

# DOKUMENTACE ZÁVĚREČNÉ PRÁCE



**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**  
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

**FAKULTA VÝTVARNÝCH UMĚNÍ**  
FACULTY OF FINE ARTS

**ATELIÉR VIDEO**  
VIDEO STUDIO

**THERE'S BLACK AND WHITE, DAY AND  
NIGHT, GOOD AND EVIL, YIN AND YANG**

THERE'S BLACK AND WHITE, DAY AND NIGHT, GOOD AND EVIL, YIN AND YANG

# **BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**BACHELOR THESIS**

**AUTOR/KA PRÁCE      RISTO ILIČ**

**AUTHOR**

**VEDOUCÍ PRÁCE      Mgr. MARTIN MAZANEC, Ph.D.**

**SUPERVISOR**

**BRNO 2021**

## **OBSAH DOKUMENTACE:**

<b>TEXTOVÁ ČÁST</b>	<b>s. 7 – 10</b>
<b>OBRAZOVÁ ČÁST</b>	<b>s. 11 – 19</b>

## ABSTRAKT

Bakalářská práce s názvem *"There's Black and White, Day and Night, Good and Evil, Ying and Yang"* navazuje na tříletou existenci kolektivu *"Ugly Brno"* a jeho tvorbu, která vychází ze stále aktuálního, místního fenoménu redesignování reklamních poutačů, bannerů a štítů v rámci výloh brněnských (malo)prodejců, sídlících v centru města. Konkrétně se zaměřuje na nově se objevující designy, kombinující černou a bílou barvu. Výstupem této bakalářské práce je video – fiktivní interview, ve kterém jsou *Černá a Bílá* personifikovány jako dvě sebevědomé, excentrické osobnosti, kvazi-experti dnešní vizuální kultury a ultimátní garanti vkusu, kteří si podmanili město Brno svými realizacemi. Cílem mé práce je rozkrýt mytologii za oblíbenosti černobílé kombinace v kontextu vizuální kultury, konkrétně v grafickém designu, a její souvislost s problematikou gentrifikace a kapitalismu. Dalším cílem je vytvořit pomocí sarkasmu a ironie reflexi kultury, jejíž hodnotami je elitářství, workoholismus, perfekcionismus, přehlížení alternativ a důraz na efektivitu. Čím to, že právě v takové kultuře dosahuje černobílost větší popularity než kdy jindy v minulosti?

The bachelor's thesis "There's Black and White, Day and Night, Good and Evil, Ying and Yang" follows the three-year existence of the collective "Ugly Brno" and its work, which is based on the still current, local phenomenon of redesigning of advertising banners and shields in the context of small businesses located in the Brno city center. Specifically, it focuses on emerging designs combining black and white. The output of this bachelor's thesis is a video – a fictional interview in which Black and White are personified as two confident, eccentric personalities, quasi-experts in today's visual culture and the ultimate guarantors of taste, who conquered the city of Brno with their realizations. The objective of this thesis is to reveal the mythology behind the popularity of black and white combination in the context of visual culture, particularly in graphic design and its connection to the problematics of gentrification and capitalism. Another objective is to use sarcasm and irony to create a reflection of a culture whose values are elitism, workaholism, perfectionism, disregard for alternatives and an emphasis on efficiency. Why is it that in such a culture, black and white has gained more and more popularity than ever before?

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

grafický design, designér, gentrifikace, kapitalismus, regulace, manuál, elitářství, vizuální fašismus, vizuální smog, redesign, amaterizace, mimé시스, reklama, kritérium, minimalismus, estetika, barva, černá, bílá

graphic design, designer, gentrification, capitalism, regulation, manual, elitism, visual fascism, visual smog, redesign, amaterization, mimesis, advertisement, criterion, minimalism, aesthetic, color, black, white

## TEXTOVÁ ČÁST

Bakalářská práce “There’s Black and White, Day and Night, Good and Evil, Yin and Yang” volně navazuje na tříletou existenci kolektivu Ugly Brno<sup>1</sup>, který jsem založil s Johannesem Christianem Tröstlerem. Ugly Brno vychází ze stále aktuálního, místního fenoménu redesignování reklamních poutačů, bannerů a štítů v rámci výloh brněnských (malo)prodejců, sídlících v centru města. Proces redesignování započal před pár lety Veronika Rút Nováková projektem, který nese název “Manuál dobré praxe reklamy a označování provozoven v městské části Brno-střed”<sup>2</sup>. Na webových stránkách manuálu se píše, že cílem je nastavit jednotná a v praxi velmi variabilní pravidla designu pro označování provozoven. Dále se zde také píše, že nepřináší žádné nové zákazy či regulace. To ale není v praxi pravda. Sama autorka se k tomuto bodu vyjádřila na radnici v rámci svého semináře jednoznačně a říká, že pokud nebude manuál prodejcem dodržen, může přijít postih.<sup>3</sup>

Mne a Johannes Christiana Tröstlera, jakožto občany města Brna, tento manuál po přečtení pobouřil, jelikož se nám jeho dikce zdála totalitní<sup>4</sup> a omezující svobodu grafického vyjádření obchodníků. Jeho rétorika překročila pochopitelnou a v dnešní městské situaci i nezbytnou ochranu veřejného prostoru proti šíření reklamních ploch směrem k estetickému elitářství a kádrování “dobré” a “špatné” grafiky na již existujících provozovnách. Rozhodli jsme se jednat. Jedním z našich prvních kroků bylo sepsání “kontra” manifestu:

*“Vulgarismy existují pouze v lingvistice a smog jen ve vzduchu, nikoliv v grafickém designu! Omezení svobody podnikatelů a majitelů obchodů Manuálem dobré praxe při návrhu vlastní výlohy by se dalo přirovnat k jejich omezení ve věci zákazu kouření, avšak tento “smog” není lidské plíce a zdraví. Jak můžeme vidět s postupem času ve městě, obchodníci chápou manuál jako nařízení, které musí uposlechnout, ne jako možnost zlepšit situaci ve městě. Samotné nové realizace podle toho také vypadají, což má bohužel negativní vliv na vzhled veřejného prostoru. Nechceme, aby se z Brna stal černobílý, sterilní, reklamní banner na pohřební službu! Neničme něco, co je součástí naší historie a součástí naší vizuální identity! Neničme něco, co nám prozrazuje, jaká byla společnost a trendy v devadesátých letech v českém prostředí po pádu režimu, kdy, jak se říká, všechno bylo možné! Tato svoboda se zrcadlí i na vitrínách obchodů. Neničme produkty této šílené, avšak něčím kouzelné doby! Dnes, v tento moment, se nám zdají tyto výstupy nevkusné, ošklivé či neprofesionální, ale až s odstupem času budeme schopni ocenit jedinečnost a krásu tohoto vizuálního stylu! V devadesátých letech mohl být najednou každý grafikem. Software, barevný tisk a materiály byly dostupné*

---

<sup>1</sup> ILIČ, Risto; TRÖSTLER, Johannes Christian. *Ugly Brno*, 2018 [cit. 12.5.2021]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/uglybrno/>

<sup>2</sup> NOVÁKOVÁ, Veronika Rút; BARTÍK, Svatopluk. *Manuál dobré praxe reklamy a označování provozoven v městské části Brno-střed*, 2018 [cit. 12.5.2021]. Dostupné z: <https://manual.brno-stred.cz/>

<sup>3</sup> UNIE GRAFICKÉHO DESIGNU; UGD 67: *Manuál dobré praxe reklamy a označování provozoven* (Veronika Rút Nováková), 2019 [cit. 12.5.2021]. Dostupné z: [https://www.youtube.com/watch?v=MfBEcq\\_so88](https://www.youtube.com/watch?v=MfBEcq_so88)

<sup>4</sup> Viz. Popsáno níže

*všem za přívětivé ceny. Všechno se tehdy zdálo býti možným. Svět mohl zářit barvami”.*<sup>5</sup>

Tento manifest reagoval především na fakt, že s příchodem manuálu se ve městě začaly objevovat nové designy splňující v něm uvedená kritéria. Tyto výstupy byly z jistých důvodů často realizovány v černobílém provedení. Pravděpodobně to byl tehdejší (a stále trvající) trend, přenesený ze západních zemí velkými společnostmi a nadnárodními korporáty. Z prvních černobílých realizací lze uvést například provozovnu Raiffeisenbank, Albert nebo dm drogerii markt. A maloobchodníci, sousedé těchto velkých zahraničních firem, začali černobílé provedení kopírovat.

Na první pohled by se mohlo zdát, že jde jen o jakýsi trend, stejně jako tomu bylo v 90. letech s barevností a eklektickými kombinacemi. Je však nutné poznamenat, že oproti devadesátým létům a miléniu, kdy se tehdejší trend barevného a “přepřelácaného” provedení šířil organicky (díky nadšení z nových možností, především dostupnosti potřebného softwaru, hardwaru a barevného tisku, což zapříčinilo výraznou amaterizaci vizuální produkce), šíření černobílosti vycházelo z nařízení místní garnitury, Veroniky Rút Novákové a podpory *odborné veřejnosti*. Tyto subjekty zde sehrály roli jakýchsi “garantů vkusu”, jež museli maloprodejci poslechnout, jinak by jim mohl hrozit postih. Na webové stránce městské části Brno-střed se tak v sekci často kladených otázek píše: “Řiďte se těmito instrukcemi při zadávání a navrhování a proces se nebude nijak komplikovat.”<sup>6</sup>

Je tedy pochopitelné, že se drobní provozovatelé, v jejichž rozpočtu nebyl prostor pro investici do nové vizuální identity od profesionálního grafického designéra, postupně raději uchýlili ke kopírování velkých firem, a tím i samotné černobílosti. Nejedná se již tedy o konkrétní trend, který by mimikoval grafický designér, ale spíše o trend regulačního charakteru, který je obchodník nucen mimikovat, pokud nemá na zaplacení odborníka. Dle mého názoru zde nehraje roli konformita maloprodejců, nýbrž holý fakt, že nechtějí mít další problémy a platit za nové výlohy. Rezignovali na vlastní invenci a variabilitu vizuálního (ač třeba amatérského) projevu. Právě v tom dle mého názoru spočívá totalizující povaha manuálu.

Jak bylo již řečeno, od roku 2018, kdy vstoupil manuál v platnost, se v Brně objevilo velké množství obchodů s designem v černobílém provedení. Právě tato situace byla inspirací pro vznik této bakalářské práce, která si klade za cíl rozkrýt mytologii za oblíbeností černobílé kombinace v designu a její souvislost s problematikou gentrifkace a kapitalismu.

Práce se soustředí právě na tyto dvě barvy a přisuzuje jim status jakýchsi mýtických entit, které na světě vždy byly a budou, jen své podoby přizpůsobují povaze doby a místa. Je barokní černá něčím jiným, než černá v konzumní společnosti dvacátého prvního století? Mění se povaha barev tak, jako se mění povaha společnosti? Práce vytváří portrét Černé a Bílé, jakožto odvěkých bytostí asimilovaných do současné společnosti pozdního kapitalismu a konzumu. Tento portrét je odrazem kultury, jejíž hodnotami je elitářství, workoholismus,

---

<sup>5</sup> ILIČ, Risto; TRÖSTLER, Johannes Christian. *Ugly Brno*, 2018 [cit. 12.5.2021]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/uglybrno/>

<sup>6</sup> Městská část Brno-střed. *Manuál dobré praxe, reklamy a označování provozoven: Často kladené otázky*, 2018 [cit. 12.5.2021]. Dostupné z: <https://manual.brno-stred.cz/#1466615570876-35687fdd-f6621334-a08d>



perfekcionismus, přehlížení alternativ a důraz na efektivitu. Čím to, že právě v takové kultuře dosahuje černobílост větší popularity než kdy jindy v minulosti? Odpovědi na tyto otázky můžou diváci hledat v pořadu, do něžž byly pozvány samotné dvě barvy – Černá a Bílá. Ty se pro tuto příležitost ukázaly ve svých, současnosti přizpůsobených, personách, a to jako dvě excentrické osobnosti grafických designérů, kvazi-expertů na dnešní vizuální kulturu a ultimátních garantů vkusu.

Mezi jejich dvě osobnosti práce rovnoměrně rozkládá charakterové neduhy dnešní společnosti. Z kdysi nevinné čistoty a božskosti Bílé se v dnešním světě stává vyprázdněná posedlost “krásnem”, konzumní spiritualita a buržoazní arogance. Černá se oproti tomu naopak zbavuje svého stigmatizujícího spojení s temnotou a smrtí a stává se oslavou individualismu a uniformou efektivit.

Postavy Černé a Bílé představují dvě strany jedné mince, kterou je ve skutečnosti systém, produkující vyprázdněné archetypy autora – designéra. Výstupem této bakalářské práce je video, fiktivní rozhovor, který byl natočen ve třech lokalitách. Video se skládá ze studiové a externí části.

Studiová část představuje hlavní dějovou linku videa – rozhovor. Ten je natočen ve videostudiu na FaVU VUT, které bylo využito pro dosažení kýženého televizního formátu interview. Rozhovor je inspirován modelem DTV, konkrétně rozhovorem Emmy Smetana s grafickým designérem a umělcem Alešem Najbrtem. Rozhovor byl natočen “live”, simultánně na tři kamery, pro dosažení dostatečného množství střihů. Využito bylo také greenscreenové pozadí pro pozdější naklíčování vzhledu studia v postprodukcii. Dále bylo využito velké množství studiových světel. Studiové části se účastnili tři amatérští herci: Risto Ilič, Barbora Ilič a Ivana Iličová. Dále tři kameramani: Marek Litoš, Andrej Ilič a Tamara Spalajković. První kamera plnila funkci celkové pohyblivé kamery a snímala neustále všechny herce a celé studio. Druhá kamera, statického charakteru, snímala konstantně oba respondenty – Černou a Bílou. Třetí kamera, také statického charakteru, snímala konstantně moderátorku – Evu Smotanou. Zvukovou režii měl na starost Marek Litoš.

Externí část představuje vedlejší dějovou linku videa – medailonek, který je součástí rozhovoru, při němž se děj přesouvá z prostoru studia do obydlí dvou protagonistů, grafických designérů Černé a Bílé. Medailonek umožňuje divákovi nahlédnout do jejich soukromí, do jejich každodenního života. Lokality byly vybrány tak, aby co nejvíce korespondovaly s životním stylem hlavních hrdinů.

První díl tohoto medailonku byl natočen v moderní příměstské vile za Prahou. Tuto vilu jsem se rozhodl přiřadit postavě Bílé, která vede život plný opulence, potrpí si na grácii, harmonii a užívá si života.

Druhý díl medailonku byl natočen v nově zrekonstruovaném bytě na pražských Vinohradech, jelikož se zde v době natáčení nenacházel skoro žádný nábytek či vybavení, a tak se jevil jako velice vhodný pro postavu Černé, o které můžeme prohlásit, že je workoholikem, minimalistou a straight-edgerem. Život této postavy by se dal vystihnout slovem “efektivní”.

Na externí části se podíleli amatérští herci Risto Ilič, Barbora Ilič a Daniel Rajmon. Byla

natočena na jednu pohyblivou kameru, kdy první díl natočil Jakub Blín a druhý díl Risto Ilič. Světelný rig měl na starost Adam Smrekovský.

## OBRAZOVÁ ČÁST

Screenshoty z videa (bez postprodukčně přidaných efektů)



















