

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

Katedra výtvarné kultury a textilní tvorby

Experimentální font - volný soubor

Bakalářská práce

Autor: Tereza Kábelová
Studijní program: B7507 Specializace v pedagogice
Studijní obor: Společenské vědy se zaměřením na vzdělávání - Výtvarná tvorba
se zaměřením na vzdělávání
Vedoucí práce: MgA. Petr Hůza

Zadání bakalářské práce

Autor: Tereza Kábelová

Studium: P15P0770

Studijní program: B7507 Specializace v pedagogice

Studijní obor: Společenské vědy se zaměřením na vzdělávání, Bc. učitelství - všeobecný základ

Název bakalářské práce: Experimentální font - volný soubor

Název bakalářské práce Experimental font - free file
AJ:

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Navrhnout libovolnou autorskou abecedu /experimentální font. Litery mohou být užity k členění obrazových publikací, katalogů, plakátů, nebo jako součást výstavních expozic. Prezentace je možná formou plakátů, které mohou šířeji rozšířit navržený koncept. Vybrat zajímavé užití textu, písma v kontextu současného designu.

KORÁB, Daniel. Písmo ve výtvarné tvorbě. Praha : Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-4794-1. LANZ, Bohumil. in NĚMEČEK, Zdeněk. Písmo v propagaci. 1 vyd. Praha : Merkur, 1974. BERAN, Vladimír. Aktualizovaný typografický manuál. 4 vyd. Praha : Kafka design, 2005. ISBN 8588005572989. DUSON, Jean-Luc. in SIEGWARTOVÁ, Fabienne. Typografie od slova k počítačům. 1 vyd. Praha : Svojtka a Vašut, 1997. ISBN 80-7180-296-4.

Garantující pracoviště: Katedra výtvarné kultury a textilní tvorby,
Pedagogická fakulta

Vedoucí práce: MgA. Petr Hůza

Oponent: doc. Rostislav Novák, ak. mal.

Datum zadání závěrečné práce: 8.12.2016

Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci na téma „Experimentální font - volný soubor“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce.

V Hradci Králové

.....

podpis

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce MgA. Petru Hůzovi, za odborné vedení, za pomoc a cenné rady při zpracování této práce. Na závěr bych chtěla poděkovat rodině za jejich podporu, kterou mi po celou dobu studia poskytovali.

Anotace

KÁBELOVÁ, Tereza. *Experimentální font - volný soubor*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2018. 58 s. Bakalářská práce.

Experimentální font - volný soubor. Moje práce se zabývá tvorbou experimentálních fontů a jejich následným užitím. Práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. V teoretické části se zabývá historií a vznikem písma v oblasti grafického designu a jeho vlivem na současné umění. Mapuje vývoj písma od starověku až po současnou typografii. Zmiňuje důležité české i zahraniční osobnosti věnující se typografii a grafickému designu. Upozorňuje na možnosti využití typografie i grafického designu v oblasti corporate identity. Dále se také věnuje psychologii barev, branding, vývoji značky a grafickému designu, do kterého spadá tvorba loga. V praktické části jsou popsány dílčí kroky, které vedly ke vzniku značky Sladká tečka. Výstupem je několik plakátů a reklamních předmětů značky.

Klíčová slova: Grafický design, typografie, písmo, corporate identity

Annotation

KÁBELOVÁ, Tereza. *Experimental font – loose collection*. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2018. 58 pp. Bachelor degree Thesis.

Experimental font – loose collection. My work deals with the creation of experimental fonts and their subsequent use. The thesis is divided into two parts; theoretical and practical. The theoretical part deals with the history and the origins of the scripts in the field of graphic design and their influences on the contemporary art. There is a description of the development of the scripts beginning in antiquity until the contemporary typography. The thesis mentions some important Czech and foreign figures engaged in typography and graphic design. It highlights the possible usage of typography and graphic design in the field of corporate identity. It also deals with the psychology of colours, markings, brand development and graphic design, which includes the creation of a logo. The practical part describes the steps that led to the creation of the Sladká tečka brand. The final output includes a few posters and advertising items of the brand.

Keywords: Graphic design, typography, font, corporate identity

Obsah

Úvod	10
1 Historie písma.....	11
1.1 Latinská abeceda	13
1.2 Písmo slovanské a vývoj azbuky	13
1.3 19. století.....	15
2 20. století	15
2.1 Kubismus	16
2.2 Futurismus	16
2.3 Ruský konstruktivismus.....	16
2.4 Funkcionalismus	16
2.5 Škola Bauhaus.....	17
2.6 Mezinárodní Švýcarský styl.....	17
2.7 Fotosazba	17
2.8 Pop - art.....	18
2.9 70 - 80. léta	18
2.10 Významní představitelé 20. Století	20
2.10.1 Vojtěch Preissig	20
2.10.2 Ladislav Sutnar	20
2.10.3 Oldřich Hlavsa	21
2.10.4 Karel Teige	22
3 21. století	23
3.1 Lettrismus neboli Písmomalířství	25
3.2 Graffiti	27
3.3 Významné osobnosti současné české scény	29
3.3.1 Zuzana Lednická.....	29
3.3.2 Petr Babák	30

3.3.3	Martin Pecina.....	32
3.3.4	Malovec Štěpán	33
4	Grafický design	34
4.1	Kde se setkáváme s grafickým designem	34
4.2	Designér	35
5	Značka	36
5.1	Historie a funkce značky.....	36
5.2	Co je značka?	36
5.3	Značka není logo.....	36
5.4	Vytváření značky	36
5.5	Branding.....	38
6	Logo.....	39
6.1	Co je logo ?	39
6.2	K čemu logo slouží ?	39
6.3	Logo není značka	39
7	Psychologie podnikání.....	40
7.1	Psychologie barev	40
7.1.1	Světle modrá.....	41
7.1.2	Žlutá.....	41
7.1.3	Růžová.....	41
7.2	Zvuk, čich, chuť, hmat.....	42
8	Praktická část.....	44
8.1	Volba tématu.....	44
8.2	Cukrárna.....	44
8.3	Inspirace.....	45
8.3.1	Kissmiklos	45
8.3.2	Petr Kudláček	46

8.3.3	Ciro Giobbe	46
8.3.4	Annie Songe	47
8.4	Příprava	47
9	Proces písma	48
9.1	Piktogramy	49
9.2	Vznik značky/loga	51
9.3	Barevnost	52
	Závěr	53
	Seznam obrázků	54
	Seznam použité literatury	57
	Seznam internetových zdrojů	58

Úvod

Jako téma své bakalářské práce jsem si zvolila experimentální font - volný soubor. Pojem experiment je široká škála možností, neexistují zde jasně stanovená pravidla. Důraz není kladen na čitelnost, ale na podstatu vyjádření optických a pocitových vjemů. Já jsem se zabývala formou, kdy je písmo čitelné. Soustředila jsem se spíše na další možnosti jeho využití.

Postupem času jsem tomuto tématu začala dávat formu autorské abecedy s užitím v podobě vizuálního stylu společnosti Sladká tečka. Sladká tečka je společnost, kterou jsem si pro svůj vizuál vymyslela.

Ve své práci se zabývám historií typografie až po její současnost. Zmiňuji významné české i zahraniční představitele typografie. V následujících kapitolách píš o grafickém designu, značce, brandingu a také o psychologii barevnosti a citových prožitcích.

1 Historie písma

Bez písma by nebylo kultury. Písmo je již takovou součástí civilizace, že si bez něho dnešní dobu nedovedeme představit. Jedině písmu děkujeme za vše ostatní, neboť umožnilo lidstvu jeho poměrně rychlý vývoj. Zachovává myšlenky příštím věkům, je výplodem okamžiků i součástí přítomnosti. Písmo je výhradně dílo lidské ruky, někdy nelze dobře zjistit, kde začíná tvorba písma nebo uměleckého projevu. Písmo je tedy jakýmsi výsledkem působení člověka na přírodní jevy. Vyjadřujeme tím duševní a kulturní potřeby, především projevu a sdělení ostatním lidem.

Právě s příchodem člověka přichází potřeba vzniku písma jež se objevila již v období pravěku. Zpočátku se lidé snažili zaznamenat své zážitky a přenášet informace pomocí obrázků, které nazýváme memogramy, obsahovaly nejčastěji motivy zvířat a lovu. Za další zrod písma můžeme označit petroglyf z období neolitu přibližně 10000 let př.n.l., kdy symboly měly již určitý význam. Za dva z nejvýznamnějších předchůdců písma, na jehož základě stojí současná podoba naší abecedy, považujeme piktogramy a ideogramy.

Piktogram, neboli obrázkové písmo se objevilo v mezolitu 9000 - 6000 let př. n. l. Vyobrazovalo již obrazce s určitým významem znázorňujícím další sdělení. Prvními piktogramy byly malby a rytiny, jejichž základním rysem je zobrazování konkrétních předmětů, které znamenají slova jako, slunce, oko, voda. Spojením několika piktogramů bylo možné vyjádřit myšlenku, sdělení a to například různé čarodějné a zaklínací myšlenky či milostná, lovecká sdělení aj. V současné době nás obklopují kupříkladu v podobě dopravního značení.

Staří Sumerové zaznamenávali obrazce dřevěným rydlem, jehož konec byl seříznut do tvaru trojúhelníku a vznikaly tak drobné vrypy. Ryli do hlíny, nebo hliněných destiček, které dle potřeby vypalovali na cihly. Tím dostalo jejich obrazné zaznamenání značné trvanlivosti. Toto písmo nazýváme klínové.

Velký posun, proti ještě nejasným piktogramům, učinil další vývojový stupeň v podobě ideogramů - jeho vývoj je zcela logický, vyvinul se z piktogramů. Piktogramy usnadňovaly sdělení, ale zůstávaly omezeny na konkrétní předměty a jevy. Postupně

však bylo třeba, aby tyto znaky vyjadřovaly i jiné významy – lásku, válku, vítězství, neboli pojmy významově bohatší a abstraktní. Pojem ideogram je odvozen od řeckého slova myšlenka = idea. Obrázek ptáka s roztaženými křídly již neznamenal pouze pojem pták, ale i pojem letět atd.

Posléze v Egyptě vzniklo obrázkové písmo hieroglyfické. Je odvozeno od slova „hieros“ (posvátný) a „glypho“ (vyřezávat, vysekávat). Skládá se z ideogramů, fonogramů a determinativů. Je vůbec nejstarším známým písmem. Jeho vývoj spadá do dob, kdy ještě Egypt nebyl sjednocen t. j. před r. 4000 př. Kr., až do první poloviny 3. st. po Kr. Hieroglyfy byly tesány do kamene pomocí rydla a kladiva. Postupem času obchodní styky vyžadovaly rozsáhlou korespondenci a vzniklo tak hieratické písmo (kněžské) a démotické (lidové). Hieratické značky obsahovaly kolem 600 znaků a psaly se již na papyrus. Démotické neboli lidové písmo se stalo běžným písmem v Egyptě.

Za vynálezce abecedy jsou považováni Fénicičané, kteří díky svým mořeplaveckým obchodním cestám seznámili s abecedou velkou část Středomoří. Obsahovala jen 22 souhlásek, na které se dalo slovo rozložit. Psali zprava doleva a zpočátku kladli písmena vedle sebe a mezi slovy nedělali mezeru. Další velký pokrok v abecedě učinili Řekové, kteří převzali abecedu od Fénicičanů a pokročili dále. Vzniká tak písmo řecké archaické. Začali používat samohlásky a změnili směr písma zleva doprava, používali velká a malá písmena neboli majuskule a minuskule. Abeceda, která obsahovala 24 písmen, je známá z 5 st. př. n. l. Hláskové písmo postupem času od Řeků přijaly i ostatní evropské národy.¹

¹ LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. ISBN Váz.

1.1 Latinská abeceda

V období rozkvětu Řecka, cca. 300 let před naším letopočtem, se díky řeckým kolonistům řecká abeceda rozšířila až do Itálie mezi Etrusky. Nastal tak bohatý vývoj latinky. Abeceda má původ v jazyku fénickém. Z etruské abecedy Féničané převzali 21 písmen, ta vytvořila základ klasické římské latinky. Abeceda se svým postupným vývojem dělí do několika forem, dle způsobu jejího využití. Pro slavnostnější účely sloužila tzv. římská kapitála. Kapitála kvadratická (*capitalis quadrata*) neboli čtvercová, právě díky čtvercovitému hrotu pera, má slavnostnější vzhled. Z ní se vyvinul druh o něco méně slavnostnější a uzpůsobený ručnímu psaní: kapitála rustická (*capitalis rustica*), čili písmo „selské“. Tento termín vyjadřuje volnost. Pro běžný rukopis rychlého psaní byla využívána římská kurzíva. Používala se především pro psaní listin. Se snahou o snadnější a rychlejší způsob psaní přichází písmo kapitálové, kterému se říká písmo knižní (*unciála*).²

1.2 Písmo slovanské a vývoj azbuky

V posledním období Římské říše (4. stol.) se rychle rozvíjelo křesťanské náboženství, stejně tak i rozvoj písma. Aby křesťanství mohlo být dále šířeno mezi ostatní kmeny a mohlo je seznamovat s Biblií, bylo zapotřebí vytvořit příslušné písmo. Bible se začala překládat do několika jazyků např. do gótské a armenštiny. Věrozvěstové Konstantin (Cyril) a Metoděj byli vysláni na Velkou Moravu, aby zde šířili křesťanství. Konstantin tak vytvořil pro slovanský jazyk písmo zvané hlaholice. Byla inspirována malým řeckým písmem a doplněna o několik hebrejsko-samuritských znaků. Bylo to písmo velmi složité ke čtení, obsahovalo 43 znaků a skládalo se ze dvou forem: hlaholice okrouhlá a hranatá. I přes zánik Velkomoravské říše se hlaholice udržela do 11. století, postupně však byla vytlačována latinkou, na jejímž vývoji jsme se od druhého tisíciletí značně podíleli. Hlaholice časem zcela upadá v zapomnění a Slované přijímají písmo zvané cyrilice, jež byla vytvořena žákem Metodějem. Cyrilice se během své doby několikrát pozměnila. Čítala 43 písmen, z čehož 12 jich bylo postupně odebráno a další 2 přidána, změnil se i její tvar ve formu jednodušší. Stala se základem pro azbuku, kterou píší dnešní Slované, Rusové či Bulhaři. Používala se především pro psaní náboženských textů. Roku 1708 nechal Petr Veliký písmo dle

² MENHART, Oldřich. *Nauka o písmu*. 4 vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1977. 92 s.

latinkových vzorů zjednodušit a nazval ho abecedou graždanka, kterou používáme prakticky dodnes.

S rozšiřováním křesťanství se šířila i znalost písma. O písmo byl v Evropě velký zájem, a tak se začaly rozšiřovat písmařské školy, z nichž si každá časem vybudovala svůj vlastní písmařský styl. Písmo se ale pomalu začalo zcela lišit od původního a vedlo to k jeho značné nečitelnosti. Tato obměna latinské abecedy tak byla označována jako písmo národní, jehož dataci řadíme do období 7. století. Po rozpadu říše římské Karel Veliký v 8. století n.l., přinesl karolínskou reformu písma. Tak vzniká karolínská minuskule. Písmo bylo jednotné, jednodušší, čitelnější a zcela jasně byla odlišena velká písmena od malých latinské abecedy.

Na počátku 13. století vzniká v Evropě zcela nový výtvarný sloh zvaný gotický. Uplatňuje se především snaha o dekorativizaci. *„Dochází k velice rozmanitému traktování jednotlivých písmen a k zdvojování nebo ztrojování tahů. Dekorativizace zasahuje samotné písmeno, které je mnohdy čitelné jen díky srozumitelnosti celého slova.”*³ V 15. století gotika dosahuje svého vrcholu, kdy Johannes Guttenberg uskutečnil vynález knihtisku. Ovšem v Číně používali papír i deskotisk dávno před námi. První papírna na evropském kontinentě byla založena počátkem 12. století. Do té doby byly svitky a kodexy pouze pergamenové. Papír znamenal úsporu na váze i velikosti knihy. V Evropě již ovládali systém otiskování jako pomůcku své práce například zlatníci, dřevořez byla také známá grafická technika.

V 15. století provedl Mistr Jan Hus reformu písma, a to zjednodušení českého pravopisu zavedením diakritických znamének nad písmeny.

Opět se vracíme k zájmu o starověké řecké a římské umění, které inspirovalo renesanci (15-16. století) k novému stylu písma zvané antikva. Nebylo to však písmo čistě starověkého typu, nýbrž písmo upravené z karolínské minuskule. Užívala se zejména k psaní a tisku. Z období renesance se rozšířila ještě dvě kurzívová písma. Kurzíva humanistická a kancelářská italka, jež se stala předlohou pro další tisková písma.

³ SLEZÁK, Miloš. *Písmo ve výtvarné výchově*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, n. p., 1985. 400 s. ISBN 14-443-85.

1.3 19. století

„Je známo, že 19. století se vyznačuje prudkým rozvojem výroby. Řemeslné, nebo manufakturní technologie jsou ve všech odvětvích vytlačovány průmyslovou výrobou. Také v tiskařství a písmolijectví nahrazuje dosavadní vytríbené řemeslo stroj.“⁴ Vznikají další různé skupiny písmen; egyptienky, italienky, toskány, grotesky aj. Tento typ písmen se objevuje převážně na plakátech, časopisech, novinách, knihách či reklamě. Lidé se stále snaží hledat nový obraz písma. Navozují iluzi třetího rozměru, zkouší (široké, tučné, slabé) varianty a písmo je dále rozmanitě dekorativizováno.

2 20. století

Dvacáté století je označováno jako revoluce pro typografii a je rozhodně dobou různorodých uměleckých i společenských změn. Společnost se mění a s ní i zájem o nové avantgardní směry (kubismus, futurismus, dadaismus aj.) Vliv volného moderního umění se neprojevil jen v architektuře a nábytku, ale i v oblasti knižní kultury, která zůstávala téměř po pět století stejná. Umělci dvacátého století byli přesvědčeni, že nová doba si žádá nové obměny grafického designu, ale také proměnu typografie. Zpočátku ještě umělci replikovali, a upravovali starší tisková i reklamní písma, ve druhé etapě se však plně poddávají nové epoše a novým společenským potřebám. Vznikaly nové hybridní písmové tvary, kombinující historizující a modernistické geometrické formy. Spojení s výpočetní technikou nabízí pro typografii velké vývojové možnosti, nejen s přínosem mechanické sazby, později fotosazby, ale i novou érou počítačů. Papír tímto dostává značnou konkurenci. „Klávesnice a obrazovky přebírají roli tiskařské barvy a olova“⁵

S příchodem počítačů se začíná objevovat počítačová grafika neboli grafický design. Dá se vyjádřit jako určitá forma vizuální komunikace. Určitý koncept vizuální komunikace dvacátého století můžeme vidět v německém Bauhaus, který ve své době udával nový avantgardní směr. Základními rysy pro vizuální komunikaci tehdejších modernistů byly abstraktní formy, jako je linie, tvar (kruh, čtverec, trojúhelník) barva a

⁴ SLEZÁK, Miloš. *Písmo ve výtvarné výchově*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, n. p., 1985. 400 s. ISBN 14-443-85. s 56.

⁵ DUSONG, Jean-Luc a Fabienne SIEGWARTOVÁ. *Typografie: od olova k počítačům*. Paris: SVOJTKA a VASUT, 1997. ISBN 80-7180-296-4.

textura. Umělci propojovali fotografii s textem. Pro modernisty byl grafický design něco jako komerční umění.

2.1 Kubismus

Písmo se dostává do popředí ve fázi vrcholného kubismu r. 1912. Snaží se o spojení reality s fikcí skrze analýzu a syntézu geometrických tvarů. Malíři do svých děl zahrnují písmo, znaky a do obrazu vlepují ústřížky novin, dřevíčka, zápalky, kousky tapet aj.⁶

2.2 Futurismus

Umělecký směr, který odmítá historii a tradice. Typografie je o experimentu. Písmena a znaky jdou všemi směry. Za vznik futurismu bývá považováno vydání futuristického manifestu v pařížském listu Le Figaro Filippem Tommasem Marinettim roku 1909. Futuristický proud je stále vlivnou inspirací i pro dnešní typografii.

2.3 Ruský konstruktivismus

Konstruktivismus vznikl v Sovětském svazu v roce 1914. Zakladatelem hnutí a vedoucími postavami byli umělci Vladimír Tatlin a Alexander Rodčenko. Podobně jako futuristé odmítají historii a tradice. Záměrem bylo vytvořit zcela nový unikátní směr. Klade důraz na použití barevných soutisků, geometrických elementů (kruh, čára, čtverec), fotomontáží, kompozic s barevnými skvrnami a především byly zcela odstraněny okrasy. Charakteristické pro toto období jsou revoluční plakáty, časopisy či básně právě od Alexandra Rodčenko, který navzdory nedostatku materiálu pro písmo vytvořil nový sovětský typografický styl.

2.4 Funkcionalismus

Přináší zjednodušení typografie. Hlavní požadavky klade na funkčnost, linie a čistou kompozici. Bezpatkové písmo nahrazuje patkové znaky. Snaží se o naplnění moderny pomocí experimentu. Jedno z prvních bezpatkových písmen (logotyp) bylo vyrobeno za účelem signalizace Londýnského metra Edwardem Johnstonem v roce 1916. Font se nazýval Johnstonovo železniční písmo nebo také pouze Johnston. Font je

⁶ Kubismus - dějiny umění k maturitě, *Dějiny - online. cz , Dějepis, dějiny umění a hudby* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <https://dejiny-online.cz/kubismus-dejiny-umeni-k-maturite/>

charakteristický širokými kruhovými znaky a silným tahem, písmu dodává větší čitelnost. Font později přepracoval Gill Sans, Johnstonův žák. Johnston ovlivnil svým stylem velké množství budoucí generace typografů.

2.5 Škola Bauhaus

Umělecká výtvarná škola Bauhaus (1919-1938) vedena architektem Walterem Gropiusem, usilovala po první světové válce o svěží přístup k designu, ale i o snahu oživit pedagogiku. Působilo zde mnoho velkých jmen: Vasilij Kandinsky, Lászlo Moholy-Nagy, Herbert Beyer a další... Zdobnost z předešlého secesního stylu je postupně zcela odstraněna. Důraz je kladen především na funkci, experiment a použití základních geometrických forem (kruh, čtverec, obdélník, trojúhelník). V architektuře 3D reprezentace (koule, krychle, hranol, válec...)

2.6 Mezinárodní Švýcarský styl

Styl zavedený v 50. letech 20. století vychází z německého Bauhaus. Jeho základem byla jednoduchost, čitelnost, ctění geometrických tvarů a především bezpatková typografie vycházející ze zásad mřížky. Tento design se vyvíjel spíše k reprezentování univerzální užítivosti, než jako osobní umělecké vyjádření. Hlavní osobností architektury té doby byli Adrian Frutiger (tvůrce písma Univers), Max Miedinger (Helvetica) aj...⁷

2.7 Fotosazba

S příchodem 50. let se objevuje nový moderní způsob sázení písma - fotosazba. Fotosazba umožnila tiskárnám nevídané množství zásob písmových druhů a variant. Písma jdou různě přiblížit či překrýt. Denně přibývaly nové varianty druhů písma od zdobení, živé abecedy (písmo z rostlin), úprav siluet, proporcí, až po různou modifikaci v ploše i prostoru. V propagační grafice 20. století se značně rozrůstá snaha o individuální rukopis písmen. Jedno z prvních kreslených písmen pro fotosazbu přináší v 50. letech švýcarský písmař Adrian Fruitiger a to písmo Univers Pro svých 24 variant má ve fotosazbě široké uplatnění. Stejně tak písmo Times new Roman vytvořené pro

⁷ DUSONG, Jean-Luc a Fabienne SIEGWARTOVÁ. *Typografie: od olova k počítačům*. Paris: SVOJTKA a VASUT, 1997. ISBN 80-7180-296-4.

londýnský deník Times, Stalněm Morisonem výrazně ovlivnilo tvorbu spousty dalších...⁸

2.8 Pop - art

Umělecký směr, který se objevuje v 50. letech a dominuje především v letech 60. a to zejména ve dvou centrech: Anglii a Americe. Tento směr ovlivnily potřeby z běžného denního života, ruch velkoměsta, populární hudba a umění. Revoluci v pop-art přinesli dva pánové Varityper a Photon s představením nového a cenově přijatelného systému sázek. Znamenalo to větší přístup pro výrobce zboží i umělce ve výrobě typografii. Pop-art umění se projevuje v reklamě, fotografii, filmu a komiksech. Hlavními rysy jsou velké formáty křiklavých, výrazných barev a černé linie. Popoví umělci rádi zvětšovali předměty, někdy až do zcela nepřirozených proporcí. Andy Warhol a Roy Lichtenstein - umělci stylu pop-art, kteří se mi hned vybaví, jsou svou prací významnou inspirací i pro dnešní umělce. Andy Warhol byl americký abstraktní umělec, reklamní grafik, kreativec. Vytvořil mnoho portrétů slavných osobností, jako Marilyn Monroe, Elvise Presleyho aj. Replikoval ale nejen spousty spotřebitelských výrobků, tak i fonty používané pro jejich reklamy (návrh plechovky pro společnost Campbell Soup Company). Na druhé straně Roy Lichtenstein integroval jednoduché komiksové písmo inspirované novinovým tiskem a obohacené o různobarevný rastr, které následně přenášel do svých děl s předlohou komiksových hrdinek či válečných pilotů.

2.9 70 - 80. léta

70. léta se prokazovala obdobím radikálních sociálních změn s mírovým hnutím psychedelické éry. Přineslo nové fonty a návrhy tvořené na podporu nových inovačních myšlenek. Jedním z důležitých umělců psychedelických plakátů byl Wes Wilson, jenž roku 1966 významně ovlivnil typografii vynálezem nového písma, které se stalo synonymem pro tuto dobu. Bylo to písmo psychedelického rázu, díky němuž se písmena stávají dynamičtější. Typografie byla využita pro způsob šíření představy o probíhajících společenských změnách, protestech a způsobech přijetí nového životního stylu. Další z klíčových návrhářů, který měl také důležité postavení při svých barevných

⁸ SLEZÁK, Miloš. *Písmo ve výtvarné výchově*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, n. p., 1985. 400 s. ISBN 14-443-85.

experimentech, byl Victor Moscoso. Používal na svých typografických plakátech téma vibračních barev, které byly tvořeny tím, že barvy od opačného konce barevného kolečka měly stejnou hodnotu a intenzitu.

Co se týče technologií mezi 70. a 80. lety, přinesly vynálezy sázecí techniky a vývoj nového softwaru. To umožnilo značný posun výroby v polygrafickém a vydavatelském průmyslu. Bublinovitá, futuristická, barevná písmena na obalech alb a knih zůstávají i dnes významným inspiračním bodem pro umělce, kteří se snaží napodobit retro fonty jako Baskerville OF, Bubble Gum nebo Futura. Ačkoli mnozí umělci a designéři času našli inspiraci ve vývoji softwaru, jiní se snažili obnovit tradiční formy a najít různé způsoby jejich uplatnění.⁹

⁹ Pop art, *The Influence of Art History on Modern Design* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <https://pixel77.com/art-history-modern-design-pop-art/>

2.10 Významní představitelé 20. Století

2.10.1 Vojtěch Preissig

Grafik, typograf, ilustrátor a malíř, žijící v letech 1892 - 1940, který významně zasáhl do dějin výtvarné tvorby. Studoval na Vysoké škole uměleckoprůmyslové, pod vedením profesora Bedřicha Ohmana. V Paříži spolupracuje s českým secesním malířem Alfonsem Muchou, kde studuje grafické techniky. V roce 1903 se navrácí do Prahy, kde pracuje v České slévárně písma a posléze otevírá svůj první grafický ateliér s ukázkami svých nejznámějších prací z secesní tvorby. Zakládá časopis „Česká grafika“ a účastní se různých uměleckých spolků a sdružení. Nějaký čas také tráví v USA, kde působí jako pedagog a reklamní grafik. Zabýval se zde především typografií a abstraktní kompozicí. Ve své tvorbě experimentoval s asamblážemi či otiskoval materiály. Zaujal mě právě svým autorským stylem. Pro někoho je Preissigovo písmo až příliš expresivní a jiné. Mně osobně je prolnutí nezvyklého písma s ilustracemi velmi blízké. Po návratu do Čech začíná výrazněji experimentovat s abstrakcí a olejomalbou. Preissig se v první světové válce účastnil protirakouského odboje, pro který tvořil náborové plakáty a vydával časopis „V boj“ se svými grafikami. Roku 1940 umírá v koncentračním táboře Dachau.¹⁰

2.10.2 Ladislav Sutnar

Plzeňský rodák žijící v letech 1897 - 1976, představitel české meziválečné moderny inspirovan Bauhausem. Významný typograf, designér, ale i pedagog. V roce 2014 po něm byla pojmenována na Západočeské univerzitě v Plzni Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara. Zabýval se modernizací designu hraček, skla, porcelánu, kovů, textilií, výstavnictvím a grafickým designem. Patřil také k slibným malířům industriálních městských krajin, jeho výrazným rukopisem byl kolorit a kontrasty. Později do svého umění zařadil malby ženských aktů. V typografii mu šlo především o vizuální komunikaci - pomáhat řešit problémy společnosti v zájmu pokroku. Velký kus svého života strávil v USA. Vytváří zde katalogový systém pro oblast stavebnictví, jako art director. Vydal pár názorných brožurek o svém výzkumu vlivu typografie na design (Cílený vizuální tok 1943) a (Tvar, linie a barva 1945). Jeho katalogy jsou považovány za zakladatelské dílo v oblasti designu. Ve 40. letech se Sutnar zapojuje do oblasti

¹⁰ Wikipedie: Otevřená encyklopedie. Wikipedie: Vojtěch Preissig [online]. Praha: Svenkaj, 2017 [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Vojt%C4%9Bch_Preissig

marketingu a reklamy. Tvoří reformaci amerického telefonního seznamu za pomoci své osobité typografie. Stejně tak tvoří abstraktní loga s nádechem geometrické konstrukce, která má být čitelná, ale na pohled opticky velmi zajímavá. Zajímavost však někdy byla na škodu čitelnosti. Byl sociálně a futuristicky uvažujícím designérem, usiloval o nadčasové hodnoty a kvalitu, typografii používal tak, aby chytře, radostně a univerzálně sloužila.¹¹

2.10.3 Oldřich Hlavsa

Český knižní grafik a typograf druhé poloviny 20. století. Žil v letech 1909 - 1995. Hlavním zájmem Hlavsova výtvarného projevu byla kniha. Hledal nové způsoby abeced, tvořil tzv. typobrazy (nazývané Ladislavem Sutnarem). Ve své tvorbě „experimentuje s knižními formáty, materiály, navrhuje různé skládačky a záložky uvnitř knihy i netradiční knižní vazby, které dodnes udivují ojedinělou konceptuální invencí a současně jednoduchostí realizace. Staví na jednotě protikladů a napětí kontrastů a výsledkem jsou knižní a časopisecké celky, které jsou vytvořeny s obrovským citem pro rytmus a vyjadřují podmanivou dynamiku“.¹² Již odmala rád kreslil a maloval. Roku 1928 byl vyučen jako ruční sazeč u firmy Václav Rydlo v Náchodě. Tyto znalosti posouval dále a roku 1933 vychází jeden z prvních grafických titulů upravený Oldřichem Hlavsou s názvem Po přejití od Josefa Klesla. Po odstěhování z Náchoda do Prahy se výrazně dostává do popředí typografického dění. V Kolišově tiskárně Solidarita navazuje spolupráci s polygrafickým časopisem Typografia, která trvala skoro 30 let. V časopise působil jako člen redakční rady, později se stává ředitelem. Snažil se prosadit nové avantgardní typografické hnutí. Navrhoval jednotlivá čísla obálek, publikoval své vlastní texty. Roku 1955 se Hlavsa stahuje a soustředí se pouze na samostatnou práci knižní tvorby. O dva roky později vydává s Františkem Sedláčkem svou první publikaci Typografická písma latinková, za kterou dostali později několik ocenění a vyšlo i druhé vydání. Nastupuje na místo redaktora časopisu Pramen, který mu umožnil místo pro své typografické experimenty. Za svůj život dostal opravdu velké množství významných ocenění nejen v Čechách, ale i v zahraničí. Byl členem mnoha

¹¹ JANÁKOVÁ, Iva. Ladislav Sutnar a Typografie. *Svět tisku* [online]. (05) [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: http://www.svettisku.cz/buxus/generate_page.php?page_id=404

¹² *Oldřich Hlavsa* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.oldrichhlavska.cz/cs/osobnost/>

uměleckých spolků, časopisů, nakladatelství, kurzů, porot aj. V dnešní době rozlišujeme grafika (grafický designér) a typografa (tvůrce fontů). Hlavsa sám sebe označoval pouze za typografa i přesto, že vlastně žádný font nikdy nevytvořil.

2.10.4 Karel Teige

Je znám jako teoretik výtvarného umění a architektury, publicista, překladatel, kritik a redaktor. Žil ve 20. letech 1900 - 1951 v Praze. Zasáhl téměř do všech uměleckých odvětví od architektury, divadla, filmu, typografie i literatury. Byl zastáncem funkcionalismu a konstruktivismu. Po studiích na gymnáziu studoval dějiny umění na Filosofické fakultě Univerzity Karlovy. Většinou svých poetických prací značně přispěl do dějin surrealismu a českého grafického designu, jenž klade důraz na typografii. Jeho typografie byla spíše obrázkového rázu. Texty doplňoval fotografiemi nebo kolážemi. V knižní grafice zase vycházel z konstruktivistických prvků. Obrazovou tvorbu směřoval zejména na ženské tělo. V obrazech se opírá o předchozí umělce. V jeho kolážích se objevují citace z filmů či parafráze Salvadora Dalího. S oblibou deformuje části těla. Například oddělením hlavy, nebo zvětšuje určité partie (ňadro, oko, protěza). V letech 1929-30 působil jako přednášející profesor na škole Bauhaus v Dessau. V Bauhausu našel inspiraci pro svou zálibu v architektuře a podílel se na rozvoji funkcionalismu. Byl vůdčí osobností v založení socialistického uměleckého spolku *Děvětsilu*, pro nějž psal manifesty. Jeho členy byli také Jan Werich, Jiří Wolker, Jiří Voskovec aj. Spolu s dalšími umělci, jako například Jaroslav Seifert, se angažoval v KSČ. Redigoval několik časopisů - ReD, Pásmo, Doba. Také psal pro řadu známých titulů - Ruch, Lidové noviny, Právo lidu. Svými články přispěl do řady sborníků - Host, Pásmo, Národní osvobození. Po roce 1948 bylo Teigemu zakázáno komunistickým režimem publikovat svá díla. Byl označován za trockistu proti, němuž byla zahájena štvavá kampaň. Řada jeho spisů byla zničena a jeho práce nemohly dlouhá léta vycházet.¹³

¹³ SRP, Karel. *Karel Teige a typografie: asymetrická harmonie*. Praha: Arbor vitae ve spolupráci s nakladatelstvím Filip Tomáš - Akropolis, 2009, 310 s. ISBN 978-80-87164-17-4.

3 21. století

Je ve znamení experimentu, designu, objevování nových trendů. S příchodem počítačů ve dvacátém století se život grafiků zásadně změnil a pravděpodobně i nadále měnit bude. Přinášejí obrovské množství zcela nových technologií. Využívá se různých projekcí, inteligentních fasád, digitálních médií, animovaných billboardů, kinetických objektů atd. Celý tento proces se odehrává v různých oblastech tvorby od plakátů, typografie, přes složité vnitřní a venkovní instalace, až po vytváření neskutečných objektů, volného umění a animace. Dříve byl autor někdo jiný než sazeč, byla dělba práce a lépe se odděloval obsah od formy. Dnes má autor k dispozici počítač, který mu umožňuje tvorbu formy, tudíž je za formu dokumentu většinou odpovědný autor sám. Určitě musíme uznat, že díky novým počítačovým technologiím se dají oproti dřívějšímu ušetřit nějaké hodiny času. Nabízí nám značnou možnost vytvořit nové návrhy a několik variant. Tyto nové funkce však přinášejí někdy i své nevýhody. Už není podmínkou mít tak přesnou a nadanou ruku a vkus, jako to bylo dříve, abyste mohli navrhovat. Dá se říci, že díky počítačům se tak trochu ztratila kvalita, která byla dříve samozřejmostí pro kvalitu grafické tvorby. Místo publikování tiskem má větší váhu publikování formou prezentace (webové stránky).¹⁴

V nynější tvorbě existuje ohromná spousta prezentace výtvarných projevů. Vznikají e-booky, lidé zakládají blogy. Naprosto nás zaplavila éra youtu-be a sociálních sítí, které vládou světem. Instagram využívá typografie ve formě tzv. instastories. Ještě donedávna nabízel pouze font tzv. Klasický. Nyní spustil vlnu nových fontů o které se strhla velká lavina zájmu, jako např. Moderní, Neonový a Psací stroj. Stejně tak Snapchat, který funguje na podobné bázi záhadně přidal novou řadu fontů. Abyste věděli, jaký font využívá kupříkladu Facebook, stačí se podívat do CCS, kde najdete celou řadu užívaných fontů Lucida grande, Tahoma, Verdana aj. Osobitý písmový projev vidíme každý den všude kolem nás. Určitou inspirací jsou pro mne i graffiti. Pro někoho vandalismus, pro mne určitý způsob sebevyjádření. Stejně tak zanecháváme experimentální typografické podpisy na svém těle ve formě tetování.

¹⁴ ŠUMBEROVÁ, Bc. Lucie. *Environmentální grafický design na počátku 21. století. Zlín 2011.*

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Vedoucí práce MgA. Václav Ondroušek.

Nových písmových forem vzniká spousta, ale chci se ještě zmínit o nápisech, které jsou spíše titulkové. Populární je opět se navracení ke klasickým technikám a k běžnému psaní rukou. Tuto formu nazýváme letterismus, neboli česky písmomalířství a k této formě se navrací jak umělci, grafici, tak i běžní lidé. I mně se tato forma písmomalířství velice zalíbila a je značnou součástí mé bakalářské práce.

3.1 Lettrismus neboli Písmomalířství

Umělecké hnutí Lettrismus je literární směr, který vzniká ve Francii roku 1946. Průkopníky byli především výtvarní umělci - básníci a malíři. Umělci hledají spojení mezi obrazem a písmem. Na českou scénu se dostává během 60. let, kdy umělci začali uplatňovat písmo do obrazů v jiném významu, než jak bylo běžně používáno v životní praxi. Umělci si uvědomovali, že nabízí netušené možnosti, se kterými dosud malíři běžně nepracovali.

A co je vlastně lettrismus? „*Je to druh vizuálního umění, které pracuje s písmem a poesii. Jeho rozpětí je skutečně široké od experimentální poesie, přes kaligrafii až po typografii*“.¹⁵ Vychází například z dadaismu, u nás z poetismu (v tzv. básních-plakátech), futurismu a také z tvorby kaligramů Guillaumea Apollinaira.

Za zmínku určitě stojí jméno Jiří Kolář, průkopník českého lettrismu. Má svůj vlastní specifický umělecký styl, mnohvrstevnatá písmová textura se stala nedělitelnou součástí jeho typogramů a koláží. Jiří Kolář byl básník, který se vzal takřka odnikud. Kolářův literární styl spočívá ve vrozeném citu pro logický rytmus volného verše, stejně tak jako schopností smísit ryzí intelektualismus s děním života na společenské periferii. V raném období Kolářových typogramů lze ještě hovořit o práci se slovem, ke konci dekády se však cítí být omezen skladbou klasické básně, načež se rozhodl vyjadřovat se už pouze obrazem. Kolář vynikal v kolážích zejména v technice chiasmáže.

„Chiasmus v literární terminologii představuje křížení slov, syntaktický paralelismus dvou větných struktur, z nichž jedna má opačný slovosled než druhá. Princip chiasmáže jako techniky výtvarné spočívá v dekonstrukci kompozice textem potíštěné stránky, jejím rozpítváním, rozstříháním na drobné elementy a následným spojením, přeskupením těchto malých stavebních kamenů do nové architektonické skladby. Původní význam slov se tak ztrácí v neurčitosti monolitické textury, přičemž hemžení drobných liter knižního písma, prolínání hvězdných map nebo rytmus notové osnovy vytváří zcela nový řád neodvislý od původního smyslu. Kolářova chiasmáž neexistovala většinou osamoceně, mnohdy byla součástí propojení hned několika kolážových/dekolážových technik a sloužila vyššímu záměru, spočívajícím

¹⁵ TZ: Lettrismus. [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://artalk.cz/2017/03/13/tz-pismo-v-obraze/>

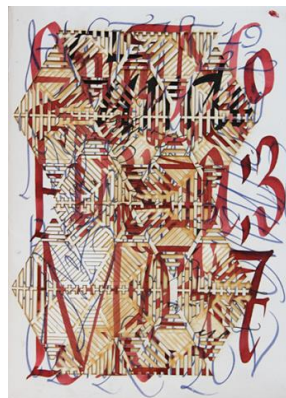
v prolínání dvou a více tematicky nebo časově zdánlivě nesouvisejících námětů, které teprve při vzájemném střetnutí obnažily novou a nečekanou rovinu významu"¹⁶.

Dalším významným českým protagonistou je bezpochyby Eduard Ovčáček. Naprosto neúnavný experimentátor expresivního umění. Využívá písmových znaků v ploše obrazu, všelijakými experimenty. Ovčáčkova tvorba nezůstala omezena pouze na techniku grafiky a malby. „Rozžhavenými kovovými literami propaluje průsvitný hedvábný papír... a z tohoto doteku dvou protichůdných principů vzniká originální dekoláž, plocha obrazu s nespočítanými stigmaty, cejchy na povrchu, často ještě doplněna o výstřižky novin a v pozdějších letech také o konkretizující lineární kresbu. Propalovanými archy Ovčáček polepuje i sádrové odlitky ženského těla, obdobným způsobem – vypalováním písma do zranitelného materiálu – vytváří desítky totemických dřevěných skulptur".¹⁷

Lettrismu se stále věnuje také řada současných umělců. Zajímavými osobnostmi jsou například Američan Cy Twombly nebo Yomar Augusto z Brazílie. Z nejznámějších současných umělkyň českého písmomalířství je jednoznačně Petra Dočekalová. Její vizí je, aby se krásné ručně psané písmo navrátilo zpět do městských ulic, tak jako tomu bývalo dříve. Písmomalířství věnovala i skvělou diplomovou práci na UMPRUM, za kterou sklidila mnoho úspěchů.



Obrázek č. 1 / Ukázka tvorby Petra Dočekalová



Obrázek č. 2 / Ukázka tvorby Yomar Augusto

¹⁶ PECINA, Martin. *Lettrismus: písmo, gesto, znak, umění (2/2)*. [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://typomil.com/2008/04/lettrismus-pismo-gesto-znak-umeni-2/>

¹⁷ PECINA, Martin. *Lettrismus: písmo, gesto, znak, umění (2/2)*. [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://typomil.com/2008/04/lettrismus-pismo-gesto-znak-umeni-2/>

3.2 Graffiti

Umění graffiti art představuje anonymní obrazy ryté, kreslené či psané do povrchu zdí na ulicích. Objevují se ve formě kaligrafických graffiti stříkané sprejem nebo psané různými barvami. Toto hnutí se začalo projevovat v newyorské oblasti jako souboje gangů, kteří si pomocí graffiti podpisů či slogany značili svá vydobytá území. Postupem času se vytrácí funkce sociální a zájem o umění graffiti projevili profesionální umělci, načež převládá hledisko estetické. V letech 80. graffiti art proniká do Evropy.¹⁸ V dnešní době se stále jedná o tzv. street art umění, a graffiti nás obklopují téměř na každém kroku. Bohužel ne vždy se jedná o umění, ale spíše o vandalismus. Graffiti art se jeden čas dostalo vysoce do popředí a umělcům byly v některých částech měst vyhrazeny tzv. legální plochy pro projev svého umění.

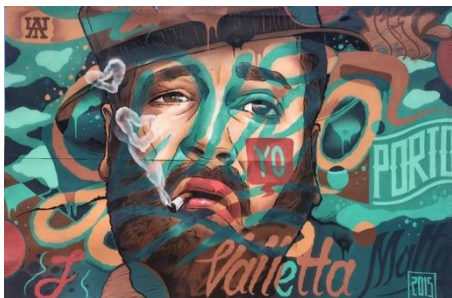
Ráda bych zmínila pár současných umělců formy graffiti art, kteří mě zaujali svojí tvorbou. V první řadě Mr. Dheo, portugalský umělec. Již od dětství si shromažďoval všelijaké malůvky a výstřižky z novin. První kontakt s graffiti přišel v patnácti letech a od té doby vytvořil nespočet studií a kreseb. Po skoro dvaceti letech svou tvorbu rozšířil do více jak čtyřiceti měst po celém světě. Spolupracuje se známými značkami a společnostmi. I když považuje ulice za nejlepší místo k vyjádření se, tak se věnuje především fotorealistickým produkcím. Spolu s graffiti udávají jeho osobitý styl.¹⁹

Z naší české scény jsem si vybrala Marka Kedzierskiho neboli Piano33. Svým prvním graffiti se věnoval v Ostravě od roku 1994, kde také vystudoval střední školu grafickou. Jeho styl spočívá ve velké škále barev a 3D efektu. Jeho záměrem je totiž rozzářit šed' měst. Po studiu střední školy navázal na produktový design na Zlínské Univerzitě Tomáše Bati a na VSVU v Bratislavě. Při stážích se věnoval designu karoserií, což mu zůstalo dodnes. V současné době je designérem karoserií pro

¹⁸ BUREŠOVÁ, Bc. Tamara. *Fenomén kaligrafie*. Zlín, 2011. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Vedoucí práce M. A. Lenka Baroňová.

¹⁹ Mr Dheo. *Mrdheo* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.mrdheo.com/about/>

společnost Škoda Auto Design Studio v Mladé Boleslavi. Streetart umění se však věnuje nadále ve svém volném čase.²⁰



Obrázek č. 3 / Ukázka tvorby Mr. Dheo



Obrázek č. 4 / Ukázka tvorby Piano 33

²⁰ Phat Beatz [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.phatbeatz.cz/pauser-piano33-popupgallery?page=41>

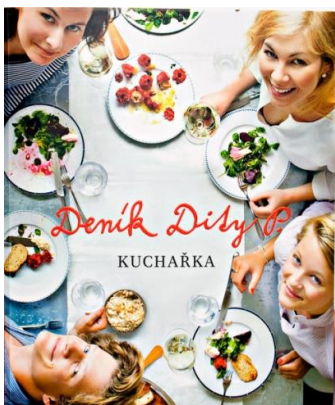
3.3 Významné osobnosti současné české scény

3.3.1 Zuzana Lednická

Zuzana Lednická se narodila roku 1974 v Hradci Králové. Je skvělá současná designérka a výtvarnice. V roce 1993 ukončila studium na střední škole uměleckoprůmyslové, kde posléze navázala na studium vyšší (1993–1998). Vystudovala zde navrhování a technologii výroby hraček po vedením profesora Zdeňka Zieglera. V roce 1995 navázala ještě při studiích spolupráci se Studiem Najbrt, kde je v současné době uměleckou ředitelkou. Je členkou známého Typodesign clubu. Od roku 2006 vede vlastní značku „Mojemoje“, kde vytváří limitované edice tašek, porcelánu, snowboardů i doplňků pro děti. Věnuje se corporate designu firem, hotelů, ale i kulturním projektům jako jsou filmové a divadelní plakáty. Také tvoří výtvarné publikace a výstavní projekty. Za své umění je samozřejmě držitelkou řady ocenění. Např. ceny za Nejkrásnější knihu světa roku 2012, kniha o Libuši Niklové. Vysoce ceněna je i za svůj grafický design monografií o fotografce Evě Fukové nebo Zdeňku Zieglerovi, ale i za plakáty pro divadelní představení Bez kyslíku a film Bez doteku nebo na vizuální styly pro Mezinárodní filmový festival v Karlových Varech.²¹

Zuzanu jsem si vybrala jako osobnost díky její tvorbě, která je mému stylu velice blízká. Spolu se studiem Najbrt dali novou podobu logu Pražské botanické zahrady, která se mi opravdu líbí. Logo je nezvyklé a zcela je odliší od ostatních. Tvoří je velké písmeno B, které je složeno z květin, listů a větviček. Má tak odkazovat na starou tradici herbářů. Dalším inspiračním kouskem pro mne je design monografie Deníku Dity P. Kuchařka vznikla na zakázku pro Ditu Pecháčkovou. Kniha má krásný, jednoduchý a minimalistický, čistý styl. Navíc je doplněna o tzv. hand typography, kterou upřednostňuji.

²¹ *Studio Najbrt: Zuzana Lednická* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.najbrt.cz/lide/lednicka>



Obrázek č. 5 / Ukázka tvorby Zuzany Lednické



Obrázek č. 6 / Ukázka tvorby Zuzany Lednické

3.3.2 Petr Babák

Brněnský rodák, narozen roku 1967. Absolvoval Střední průmyslovou školu v Brně (1982 - 1986) posléze Vysokou školu umělecko průmyslovou (1990 - 1996) v Praze v ateliéru profesora Jana Solperi, zaměřené na knižní úpravy a tvorby písma. Je autorem mnoha grafických úprav, knižních publikací, vizuálního stylu výstav volného umění a designu (Much pop and more art, Akce slovo pohyb prostor, Federico Diáz: Mnemeg, Vladimír Boudník, Český filmový plakát 20. století, Možná sdělení). V architektuře například (Forma sleduje vědu, Otto Rothmayer) atd. Věnuje se i architektuře, přednáší a vede různé workshopy, pravidelně publikuje tituly (Lidové noviny, Reflex aj.) V roce 2003 se stal redaktorem architektonického časopisu Zlatý řez a Deleatur časopis o grafickém designu. Od roku 2005 vede ateliér Grafického designu (Ostrov pokladů) na Vysoké škole uměleckoprůmyslové

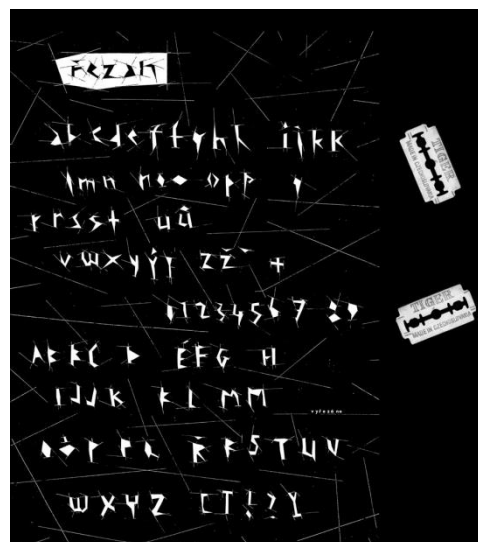
Vytvořil několik autorských experimentálních fontů Řezan, Šijan, Prkno, Trhan. Názvy fontů vznikají z použití materiálu při procesu tvorby. Například písmo Šijan vzniklo ve spolupráci se švadlenou, která dostala předkreslené šablony se znaky na vyšití. Písmo Prkno bylo zase inspirováno autorovým oblíbeným pořadem Receptář. Řezan, jak název napovídá je odvozen z řezání do papírů žiletkou. Litery vznikaly, jako nepředvídatelná forma náhodných pokusů.

Jeho život a tvorba je opravdu velice pestrá, je držitelem řady českých i zahraničních ocenění. Například Národní ceny za design, za vizuální styl města Zlín (1996) V 90. letech Babák vyhrál soutěž o celkovou úpravu vizuálu města Zlín. Spolupráce se Zlínem trvala více jak devět let. Součástí úprav města „ byly všemožné

smaltované cedule s názvy ulic, sady piktogramů, směrovky k důležitým cílům nebo uniformy pro městskou policii včetně epoletů. Součástí bylo i autorské písmo Norma Zlín, což byl v podstatě DIN, u kterého jsme upravili 10-12 znaků".²² Dále dostal další ocenění: Cena Josefa Hlávky (1994), Karla Teigehe z XVI., 2x obdržel Cenu TypoDesignClubu, několik cen za Nejkrásnější českou knihu (1998-2008) a v poslední době byl čtyři roky za sebou (2006-2010) nominován na grafického designéra roku v prestižní soutěži Czech Grand Design a mnoho dalších. Od roku 2003 vede vlastní grafické studio Laboratoř, kde společně s několika lidmi zkoumá široké možnosti grafického designu. Studio založil společně s Tomášem Machkem Studio Machek&Babák. V roce 2009 studio Laboratoř vytvořilo vizuální styl a informační systém pro Národní technickou knihovnu v Praze, za nějž dostali společně s týmem nominaci na cenu. Organizoval také řadu známých domácích i zahraničních výstav (Designblok, Moravské galerie - Brno, Karlín Estate Karlín, Laboratorní dny (2003-08), Experiment and typography v Holandsku, TypoDesignClub - Holandsko, Finsko, Maďarsko, 1997, 1998, 2004 aj.)²³.



Obrázek č. 7 / Ukázka tvorby Petra Babáka



Obrázek č. 8 / Ukázka tvorby Petra Babáka

²² Zlín měl jako jediné město ČR ucelený vizuál, říká Petr Babák, 2017. *Czech design* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/zlin-mel-jako-jedine-mesto-cr-uceleny-vizual-rika-petr-babak>

²³ NOVÁČKOVÁ, Kateřina. *Grafický design a Petr Babák*. Brno, 2006. Diplomová práce. Masarykova univerzita Brno. Vedoucí práce PhDr. Ladislav Kesner, PhD.

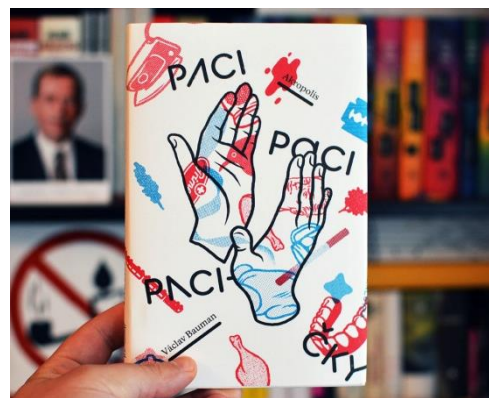
3.3.3 Martin Pecina

Narozen roku 1982. Český grafický designér, typograf ale především knižní grafik. Pro své klienty upravuje všelijaké žánry od poezie, učebnic, beletrií po román. Píše blog věnovaný typografii a dýmčím. Grafický design vystudoval na střední i vysoké škole. Oboru se věnuje patnáct let, z toho deset let výhradně knižní grafice.

„ Za tu dobu jsem realizoval více než dvě stovky knižních titulů. Od roku 2004 publikuji na webu a v tisku, léta jsem psal recenze písem do bilingvní pismařské revue *Typo* a eseje do literárního časopisu *Host*, v současnosti přispívám spíše nepravidelně do různých místních i zahraničních periodik (*Font*, *Designum*, *2+3D*, *Typo 365*, *Host*, *Muži v česku aj*“.²⁴ V roce 2001 vyšla jeho publikace (typografická příručka) s názvem *Knihy a typografie*, která se v roce 2012 dočkala svého rozšíření. Kniha by určitě neměla chybět v našich studentských knihovnách. Jeho tvorba je typická zejména jednoduchou grafickou stylizací vektorových prvků či jiných elementárních grafických fragmentů, se kterými dokáže neskutečně propojit hru barev a papíru s technikou tisku. Dostalo se mu řady skvělých ocenění. Například Čestné uznání v kategorii Knižní typografie (2009), *Knihy a typografie*: cena města Havlíčkův Brod za nejkrásnější knihu (2011), První místo: Nejlepší české básně 2011 (2012), Zlato a stříbro v mezinárodní soutěži *European Design Awards* (2013), Nejkrásnější české knihy roku (2012) — Cena pro *Knihy a typografie*, Nejkrásnější české knihy roku (2015) — cena od ředitele Zoo Praha, Nejkrásnější české knihy roku (2016) — cena za *Jezero Biancy Bellové* a mnoho dalších.



Obrázek č. 9 / Ukázka tvorby Martina Peciny



Obrázek č. 10 / Ukázka tvorby Martina Peciny

²⁴ *Book-design* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.book-design.eu/martin-pecina/>

3.3.4 Malovec Štěpán

Grafický designér, mimo jiné v současnosti i autor několika log. Je předním grafikem značky No Hany Zárubové. Vytvořil např. logo kanál pro Českou televizi s použitím písma AVENIR. V roce 2011 se zhostil drobné úpravy loga pro rodinný pivovar Bernard, které bylo na čase po dvaceti letech trochu omladit. Pro společnost Ferrero zhotovil velmi zajímavý produktový katalog. Pokud nejste zaměstnanec společnosti, katalog se vám do rukou nikdy nedostane. Roku 2011 vytvořil několik plakátů pro Uměleckoprůmyslové museum v Praze, za něž dostal cenu Designér roku. Velice se mi líbila barevně hravá úprava knižní obálky díla Ladislava Sutnara s názvem Americká Venuše, za kterou také dostal ocenění.²⁵



Obrázek č. 11 / Ukázka tvorby Štěpána Malovce



Obrázek č. 12 / Ukázka tvorby Štěpána Malovce

²⁵ *Designéry roku 2012 jsou Lucie Koldová a Dan Yeffet* [online]. 2013, [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/seznamte-se-nejlepsi-cesti-designeri-roku-2012-f3p-/design.aspx?c=A130315_102524_In-bydleni_ter

4 Grafický design

Určit definici grafického designu není vůbec snadné. Jsou tací, kteří neví co tento pojem znamená. Obecně lze říci, že je to druh jakéhosi užitého umění, které obsahuje vše, co souvisí s vizuální komunikací a sdělováním. Kombinace různých forem, které ve výsledku tvoří dokonalý celek. Podstatou grafického designu je zejména tvůrčí záměr a jeho účel. To spočívá v tvorbě produktů, vytvářených na základě představy zákazníka, které budou co nejlépe odpovídat jeho požadavkům na kvalitní vizualizaci informací, myšlenek, idejí, produktů, konceptů, firem či obchodních společností. V dnešní době nás počítačová grafika obklopuje všude kolem nás. Grafický design zahrnuje například tvorbu tištěných plakátů, knih, brožur, časopisů, billboardů a dalších mnoho druhů tiskovin až po 3D aplikace nebo prezentace v médiích aj.

Grafický design je velmi širokou škálou. Při svém uplatnění vyžaduje uchopení všech možných zásad a podob kompozice, působení a funkce barev, provázanost s písmem a obrazem. To vše je sjednoceno do jednoho finálního produktu autorovy práce.

4.1 Kde se setkáváme s grafickým designem

Grafický design je začleněn do všech řad společnosti. Uvedu pár bodů, kde se s ním můžeme setkat.

- Tiskoviny - dá se říci, že veškeré tiskoviny, které se nám dnes dostanou do rukou prošly grafickou úpravou. Noviny, časopisy, letáky, obrázky, tabulky aj.
- Reklama - obor, který využívá grafiku na každém kroku. Každý detail musí být promyšlen tak, aby co nejvíce zaujal společnost. Setkáváme se s ní v televizních spotech, billboardech i reklamních produktech.
- Média, televize, film - druh grafiky, která nemusí vždy ústít do tištěné podoby. Stará se hlavně o filmové a televizní efekty, titulky, grafické obrázky aj. Filmová grafika se vyznačuje především tzv. FX efekty.

- Internetové stránky - od klasické grafiky se trochu liší. Zde je důraz kladen zejména na velikost dat, názornost, přehlednost skloubenou s množstvím stránek aj. Internetová stránka se skládá z dalších mnoha malých obrázků, u kterých je změněna velikost tak, aby jejich načítání bylo co nejrychlejší.
- 3D grafika - umožňuje nové možnosti ve světě modelování objektů. Pomáhá vidět výrobek dříve, než se zhotoví. Lze využít všelijak na modelování aut, písma, v architektuře a mnoho dalších.
- Hry - počítačová grafika je nedílnou součástí v zábavném průmyslu. Současné hry jsou doslova nadupané grafikou.²⁶

4.2 Designér

Designér - grafik je ten, kdo přijímá verbální koncept a svými zkušenostmi dává projektu vizuální formu. Designér je ten, co dává podobu pomocí své kreativity, vizuální fantazie a senzitivitou vůči zadavateli a pozorovateli. Je těžké se prosadit v tak široké škále možností. Právě na designérovi leží značná odpovědnost za to, jak bude daný design posuzován a zdali bude funkční.²⁷

²⁶ NAVRÁTIL, Pavel. *Počítačová grafika a multimédia*. Kralice na Hané: Computer media, 2007. s. 112. ISBN 978-80-86686-77-6.

²⁷ SAMARA, Timothy. *Grafický design: základní pravidla a způsoby jejich porušování*. V Praze: Slovart, 2008. 272 s. ISBN 978-80-7391-030-3.

5 Značka

5.1 Historie a funkce značky

Lidé se již po tisíce let identifikovali grafickými značkami. V období pravěku piktogramy, posléze staří Egypťané hieroglyfy. Římané a Řekové si značili své výrobky pro identifikaci výrobce. Ve středověku jsou nám známé rodové symboly a erby pro rozeznání statusu, majetku nebo šlechty. Až po průmyslové revoluci druhé poloviny 19. století se značka mění v marketingový nástroj. V současné době můžeme za značky považovat státní vlajky.

5.2 Co je značka?

Značka neboli písmový standart je základem grafické tváře podniku, instituce či akce, má být určitým symbolem. Je tzv. vizitkou, jejímž prostřednictvím se představujeme. Firemní příběh, kvalita služeb, výrobku, péče o zákazníky. Různorodost mnohostranného využití od drobného znaku po obrovský určuje její charakter.²⁸

5.3 Značka není logo

Dejme si ale pozor, značka není logo! Maximálně můžeme říci grafická značka. Jako příklad zmíním společnost Apple, spouště z nás se vybaví jablko. To ale není značka. To je pouze logo, které značku identifikuje. Značka Apple jsou její vlastnosti - minimalismus, jiný systém, design, dražší cenová kategorie Steve Jobs, to je značka. Rozdíl mezi značkou můžeme přirovnat i k člověku: značka je osobnost, logo je jen tvář.²⁹

5.4 Vytváření značky

Ze všeho nejdříve potřebuje značka jméno. Jméno je atribut, podle nějž si značku pamatujeme. Logo můžeme změnit kdykoliv, jméno už ne. Dobře zvolené jméno znamená méně práce v propagaci. Základem pro tvorbu značky bývá tedy název podniku. Měla by být výrazná, ale i jednoduchá, měla by plnit poslání podniku, snadno

²⁸ HEALEY, Matthew. *Co je branding ?* Praha: Slovart CZ, 2008. 256 s. ISBN 978-80-7391-167-6.

zapamatovatelná a odlišná od ostatních. K vytvoření značky z hlediska brandingů je zapotřebí čtyř kroků.

- Výzkum situace neboli objevování. Zjistit, co lidé postrádají.
- Propojení všech nápadů s výsledky výzkumu, jak by značka mohla dosáhnout plných výsledků. Neboli přenesení inovace do praxe.
- Důležitým krokem je kombinace strategie a kreativity. Musí se dát dohromady lidé, marketing, technologie, investice aj. důležitosti pro vytvoření značky. Také je zapotřebí tvůrčí identity a propagace pro poptávku po značce.
- Jako poslední už zbývá jen uvedení značky na trh. Výzkum, analýza a test. Je důležité nechat lidem čas a prostor pro seznámení s novou inovací, aby ji přijali.³⁰

³⁰ HEALEY, Matthew. *Co je branding ?* Praha: Slovart CZ, 2008. 256 s. ISBN 978-80-7391-167-6.

5.5 Branding

Branding, jako marketing je poměrně mladá záležitost. Ve větší míře se začal rozvíjet až v 50. letech 20. století. Branding je určitý proces budování značky. Cílem je budování a posílení značky pomocí různých marketingových aktivit. Jednoduše řečeno přeměnit obyčejný výrobek na žádané zboží. Díky brandu si zákazník rychleji zapamatuje váš produkt. Ne vždy se však podaří vytvořit si skutečný vztah společnosti se zákazníkem, ty poté využívají slabosti ostatních firem. Podstatou by mělo být zachytit princip značky a důvod, proč má cílovou skupinu zákazníků zajímat a věřit jejímu poskytnutí záruky a kvality služeb.

Spousta lidí vidí značku jako součást výrobku nebo služby, která jejím prostřednictvím nabízí svojí kvalitu a hodnotu. Jako příklad uvedu, že když ukážete zákazníkovi dva totožné výrobky a jen jeden je „obrandovaný“, budou téměř pokaždé věřit, že značkový produkt je kvalitnější.

Je podstatné, jaké uijeme prvky grafického designu, užití barev nebo prezentace společnosti. Je nesmírně důležitá komunikace ohledně strategie a taktiky, která určuje vliv při kontaktu s veřejností. Značná většina brandů má krátký a jednoduše vyslovitelný název, výrazné logo nebo lehce zapamatovatelnou znělku.³¹

³¹ HEALEY, Matthew. *Co je branding ?* Praha: Slovart CZ, 2008. 256 s. ISBN 978-80-7391-167-6.

6 Logo

„Logo“ pochází z řeckého logos, což znamená „slovo“. Jedná se o zkrácenou formu poněkud zastaralého výrazu „logotyp“s významem „slovní tvar“.

6.1 Co je logo ?

Logo představuje formu danou jménu - tedy vizuální prvek. Je to charakteristický znak, který funguje v kontextu s prostředím, aby v pozorovatelově myslí vyvolal představu značky, podnítil osobní zážitek pozorovatele a tento zážitek také posílil v přípravě na další setkání.³²

V dnešní době už nenajdeme mnoho originálních log. Podstatou však je, že v zákazníkovi probudí žádané reakce. Jestliže má být značka skvělá a působivá, měl by logotyp splňovat určité vizuální prvky, které odráží styl pro danou společnost, ale i dobu. Logo se má lišit od své konkurence, aby se vyhnulo případnému srovnání, či porušení ochranné známky. V grafickém designu jsou tři základní typy logotypů, dle kterých logo vytváříme. Za prvé typografický - často jsou užívány typy písma, které jsou různorodě upravovány. Dále piktogram - který vzniká kombinováním logotypu a oddělením grafického symbolu. Poslední typ logotypu je kombinování - v kombinaci logotypu s piktogramem se stává samotným symbolem i za částí s textem, nebo je grafický prvek součástí textu.

6.2 K čemu logo slouží ?

Je to vizitka, kterou se navenek reprezentují nejvíce firmy, společnosti, instituce, módní značky, produkty, služby, osoby aj. Je to podpis a klíčový prvek ve vizuální komunikaci, přidaná hodnota, jež zvyšuje konkurenceschopnost a pomáhá vyniknout. Měla by to být okamžitě srozumitelná, rozpoznatelná vizuální zkratka a musí dávat smysl. Logo má za úkol reprezentovat a vystihovat danou společnost.³³

6.3 Logo není značka

³² HEALEY, Matthew. *Co je branding ?* Praha: Slovart CZ, 2008. 256 s. ISBN 978-80-7391-167-6. s.90.

³³ HEALEY, Matthew. *Co je branding ?* Praha: Slovart CZ, 2008. 256 s. ISBN 978-80-7391-167-6.

V kapitole o značce jsem se zmiňovala o rozdílu mezi značkou a logem v přirovnání se značkou Apple. Když se řekne Apple, všem se nám vybaví známé nakousnuté jablíčko = logo. Dobré logo však není zárukou dobrého byznysu, málokdy zafunguje hned. Je potřeba vyčkat - logo nabírá na síle až postupem času a častým opakováním – na webu, v tiskovinách, reklamě, produktech. Pomocí firemních barev a dalších grafických prvků se svým vizuálním stylem opravdu dostane do povědomí zákazníků. Logo se postupem času může měnit, ale vždy by si mělo zachovat spojení s vnímáním značky v myslích zákazníků.

7 Psychologie podnikání

Volba barvy v oblasti brandingů nemusí být tak lehká jak se zdá. Je třeba zvážit aspekty barevnosti i z hlediska fyzikálního, jako je výraznost, dynamické napětí a čitelnost, která se týká především aspektů z hlediska grafického designu. Ale také je nutno přemýšlet o kombinaci barev a jejich působení na lidi. Některé barvy působí uklidňujícím dojmem, jiné zase opačným způsobem. Dále je taky vhodné zvážit barvy z hlediska kultury. Zda je tato barva šťastnou či ne. Hodnotu barev určuje samozřejmě i trend. Podstatnou částí je uchopení barevné technologie. Ne vždy barva vypadá stejně na požadovaném výrobku, jako na počítačové obrazovce. Výše uvedené aspekty nám mohou výrazně pomoci s volbou barevné škály pro náš projekt.

7.1 Psychologie barev

Psychologická stránka působení barev na člověka je již dávným předmětem zkoumání. Designér značky je může brát v potaz, ale zákazník je pán a měli bychom jeho požadavky respektovat. *„Testy ukázaly, že lidé reagují na barvy předvídatelným způsobem. Psychologové většinou věří, že naše základní chápání barev je univerzální. Bílá se spojuje s čistotou, fialová s vášní; názory se však rozcházejí v tom, jak moc je naše vnímání ovlivněno kulturou. Značky, které dokáží vytvořit silné barevné asociace, mohou získat cennou výhodu, protože barva může sloužit jako mocná mnemotechnická pomůcka značky.“*³⁴

³⁴ HEALEY, Matthew. *Co je branding ?* Praha: Slovart CZ, 2008. 256 s. ISBN 978-80-7391-167-6. s.93.

Jak jsem již zmiňovala, výběr barevnosti je podstatnou součástí každé vizuální identity. Já jsem se rozhodla pro svou cukrárnu zvolit jemné pastelové barvy, které na mne působí sladkým dojmem. Držela jsem se pravidla tří barev. Konkrétně jsem zvolila barvu růžovou, žlutou a modrou. Ráda bych přiblížila, jak tyto barvy na člověka působí a jaké jsou jejich vlastnosti.

7.1.1 Světle modrá

Z hlediska psychologického je modrá barva barvou klidu, uspokojení a souladu. Je blízká citlivým a bohatým lidem s vnitřním životem, hledajícím lásku a oddanost nebo romantikům. Jejím symbolem je oddanost, něha, věrnost, důvěra a tradice. Upřednostňují ji také lidé, kteří hledají klid. Pokud někdo modrou barvu odmítá, je možné, že má strach ponořit se do svého nitra a není spokojen se současným životem, které tato barva představuje.

Co se týče symboliky modré barvy, tak představuje vzduch, vodu, průzračné nebe. Je barvou připisovanou bohům.

7.1.2 Žlutá

Žlutou barvu vnímáme jako pozitivní. Především proto, že si jí spojujeme se svitem slunce. Slunce nám dává pozitivní energii, hřeje nás a nabíjí. Žlutou barvu mají rádi lidé, kteří touží po nějaké změně. Tito lidé bývají spontánní a uvolnění Jsou velcí optimisti, plní očekávání a naděje. Žluté se straní lidé nešťastní a nespokojení lidé, kterým připadá pokrytecká a povrchní. Je také označována barvou změny a komunikace. Je to kladná teplá barva.

Může symbolizovat přátelství, optimismus a bohatství. A přesně tak na nás působí. Je symbolem radosti ze života, štěstí, vnitřní moudrosti a veselí. Žlutá barva si nese ale i negativní význam. Z historie víme, že může také symbolizovat závist, žárlivost a zahořklost. Ve středověku byla žlutá barva označována za symbol nečistoty a hříchu. V užití má žlutá moc zaujmout, přitáhnout vaši pozornost a zvýraznit obsah.

7.1.3 Růžová

Pokud se vám líbí růžová, pravděpodobně jste milováni a šťastni. Jako osobnost jste něžní a laskaví, máte vřelý vztah k ostatním lidem i zvířatům. Bohužel je to i známka naivity, tyto lidé se často dívají na svět přes růžové brýle. Nevidí a často

nechtějí vidět své problémy. Občas podléhají jednoduchým řešením a planým slibům. Bývají impulsivní a bezprostřední.

Lidé, již odmítají růžovou, jsou většinou pragmatičtí až pesimističtí. Chtějí se osamostatnit a pravděpodobně jim chybí něha, ale nemusí si toho být vůbec vědomi. Jsou praktické osobnosti a potřebují si vše řádně promyslet, než začnou jednat. Někdy mohou být nudní a nespolečenští. Název barvy je odvozen od květiny růže. Růže jsou často spojované s ženou, romantikou a něžností. Symbolizuje nevinnost, lásku, náklonnost, oddanost i něžnost. Je prokázáno, že čím více vás obklopuje růžová, tím více se podbízí vaše chutě na sladké. Bílá a růžová nám svou sladkostí připomíná cukrovinky, dortíky a vybavení cukráren. V oblasti grafické tvorby může růžová v lidech vyvolávat pocit umělosti a nepřirozenosti. V grafickém designu se s ní pracuje velmi málo, není úplně oblíbenou barvou. Růžová bývá slabě viditelná, pokud k ní nepřidáte třeba blíže fialovou.³⁵

7.2 Zvuk, čich, chuť, hmat

Dá se říci, že veškeré informace, které potřebujeme při svém každodenním životě, přijímáme očima. Je tomu tak již od vzniku písma. Přesto, že zrak je naším hlavním smyslem, tak své ostatní smysly používáme častěji, než si jsme vědomi. Kupříkladu lovci jsou nejúspěšnější při očním kontaktu, když je ale potřeba, jsou schopni při stopování kořisti využít i ostatní smysly jako zvuk, čich nebo hmat.

K prvním dojmům, které si vytváříme na značku, přispívají všechny naše smysly. Vývojáři z brandingů by měli sledovat potřeby zákazníků a snažit se toho využít v produktech, obalu, propagaci a prostředí prodejny. Lze tak značně přispět k vytváření úspěšné značky. Je výzkumy pekařů a cukrářů potvrzené, že silná a příjemná vůně podněcuje společnost ke koupi. Mohu jen potvrdit, že když vejdu do jedné nejmenované kavárny a cítím vůni skořicových šneků, podnítí mě to ke koupi sladkého čerstvého a teplého pečiva k ranní kávě.

³⁵ Význam barev, *Dvě hlavy* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://dvehlavy.cz/>

To samé platí v oblasti hudby, proto ji slyšíme hrát v pozadí obchodních domů. Hudba a zvuk mohou fungovat ve spojení se značkou. Propagace může fungovat i v televizi, rozhlase, internetu nebo mohou vydávat zvuky samotné produkty značky, aby vypíchny jejich zvukovou stránku. Lepší značky přemýšlí o orálním působení stejně jako o aurálním. Některé společnosti nabízí zákazníkům zdarma hrsti bonbónů. Pozornější podnikatelé brandu se snaží vybrat bonbóny korespondující s jejich značkou. Ať už barvou, přidáním loga nebo chutí. Jsou i tací, kteří přemýšlí nad chutí sladkostí za účelem vyvolání blažené chuti v zákazníkovi.

U potravin a nápojů je samozřejmě důležitá chuť, podstatným smyslem v brandu je ale také hmat. Volba zvoleného materiálu (plastu, kovu, aj.) hraje podstatnou roli. Hmatový pocit ze zvoleného materiálu je stejně podstatný jako jeho vzhled, protože dodává značce image.

Zákazníci určitě využijí všechny své smysly a využijí je při rozhodování v nákupu. Zákazník častěji reaguje na značky, které působí na všechny jejich smysly.³⁶

³⁶ HEALEY, Matthew. *Co je branding ?* Praha: Slovart CZ, 2008. 256 s. ISBN 978-80-7391-167-6.

8 Praktická část

8.1 Volba tématu

K výběru tématu mé bakalářské práce mne přivedl předmět grafická tvorba, který jsme měli ve druhém ročníku. Naším semestrálním úkolem bylo vytvořit vlastní abecedu. Nikdy dříve jsem se počítačové grafice nevěnovala, vždy jen starším tiskařským technikám, které mě moc baví. Práce s grafickými programy mě nadchla a řekla jsem si, že chci své zkušenosti rozšířit dále. Se svou semestrální prací mnou navržené abecedy jsem nebyla tak nadšená, proto jsem se rozhodla tématu zhodit znovu a lépe v bakalářské práci. Práci jsme nazvali experimentální font - volný soubor. Takže moje tvorba nabízela velkou škálu možností.

Nad volbou tématu jsem přemýšlela opravdu dlouho. Zpočátku jsem měla v hlavě vizi květinového fontu, ale nebyla jsem o své volbě zcela přesvědčena. To vše se ale změnilo, když se z mé nejlepší kamarádky vyklubala skvělá cukrářka s velkým potencionálem. Naší velkou vizí do budoucna je vytvořit si svůj vlastní ojedinělý koncept v oblasti kavárny/cukrárny. Tato vize je při mé tvorbě jakýmsi hnacím motorem, že ho mohu třeba jednou sama využít pro své podnikání.

Ze všeho nejobtížnější pro mne byl začátek práce. Jediné, co jsem měla v hlavě, byl koncept ohledně sladkého. Musela jsem se rozhodnout, v jakém stylu chci podnik budovat. V současné době je jídlo určitým trendem a lidé si rádi připlatí za kvalitu a něco, co je odlišné od ostatních. Příkladem jsou stovky zakládaných foodblogů. Jídlo už není jen o jídle, ale i o designu. Lidé rádi objevují nové chutě.

8.2 Cukrárna

Cukrář je jedno z potravinářských řemesel, které se zabývá především výrobou sladkého. Jde například o zákusky, dorty, čokolády až po různé pochutinky a mnoho dalšího. Sladké je již takovou součástí našeho života, že si někteří z nás život bez něj nedokáží vůbec představit. Dříve mít cukrárnu znamenalo něco výjimečného, dnes najdeme konkurenci doslova na každém rohu.

8.3 Inspirace

Inspirací jsem hledala převážně na webových stránkách. Na Pinterestu jsem hledala variace fontů a jejich následného využití. Právě zde jsem objevila možnost tzv. handfont, který je součástí mé práce. Dále všem známý web Behance. Velká řada lidí zde prezentuje své projekty. Hledala jsem zde spíše již hotové image podniků. Jako klíčová slova jsem zvolila: corporate identity, branding, sweet, sweetstore, font, fastfood, hand font, logotype a mnoho dalších. Největší inspirací se mi staly zdroje od těchto autorů. Jako jedna z prvních to byla známá blogerka Annie Songe se svou monografií Továrna na sny.

8.3.1 Kissmiklos

Vytvořil vizuál pro popovou fastfoodovou restauraci, která vychází z amerického street of Amerika food. Jednou z inspirací se mu stal oblíbený styl pop art. Ta hra s výraznými barvami a různé kombinace symbolů mě neskutečně baví.



Obrázek č. 13 / Ukázka tvorby Kissmiklos

8.3.2 Petr Kudláček

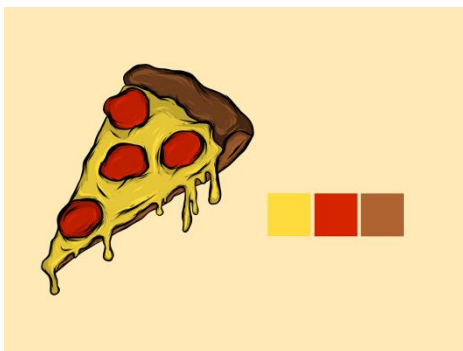
Koncept je sestaven po mlsném jazýčku a postrachu všech restaurátérů Waltersovi Josefovi. Petr Kudláček zhotovil skvělý nápaditý barevný vizuál pro pražský Walter's. Vizuál je pro mne výsledkem, že v jednoduchosti je krása. Forma působí barevně, hravě, a přesto není přeplácáný. Obzvláště mě zaujaly nálepky na potravinové obaly, které mají design dle druhu jídla.



Obrázek č. 14 / Ukázka tvorby Petra Kudláčka

8.3.3 Ciro Giobbe

Navrhl design pro pizzerii. Font opravdu připomíná pizzu se stékajícím sýrem. Kombinace tří barev je naprosto dostačující. Inspiroval mne tím, že barevná trikolora je dostačující. Z rozmnoženého piktogramu může být také skvělá designová tapeta podniku.



Obrázek č. 15 / Ukázka tvorby Ciro Giobbe



Obrázek č. 16 / Ukázka tvorby Ciro Giobbe

8.3.4 Annie Songe

Miluju její minimalistický vizuál a její lásku ke kresbě. Kniha má ručně nadepsané kapitoly, které na mne působí tak, že si s knihou dala značnou práci. Litery působí jako od malého dítěte, ale zároveň i umělce. Od začátku jsem věděla, že se chci něčemu podobnému ve svém konceptu přiblížit.

<https://www.tovarnanaradost.cz/>



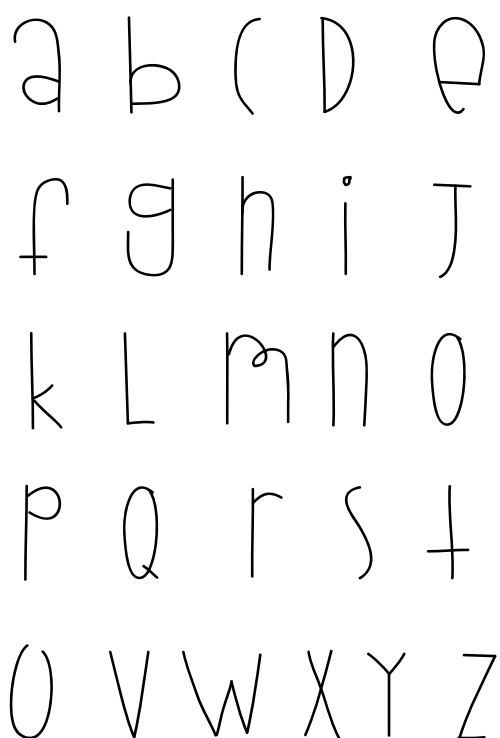
Obrázek č. 17 / Ukázka tvorby Annie Songe

8.4 Příprava

Samotné práci předcházela samosběr všelijakých materiálů. Zkoušela jsem chodit po cukrárnách a fotila si zákusky. Proběhla řada experimentů a kombinací, jak přeměnit zákusek do písmové formy. Jednotlivé litery jsem vysypávala cukrářským zdobením, psala šlehačkou a následovalo mnoho dalších různých pokusů. Z žádného pokusu jsem však ale nebyla nadšená, protože mi to nebylo blízké. Nebyla jsem to já. A tudíž se nedostavoval ani nápad. V hlavě jsem měla vizi písma, které vypadá jako psané dítětem. Začala jsem tedy kreslit a psát ručně. Počítač a fotoaparát šly zcela stranou. Předlohou se mi staly zákusky a cukrářské posypky, jen jsem je aplikovala rukou na papír.

9 Proces písma

Vybrala jsem si font, který se mi líbil a stal se mi předlohou. Z počátku jsem použila pauzovací papír na překreslení, později už jsem dostala font do své ruky. Dnes je mi blízký, jako kdybych jím psala celý život. Vzniká tak vlastně mé vlastní autorské písmo. Posléze jsem využila skener, přes který jsem si nahrála kresby do pc a nadále s nimi více pracovala v programu Adobe Illustrator, kde jsem si zkoušela různé síly a barevné varianty fontu.



Obrázek č. 18 / Ukázka mé tvorby



Obrázek č. 19 / Ukázka mé tvorby



Obrázek č. 20 / Ukázka mé tvorby



Obrázek č. 21 / Ukázka mé tvorby

9.1 Piktogramy

Piktogramy vznikaly zcela stejně jako výše zmiňovaná abeceda. Jednotlivé piktogramy jsem tvořila v podobě různých zákusků a sladkého sortimentu, který v cukrárně můžeme nalézt. Vše jsem si kreslila ručně a následně převedla do pc, kde jsem si s jednotlivými obrázky různě pohrávala v programu Adobe Illustrator.

Ze zákusků jsem vytvořila opakující se vzorek, který může být využit hned několika způsoby. Lze použít jako dekorační tapetu na zdech cukrárny, nebo jako podklad pro jednotlivé propagační materiály do spodní části vitrín se zákusky, nádobím, jako krabičky pro zákusky aj. V mém případě jsem potisk využila jako dekor balícího papíru na zákusky a také jako dekor zadní strany vizitek. Obrázky mi rozšířily obzor i pro další možnosti zpracování. Jeden z piktogramů jsem použila jako součást mého loga.



Obrázek č. 22 / Ukázka mé tvorby



Obrázek č. 23 / Ukázka mé tvorby



Obrázek č. 24 / Ukázka mé tvorby

9.2 Vznik značky/loga

Vzniku loga předcházelo vymyslet to nejdůležitější a tím je identita cukrárny. Nad názvem jsem přemýšlela opravdu dlouho. Bylo těžké se oprostít od anglického názvu. Jsme v České republice, a tak jsem chtěla český název. Stručný, jasný, ale atypický. Nakonec zvítězila Sladká tečka. Název je odvozen z mé potřeby dát si po jídle sladkou tečku na závěr.

Název podniku byl daný, a tak se mohlo vytvářet logo. Při tvorbě loga jsem se snažila vycházet z kulatého tvaru, aby evokoval s názvem značky tečka. Nejdříve jsem si kreslila návrhy na papír, kde jsem posléze zúžila výběr a ten aplikovala do pc. Logo jsem vytvářela také za pomoci Adobe Illustrator. Na logo jsem použila svůj font a jeden z piktogramů. Logo jsem zhotovila ve dvou variantách a třech barevných provedeních, které jsem pro svůj vizuál zvolila.

Logo umožnilo další posun v propagaci. Využila jsem ho nejen do propagačních materiálů, ale zakomponovala ho i do balícího papíru na zákusky. Nechala jsem si zhotovit razítko se značkou, tři barevné varianty samolepek a šablonku s vyraženým logem.



Obrázek č. 25 / Ukázka loga Sladké tečky



Obrázek č. 26 / Ukázka mé tvorby



Obrázek č. 27 / Ukázka mé tvorby

9.3 Barevnost

Na základě jednotlivě zvolených barev se definuje a vytváří jednotlivý vizuál společnosti. Při práci s barevností je potřeba respektovat její přesný odstín. Barvy jsou definovány pomocí barevné škály PANTONE. Růžová - PANTONE P 71-4 C, modrá - PANTONE 9524 C, žlutá - PANTONE 903 C. Inspiraci barevné škály jsem čerpala převážně z vizuálů zahraničních podniků, které si potrpí na hravý design.



Obrázek č. 28 / Ukázka barev zvolených pro vizuál

Závěr

Během své práce jsem se zabývala písmem a jeho podobou v současnosti. Tento projekt mi dal mnoho zkušeností. Značně jsem rozšířila své znalosti v oblasti typografie. Nejen z hlediska historie, ale zejména současného umění. Posunula jsem kupředu své znalosti v grafické tvorbě nejen z hlediska teorie, ale i praxe. Zjistila, jsem jak je rozmanitá škála v tvorbě experimentální typografie. Dozvěděla jsem se i zásadní informace pro vytvoření corporate identity, které bych ráda v budoucnu uplatnila pro svůj vysněný projekt.

Zkusila jsem mnoho různých technik, než jsem dosáhla svého cíle. Zjistila jsem, že není zdaleka tak lehké docílit jednotné a kvalitní podoby vizuálu. Navzdory všem pokusům jsem s výsledkem velice spokojená. Experimentální font - volný soubor, znázorňuje hru s písmem a jeho následné využití v oblasti vizuálu Sladké tečky.

Celý vizuál značky zahrnuje ještě spousty možností, které jsem ani zdaleka nevyčerpala.

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 : Petra Dočekalová

Zdroj: <http://www.petra-d.com/>

Obrázek č. 2: The laser books - experiment btw laser and calligraphy

Zdroj: <http://yomaraugusto.com>

Obrázek č. 3: Time goes by, La vetta (Malta) 2015

Zdroj: <http://www.mrdheo.com/about/>

Obrázek 4. č: Piano 33

Zdroj: www.phatbeatz.cz/pauser-piano33-popupgallery?page=41

Obrázek č. 5: Deník Dity P. - kuchařka

Zdroj: <http://www.najbrt.cz/detail/denik-dity-p>

Obrázek č. 6: Logo Botanické zahrady Praha

Zdroj: <http://www.najbrt.cz/detail/botanicka-zahrada-praha>

Obrázek č. 7: Písmo Šijan

Zdroj: <http://www.laboratory.cz/projects/599-pismo-sijan-2>

Obrázek č. 8: Písmo Řezan

Zdroj: <http://www.laboratory.cz/projects/598-pismo-rezan>

Obrázek č. 9: A vlci vyli divnou věc: Poctivý, párek, Kostelec

Zdroj: <http://www.book-design.eu/portfolio/tomas-baldynsky-a-kolektiv-a-vlci-vyli-divnou-vec-poctivy-parek-kostelec/>

Obrázek č. 10 : Václav Bauman: Pací, paci, pacičky

Zdroj: <http://www.book-design.eu/portfolio/vaclav-bauman-paci-paci-pacicky/>

Obrázek č. 11: Logo Bernard

Zdroj: <https://www.bernard.cz/srv/www/content/pub/cs/pribeh/tiskove-zpravy/149.html>

Obrázek č. 12: Ladislav Sutnar , Americká Venuše

Zdroj: <http://artikl.org/top-story/adam-turecek-a-stepan-malovec>

Obrázek č. 13: Kissmiklos - Burger and Love

Zdroj: <https://www.behance.net/gallery/23942035/Burger-Love-2013>

Obrázek č. 14 : Kudláček Petr - Walter's bistro

Zdroj: <https://www.behance.net/gallery/47651203/Walters-bistro>

Obrázek č. 15: Ciro Giobbe - Pizza

Zdroj: <https://www.behance.net/gallery/57735199/PIZZA>

Obrázek č. 16: Ciro Giobbe - Pizza

Zdroj: <https://www.behance.net/gallery/57735199/PIZZA>

Obrázek č. 17: Annie Songe - Továrna na sny

Zdroj: <https://www.tovarnanaradost.cz/index.php/pro-radost/>

Obrázek č. 18: Abeceda - základní

Zdroj: Vlastní

Obrázek č. 19: Abeceda - modrá, silná varianta

Zdroj: Vlastní

Obrázek č. 20: Abeceda - růžová, slabá varianta

Zdroj: Vlastní

Obrázek č. 21: Plakát s citátem

Zdroj: Vlastní

Obrázek č. 22: Piktogram - ruční kresba

Zdroj: Vlastní

Obrázek č. 23: Piktogram - upraven

Zdroj: Vlastní

Obrázek č. 24: Pozadí

Zdroj: Vlastní

Obrázek č. 25: Ukázka loga Sladká tečka

Zdroj: Vlastní

Obrázek č. 26: Vizitky

Zdroj: Vlastní

Obrázek č. 27: Vizitky + krabička na dorty

Zdroj: Vlastní

Obrázek č. 28: Ukázka barev zvolených pro vizuál

Zdroj: Vlastní

Seznam použité literatury

- LOUKOTKA, Čestmír. *Vývoj písma*. Praha: Orbis, 1946. ISBN Váz.
- MENHART, Oldřich. *Nauka o písmu*. 4 vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1977. 92 s.
- SLEZÁK, Miloš. *Písmo ve výtvarné výchově*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, n. p., 1985. 400 s. ISBN 14-443-85.
- ŠALDA, Jaroslav. *Od rukopisu ke knize a časopisu*. Praha: SNTL, 1983. 4 vyd. Přepřacované. 368 s. ISBN 04-606-83.
- DUSONG, Jean-Luc a Fabienne SIEGWARTOVÁ. *Typografie: od olova k počítačům*. Paris: SVOJTKA a VASUT, 1997. ISBN 80-7180-296-4.
- SRP, Karel. *Karel Teige a typografie: asymetrická harmonie*. Praha: Arbor vitae ve spolupráci s nakladatelstvím Filip Tomáš - Akropolis, 2009, 310 s. ISBN 978-80-87164-17-4.
- HEALEY, Matthew. *Co je branding ?* Praha: Slovart CZ, 2008. 256 s. ISBN 978-80-7391-167-6.
- BUREŠOVÁ, Bc. Tamara. *Fenomén kaligrafie*. Zlín, 2011. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Vedoucí práce M. A. Lenka Baroňová.
- NOVÁČKOVÁ, Kateřina. *Grafický design a Petr Babák*. Brno, 2006. Diplomová práce. Masarykova univerzita Brno. Vedoucí práce PhDr. Ladislav Kesner, PhD.
- ŠUMBEROVÁ, Bc. Lucie. *Environmentální grafický design na počátku 21. století. Zlín 2011*. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Vedoucí práce MgA. Václav Ondroušek.
- NAVRÁTIL, Pavel. *Počítačová grafika a multimédia*. Kralice na Hané: Computer media, 2007. s. 112. ISBN 978-80-86686-77-6.
- SAMARA, Timothy. *Grafický design: základní pravidla a způsoby jejich porušování*. V Praze: Slovart, 2008. 272 s. ISBN 978-80-7391-030-3.

Seznam internetových zdrojů

Mr Dheo. *Mrdheo* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.mrdheo.com/about/>

Phat Beatz [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.phatbeatz.cz/pauser-piano33-popupgallery?page=41>

PECINA, Martin. *Lettrismus: písmo, gesto, znak, umění (2/2)*. [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://typomil.com/2008/04/lettrismus-pismo-gesto-znak-umeni-2/>

TZ: Lettrismus. [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://artalk.cz/2017/03/13/tz-pismo-v-obraze/>

PECINA, Martin. *Lettrismus: písmo, gesto, znak, umění (2/2)*. [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://typomil.com/2008/04/lettrismus-pismo-gesto-znak-umeni-2/>

JANÁKOVÁ, Iva. Ladislav Sutnar a Typografie. *Svět tisku* [online]. (05) [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: http://www.svettisku.cz/buxus/generate_page.php?page_id=404

Oldřich Hlavsa [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.oldrichhlavska.cz/cs/osobnost/>

Wikipedie: Otevřená encyklopedie. Wikipedie: Vojtěch Preissig [online]. Praha: Svenkaj, 2017 [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Vojt%C4%9Bch_Preissig

Book-design [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.book-design.eu/martin-pecina/>

Zlín měl jako jediné město ČR ucelený vizuál, říká Petr Babák, 2017. *Czech design* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/zlin-mel-jako-jedine-mesto-cr-uceleny-vizual-rika-petr-babak>

Designéry roku 2012 jsou Lucie Koldová a Dan Yeffet [online]. 2013, [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/seznamte-se-nejlepsi-cesti-designeri-roku-2012-f3p/design.aspx?c=A130315_102524_in-bydleni_ter

Význam barev, *Dvě hlavy* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <http://dvehlavy.cz/>

Pop art, *The Influence of Art History on Modern Design* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <https://pixel77.com/art-history-modern-design-pop-art/>

Kubismus - dějiny umění k maturitě, *Dějiny - online. cz , Dějepis, dějiny umění a hudby* [online]. [cit. 2018-03-18]. Dostupné z: <https://dejiny-online.cz/kubismus-dejiny-umeni-k-maturite/>