

Univerzita Hradec Králové
Pedagogická fakulta
Katedra výtvarné kultury a textilní tvorby

Design / redesign

Bakalářská práce

Autor:	Vít Ondroušek
Studijní program:	Grafická a intermediální tvorba
Vedoucí práce:	MgA. Petr Hůza
Oponent práce:	MgA. Jakub Horský



Zadání bakalářské práce

Autor:	Vít Ondroušek
Studium:	P21P0043
Studijní program:	B0114A310003 Grafická a intermediální tvorba
Studijní obor:	Grafická a intermediální tvorba
Název bakalářské práce:	Design / redesign
Název bakalářské práce AJ:	Design / redesign

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Bakalářská práce se bude zaměřovat na grafické zpracování etiket tradičních pálených destilátů. Práce bude rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická se bude zabývat tématem destilátů, obalovým designem a polygrafickými technologiemi používanými při výrobě etiket. Praktická část se následně zabývá samotným procesem tvorby etiket.

ŠKOPEK, Josef. *Výroba destilátů z vlastního ovoce*. České Budějovice: Dona, 2003. ISBN 80-7322-045-8.

1000 obalový design: nejlepší nápady pro kartony, krabice, tašky a láhve. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-191-1.

MICHÁLEK, Ondřej. *Magie otisku: grafické techniky a technologie tisku*. Brno: Barrister & Principal, 2016. ISBN 978-80-7485-098-1.

BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7.

BARTOŇ, Jaroslav. *Tiskové techniky*. 2. dopl. a upr. vyd. Štětí: Střední odborná škola a Vyšší odborná škola obalové techniky, 2000. ISBN 80-902540-0-4.

Zadávací pracoviště:	Katedra výtvarné kultury a textilní tvorby, Pedagogická fakulta
Vedoucí práce:	MgA. Petr Hůza
Oponent:	MgA. Jakub Horský
Datum zadání závěrečné práce:	4.10.2023

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Design / redesign vypracoval pod vedením vedoucího závěrečné práce MgA. Petra Hůzy samostatně a uvedl jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne

.....

Vít Ondroušek

Poděkování

Rád bych poděkoval MgA. Petru Hůzovi za odborné vedení bakalářské práce a cenné rady, dále pak také mé rodině za neustálou podporu během celého studia a v neposlední řadě i mým spolužákům a kamarádům za cennou odezvu k práci.

Anotace

ONDROUŠEK, Vít. *Design / redesign*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2024. 58 s. Bakalářská práce.

Bakalářská práce se zaměřuje na téma tradičních ovocných destilátů a na jejich grafické zpracování ve formě vizuálně jednotné série etiket. Tato práce se soustředí na zobrazení nejběžnějších druhů pálenek u nás, zejména pak pro potřeby domácích pěstitelů.

V teoretické části zkoumá obalový design, grafické zpracování obalů a polygrafický průmysl, který dává vzniknout výsledným fyzickým obalům. Praktická část práce se zabývá průzkumem trhu, procesem vzniku domácích destilátů a kompletním procesem tvorby etiket.

Klíčová slova: grafický design, obalový design, polygrafie, etikety, ovocné destiláty

Annotation

ONDROUŠEK, Vít. *Design/redesign*. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2024. 58 pp. Bachelor Degree Thesis.

The bachelor's thesis focuses on the topic of traditional fruit brandies and their graphic design in the form of a visually unified series of labels. This work concentrates on depicting the most common types of brandies in our region, especially for the needs of home growers.

In the theoretical part, it explores packaging design, graphic aspects of packaging, and the printing industry, which gives rise to the resulting physical packaging. The practical part of the thesis deals with market research, the process of creating homemade distillates, and the complete process of creation of the labels.

Keywords: graphic design, packaging design, printing industry, labels, fruit brandies

OBSAH

ÚVOD.....	9
TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 OBALOVÝ DESIGN.....	10
1.1 STRUČNÁ HISTORIE OBALŮ.....	10
1.2 GRAFICKÉ ZPRACOVÁNÍ OBALU.....	11
1.2.1 BAREVNOST.....	13
1.2.2 HIERARICHE INFORMACÍ A PRVKŮ, ROZVRŽENÍ.....	14
1.2.3 TYPOGRAFIE.....	15
2 POLYGRAFIE.....	16
2.1 STRUČNÝ POHLED DO HISTORIE TISKU.....	16
2.2 TECHNOLOGIE TISKU Z VÝŠKY.....	18
2.2.1 FLEXOTISK.....	19
2.2.2 RAŽBA.....	19
2.2.3 SLEPORAŽBA / SLEPOTISK.....	20
2.3 TECHNOLOGIE TISKU Z HLOUBKY.....	20
2.3.1 PRŮMYSLOVÝ HLUBOTISK.....	21
2.4 TECHNOLOGIE TISKU Z PLOCHY.....	22
2.4.1 OFSET.....	22
2.5 TECHNOLOGIE SÍTOTISKU.....	23
2.6 DIGITÁLNÍ TISK.....	24
2.7 SPECIÁLNÍ TECHNOLOGIE, DOKONČOVACÍ ZPRACOVÁNÍ.....	25
2.7.1 FYZICKÁ ÚPRAVA VYTIŠTĚNÝCH MATERIÁLŮ.....	25
2.7.2 LAMINACE.....	26
2.7.3 LAKOVÁNÍ.....	26

PRAKTICKÁ ČÁST	27
3 VOLBA TÉMATU	27
4 CÍLE	27
5 REŠERŠE	28
5.1 OVOCNÉ DESTILÁTY	29
5.2 OSTATNÍ PRODUKTY	34
5.3 DOMÁCÍ ZNAČENÍ	37
6 OVOCNÉ DESTILÁTY.....	38
6.1 DEFINICE	38
6.2 HISTORIE	38
6.3 VÝROBA.....	39
7 PODSTATNÉ INFORMACE ETIKET.....	41
8 TVORBA ETIKET	42
8.1 HLAVNÍ MOTIV	42
8.2 TYPOGRAFIE.....	47
8.3 ROZVRŽENÍ, TVAR A FORMÁT ETIKETY.....	48
8.4 BAREVNOST	49
8.5 LAHVE, MATERIÁL A POUŽITÁ TECHNOLOGIE	50
9 DOPLŇKOVÁ TISKOVINA	52
ZÁVĚR	54
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	55
SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ	56
SEZNAM OBRÁZKŮ	57

ÚVOD

Tato bakalářská práce se zabývá tematikou ovocných destilátů a jejich průnikem s grafickým designem v rámci vytvoření etiket těchto výrobků. Domácí destiláty či pálenky jsou typické produkty, které jsou v dnešní době téměř synonymní s kulturním dědictvím českého národa, zejména pak ve venkovských oblastech této země. Najdeme je v domácích barech, na různých venkovských veselkách či rodinných oslavách, čímž se stávají nedomyslitelnou součástí naší společnosti.

Teoretická část této práce pak pojednává o obalovém designu, věnuje se jednotlivým částem grafického zpracování obalu a velkou pozornost věnuje oblasti polygrafie a speciálním technologiím tisku, které dávají vzniknout originálním, kreativním, nepřehlédnutelným a precizně zpracovaným etiketám a dalším tiskovinám. Věnuje pozornost možnostem využití jednotlivých technologií, jejich výhodám a úskalím, historickému kontextu či jejich prezenci v umělecké tvorbě.

Praktická část si klade za cíl vytvořit vizuálně jednotnou sadu etiket na šest nejznámějších destilátů u nás – slivovice, hruškovice, meruňkovice, jablkovice, třešňovice a mirabelkovice. Nezabývá se však návrhem pro jakýkoliv komerční subjekt, nýbrž se soustředí na vytvoření etiket, které budou sloužit především potřebám soukromým pěstitelům, kteří by si rádi důstojně a pohledně označili výtvarně své práce, které vzešly z jejich zahrad. Často se totiž setkáme s nedostatečným, neuspokojivým či zcela neexistujícím označením těchto produktů, které pak ponechávají složitý, náročný a řemeslný proces výroby takového destilátu skrytý za neprůhlednou oponou. Proto považují za důležité, aby výsledné etikety byly přizpůsobitelné a jednotlivé údaje, které daný destilát charakterizují, bylo možné změnit a upravit tak, aby vznikl jasný přehled o tom, co za produkt se v lahvi skrývá. Zaměřuje se taky na průzkum trhu s destiláty a dalšími nápoji, které tvoří pestrou sbírku nejrůznějších přístupů k designu, použitých materiálů a použitých polygrafických technologií. Zjednodušeně také popisuje vznik takového ovocného destilátu a detailně popisuje proces tvorby od konceptu po výsledné zpracování.

TEORETICKÁ ČÁST

1 OBALOVÝ DESIGN

Dnešní svět obalového designu je poměrně pestrý. Pod tento pojem je uschováno velké množství materiálů, forem, typů produktů a prostředků, do kterých výsledný produkt můžeme zabalit, čím jej můžeme zviditelnit nebo ochránit a v pořádku ho dopravit k zákazníkovi. Tato práce se zaměřuje především na etikety jednotlivých produktů, konkrétněji ovocných destilátů. Etikety, spolu s různými nálepkami, štítky, cenovkami, cedulkami, visačkami atp. můžeme pojmenovat jako „*prostředky k označování obalů*.“¹

1.1 STRUČNÁ HISTORIE OBALŮ

Již od nepaměti lidstvu sloužily různé koše, nádoby, vázy či sudy k uchovávání zboží, potravin či nástrojů. Bylo tak možné dosáhnout vyšší trvanlivosti zboží nebo snadnější přepravy. Zmínka o prvním potištěném obalu pochází z roku 1650. Jednalo se o dárkové bedny na cukroviny a pečivo, které byly vyrobeny z lepenky a třísek, byly polepeny barevnými papíry a zdobila je mědirytina na víku. Přístup k takové výrobě obalů byl zachován i nadále, především u luxusního zboží, pro které vznikaly speciálně vyrobené a bohatě zdobené krabičky. Významný rozvoj přineslo 19. století, kdy za pomoci vymožeností moderní doby jako byl parní stroj, automobil a letadlo bylo možné značně urychlit propojení mezi výrobcem a koncovým zákazníkem. Další pokrok přišel na trh v roce 1871 s uvedením první plechové konzervy a vlnité lepenky. V 90. letech potravinářské firmy jako Maggi, Knorr či Dr. Oetker potiskují obaly svých produktů, počátek 20. století pak na tyto firmy navazuje a postupně dochází k nejvýraznějšímu rozvoji potištěného spotřebitelského zboží. Z počátku byly obaly dekorovány pouze značkou firmy, později sloužily jako reklamní prostor. S příchodem automatizace a mechanizace výrobních procesů bylo zboží možné distribuovat ve spotřebitelských dávkách, čímž obal jako takový počínal plnit nové funkce. Obal se stal především nositelem informací pro spotřebitele a prostorem pro propagaci výrobce a jeho zboží. Z těchto důvodů se klade důraz na jeho estetickou úpravu a grafické zpracování, obal se tak stává plnohodnotnou součástí celého obchodního procesu.² Důležitost podoby dnešního obalového designu je založena na tomto vývoji a na požadavcích současné

¹ ŠKOPEK, Josef. Výroba destilátů z vlastního ovoce. České Budějovice: Dona, 2003. ISBN 80-7322-045-8. s. 11.

² BARTOŇ, Jaroslav. *Tiskové techniky*. 2. dopl. a upr. vyd. Štětí: Střední odborná škola a Vyšší odborná škola obalové techniky, 2000. ISBN 80-902540-0-4. 12–13 s.

konzumní společnosti. Na výsledné podobě grafického zpracování se tedy podílejí různorodé aspekty, na které je potřeba při tvorbě a následném technologickém zpracování myslet, jako jsou např. marketingový a psychologický dopad obalu na zákazníka nebo potřeba upoutat jeho pozornost. Mimo tyto funkce disponuje obal zcela praktickými vlastnostmi, které mohou souviset s jeho odolností nebo s usnadněním výroby, přepravy, skladování a prodeje. Důležitým požadavkem na obal je jeho zdravotní nezávadnost, a především v poslední době se věnuje zvýšená pozornost možnostem jeho udržitelnosti, recyklace, dalšího zpracování či opětovného použití.

1.2 GRAFICKÉ ZPRACOVÁNÍ OBALU

Z hlediska prodejně-propagačního je potřeba při navrhování grafického zpracování obalu myslet na následující funkce, které mají přímý dopad na jeho prodejní úspěch.

- Informační funkce – obal má povinnost sdělení veškerých důležitých a legislativně podmíněných informací o výrobku – jedná se např. o gramáž, kalorické tabulky, složení výrobku, popis výrobku, obaly také často obsahují grafické znázornění obsahu – 3D vizualizace, fotografie, ilustrace atp., na některých produktech je pak přímo uváděna jejich cena.
- Vizuální přitažlivost – souvisí s psychologicko-estetickými funkcemi obalu. Obal se snaží v zákazníkovi vyvolat emoce, potřeby, tužby a nejlépe již na první pohled upoutat jeho pozornost. Ve své podstatě má obal sílu zmanipulovat zákazníka k jeho koupi.
- Rozlišitelnost a zapamatovatelnost – design musí být dostatečně unikátní na to, aby nemohlo dojít k nechtěné záměně s podobnými produkty jiného výrobce. Odlišný vzhled také zprostředkovává větší zapamatovatelnost – člověk si snáze pamatuje vizuální celek nežli konkrétní značky, jména výrobců apod. Tyto faktory napomáhají také při orientaci, kdy je poměrně jednoduché se ztratit a dlouho hledat v kvantech podobných produktů v obchodech současné doby.³

Na předchozích příkladech můžeme pozorovat souvislosti obalového designu se světem užité grafiky, což jen stvrzuje jeho náležitost do této oblasti. Většinu těchto principů můžeme aplikovat i do dalších oblasti grafického designu – na tvorbu tiskovin, tvorbu loga, vizuálních identit atd.

³ BARTOŇ, Jaroslav. *Tiskové techniky*. 2. dopl. a upr. vyd. Štětí: Střední odborná škola a Vyšší odborná škola obalové techniky, 2000. ISBN 80-902540-0-4. s. 41–42.

Specifickými náležitostmi, které mohou někdy ovlivnit proces navrhování, jsou jeho racionalizační funkce. Ty jsou užitečné nejen při přepravě, skladování a balících procesech, zasahují však i do obchodního procesu samotného, kde se značně podílí na ulehčení a zrychlení prodeje – v době, kdy se již zcela obvykle setkáváme v prodejnách se samoobslužnými pokladnami, které nahrazují potřebu prodavače, obal stále poskytuje všechny potřebné informace pro zakoupení výrobku. Dosahuje toho pomocí čárových kódů, RFID čipů nebo za pomoci QR kódů. Celý proces se tak značně automatizuje, zároveň také usnadňuje evidenční a účetní činnosti.⁴ Nutnost zpracování těchto prvků může být při tvorbě omezující složkou, která obal jako takový standardizuje a zařazuje mezi hromady dalších produktů se stejnými prvky, které najdeme v jakémkoliv obchodě. U tvorby etiket pro domácí destiláty se sice s prvky jako jsou čárové kódy z důvodu jejich legislativě zakázané prodejnosti nesetkáme, jejich přítomnost však můžeme pozorovat u komerčně vyráběných značek destilátů.

Kvalita zpracování obalu je pak většinou přímo úměrná kvalitě produktu.⁵ Hodnotnější značky si dávají na zpracování a prezentaci většinou více záležet – to se projevuje na kvalitě materiálů, použité technologii zpracování nebo samotného zážitku z rozbalování produktu. Takové produkty můžeme najít v policích obchodů v luxusních krabičkách vyrobených z dražších, neobyčejných materiálů – využívají dřevo, kov, polstrování atp., využívají speciální technologie tisku – ražbu, parciální lakování, gravírování aj. a dávají si záležet na výběru potiskovaného materiálu – speciální grafické papíry, strukturované materiály, netradiční formy. To vše může v zákazníkovi vyvolat určitý dojem exkluzivity, i když se ve výsledku může jednat o produkt zcela obyčejný. Výrobky nižších kvalit, většinou s ohledem na cenu výsledného produktu, sahají po levnějších alternativách.

Výsledek, tedy správně zpracovaný obal výrobku, je však podmíněn volbou správné reprodukční technologie, tedy způsobu a technice, jakou bude výsledný obal vyroben. Její výběr předurčují různé faktory jako je potiskovaný materiál, technické, ekologické, hygienické požadavky nebo i cena za použitou technologii. Je tedy dobré již při tvorbě návrhu přemýšlet nad úskalími zvoleného technologického postupu, jehož neúspěch by mohl mít za důsledek odchylku od původního návrhu, a brát na ně zřetel.⁶

⁴ BARTOŇ, Jaroslav. *Tiskové techniky*. 2. dopl. a upr. vyd. Štětí: Střední odborná škola a Vyšší odborná škola obalové techniky, 2000. ISBN 80-902540-0-4, s. 40.

⁵ Tamtéž, s. 40.

⁶ Tamtéž, s. 43.

1.2.1 BAREVNOST

Dalším důležitým aspektem, na který designér musí při tvorbě návrhu myslet, je barevnost. Ta může být závislá například na vizuální identitě výrobce a na jeho korporátních barvách, které pomáhají utvořit povědomí o značce a sjednotit velkou škálu jeho produktů, což pomáhá nejen výrobcí, ale i zákazníkovi. Barevnost často také vychází z fyzických vlastností produktu – u ovocných destilátů se do vizuálního zpracování promítají většinou barvy, které jsou charakteristické pro dané ovoce. Důležitým bodem je pak také volba správné harmonie, kompatibility a vzájemného kontrastu použitých barev. V neposlední řadě samozřejmě nelze opomíjet ani psychologický vliv barev na člověka – vlastnosti jednotlivých barev na naši psychiku byly již mnohokrát popsány a jejich symboliku lze používat k prospěchu společnosti. Barvy si tak často asociujeme jak s pozitivními či negativními vlastnostmi nebo s jednotlivými skutečnostmi, které se v našem okolí vyskytují.

- Červená – bývá často používaná na etiketách destilátů z červených jablek, višni, třešni či červeného rybízu. Asociujeme si ji také s krví či ohněm. Pozitivní emoce s ní spojené jsou především láska, vášeň, dynamika a pronikavost. Negativně si ji většinou spojíme s agresí, výstražností, nebezpečím či zlobou.
- Zelená – zelenou si můžeme spojit s destiláty z hrušek, angreštu nebo vinných hroznů. Tmavší odstíny zelené pak mohou reprezentovat borovičku. Stejně tak si ji spojujeme právě s dalšími rostlinami a přírodou, mládím, přátelstvím či ekologií. Barva vyvolává pocity poctivosti, správnosti či míru, některé její odstíny si však můžeme spojovat se závistí, chamtivostí či nezkušeností.
- Modrá – tato barva může charakterizovat plody švestek a borůvek. Často se s ní v různých odstínech setkáme i na etiketách vodky a na dalších průzračných produktech, např. na balených vodách. Je považována za barvu stability a relaxace, je spojována s důvěryhodností, čistotou, vírou a inteligencí, v jejím negativním protipólu však také s chladností či pocity deprese a odevzdanosti.
- Žlutá – žlutou si můžeme spojit s plody jako jsou ryngle, mirabelky či kdoule. Spojujeme si ji s pocity energie a hravosti, radosti, potažmo si ji asociujeme s mládím. Její jasnosti a zářivosti však mohou kontrastovat pocity nedůvěry či zrady.

- Oranžová – oranžová je charakteristickou barvou především pro meruňky. Je nejteplejší z barev a spojujeme si jí s energií, dynamikou či kreativitou. Někdy však může být považována za výstražnou, hrubou, či rozmaruplnou.
- Fialová – Tuto barvu si stejně jako modrou můžeme spojit se švestkami, borůvkami nebo ostružinami. Často vyjadřuje pocity duchovnosti a majestátnosti. Je symbolická pro určitou mystičnost a vznešenost, je také barvou luxusu či bohatství. Negativní nám může připadat např. při soumraku a je spojována s bláznovstvím, krutostí či utrpením.⁷

1.2.2 HIERARICHE INFORMACÍ A PRVKŮ, ROZVRŽENÍ

Obal je nositelem velkého množství informací. Designér musí při jeho navrhování brát v potaz všechny prvky a řádně je na obalu či etiketě kompozičně uspořádat. Jedná se o texty obsahující informace o produktu, jeho název, druh, typ či odrůda, složení, informace o jeho hmotnosti nebo objemu, tabulky, informace o výrobcí, ilustrace, obrázky, fotografie či 3D vizualizace, loga, piktogramy, čárové kódy a další prvky, které k danému produktu náleží. Uspořádání prvků je podmíněno určitou hierarchií, která je předem dána důležitostí jednotlivých informací. Výsledná kompozice tak většinou podvědomě provádí zákazníkovo oko po obalu určitým směrem v určité posloupnosti. Tato hierarchie je dána velikostí jednotlivých prvků, jejich světlostí či sytostí, může na ni mít vliv i typ, řez a velikost použitého písma, kompoziční uspořádání anebo lidský zvyk, kdy přirozeně dochází ke čtení informací v určitém směru. Ve většině případech je nejvýraznějším prvkem na etiketě název samotného produktu – slivovice, hruškovice, meruňkovice atd. Někdy je název synonymem pro jméno společnosti (Nutella, Coca Cola...) a zastupuje tak dvojí funkci – loga společnosti i názvu zboží. V jiných případech je preferováno použití dominantní ilustrace či fotografie, které jsou doplněny adekvátně přizpůsobeným názvem produktu, společnosti a dalšími informacemi. Nejmenšími prvky jsou často informace o složení – velké množství textových údajů je potřeba natěsnat do minimálních prostorů, navíc pro mnohé zákazníky nejsou příliš důležité. Menšími velikostmi jsou uváděny třeba i informace o objemu či gramáži. Při navrhování také bývá důležitá práce s fyzickými predispozicemi produktu – umístění jednotlivých prvků může usnadnit orientaci a nakupování (poloha čárových kódů a grafiky, ergonomie obalu atd.)

⁷ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Bmo: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3785-7, s. 44–50.

1.2.3 TYPOGRAFIE

Text je v dnešním světě nejdůležitějším nositelem informací a na jeho vizuálním zpracování záleží stejně jako na jeho formulaci. Typografie je obor zabývající prací s písmem, jeho kultivací a správným použitím. Je jedním z nejvýraznějších prvků grafického designu, se kterým se dennodenně setkáváme všude kolem nás a který má velký vliv na pochopitelnost, čtivost a vytvoření požadovaného dojmu v divákovi, čtenáři či potenciálním zákazníkovi. Nesmírná variabilita a téměř nekonečné zdroje, kterými dnešní svět disponuje, tak pouze rozšiřují pole možností, jaké má designér k dispozici pro správnou formulaci dané myšlenky. Pomocí typografie tak může jednoduše vzbouzet nejrůznější emoce, povznést formu produktu nebo mu dodat specifický dojem, který je pro danou okolnost vyžadován. Svět typografie se však nezabývá pouze jednotlivými písmi, ale i jejich zpracováním v rámci celku. Ať už se jedná o jeho použití na plakátech, etiketách a dalších tiskovinách, nebo na webových stránkách, sociálních sítích či dalších online prostorech. Správná volba písma a korektní práce s typografií tak dotváří kompletní vizuální hodnoty jednotlivých značek či produktů.⁸

Nespočet existujících písem může sice působit poněkud chaoticky, lze je však jednoduše kategorizovat a zorientovat se tak v široké nabídce. Většinou se tak koná podle určitých charakteristik či filtrů, v ČR je využívána kategorizace, která vychází z teorie Jana Solpery a rozřazuje písma do 7 kategorií – dynamická antikva, přechodová antikva, statická antikva, lineární písmo serifové, lineární bezserifové statické písmo, lineární bezserifové konstruované písmo, lineární bezserifové dynamické písmo, lineární antikva, kaligrafická písma, volně psaná písma, písma lomená.⁹

⁸ AMBROSE, Gavin a HARRIS, Paul. *Grafický design: typografie*. Základy designu. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2967-8, s. 6–12.

⁹ TYPO, Z. S. Československá klasifikace Jana Solpery. Online. 2009. Dostupné z: <http://old.typo.cz/databaze/pravidla-a-nazvoslovi/klasifikace-pisem/ceskoslovenska-klasifikace/>. [cit. 2024-03-31].

2 POLYGRAFIE

Polygrafie je průmyslovým odvětvím tisku neboli výrobním oborem používajícím technologie, za jejichž pomocí jsme schopni rozmnožovat obrazové, psané a jiné předlohy. Zahrnuje oblasti předtiskové přípravy, tiskových procesů a dokončovacích zpracování.¹⁰ Následující technologie, jež jsou součástí polygrafického průmyslu, jsou při výrobě etiket často využívány pro dosažení specifických výsledků a patřičných efektů, které dokončují a zdokonalují zpracovaný grafický návrh a prezentují jej jako finální produkt pro koncového zákazníka. Na etiketách destilátů a lahvích alkoholických nápojů všeobecně se setkáme s nejrůznějšími přístupy k zpracování, spousta z nich je kreativně řešena a využívají maximálního potenciálu použitých technologií. Utváří tak pozitivní, exkluzivní a prestižní dojem o produktech, které se za mnohých okolností jeví jako kontroverzní. Tato kapitola se nevěnuje všem existujícím způsobům a formám tisku, nýbrž nabízí přehled o technologiích, které jsou při výrobě obalů a etiket používány nejčastěji.

V současné době se vytrácejí rozdíly mezi jednotlivými technologickými procesy a zaniká tak jednoznačná struktura pro jasnou volbu konkrétní technologie, která byla dříve určována co nejvyšším nákladem za co nejnižší cenu při přijatelné kvalitě. V době, kdy se spousta tradičních médií, novin a magazínů, produktů a služeb přesouvá do prostředí internetu však přestává být nutné uvažovat o konkrétních výtiscích ve zbytečně vysokých nákladech, jelikož by to s sebou neneslo žádný profitabilní účinek. Jediné oblasti, kde lze o takových nákladech diskutovat, jsou právě nekonečné série výrobků a jejich obalový design, kde je trh schopen tyto kvanta vstřebat. Všechny techniky se také postupně vyvíjejí a zbavují svých nedostatků, aby nepropadly na úkor jiné techniky.¹¹

2.1 STRUČNÝ POHLED DO HISTORIE TISKU

Pokrok v oblasti tiskových technologií byl v průběhu historie značně nesouměrný, v některých obdobích tak docházelo k rapidnímu rozvoji, jindy však absolutnímu útlumu vývoje. Znalost tisku samotného sahá hluboko do minulosti, kdy již starověcí Egypťané pracovali s razítky fungujícími na principu tisku z výšky. První tisky, které se, byť pouze vzdáleně, podobaly dnešnímu stavu polygrafie pochází z Číny z 6. století, kde se tvořily

¹⁰ BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7, s. 200.

¹¹ MICHÁLEK, Ondřej. *Magie otisku: grafické techniky a technologie tisku*. Brno: Barrister & Principal, 2016. ISBN 978-80-7485-098-1, s. 187.

za pomoci dřevěných štočků a zahrnovaly obrazovou i textovou část. Postupným vývojem se v 11. století v Číně tisklo opakovaně použitelnými literami z pálené hlíny, ve 13. století se pak v zemích východní Asie začalo využívat liter podobného principu, akorát kovových. Jejich rozvoj však brzy upadnul v zapomnění, nebyl vhodný pro vyobrazování kaligrafických liter asijských abeced. Za největšího inovátora v této oblasti je již tradičně považován Johannes Gutenberg, který okolo roku 1440 v německé Mohuči inovoval kompletní pracovní postup knihtisku. Nešlo pouze o samotný princip, vynalezl také vhodnou slitinu a formu pro odlévání jednotlivých tiskových liter. Litery byly vyráběny ze slitiny cínu a antimonu a jeho tiskařský lis vycházel z principu vinařského lisu či lisu papírenského. Litery do něj byly vysázeny po jednotlivých řádcích, případné chyby v sazbě bylo možno snadno napravit a po tisku bylo matrici možné rozebrat a sestavit zcela nový text. Tisková barva se nanášela pomocí tampónu, od 17. století bylo nanášení ulehčeno použitím válečků. Tento pracovní postup značně urychlil a usnadnil tvorbu a distribuci tiskovin, které byly doteď pracně odrývány rytci do jednotlivých matric, což bylo časově a mnohdy i finančně náročnější. Tisk se rychle šířil po celé kontinentální Evropě, na britské ostrovy pronikl v roce 1477, do USA se pak dostal v roce 1638. Další vývoj okolo roku 1800 přinesl nahrazení šroubového mechanismu lisu pákovými mechanismy a nahrazení dřevěné konstrukce železnou, což usnadnilo obsluhu, údržbu a zvýšilo odolnost stroje. Následný rychlý vývoj přinesl v roce 1814 na scénu parou poháněný archový válcový lis, v roce 1865 pak první rotační stroj schopný potiskovat role papíru. Tyto stroje položily základ moderním, samostatně funkčním tiskovým strojům. Největším problémem této technologie byla pomalá sazba, což změnil sázecí stroj Otomara Mergenthalera, tzv. linotyp. Obrazové předlohy byly do vynalezení litografie v roce 1796 Aloisem Senefelderem reprodukovány pomocí dřevorytů a leptů. Z principu litografie, která funguje na principu vzájemného odpuzování vody a mastnoty tiskařské barvy, vzešel dnešní ofsetový tisk, jehož první podoba se objevila v roce 1904, a to ve formě nepřímého litografického tisku. Svě současné dominantní postavení na poli polygrafie si však ofset vydobyl až po polovině 20. století, jelikož přímý tisk z liter byl technologicky jednodušší a levnější. K vývoji dnešního čtyřbarvotisku (obrazu složeného z čtyř barevných polotónů – C: cyan, azurová; M: magenta, purpurová; Y: yellow, žlutá; K – black, černá) vedl rozklad obrazů na polotóny, který se prvně objevil v roce 1891. Dvacáté století přineslo mnoho inovací, v první polovině především automatizace dokončovacích prací a vazby, dále pak následoval rozvoj konceptu fotosazby a s ním spojených strojů a sázecích programů, textových editorů či prvních DTP softwarů.

Od 80. let 20. století se na trh začaly dostávat profesionální grafické editory jako QuarkXPress a programy firmy Adobe, které bylo možné používat nejen pro obyčejnou kancelářskou tvorbu, ale i pro komerčně zaměřený design. Díky dalším inovacím v této oblasti, jako byly např. technologie Computer to Plate (z počítače na tiskovou matici), soubory PDF, možnost využití internetu pro zasílání tiskových dat či digitální tisk tak postupem času docházelo k usnadnění a rozšíření dostupnosti těchto technologií, což tisk přiblížilo do podoby, v jaké jej známe dnes a jak s ním můžeme efektivně a jednoduše fungovat a dosahovat tak požadovaného zpracování výsledných tiskovin.¹²

Tento vývoj činí dnešní svět polygrafických technologií neskutečně versatilním a nabízí tak téměř neomezené pole možností, jak realizovat své představy o konečných produktech.

2.2 TECHNOLOGIE TISKU Z VÝŠKY

Princip fungování tohoto způsobu tisku spočívá ve vyhloubení či odebrání netisknoucích míst. Místa tisková, tedy neodebraná z původní matrice, zůstávají vyvýšená a na nich se pak uchytává nanášená barva, která je za pomoci tlaku přenesena na potiskovaný materiál. V jeho umělecké podobě se s ním setkáme ve formě dřevořezu, dřevorytu, či modernějšího linorytu. Poměrně populární technikou je také slepotisk, který pracuje pouze s reliéfem matrice bez použití tiskové barvy. Méně známými a používanými technikami jsou pak kamenoryt či ocelorytina. Pojmenování jednotlivých technik se většinou odvíjí od použitého materiálu (linolea, kamene či dřeva) a daného postupu práce (rytí, řezba). Materiálů, ze kterých však tiskovou formu můžeme vyrobit, je nespočet – ve své podstatě se dá pro její vytvoření použít cokoliv, čím jsme schopni vytvořit reliéf a donutit tak vyvýšená místa k jejich otisku. To samé platí i pro zpracování matrice, kdy místa nemusí být nutně vyřezána či vyryta, je možné k odebrání materiálu využít chemické reakce. Ve světě dnešního polygrafického průmyslu tato technika ustoupila do pozadí před ostatními, které jsou praktičtější, jednodušší a méně finančně náročné. I přesto se s technikami fungujícími na tomto principu v dnešní době ve výrobních procesech setkáme, a to především u flexotisku, ražby či již zmíněného slepotisku.¹³

¹² BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7, s. 8–17.

¹³ MICHÁLEK, Ondřej. *Magie otisku: grafické techniky a technologie tisku*. Brno: Barrister & Principal, 2016. ISBN 978-80-7485-098-1, s. 10.

2.2.1 FLEXOTISK

Flexotisku, jakožto moderní podoby knihtisku, je dnes využíváno především při potiskování obalů nebo novin. Tato technologie umožňuje potištění celé řady materiálu, což jej pro tento účel dělá nesmírně univerzálním – možné je potištění umělohmotných produktů, celofánu, kartonu, kovu a samozřejmě i papíru – jediným omezením materiálu je ve výsledku pouze jeho schopnost projet strojem. Zpracování tiskových forem se od těch původních Gutenbergových poměrně liší. Nepoužívá se již slitina kovů, nýbrž polymery, fotopolymery, silikony, kaučuky či elastomery a ke zpracování matrice se používá digitální předloha, která je následně přenesena do tiskové formy za pomoci gravírování či fotochemického zpracování, což nejen zvyšuje přesnost a eliminuje vady, ale zároveň klade důraz i na ekologické zpracování. K tisku jsou pak většinou použity rotační stroje, do nichž je materiál odvíjen z rolí. Váleček s miniaturními prohlubněmi pak zachytává řídkou barvu, kterou přenáší na tiskový válec s matricí.¹⁴

Nepochybně největší výhodou této technologie je její všestrannost v možnostech potiskovaných materiálů. Patřičnými výhodami jsou také relativně nízká cena za zpracování a krátká doba potřebná pro přípravu stroje. Schnutí tiskové barvy a rychlost tisku rotačními stroji již taky nepředstavuje žádný problém tak, jako tomu mohlo být dříve. Drobná úskalí této technologie i přes výrazný technologický pokrok stále představuje reprodukce drobných detailů a náchylnost k lehkým změnám barevnosti.¹⁵

2.2.2 RAŽBA

Pro ražbu jsou v běžné praxi používány barevné folie. Ty bývají typicky metalické, zlaté, stříbrné či iridiscentní a výslednému produktu tak dodávají lesk, záři a určitou exkluzivitu, kterou si s hodnotou těchto materiálů spojujeme. Matrice s vyvýšeným motivem je předem na razícím stroji nahřáta a následně protlačena skrze fólii na potiskovaný materiál. Stejně jako u výše zmiňovaného flexotisku se ražba nehodí na zobrazování malých detailů. Pomocí této technologie tak můžeme zvýraznit některé prvky designu jako jsou názvy, podpisy či jednotlivé části dané grafiky.

¹⁴ MICHÁLEK, Ondřej. *Magie otisku: grafické techniky a technologie tisku*. Brno: Barrister & Principal, 2016. ISBN 978-80-7485-098-1, s. 72.

¹⁵ BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7, s. 110.

Technologicky je možná i tzv. ražba za studena, které se využívá při povrchové úpravě obalů a štítků potravin, léků či kosmetických produktů. Pomocí vyvýšené matrice je na potiskovaný materiál nanášeno lepidlo, přes které je následně natažena fólie. Ta se laminací zachytí na místech pokrytých lepidlem a ze zbylých částí se odstraní.¹⁶

2.2.3 SLEPORAŽBA / SLEPOTISK

Jako efektivní prvek při výrobě etiket či obalů může působit i technologie sleporažby. Ta funguje na podobném principu jako technologie výše, nevyužívá však pro své potřeby barvu ani jakékoliv fólie. Reliéf matrice je tak za použití zvýšeného tlaku přenesen na potiskovaný materiál, který musí být dostatečně odolný, aby nedošlo k jeho poškození (protržení na ostrých hranách, krabatění a praskání materiálu apod.). Výsledkem je obraz, který vystupuje nad nebo je zahlouben oproti základní úrovni materiálu, což zlepšuje vizuální dojem produktu a dodává potiskovanému materiálu větší texturu a prostorovost. V uměleckém prostředí se s touto technikou setkáme také, většinou se používá při snaze o zachycení zajímavé struktury či textury, třeba i u netradičních grafických technik, jako jsou přírodninové či akční tisky. S průmyslovým použitím této techniky s můžeme setkat např. u knih, kde se tímto způsobem zvýrazňují názvy či jména autorů. Této technologii se také využívá při tisku slepeckých popisů Braillovým písmem na obaly produktů, zejména se objevují na lécích. Typicky se používá embosovaných technologií, které jsou příbuzné slepotisku, pro realizaci těchto prvků se dá využít však i např. sítotisku či inkjetu.¹⁷

2.3 TECHNOLOGIE TISKU Z HLOUBKY

Při tisku z hloubky se barva se narozdíl od tisku z výšky uchytává ve vyhloubených místech a z míst na povrchu je vytřena tak, aby ji nebylo možné vytisknout. V umělecké grafice se s tímto efektem dá pracovat, vytřít matrici méně či více, v celé ploše či pouze na určitých místech. V základu rozlišujeme dva druhy hlubotisku, které se odvíjí od způsobu zpracování matrice, tedy principu, jakým jsou vytvořena tisknouce místa. Prvním způsobem je mechanicky zpracovaný hlubotisk, při kterém se rytím, řezáním či jakýmkoliv jiným fyzickým odebráním materiálu vytvoří hloubkový kontrast mezi tisknouchými místy. Mezi takové patří tradiční techniky jako je mědiryt a jiné rytiny, suchá

¹⁶ BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7, s. 154.

¹⁷ LABEL DESIGN, A.S. *Tiskneme technologii Braillova písma*. Online. C2021 - 2024. Dostupné z: <https://label-design.cz/tiskneme-technologie-braillova-pisma/>. [cit. 2024-03-31].

jehla, technika krejonové manýry či mezzotinta. Druhým způsobem zpracování matrice je využití chemické cesty. Vykrytím netisknoucích míst a následnou chemickou reakcí, typicky mezi kovem a kyselinou, se nezakrytá místa matrice vyleptají z jejího povrchu, pomocí čehož docílíme výsledného reliéfu. Mezi tyto techniky patří čárový lept, měkký kryt, akvatinta nebo rezerváž. Alternativně tyto techniky dělíme na suché (mechanicky zpracované) a mokré (chemicky zpracované).¹⁸

S hlubotiskem se však setkáme i mimo uměleckou tvorbu, v polygrafii je stále využíván průmyslový hlubotisk. Hlubotisk se do průmyslového prostoru dostal i díky českému inovátorovi, malíři a grafikovi Karlu Klíči, který na přelomu let 1878-1879 vymyslel heliogravuru, která značně usnadnila a zdokonalila reprodukci fotografií.¹⁹ S průmyslovým hlubotiskem se také můžeme setkat i na aktuálních českých bankovkách, jejichž návrh zpracoval grafik Oldřich Kulháněk.²⁰ Pomocí liniového hlubotisku jsou na bankovkách v rozmezí od 100 Kč do 5000 Kč vytištěny např. některé bezpečnostní a ochranné prvky, čímž se zamezuje riziku jejich padělání.²¹

2.3.1 PRŮMYSLOVÝ HLUBOTISK

Použití hlubotisku v polygrafii z mnoha důvodů ustoupilo ostatním technikám, především tedy ofsetu. Dříve byl hlubotisk pro kvalitu reprodukce obrazových podkladů hojně používán pro tisk katalogů, časopisů a magazínů, dnes si své zvláštní postavení zachovává především u potiskování hygienických papírů, obalů a cenin.²²

Jeho největšími nevýhodami oproti ostatním technologiím je zdlouhavá, náročná a vzhledem k nákladu drahá příprava desek pro tisk, velký počet jednotlivých technických operací a s tím spojená i časová náročnost. Užitečná je však jeho vysoká rychlost tisku, dobrá reprodukce barev a schopnost udržovat konzistentní barevnost, a především možnost jeho využití při tisku obalů, bankovek a dalších hodnotných tiskovin.²³

¹⁸ MICHÁLEK, Ondřej. *Magie otisku: grafické techniky a technologie tisku*. Brno: Barrister & Principal, 2016. ISBN 978-80-7485-098-1, s. 73.

¹⁹ SKŘIVÁNKOVÁ, Alena. *HLUBOTISK* [online]. 2010 [cit. 2024-03-31]. Dostupné z: <https://people.fsv.cvut.cz/~soukup/bkl/skrivankova/hlubotisk.htm>

²⁰ LEOPOLD, Sarga. *České bankovky a mince 1993–2012*. Praha: JEROME s.r.o. ve spolupráci s Českou národní bankou, 2012. ISBN 978-80-903266-9-9, s. 37.

²¹ Tamtéž, s. 44-48.

²² MICHÁLEK, Ondřej. *Magie otisku: grafické techniky a technologie tisku*. Brno: Barrister & Principal, 2016. ISBN 978-80-7485-098-1, s. 185.

²³ BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7, s. 100.

2.4 TECHNOLOGIE TISKU Z PLOCHY

Princip tisku z plochy spočívá na vzájemném odpuzování vody a mastnoty, nenalezneme zde tedy žádný hapticky patrný reliéf, jako u předchozích technik. Mastná tiskařská barva se zachytává na místech, kde byla provedena kresba motivu, zatímco je ze zbytku matrice odpuzována zakonzervovanými vodními plochami. Tento způsob vynalezl Alois Senefelder, který si jej v roce 1798 nechal také patentovat. K provedení tisku sloužil kámen mramorové břidlice, někdy nazývaný podle místa původu Solenhofský vápenec. I z tohoto důvodu se pro tuto techniku používá pojem litografie, vycházející z řeckých slov pro kámen, psaní a kreslení. Jako základní matrici pro tento tisk se využívá i jiných materiálů, jako jsou hliníkové či zinkové matrice. Díky této technologii tak bylo možné vytvářet kvalitnější, detailnější a barevnější obrazové přílohy tiskovin – plakáty, ilustrace, fotografie novin atp. Kromě jeho komerčního využití byla litografie svou kvalitou a kvantitou lákadlem pro umělecký svět – práci s ním se věnovaly osobnosti jako Honoré Daumier, Henri de Toulouse Lautrec, Marc Chagall a kromě mnoha dalších také Alfons Mucha. K tisku z plochy můžeme také přiřadit techniku na pomezí malby a grafiky, již je monografie, která spočívá na principu malby tiskovými barvami na plochou matrici, ze které lze následně vytisknout jeden, nanejvýš dva otisky. Tato technologie na rozdíl od litografie v dnešním průmyslovém odvětví nemá praktického využití.²⁴ Litografie položila základ dnešní technologii ofsetového tisku. Jeho efektivita, spolehlivost schopnost pojmout vysoké náklady a dnes už také technologicky snazší příprava z něj udělala nejpoužívanější technologií tisku současnosti.

2.4.1 OFSET

Princip této technologie spočívá na objevení možnosti, že se nemusí tisknout přímo z matrice na materiál, ale lze k přenosu barvy použít přetiskového válce. Jedná se o metodu nepřímého tisku. Tiskové forma je většinou získána způsobem Computer to Plate (zkráceně CTP), který využívá počítačové přípravy, světlocitlivých materiálů (halogenidů stříbra, polymerů) a následného osvitů. Lze tisknout z plochých matric, které jsou v dnešní době typičtější pro uměleckou praxi, nebo pak z tiskových forem v podobě válců, čehož se více využívá v průmyslovém tisku. Celá soustava ofsetových strojů se skládá nejméně ze 4 základních tiskových barev CMYK, přičemž jsou jednotlivé barvy

²⁴ MICHÁLEK, Ondřej. *Magie otisku: grafické techniky a technologie tisku*. Brno: Barrister & Principal, 2016. ISBN 978-80-7485-098-1, s. 189–191.

tisknuty v řadě po sobě. U některých strojů se můžeme setkat i s vícebarevnými stavy strojů, které pracují s šesti, osmi či desíti barvami. Ty jsou následně používány např. pro tisk přímých a speciálních barev (přímé barvy PANTONE, fluorescenční, fotochromatické, metalické či třpytivé, viditelné pouze pod UV světlem či teplotně reagující barvy) nebo pro tisk různých laků sloužících pro laminaci a lesk výsledných tiskovin. Některé stroje dokonce zvládají i další dokončovací práce, jako je skládání, řezání či perforace. V běžné praxi se setkáme se dvěma druhy ofsetových strojů, archovými, které potiskují již nařezané formáty materiálu a kotoučovými, do kterých je materiál odvíjen z role.²⁵ Většina nevýhod tohoto procesu je způsobena přítomností vody během tisku. Ta může způsobit barevnou proměnlivost vlivem nesprávného poměru barvy a vody, vlhkost může mít také vliv na natažení či zborcení materiálu ve stroji. Pomocí ofsetu je obtížné dosáhnout pokrytí silnou vrstvou barvy, stejně tak je omezující i pevně daný rozměr ořezu u kotoučových strojů, což limituje škálu možných rozměrů. Výhodami této technologie je dobrá reprodukce textu, grafiky i fotografií, dnes už levná a rychlá příprava stroje a tiskových forem, a široká škála možných použitelných materiálů – potiskovaného papíru a tiskových či speciálních materiálů. Ofset je tak hojně využíván i při potiskování obalů a etiket, umožňuje produkci vysokých nákladů za co nejnižší cenu a zároveň poskytuje dostatečně velké pole kreativních možností.²⁶

2.5 TECHNOLOGIE SÍTOTISKU

Tuto techniku můžeme také charakterizovat pojmem průtisk. Tisknoucí místa jsou vytvořena na jemném rastru síťoviny pomocí vykrytí míst netisknoucích. Skrze nezakrytá místa pak prochází barva na potiskovaný materiál. Šablona, skrze kterou tiskneme, může být připravena ručně, digitálně či fotograficky. Nejběžněji používaný pracovní postup dnešní doby využívá světlocitlivé emulze, která je nanese na síto, překryta neprůsvitným požadovaným motivem a poté vysvícena. Exponovaná, tedy vysvícená místa vytvrdnou a zůstanou přichycena na sítu, zatímco prostor zakrytý šablonou nevytverdne a následně se vymyje, čímž vzniká prostor pro průchod barvy. Barva je následně nanese na síto a pomocí gumového třiče ručně nebo strojově protlačena skrz

²⁵ MICHÁLEK, Ondřej. *Magie otisku: grafické techniky a technologie tisku*. Brno: Barrister & Principal, 2016. ISBN 978-80-7485-098-1, s. 212–214.

²⁶ BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7, s. 95.

na materiál. Síta byla dříve vyráběná z hedvábí, v dnešní době jde většinou o síta kovová či syntetická, vyrobená např. z nylonu.²⁷

Sítotisk je nesmírně versatilní technikou. Lze jej využít pro potisknutí prakticky jakéhokoliv materiálu – papíru, textilu, plastů, kovu, skla či dřeva. Pomocí sítotisku je tak možno potiskovat i širokou škálu druhů obalů, od lehce potisknutelných papírových krabiček až po nepravidelně tvarované lahve. Většina sítotiskových strojů je i v dnešní době obsluhovaná ručně, popřípadě se setkáme s poloautomatickými stroji, u kterých je však potřeba vykonávat spoustu činností pořád manuálně. I proto zůstává pořád poměrně levnou a dostupnou technikou. Existují i automatické sítotiskové stroje, které jsou schopné tisknout rychlostí až 6000 ks za sekundu, jejich součástí jsou podávací a nakládací stroje či vakuové desky a tlakové válce.²⁸

Umožňuje také nanést silnou vrstvu barvy nebo speciální „nafukovací“ inkousty, které vytváří plastický dojem. Díky tomu jsme schopni tisknout bílou na černou s dostatečně krycím efektem, což umožňuje tisk speciálních barev s výraznějšími výsledky než u ostatních technologií. Sítotisk je vhodný i pro nižší náklady a bezkonkurenční výhodou je jeho možnost potisku v podstatě jakéhokoliv materiálu. Mezi jediné nedostatky, se kterými se setkáme, patří složitá reprodukce jemných detailů a tenkých linií, požadavky na sušení a zatvrzení barvy (např. u potisku na textil) a při použití méně kvalitního síta viditelnost jeho rastru.²⁹

2.6 DIGITÁLNÍ TISK

Digitální tisk na rozdíl od předchozích technologií nevyžaduje výrobu fyzické tiskové formy, ze které probíhá tisk, což je jeho největší výhodou. Výchozím bodem pro tuto technologii je digitální soubor, který je přenesen do stroje, který jej zpracovává. Hodí se tak pro tisky minimálních nákladů, pro výrobu maket a nátisků, jejichž produkce tradičními technikami by byla zbytečně složitá a nákladná. Ty pak při navrhování designu můžou sloužit jako kvalitní odezva, na které můžeme snáze reflektovat chyby či si ověřit potenciální úskalí designu. U těchto strojů jsou největšími vstupními náklady speciální barvy či tonery, za jejichž použití je možné tuto technologii realizovat. Tento druh tisku je dnes nejběžnějším tiskovým procesem v domácnostech a kancelářích, kde není třeba přemýšlet o nadměrných nákladech. V počátcích tato technologie nemohla svými

²⁷ BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7, s. 104.

²⁸ Tamtéž, s. 104.

²⁹ Tamtéž, s. 106.

kvalitami konkurovat tradičním technikám jako ofset, kvalita výstupů byla často značně nižší. Její rychlý rozvoj však umožnil dostatečné zdokonalení a zvýšení hranice rentability, při které je digitální tisk výhodnější než alternativní technologie. V současné době se nejčastěji setkáme se stroji laserovými a inkoustovými.³⁰

Mezi jeho největší nevýhody patří vyšší cena a komplikovanější udržitelnost spotřebního materiálu (tonerů a barevných kazet), nižší rychlosti tisku, kolísavost kvality u levnějších zařízení či neschopnost tisku speciálních barev na většině dostupných strojích. U digitálního tisku je naopak oceňována jeho flexibilita při práci, možnost editace dat či téměř instantní výsledky po zadání tiskové úlohy. Schopnost nízkých a ekonomicky výhodnějších nákladů, stejně tak jako jeho společenská rozšířenost dnes otevírá prostor pro individualizaci, personalizaci a tvorbu individuálních tiskovin s nízkým nákladem.³¹

2.7 SPECIÁLNÍ TECHNOLOGIE, DOKONČOVACÍ ZPRACOVÁNÍ

I přes to, že se již nejedná o proces tisku samotného, tyto technologie výrazně přispívají k dokončení a zpracování výsledné vizuální podoby tiskovin. Jedná se o technologie, které jsou posledním předstupněm hotového výrobku a mají možnost značně ovlivnit jeho vzhled a další charakteristiky. S níže popsanými technologiemi se při výrobě etiket můžeme setkat nejčastěji.

2.7.1 FYZICKÁ ÚPRAVA VYTIŠTĚNÝCH MATERIÁLŮ

Kromě tradičního řezání, ke kterému dochází již v tiskových strojích, tiskneme-li na kotoučových strojích, které automaticky řežou produkt na výsledný formát, se u mnoha kreativně zpracovaných etiket můžeme setkat i s dalším fyzickým zpracováním výsledného tisku pomocí vysekávání, perforování a rýhování, vyřezávání, výseky raznicí či zaoblování rohů. Díky těmto technologiím má designér otevřené pole možností, které mu umožňují na produktech vytvářet speciální výřezy, průhledy a unikátní tvary, které produkt odliší od konkurence a pozvednou jeho výtvarnou a estetickou hodnotu.

³⁰ BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7, s. 96–98.

³¹ Tamtéž, s. 99.

2.7.2 LAMINACE

Chceme-li finální výtisk ještě zvelebit, je možné mu dodat lesk, matnost, třpyt či patřičnou ochranu pomocí laminačních technologií. Na vytištěný produkt se při tomto procesu v laminovacím stroji tepelně nanáší vrstva folie se zvolenými vlastnostmi. U produktů, kde chceme dosáhnout vysokého lesku se využívá acetát celulózy, u předmětů, u kterých dochází k fyzickému stresu materiálu např. ohýbáním, se využívá laminace orientovaným polypropylenem. Nejtypičtějším zpracováním je pak laminace lesklou a matnou folií. Matná fólie dodává tiskovinám v zásadě především ochranu před poškozením, je však paradoxně náchylnější na viditelné oděrky a škrábance, především je-li aplikována na tmavý podklad. Lesklá folie pak dodává produktu patřičný jas a zářivost.³²

2.7.3 LAKOVÁNÍ

Pomocí lakovacích technologií můžeme u daných tiskovin docílit zvýšení lesku, zdokonalení vzhledu a vytvoření patřičné textury. Lakování může stejně jako laminace sloužit i jako ochrana proti fyzickému poškození výrobku. Tato technologie je většinou aplikována již na finálně vytištěný výrobek, jelikož jej překrývá. Nejčastěji se používají laky lesklé a matné, objevují se i laky zabarvené. Můžeme se setkat také s parciálním lakováním, které zvýrazňuje pouze určitou část dokumentu. Většinou se jedná o text, ilustrace, fotografie či jiné grafické prvky, které mají být v návrhu upřednostněny a zviditelněny. Používá se také UV lakování či strojové natírání laku. Tyto technologie často probíhají na samostatných strojích až po vytisknutí dokumentu, některé laky však mohou být aplikovány přímo během tiskového procesu, kde fungují jako další tisková barva ve stroji.³³

³² BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7, s. 152-153.

³³ AMBROSE, Gavin a HARRIS, Paul. *Grafický design: typografie. Základy designu*. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2967-8, s. 148.

PRAKTICKÁ ČÁST

3 VOLBA TÉMATU

Inspiraci pro volbu tématu jsem hledal ve svém domácím prostředí a v mých vzpomínkách. Sesbírané ovoce ze stromů naší zahrady následně skončilo nejen na našem stole v buchtách, ovocných knedlících či jablečném moštu, ale také v plastových barelech. Tam pak několik týdnů kvasilo, načež z něj vznikl velmi silně aromatický průhledný produkt. Téma domácích destilátů a jejich nevzhledný, nepraktický a chaotický způsob označování vzbudil můj zájem o zkoumání a snahu o nalezení řešení v této oblasti.

Významnou motivací pro mě byly i kreativně zpracované obaly a etikety, se kterými se na denní bázi můžeme setkat na pultech obchodů, zejména pak v sekcích alkoholických nápojů. Výdobytky moderních polygrafických technologií totiž umožňují tvorbu nejrůznějších speciálních efektů, barev či tvarů a dokáží tak vytvořit dojem elegance, luxusu a prestiže. Jejich fyzické zpracování tak často představuje kus užitého umění, které není radno opomíjet. Obal je zároveň nositelem spousty informací a plní důležité funkce, což představuje výzvu pro jejich zpracování a ověření svých zkušeností a schopností.

4 CÍLE

Cílem praktické části této práce je vytvoření jednotné série etiket pro nejpopulárnější destiláty u nás. Nejde však o vytvoření etiket pro jakoukoliv značku či firmu, nýbrž však pro potřeby domácích pěstitelů, kteří by si své výrobky rádi přehledně a vizuálně uspokojivě označili. „*Je potupné pro nápoj těchto kvalit, které garantujeme počínaje ovocem na stromě a několikaletým skladováním destilátů, ho nabízet v lahvích bez odpovídajícího označení obsahu.*“³⁴ U těchto etiket není jejich hlavní funkcí zviditelnění produktu za účelem zvýšení prodeje, má především podat alespoň základní informace o výrobku a přesvědčit o jeho solidnosti. Přece jen je lahev spolu s etiketou prvním dojmem, který působí na smysly člověka při konzumaci.³⁵ Ve spoustě pálenic vám dnes nabídnou etikety pro váš destilát, chybí zde však určitá možnost personalizace jednotlivých údajů. Většinou obsahují pouze logo a informace o pálenici, název destilátu a obrázek ovoce. Vizuální atraktivita těchto etiket také bývá diskutabilní a kvalita jejich zpracování je kolísavá.

³⁴ ŠKOPEK, Josef. Výroba destilátů z vlastního ovoce. České Budějovice: Dona, 2003. ISBN 80-7322-045-8, s. 89.

³⁵ Tamtéž, s. 89.

Vzhledem k časově náročnému, pečlivému a řemeslnému postupu celého procesu vzniku destilátu považují za neúčtyhodné označit destilát neúplnými informacemi a nevzhledným výtvořem, který konzumentovi skrývá celý proces jeho vzniku. U etikety by tak mělo být možné upravit jednotlivé údaje jako je rok pěstování či vypálení, procentuální obsah alkoholu, jméno pěstitele či logo / název palírny. Mou snahou je, aby byl tento osobní, řemeslný a tradiční přístup k výrobě domácích destilátů zachycen na etiketách, které by čestně prezentovaly náročnou a zdlouhavě prováděnou práci, která stojí za výsledkem, který má na samotném konci celého procesu konzument k dispozici.

5 REŠERŠE

Většinu destilátů, se kterými se běžně setkáme na pultech obchodů a v domácnostech, spojuje vyobrazení konkrétního ovoce. U některých se setkáme s ilustrativním či kresebným pojetím, u ostatních spíše s fotografickým či realistickým zobrazením. Najdou se však i výjimky, které pracují s písmem nebo kaligrafickými prvky či ilustrací kompletně odosobněnou od konkrétního druhu ovoce. Některé využívají také zmíněné speciální tiskové technologie, které etiketu vizuálně povznášejí – ražbu, barevné folie, parciální lak a další z možností. Design také často kreativně pracuje s typografií – setkáme se s různými netradičními typy písem i běžnými bezpatkovými a patkovými písmi. Můžeme pozorovat také širokou škálu tvarů a velikostí jednotlivých etiket či dokonce tisků na lahvích. Stejně tak se kreativita promítá i do lahví samotných, které jdou typicky ruku v ruce s vytvořenou etiketou. Rešerše se ohlíží za nejznámějšími výrobci pálených ovocných destilátů u nás, pozornost však věnuje i těm menším, jejichž zpracování stojí za zmínění.

5.1 OVOCNÉ DESTILÁTY

ŽUFÁNEK



Obr. 1 Současné etikety lihovaru Žufánek (Zdroj: Mediář, 2023)

V nedávné době si etikety značky prošly výraznou vizuální změnou, i ty původní však považují za povedené. Těm, stejně jako současně používaným etiketám, dominoval jednoduchý design, jehož hlavním prvkem je výrazné počáteční písmeno každého druhu destilátu. Tento koncept je novým designem posunut více hravým a dynamickým směrem, kdy jednotlivá písmena připomínají stužku. U původních etiket oceňují především čistotu a techničnost grafického zpracování či použité písmo se zajímavou diakritikou. Do současného designu se také přeneslo i chytře zpracované logo společnosti, které kombinuje symbol % a písmeno Ž či práce s nespisovnými názvy destilátů končícími na písmeno A – slivovica, hruškovica atd. Nové provedení etiket je, živé, hravé, výrazně barevné a odpovídá trendům současného grafického designu. Pro hlavní název využívá expresivní a dynamický font, skrze který se proplétá již zmíněné stužkové písmeno. Design funguje také v negativních verzích, které prezentují uzrálé destiláty v dubových sudech. Tento povedený redesign má na svědomí studio Little Greta.³⁶

³⁶ Rodinný lihovar Žufánek mění design, nové etikety vytvořila Little Greta [online]. 2023 [cit. 2024-03-31]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/galerie-reklamy/rodinny-lihovar-zufanek-meni-design-nove-etikety-vytvorila-little-greta/>

R. JELÍNEK



Obr. 2 Etikety firmy R. Jelínek (Zdroj: R. Jelínek, c2019)

Pravděpodobně nejznámější výrobce destilátů u nás. Lahvím charakteristického tvaru, který může připomínat pytel sesbíraného ovoce, ve většině případech dominuje trojice etiket, z nichž hlavní je ta prostřední kulatého tvaru. Vrchní etiketa nese název / logo výrobce, ta spodní pak pojímá o konkrétních informacích jako je objem, procento alkoholu, proces výroby či jiné doplňující informace. Většina etiket se pyšní žlutou barvou s jemným barevným přechodem do světle žluté. Používaný typ písma se liší výrobek od výrobku, nejčastěji se však setkáme s bezpatkovým kondenzovaným typem nebo patkovým písmem. Hlavní etiketě dominuje ilustrativní vyobrazení jednotlivých druhů ovoce, které již jednoduše podléhají dlouholeté zavedené tradici. Mimo ilustraci a názvu se etiketa pyšní i datem založení a místem původu – Česká republika a Vizovice. Tyto lahve jsou dnes již víceméně synonymní s produkcí pálených destilátů u nás a není tak divu, že jejich vizualita zůstává více méně podobná, i když se nejspíše nezařadí mezi ty vizuálně nejzajímavější. V portfoliu výrobce se setkáme s rozsáhlou škálou různorodých výrobků, jejichž design a koncept se podstatně odlišují od výše popsaných etiket – útlé a vysoké sklenice s tmavými etiketami a zlatým tiskem, obvykleji vypadající láhve s výrazně retro designem, dvoubarevně stylizované etikety atd.

TRI STROMY



Obr. 3 Obalové řešení destilátu Tri stromy (Zdroj: Drinkito, 2024)

Design vizuálně navazuje na název destilátu, v detailním zobrazení prezentuje jeden hlavní, švestkami obsypaný strom, do jehož koruny je zanesen název značky. Na etiketě se setkáme i s dalšími dvěma, menšími stromy, stejně jako dvěma holubicemi na vrchu hlavního stromu. Za příjemný považuji i malý detail žebříku, který oživuje jinak centrální a symetrický motiv. Atypický tvar etikety spolu s podobně oživeným hrbolatým designem lahve pak vytváří hezký, detailní ale zároveň jednoduchý design, který se v regálech obchodů a policích domácností rozhodně neztratí.

MARSEN



Obr. 4 Destiláty značky Marsen (Zdroj: Wineplanet, 2024)

Nejvýraznějším prvkem je ornamentální symetrický vzor, v jehož centru je ilustrovaný konkrétní druh ovoce, což destiláty jakoby obléká do tradičního venkovského zdobeného kroje. Za příjemné považuji moderní vektorové zpracování spolu s výraznou a typickou barevností. Osobité a výrazné je také použité písmo, které působí požadovaným tradičním dojmem ale zároveň i moderním šmrncem.

ANTON KAAPL



Obr. 5 Anton Kaapl (Zdroj: Lihovar Anton Kaapl, c2024)

Čistě etiketě na jemném strukturovaném papíru dominuje jemná černobílá kresba větvičky s ovocem, kterou následně překrývá barevná silueta ovoce spolu s iniciály výrobce. Ten zde není přítomen pouze jednou, ale na celé lahvi nejméně třikrát, takže opravdu nemáte šanci zapomenout, či destilát pijete. Celou etiketu pak dokončují nápisy a údaje v jednoduchém bezpatkovém písmu. Celkově se však jedná o elegantní a čisté řešení, na kterém najdeme výdobytky sítotisku na skle, pozlacenou kaligrafickou autogramiádu výrobce ale i spoustu negativního bílého prostoru, který celému návrhu dopřává dostatek volnosti.

PONĚŠICKÁ PÁLENKA



Obr. 6 Poněšická pálenka (Zdroj: Lihovar Poněšice, c2024)

Etikety ovocných destilátů se špetkou lidského doteku. Jejich nejvýraznějším prvkem jsou malované výjevy s pohledy na krajinu s ovocným stromem jako centrálním motivem, přes něž je ve zlatavém tisku provedeno logo / autogram. Jednotlivé malby jsou pak barevně laděny k daným druhům ovoce, stejně tak jsou odlišeny i ovocné stromy. Celou etiketu pak citlivě dotváří kousek jakoby potřhaného papírku, který je nositelem informací. Najdeme na něm bezpatkové zúžené písmo a také kaligraficky zpracované slovo pálenka. Celkově se jedná o vkusný výrobek, jehož etiketu jasně definuje i výrazný tvar lahve.

PALÍRNA RADLÍK



Obr. 7 Palírna Radlík (Zdroj: Palírna Radlík, c2019)

Zcela unikátní pojetí designového celku. Lahvi nedominují žádné ovocné plody, nýbrž technologické motivy trubek a destilačních zařízení na zadní straně tvarově specifické lahve. Druh ovoce je zde minimalisticky zastoupen pouze barevným kroužkem u hrdla a proužkem na etiketě, která je celkově laděna do černé barvy s měděnými akcenty. Spolu s ním se zde vyskytuje i specifická odrůda švestek, s čímž se tak často nesetkáme. Poměrně pochmurná barevnost a příliš obyčejné pojetí typografie však tomuto návrhu mírně kazí jinak skvělou pověst, chápu však důraz na industriální proces výroby, který se do vizuality promítá.

5.2 OSTATNÍ PRODUKTY

Inspiraci pro tvorbu však lze čerpat i u jiných výrobců a u zcela odlišných produktů. Jejich kreativní řešení je mnohdy natolik originální a nesrovnatelné s výrobky v oblasti ovocných destilátů, že není radno při hledání vlastního vizuálního zpracování tuto oblast přehlédnout.

TATRATEA



Obr. 8 Obalové řešení Tatratea (Zdroj: Designmag, 2010)

Povedený redesign obalového řešení Tatranského čaje, kterého se v r. 2010 ujmula trnavská agentura Pergamen. Výsledná podoba lahví, které samy o sobě nedisponují žádnou konkrétní etiketou, u niž bychom se mohli inspirovat, byla několikrát za svůj design lokálně i mezinárodně oceněna, čímž se také výrobce zaslouženě na lahvi pyšní. Inspiraci pro tvorbu hledali designéři v horském prostředí, které je s nápojem od počátku spojeno – lahve mají připomínat tvar termosky s hřejivým nápojem, jejich vršek pak například kolečko u hodinek. Dalším výrazným prvkem, kromě samotných lakovaných neprůhledných lahví, je pak i iniciála písmene T, do které se promítají folklórní motivy a tradiční lidové symboly spolu s procentuálním vyjádřením obsahu alkoholu. Zbytek samotné lahve je čistě a elegantně typograficky doplněn, jednotlivé nápoje celé série jsou pak nepřehlédnutelně odlišeny výraznou barevností.³⁷

³⁷ IVICA, Čampová. *Tatranský čaj dostal nový obal a název TatraTea* [online]. In: . [cit. 2024-04-01]. Dostupné z: <https://www.designmag.cz/produkty/13444-tatransky-caj-dostal-novy-obal-a-nazev-tatratea.html>

THAT BOUTIQUE-Y RUM COMPANY



Obr. 11 Etikety rumů (Zdroj: That Boutique-y Rum Company, c2018)

Zcela netypicky a vtipně pojaté zpracování etiket. Lahvím dominuje výpravná ilustrace – tyto rumy totiž pocházejí z různých míst, dob a destilérií a na každé z lahví tak máme příležitost pozorovat jiný ilustrovaný příběh, který vtipným způsobem charakterizuje daný produkt. Setkáme se zde tak s elegantními psy v londýnském metru, dávno zapomenutým a zchátralým prostředím trinidadské destilerie a dalšími unikátními motivy.

TAMÁS ESTATES



Obr. 12 Vinné etikety (Zdroj: 1000 obalový design, 2008)

Etikety této značky vína jsou netradičně stylizovány do podoby palubního lístku. Pracují s atypickým tvarem a perforací (jako kdyby byl lístek označen průvodčím) a celkový vzhled působí ručním a určitým retro dojmem. Za vizuálně nejzajímavější a pro mou práci nejinspirativnější prvek považuji spodní část etikety, kde jsou ve stylu psacího stroje zaznamenány údaje o produktu – rok vzniku, % alkoholu a objem lahve. Design zpracovalo studio Michael Osborne Design.³⁸

³⁸ LESÁKOVÁ, Alice. 1000 obalový design: nejlepší nápady pro kartony, krabice, tašky a láhve. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 9788073911911, s. 247.

5.3 DOMÁCÍ ZNAČENÍ

Při označování domácích destilátů můžeme narazit na různé přístupy k záznamu podstatných informací. Setkáme se tak s jednoduchými ručně psanými a lepenými lístečky s popisem druhu ovoce, roku a obsahu alkoholu, standartními samolepkami z pálenic bez jakýchkoliv konkrétních údajů, ojediněle také s informacemi napsanými přímo na lahvi či použitím nejrůznorodějších zkratek pro konkrétní údaje daných destilátů. Tyto způsoby jsou zaručeně nejsnadnější a nejrychlejší cestou, jak výtobytky své práce označit, určitě však ne tou nejelegantnější. V mnoha případech nejsou výrobky poznačeny vůbec, čímž pak vzniká neidentifikovatelná tekutina nejasného původu. Při skladování se pak ve většině případů používají lahve komerčně vyrobeného a již vypitého alkoholu se šroubovacími či korkovými závitky. Ty jsou v lepším případě alespoň zbaveny původních etiket, ani to však není stoprocentním pravidlem. Často se také jedná o lahve zavedených výrobců, kteří svá loga lisují přímo do skla, což není zcela ideální pro prezentaci našeho vlastního výrobku, ale jde o zcela srozumitelnou a ekonomicky svědomitou volbu. Ve sklepech a domácích barech tak nalezneme destiláty skryté ve skle výrobců Božkov, Cinzano, Tullamore, Aperol Spritz, R. Jelínek, Beefeater apod. Pro skladování se zužitkovávají i původní lahve na víno z čirého ba dokonce barevného skla, v zcela krajních případech se také setkáme se znovu uzavíratelnými lahvemi od piva. Pro skladování větších objemů destilátů pak slouží skleněné demižony, občas jsou také využívány kovové nádoby a barely.



Obr. 14, 15, 16 Ukázka domácího značení destilátů (Vlastní zdroj, 2024)

6 OVOCNÉ DESTILÁTY

6.1 DEFINICE

Ovocné destiláty můžeme popsat jako alkoholický nápoj s obsahem ethanolu získaného výhradně destilací zkvašeného ovoce, ovocné dřevě, šťávy nebo jejich kombinace s koncovým obsahem ethanolu nejméně 37,5 %.³⁹ Jedná se o destilát vyráběný tradičně v některých slovanských zemích po domácku či průmyslovými způsoby.⁴⁰ V dnešní době se setkáme s pestrou nabídkou variant destilátů vyrobených z různých druhů ovoce či zeleniny, které disponují cukry, které je možno přetvořit na alkohol.

6.2 HISTORIE

Žijeme v době, kdy se svět čím dál více přesouvá do digitálního prostředí a dochází k zániku či přeměně dodnes obyčejných aktivit, řemesel a činností. I tak se zde však stále dodržují tradice, které pomáhají uchovávat a předávat kulturní dědictví našich předků z generace na generaci. Mezi jednu z takových tradic na našem území bychom mohli zařadit i pěstitelskou výrobu pálených destilátů, která je už téměř součástí naší kulturní identity, a to především ve venkovských oblastech a na vesnicích. Ovocné sady byly vždy přínosem potravy, a pro to, co se nespotřebovalo, se muselo najít jiné využití – nezpracované ovoce se zužitkovalo právě pro výrobu destilátů.

Historie výroby těchto nápojů je u nás úzce spjata s dějinami ovocnářství. Ovocné stromy, které k nám často doputovaly ze zemí balkánského poloostrova či arabských zemí, se u nás na spoustě míst zdárně uchytily. Znalost výroby alkoholu podobnými způsoby sahá až do historie starověku. Příprava takových nápojů byla primitivní – plody ovoce byly ponechány samovolnému kvašení, čímž vznikala alkohol a po skončení kvasu se šťáva pila bez dalších úprav. Přesné zasazení výroby koncentrovanějších lihovin a destilace není přesně známo – literatura uvádí italské kláštery jako první místa, kde se destilovalo, jiná tvrdí, že jejich výrobou se zabývali již ve starověkém Egyptě. Znalost destilace se do Evropy donesly z arabských zemí, kde lékaři během 10. a 11. století používali tyto principy pro destilaci lihu s příměsí rostlin. První přesný popis destilačního zařízení pochází pak ze 13. století. Do českých zemí se pak tyto znalosti dostaly skrze Německo a Francii, první zmínky o jejich výrobě a konzumaci pocházejí z přelomu 13. a 14. století,

³⁹ ŠKOPEK, Josef. *Výroba destilátů z vlastního ovoce*. České Budějovice: Dona, 2003. ISBN 80-7322-045-8, s. 104.

⁴⁰ *Ottův slovník naučný: ilustrovaná encyklopaedie obecných vědomostí*. V Praze: J. Otto, 1905. sv. 23, s. 395. Dostupné také z: <https://www.digitalniknihovna.cz/nkp/uuid/uuid:b6f22800-13c0-11e5-a599-5ef3fc9bb22f>

velký rozvoj pak nastal za vlády Karla IV., za jehož vlády se hojně pěstovala vinná réva, která se pak nechala kvasit a destilovat. V 15. století paliči vína získávali destiláty ze zkaženého vína, špatného i dobrého piva a vinných kvasnic. V 16. a 17. století se pak destiluje nejen z piva a vína, ale právě z ovoce jako byly trnky, hrušky, jablka, jahody, bezinky a šípky, k nimž se přidávalo koření, byliny, ovocné šťávy, květy či dokonce mouka. Během 17. století se tyto zkušenosti rozšířily na Moravu a Slezsko, odkud jeho obliba pokračovala do Polska a Ruska.⁴¹

V současné době platí i nadále to, že alkohol se dá vytěžit v podstatě z čehokoliv, co obsahuje cukr. To značně omezuje zákon, který legálně omezuje výrobu destilátu na pouze tzv. pěstitelský způsob, což v praxi znamená, že nabytí ovoce musí být v souladu se zákonem, destilace musí být provedena skrze zařízení k této činnosti oprávněném, skrze které je pak odvedena příslušná daň a množství čistého lihu vyrobeného za rok je limitováno. Ani tyto komplikace však nijak nesnižují produkci těchto nápojů.⁴²

6.3 VÝROBA

Zdánlivě základním, nejděším a nejzdlouhavějším procesem vzniku destilátu je péče a starostlivost o ovocný strom. Jedná se o krok, do kterého se promítá spousta okolností (čas, povětrnostní podmínky, lokalita, zvlaha, sluneční svit atp.), které mají zásadní vliv na kvalitu výsledného produktu, zejména na jeho chuť a vůni.

Během následného sběru ovoce je pak důležité postupovat tak, aby nedošlo k znehodnocení jeho kvality. Hlavní je zralost a nezkaženost ovoce, správná technika česání jednotlivých druhů ovoce a určení správných kusů pro kvas. Pro ten pak platí obecná pravidla týkající se čistoty plodu, obsahu pecek, kvality či uleželosti ovoce.⁴³

Kvašení je proces, díky kterému z ovoce získáváme alkohol. Ovoce je nasbíráno a rozmělněno do kvasné nádoby, ve které pak probíhá anaerobní rozklad cukrů za vzniku ethanolu (alkoholu) a oxidu uhličitého.⁴⁴

⁴¹ DÝR, Josef. *Výroba slivovice a jiných pálenek*. 3., přeprac. vyd. Praha: Maxdorf, 1997. ISBN 80-85800-53-5, s. 12–13.

⁴² ŠKOPEK, Josef. *Výroba destilátů z vlastního ovoce*. České Budějovice: Dona, 2003. ISBN 80-7322-045-8, s. 7–8.

⁴³ Tamtéž, s. 41–42.

⁴⁴ DÝR, Josef. *Výroba slivovice a jiných pálenek*. 3., přeprac. vyd. Praha: Maxdorf, 1997. ISBN 80-85800-53-5, s. 56.

Koncovým krokem při vzniku pálenky je fáze destilace. Ta probíhá v pálenicích, kam pěstitel může dovézt již připravený kvas nebo pouze sesbírané ovoce.⁴⁵ Destilací se již alkohol nevyrábí, pouze zvýšíme jeho koncentraci spolu s odpovídajícími chuťovými a aromatickými vlastnostmi. Jedná se o proces rozdělování směsí látek o různých bodech varu, pomocí čehož se zbavujeme nežádoucích látek a extrahujeme konzumní část destilátu.⁴⁶

Takto vyrobený destilát pak projde ředěním na požadovanou objemovou % alkoholu tak, aby byl přizpůsoben chutím a toleranci výsledného konzumenta. Ta probíhá ihned po destilaci a ředí se destilovanou, pramenitou či balenou vodou. Na výsledné vlastnosti může mít vliv i jeho další uskladnění, jelikož v destilátu stále dochází k látkovým proměnám. Tím můžeme dále ovlivnit jeho chuťové či vzhledové vlastnosti, čehož lze docílit např. větráním, zráním nebo použitím dřevěných sudů.⁴⁷

Tento zestručněný popis vzniku výroby slouží jako jeden z hlavních inspiračních zdrojů pro praktickou část a je zásadní pro pochopení zpracovávaného tématu.

⁴⁵ ŠKOPEK, Josef. Výroba destilátů z vlastního ovoce. České Budějovice: Dona, 2003. ISBN 80-7322-045-8, s. 7–8.

⁴⁶ Tamtéž, s. 65–68.

⁴⁷ Tamtéž, s. 79–84.

7 PODSTATNÉ INFORMACE ETIKET

Jelikož se v této práci nejedná o průmyslově a komerčně vyráběný destilát, můžeme si na etiketě odpustit několik povinných informací, které by jinde byly potřeba. Mezi ně patří především prvky, které pomáhají zákazníkovi s výběrem či s usnadněním nákupu samotného, jako jsou kalorické tabulky, čárové kódy či jiné informace, které musí běžní výrobci uvádět. Pro etikety domácích destilátů jsou nejpodstatnější následující údaje, které by na etiketě domácího produktu neměly chybět a jsou stěžejní pro informovanost pěstitele a konzumenta:

- Druh – z čeho je daná pálenka vyrobena. Většinou se setkáme s obecným názvoslovím druhu ovoce (slivovice, hruškovice, meruňkovice...), někdy však může být přítomen i údaj o odrůdě ovoce (např. slívy karlátka).
- Vyjádření objemu alkoholu – na kolik procent je daný destilát naředěn.
- Rok sklizně – tento údaj bývá často přímo úměrný datu vypálení, jehož podstata je vysvětlena níže.⁴⁸

Následující údaje sice nejsou již těmi hlavními, považuji však za příhodné, objeví-li se na výsledné etiketě.

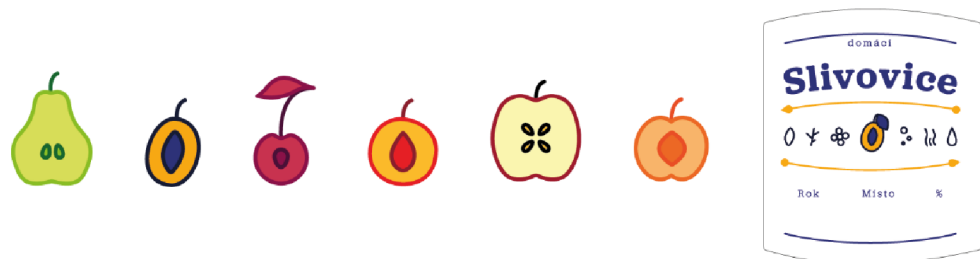
- Signatura pěstitele – pro to často na etiketách není prostor, většinou totiž víme, od koho destilát pochází, považuji však za chybné tento údaj nezaznamenat, jelikož může láhev upadnout v zapomnění a jejího původu se již nedopátráme.
- Objem – údaj důležitý zejména při skladování ve větších objemech destilátu. U menších lahví většinou dokážeme poznat, o jakou velikost se jedná – ve větších demižonech či barelech už je však situace složitější a o to důležitější je mít záznam o výsledném objemu destilátu.
- Datum vypálení – datum vypálení je indikativní zejména necháváme-li destilát ještě např. pár let dozrát. Je však dobré mít přehled o tom, kdy a kolik toho bylo vyrobeno.
- Údaje o palírně – lokace, název nebo logo.

⁴⁸ ŠKOPEK, Josef. Výroba destilátů z vlastního ovoce. České Budějovice: Dona, 2003. ISBN 80-7322-045-8, s. 39.

8 TVORBA ETIKET

8.1 HLAVNÍ MOTIV

Celý proces tvorby pro mě začal rešerší, brainstormingem a výpisem slovních asociací k danému tématu. Po menší exploraci této oblasti jsem došel k závěru, že kreativní pole zvoleného tématu je značně omezené předdefinovanými aspekty, které musí etiketa obsahovat, a že hledat vlastní vizuální pojetí bude v takto úzkém rozsahu bude komplikovanější, než se zprvu mohlo zdát.



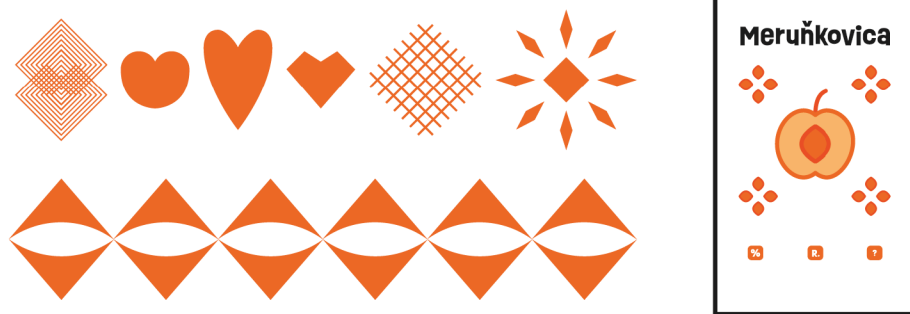
Obr. 17 První návrhy, minimalistická vektorová stylizace (Vlastní zdroj, 2024)

Zcela prvotní návrhy se nesly v duchu jednoduchosti a práce s geometrickými a vektorovými formami a symbolikou motivů. Už zde se začala do procesu promítat myšlenka zpracování vzniku destilátu jako určitého příběhu. U tohoto návrhu je jeho zpracování pojato zástupnými symboly / piktogramy, přičemž každý z nich zastupuje jednu z fází procesu výroby destilátu. Celý návrh však vizuálně působí příliš měkkým dojmem, který se ke zvolené tematice nehodí. Ikony nemusí být dostatečně pochopitelné a také celkový tvar etikety, ač zajímavý, je příliš atypický. Jednotlivé piktogramy ovoce působí také příliš jednoduchým dojmem, který by mohl být asociován např. s ovocnými džusy, což není zcela vhodné.



Obr. 18 Stylizace příběhu procesu výroby (Vlastní zdroj, 2024)

Další návrh rozvíjí již zmíněný koncept příběhu, nyní však pracuje s jednotlivými fázemi jako se samostatnými ilustracemi, přičemž zde vznikla myšlenka na vytvoření série uvnitř série, kdy by pro jeden druh destilátu vzniklo celkově pět etiket. Tento koncept mi přišel zajímavý, avšak poněkud limitující, především z toho důvodu, že by celý příběh byl od sebe oddělen a limitován na to, že se pokaždé objeví všech 5 lahví pohromadě. Jednotlivé ilustrace by tak postrádaly pokračování či začátek a celý koncept by tak postrádal kontext. Práce s jednoduchými vektorovými formami opět není vůbec vhodná a připomíná ovocné džusy či dětskou stravu ještě více než prvotní návrh.



Obr. 19 Inspirace folklórními motivy (Vlastní zdroj, 2024)

V rámci navrhování se také nabízela možnost práce s určitými folklórními motivy a rastry inspirovanými tradičními kroji či ornamentalistikou venkovských chalup, které by destiláty zasadily do jejich typického prostředí. Inspiraci pro tento návrh jsem také hledal u značky Marsen, která pracuje se zrcadlenými motivy folklórních prvků.



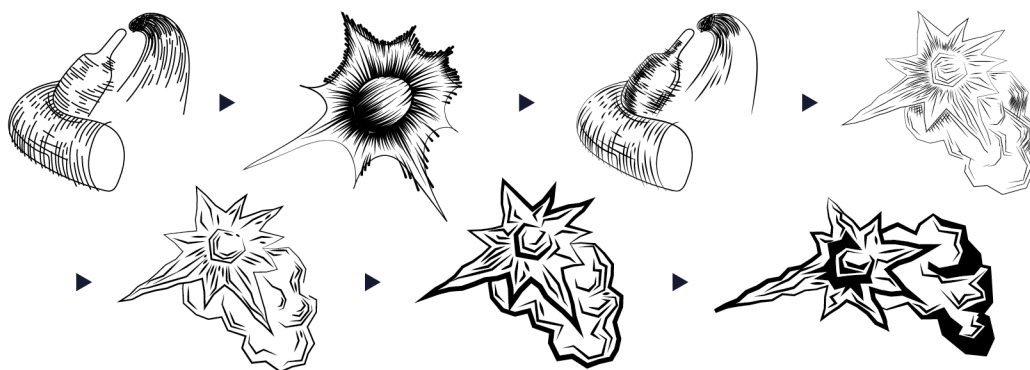
Obr. 20 Práce s nahrazením části slova (Vlastní zdroj, 2024)

Některé návrhy si také pohrávaly se slovními hříčkami, kde je písmeno O ve slově meruňkovice nahrazeno piktogramem ovoce či kde piktogram zcela nahrazuje název ovoce a je doplněn pouze o koncovku názvu – ice. Tyto návrhy mi přišly vtipné, postrádaly však hlubší význam, zajímavější vizuální zpracování a neměly pro mě příliš potenciál pro další rozvoj konceptu.



Obr. 21 Návrh stylizace etiket (Vlastní zdroj, 2024)

Tento koncept zcela opouští princip zachycení procesu, přinesl však zcela nové nápady do tvorby. Vyobrazení švestky může vzdáleně připomínat klasické grafické techniky, zejména pak rytinu. Typografie návrhu se pak odvíjí z ostrých hran stylizace a také se částečně inspičuje českou historií a gotickou tradicí či historií výroby.

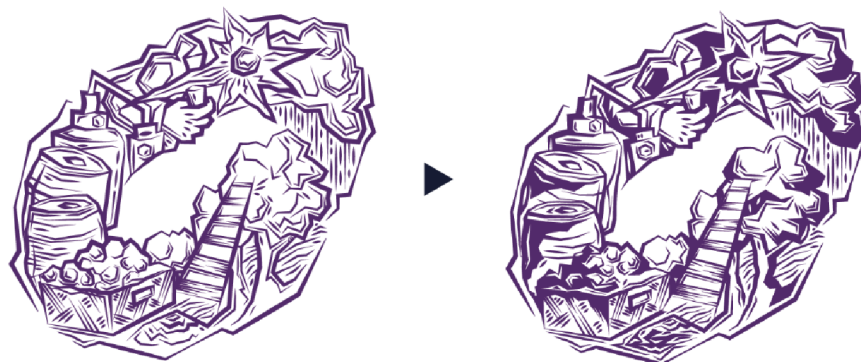


Obr. 22 Inspirace grafickými technikami a postup stylizace (Vlastní zdroj, 2024)

Spousta etiket napříč trhem je inspirována tradičními hlubotiskovými technikami leptu, rytiny či mezzotinty. Stylizovat hlavní motiv tímto způsobem v digitálním prostředí jsem se snažil uplatnit na skicu ilustrace, která do siluety daného ovoce komponuje celý příběh vzniku destilátu. Počáteční inspirací pro mě byly rytiny a suchá jehla, jejichž jemné tahy by však v kompaktních rozměrech etikety zcela zanikly a nebylo by možné je rozpoznat.

Tato základní stylizace pak byla následně několikrát zjednodušena a přetransformována do různých podob, které však pokaždé vedly k podobnému výsledku – nekonkrétnosti jednotlivých linií a tím i nečitelnosti ilustrace.

Tento přístup mě však dovedl k návratu o krok zpět, kdy jsem se i vzhledem k nepřehlédnutelným asociacím k tématu (ovoce – ovocný strom – dřevo) rozhodl inspirovat právě technikami dřevořezu a dřevorytu, tedy technik tisku z výšky. Značnou inspirací mi byla také česká grafika, např. ostrá geometrická stylizace v tiscích Josefa Čapka. Stylizace byla zpočátku stále příliš složitá a nečitelná, nebylo možné od sebe jasně odlišit jednotlivé komponenty ilustrace. Postupným zjednodušením a úpravami v tazích se však povedlo najít ideální poměr, při kterém tahy a jednotlivé tvary byly dostatečně viditelné i v drobných velikostech, se kterými se na etiketě musí počítat



Obr. 23 Úprava finální stylizace (Vlastní zdroj, 2024)

První kompletní ilustrace, i přes jasnou rozpoznatelnost jednotlivých prvků však působila příliš lineárně a ploše, kvůli čemuž výsledná podoba ovoce nepůsobí příliš výrazným dojmem, částečně se ztrácí v kvantitě bílého prostoru okolo a není tak ústředním motivem etikety. Z tohoto důvodu došlo ještě k další úpravě, která umocnila dojem a podobnost s klasickými grafickými technikami. Ilustrace se tak začala skládat nejen z linií ale i větších barevných ploch, které vyplňují oblast stínů, utváří větší dojem prostorovosti a vzniká tak podstatný kontrast, který z ovoce činí ústřední prvek.



Obr. 24 Výsledné jednobarevné ilustrace ovoce (Vlastní zdroj, 2024)

Výsledný návrh komponuje celkových šest fází vzniku destilátu (vliv přírody, péče o strom, sběr, kvašení, destilace a degustace) do určitého cyklu / koloběhu, který probíhá kolem negativních prostorů uprostřed symbolizujících jádro daného ovoce a ve výsledném zpracování utváří siluetu daného ovocného plodu, z něhož je destilát vyroben. Hustota jednotlivých prvků je zde úmyslným prvkem, který ve výsledku pomáhá utvořit tvar ovoce. Jednotlivé komponenty ilustrace tak na první pohled či při pohledu z dálky zůstávají skryty a odkrývají svůj hlubší potenciál až při bližším, konkrétním a osobním nahlédnutí.

Výslednou sérii etiket, která zpracovává šest nejznámějších destilátů u nás (slivovici, hruškovici, meruňkovici, jablkovici, třešňovici a mirabelkovici), od sebe pomáhá odlišit nejen tvar ovoce, ale tak tvar jeho jádra. Jelikož si jsou obrysy jednotlivých druhů ovoce někdy velmi podobné, kromě barevnosti tak jádro může působit jako jasný odlišovací prvek, který zároveň dodává posloupnost čtení ilustrace po směru hodinových ručiček a charakterizuje tak celý koloběh výroby domácího destilátu. Nejvýraznější změnou vůči původnímu tvaru ovoce prošlo jablko, které je z části ukousnuto, a to z důvodu lepší rozpoznatelnosti od ostatních druhů.

Jednotlivé ilustrace, i když v principu zachycují stejný příběh a myšlenku, bylo nutné individuálně přizpůsobovat jednotlivým tvarům, a tak prvky nejsou zcela totožné jako na ostatních etiketách, některé však v základu zůstávají podobné. Nejvýraznější změnou každé etikety je ovocný strom, na kterém dané ovoce roste. Často se také mění podnebí – tvary sluncí a mraků. V některých ilustracích jsou také symbolicky zakomponovány mé osobní zkušenosti a vzpomínky spojené s daným ovocem a pomáhají doplnit jinak prázdný prostor. Jedná se např. o hejno špačků, traktor skrytý za stromy, meruňkové koláče, krtelec, plachta se sesypaným ovocem či špendlík. Minimálním detailem se pak následně ilustrace odlišují ještě na lahvích zastupujících degustační část procesu, kde jsou na jejich etiketách zaznamenána počáteční písmena vyrobeného destilátu.

8.2 TYPOGRAFIE

Pro vytvoření vizuálně kompletního celku je potřeba volba správného typu písma. Text je nejvýznamnějším nositelem informací v našem světě a není radno podceňovat jeho informační, a především pak také vizuální hodnotu. Důležité bylo, aby vybraný typ písma dostatečně korespondoval a adekvátně doplňoval hlavní ilustraci ve tvaru ovoce a zachoval si dostatečnou čitelnost při použití i v malých velikostech. Pro použití na české názvy destilátů je také podstatné, aby disponoval kompletní sadou diakritiky. V rámci tvorby jsem experimentoval s nejrůznějšími druhy písma, které však příliš nesouznivaly s hlavním motivem či nedisponovaly právě českou diakritikou.

<i>Slivovice</i>	Slivovice	Slivovice	Slivovice
<i>Hruškovice</i>	Hruškovice	Hruškovice	Hruškovice
<i>Meruňkovice</i>	Meruňkovice	Meruňkovice	Meruňkovice
<i>Responder P Book</i>	Gandur New	Ferryman	Jubilat

Obr. 25 Výběr písma (Vlastní zdroj, 2024)

Písmem používaným ve finálním návrhu je Fakir Pro pocházející z dílny písmolijny Underware. Hlavní nápis je vysázen kapitálkami řezu Fakir Pro Regular Small Caps. Tento řez je dále používán v jeho neupravené verzi i pro další doplňující texty. Jedná se o písmo, jež může připomínat gotické rukopisy či skripta, zachovává si však dostatečně moderní a originální vzhled. Ostré hrany a diagonální serify pak hezky korespondují se stylizací hlavního motivu. Toto písmo je dostupné k použití pod licencí Adobe Creative Cloud a dostupné na stránkách písmolijny.

<i>Slivovice</i>	SLIVOVICE
<i>Hruškovice</i>	HRUŠKOVICE
<i>Meruňkovice</i>	MERUŇKOVICE
<i>Fakir Pro Regular</i>	FAKIR PRO REGULAR SMALL CAPS

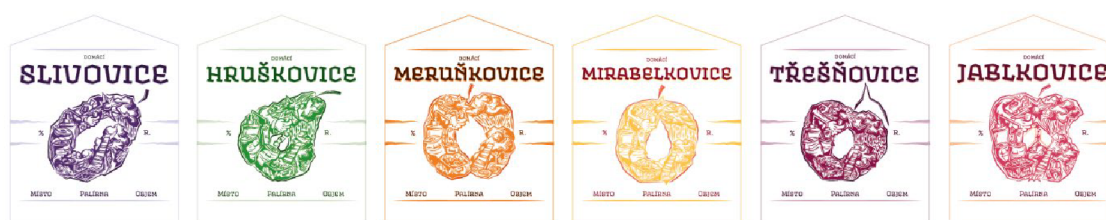
Obr. 26 Vybrané písmo Fakir Pro (Vlastní zdroj, 2024)

8.3 ROZVRŽENÍ, TVAR A FORMÁT ETIKETY

Výsledná etiketa obsahuje následující prvky:

- volný prostor pro signaturu pěstitele,
- název ovocného destilátu se slovem domácí,
- hlavní motiv – ilustraci,
- informace o daném destilátu – obj. alkoholu, rok a místo vzniku, datum vypálení nebo údaj o palírně a také indikaci objemu.

Ty jsou na etiketě uspořádány v jasně strukturovaném systému, přičemž nejvýraznějším prvkem je ilustrace motivu ovoce, která je centrálně umístěna. Druhou dominantní položkou je název samotného destilátu, který je umístěn v horní části etikety. V prostoru nad ním se nachází slovo domácí a výše pak pomocí horizontální dělicí čáry vzniká prostor, který umožňuje dopsání jména či signatury pěstitele. V prostoru pod hlavním motivem se pak nachází oblast pro zápis dalších informací – místa vzniku, data vypálení / informacích o palírně a objemu. Stejně jako v horní části etikety se zde objevuje oddělovací čára, pod kterou se informace zapisují. Ta slouží pro udržení struktury designu a jako další vizuální a barevný prvek. V prázdném prostoru okolo ovoce se na levé straně nachází místo pro zapsání objemu alkoholu, na pravé straně je pak prostor vyhrazen pro údaj o roku vzniku destilátu. Tyto údaje jsou ohraničeny horními a spodními zužujícími se liniemi, které svým roztřepením kopírují styl hlavní ilustrace a vizuálně připomínají větvičky ovocného stromu.



Obr. 27 Finální rozvržení jednotlivých etiket (Vlastní zdroj, 2024)

Tvar etikety byl značně variován v procesu tvorby, pro finální podobu byl však zvolen tvar obdélníku, přičemž vrchní hrana je uprostřed vyvýšena, čímž vzniká nejen prostor pro signaturu, ale také tvar domečku, který si pohrává s myšlenkou, že destilát pochází z domácího prostředí.

U formátu etikety je pak důležité zvolit správnou velikost, která bude dostatečně reprezentativní na různých velikostech použitých nádob. Rozměry výsledné etikety jsou přibližně 70 mm × 100 mm, což vytváří potřebný prostor pro dopsání všech informací o destilátu a dává dostatečně vyniknout detailnímu ústřednímu motivu. Etiketu je však možno jednoduše upravit a přizpůsobit ostatním formátům a v případě potřeby přidat údaje či jej některých prvků zcela zbavit. Tento formát je důležitý také pro úspornost návrhu, který se do jednoho archu A4 vejde osmkrát a je jednoduše přizpůsobitelný pro předřezaný formát etiket 74 mm × 100 mm. Vytisknutý materiál tak při ořezu produkuje minimální odpad, při přizpůsobení tvaru etikety a rozvržení designu do formátu zmíněné standardní etikety jsou ořezy zcela eliminovány.

8.4 BAREVNOST

Barevné zpracování je jedním z nejnápadnějších prvků celého návrhu, který pomáhá jednotlivé etikety od sebe výrazně odlišit a přiřadit je ke správnému druhu ovoce, ze kterého nápoj vznikl. Barevnost se tak čistě logicky inspirovat charakteristickým zbarvením každého druhu. Výsledné barevné pojetí každé etikety se skládá ze tří odstínů, přičemž ve většině případů je nejtmavší odstín používán v typografických prvcích a při zvýraznění obrysů jednotlivých plodů ovoce, střední tóny zvýrazňují ústřední ilustrativní motiv a nejsvětější odstín vyplňuje strukturální a dekorativní prvky etikety jako jsou oddělovací linie či vržený stín podtrhující hlavní nápis. Výjimku tvoří etikety mirabelkovice, meruňkovice a jablkovice, kde je s barvami pracováno lehce odlišným způsobem, stále však se stejným záměrem.



Obr. 28 Zvolená škála barev (Vlastní zdroj, 2024)

8.5 LAHVE, MATERIÁL A POUŽITÁ TECHNOLOGIE

Základní podmínkou na lahve ovocných destilátů je především jejich zdravotní nezávadnost, proto je nejvhodnější a nejtypičtější využívání skleněných lahví, typicky těch, které jsou jako destilát průhledné.

Jak bylo již zmíněno výše, při skladování destilátů se většinou sejde více různorodých lahví. Při návrhu etiket je tak potřeba myslet na to, aby zde byla možnost aplikovat je na více tvarů, objemů a forem lahví. Pro prezentační účely této práce a celistvost zpracování jsem však vybral i ideální lahev, která vizuálně souznívá s navrženými etiketami. Nádobu Zadig značky Saverglass nejtypičtějšího objemu 0,7 L je vyrobena z čirého skla a disponuje šroubovacím uzávěrem pro snadnou manipulaci, údržbu a dlouhou trvanlivost. Zúžením lahve směrem k hrdlu pak kopíruje horní hranu etikety ve tvaru pomyslného domečku.

Při výběru materiálu pro výsledné etikety bylo potřeba myslet na jednoduchou aplikaci a odinstalaci, stálost a odolnost materiálu a v neposlední řadě také na jeho estetické hodnoty. V procesu tvorby tak bylo otestováno několik druhů papíru a na základě jejich barevných vlastností, struktury, dostatečné gramáže a také schopnosti přijímat tiskovou barvu v dostatečné kvalitě byl vybrán ideální materiál. Pro výslednou sérii etiket byl zvolen jemně texturovaný bílý papír, jež svým povrchem připomíná papír akvarelový. To výslednému produktu dodává patřičný dojem exkluzivity, je příjemný na dotek a zaručuje, že design zůstane vizuálně konzistentní s ohledem na nejrůznější podmínky a prostředky, které má daný pěstitel aktuálně k dispozici. Design a výběr daného materiálu je tedy koncipován tak, aby byl snadno vytisknutelný i na obyčejných kancelářských tiskárnách a eliminoval potřebu použití sofistikovanějších tiskových strojů, byl stále dostatečně kvalitní i při použití levnějších materiálů a byl co nejpodobnější originálnímu návrhu i na běžných či alternativních samolepicích papírech (lesklých, matných, strukturovaných...). Při tvorbě bylo také potřeba vymyslet, jak vybraný materiál uchytit na povrch skleněných lahví. Jako nejpraktičtější a nejjednodušší řešení vzešlo použití oboustranné samolepicí folie, kterou je možno aplikovat na celou plochu vytištěného formátu A4 a následně jej dle potřeby nařezat. Dostupnější, ale problematičtější, může být také použití oboustranné lepicí pásky, alternativou pak tisk na přímo na samolepicí archy.



Obr. 29 Výběr materiálu, testovací tisky (Vlastní zdroj, 2024)

Vzhledem k výše uvedeným důvodům jsem se pro výsledný produkt také rozhodl nevyužít žádnou ze speciálních tiskových technologií, a to i přes to, že by se zde využití některých z nich nabízelo. Zahrnoval-li by návrh např. zlacení, ražbu či parciální lak, tzv. po domácku vytištěný návrh by působil oproti původnímu návrhu méněcenně. Právě proto je pro tisk etiket využito digitálních tiskových technologií, kterými dnes disponuje skoro každá domácnost. Jedná se o finančně nenáročný a lehce dostupný způsob tisku, který disponuje dostatečnými kvalitami pro zachování všech detailů a je schopen důstojně prezentovat navržené zpracování.



Obr. 30, 31 Výsledná série etiket na vybraných lahvích (Vlastní zdroj, 2024)

9 DOPLŇKOVÁ TISKOVINA

Doprovodnou tiskovinou k této práci je tzv. pěstitelský zápisník. Jedná se o určitou formu deníku či záznamníku, který slouží jako místo pro uchovávání nejrůznějších informací ohledně pěstitelova díla, je však zaměřen především na sběr ovoce pro konzumaci a využití v destilátech. Tyto informace se často jednoduše zapomínají, je potřeba si na ně složitě rozpomenout či je dohledávat, což už často není ani možné. Cílem této tiskoviny je vytvořit ucelený a přehledný prostor pro záznam takových informací, aby byly jednoduše dohledatelné a systematicky zorganizované. U tohoto dokumentu je nejdůležitější logické řazení, snadná orientace a jasná struktura spolu s dostatečným prostorem pro zápis jednotlivých informací. Brožura obsahuje následující informace:

- údaje o pěstiteli, o lokaci pozemku a prostor pro dodatečné informace,
- orientační plán pozemku, prostor pro jeho nákres a legendu,
- přehled o vysázených stromech, o všech druzích a odrůdách, záznam jednotlivých let výsadby, kvantitu, pro ulehčení orientace v deníku, plánu či a reálném světě pak obsahuje i prostor pro orientační čísla či okénko pro barvu konkrétního stromu,
- údaje vztahující se k péči o sad, záznamy nestandardních či naléhavých informací a poznámek (zastřihávání stromků, použití chemikálií, nemoci, přírodní katastrofy atd.),
- informace o sběru – druh, datum, dané stromy, kvantitu a poznámky o sbíraném ovoci,
- informace o kvasu – druh, datum, dobu kvašení, číslo kvasu a prostor pro další poznatky,
- informace o destilaci – druh destilátu, datum vypálení, palírna, výsledná kvantita, údaje o uskladnění a prostor pro další poznámky (např. ohledně dalšího zrání, odvětrávání, konzumace atd.),
- prostor pro další poznámky, jelikož výše uvedená kritéria a formy nemusí být pro veškeré potřeby pěstitelů dostačující a je dobré počítat s budoucím rozvojem.

Tyto informace jsou zpracovány do přehledné brožury, kterou je možné používat jako fyzickou tiskovinu nebo využívat její možnosti v digitálním prostředí, které je mnohonásobně flexibilnější a nabízí nekonečný prostor pro libovolné rozšiřování tohoto zápisníku. Tištěná podoba zápisníku pracuje s formátem A5, který je dostatečně

přehledný a stále skladný. Jeho vizuální zpracování je částečně postaveno na designu etiket – využívá vizuality roztřepaných linií a taktéž užívá stejného písma Fakir Pro. Obálku tvoří zvětšené ilustrace ovocných stromů, stejně jako výrazný nápis zasazený do napodobeniny přibité dřevěné desky. Ten se promítá také na každé záložkách jednotlivých sekcí a v hlavičce každé stránky, kde je nápis doplněn o ilustraci přejatou z motivu etiket.

Zápisník je vytištěn a poskládán do desek s kroužkovou vazbou, což dodává flexibilitu a možnost libovolně přidávat či odebírat jednotlivé listy dle aktuální potřeby. Je také možnost svázat listy do obyčejné kroužkové vazby a uchovávat tak informace dle jednotlivých let.



Obr. 32, 33, 34, 35 Pěstitelský zápisník (Vlastní zdroj, 2024)

ZÁVĚR

Bakalářská práce zkoumá tematiku ovocných destilátů, obalového designu a polygrafického průmyslu a zjištěné poznatky aplikuje v praktické části při tvorbě etiket pro potřeby domácích pěstitelů v České republice. Výsledná podoba vychází z průzkumné rešerše, která hledala inspirativní zdroje na trhu a v domácím prostředí, charakterizovala je a konstatovala jejich klady a zápory. Vychází také ze získaných teoretických poznatků o obalovém designu, jeho funkcích a jednotlivých komponentech grafického zpracování.

Proces tvorby prošel značným vývojem, při kterém bylo prozkoumáno několik cest a možností daného řešení. Výsledná podoba splňuje předem vymezené cíle a respektuje zadání. Práce dále rozvíjí koncept individualizace přístupu k pěstitelství a jeho označování ve formě záznamníku, který umožňuje tvorbu pečlivých záznamů o práci v ovocném sadu. Výsledná série etiket je výrazná, vizuálně jednotná, osobitě zpracovaná a otevírá dveře možnostem dalšího rozpracování pro další destiláty. Inspiruje se řemeslným procesem výroby destilátů, českou historií a klasickými grafickými technikami tisku z výšky, jejichž vlastnosti a stylizaci aplikuje při práci v digitálním prostředí. Prezentuje také hotový produkt, který předvádí komplexní obalové řešení včetně lahve, materiálu etikety a způsobu uchycení.

Finální etikety bych dále rád nabídnul lokálním pálenicím v mém okolí jako propagační produkt, který mohou distribuovat mezi své zákazníky. Je možné je také dále personalizovat dle konkrétních potřeb pálenice. Tiskové soubory a motivy budou také volně přístupné ke stažení na digitálním úložišti pro potřeby domácích pěstitelů kdekoliv v zemi. Zvětšené ilustrace jednotlivých druhů ovoce mohou svými estetickými hodnotami sloužit také jako dekorativní tisky, např. do prostorů pálenic, sklepů, skladů či domácností.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ŠKOPEK, Josef. *Výroba destilátů z vlastního ovoce*. České Budějovice: Dona, 2003. ISBN 80-7322-045-8.

BARTOŇ, Jaroslav. *Tiskové techniky*. 2. dopl. a upr. vyd. Štětí: Střední odborná škola a Vyšší odborná škola obalové techniky, 2000. ISBN 80-902540-0-4.

DANNHOFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3785-7.

AMBROSE, Gavin a HARRIS, Paul. *Grafický design: typografie. Základy designu*. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2967-8.

BANN, David. *Polygrafická příručka*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-029-7.

MICHÁLEK, Ondřej. *Magie otisku: grafické techniky a technologie tisku*. Brno: Barrister & Principal, 2016. ISBN 978-80-7485-098-1.

LEOPOLD, Surga. *České bankovky a mince 1993–2012*. Praha: JEROME s.r.o. ve spolupráci s Českou národní bankou, 2012. ISBN 978-80-903266-9-9.

DYR, Josef. *Výroba slivovice a jiných pálenek*. 3., přeprac. vyd. Praha: Maxdorf, 1997. ISBN 80-85800-53-5.

LESÁKOVÁ, Alice. *1000 obalový design: nejlepší nápady pro kartony, krabice, tašky a láhve*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-191-1.

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

Ottův slovník naučný: ilustrovaná encyklopaedie obecných vědomostí. V Praze: J. Otto, 1905. sv. 23, s. 395. Dostupné také z:

<https://www.digitalniknihovna.cz/nkp/uuid/uuid:b6f22800-13c0-11e5-a599-5ef3fc9bb22f>

TYPO, Z. S. *Československá klasifikace Jana Solpery*. Online. 2009. Dostupné z: <http://old.typo.cz/databaze/pravidla-a-nazvoslovi/klasifikace-pisem/ceskoslovenska-klasifikace/>. [cit. 2024-03-31].

LABEL DESIGN, A.S. *Tiskneme technologii Braillova písma*. Online. C2021 - 2024. Dostupné z: <https://label-design.cz/tiskneme-technologie-braillova-pisma/>. [cit. 2024-03-31].

SKŘIVÁNKOVÁ, Alena. *HLUBOTISK* [online]. 2010 [cit. 2024-03-31]. Dostupné z: <https://people.fsv.cvut.cz/~soukup/bkl/skrivankova/hlubotisk.htm>

Rodinný lihovar Žufánek mění design, nové etikety vytvořila Little Greta [online]. 2023 [cit. 2024-03-31]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/galerie-reklamy/rodinny-lihovar-zufanek-meni-design-nove-etikety-vytvorila-little-greta/>

IVICA, Čampová. *Tatranský čaj dostal nový obal a název TatraTea* [online]. In: . [cit. 2024-04-01]. Dostupné z: <https://www.designmag.cz/produkty/13444-tatransky-caj-dostal-novy-obal-a-nazev-tatratea.html>

SEZNAM OBRÁZKŮ

- Obr. 1** Současná podoba etiket lihovaru Žufánek (Zdroj: Mediář, 2023)
Rodinný lihovar Žufánek mění design, nové etikety vytvořila Little Greta [online]. 2023 [cit. 2024-03-31]. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/galerie-reklamy/rodinny-lihovar-zufanek-meni-design-nove-etikety-vytvorila-little-greta/>
- Obr. 2** Etikety firmy R. Jelínek (Zdroj: R. Jelínek, c2019)
Rudolf Jelínek – S chutí do švestek. C2019. Dostupné z: <https://rjelinek.cz/>. [cit. 2024-04-02].
- Obr. 3** Etikety destilátu Tri stromy (Zdroj: Drinkito.cz, 2024)
Tri Stromy Slivovica 0,7 L 42%. Online. (n.d.). Dostupné z: <https://drinkito.cz/produkt/tri-stromy-slivovica-0-7-l-42-0>. [cit. 2024-04-02].
- Obr. 4** Etikety destilátu Marsen (Zdroj: Wineplanet, 2024)
Marsen – ovocné destiláty, tekuté ovocie [online]. 2024 [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: <https://wineplanet.sk/blog/marsen-ovocne-destilaty-tekute-ovocie>
- Obr. 5** Anton Kaapl (Zdroj: Lihovar Anton Kaapl, c2024)
Anton Kaapl SLIVOVICE 47%. Online. C2024. Dostupné z: <https://eshop.antonkaapl.cz/anton-kaapl/anton-kaapl-slivovice-47/>. [cit. 2024-04-02].
- Obr. 6** Poněšická pálenka (Zdroj: Lihovar Poněšice, c2024)
Poněšická slivovice 50% 0,5l. Online. In: Lihovarponesice.cz. C2024. Dostupné z: <https://www.lihovarponesice.cz/ponesicka-slivovice-50--0-5l/>. [cit. 2024-04-02].
- Obr. 7** Palírna Radlík (Zdroj: Palírna Radlík, c2019)
Palírna Radlík - fotogalerie. Online. In: Palirnaradlik.cz. C2019. Dostupné z: <https://www.palirnaradlik.cz/fotogalerie/>. [cit. 2024-04-02].
- Obr. 8** Obalové řešení Tatratea (Zdroj: Designmag, 2010)
TatraTea neboli Tatranský čaj od Karloff a agentury Pergamen. Online. In: Designmag.cz. 2010. Dostupné z: <https://www.designmag.cz/produkty/13444-tatransky-čaj-dostal-novy-obal-a-nazev-tatratea.html#&gid=1&pid=2>. [cit. 2024-04-02].
- Obr. 9** Kolekce GoT whisky (Zdroj: The Whiskey Reserve, c2024)
Game of Thrones Collection - 9 bottle set. Online. In: Thewiskeyreserve.com. c2024. Dostupné z: <https://thewiskeyreserve.com/products/game-of-thrones-collection-9-bottle-set>. [cit. 2024-04-02].
- Obr. 10** Lanýžový gin destilerie Garage22 (Zdroj: Garage22)
LANÝŽOVÝ GIN 500 ml 42 % alc. Online. In: Eshop.garage22.cz. B. r. Dostupné z: <https://eshop.garage22.cz/lanyzovy-gin/>. [cit. 2024-04-02].
- Obr. 11** Etikety rumů (Zdroj: That Boutique-y Rum Company, c2018)
Monymusk Distillery. Online. In: Thatboutiqueyrumcompany.com. c2018. Dostupné z: <https://thatboutiqueyrumcompany.com/collections/frontpage/products/monymusk>. [cit. 2024-04-02].

- Obr. 12** Vinné etikety (Zdroj: 1000 obalový design, 2008)
1000 obalový design: nejlepší nápady pro kartony, krabice, tašky a láhve. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 9788073911911, s. 247.
- Obr. 13** Etikety nealkoholických nápojů (Zdroj: 1000 obalový design, 2008)
1000 obalový design: nejlepší nápady pro kartony, krabice, tašky a láhve. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 9788073911911, s. 68.
- Obr. 14–16** Ukázka domácího značení destilátů (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 17** První návrhy, minimalistická vektorová stylizace (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 18** Stylizace příběhu procesu výroby (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 19** Inspirace folklórními motivy (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 20** Práce s nahrazením části slova (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 21** Návrh stylizace etiket (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 22** Inspirace grafickými technikami a postup stylizace (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 23** Úprava finální stylizace (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 24** Výsledné jednobarevné ilustrace ovoce (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 25** Výběr písma (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 26** Vybrané písmo Fakir Pro (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 27** Finální rozvržení jednotlivých etiket (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 28** Zvolená škála barev (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 29** Výběr materiálu, testovací tisky (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 30, 31** Výsledná série etiket na vybraných lahvích (Vlastní zdroj, 2024)
- Obr. 32, 33, 34, 35** Pěstitelský zápisník (Vlastní zdroj, 2024)