajn, vďaka ktorému jedlo svieti farebnejšie, cestovanie, vďaka ktorému vonia pestrejšie a hlavne ľudia, s ktorými sa dá najlepšie vychutnať. (Magazín Pyré #01 už v predaji! © 2013)



Obr. 59 – Ukázka sazby magazínu Pyré



Obr. 60–61 – Ukázky sazby magazínu Pyrė

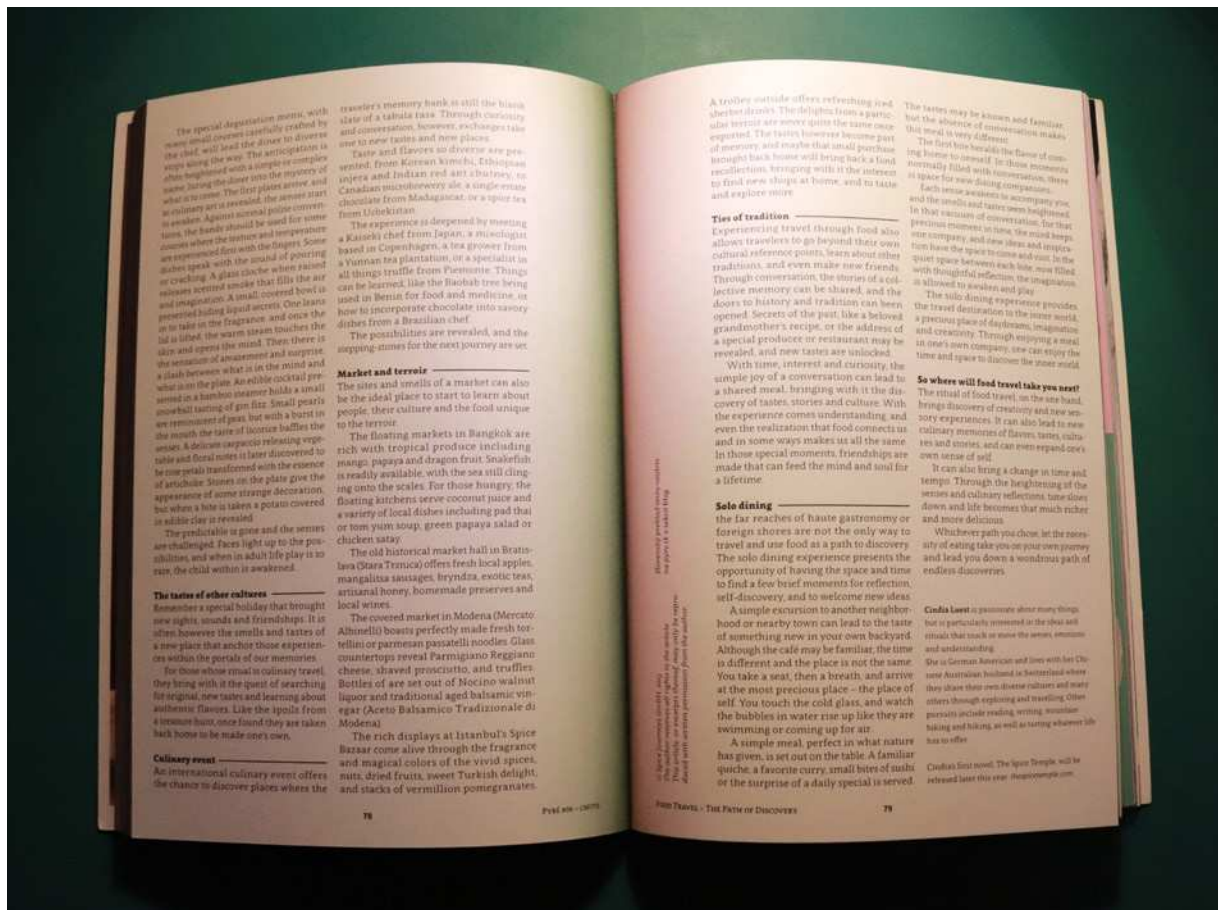
Magazín je vydáván bez podpory velkého nakladatelství a je zaměřen především kulturně. Jeho hlavním cílem není zisk, ale koníček. Self publishing má ale svoje výhody i nevýhody. Významné je například financování těchto magazínů, protože jeho autoři mají většinou i celkem nekonvenční přístup k reklamě. Výhodou je naprostá svoboda obsahu a výběru témat.

Šéfredaktorka Anna Jabłonowska-Holy pracovala jako grafička, je tedy i autorkou vizuálního stylu časopisu. Pyrė na první pohled zaujme netradičním formátem, je poloviční než většina lifestyleových magazínů, i když stran má také kolem 130–150. Na titulní straně je fotografie tematicky se vztahující k obsahu konkrétního čísla. Obálce vévodí ilustrovaný název časopisu a menší podtitul. (Upřímný lifestyle: Jak fungují česko-slovenské nezávislé magazíny o životním stylu? © 2016)



Obr. 62–64 – Obálky magazínu Pyrė

Nevím, zda je to kvůli menšímu formátu, ale textový obrazec zabírá velkou část strany, zatímco u vnitřních okrajů je ponecháno několik centimetrů, u těch vnějších je okraj velký necelý centimetr. To je možná poněkud škoda, když čtenář drží časopis v ruce, prsty si část textu přirozeně zakrývá. Sazba je jinak poměrně klasická, s výraznějším titulkem a s perexem, jehož sloupec je často odsazen od zbytku textu. V magazínu pyré je poměrně převládá textu nad obrazovými materiály. Několik článků je doplněných o drobné ilustrace od samotných autorek magazínu, fotografie jsou do textu zapracovány velmi různorodým způsobem. Některé slouží jako pozadí textu, jiné mají barevný rámeček, další sahají až na spad. Občas fotografie přesahuje i na polovinu druhé strany, občas je tak malá že zabírá pouze třetinu jedné. Bohužel nemůžeme poznat, jak by se časopis vyvíjel dále, na svou dobu nejspíš byla grafická úprava dostačující, v konkurenci dalších magazínů u ní dnes najdeme spoustu drobných chyb a výtek.



Obr. 65 – Ukázka sazby magazínu Pyré

Font

Časopis Font, vydává agentura Kafka Design od roku 1991. Věnuje se tématům grafického designu, reklamy, předtiskové přípravy a web designu. Zveřejňují rozhovory s významnými grafiky a fotografy, představují reklamní agentury a grafická studia. Přináší informace o grafických soutěžích, publikují ukázky nových typů písma. Grafická úprava magazínu Font je velmi kvalitní, originální obálky vždy ukazují moderní tiskové technologie. (O Fontu, © 2018)

Font je kromě grafického designu, věnován také počítačovému zpracování tiskovin, obsahuje recenze na software, rozhovory s grafiky, ukázky postupů práce. Pozornost je věnována i reklamě. (České a slovenské časopisy, © 2018) V každém čísle najde čtenář představení zajímavého fontu či písmolijny a jednou z nejoblíbenějších částí je hodnocení logotypů na dané téma. Každý magazín má totiž jedno společné téma, které propojuje několik článků napříč rubrikami. Od hudby, přes sport, šperk, bowling až po žvýkačky, sýry či galerie. Pestrost témat je opravdu nepřehledná.

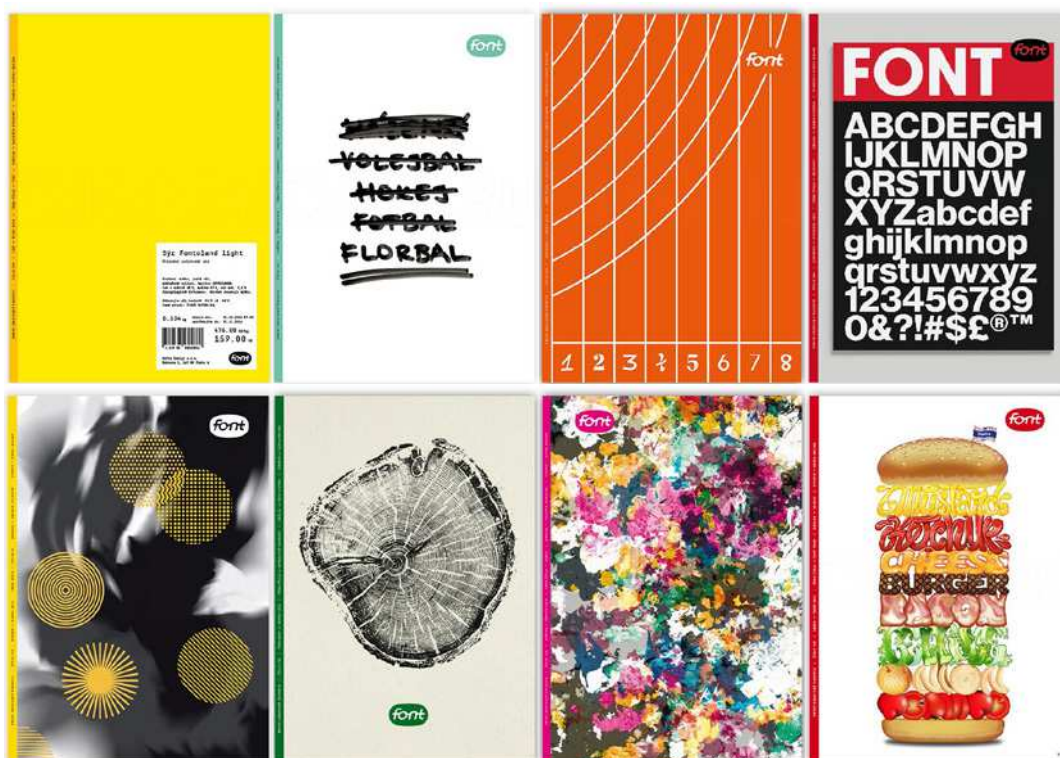


Obr. 66 – Ukázka sazby magazínu Font



Obr. 67 – Ukázka sazby magazínu Font

Charakteristickým rysem Fontu, jsou jeho ikonické obálky. Pokaždé je vytváří někdo jiný, Font při jejich návrzích často spolupracuje i se studenty. Na obálkách jsou předvedeny nejnovější tiskové technologie, různé druhy kvalitních papírů i grafické trendy. Sazba magazínu oko zkušeného grafika neurazí, přesto by si možná ale v dohledné době zasloužila lehký redesign. V porovnání se zahraničními magazíny o grafickém designu, je možná poněkud nudná a nezábavná. Layout časopisu je ale velmi přehledný a čitelný.



Obr. 68–75 – Ukázky obálek magazínu Font

2.2 Současné trendy v magazínech

Momentálně je svět naprosto otevřen nezávislému publikování. Samozřejmě vydávání magazínu stojí peníze, díky sociálním sítím se ale dá propagovat snadno jako nikdy dřív. Navíc jsou tištěná a digitální média tak úzce propojena, že v podstatě nemůže fungovat jedno bez druhého. Většina tištěných magazínů má kromě online verze do tabletů i svůj web, kam přidává mnohem více aktuálních a krátkých článků, tím si zvětšuje základnu fanoušků, kteří si pak zakoupí i tu tištěnou verzi. Protože marketing a distribuce magazínů přesto něco stojí, můžeme maximálně očekávat pokles čísel vycházejících do roka. Některé magazíny vycházejí pouze jednou, či dvakrát.

Také se dá říct, že designových a minimalistických magazínů už je tu dostatek, můžeme tedy také očekávat nárůst relativně levných, rychlých a zábavných novinek, jejichž publikování je vlastně ještě snazší. A vypadá to tak, že čtenáři jsou na tuto vlnu experimentálních magazínů připraveni a jeví o ni zájem. (Magazine trends were predicting for 2017 © 2016)

V tomto případě se dá zatím mluvit pouze o zahraničí, především v Americe se tvůrci magazínů přestali řídit grafickými pravidly a převrátili všechna nám dosud známá pravidla. Magazíny chtějí reprezentovat alternativní komunity, způsoby pohledu, i pochopení světa.



Obr. 76–77 – Ukázky netradičních magazínů

Zatímco v Čechách je krásných magazínů nedostatek, ve světě jsou už čtenáři zvyklí a možná dokonce znuděni perfektními a čistými magazíny a s vděkem přijímají „špatný“ design. Časopisy začínají vypadat záměrně lacině a grafická úprava je naprosto bláznivá, dá se říct, že občas zároveň krásná a příšerná v jednom. Nové magazíny (ale i ty starší najednou předělávají svůj vizuál,) mají ošklivou a prapodivnou typografii, bláznivě nesmyslný layout. Fotografie jsou také alternativní a i texty mají jiný styl a tón.

Účel

Magazíny musí mít účel a téma. V USA vychází několik magazínů, které se nebojí psát o kontroverznějších či méně „oblíbených“ tématech. Například Migrant journal se věnuje migraci, cirkulaci lidí, věcí ale i informací okolo světa. Nebo další příklad – Good Trouble či Anxy magazine veřejně píšící o mentálním zdraví a popisující témata, která ještě nedávno byla naprostým společenským tabu. A nebo Weapon of Reason, píšící o největších globálních problémech kterým jako lidstvo dnes čelíme, nebo například Rouleur, cyklistický magazín který se zmínil i o syrských uprchlických cyklistech v Německu.



Obr. 78 – Obálky magazínu Migrant Journal

Pokud magazín nemá téma, svoji misi, není důvod pro jeho vydávání. Dnešní moderní periodika musí zaujímat stanoviska k aktuálnímu dění a ne si jen hezky psát o neutrálních věcech jako je chození po horách či příprava výběrové kávy.



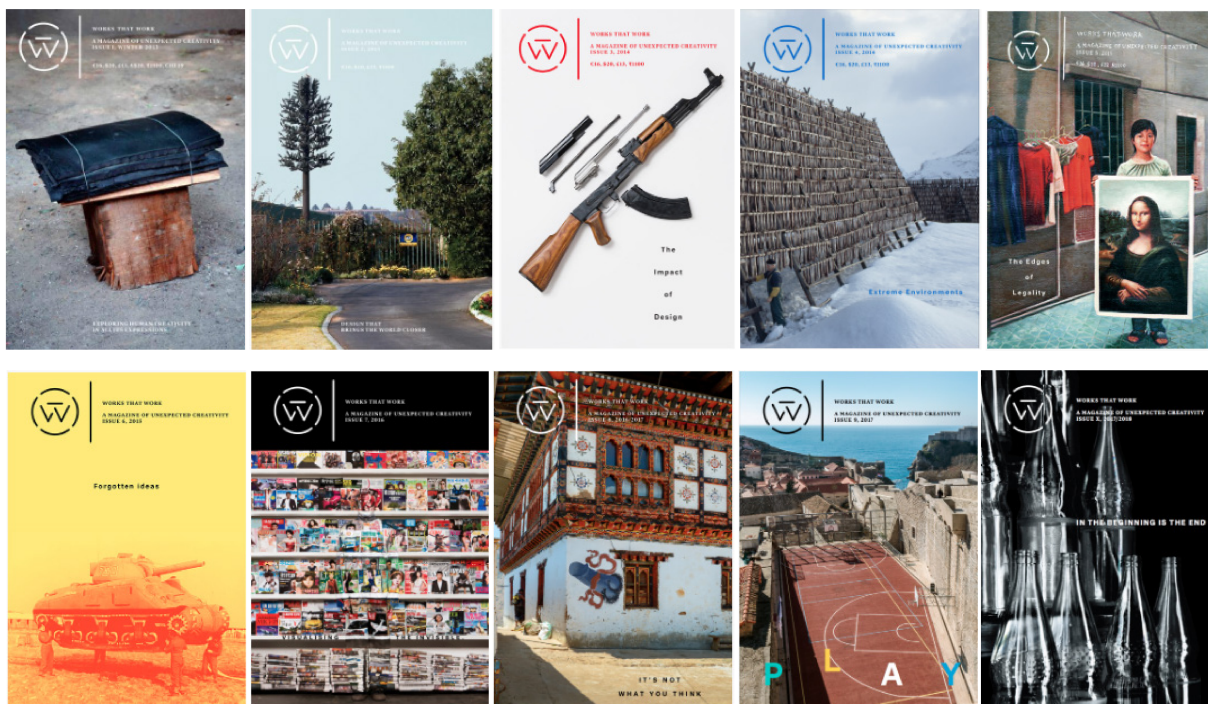
Obr. 79 – Personalizované obálky magazínu Eye

Personalizované obálky

Speciální obálky, personalizované pro každého čtenáře zvlášť, se už ve světě chvilku pohybují a mají obrovský kreativní potenciál a je to skvělý komerční hit. Dnešní technologie jsou tomu přizpůsobené, a tak se nechybuje ve jménech či názvech a i digitální tisk může být nesmírně kvalitní. (Často se využívá například HP indigo.) V minulých letech se ukázaly možnosti personalizace, a tak můžeme jen čekat, jak toho další tituly využijí.

Peníze

Díky sociálním sítím existuje mnohem větší pole byznys nápadů a strategií. Sociální sítě jsou (téměř) zdarma a dostupné pro každého. Nároky na kvalitu navíc stále stoupají, takže vydavatelství občas bojují s tím jak se prodat. V online světě s tím částečně pomáhá například služba Issuu, díky které je vše o tolik jednodušší. S penězi ale přichází i vliv a tak si nezávislá vydavatelství musí dát pozor, aby si zachovala svoje kouzlo a to, proč jsou tak speciální.



Obr. 80–89 – 10 limitovaných čísel magazínu Works that work

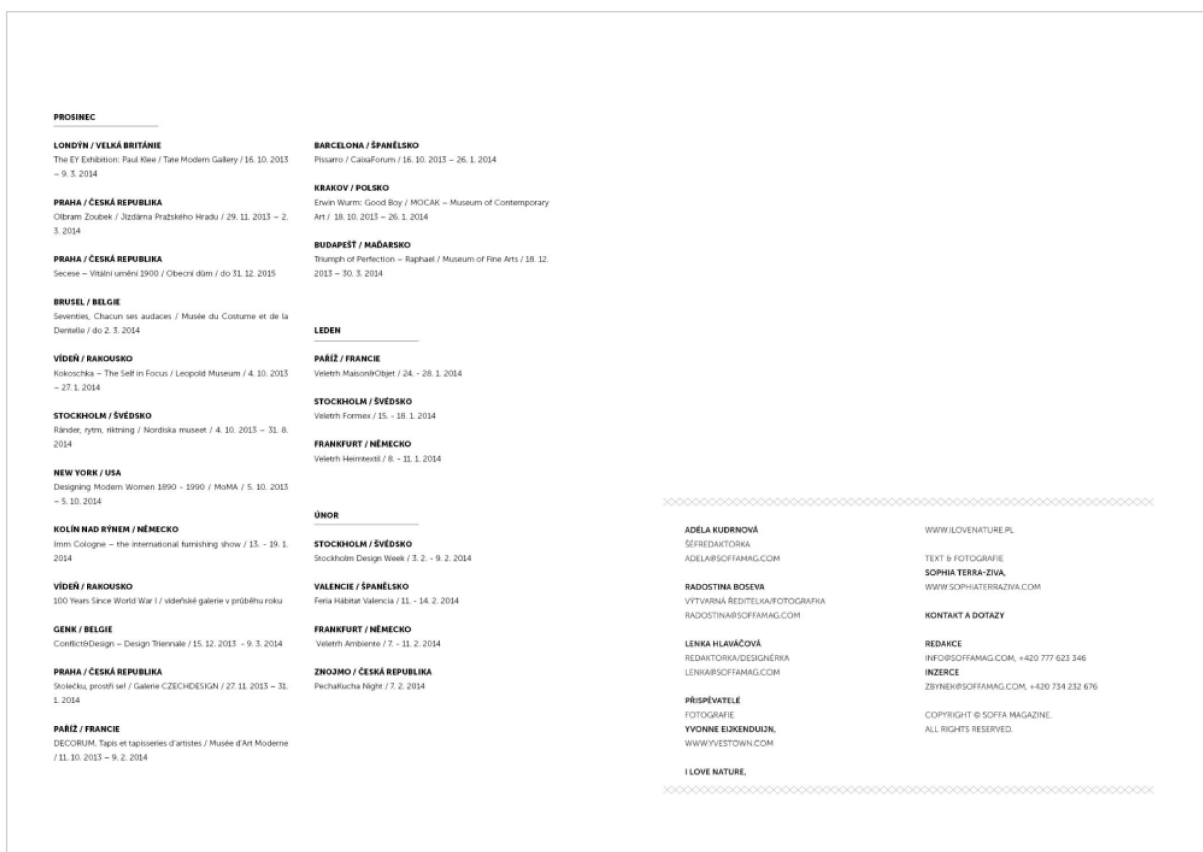
Limitované magazíny

Čím dál víc se objevují magazíny, které tu jsou jen na chvíli, ne na dlouhý čas. Vyjdou pouze tři, nebo čtyři čísla. Kromě skvělých začátků je totiž důležité naplánovat si i dobré konce a občas je lepší přestat v tom nejlepším, než o pár let později postupně zkrachovat. Tištěný obsah je více výběrový a tematicky zaměřený než nekonečnost digitálních médií, takže když jsou magazíny limitovány počtem stran, počtem slov na stránce, tak proč ne počtem čísel? Jediná nevýhoda může být jistá frustrace čtenáře, když ví, že právě vycházející číslo oblíbeného magazínu je zároveň i tím posledním. Pro nakladatele to má ale nespornou výhodu, nekonečný cyklus vydávání magazínů může být vysilující, takže limit počtu čísel může být jakýmsi vysvobozením z nekonečné rutiny. (Six magazine predictions for 2018 © 2017)

Indie publishing – Nezávislé publikování

Při vydávání magazínů ale i knih mají autoři v podstatě tři možnosti. První z nich je tradiční a nejvíce známý způsob. Autor si vybere nakladatele, dodá mu všechny podklady, nakladatel za něj vše vyřeší a pak autor dostává třeba 7, nebo v případě Viewegha i 11 % z prodeje každého kusu. V případě knih jsou u nás známá nakladatelství jako je například Albatros, Host či Odeon, v případě časopisů je nejznámější Burda, Bauer media či Mladá fronta. Nakladatelství vydávající časopisy mají z části své redakce a částečně spolupracují s autory pracujícími na volné noze. Příkladem takového magazínu je například český Loving.

Druhou volbou, která je známá spíše při vydávání knih, je samostné publikování. V takovém případě si zvolíte nakladatelskou firmu, která vám udělí ISBN kód, zařídí Vám návrh obálky, tisk, druh papíru a tak dále, vše podle vašich preferencí. V takovém případě si ale musíte i vše dopředu zaplatit a pak doufat, že se všechna vydání brzy rozprodají. Třetí volbou je nezávislé publikování, v angličtině Indie publishing (od slova independent). To je nejčastější způsob vydávání designových magazínů a u nás je celkem na vzestupu i co se týče vydávání knih. Autor si zařizuje naprosto všechno. Sám si najímá grafika na tvorbu sazby i obálky, sám s ním vše komunikuje, sám zařizuje tisk a komunikaci s tiskárnou, sám autor řeší korektury textů. Od A až do Z vše organizuje autor sám. Kromě spousty práce je tato metoda zaslouženě odměněna i největším možným finančním výtěžkem (u knih kolem 70 %). Pro magazíny je tato volba také nejjednodušší, protože díky tomu mohou svobodně tvořit a nebýt svázány žádnými pravidly. (Indie publishing vs self publishing vs traditional publishing © 2015)



Obr. 90 – Ukázka poslední dvojstrany prvního čísla SOFFA mag, který byl vytvořen ve velmi malém týmu lidí

3 ALTERNATIVNÍ FORMY MAGAZÍNŮ

Mezi magazíny se dají počítat i další podobné publikace. Například fanziny, zkráceně ziny, v Čechách se často používá i slovo zín, logicky odvozené od slova magazín. Kromě fanzinů se mezi alternativní formy magazínů mohou počítat i osobní blogy a online magazíny, které jsou často na stejné, ne-li vyšší úrovni než ty tištěné.

Do této kapitoly jsem se rozhodla přidat i popis alternativních knihkupectví a obchodů, kde se dají všechny tyto krásné publikace pořídit. V Čechách totiž podobné obchody nejsou samozřejmostí a ještě před pár lety si fanoušci magazínu mohli své úlovky pouze vozit ze zahraničí.



Obr. 91 – Zin Nespavost

3.1 Fanziny

Fanziny jsou magazíny vytvářené malou skupinou lidí a určeny jsou opět jen pro úzký okruh fanoušků konkrétního tématu. Undergroundové magazíny se asi nikdy nepodaří dokonale zmapovat, jsou jich tisíce a přesto každý pouze v několika exemplářích. Tvorba fanzinů se dá i přirovnat i k psaní osobního blogu. Dá se říct, že některé fanouškovské blogy vlastně fanziny nahradily. Autorky fanfiction, fanynky hrdinů a amatérské ilustrátorky dnes píší online to, co kdysi jejich předchůdci dávali do fanzinů. (What is a fanzine? The basics of these DIY magazines, © 2018)

Fanziny se nedělají pro peníze, ale pro zábavu. Často jich vychází pouze omezený počet kusů, může to být pět, deset, i padesát. V Čechách se ziny začaly publikovat koncem osmdesátých let a jsou spjaty zejména s hudebními subkulturami. Fanziny většinou vydávají ilustrátoři, fotografové, ale také sci-fi amatérští spisovatelé. (Fanziny se nedělají pro peníze, jejich příběh ukazuje kniha Křičím: „To jsem já!“ © 2018)

Ziny se často tisknou v režimu DIY, tedy do it yourself, především v devadesátých letech se vytvářely doslova na koleni, se sešivačkou a xeroxovou tiskárnou. Dnešní možnosti jsou mnohem rozšířenější a ziny jsou respektovaným uměleckým médiem. Často je ale stále vytváří studenti vysokých škol. Občas pro zábavu, občas jako školní zadání. Některé ziny mají copyleft autorská práva a můžete je volně šířit, některé jsou ručně šité či dokreslované a každý kus je tak naprosto nenahraditelný originál.

Na fanzinech většinou spolupracuje klub autorů dohromady, v případě ilustrovaných zinů často pouze jeden autor. Formáty mají neuvěřitelně rozdílné, od maličkých kapesních až po velké, téměř půl metrové magazíny.



Obr. 92 – Ukázka několika Fanzinů

3.2 Online magazíny

V dnešní době je všechno online, i magazíny. Těch, které se tematicky zaměřují pouze na design, je samozřejmě méně, než magazínů píšících například o módě. Kromě velkých portálů, jsou neméně důležité blogy. Všechny firmy se dnes učí, že sociální sítě a bloggerské celebrity mají dneska větší sílu a vliv než kdejaký renomovaný časopis. Především v módním světě blogerky vytváří a určují trendy a stávají se novodobými celebritami.

Popisovat všechny kategorie online magazínů a blogů by bylo velmi náročné, kromě módy má velkou sílu i jídlo a i foodblogeři mohou být profesionálové, které jejich blog dostatečně uživí. Rozhodla jsem tedy popsat pouze české portály píšící o designu. Z těch světových bych jen krátce zmínila například The Dieline, které píše o novinkách ze světa packagingu, online verzi už zmíněného Eye on design, nebo polské 2+3D. V Čechách je online designových magazínů méně, přesto s velmi kvalitním obsahem.

Typomil

Kvalitní blog o grafickém designu například píše jeden z našich nejlepších typografů Martin Pecina, jeho blog se jmenuje Typomil. Martin je knižní grafik, eseje o grafice a typografii píše už delší dobu a nejen pro svůj blog, před lety vydal typografickou příručku Knihy a typografie. Přispívá i pro několik online portálů, například Font, ale i tištěných titulů jako je literární časopis Host. (Martin Pecina, © 2018)



Obr. 93 – Blog Typomil typografa Martina Peciny

Na blogu Typomil najdete vtipná a chytrá zamyšlení psaná z osobního pohledu autora. Pozastavuje se nad peripetemií života typografů, popisuje i své osobnosti příhody. Blog Typomil je spíše pro zábavu a pobavení a ocení ho jen čtenáři, kteří se v oboru vyznají, laikovi pravděpodobně nic neřekne a ani ho nikterak nevzdělá. (Jó, typograf, ten tvrdej chleba má, © 2018)



☰ DESIGNMAG hledání 🔍

Česká značka Catness Design tvoří pletené a háčkové interiérové doplňky

03.05.2018 — produkty — Ondřej Krynek

Dvojice designerek Kateřina Svobodová a Lucie Ježová společně tvoří českou značku Catness Design, která se zaměřuje na navrhování a výrobu pletených a háčkových interiérových doplňků. Jejich moderní pojetí tradičních řemesel, konkrétně poufy, sedací vaky, koberce či polštáře uvidíte na nadcházející designéřské přehlídce Prague Design Week 2018,

Obr. 94 – Portál DesignMag.cz

Design mag

„Design magazín DesignMag.cz či DesignMagazin.cz je první a nejčtenější on-line magazín o designu v České republice. Věříme v internet jako moderní médium vhodné k šíření zpráv a proto nemáme papírovou verzi. Jsme nezávislé médium, které propaguje dobrý, nápaditý a inovativní design nejen z České republiky, ale i celého světa. DesignMag.cz založil a vede Ondřej Krynek.“ (O designmag.cz, © 2018)

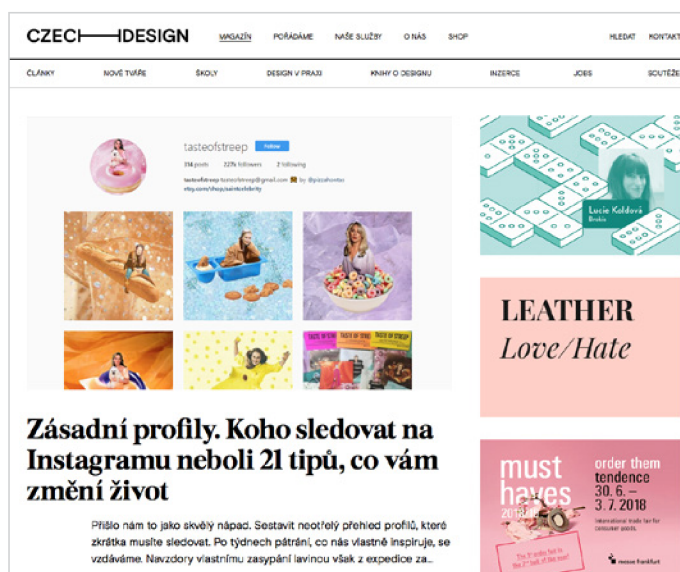
DesignMag.cz byl spuštěn na podzim roku 2007, s cílem vytvořit informační portál s kvalitními články a rozhovory o designu a dalších příbuzných oborech, například architektuře či módě. Magazín je nekomerční, autoři a redaktoři přispívají dobrovolně. Dnes portál čítá přes 6 000 článků.

Kromě online magazínu funguje ještě sesterský projekt, eshop s designovými produkty Design-Buy.cz zaměřující se prodej exkluzivních a originálních produktů, který nejsou jinde v Čechách k dostání. Dále byl v lednu 2012 spuštěn video portál DesignVid.cz, který propaguje krátká videa, filmy, klipy z oboru designu, kultury a módy. Cílem celého projektu je popularizace designu v České republice.



Obr. 95–97 – Loga DesignMag, DesignVid a DesignBuy

Na podzim 2017 byl vizuál webu redesignován, funguje responzivně i pro tablety a mobilní telefony. Vizuálně je web velmi přehledný a jednoduchý, navigace portálu je stejná jako u sesterských projektů. Škoda jen, že loga těchto projektů na sebe více nenavazují i vizuálně, protože název mají od sebe navzájem odvozený a velmi podobný. Designmag je rozdělen do několika kategorií, události, architektura, interiér, produkty, móda, technika, média a umění a při rozkliknutí jakéhokoliv článku se čtenáři ukáže, do jaké kategorie konkrétní rozhovor spadá. (DesignMag.cz, © 2018)

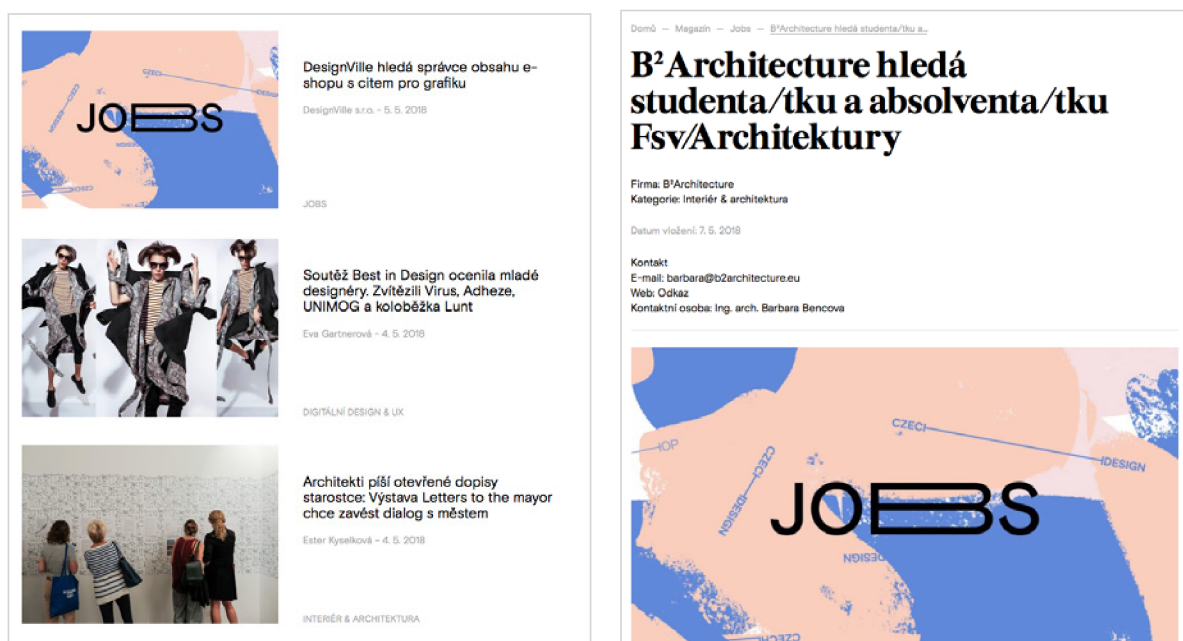


Obr. 98 – Portál CzechDesign

Czech design

„Jsme přesvědčení, že dobrý design může kreativním způsobem řešit naše každodenní problémy a zlepšovat život lidí s ohledem na jejich specifické potřeby. Jsme nevládní organizace, jejímž cílem je nadchnout pro design českou veřejnost i podniky a ukázat jim cestu ke spolupráci s designéry. Věříme, že takto posílené vazby prospějí všem: zvýší konkurenceschopnost firem, nabídnou lepší uplatnění designérům a přinesou kvalitní a funkční design všem jeho uživatelům.“ (Kdo jsme, © 2018)

Organizace Czechdesign, byla založena v roce 2003. Původně na svém webu sdíleli informace a články o aktuální podobě českého designu. Dnes také nabízí pomoc firmám a institucím, organizují soutěže (například celosvětovou soutěž Young Package – Mladý obal), workshopy a semináře. Czechdesign také pomáhá pořádat veřejné soutěže pro soukromé firmy i orgány státní správy, které hledají nový vizuální styl. Díky záštitě profesionální organizace, mají firmy jistotu kvalitního výsledku a designéři zase mohou počítat s férovými podmínkami. (Kdo jsme, © 2018)



Obr. 99–100 – Ukázka portálu CzechDesign

V Čechách je Czechdesign nejstarším a nejčtenějším online magazínem, články jsou cíleny spíše na profesionální designéry, než širokou veřejnost. Kromě zajímavostí a novinek, tu ale čtenáři můžou najít i nabídky práce. Kromě práce českých designérů, zde narazíte na novinky a trendy na světové scéně, Czech design také ukazuje správný směr firmám, které přemýšlí o spolupráci s designéry, ať už se jedná o vytvoření vizuálního stylu či návrh interiéru.

Pod Czechdesign spadá také eshop a kamenný obchod, který nabízí to nejlepší z českého designu. Najdete tu produkty z autorské tvorby, ale i sériově vyráběné předměty. Například porcelán od Jiřího Pelcla, nebo jeho slavný Vermikompostér od firmy Plastia, či batohy značky Playbag. Z autorských designérů je to například šperkařka Hana Polívková či Ela Jediová, která nabízí ručně šité kožené batohy a peněženky. (Shop Czechdesign, © 2018)

font první grafický časopis

fontblog / design / logo / písmo / web / akce / foto / reklama / hw & sw / ostatní / KzK / odkazy

časopis Font / obsahy čísel / předplatné / prodejci / inzerce / kontakty / newsletter

fontshop / časopis Font / vzorníky / fotodisky / publikace / propagační předměty / jiné

naše akce / PackagingShow14 / Konference Logo a CI / PackagingShow10 / Picture market 2008 / archiv

novinky

Hledat cs / en

registrace / přihlášení / obchodní podmínky / zapomenuté heslo

Národní galerie Praha má novou vizuální identitu 3. 5. 2018

OTESTUJ SVŮJ MONITOR

MORAVSKÁ GALERIE

28. mezinárodní Biennale grafického designu Brno 2018

11 5 - 26 8

EURAZIO CENTER

NEJVĚŠÍ laserový a CNC showroom

Nezávazný posudek
Vašeho loga nebo vizuálního stylu
ZDARMA

Kafka > DESIGN

Fontshop vám nabízí odborné publikace, starší Fonty, vzorníky barev aj.

Obr. 101 – Portál Font

Font

Kromě tištěného magazínu, Font funguje i jako online portál, který je možná více aktuální než tištěná verze, která vychází jednou za dva měsíce. Font blog šíří novinky především z českého světa designu. Jakmile má známá společnost či státní útvar nebo město nové logo, jako první se o tom dočteneme na webu Fontu. Od packagingu, přes korporátní identitu, to vše Font bedlivě sleduje a sdílí novinky se svými čtenáři. Články na webu jsou většinou napsány velmi stručně a krátce, prostor je nechán obrázkům a vizualizacím, protože ty o novém logu dokáží více promluvit. Pokud byla na logo vyhlášena veřejná soutěž, velmi často čtenáři mohou vidět i další soutěžní návrhy, což samozřejmě vede k odborným i neoborným diskuzím pod každým článkem. Nejedno výborné logo bylo „rozcupováno“ anonymními čtenáři Fontu.

Vizuál webu je velice jednoduchý, na dnešní dobu možná poněkud staromódní. Je však funkční a přehledný a nechává prostor fotografiím a vizualizacím tak, aby byly tou první věcí, která čtenáře upoutá. Pokud vyhledáváte článek z konkrétní sekce grafického designu, například o písmu či o logách, je velmi jednoduché se ke konkrétní sekci prokliknout.

4. 5. 2018 22:07 budiž světlo

Nová banalita, hlavně že to bliká. Marně hledám to výrazné logo, tři písmena z úplně nudného grotesku? A zkratka NGP vytváří tak zapamatovatelnou a variabilní značku asi jako CNG nebo LPG. No hlavně, že má studio natankováno.

5. 5. 2018 05:40 Miloslav Diblík m.diblik(zavinac)gmail.com

A viděl už někdo logo "The Art Gallery of Western Australia" z roku 2016? Sorry jako. Náhoda? Nemyslím.
<http://www.artgallery.wa.gov.au/>

7. 5. 2018 09:12 wgx

Logo dobrý, ale ta podobnost s Art Gallery of Western Australia blbý... a to dost blbý. Zaráží mě i ta velká podobnost Strun podzimu viz odkazy níže

Obr. 102–104 – Ukázka komentářů z portálu Font

3.3 Specializované obchody a knihkupectví

Book Therapy

Vinohradské knihkupectví Book Therapy nabízí především zahraniční knihy a časopisy. Najdete tu kolem tří stovek titulů, včetně kuchařek a knih pro děti. Zakladatelka Petra Caudr se řídí tím, jaké knihy by si sama koupila. Její kurátorský výběr je opravdu vydařený. Kromě slavných zahraničních knih i magazínů, tu najdete i několik českých titulů, například magazín Soffa, či magazín Material Times který vydává knihovna materiálů materiO. (Knihkupectví Book Therapy prostor který voní po papíru © 2017)



Obr. 105 – Knihkupectví Book Therapy

Knihkupectví nabízí tituly, které si musí čtenář vzít do ruky a v klidu prolistovat a dostává k tomu také potřebný prostor a klid. Pro čtenáře je Book Therapy lepší alternativou od klasických knihkupectví, protože je zde už proveden „předvýběr“.



Obr. 106 – Knihkupectví Book Therapy

Page Five

Page Five je mladé knihkupectví a nakladatelství zaměřené na umění a design. Sídlí v Praze na Letné a jeho zakladatelé jsou posedlí krásným papírem a knihami. Výběr publikací je od výtvarného umění přes design a architekturu až po fotografii a design. Svou nakladatelskou činností podporují mladé autory a snaží se pozdvihnout a propagovat kulturní prostředí v Čechách. (Page Five je mladé knihkupectví a nakladatelství zaměřené na umění a design. Seznamte se © 2014)



Obr. 107 – Knihkupectví Page Five

Součástí Page Five je kromě obchodu a nakladatelství i výstavní činnost. Výstavní projekty knižních autorů, které často vychází z obsahu vydaných knih, kterým také věnují výlohy svého prostoru. Svými knihami chce Page Five propagovat české umění i v zahraničí, ale také vzdělávat české čtenáře zahraničními tituly. Přivezli do Čech knihy, které tu dosud nebyli k dostání. (Vydavatelství a knihkupectví Page Five © 2018)

Narozdíl od Book Therapy má starší Page Five i svůj eshop. Do budoucna by také rádi vybudovali vlastní tiskařskou dílnu. Nakladatelství má ve svém repertoáru například knihu *Umělec, vila a bazén* s eseji o uměleckém vzdělání v Čechách, či knihu *Křičím: „To jsem já!“* od Miloše Hrocha, který probádal českou tvorbu fanzinů.



Obr. 108 – Knihkupectví Page Five



Obr. 109 – Knihkupectví Take Take Take

Take Take Take

Take Take Take je nakladatelství, které v roce 2015 založila grafička Nikola Klímová a ilustrátor Jindřich Janíček. Nakladatelství vzniklo z nadšení a lásky ke krásným knihám a ze smutku nad špatnou úrovní podoby knih současných autorů a nakladatelů.

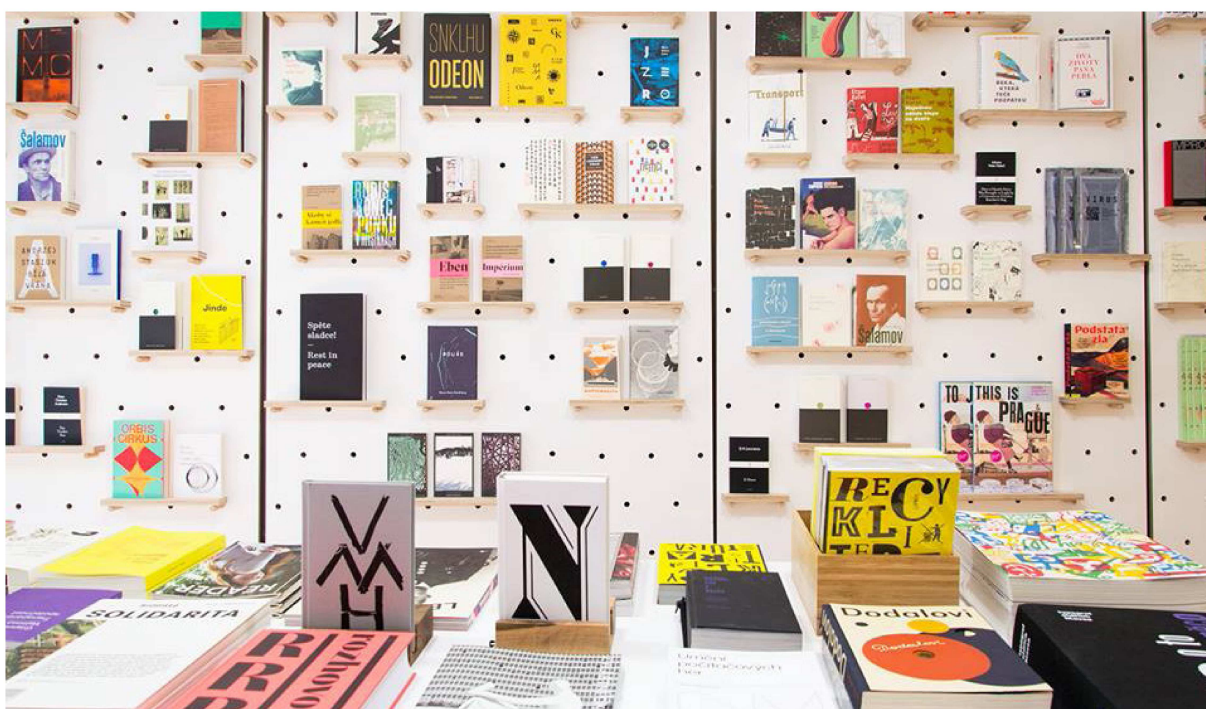
„Nakladatelství Take Take Take neuvažuje o knize, jako o zboží, u kterého musí být náklady a výnosy pokud možno co největší rozdíl. Jak bude kniha graficky upravená, jaký bude mít formát, vazbu a papír, které písmo se bude nejlépe hodit pro obálku, a kterým bude kniha vysázena, jestli se k textu hodí ilustrace a kdo by je měl vytvořit, je zde stejně důležité jako samotný obsah knihy.“ (Take take take © 2018)

Kromě knížek distribuuje nakladatelství i sítotiskové ilustrované plakáty. V září roku 2017 si navíc nakladatelé otevřeli i kamenný obchod, v kterém koncentrují práci nakladatelství a grafického studia, ale zároveň i příjemný obchod a výběrové knihkupectví.



Obr. 110 – Zakladatelé Take Take Take Jindřich Janíček a Nikola Klímová

„Výběr knih se řídí heslem „nejkrásnější běžné knihy“ a spadají do něj převážně publikace z oblasti beletrie a teoretické literatury, jejichž obsah a grafická úprava stojí podle nás za pozornost.“ (O nás © 2018) Výběr se nesoustředí na žánr ani téma a ani popularita či rok vydání titulů nehraje roli. Opět je ale dán důraz na to, aby knihy dostaly dostatečný prostor a čtenář si je mohl prohlédnout v klidném a příjemném prostředí.



Obr. 111 – Knihkupectví Take Take Take

II PRAKTICKÁ ČÁST

4 GRAFICKÁ ÚPRAVA MAGAZÍNU

V praktické části jsem navrhla lifestylový magazín, zaměřující se na jídlo a design. Magazín se jmenuje TASTE, protože toto anglické slovo může v překladu znamenat chuť, ale i vkus. Tím odkazuje na oba žánry, kterým se věnuje. Články ale nejsou jen o designu jako takovém, zaměřují se na designéry, kteří navrhují produkty, které s jídlem souvisí. Ať už je to porcelán či šperky z chleba. Kromě rozhovorů s designéry tu můžete najít i tipy na designové kavárny a obchody a samozřejmě i několik receptů s krásnými fotografiemi.

4.1 Magazín TASTE



Obr. 112 – Obálka magazínu TASTE

4.1.1 Grafická úprava magazínu

Při návrzích sazby magazínu, jsem nejprve navrhla titul – tedy logo magazínu. Věděla jsem, že chci kreativně pracovat se záhlavím a paginací a snažila se tyto elementy propojit. Název magazínu se tedy objevuje na více stranách v záhlaví, stejně jako název kategorizace konkrétního článku. Logo, paginace i záhlaví spojují tenké linky, které zároveň přirozeně ohraničují zrcadlo sazby.



Obr. 113 – Logo magazínu TASTE

Logo magazínu je vytvořeno fontem Bebas Neue, řezem Light. Linky, okolo textu jsou stejně silné jako linky písma, tento poměr musí být zachován při práci s logem v průběhu celého magazínu. Na obálce se logo/titul magazínu netypicky nachází ve středové části magazínu. Dovolila jsem si to proto, že magazín není určen pro prodej v trafikách, kde by byl vystaven ve stojanu a více než z poloviny překryt dalšími magazíny. A tak může být titul umístěn níže. Pro jistotu je ale v horní části magazínu umístěn text, o jaký typ magazínu se jedná.

S logem pak pracuji v záhlaví, umísťuji ho zpravidla na levou stranu, na pravou pak název kategorie dané části magazínu, pro snazší orientaci čtenáře. Kategorizace upozorní zda se jedná o rozhovor či recept. Pokud jsou na stránce použity složitější fotografie, záhlaví tam nutně být nemusí, aby se text s fotografií navzájem nerušili. Na záhlaví navazuje i paginace, její linky i stupeň písma, mají opět stejnou velikost jako názvy v záhlaví. Tím je na jedné dvoustraně zachována stejná tloušťka linek i velikost textů mimo sazební obrazec.



Obr. 114 – Ukázka sazby magazínu TASTE

Magazín je rozdělen do třech sekcí, Místa, design a jídlo. V první sekci místa, najdeme tipy na zajímavé prostory nejen v Praze, na příjemné kavárny a designové obchody. V sekci Design si můžeme přečíst o několika designérech, jejich práci i životě. A v poslední části Jídlo je samozřejmě několik receptů. Jeden nebo dva pokrmy jsou dokonce propojeny s designéry z předchozí kapitoly a pokrm je vyfocen na jejich designovém porcelánu.



Obr. 115 – Ukázka sazby magazínu TASTE

Vybrala jsem dvě doplňkové barvy, text jsem nechala ve stoprocentní černé. První doplňkovou barvou je královsky modrá, druhou měděná. Tyto barvy se objevují v paginaci, nadpisech i na dalších materiálech.



Obr. 116 – Ukázka sazby magazínu TASTE

Pracovala jsem celkem pouze s pěti velikostmi fotografií, které se střídají v průběhu celého magazínu. Sazba textu je ve dvou sloupcích, kolem kterých je vždy dostatečně prázdný prostor. Strany s textem občas narušují výhradně fotografické dvoustrany, tak si čtenář může odpočinout. Magazín neslouží pouze ke čtení, ale také k prohlížení a proto je dán fotografiím stejně velký prostor, jako textu.

Jako hlavní font jsem zvolila Proba Pro z písmolijny Mint Type, v sazbě chlebového textu v řezu Light, protože je dostatečně čitelný, ale zároveň velmi jemný a prosvětlený. Nadpisy článků jsou fontem Bebas Neue Regular, v záhlaví a logu magazínu pak používám řez Light. Nadpisový font existuje pouze ve verzálkové verzi, proto se nehodí na delší texty, občas si ho ale dovoluji použít na zvýraznění některých slov v textu. Používám také jiný stupeň velikosti písma na perex, či několik úvodních, seznamovacích vět na začátku rozhovoru.

Sazba receptů vychází ze sazby klasických článků a rozhovorů, je také na dva sloupce a i fotografie jsou umístěny stejným způsobem ve stejných rozměrech. Podobně jako u rozhovorů je i zde sem tam použit výraznější podnadpis v měděné barvě.



Obr. 117 – Ukázky sazby magazínu TASTE

4.1.2 Podklady

Text a fotografie mám částečně vlastní a částečně jsem čerpala z jiných zdrojů. Oslovila jsem portály czechdesign.cz a city-dog.cz a dostala jsem svolení čerpat z jejich webu pro svou bakalářskou práci. Díky kvalitním a zajímavým podkladům z internetových zdrojů, se mi povedlo vytvořit koncept magazínu, která dává smysl nejen vizuálně, ale i obsahově. V receptové sekci magazínu jsem využila vlastní texty a fotografie, které společně s Lucií Fenclovou vytváříme pro náš blog Taste of Place.

4.1.3 Obálka magazínu

Na obálky magazínu jsem (ve spolupráci s fotografkou Lucií Fenclovou) vytvořila sérii fotografií ovoce a zeleniny. Fotografie jsou velmi detailní, zachycují krásu jídla se vším, co k tomu patří. Suroviny jsem pro focení nikterak neupravovala, nastylovala jsem je co nejvíc přirozeně, jak jen to šlo, včetně ošklivých a povadlých lístků a všech nedokonalostí, které k zelenině a ovoci patří.

Na obálku prvního čísla magazínu jsem zvolila fotografii čekanky. Jednotlivé listy mají nádhernou barevnost a strukturu, připomínají mramor a pro mě jsou uměleckým dílem na úrovni drahého šperku. Pomocí dalších fotografií jsem navrhla, jak by mohly vypadat další obálky. Mezitím jsem ale tyto fotografie použila i na předělové strany v magazínu a na plakáty.



Obr. 118–121 – Varianty obálek magazínu TASTE

4.2 Další materiály

4.2.1 Plakáty

Plakáty vytištěné na plátno nastiňují další důležitou roli magazínu. Většina zahraničních i tuzemských magazínů totiž spravuje i malý eshop, kde kromě magazínu prodává i další tištěné publikace. A kromě jiného také plakáty. Módní časopisy prodávají plakáty s krásnými módními fotkami, některé se za ta léta staly naprosto ikonickými – například ty z obálek hudebního časopisu Rolling Stones. Fanoušci módy či hudby si doma rámují své ikony a proč by fanouškům vaření a dobrého jídla nemohl viset v kuchyni plakát s krásnou zeleninou?

Plakáty také navazují na renesanční zátiší plná ovoce a zeleniny. Krásné hrozny vína, štrápce rybízů i kutálející se jablka si lidé kdysi věšeli do svých domovů. Na plakátech se objevují stejné fotografie jako na obálkách magazínu, je tedy jasně navržena jejich téměř nekonečná linie.



Obr. 122 – Plakát

4.2.2 Zápísník

Jako další drobný bonus k nakladatelství jsem navrhla kreativní zápísník. Je navržený pro potřeby širokého spektra lidí. Má několik prázdných listů, několik linkovaných a několik stran s drobnými tečkami, které jsou vhodné pro poznámky i ilustrace.

V další části zápísníku je pak prostor pro inspirativní seznamy. Je zde vždy nadpis a prostor pro poznámky. Například knihy, které si chci přečíst nebo koupit, filmy, na které se chci podívat, nebo přátelé, které jsem dlouho neviděla a ráda bych se s nimi zase setkala. Při nápadech na témata těchto seznamů jsem vycházela z vlastních potřeb a zkušeností, si takovéto seznamy přát, ale radila jsem se i s přáteli.

Zápísník je v malém formátu, který příjemně sedne do ruky i do kapsy. Vázán je v plátně a papír je stejně jako u magazínu Crush Corn.



Obr. 123 – Ukázka zápísníku



Obr. 124–125 – Zápísník, tečkované a linkované strany

4.2.3 Mapa

Dalším drobným bonusem, který je přímo vložen v magazínu, je mini brožurka designové mapy. Z jedné strany se na formátu nachází velice zjednodušená mapa Prahy, s vyznačenými a očíslovanými body. Z druhé strany tu je pak seznam konkrétních míst, rozdělen do jednotlivých kategorií – Designové obchody, papírnictví, knihkupectví i kavárny. Výběr míst vychází z mé teoretické i praktické práce a z osobních zkušeností. Místa u sebe mají vždy přesnou adresu a číslo, díky kterému ho najdeme na mapě.

DESIGNOVÉ OBCHODY			OBCHODY S OBLEČENÍM		
CZECHDESIGN	Vojtěšská 3, Nové město	1	Playbag	Bořivojova 106, Žižkov	29
Koncept store	Rezáčovo nám. 1261/2, Holešovice	33	Braasi Industry	Dělnická 948/67a, Holešovice	37
Kuráž	Veletržní 333/48, Bubeneč	38	Botas 66	Skořepka 4, Staré město	12
Vnitroblok	Tusarova 791/31, Holešovice	34	Klára Nademlynská	Dlouhá 924/3, Staré město	13
Hugo chodí bos	Řeznická 1374/12, Nové město	6	Sistersconspiracy	Dobrovského 717/24, Holešovice	36
Pratique	Národní 37, Nové město	2	Mirka Horká	Korunní 21, Vinohrady	26
Kurator	Karolíny Světlé 1035/17, Staré město	10	Odivi	Smetanovo nábř., Staré město	10
Nila store	Korunní 806/91, Vinohrady	23	Krispol store	Ladova 2043/5, Nové město	5
Dyzajnoff	Ostrovní 142/20, Nové město	3	Chatty	Haštalská 757/21, Staré město	14
Lípa store	Malé náměstí 4/10, Staré město	11			
KNIHKUPECTVÍ			STUDIA		
Art mapa	Vojtěšská 196/18, Nové město	1	27 Jewellery	Na Březince 1513/14, Radlice	46
Baobab	Oldřichova 20, Nusle	20	Ema má mísu	Jana Zajíce 254/24, Bubeneč	41
Book Therapy	Římská 1199/35, Vinohrady	24	Whoop.de.doo	Kamenická 746/37, Holešovice	38
K-A-V-K-A	Krocinova 316/5, Staré město	10			
Page Five	Veverková 5, Holešovice	35			
Take Take Take	Vratislavova 74/7, Vyšehrad	19			
PAPÍRNICTVÍ					
Kaš mi daš	Pod Nusel. schody 1721/3, Vinohrady	25			
Lavmi	Zlatnická 12, Staré město	16			
Papelote	Vojtěšská 9, Nové město	1			
Papírna	Františka Křížka 1133/8, Holešovice	35			
Reformát	Šmeralova 143/10, Bubeneč	42			
Voala	Dobrovského 553/8, Holešovice	36			

Obr. 126 – Ukázka brožurky s mapou

Mapa slouží jen pro přibližnou orientaci tak, aby čtenář věděl jestli se například jeho vybraný obchod a kavárna nachází blízko sebe, nebo jestli jsou od sebe vzdálené přes polovinu města. V dnešní době mobilních telefonů se počítá s tím, že jen malé množství lidí ještě používá papírové mapy a všichni dají přednost vyhledání ulice v navigaci. Proto jsem si dovolila mapu zjednodušit na nejvyšší možnou úroveň a neuvádět v mapě ani názvy ulic. Protože Praha leží na řece, Vltava a mosty které přes ní vedou jsou tak dostatečným orientačním bodem.



Obr. 127 – Mapa s designovými místy

4.2.4 Tisk a vazba

Realizaci všech materiálů jsem zadala do Olomouckého studia Grafické papíry. Všechny tiskoviny budou vytištěny digitálně, na papíru Favini Crush Corn, který je ekologicky vyrobený, z recyklovaných materiálů. Odstín Corn konkrétně s příměsí kukuřice. Vazba magazínu je lepená V2, vazba zápisníku šitá V8. Brožurka mapy je pouze přeložená a plakáty jsou zasazeny do dřevěných listů.

ZÁVĚR

Výsledkem mé práce, je vybudovaná značka magazínu, která by měla prostor i své fanoušky na českém trhu. Díky teoretické práci jsem zjistila jak na mě působí různé vizuální styly magazínů, jaký sedí nejvíce mně osobně, i čtenářům. Vybrala jsem si také originální obsah a žánr, který u nás zatím nemá obdoby. Popsala jsem několik designových magazínů i magazínů o jídle a snažila se si z každého vzít to nejlepší. Dokážu si představit několik následujících čísel magazínu, ovlivněných například ročním obdobím ale i konkrétnějšími tématy.

Inspirovala jsem se tvorbou již existujících nakladatelství u vymýšlení doplňkových předmětů a tiskovin, které jsem k magazínu vytvořila. Věřím že značka TASTE by byla skutečně úspěšná i v reálném světě, mimo potřeby mé bakalářské práce.

Pokud by měl magazín reálně existovat, bylo by vhodné pokud by fotografie v něm užité byly pouze od jednoho autora a jejich styl tak víc ladil dohromady, ať už jde o fotografie jídla, či designových produktů. Najít ale ideálního fotografa, který je schopný vyfotit vše, je velmi náročné a tak jsem ráda, že jsem i tak sehnala velmi kvalitní obrazové ale i textové zdroje.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A INTERNETOVÉ ZDROJE

About [online]. [cit. 2017-12-15]. Dostupné z: <https://kinfolk.com/info/about/>

About Flow [online]. [cit. 2017-12-28]. Dostupné z: <https://www.flowmagazine.com/flow>

AIGAS eye on design breaks into print with the launch of a new quarterly magazine [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://www.creativeboom.com/features/aigas-eye-on-design-breaks-into-print-with-the-launch-of-a-new-quarterly-magazine/>

Backstage Talks Issue 2 [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://coffeetablemags.myshopify.com/products/backstage-talks-issue-2>

Bistro přijalo další designéry [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/bistro-prijalo-dalsi-designery-nove-dela-pro-cpi/>

Burda ukončila vydávání magazínu Loving [online]. [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/12/burda-ukoncila-vydavani-magazinu-loving/>

Copyleft [online]. [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: <http://www.artslexikon.cz//index.php?title=-Copyleft>

Časopisy pro ženy [online]. [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Časopisy_pro_ženy

České a slovenské magazíny [online]. [cit. 2018-05-10]. Dostupné z: <http://www.typo.cz/databaze/odborna-literatura/ceske-a-slovenske-casopisy/>

DesignMag.cz [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://www.designmag.cz>

Dinners [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://eatpoland.net/en/dinners>

Events [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www soffamag.cz/collections/events/products/zaklady-interieroveho-designu-1>

Fanziny se nedělají pro peníze, jejich příběh ukazuje kniha Křičím: „To jsem já!“ [online]. [cit. 2018-05-08]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/fanziny-se-nedelaji-pro-penize-jejich-pribeh-ukazuje-kniha-kricim-jsem-ja-6480479>

HROCH, Miloš. 2017. Křičím: „To jsem já.“: Příběhy českého fanzinu od 80.let po současnost. PageFive, ISBN 978-80-270-2942-6.

Indie publishing vs self publishing vs traditional publishing [online]. [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <https://www.katharinehamilton.com/blog/indie-publishing-vs-self-publishing-vs-traditional-publishing>

Kdo jsme [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/o-nas>

Kinfolk (magazine) [online]. [cit. 2017-12-15]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Kinfolk_\(magazine\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Kinfolk_(magazine))

Knihkupectví Book Therapy prostor který voní po papíru [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://www.insidecor.cz/blog/knihkupectvi-book-therapy-prostor-ktery-voni-po-papiru/>

Kontakt [online]. [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: <http://www.pyre.sk/kontakt/>

Magazín Pyre #01 už v predaji! [online]. [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: <http://www.pyre.sk/magazin-pyre-01-uz-v-predaji/>

Magazín Pyré je na svete! [online]. [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: <http://www.pyre.sk/magazin-pyre-je-na-svete/>

Magazín Soffa vybírá na webu na tištěné vydání [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/magazin-soffa-vybira-na-webu-na-tistene-vydani/>

Magazine trends were predicting for 2017 [online]. [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <https://eyeon-design.aiga.org/5-magazine-trends-were-predicting-for-2017/>

Magazyn [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://sklep.ustamagazyn.pl/kategoria/magazyn>

Martin Pecina [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://www.book-design.eu/martin-pecina/>

Martin Pecina [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://typomil.com/2017/08/jo-typograf-ten-tvrdej-chleba-ma/>

O Designmag.cz [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://www.designmag.cz/o-designmagcz>

O fontu [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://www.font.cz/o-fontu.html>

O magazínu Loving [online]. [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: <https://loving.predplatsi.cz/brand>

O nas [online]. [cit. 2018-05-05]. Dostupné z: <http://ustamagazyn.pl/en/magazynusta/o-nas/>

O nás [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://taketaketake.cz/o-nas/>

Obsah čísla [online]. [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: <https://loving.predplatsi.cz/casopis>

Page Five je mladé knihkupectví a nakladatelství zaměřené na umění a design. Seznamte se. [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://archiv.protisedi.cz/article/page-five-je-mlade-k-nihkupectvi-nakladatelstvi-zamerene-na-umeni-design-seznamte-se>

Periodikum [online]. [cit. 2018-01-05]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Periodikum> (2018)

Shop Czechdesign [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://shop.czechdesign.cz>

Six magazine predictions for 2018 [online]. [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: <https://eyeondesign.aiga.org/six-magazine-predictions-for-2018/>

SOFFAMAG: konečně smyslnej lifestyle [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/soffamag-konecne-smyslnej-lifestyle>

Soffamag [online]. [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.soffamag.cz/pages/about-soffa>

Take take take [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://www.designsupermarket.cz/designer/take-take-take/>

Upřímný lifestyle: Jak fungují česko-slovenské nezávislé magazíny o životním stylu? [online]. [cit. 2018-02-08]. Dostupné z: <http://www.pyre.sk/magazin-pyre-01-uz-v-predaji/https://wave.rozhlas.cz/uprimny-lifestyle-jak-funguji-cesko-slovenske-nezavisle-magaziny-o-zivotnim-5218764>

Vydavatelství a knihkupectví Page Five [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://art.ihned.cz/knihy/c1-61430760-vydavatelstvi-a-knihkupectvi-page-five>

What is a fanzine? The basics of these DIY magazines [online]. [cit. 2018-05-08]. Dostupné z: <https://myria.com/what-is-a-fanzine-the-basics-of-these-diy-magazines>

Zahraniční časopisy [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://www.typo.cz/databaze/odborna-literatura/zahranicni-casopisy/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1

In: Issuu Soffamag [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://issuu.com/soffamag>

Obr. 2

In: Standart magazín [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <http://www.kavapodebrady.eu/Standart-c-6-d89.htm>

Obr. 3

In: Magazín Esprit Lidových novin [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <http://docplayer.cz/7392548-Magazin-esprit-lidovych-novin.html>

Obr. 4-13

In: Kinfolk shop [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://kinfolk.com/shop/>

Obr. 14

In: Renna Deluxe [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://renna-deluxe.de/9825-shibori-tutorial-im-flow-magazin/>

Obr. 15-20

In: Flow magazine shop [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://www.flowmagazine.com/product-category/flow-international>

Obr. 21-24

In: Design week [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://www.designweek.co.uk/issues/30-october-5-november-2017/aigas-print-magazine-aims-testing-ground-design-ideas/>

Obr. 25-36

In: Usta shop [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://sklep.ustamagazyn.pl/kategoria/magazyn>

Obr. 37-39

In: Backstage talks [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://backstagetalks.com/>

Obr. 40-43

In: Behance Milk studio [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://www.behance.net/milkstudio>

Obr. 44-46

In: Soffa magazine Eshop [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://www.soffamag.cz/products/soffa-magazine-issue-08>

Obr. 47

In: Issuu Soffamag [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://issuu.com/soffamag>

Obr. 48-53

In: Soffa mag eshop [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://www.soffamag.cz/collections/magazin>

Obr. 54-55

In: Issuu Soffamag [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://issuu.com/soffamag>

Obr. 56-58

In: Loving [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://loving.predplatsi.cz/casopis#description>

Obr. 59

In: Ticktail Pyré [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://tictail.com/pyre/magaz%C3%AD-n-pyré-01>

Obr. 60-51

Archiv autora

Obr. 62-64

In: Ticktail Pyré [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://tictail.com/pyre/magaz%C3%AD-n-pyré-01>

Obr. 65

Archiv autora

Obr. 66-67

In: Font časopis [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <http://www.font.cz/obsahy-cisel.html>

Obr. 68-75

In: Tiskoviny, časopisy, Font [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <http://www.designbuy.cz/sortiment/tiskoviny/casopisy/>

Obr. 76-77

In: Mold magazine [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://cz.pinterest.com/pin/487162884682619745/>

Obr. 78

In: Tumblr [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <http://spirit-space.tumblr.com/>

Obr. 79

In: Monotype [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://www.monotype.com/resources/articles/eye-magazine-editor-john-l-walters-and-art-director-simon-esterson-talk-issue-number-94/>

Obr. 80-89

In: Works that work issues [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://worksthatwork.com/issues/>

Obr. 90

In: Issuu Soffamag [online]. [cit. 2018-05-07]. Dostupné z: <https://issuu.com/soffamag>

Obr. 91

In: Mike Glycer [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: https://wikivisually.com/wiki/Mike_Glycer

Obr. 92

In: Tumblr [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <http://mxfxl.tumblr.com/>

Obr. 93

In: Typomil [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <http://typomil.com>

Obr. 94-97

In: DesignMag [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <http://www.designmag.cz>

Obr. 98–100

In: CzechDesign [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz>

Obr. 101–104

In: Font [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <http://www.font.cz>

Obr. 105–106

In: Proti šedi [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/foto.aspx?r=l-n-bydleni&c=A170620_145407_ln-bydleni_ape&foto=APE6c18fb__OM_1252.JPG

Obr. 107–108

In: Proti šedi [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <http://www.protisedi.cz/article/page-five-je-mlade-knihkupectvi-nakladatelstvi-zamerene-na-umeni-design-seznamte-se>

Obr. 109–111

In: Take take take [online]. [cit. 2018-05-11]. Dostupné z: <https://taketaketake.cz/o-nas/>

Obr. 112–127

Archiv autora