

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Pedagogická fakulta

Katedra výtvarné výchovy

JITKA HABRMANOVÁ

II. ročník – prezenční studium

**Obor: Učitelství výtvarné výchovy pro střední školy a základní umělecké školy
– jednooborové**

**GRAFICKÝ VIZUÁLNÍ STYL KONCERTNÍHO TURNÉ HUDEBNÍ
SKUPINY**

Diplomová práce

Vedoucí práce: Ak. soch. Tomáš Chorý

OLOMOUC 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a použila jen uvedení pramenů a literatury.

V Olomouci dne 27. 6. 2011

.....

vlastnoruční podpis

Poděkování

Děkuji Ak. soch. Tomáši Chorému, za odborné vedení práce a poskytování velmi inspirujících rad.

Dále bych ráda poděkovala Jakubu Marcinčínovi za výborné postřehy a odborné rady v oblasti hudby.

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

Obsah

Úvod.....	5
1. Inspirační zdroje.....	7
1.1. Automatická kresba Catherine Zask.....	8
1.1.1. Automatická kresba a malba – vyjádření pocitu z hudby (praxe).....	12
1.2. Vizuální styl.....	17
1.2.1. Vizuální styl hudební skupiny a koncertního turné.....	19
1.2.2. Nové logo Domu umění města Brna.....	21
1.3. Stručný výběr z historie rocku s důrazem na vizuální stránku.....	23
1.3.1. Inspirace současným vizuálním stylem vybrané skupiny (Muse).....	28
1.4. Návrat grafického designu k ruční výrobě.....	30
2. Vlastní pojetí vizuálního vzhledu Náhodných procesů a související typografická pravidla....	33
2.1. Logo, značka skupiny.....	33
2.1.1. Barevnost.....	37
2.1.2. Typografie.....	40
2.2. Plakáty.....	41
2.3. Obal a potisk CD.....	43
2.4. Návrhy potisků triček.....	44
Závěr.....	45
Obrazová příloha.....	46
Ukázka bakalářské práce.....	46
Inspirační zdroje.....	48
Návrhy vizuálního stylu koncertního turné hudební skupiny Náhodné procesy.....	59
Poznámky.....	62
Použitá literatura.....	65
Další materiály.....	66
Příloha.....	69
Anotace.....	70

Úvod

Ke zpracování praktické diplomové práce jsem si vybrala téma Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny v Ateliéru grafického designu. Výběr tohoto ateliéru vycházel z mých předchozích studií, jak na oboru Propagačního výtvarnictví-grafické úpravy tiskovin na střední uměleckoprůmyslové škole, tak i na Katedře výtvarné výchovy v Ateliéru grafického designu, kde jsem již absolvovala s bakalářskou prací. Také velký osobní zájem o grafický design se sledováním současných trendů, praxe v realizaci jiných zakázek a osobní rozvíjení v používání grafických editorů při zpracování, mi dávala možnost větší volnosti při samotné tvorbě. Proto jsem opět volila grafický ateliér k mé absolventské, nyní diplomové, práci.

Hledání tématu mě stálo mnoho času a přemýšlení, jaké zadání diplomové práce mám tentokrát vybrat. V bakalářské práci jsem zpracovávala Vizuální styl hudební skupiny pro Dlouhý vlasy (viz Obrazová příloha č. 1, 2, 3). Snažila jsem se hledat témata odlišná z důvodu strachu z opakování se. Přitom řešení bylo úplně jednoduché. Skupina Dlouhý vlasy se za ty dva roky změnila nejen po hudební stránce, ale hlavní změna proběhla také v názvu skupiny. Přejmenovali se na Náhodné procesy. Strach z opakování byl tedy zbořen. Bylo proto snadné využít výzvy, která se mi samovolně vytvořila a tak padlo rozhodnutí zpracovat jejich nový vizuální vzhled, který by byl zároveň více zaměřen na jedno koncertní turné.

Dalším důvodem byla také skutečnost, že zákulisí hudebních koncertů mi je velmi blízké a přišlo mi zajímavé zpracovat skupinu, v jejichž prostředí se již pohybuji od samotného vzniku a sleduji různé vývojové změny. Toto prostředí je nabitě tvůrčím ovzduším a je proto velmi inspirující pro vytváření zcela nového vizuálního vzhledu.

Teoretickou část diplomové práce jsem se rozhodla zmínit formou úvah a esejí. Rozdělila jsem ji na dvě hlavní části, kdy první se zabývá inspiračními zdroji, díky nimž jsem se postupným vývojem dopracovala k novému jednotnému stylu skupiny. V druhé části pokračuji popisem finálního zpracování loga, plakátů, obalu

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

na CD s řešením jeho vzhledu a kapitolu uzavírají potisky triček skupiny. Celou práci samozřejmě doprovázejí texty s typografickými pravidly, jejichž radami jsem se řídila při samotné tvorbě. Závěr textové práce je pojednán jako souhrn poznatků celé práce.

1. Inspirační zdroje

Při uvažování o novém ztvárnění vizuálního stylu čerstvě přejmenované skupiny Dlouhý vlasy na Náhodné procesy, jsem dospěla k úsudku, že budu vycházet právě z jejich nového názvu, který celkovou změnu skupiny dovršil.

Název Náhodné procesy vznikl jistou náhodou. Po dlouhém hledání nového vystihujícího jména, kdy padlo množství návrhů, ale žádný z nich nezaznamenal úspěch u všech členů kapely, se stala následující věc. Dva členové kapely navštěvující matematicko-fyzikální fakultu si všimli tohoto názvu při výběru volitelných předmětů. Po počátečních spíše vtipných poznámkách si zjistili, co se na záhadně pojmenovaném předmětu vyučuje. Předmět sám o sobě je nezaujal tak, jak jeho název. Ten je přímo okouzlivý svou nekonkrétní abstraktní podobou, kdy si každý posluchač může představovat, co se mu zlíbí. Je v něm také vyjádřena dynamika a pohyb. Po dohodě a přednesení ostatním nematematicky zaměřeným členům, se všichni usnesli tento název použít pro název své kapely, protože přesně vystihuje jejich seskupení, tak i procesy tvorby písní uvnitř v ní.

Já jsem se do problematiky náhodných procesů chtěla zhloubat více, abych pochopila jejich nadšení a zároveň se více dostala do problematiky, kterou jsem se rozhodla zpracovat. Při hledání na internetu, co náhodné procesy znamenají, se mi nabídly tyto definice:

- *„Náhodný proces je označení pro soustavu náhodných veličin, často veličin uspořádaných v čase. Tak jako náhodnou veličinou modelujeme náhodně zvolené číslo, lze si náhodné procesy představovat jednoduše jako náhodné vybírané posloupnosti (v případě diskrétního času) nebo náhodné funkce (v případě času spojitého). Náhodné procesy tak spadají do teorie pravděpodobnosti, i z hlediska aplikací je ale podstatný dynamický pohled na náhodné procesy jako na hodnoty určitých veličin náhodně se měnící v čase. Teorie náhodných procesů se zabývá různými typy náhodných procesů*

a různými typy závislostí hodnot mezi časy, vyšetřuje konvergenci v čase, stabilitu a mnohé další. ^{“1}

- *„Proces (z lat., postup, pochod, vývoj) je obecné označení pro postupné a nějak zaměřené děje nebo změny, pro posloupnost stavů nějakého systému; pro děje náhlé nebo zcela chaotické se slovo proces nepoužívá. Pokud dovedeme průběh procesu předvídat, říkáme, že je zákonitý; v opačném případě že je náhodný (stochastický). ... Náhodné čili stochastické procesy jsou takové, kde dovedeme další vývoj předvídat jen s určitou pravděpodobností. Sem patří např.: procesy meteorologické, procesy společenské (např. demokratizační, integrační, výchovné), procesy termodynamické a podobně.* ^{“2}

Stručně řečeno a shrnuto, náhodné procesy znamenají určitý nepředvídatelný vývoj. Po přečtení těchto definic mi bylo již jasnější, na co se budu zaměřovat v novém „vizuálu“ skupiny. Mohla bych to shrnout do několika bodů:

- pohyb jako určitý proces;
- využití určité náhody, ale konstruovaně promyšlené;
- zapojení všech členů do vzniku nových písní;
- zobrazení „barevnosti“ alternativních poprockových písní;
- takzvané „přitvrzení“ od předešlého vzhledu.

Po tomto stanovení, jsem začala skicováním nového loga, od kterého jsem chtěla odvíjet celý grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny a také hledáním vhodných inspiračních zdrojů, které rozebírám v následujících podkapitolách.

1.1. Automatická kresba Catherine Zask

Prvním nápadem pro tvorbu nového loga byla hra s liniemi ve formě automatické kresby (viz Obrazová příloha č. 36). K tomuto nápadu mě možná dovedla inspirace z mé bakalářské práce, kde jsem se jimi ve formě ornamentu také

zabývala (viz Obrazová příloha č. 1, 2, 3) a kde uvádím: „*Linie a kruhy se dotýkají každého z nás, ať už je objevujeme v přírodě na zčeřené hladině, po vhození kamenu nebo na kamenech samotných, jako letokruhy na kmenech stromů nebo jako vytvoření spontánní kresby při nudném telefonování. Obtahování, podtrhávání, rámování a obkreslování pomocí čar vytváří plynulý přechod mezi kresbou a psaním. Písmo (a typografie) zahrnuje celý arzenál vizuálních, mimoslovních prvků, který signalizují význam, důraz a výraz.*“³

Automatickou kresbou mě také inspirovala francouzská grafička Catherine Zask, jejíž tvorba mi přinesla nejen spoustu nových pohledů na lineární, písmovou a typografickou tvorbu, ale také mi ukázala, že moderní, umělecky propracované a kvalitní plakáty mohou být velmi jednoduché. Touto myšlenkou, kdy nejdůležitější je promyšlenost a naprostá znalost tématu, jsem se řídila i já ve svých plakátech (viz Příloha – Plakáty).

Catherine Zask mě inspiruje samovolnou kresbou, plakáty a novými pohledy na typografii již od prvního ročníku, kdy jsem spatřila její samostatnou výstavu, která patřila do doprovodných výstav 22. mezinárodního bienále a o které bych stručně pojednala v následujícím textu.

Výstava se konala od 14. 6. – do 17. 9. 2006. Nesla název Rytmy, ozvěny, ukrytá místa, plakáty a čmáraniny. Uskutečnila se v Design centru České republiky v Brně. Byla připravená ve spolupráci Moravské galerie a Design centra s autorkou. Umožňovala návštěvníkům pochopit základní principy autorčiny typografické tvorby.

Připadá mi zajímavé připomenout, že v roce 2002, kdy Cathrine Zask poprvé přihlásila své divadelní plakáty do mezinárodní soutěže brněnského bienále, obdržela velkou cenu Bienále Brno za plakát déšť pro divadlo l'Hippodrome v Douai (viz Obrazová příloha č. 4). Tento úspěch předznamenal vzestup mezinárodního zájmu o její typografickou plakátovou tvorbu. Do této doby sama sebe za výrazného plakátového tvůrce ani nepovažovala.

Samotnou instalaci v Design centru v Brně dělím podle témat a okruhů, kterými se autorka zabývá. Při vstupu do první výstavní místnosti mě dokonale

zaujala projekce – krátký film o autorce uvažující o typografii a písmu. Osobitým projevem stručně vystihla podstatu své tvorby. Cituji – *„Vycházím z toho, že typografie, písmo, grafika, vztah k typografii, editace textu, to všechno a můj život – když jsem před chvílí viděla Prahu, dívala se na nebe, vnímala jsem světlo, mluvila s lidmi – to všechno dohromady je veliký kotel, a v tom kotli vzniká ona chemie ... chemie plakátu, textu ... Samozřejmě jsou tam i konstanty, tou konstantou je typografie. Ta je nevyvratitelná. Je velice obtížné vyjádřit, proč je typografie konstanta. V typografii totiž působí něco, co je blízké tomu nejprimitivnějšímu. Je to čára – čára na stěně jeskyně. Na druhé straně je pak to sofistikované, a to je text – když někdo stráví celý život tím, že píše. Mezi těmito dvěma extrémy – mezi čarou jako primitivní stopou zastaveného času a textem – je architektura, prostor, smysl, důvěrný vztah, který může mít člověk k písmenům, k typografii, k písmu. A to všechno vyúsťuje v řád, jehož zdrojem je pro mne písmeno. Není to volba, je to nutnost.“* Mezi promítáním citace zde byly ukázány Čmáraniny/Gribouillis (viz Obrazová příloha č. 6) – byly jím samovolné a automatické kresby nad nimiž Catherine Zask zauvažovala: *„Jestliže tělo zanechává stopu, proč by ji nemohla zanechat i myšlenka?“* Své kresby zařadila do knihy s názvem Gribook (vydané v roce 2001), která obsahuje sérii nazvanou Rentgenové paprsky myšlenek/X-rays of Thoughts. Ilustrace tvoří „čmáraniny“ – francouzsky „gribouillis“ – ve skutečné velikosti a ve zvětšeninách. Stránky knihy zaplňuje text, který nesouvisí s jejími kresbami, stejně jako kresby nesouvisí s textem knihy. Na autorčiných internetových stránkách ožívají v animacích, vytvářejí životní auru kolem její postavy. Právě tyto čmáraniny mi připadaly fascinující a inspirující pro tvorbu nového loga Náhodných procesů. Určitý prvek náhody podpořený automatismem vytváří zajímavý výsledek, ale pro finální zpracování loga tato myšlenka nestačila, jak uvádím v samotné kapitole zabývající se tvorbou značky.

Na dalších stěnách té samé místnosti byly vystaveny tiskoviny pod názvem Ukrytá místa/Alcibiades (viz Obrazová příloha č. 7) – při své práci na tiskovinách pro SCAM (Civil Society of Multimedia Artists) si autorka povšimla ukrytých prázdných míst mezi slovy a vyznačila je barevně. Tohoto principu využila

k zvýraznění informací a sérii těchto tiskovin nazvala Alcibiades, podle Sokratova dialogu s mladíkem Alcibiadem. Začala se systematicky hloubkově zabývat rytmem prázdných míst, v použití v pozitivních i negativních projekcích. Tvořená tiskovina tímto způsobem na mě působila zvláštním dojmem. Už to nebyl pouze papír s uspořádaným textem. Tiskovina začala tvořit grafický list, mohla jsem v ní hledat další souvislosti a možnosti.

V druhé místnosti jsem se zdržela asi nejdéle. Na rozdíl od předcházející instalace, byla tvorba rozvěšena po stěnách i ve volném prostoru. Byly jí Plakáty (viz Obrazová příloha č. 4, 5). V současném vizuálním prostředí, kdy plakátová forma bojuje o pozornost s množstvím komerčních billboardů, znaků a reklamních nápisů, má estetika plakátového poselství pro Catherine Zask symbolický význam. Na plakátech dokázala prostřednictvím ilustrativního charakteru písmových tvarů, linek, ploch a barev vyjádřit podstatu divadelního představení.

Důležitou součástí divadelních plakátů Catherine Zask je jejich vnitřní prostor, který autorka vytváří různými formami písmových tvarů, tvarovými deformacemi písmen nebo křížením kresebných linií.

Plakáty mě zaujaly svoji jednoduchostí, ale přitom velkou promyšleností. Tuto myšlenku, která je již výše uvedena, jsem se snažila uplatnit i na plakátech Náhodných procesů. Jasnou informaci a sdělení na svých plakátech považuje Catherine Zask za podstatu krásy, která obohacuje význam vizuálního sdělení i vnímatele.

V poslední, třetí místnosti jsem obdivovala téma Roma/Amor – autorčinu vytvořenou abecedu nazvanou Alfabetempo (viz Obrazová příloha č. 8). V roce 1993 byla Catherine Zask na stipendijním pobytu ve Vile Medici v Římě. Zde zkoušela experimentovat s tvary písmen, zejména s písmenem R – jako Roma. Vytvářela pokusy rytmizovanými úhozy štětce, následným spojováním do tvaru R a rozstříháním na čtyři části písmen. Tím objevila princip rozvrstvení a rozkladu pro svoji abecedu. Z rozstříhaných černých štětcových linií a smyček z částí R, v jejich obráceném spojování a rozpojování odhalila jedinečný rytmus štětcových úhozů připomínající jí rytmus dýchání.

Po návratu do Paříže pokračovala na základě principu objeveného v Římě v systémovém vytváření své vlastní abecedy Alfabetempo.

Více možností, jak s novým fontem pracovat, získala poté, co vložila rozložené tvary do počítače. Dále zkoumala možnosti písmové kompozice vrstvením průsvitných písmových útržků do prostoru krychle. Tím dospěla k zajímavému propojení a překrývání linií.

Její písmo mi přišlo úžasné. Mně jako grafikovi, který využívá zejména plošné rozmístění a myšlení, velmi zaujalo její myšlení v 3D prostoru, převedení plošného do prostorového. Také jsem byla nadšená zpracováním tématu do naprostého vyčerpání.

Výstava Catherine Zask se mi líbila svojí komorností a přinesla mi spoustu nových pohledů na písmovou tvorbu.

1.1.1. Automatická kresba a malba – vyjádření pocitu z hudby (praxe)

Automatickou kresbou a tvorbou „čmáranin“ Catherine Zask jsem se také inspirovala při přípravě úkolu na souvislé pedagogické praxi, která proběhla od 8. 3. do 26. 3. 2010 na Střední škole uměleckoprůmyslové v Ústí nad Orlicí. Jedním z důvodů pro volbu této školy byla skutečnost, že jsem její absolventkou (obor Propagační výtvarnictví – grafická úprava tiskovin). Mojí cvičnou učitelkou a vyučující na násleších byla Mgr. Adéla Kuchařová. Na souvislé pedagogické praxi jsem vyučovala umělecké obory předmět Výtvarná příprava.

V této kapitole také uvádím přípravu na hodinu (scénář), která byla určena pro 2. ročník oboru Propagační výtvarnictví – grafická úprava tiskovin. Zde jsem na tematický celek *Základní výrazové prostředky – bod, linie, plocha*, vymyslela téma hodiny *Vyjádření pocitu z hudby automatickou kresbou a barvou pomocí malby, Vytvoření obalu na CD (Náhodné procesy)*. Cílem bylo ukázat žákům netradiční pojetí tvorby hudebního CD.

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

Příklady prací žáků na zadané téma, které vytvořili za mého vedení s obrazovou dokumentací průběhu hodiny, jsou v Obrazové příloze č. 9. Následuje scénář hodiny.

Příprava na hodinu (scénář)

Škola: SŠUP

Učební obor: Propagační výtvarnictví – grafická úprava tiskovin

Ročník: 2. POB

Předmět: Výtvarná příprava

Vyučovací hodiny: 12.25 – 15.45 hod. (4 vyučovací hodiny)

Tematický celek: Základní výrazové prostředky – bod, linie, plocha

Téma: Vyjádření pocitu z hudby automatickou kresbou a barvou pomocí malby,
Vytvoření obalu na CD

Organizační forma výuky: frontální a skupinová

Výuková metoda: reproduktivní – informačně receptivní a metoda problémového výkladu

Materiálně didaktické prostředky: zobrazovací audiovizuální technika, názorné pomůcky, přehrávač hudebního CD

Výukový cíl: seznámení s výtvarnými technikami (automatická kresba, vyjádření barvou pomocí malby), které umožňují vyjádření pocitu z hudby

- **kognitivní cíl:** stručné seznámení s abstraktním malířstvím a hlavními představiteli; žáci si osvojí a porozumí netradičnímu pojetí při tvorbě obalu na CD

- **psychomotorický cíl:** žáci se naučí využívat automatickou kresbu a malbu k vytvoření netradičního pojetí obalu na CD

- **afektivní cíl:** žáci si uvědomí nové poznatky, které jim umožní uplatnit nové výrazové a výtvarné možnosti při tvorbě dalších propagačních a grafických úkolech

Struktura hodiny:

1. vyučovací hodina – 12.25 – 13.10 hod.

- zahájení výuky (10 min.)

Představí se

Jmenuji se Jitka Habrmanová. Vykonávám zde tři týdenní souvislou pedagogickou praxi. Studovala jsem na této škole propagační výtvarnictví a nyní studuji NMgr. obor - výtvarnou výchovu se zaměřením na vzdělávání. Chtěla bych vás požádat o napsání cedulek s křestním jménem, abych si vás lépe zapamatovala.

- motivace: seznámení s tématem a výtvarným námětem, ledolamka (15 min.)

Průběh hodiny, seznámení s tématem hodiny

Dnes vás stručně seznámím s abstraktním uměním a jeho hlavními představiteli, kteří pro vás mohou být inspirací při tvorbě grafických úkolů. Vyzkoušíte si netradiční pojetí při tvorbě obalu na CD, formou vyjádřením pocitu z hudby automatickou kresbou a barvou pomocí malby.

Ledolamka

Po místnosti jsem rozmístila několik reprodukcí obrazů, od známých abstraktních malířů. Chtěla bych, abyste si každý z nich podrobně prohlédli a zkusili v něm nalézt atmosféru, náladu, která se podobá vašemu momentálnímu psychickému rozpoložení (všimněte si barev – studené/teplé; kompozice – dynamická/statická; zaplněnost plochy, apod.). Po vybrání jednoho z nich se postavte vedle něho. Jeden obraz může mít i několik z vás.

Až všichni stojí před vybraným obrazem, požádám je, aby si ho vzali a sedli si do kroužku.

Nyní vás požádám, abyste se mi představili a řekli, proč jste si určitý obraz vybrali, jakou náladu vám evokuje. Můžete zmínit i umělce, pokud ho znáte.

- výklad učiva (20 min.)

Ověření dosavadních znalostí o abstraktním umění a jeho hlavních představitelích

Co jste se už dozvěděli o abstraktním umění? Co o něm víte? Jaký je hlavní znak abstraktního umění? Víte něco autorech „těchto“ děl? Kdo patří do hlavních představitelů abstraktního umění?

Stručné seznámení (doplnění znalostí) s abstraktním malířstvím a jeho hlavními představiteli (návaznost na předmět dějiny umění)

Abstraktní umění vzniká na počátku 20. století, jeho přímým předchůdcem a inspirací byl kubismus. Abstraktní umění je protikladem realistického umění. Umělci nezobrazují předmět (zátiší, figuru, děje) podle toho, jak jej vidí, ale znázorňují věci a děje, které nevidíme – např.: vání větru, nevyslovitelné pocity a myšlenky, apod. Tyto skryté věci, činí viditelnými – barva, tvar, linie, objem, prostor, pohyb, struktura. Abstraktní umění tedy nezobrazuje ani nezastupuje žádný reálný předmět.

Existují dva základní typy abstraktního umění:

1. typ – vychází z abstrahování (zjednodušování) reality, kdy je ještě zřetelné odvození z reality (přírody).
2. typ – již neodvozuje z reality, ale obraz se tvoří pomocí kompozic, které vznikají vzájemnými vztahy mezi barvami a tvary (liniemi).

Pro abstraktní umění se používají i termíny: nefigurativní umění, bezpředmětné umění, nepředmětné umění, nezobrazující umění, apod.

Představiteli jsou například: Vasilij Kandinskij (Zpočátku maluje reálně, ale postupně se z obrazů stávají abstraktní díla.), Kazimir Malevič (Představitel abstraktní geometrie, zakladatel vlastního směru – Suprematismus – toužil zobrazovat umění, které by mělo nejčistší a nejvyšší formu, chtěl ho osvobodit od předmětného a barevného balastu – jednoduché geometrické tvary, např.: čtverec, kruh; barvy – čisté, např.: modrá, červená. Nejvýznamnější dílo – Černý čtverec na bílém pozadí – došel k nejzazší abstrakci.) Piet Mondrian (Patřil do nizozemské skupiny De Stijl. Pozvolnou abstrakcí reality přichází k nejzákladnějším geometrickým tvarům a základním barvám – žlutá, červená, modrá. Tématem je mu neustále rovnováha.) František Kupka (Náš nejvýznamnější abstraktní malíř. Řeší vztahy mezi linií, barvou a plochou, zajímá jej pohyb, maluje kompozice založené na dynamických liniích, obrazy s vertikálním barevným členěním.).

Během 20. století se s abstraktním uměním setkáváme v řadě dílčích výtvarných stylů: konstruktivismus, neoplasticismus, Bauhaus, De Stijl, rajonismus,

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

suprematismus, kinetismus, op-art, minimalismus a abstraktní expresionismus, který vychází ze spontánní malby, která vyjadřuje pocity a dojmy. Hlavním představitelem je Jackson Pollock (Zakladatel akční malby. Používá automatickou, na vůli a rozumu nekontrolovatelnou malbu. Barevná skvrna vzniká pomocí pohybu. Malíř vrhá a nanáší barvy přímo z tuby, lije barvu z plechovek, stříká barvu na plátno. Barvou na plátně se snaží malíř vyjádřit své pocity a stavy.)

Ukázky prací, ukázky reprodukcí, zobrazovací audiovizuální technika

2. vyučovací hodina – 13.20 – 14.05 hod.

- žáci vytvoří automatickou kresbu, která bude jejich vyjádřením pocitu z hudby (15 min.)

Automatická kresba

Žáci si zaváží oči, před sebou mají umístěný balicí papír a v rukou tužky. Poslouchejte hudbu a vyjadřujte se pomocí kresby. Až skončí hrát hudba, můžete dodělat poslední tahy a až se budete cítit, že nechcete dál kreslit, odložte tužky, abych věděla, že jste skončili. Po skončení všech, vás vyzvu, abyste si rozvázali oči.

- žáci vytvoří abstraktní malbu, kde barva bude vyjádřením pocitu z hudby (30 min.)

Abstraktní malba

Za úkol máte pomocí barev malby vyjádřit pocit z hudby.

3. vyučovací hodina – 14.10 – 14.55 hod.

- vytvoření barevné abstraktní kompozice s využitím rozmístění prvků z automatické kresby a barev z abstraktní malby (45 min.)

Pozorně si prohlédněte svoji kresbu a vyberte z ní výsek, který zvětšíte na daný čtvercový formát. Ze své barevné kompozice využijte použité barvy. Do kompozice nezapomeňte umístit název skupiny (Náhodné procesy), písmo si připravte na zkušebním papíře a pomocí pauzovacího papíru přeneste do kompozice.

4. vyučovací hodina – 15.00 – 15.45 hod.

- vlastní práce žáků, pokračování z první hodiny (30 min.)
- skupinové hodnocení konečných výrobků (10 min.)
- úklid učebny, závěr (5 min.)

Moje hodnocení průběhu hodiny

Žáci se podle předpokladů chovali zpočátku při výuce ostýchavě, postupně začala převládat zvědavost k nové vyučující, ke způsobu výuky a připravenému úkolu.

Zcela novou věcí pro žáky byla ledolamka, která třídu velmi zaujala. Ledolamka je určitou formou poznávací hry. Měla by obohatit žáky, a jak napovídá název - prolomit ledy, vytvořit kladný vztah mezi učitelem a žáky i mezi žáky navzájem. Zároveň má navnadit na probírané učivo a následný úkol.

Při automatické kresbě, která vyjadřovala pocit z hudby, byl důležitý šátek na zavázání očí. S ním se studenti před sebou nestyděli a rychleji se uvolnili. Vizuální podněty byly odstraněny a hudba tím byla více vnímána. Při malbě už žáci do úkolu byli tak zapracovaní, že se šátek hlavně kvůli samotné malbě nepoužíval.

Na hodnocení prací a vlastní obhajobu žáci také nebyli zvyklí. Jako zpětná vazba celé mé práce byly většina kladných ohlasů, že úkol většinu třídy bavil. Pro mě jako hlavní přínos jsou některé zcela nečekané pohledy vytvořených návrhů obalů CD, názory na hudbu Náhodných procesů a zároveň zkouška vedení vyučování, která mě bavila.

1.2. Vizuální styl

Nejdříve než popíšu další inspiraci, která mě dovedla k finálnímu zpracování vizuálního vzhledu Náhodných procesů, chtěla bych se zmínit obecně o vizuálním stylu a dále o specifikách u hudebních skupin a jejich koncertních turné, které rozebírám v jedné z následujících podkapitol.

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

Nyní bych ráda pojednala o vizuálním stylu a uvádím ho textem ze své bakalářské práce: „*Problematika vizuální identity nebo také corporate designu je pevně ukotvenou a poměrně náročnou oblastí grafického designu, vyžadující velkou míru představitivosti a koncepčního uvažování*“.⁴

Vizuální identitu nebo také jednotný vizuální styl můžeme zařadit do jednoho ze subsystemů korporátní identity, která se vyznačuje předem definovanou filozofií, promyšleným a jednotným způsobem vystupování na veřejnosti a z pozitivní image. Důvěryhodný obraz o firmě vzniká, když veřejnost tímto považuje komunikaci za koordinovanou a řízenou.

Korporátní identitu tvoří a koordinovaným působením budují čtyři subsystemy, které musí být vykonávány v souladu a současně, neboť se vzájemně podporují a prolínají. Řadíme do nich:

- marketingovou komunikaci (Corporate Communications);
- jednotnou firemní kulturu (Corporate Culture), která je souhrnem sdílených názorů, postojů, očekávání, přesvědčení, domněnek a uznávaných hodnot;
- produkt (Product) – nabízené výrobky nebo služby organizace;
- jednotný vizuální styl (Corporate Design), o kterém se rozepisují podrobněji v následujícím textu.

„*Úroveň a styl vizuální prezentace má pro vznik dobré image subjektu klíčový a prakticky rozhodující význam. Subjekt, který si přeje být jedinečný – odlišit se od ostatních, a být tak snadno zapamatovatelný, dát veřejnosti najevo svou filozofii – musí vystupovat na veřejnosti i vizuálně jednotným a předem dobře promyšleným způsobem.*“⁵ „*Proces vzniku vizuálního stylu (Corporate Design) je týmovou interakcí klienta a designéra, fúzí marketingových a designérských požadavků. Výsledkem je pak graficky konzistentní tvář subjektu či instituce, která slouží k identifikaci na trhu a která zahrnuje několik prvků. Důraz je kladen především na stabilní značku – logo firmy. Častými požadavky kladenými na designéra jsou výlučnost, jednoduchost a rozlišitelnost formy. Volí se často elementární tvary a barvy. Logo by mělo fungovat samostatně jako zástupný symbol firmy a zároveň*

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

v kontextu celkového grafického a typografického konceptu. To, co utváří celkovou image firmy (vizuální styl), je variabilita, soulad a fungování jednotlivých prvků při různých způsobech 2D a 3D použití. Nikoli pouze logo, jak se obvykle nesprávně usuzuje. Patří sem např. vizitky, hlavičkové papíry a jiné tiskoviny, zahrnující např. i inzerci, webové stránky, obalový design, řešení orientačního systému v budově, reklamních předmětů, aplikace na fasádě, automobilech atd“.⁶

Aby bylo tohoto cíle snadněji dosaženo, musí mít organizace či firma vytvořený tzv. manuál vizuálního stylu, který obsahuje systematicky zpracované principy vizuální komunikace. Tímto manuálem se následně řídí příprava všech vizuálních prostředků, jimiž organizace vizuálně komunikuje s veřejností. Důležitá zásada při vytváření manuálu je mít vytvořenou celkovou koncepci, která odpovídá filozofii subjektu. Pro veřejnost je naprosto důležité, aby firma či organizace byla v naprostém souladu v tom, co o sobě říká, a to, jak vypadá.

„Prvním systémem Corporate Designu bylo vizuální schéma vytvořené Peterem Behrensem pro německou společnost Allgemeine Elektrizitaets Gesellschaft (AEG) v roce 1907.“⁷

Corporate Design je tedy komplexní souhrn veškerých vizuálních výstupů, kterými se subjekt prezentuje a který je popsán v manuálu vizuálního stylu – patří sem značka, barevnost, typografie, vizuální styl, merkantilní tiskoviny, tištěné aplikace, multimediální aplikace, formuláře, orientační systém, vozidla a podobně. Konkrétním řešením grafických prvků jednotného vizuálního stylu Náhodných procesů se zabývám v kapitole a podkapitolách vlastního pojetí řešení.

1.2.1. Vizuální styl hudební skupiny a koncertního turné

Nyní bych se zmínila o specifikách vizuálního stylu u hudebních skupin a jejich koncertních turné. Kromě nového textu bych uvedla i své poznatky z bakalářské práce a krátké pojednání o firemních identitách od Alice Twemlowové.

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

*„Cílem vizuálního stylu je prezentace a propagace skupiny. Je to určitá reprezentace stylové koncepce a jednotného vizuálního projevu, který se projevuje logem a jednotícími prvky například na plakátech, CD, jako potisky na tričkách a na webových stránkách. Slouží k rozpoznání a jasné identifikaci. Faktem je, že vizuální informace, jako jsou prvotní vzhled, rozmístění, tvar a barvy, divák vnímá daleko rychleji a podvědoměji než text“.*⁸ Proto je důležité, aby vizuální styl konkrétní hudební skupiny byl originální, lehce zapamatovatelný a rychle evokující předem stanovené myšlenky.

*„Až donedávna bylo navrhování firemních identit pro společnosti a instituce založeno na zakomponování typických znaků, charakterizujících dané společnosti nebo instituce, do jednoduchého grafického symbolu nebo loga. Toto logo pak mohlo být aplikováno na různé plochy – od záhlaví dopisu až po označení kamionu – pomocí instrukcí z manuálu jednotného stylu. V současné době se ovšem s tím, jak se kontext a využívání systému značení stávají čím dál složitějšími, objevuje nutnost rozvíjet firemní identity do mnohostranných a proměnlivých systémů, které by poskytovaly různým skupinám lidí, kteří by s nimi přišli do styku, různé informace a různé funkce a možnosti“.*⁹ Proto i já jsem hledala nové přístupy při tvorbě loga pro Náhodné procesy.

*„U propagačních materiálů hudební skupiny je nejdůležitější styl. To, jak si je lidé a fanoušci zapamatují. Přispívá to k větší oblíbenosti skupiny, rozšíření prodejnosti a řad fanoušků. Nesmíme také opomenout profesionalitu provedení.“*¹⁰

Vizuální styl hudební skupiny a koncertního turné se navzájem doplňují. Většinou má kapela vytvořený „vizuál“ k logu a k němu vytváří specifický ke koncertnímu turné. Vizuální styl koncertního turné chápu jako vzhled vytvořený k novému CD, kterému bude turné patřit. Dále se ve stejném vzhledu pro turné vytvářejí plakáty, trička a dalších propagačních předměty, které se při koncertech prodávají fanouškům skupiny. Tyto předměty, tak jako vizuální styl skupiny s koncertním vzhledem, musí spolu ladit a reprezentovat nově vytvořené nahrávky, případně poukázat na změnu, která postupným hudebním vývojem skupiny proběhla.

V následující kapitole rozeberu jeden z nejsilnějších inspiračních činitelů, který mi pomohl vytvořit nové logo a vizuální styl pro Náhodné procesy.

1.2.2. Nové logo Domu umění města Brna

Velkou inspirací pro tvorbu vizuálního stylu hudební skupiny bylo nové konceptuálně pojaté logo (corporate identity) Domu umění města Brna (viz Obrazová příloha č. 10), za kterým stojí designérské duo Robert Jansa a Petr Bosák, vítězové soutěže, kterou galerie na začátku roku 2007 vyhlásila pro studenty výtvarných škol.

Autoři nového loga odmítli klasické designérské postupy, vytvořili konceptuálně pojatý projekt, kterým nabourali mýtus o korporátním designu. Výchozím bodem konceptu se stalo zpochybnění stability a neměnnosti loga a výsledkem je značka jako proměnlivá veličina, která vytváří celkový vizuální vzhled celé instituci.

*„Základním grafickým prvkem je kružnice a barevné spektrum ve vztahu k času. Každou vteřinu vzniká nový tvar, který generují tři překrývající se kruhové plochy, reprezentující tři úrovně měření času. První má 24 barevných variant a odkazuje na délku dne. Druhá kruhová plocha disponuje 60 variantami, které odkazují k minutám, a třetí tvoří rovněž 60 variant, symbolizujících 60 sekund. Časový algoritmus jednotlivých vrstev definuje tempo jejich proměny“.*¹¹

V současnosti si můžeme tento proces prohlédnout na webu Domu umění. Pro logo je podle autorů specifický pohyb, proměnnost. Proto si představují ideální prezentaci své značky tak, že by na fasádě instituce visela obrazovka a proces přeměny značky by se na něm promítal. Na různých tiskovinách je tato proměnnost kružnic loga zachycena ve vygenerovaných statických tvarech ať už v procesu proměny liniích nebo v organických tvarech barevného spektra. I když se po počátečním pohledu zdá koncept složitý, opak je pravdou. Jednotný vizuální styl je velmi jednoduchý, pochopitelný a hlavně zapamatovatelný. Nekomplikovaná

barevnost bílá/černá v kombinaci s barevným spektrem doprovázena jednoduchou typografií vytváří nezaměnitelnou image vizuálního stylu Domu umění.

V konceptuálně pojatém designu totiž samotný nápad generuje tvary a formy tak, aby vše dohromady dávalo výraz a smysl. Množství variací jednoho grafického prvku dodává tiskovinám zvláštní fluidum neopakovatelnosti, což můžeme optikou uměleckých děl interpretovat ve smyslu „co kus, to originál“.¹²

„Nový vizuální styl Domu umění je ironickou hrou s konvencemi corporate identity, nemytizující firemní značku jako stabilní entitu. Vítězí téměř nekonečná barevná a tvarová proměnlivost pohyblivého loga, určeného primárně k videoprojekci, jehož fluidní tvar se následně rozpouští v různých 2D aplikacích. Je to signifikantní příklad toho, jak konvenční tvar jako kruh může být nápaditě, konceptuálně zpracován. Myslím, že otázka originality je v tomto příkladě nezpochybnitelná“.¹³

Autoři vytvořili variabilní, alternativní, a přesto velmi kompaktní vizuální identitu, která výstižně ilustruje filozofii a image instituce.¹⁴

Tento zásadní konceptuální pohled na vizuální styl, kdy logo instituce nezastupuje jedno neměnné logo, které je rozpracováno pouze ve variantě černobílé, barevné a případně v odstínech šedi, ale jako velké množství variací na jednotnou myšlenku, mě velmi inspiroval pro zpracování celého vizuálního stylu Náhodných procesů. Přesné vystihnutí myšlenky pohybu a proměny se mi hodil pro vyjádření procesu. Tuto ideu dále rozebírám v kapitole vlastního zpracování vizuálního stylu Náhodných procesů.

Jinak bych chtěla dodat, že tento konceptuální pohled, který možná zákazníkům v roce 2007 připadal velmi neobvyklý, se teď mění na velmi oblíbený a žádaný. Určité modifikace loga, alespoň v barevnosti, kdy klient nevyžaduje jen jednu danou barvu pro firmu, se objevují už běžně a klienti je vyžadují.

Následují kapitoly zabývající se stručným přehledem a rozbořem historického vývoje vizuálního stylu hudebních skupin s inspirací jedné vybrané současné skupiny (Muse).

1.3. Stručný výběr z historie rocku s důrazem na vizuální stránku

V této kapitole bych se chtěla stručně zmínit o historickém vývoji rockových skupin, kde v textu upozorňuji na zásadní inspirační podněty interpretů a na jejich vizuální styl, který byl zásadní ať už pro Náhodné procesy, nebo pro mě při vytváření jejich jednotného vizuálního vzhledu.

Tato kapitola rozhodně nemá ambice popsat kompletní historii rocku jako hudebního stylu. Budu se sice snažit neopomenout ta největší jména, která posouvala a rozvíjela tento žánr, nicméně bych se chtěla mnohem více věnovat kapelám a jednotlivcům, kteří překročili hranici hudby a dokázali se alespoň trochu zapsat i do dějin vizuálního umění. Častokrát se tak dělo bez jejich přímého záměru (například u fotografií), jindy svými nápady ovlivnili podobu své grafické prezentace a v neposlední řadě jsou tací, kteří s vizuální stránkou cíleně pracovali.

Už při hledání začátku rocku se dostáváme do problémů. Různé zdroje se liší v náhledu na to, co ještě je inspirací, ze které se tento hudební styl rozvinul a co už do něj patří. Většina letopočtů se však pohybuje v rozmezí 1955-1965. Problém je i s definicí samotného výrazu rock. Já budu vycházet z definice uvedené na české stránce wikipedie: *„Rock je žánr populární hudby, který se do hlavního proudu dostal v 60. letech 20. století. Má kořeny v rock and rollu, rhythm and blues a country hudby 40. a 50. let, ale je také ovlivněn folkem, jazzem a vážnou hudbou. Jako nástroje se nejčastěji používají elektrická kytara, baskytara, bicí nástroje a klávesové nástroje jako hammondovy varhany, klavír nebo od konce 60. let syntezátor. V rocku se často objevují kytarová, ale někdy i klávesová, saxofonová nebo harmoniková sóla“*.¹⁵

Přestože, jak jsem již naznačila v předchozím odstavci, ne všichni řadí liverpoolské The Beatles do rocku, myslím, že by byla chyba opomenout skupinu, která bez nadsázky ovlivnila populární hudbu od šedesátých let až do dnešní doby. Už jejich druhá studiová deska *With The Beatles* (1963) (viz Obrazová příloha č. 11) přináší první ze známých fotografií slavných „brouků“. Fotograf Robert Freemann s nimi spolupracoval i na dalších obalech, nicméně tento je z nich asi nejznámější.

Všichni čtyři hudebníci mají polovinu tváře ve stínu. Problém s kompozicí vyřešil Freeman následovně: *“Museli se vejít na čtvercový formát obalu, takže než je mít všechny v jedné řadě, raději jsem Ringa umístil do spodního pravého rohu, protože byl posledním, kdo se ke skupině připojil. Byl také ze všech nejnižší.”*¹⁶ Původně kapela chtěla mít přední stranu naprosto bez textu, ale vydavatelství z obavy, že ještě nejsou tak slavní, prosadilo bílý pruh při horním okraji a v něm napsaný název alba. Prvním masově prodávaným albem bez textu na obalu se tak stal až debut Rolling Stones (viz Obrazová příloha č. 12), kde je pouze fotka Nicolase Wrighta. Paradoxně i na ní mají hudebníci půlku tváří ve stínu. Zatímco však The Beatles skrývají pravou část tváře, Rolling Stones levou.

Roku 1967 vydávají The Beatles svou osmou studiovou nahrávku Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band (viz Obrazová příloha č. 13). Její obal byl dokonce serverem mademan.com vyhodnocen jako nejlepší obal rockové desky všech dob a vyhrál i Grammy. Za jeho tvorbou stojí Robert Fraser a Michael Cooper. Vzhledem k množství postav a motivů, existuje spousta teorií o tom, co má obal vyjadřovat, včetně možné smrti Paula McCartneyho a jeho nahrazení dvojníkem. Je možná škoda, že tyto spekulace zastiňují fakt, že toto album byla zároveň prvním významnějším albem, na kterém byly uvedeny kompletní písňové texty.

Následující rok dělají The Beatles další odvážný krok – vydávají album dnes známé jako bílé (viz Obrazová příloha č. 14). Na jeho bílém obalu je vyraženou pouze jméno kapely a na prvních exemplářích i sériové číslo. Kontrast mezi obalem předchozího Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band a tohoto výtvoru Richarda Hamiltona snad ani nemohl být větší.

Poslední výraznější stopou z výtvarného hlediska byl obal alba Abbey Road (1969) (viz Obrazová příloha č. 15). Známa fotografie zachycující kapelu na přechodu na londýnské Abbey Road, kde sídlí i dnes známe hudební studio, vznikla podle skici Paula McCartneyho a autorem je fotograf Iain Mcmillan.

Abych trochu přiblížila atmosféru té doby, zkusím popsat situaci na hudební scéně kolem roku 1965. Spisovatel Stephen Davis dokonce označuje tento rok, jako rok nula, co se týče rocku. Za začátek považuje skladbu britských The Who My

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

Generation, ve které se zpívá, chci zemřít dřív, než zestárnu. Zatímco v Americe se blues – hudbě chudých černošských vrstev nedostávalo pozornosti, v Británii se jí inspirovala spousta kapel, upravila ji a potom s ní dobyla americká pódia. Tato etapa je známá jako britská invaze. Dnes slavní Rolling Stones ústy svého kytaristy Keitha Richardse vzpomínají v dokumentu BBC 7 epoch rocku, jak pro ně byla obrovská opovázlivost, přestat hrát upravené blues a napsat své vlastní. Ginger Baker, spoluhráč Erica Claptona ve stejném dokumentu říká: „*Vždycky jsem to bral tak, že jsme takový poloprofesionální bílý kluci, co se pokouší hrát černošskou muziku a moc jim to nejde*”. Další známé kapely této doby jsou The Kinks, The Animals, The Yardbirds.

Jednou z nejvýznamnějších zámořských odpovědí byla skupina Velvet Underground vedená Lou Reedem. Poté, co je v Café Bizzar viděl kmotr amerického popartu Andy Warhol, pozval je do svého ateliéru Factory. Tam mohla kapela zkoušet a setkávat se s dalšími umělci. Jednoho dne přišel Warhol s myšlenkou promíchat dohromady muziku s filmem. Výsledkem této myšlenky byly koncerty, při kterých přes kapelu promítal až čtyři filmy najednou a vše ještě doplňoval množstvím světél a stroboskopů (viz Obrazová příloha č. 17). Warhol navrhl také známý obal s banánem (viz Obrazová příloha č. 16).

Postupně se rock transformoval a z počátečních energických písniček se stávali čím dál propracovanější skladby. Příkladem za všechny budiž Pink Floyd. Počáteční psychedelická tvorba Syda Barreta, která kapelu proslavila, byla po jeho smrti nahrazena hudbou, ve které byl stále prvek psychedelie, ale byla také mnohem více strukturovaná. Při nahrávání *The Dark Side Of The Moon* (1973) skupina využila všechnu dostupnou techniku jakou bylo vícestopé nahrávání, syntezátory apod. Přestože album bylo přelomové i svou hudební stránkou, zmiňuji ho i kvůli jeho obalu (viz Obrazová příloha č. 18), kterým jsem se vzdáleně inspirovala i na svých plakátech. Za jeho vzhled je zodpovědná britská designerská skupina Hipgnosis a George Hardie. Dominantou je zjednodušený optický hranol rozkládající světlo, proti běžným zobrazením však chybí indigo, barev je jen šest (skutečný hranol rozkládá světlo bez zratelných barevných předělů). Roku 2003 vyhlásila

televize VH1 The Dark Side Of The Moon za čtvrtý nejlepší obal všech dob. Posluchači britského rádia Planet Rock ho dokonce v roce 2009 zvolili na první místo.

Největší výtvarný počín Pink Floyd však přišel až s The Wall (viz Obrazová příloha č. 19). Baskytarista Roger Waters pojal toto album jako konceptuální dílo a při živých představeních se mu povedlo vybudovat pravděpodobně největší a nejsuggestivnější show té doby (minimálně z pohledu rockové hudby). Svůj pocit odcizení od publika zhmotnil v zeď, která je v průběhu první části koncertu vystavěna mezi kapelu a diváky. Postavená zeď potom slouží jako promítací plátno a je na konci koncertu stržena (viz Obrazová příloha č. 20). Pravděpodobně ještě známější je filmová verze The Wall (viz Obrazová příloha č. 21) od režiséra Alana Parkera a obsahuje animace karikaturisty Geralda Scarfeho. Je pravděpodobně dost málo lidí, kteří nikdy neviděli alespoň část s pochodujícími kladivy. Odkaz na ně najdeme například i v klipu soudobé skupiny Gorillaz.

Ráda bych se ještě vrátila k designerské skupině Hipgnosis. Jejím základem byli Storm Thorgerson, Aubrey Powell a Peter Christopherson. Kromě mnoha obalů pro Pink Floyd spolupracovali totiž s dalšími významnými uskupeními té doby. Mají na svědomí obaly pro Led Zeppelin, Genesis, AC/DC, Yes a další. Jejich styl bývá označován za „fotograficky orientovaný“¹⁷. Při práci s fotografiemi využívali postupů, jejichž výsledky jsou dnes dosahovány pomocí Photoshopu a podobných programů. Hipgnosis se také často snažili vyprávět na obalu příběh, který měl nějakou spojitost s texty na albu, nebo naopak pojmout celý design ve stylu high tech (viz Obrazová příloha č. 22).

Sedmdesátá léta přinesla do rocku také prvek divadelnosti a kostýmů. Kromě již zmíněných Pink Floyd rozhodně stojí za povšimnutí David Bowie a jeho alter ego Ziggy Stardust – vesmírný spásitelský rocker (viz Obrazová příloha č. 23). Výrazné kostýmy měl i Peter Gabriel z Genesis, jako příklad poslouží třeba červené dívčí šaty a na hlavě liščí maska (viz Obrazová příloha č. 24). Celou odnož rocku, která přikládá důležitost nablýskaným kostýmům - glam rock předznamenala formace Roxy Music Briana Ferryho (viz Obrazová příloha č. 25). Tento původně výtvarník

studoval u Richarda Hamiltona, o kterém jsem se již zmínila v souvislosti s The Beatles. S příchodem punku a metalu je k vidění opět nová móda i grafické styly, jejichž popis ale přesahuje rozsah této kapitoly.

„Podle některých by osmdesátá léta měla být po hudební stránce zapomenuta“¹⁸ píše se v knize Legendy rocku. Nemyslím si, že úplně zapomenuta, ale je pravdou, že osmdesátá léta jsou předělem a můžeme s trochou nadsázky napsat, že jediné, co je na nich dobré jsou dozvuky sedmdesátek (Queen, Led Zeppelin atd.) a úsvit kapel, které zářili v devedesátých letech.

Jednou z nich jsou U2, kteří ke své hudbě přibrali celosvětový sociální rozměr, který vyvrcholil Zoo TV, kdy během koncertu byly zařazovány živé vstupy jejich vlastního reportéra z válkou zmítaného Sarajeva. Nicméně i vlastní scéna pro toto turné byla zajímavá. Při osvětlení byly použity trabanty, které Catherine Owens spolu se svými kolegy pomalovala (viz Obrazová příloha č. 26). Sama svůj záměr popisuje takto: „Základní myšlenkou bylo, aby vzhled auta neměl s autem samotným nic společného.“¹⁹

Začátek devadesátých let znamenal hlavně v USA nástup hudebního stylu Grunge, reprezentovaného především skupinou Nirvana a jejím frontmanem Kurtem Cobainem. Na druhé straně Atlantiku se s jistým zpožděním proslavují Oasis a po nich celá indie vlna spolu s Arctic Monkeys, Franz Ferdinand, Cold Play a dalšími. Bohužel s výjimkou Nirvany (u které hraje velkou roli tragická smrt jejich frontmana) se zdá, že je ještě příliš brzy rozlišit, co bylo pouhým módním výstřelkem a co posunulo celou scénu dál. Můžeme ovšem s určitostí napsat, že od dob Beatles se hodně změnilo i ve vizuální stránce. Zatímco obaly CD a plakáty už nehrají takovou roli, s nástupem hudebních televizí se do popředí dostávají klipy. Díky stále modernější technice můžeme také vidět čím dál velkolepější koncerty těch největších kapel.

Právě rozmach videoklipů umožnil vznik hudební skupiny, která, přestože s rockem moc společného nemá, nemůže v této kapitole chybět – Gorillaz. Tento projekt Damona Albarna a Jamieho Hewletta je jedinečný v tom, že kapela je vlastně jenom virtuální. V animovaných klivech sice vystupuje pět „členů“, ale hudba je

dílem spolupráce dvou zakladatelů se spoustou hostů a producentů. Za pro Gorillaz typickou grafiku je zodpovědný právě komiksový kreslíř Hewlett a přestože klipy skupiny prošly technologickým vývojem, styl je stále stejný a snadno rozpoznatelný (viz Obrazová příloha č. 27).

Nyní se dostávám k největší inspiraci současného vizuálního stylu hudební skupiny, jež je popsána v následující podkapitole.

1.3.1. Inspirace současným vizuálním stylem vybrané skupiny (Muse)

Hlavní inspirací ze současných hudebních skupin se mi stala britská rocková skupina Muse, kterou jsem měla to štěstí vidět na hudebním festivalu Rock for People minulý rok. Zaujali mě na koncertě nejen svým hudebním repertoárem, jenž je složený z úžasných skladeb s průzračně čistým, tedy naprosto čitelným zvukem a bravurními výkony všech muzikantů, ale i svojí celkovou korporátní identitou, která začíná fascinujícím koncertem s dechberoucí hrou světél a obaly na CD konče. Sami pořadatelé uvedli, že na tomto festivalu ještě nikdy nebylo nic podobného k vidění.

Jak jsem již uvedla, Muse je anglická alternativní rocková skupina založená v Devonu roku 1997. *Tvoří ji tři členové. Zpěv, kytaru a piáno má na starost Matthew Bellamy, který je zároveň autorem většiny písní. Dominic Howard sedí za bubny a Christopher Wolstenholme vše doprovází na baskytaru a dělá druhý hlas. Alba Absolution a Black Holes and Revelations obsadila první místo britské albové hitparády.²⁰ V roce 2011 získala skupina první cenu Grammy, The Resistance bylo prohlášeno nejlepším rockovým albem. The Resistance má běžnou formu, 11 oddělených písní běžné délky, i když poslední tři písně tvoří dohromady rozsáhlou skladbu Exogenesis: Symphony, ve které skupina uplatnila symfonické prvky.²¹*

Členové Muse byli původně členy různých kapel. Skupina se začala dávat dohromady poté, co čtrnáctiletý Matthew Bellamy úspěšně vstoupil do kapely bubeníka Dominica Howarda. Tato kapela se ale rozpadla poté, co se jejich druhý

kytarista rozhodl odejít. A tak požádali svého dobrého kamaráda Chrise Wolstenholma, aby se naučil hrát na basovou kytaru. Nově vzniklá kapela několikrát změnila název (Gothic Plague, Carnage Mayhem, Fixed Penalty, nebo Rocket Baby Dolls) než došla k jménu Muse. V roce 1994 vyhráli jako Rocket Baby Dolls místní soutěž kapel. Krátce poté se členové rozhodli skončit své univerzitní studium a začali se živit jako profesionální hudebníci.²²

Skupina vydala své páté studiové album v září 2009, které jak jsem již uvedla, získalo v roce 2011 cenu Grammy. Nejen hudbou, ale zejména obal na CD (viz Obrazová příloha č. 28) a jemu patřící celkový vizuální styl koncertního turné (viz Obrazová příloha č. 29) mě velmi nadchl a inspiroval.

Toto CD bylo dokonce oceněno za rok 2009 prvním místem každoroční ankety o nejlepší obaly alb Best Art Vinyl, kterou provádí zástupci serveru Art Vinyl.

Obal CD a k němu vázané další tiskoviny jsou pro mě zajímavé svoji atmosférou. Fanoušek Muse neuvidí na obalu hudebníky nebo hudební nástroje, ale spektrálně barevné různě poskládané mnohoúhelníky na šedém neutrálním pozadí působící celkově tajemně a magicky. Člověk při bližším prozkoumání zjistí, že ilustrace přesně vyjadřuje elektronické a taneční prvky v hudbě Muse.

Obal s dalšími tiskovinami na první pohled působí, že je dělán „ručně“ technikou kresby, či malby. Tento pocit nejspíše vyvolává určitá struktura, šum, který nám evokuje hrubší papír. Při dalším pohledu je nám jasné, že je grafika vytvořená v počítači. Inspirace a návrat ke klasickému řemeslu je dnes velmi oblíbený a je také jedním z prvků, jenž jsem se snažila uplatnit ve své tvorbě „vizuálu“ pro Náhodné procesy. Návrat grafického designu k velkému podílu ruční výroby popisují v následující podkapitole.

1.4. Návrat grafického designu k ruční výrobě

V současnosti je velkým trendem, nejen v grafickém designu, používání speciálních finálních úprav. Oceňuje se klasická řemeslná výroba a kvalitní materiál. Je to zejména kvůli velkému zájmu o originalitu a nápaditost. Tímto trendem se řídí zejména firmy, které se snaží mít prestižní zákazníky, ale nalezneme to i u prodeje pro běžnou populaci například ve zpracování hudebních CD. Firmy tak chtějí svému zákazníkovi nabídnout produkt, jenž bude chtít zaplatit, což v dnešním světě, kde je možné vše najít či stáhnout na internetu, popřípadě vytvořit si sám a se svépomocí si vytisknout, nenutí zákazníky si ho koupit. Proto jsou v dnešní době firmy donuceny svým klientům nabídnout něco nového, s novou hodnotou, kterou právě může být výtvarné provedení, nebo perfektní řemeslné zpracování s kvalitními materiály.

Design má dnes důležitou roli zejména v hloubkovém oslovení a v emočním zapůsobení na zákazníka. Jednoduchý a nenápadný image sděluje spotřebiteli pouze omezené množství informací a proto musejí být finální úpravy jakýmsi alternativním jazykem, jenž umožňuje designérovi srozumitelně a jasně vyslovit svůj záměr.

„Díky efektům, jako je třeba vyražená fólie, vytlačené písmo či zdobení s prvky podobnými drahokamům, může zákazník vnímat výrobek všemi svými smysly, a osvobodit se tak od stereotypního vnímání běžného spotřebitele, který je každý den zahlcován nespočtem firemních značek“²³ (viz Obrazová příloha č. 30).

V dnešní době vznikají poptávky, které musí být rychle uspokojeny a díky nim se vytváří webové aplikace. *„Je tedy nezbytné inspirovat spotřebitele, aby si vychutnali prožitek z originálně vytvořeného designového předmětu – jedinečné zpracování i materiály totiž vytvářejí nezaměnitelný prožitek a z obyčejného předmětu vykouzlí obal k dárku, který si sám říká o otevření“²⁴ (viz Obrazová příloha č. 31)*

„Důležitým současným grafickým trendem je jednoduchost a strýzlivost. Prosazuje se více uhlazený, ale také více strategický přístup. K žádoucímu efektu, působivé grafice nebo k jednoduchým kompozicím se používají jednoduchá vázání, speciální papír či minimální ražba (viz Obrazová příloha č. 32). V mnoha případech

je upřednostňována ruční výroba a spotřebitelé ji stále více oceňují. Zklidnily se také i barevné palety, jež se nesou v uklidňujících, neutrálních a zemitých tónech (viz Obrazová příloha č. 33), přestože se jako zdůraznění objevují příležitostně i výraznější teplé a fluorescentní barvy (viz Obrazová příloha č. 34). Silnější role grafiky, dynamická kompozice a sofistikované barvy zaručují kvalitnější výpověď, a ačkoli lze zaznamenat větší roli epického stylu, v současném užití grafických prvků v designu jasně převažuje strategické užití materiálů a zvláštních technik.“²⁵

Z tohoto současného trendu jsem dále vysledovala a seřadila do bodů:

- návrat k ruční výrobě;
- využití různých druhů netradičních papírů (od ručního se slepotiskem přes pauzovací až po plasty a látky);
- různé speciální krabičky, obaly a skládačky;
- speciální úpravy jako je perforování a výřezy, někdy vtipně propojené s grafikou;
- šití a nášivky nebo nálepky;
- různé druhy vazeb;
- využití nití, stuh, provázků;
- grafika je jednoduchá a elegantní, někdy s využitím hry a dějovosti;
- použití kresby, rastrů, ornamentů, obrysů, koláží, upravovaných fotek, jednoduchých kontrastních tvarů;
- použití kontrastu mezi retro stylem a moderním minimalistickým designem;
- návrat k tradičním grafickým technikám (jako je linoryt, suchá jehla apod).

Já jsem se tímto trendem inspirovala při prvotních návrzích plakátů, kde jsem využívala kombinaci fotografie skupiny a linorytu (viz Obrazová příloha č. 42). K tomuto nápadu mě přivedl obrázek z knížky *Umění ilustrace, Vizuální myšlení*, kde autor využívá fotografie města a kresby postavy (viz Obrazová dokumentace č. 35). Tyto návrhy dále rozebírám v podkapitole věnující se právě plakátům.

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

Dále jsem využila tento styl pro obal CD, který je vytvořen jako skládačka, proti případnému nežádoucímu pohybu CD je obal zajištěn složenými látkovými gumičkami. Podrobněji ho rozebírám v podkapitole jemu věnované.

Všechny inspirační zdroje byly pro finální zpracování vizuálního stylu hudební skupiny Náhodné procesy a jejich koncertního turné velmi důležité a zásadní. Jejich nalezení a pochopení má právě za důsledek vznik finálního vzhledu (viz Příloha). V následující kapitole a podkapitolách se budu následně zabývat popsáním právě tohoto vlastního řešení vizuální identity Náhodných procesů.

2. Vlastní pojetí vizuálního vzhledu Náhodných procesů a související typografická pravidla

V řešení a vytváření vizuálního stylu koncertního turné Náhodných procesů jsem se řídila již výše zmíněnými inspiračními zdroji. Než jsem se dostala k finálnímu zpracování loga, plakátů, obalu s potiskem CD a triček (viz Příloha) předcházelo jim spousta návrhů a ideových nápadů. Tyto vývoje tvorby budu popisovat u konkrétních prvků v následujících podkapitolách.

Teoretickou část jsem zpracovávala v grafických editorech – v Adobe Illustratoru (značky, plakáty a trička) a v Adobe Photoshopu (plakáty).

Jak jsem se již v textu několikrát zmínila, v novém vizuálním stylu nejen koncertního turné skupiny jsem se zaměřila zejména na „zobrazení“ názvu skupiny. Náhodné procesy jsem pochopila jako určitý nepředvídatelný vývoj. Dále jsem se snažila zachytit pohyb jako určitý proces; využít náhodu, ale konstruovaně promyšlenou; ukázat zapojení všech členů do vzniku nových písní; zobrazit „barevnost“ alternativních poprockových písní a takzvaně „přitvrdit“ od předešlého vzhledu. Těmito body jsem se řídila při tvorbě každé části jednotného vizuálního stylu Náhodných procesů. Nyní se již dostávám ke konkrétním popisům.

2.1. Logo, značka skupiny

Značka (logo, logotyp) je základním stavebním prvkem jednotného vizuálního stylu a jejím úkolem je identifikovat danou firmu. Pro společnost logo slouží jako určitá forma podpisu.

Pro každou značku je důležité dodržování estetických hledisek, funkčních kritérií a filozofií subjektu. Estetika loga musí splňovat užitnou trvanlivost, kterou docílíme estetickou nadčasovostí, kvalitní typografií, případnou kvalitní stylizací, vhodným barevným řešením a originalitou. Funkční kritérium značky klade důraz na dobrou zapamatovatelnost, čitelnost a identifikovatelnost.

Značky (loga) můžeme rozdělit do tří skupin podle jejich tvarové struktury na:

- značky obrazové;
- značky typografické;
- značky kombinované.

„Z hlediska terminologie se dříve používal pro obrazové značky termín symbol, piktogram, emblém nebo ikona. Pro značky typografické byl určen termín logotyp (později z něj vznikl zkrácený termín logo) a značky kombinované byly označovány jako grafické značky nebo ochranné známky (trademark). Dnes používáme pro všechny tři skupiny souhrnné názvy logo, logotyp nebo značka.“²⁶

Výzkumy zjistily, že abstraktní tvar značky je originálnější a jedinečnější. Díky tomu si její spotřebitel dokáže snáze ve své mysli rekonstruovat. Další z výzkumů prokázal, že tvar značky je pro vnímání a následnou identifikaci důležitější než její barevnost.

Po delší době užívání značky (většinou po 7 až 10 lety) se přistupuje k jejímu redesignu. K němu dochází z důvodu, že se velmi rychle mění vizuální hodnoty veřejnosti. *„Naučili jsme se vnímat módní trendy a také jim podléhat. I když tyto vlny mají nárazový charakter a záhy je vystřídají jiné, zásadním způsobem ovlivňují náš vkus a naše vizuální preference – zjednodušeně řečeno, co se nám líbí a co ne“²⁷* Současným trendem je zjednodušování grafické stylizace loga z důvodu jednoduššího vizuálního sdělení, kdy jsou vyšší šance pro zapamatování cílové skupiny a s tím související rychlejší identifikace. *„V současné době dosáhly značky takového stupně zjednodušení, že další stylizace již není možná. Proto se jako způsob změny nebo zatraktivnění značky začal využívat efekt trojrozměrnosti doplněním odlesků a stínů.“²⁸*

Pro vytvoření úspěšného a typograficky správného loga Náhodných procesů jsem se řídila čtyřmi základními kritérii:

- celkové pojetí odráží charakter subjektu;
- logo je ucelené a osobité;
- značka působí stejně v jednobarevné i celobarevné podobě;

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

- logo se dá adekvátně reprodukovat v různých velikostech (od vizitek po plakáty).

Po definování stylové koncepce, nalezení vhodných inspiračních zdrojů a řízení se typografickými pravidly, jsem se pustila do prvních návrhů, z kterých následným vývojem vzniklo konečné logo skupiny. Při přemýšlení nad tím, jak by měla značka vypadat, dospělo mé uvažování k vytvoření konceptu, jehož proměnlivost by měla vyjadřovat jak název tak i specifikovat charakter skupiny. Inspirací mi bylo nové logo Domu umění města Brna, jak jsem již uvedla v předcházejícím textu. Důležité bylo také ujasnění, zda na logo použiji stylizovaný obrázek či symbol nebo text názvu skupiny. Jednoznačně vyhrála obrazová značka se stylizovaným abstraktním obrazem, jenž má tu vlastnost, že připadá lidem originálnější, jedinečnější a tím i zapamatovatelnější.

První myšlenkou se stala verze s využitím automatické kresby (viz Obrazová příloha č. 36), kde mi byla ideovou pomocí francouzská typografka Catherine Zask. Původní nápad využít automatické linie a z nich vybrat výsekem určité části, tedy využití prvku promyšlené náhody, nedopadlo příliš dobře. Značka působila příliš nahodile a prvoplánově, proto jsem od tohoto řešení upustila.

V dalším návrhu jsem zkusila vytvořit jednoduchou konstruovanou značku (viz Obrazová dokumentace č. 37), která by vyjadřovala proces. Logo je vytvořené z jednoduchých různě silných postupně se zmenšujících kružnic. Kruhy jsou částečně otevřené a na některých je přidána šipka a tečka, pro více umocňující vyjádření pohybu, určitého procesu. Ale i tato verze nevystihovala přesně mou myšlenku.

Proto jsem se v dalších návrzích vrhla do koncepčního řešení, jak už je výše mnohokrát naznačeno. Tato koncepce spočívala ve vytvoření značky, která se bude modifikacemi měnit tak, aby asociovala pocit změny, pohybu. Logo jsem se rozhodla poskládat ze čtyř jednoduchých geometrických objektů - kruhů, z nichž každý má vyjadřovat jednoho člena. Kruhy jsou umístěny do pomyslného čtverce, v kterém se různě pohybují. Důležitá je také jejich průhlednost, kdy překrýváním prvků vznikají zajímavá prolínání. Je tím tedy vyjádřena hlavní myšlenka náhody, ale také zároveň promyšleného procesu. (viz Obrazová příloha č. 38)

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

V konečné verzi loga (viz Příloha – Logo, značka skupiny) jsem čtyři kružnice upravila na nepravidelné tvary jakýchsi oválů, kdy každý z nich je navíc jiný. Původně jsem ještě zkoušela měnit velikost kruhů (viz Obrazová příloha č. 39), která ale nevytvářela dostatečnou rozmanitost. Každý nepravidelný tvar má totiž představovat osobní rozdílnost členů skupiny. Nepravidelné ovály jsou umocněny barvami v barevné variantě, kdy jsem se snažila přiřadit typologii konkrétní barvy na charakteristické vlastnosti hudebníků.

Tvary jsou umístěny do pomyslného kruhu, kdy je část každého nepravidelného oválu tomuto kruhu přizpůsobená zakulacením. Všechny tvary vytváří vzájemným překrýváním prolínání. Nepravidelné ovály vytváří pohyb pomocí otáčení, kdy se vždy dva protilehlé tvary otáčí o 30° ve směru hodinových ručiček a zbylé dva o 30° v jejich protisměru. Otáčení nepravidelných oválů probíhá podle středové osy velkého pomyslného kruhu, v kterém jsou umístěné. Tvary vycházejí svoji cestu ze základního postavení, jenž je stanovené tak, kdy je každý tvar uspořádán na pomyslnou čtvrtinu kruhu. Po době závislé na počtu zadaných stupňů se nepravidelné ovály vrátí zpět na původní místo. Zkoušela jsem různé způsoby pohybu tvarů a nejlepší varianta otáčení vyšla právě po již zmíněných 30°, kdy vznikne 12 variant. Tento počet možností je ideální, s kterým se dá dále pracovat ve tvorbě plakátů, obalu CD a potisku triček. Dvanáct vytvořených značek má i tu výhodu, že každá čtvrtina kružnice je vždy alespoň částečně zaplněná tvarem a tudíž logo neztrácí svoji velikost, objem. Základní otáčení se dá samozřejmě libovolně měnit, a proto nabízí toto řešení značky nepočítané množství variant.

Logu tímto dávám vlastnost konceptuálního řešení, kdy není stanoven jeden jasný tvar, ale prvotní je jednotná různě se transformující myšlenka. Finální značka vyjadřuje pohyb a představuje vznik písně, kterou každý člen jistým způsobem ovlivňuje. Skládání písně se dá označit také jako proces, kdy zkoušením hudebníci často vykouzlí úžasné nápady, jenž nakonec použijí pro svoje písně. Tato náhoda je v logu představena překrýváním, kdy pouze odhadujeme, jaké nové tvary nám po otočení vzniknou.

Nové logo Náhodných procesů vytváří jak pohyb, změnu a určitý proces vzniklý otáčením, tak i náhodu vytvořenou překrýváním, která je ale usměrněná, jak přesně promyšleným umístěním, tak i jasně danými stupni. Celkově značka působí hravě, nápaditě, evokuje i rozmanitost písní podpořenou barevností a na tu se zaměřuji v následující podkapitole.

2.1.1. Barevnost

Každé logo, značka má svou základní podobu, zpravidla je to verze plnobarevná na bílém pozadí (viz Příloha – Logo, značka skupiny).

Je-li značka ve své základní podobě vícebarevná, existuje zpravidla ještě verze jednobarevná, která je určena pro ekonomicky méně náročnou výrobu konkrétních aplikací. Každá značka musí mít i svou verzi černobílou (viz Příloha – Logo, značka skupiny). Ta je určena pro použití na interních tiskovinách, které se zpravidla netisknou barevně, v inzerci, v černobílém denním tisku. V mém případě to platí pro jednoduché letáčky upozorňující na koncert, kde jsou vyžadovány co nejnižší finanční náklady, protože si je skupina většinou platí, popřípadě tiskne, sama. Existuje ještě negativní podoba, ta je zpravidla bílá (viz Příloha – Logo, značka skupiny).

V některých případech (zvláště u značek kombinovaných) existují další tvarové mutace značky. V mém provedení loga Náhodných procesů se jedná o lineární řešení (viz Příloha – Logo, značka skupiny).

Rozkres značky (viz Příloha – Logo, značka skupiny) – definuje umístění jednotlivých prvků značky a jejich vzájemných poměrů, i vytváří se i přesto, že dnes používáme elektronická data při vytváření aplikací a proto není nutné značky znovu konstruovat. Velmi důležitá je ochranná zóna značky, která definuje prostor, do kterého nesmí zasahovat žádné prvky jako např. text. To umožňuje značce její správnou čitelnost a žádoucí vnímání. Dalším faktorem, který by mohl ovlivnit čitelnost značky, je její velikost. Především v malých velikostech je toto riziko vyšší.

Proto se definuje minimální velikost, která by měla zajistit čitelnost značky při užití běžných technologií (případně individuální posuzování). Vzhledem k časté kreativité na nepravém místě je vhodné ukázat i příklady špatné aplikace na podklad, případně různé deformace značky, tyto zakázané varianty je třeba výrazně označit, například přeškrtnutím. Zakázané varianty by měly zejména ukázat pravděpodobné možnosti nepovolených zásahů do systémů nebo kvality čitelnosti značky. Neměly by zobrazovat samoučelné deformace značky.

*„Přestože barevnost nehraje při identifikaci značky klíčovou roli, pro celkovou komunikaci subjektu je tomu často naopak. Typická barevnost hraje při identifikaci komunikace subjektu prakticky nejdůležitější úlohu. Určité barevné kombinace nesou jasnou informaci, kdo je původcem komunikace.... Proto je nezbytně nutné, abychom pro své značky hledali barevné kombinace v dané komoditě neotřelé. V některých případech je však identifikace barevnosti a oboru naopak žádoucí Barvy mají i další významy, ke kterým je třeba v některých případech přihlídnout. Na toto téma proběhla celá řada psychologických studií s někdy dost odlišnými výsledky“.*²⁹

Nyní bych ukázala výsledky části jedné takové studie od Maxe Lüschera. Na tyto výsledky však musíme pohlížet pouze jako na jednu z teorií, jelikož vnímání barev a asociace s nimi spojené jsou ovlivněny mnoha dalšími vlivy. Jakými mohou být konkrétní odstíny barev a ovlivnění okolními barvami, samotný psychologický profil jedince a jeho geografické, demografické charakteristiky, které mohou výrazně měnit jeho preference. Také módní trendy naprosto mění vnímání barev. V současnosti jsou velmi populární dynamické barvy jako purpurová nebo jasně zelená. Já jsem se snažila vybrat pro logo takové barvy, které by vystihovaly charakteristiku a typologii členů. Barevnost, tak jako zmíněný tvar nepravidelného oválu, z něhož se skládá značka Náhodných procesů, mají více evokovat rozdílnost muzikantů (viz Příloha – Logo, značka skupiny). Nyní bych stručně popsala tyto charakteristiky členů s přiřazením ke konkrétní barvě a jejímu výkladu dle Lüschera:

- Červeno-purpurovou barvu (RGB – 224 0 63, CMYK – 2 100 66 0) jsem zvolila pro baskytaristu, jenž je také kapelníkem skupiny. Ve skupině je

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

velmi živý, koncert si vždy řádně vychutnává tančením po pódiu. Zároveň je také hnací silou celé kapely, zařizuje koncerty, shání kontakty. Pro popis charakteristiky budu vycházet z červené a tmavočervené typologie. Červená barva je jednou z nejoblíbenějších barev. Je to barva vzrušení, energie, symbolizuje oheň. Způsobuje fyziologické změny – zvyšuje puls, krevní tlak a rychlost dýchání. Povzbuzuje také chuť k jídlu. Můžeme ji také označit jako barvu mužskou. Tmavočervená je barva klidu, je důstojná a majestátní, barva spravedlnosti.

- Středně tmavou modrou barvu (RGB – 0 158 224, CMYK – 100 0 0 0) jsem vybrala pro kytaristu, který je i občasným violistou. Tento člen skupiny je bratr baskytaristy a jak již naznačuje vybraná barva, je chováním naprosto odlišný. Tak jak charakterizuje modrou, barvená typologie, je kytarista klidný a rozvážený. Modrá barva vyjadřuje dále stabilitu, věrnost a oddanost. Zároveň symbolizuje tradici, dlouhodobou neměnnost, veselí a svobodu. Dále evokuje vodní živel, vzduch, oblohu a ticho.
- Zelenou barvu (RGB – 66 166 42, CMYK – 75 0 100 0) jsem přiřadila k bubeníkovi. Který přesně jak charakteristika této barvy vyjadřuje klid, ale s vnitřní skrytou energií. Zelená také symbolizuje přírodu.
- Žlutá barva (RGB – 255 237 0, CMYK – 0 0 100 0) patří poslednímu členu kapely, tentokrát ale jemnější části. Zatupuje zpěvačku, jež je tak jako žlutá barva veselá a otevřená. Žlutá též symbolizuje dynamiku a pohyb.

Pomocí barevné typologie jsem se snažila vyjádřit charakter členů skupiny, ten je navíc podpořen jedinečností každého nepravidelného tvaru v značce. V barevné variantě se navíc vytváří pomocí překrývání nepravidelných oválů, prolínání základních barev, které vytváří další odstíny. Tato hra s barvami působí pestře, svěže a dynamicky, zároveň nám může evokovat i reflektory na koncertech.

Velká pestrost barev v logu je na plakátech, obalu CD a na potiskách triček umocněna uklidněním černé, bílé a odstíny šedi. Tyto neutrální barvy podporují vyznění barevnosti značky. Nyní se již dostávám k typografii vizuálního stylu.

2.1.2. Typografie

Důležitou součástí celé vizuální prezentace je jednotná typografie, ta také nemalou měrou přispívá k nezaměnitelnému vizuálnímu projevu a identifikaci.

Při výběru typu písma je důležité zvážení některých hledisek, jimiž je unikátnost a rozeznatelnost. Také při volbě písma se musíme rozhodnout, zda budeme volit písmo seriózní, bez zbytečných designových výstřelků, jehož půvab bude spočívat spíše v drobných detailech a zejména v řemeslně precizním zpracování nebo zda zvolíme písmo výrazné a charakteristické, sice s kratší životností, jelikož vlivem změny vkusu dochází k jejich obměně. Výhodou prvního spočívá v tom, že bude pravděpodobně stejně dobře působit i za deset let používání a nebude vypadat zastarale. Naopak výrazné písmo má ale vlastnost strhnutí pozornosti a okamžitě identifikace.

K vybranému základnímu písmu musíme definovat a ukázat všechny povolené řezy, kdy každý řez představíme pomocí kompletně vypsané abecedy v minuskách, verzálkách, numerických a pomocných znacích. Musíme také popsat, pro jaké aplikace bude uvedený typ písma používán.

Pro Náhodné procesy jsem zvolila typ písma Bahamas CE (viz Příloha – Logo, značka skupiny), jenž má sice pouze základní řez, ale svými tvary písmen při výběru jednoznačně vyhrál. Font splňoval kritéria, která jsem si stanovila. Jimi jsou kulaté jednoduché tvary znaků, hravost, ta se projevuje některými natočenými písmeny, elegance v přiměřeně silných tazích, čitelnost při využití písma pro větší běžný text a doplnění k logu skupiny bez přílišného strhávání pozornosti. Protože zejména na značku chci upozornit.

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

Název skupiny jsem k značce napsala minuskami. Slova jsou umístěná nad sebou do bloku, kdy „náhodné“ je lehce menší a tím i s tenčím tahem než „procesy“. Dávám tím tedy důraz na podstatné jméno, kdy název Náhodné procesy bude v běžné řeči u fanoušků jistě zkrácen pouze na „Procesy“.

Logo s názvem skupiny se tedy doplňují, přičemž text je vůči logu neutrální. Nyní se již dostávám k popisu propagačních materiálů Náhodných procesů.

2.2. Plakáty

Než jsem dospěla k finálním plakátům, prošla jsem si třemi fázemi tvorby. Postupně každou zmíním v následujícím textu.

Prvním nápadem bylo propojení vlastních fotografií s vektorovými tvary, na něž jsem použila průhlednost (viz Obrazová dokumentace č. 40). Fotografie vznikly na koncertech, kde je využit dlouhý expoziční čas, který způsobil různé zajímavé rozmazání a barevnost. Chtěla jsem tím vyjádřit náhodu, která je zastoupena fotografií, jenž ale v grafickém editoru usměřuji do jasné podoby. Už zde je pomalu patrná výsledná barevnost nového vizuálního stylu Náhodných procesů. Použité písmo jsem nakonec zavrhlá pro svoji těžkopádnost a vybrala již zmíněné Bahamas CE.

Z této myšlenky jsem se dostala k druhému návrhu (viz Obrazová dokumentace č. 42), kde je zkombinovaná fotografie s linorytem. Fotografie je už upravena do finální barevnosti, kdy každý člen má přiřazenou „svou“ barvu. Linoryt (viz Obrazová dokumentace č. 41) jsem vytvořila na velikost B3, kde jsou zobrazení hudebníci ve svém typickém rozestavení na pódiu a obvyklých pózách každého z nich. Tato kombinace fotografie, která má opět představovat náhodu a jasně promyšleného linorytu, jenž ji má opět usměřňovat a dávat „jasné obrysy“, opakuje již dříve zmíněnou myšlenku. Linoryt má také představovat současný trend, návrat k ruční výrobě, dává plakátu vyšší uměleckou hodnotu. Plakát je postaven tak, že v prvním plánu vidíme hudebníky a na pozadí je vytvořený rastr, který připomíná

reflektory. Barevné pestré postavy díky klidnějšímu pozadí lépe vynikají. Pro umístění loga s názvem skupiny jsem pozadí navíc zklidnila černým obdélníkem. Je zde již použité jak finální logo, tak i písmo v neutrální šedé. Od tohoto návrhu jsem nakonec upustila, jelikož jsem se rozhodla celý jednotný vizuální vzhled Náhodných procesů ponechat v jednoduché abstraktní formě. Inspirací mi byla již uvedená skupina Muse.

Nyní se již dostávám k poslední třetí fázi, která byla také konečná (viz Příloha – Plakáty). V této abstraktní formě, jsem se rozhodla oprostít od zbytečného konkrétního balastu, abych fanouškům ponechala, co největší míru fantazie a představivosti. Také jsem se chtěla dopracovat moderních, umělecky propracovaných a kvalitních plakátů, jež jsou velmi jednoduché. Inspirací mi byla zmíněná Catharine Zask. Konečné forma tištěných plakátů je míněna na velikost formátu B1, který se často zjednodušuje na rozměry 1000 × 700 mm. Podle vybraných motivů jsem zkoušela formáty na výšku i na šířku. Na plakátech, tak jako v celkovém konceptu, je hlavní vyjádření pohybu. Proto jsem na ně umístila všech dvanáct procesů změny značky. Plakátům tím dávám hravost, pohyb, varianty loga různě zmenšuji, kombinuji, pozadím dávám hloubku, přidávám různá prolínání a rozmazání, která mohou připomínat reflektory. Plakáty jsou ve výsledku zjemněny strukturou filtrem v Adobe Photoshopu, aby strohá vektorová grafika loga nepůsobila studeně a stroze. I tímto šumem jsem se inspirovala na obalech Muse. Na plakátech už je poté umístěn pouze název, který se možná může zdát malý, ale díky naprosté jednoduchosti, i v této velikosti na sebe strhává dostatečnou pozornost.

S finálními plakáty jsem spokojená, podporují totiž konceptuální řešení loga. Podobným způsobem jsem také řešila obal a potisk CD, o kterém se zmiňuji v následující podkapitole.

2.3. Obal a potisk CD

Obal s potiskem CD jsem se rozhodla vytvořit jako jednoduchou skládačku (viz Příloha – Obal a potisk CD). Hlavním důvodem bylo přidání výtvarné hodnoty obalu, nápadu a originality. Dát fanouškům produkt, za který by chtěli zaplatit. Protože jak je v dnešní době zvykem, je spíše běžnější si hudbu stáhnout na internetu než si CD koupit.

Obal se skládá z šesti čtvercových částí, jež jsou oboustranně potištěny. Vzniká tím tedy 12 ploch, na každé části je jedna varianta loga. Při celé rozložené skládačce a při otočení můžeme sledovat celý nekonečný proces pohybu tvarů v logu.

Na obalu samozřejmě najdeme název skupiny s názvem alba, které se jmenuje podle jedné písně z nahrávky – Cirkus nebe. Doslovně cirkus nebe může připomínat i základní barevnost loga s černou na pozadí. Přidání šumu je samozřejmost, vytváří se tím návaznost na plakáty. Dalšími texty jsou základní informace, písně a jejich texty. Použitým písmem je „vizuálem“ daná Bahamas CE.

Skládačka se symetricky skládá do středu - „balí se“. CD se zakládá do jedné čtvercové části, kde jsou připraveny výřezy, jenž ho drží na místě. Disk má na sobě potisk základní varianty loga s názvem skupiny a alba samotného.

Střed skládačky má půlcentimetrovou mezeru, takzvaný blok, pro lepší složení a je na něm také umístěn název skupiny s názvem alba. Vytvořený bok obalu slouží také pro lepší orientaci, při založení CD a jeho následném hledání.

Celý složený obal je zajištěn proti otvírání a nežádoucímu pohybu CD složenými látkovými gumičkami, které mají evokovat struny.

Obal s potiskem CD splňují zadaný koncept vizuálního stylu koncertního turné, dále vyjadřují hravost, pohyb, vracejí se k ruční výrobě.

2.4. Návrhy potisků triček

Nyní se už dostávám k poslednímu popisu propagačních předmětů vizuálního stylu koncertního turné Náhodných procesů. V této podkapitole budu řešit potisky triček (viz Příloha – Návrhy potisků triček).

Návrhy potisků triček jsem řešila vizuálně i ideově podobně jako plakáty a obal CD. Hravým způsobem jsou na nich umístěné všechny varianty značky. Trička mají funkci jak estetickou tak propagační, zároveň by měla svým prodejem podpořit financování dalšího nahrávání.

Pro realizaci triček by se využíval tisk a při dražších a kvalitnějších variantách výšivky, popřípadě různé textilní aplikace.

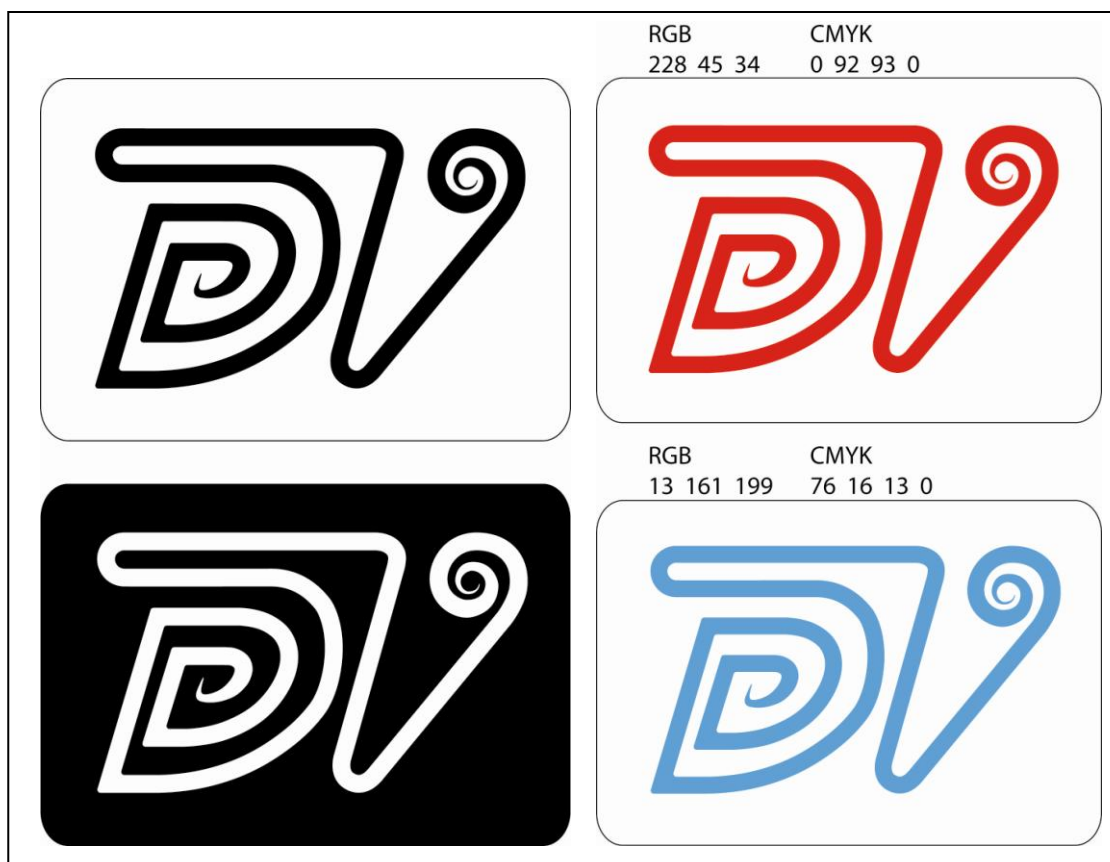
Závěr

Vytvoření vizuálního stylu koncertního turné hudební skupiny bylo pro mě velmi důležitou a zajímavou zkušeností. Rozhodnutí, že budu opět zpracovávat stejnou skupinu jako v bakalářské práci, mi přineslo radost a mohla jsem se pohybovat ve známém prostředí. Postupně jsem ale začala zjišťovat, co jsem si na sebe připravila. Skupina sice změnila název a vyvinula se po hudební stránce, ale začít vytvářet zcela něco nového, co už jsem jednou důkladně zpracovala, byl obtížný úkol. Po velkém rozmýšlení, stanovení základních bodů, jsem ale už lehce stanovila hlavní myšlenku, jenž byl konceptuálně pojatý vizuální styl, a nápady se potom lehce hrnuly.

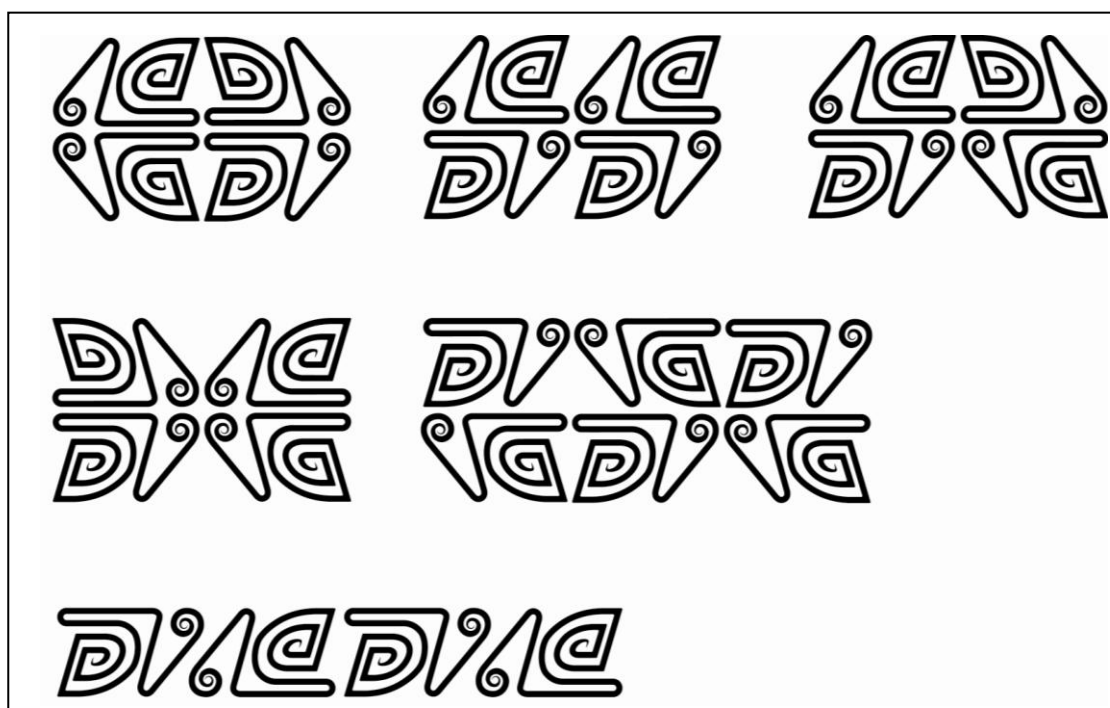
Celá práce mě bavila a doufám, že tomu výsledek odpovídá. Nové koncepční pojetí bylo pro mě výbornou zkušeností a doufám, že tak jak vyspěla hudba Náhodných procesů, tak i nový vizuální vzhled s ní dokáže držet krok. Již teď probíhá další spolupráce pro vytvoření webových stránek, i promítání vizuální prezentace při koncertech.

Obrazová příloha

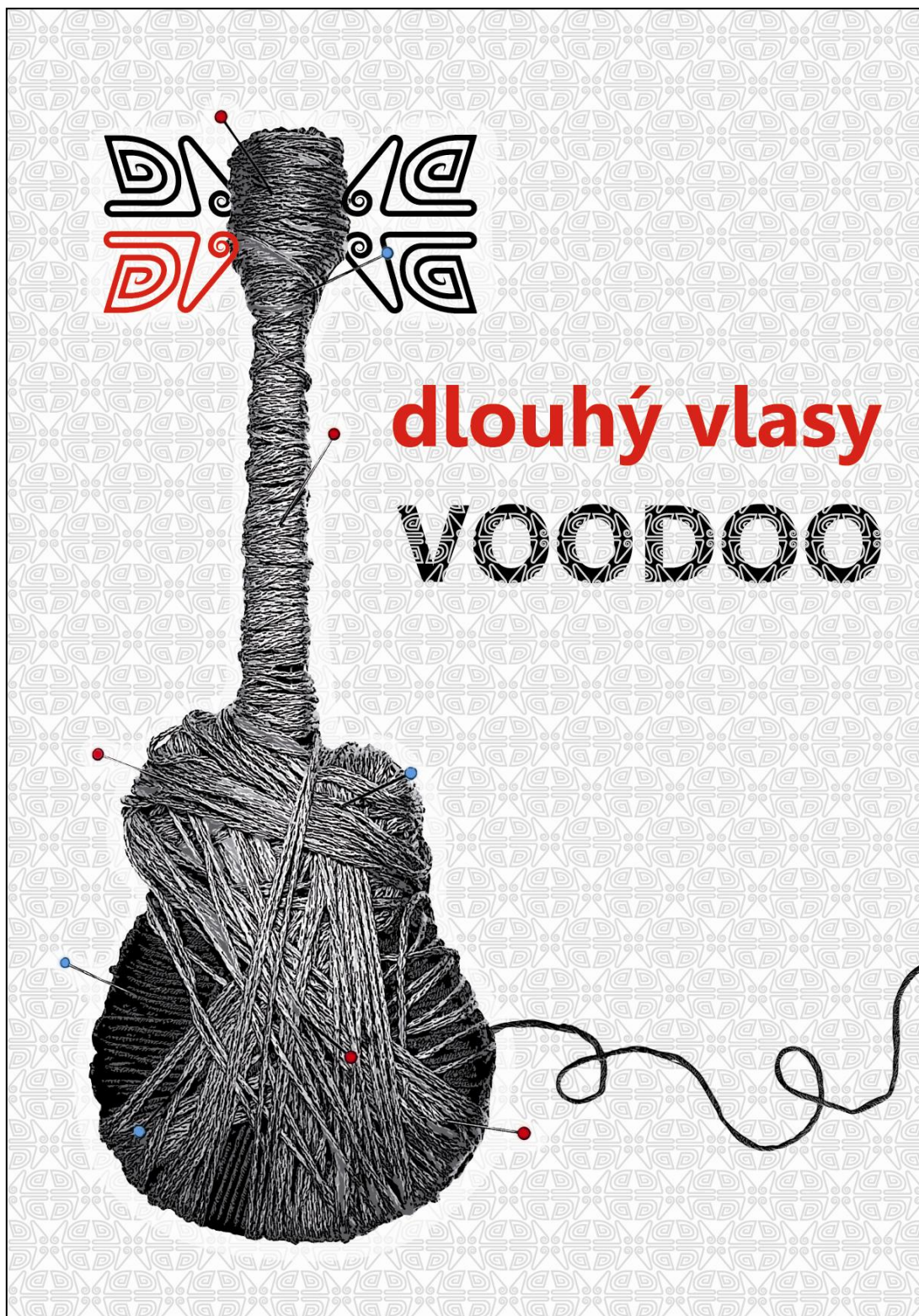
Ukázka bakalářské práce



Č. 1 Ukázka bakalářské práce - konečný černobílý a barevný návrh loga pro Dlouhý vlasy.³⁰



Č. 2 Ukázka bakalářské práce – ornamenty.³¹



Č. 3 Ukázka bakalářské práce – plakát na výšku pro Dlouhý vlasy.³²

Inspirační zdroje

- **Obrazová dokumentace k podkapitolám:**

1.1. Automatická kresba Catherine Zask

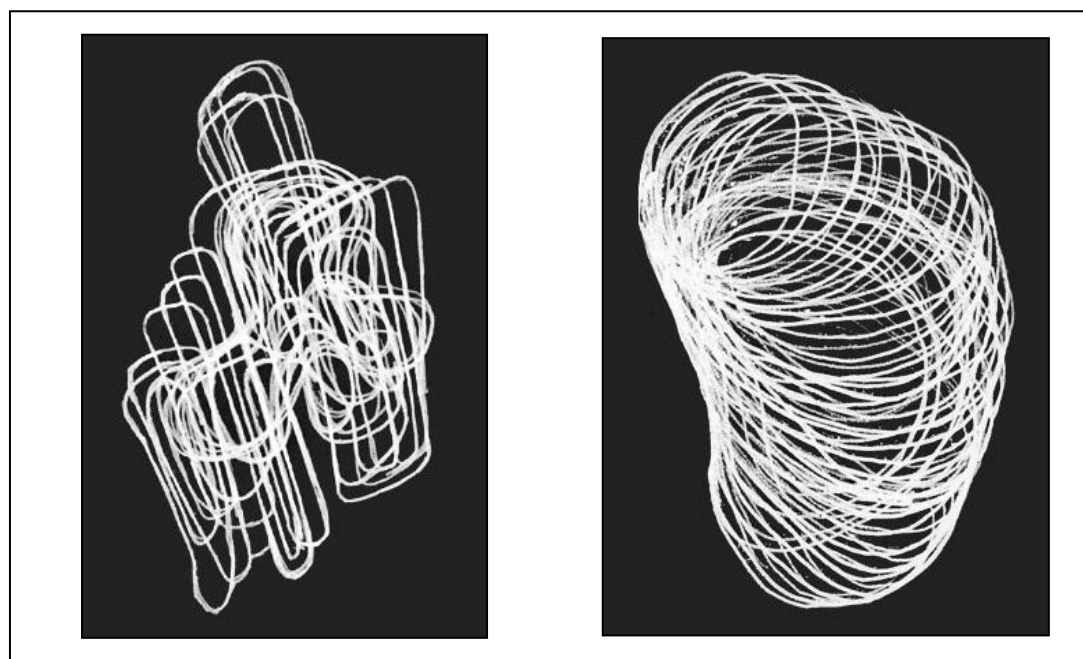
1.1.1. Automatická kresba a malba – vyjádření pocitu z hudby (praxe)



Č. 4 Plakát Catherine Zask - Déesť pro divadlo l'Hippodrome v Douai.³³



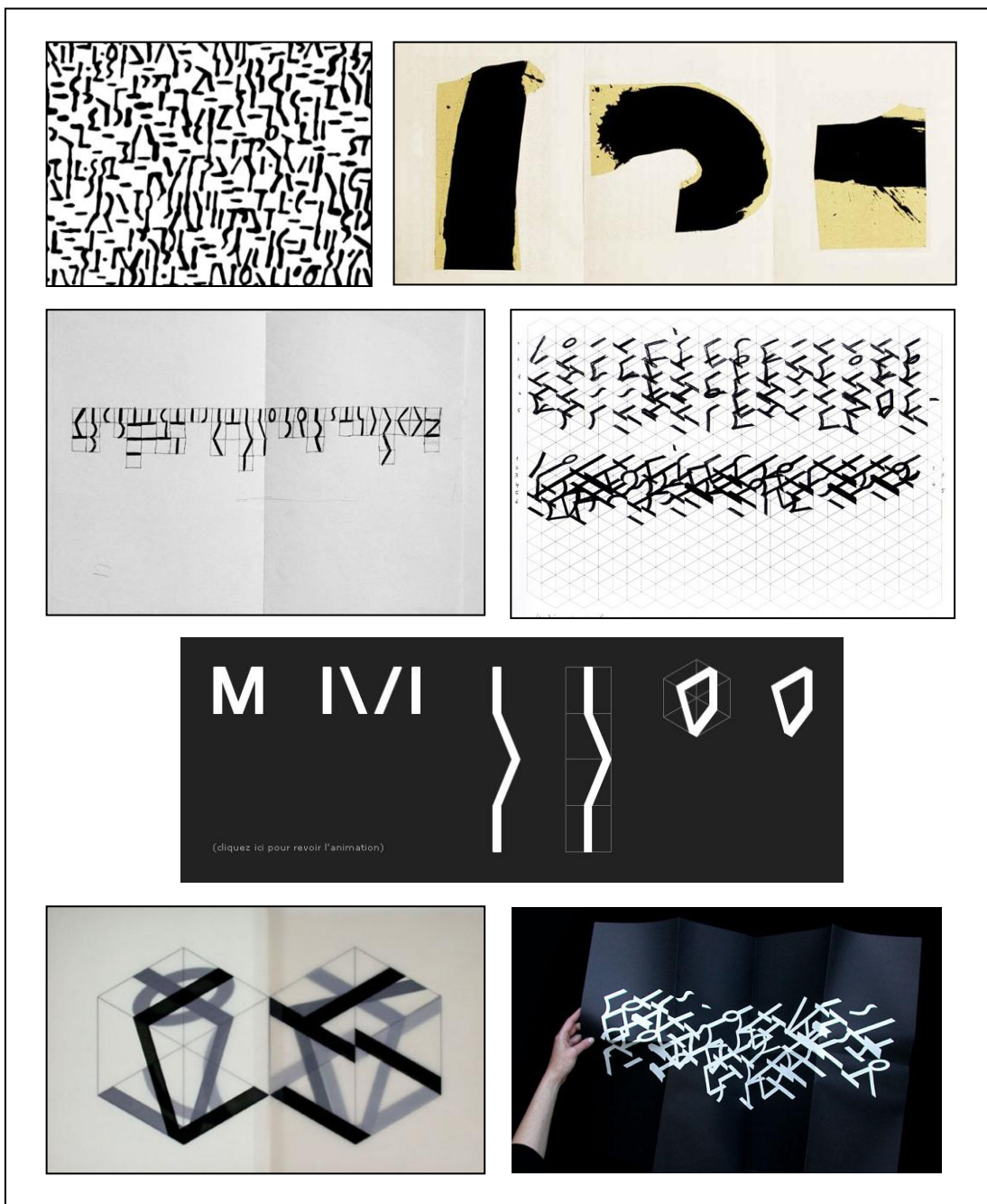
Č. 5 Plakát Catherine Zask – Blush pro divadlo l'Hippodrome v Douai.³⁴



Č. 6 Čmáraniny/Gribouillis Catherine Zask.³⁵



Č. 7 Ukrytá místa/Alcibiades Catherine Zask.³⁶

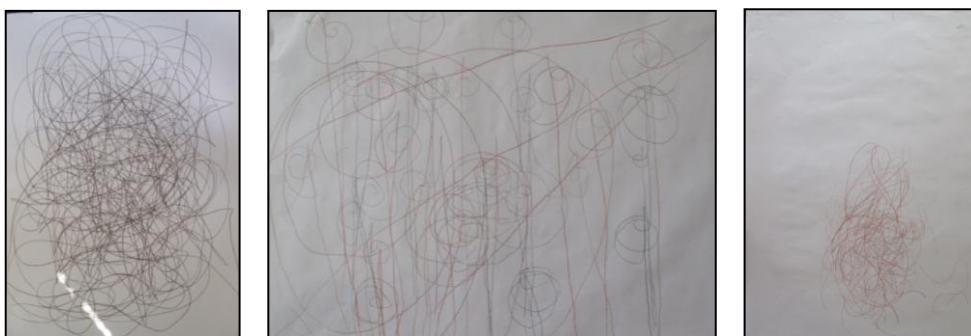


Č. 8 Abeceda Catehrine Zask – Alfabetempo.³⁷

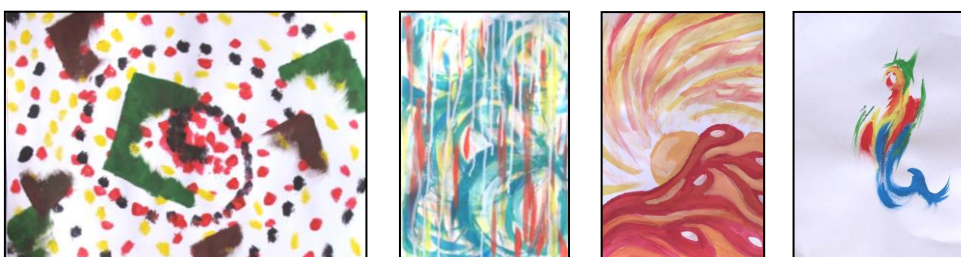
Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny



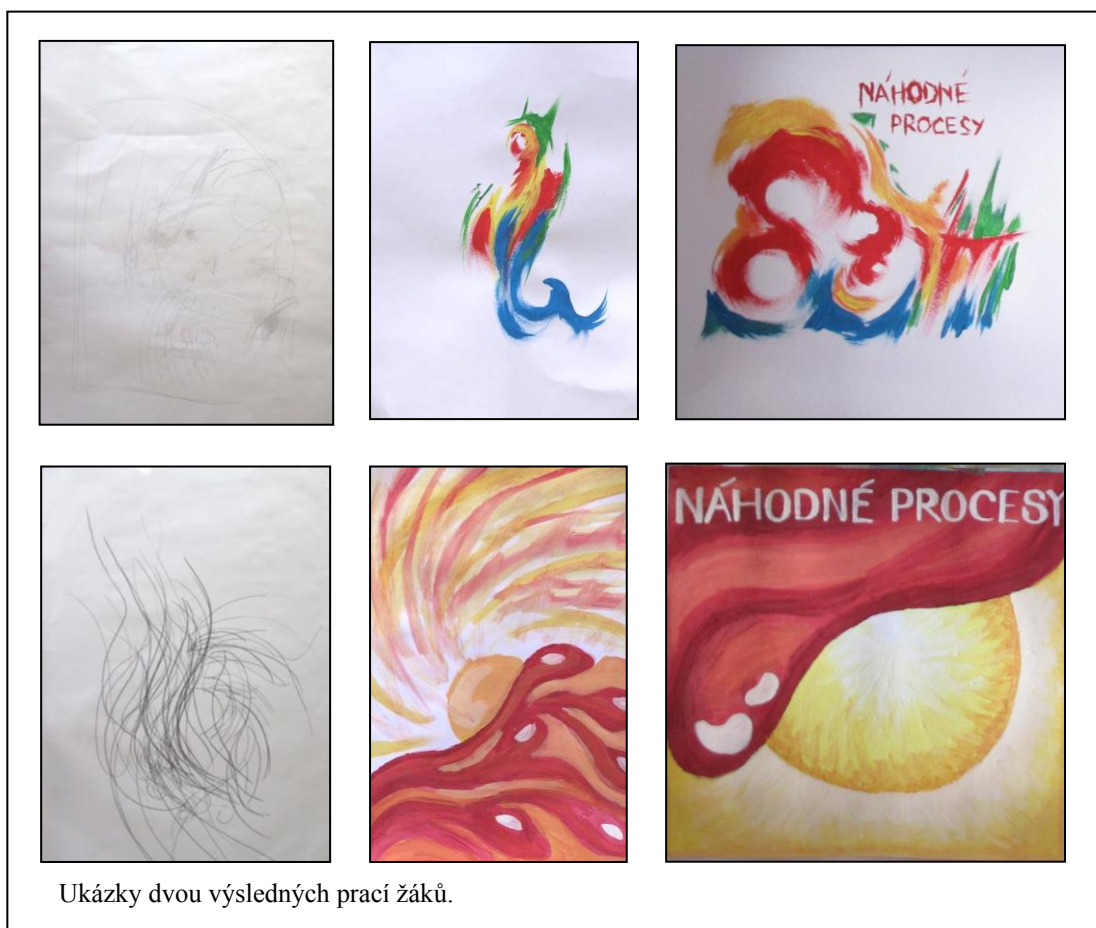
Ledolamka.



Automatická kresba.



Abstraktní malba.



Č. 9 Příklady prací žáků na téma *Vyjádření pocitu z hudby automatickou kresbou a barvou pomocí malby, Vytvoření obalu na CD a ukázka průběhu hodiny.*³⁸

- **Obrazová dokumentace k podkapitole:**

1.2.2. Nové logo Domu umění města Brna



Č. 10 Prezentační materiály a ukázka nového loga Domu umění města Brna.³⁹

- **Obrazová dokumentace k podkapitolám:**

1.3. Stručný výběr z historie rocku s důrazem na vizuální stránku

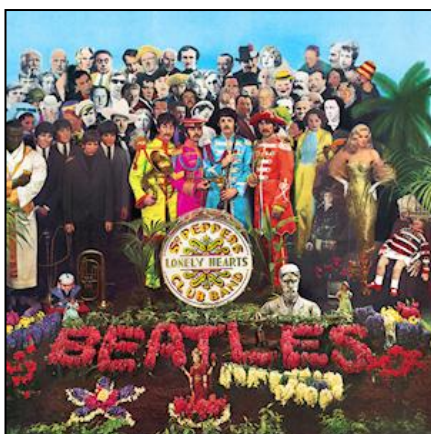
1.3.1. Inspirace současným vizuálním stylem vybrané skupiny (Muse)



Č. 11 The Beatles a jejich druhá studiová deska With The Beatles (1963).⁴⁰



Č. 12 Prvním masově prodávaným albem bez textu na obalu byl debut Rolling Stones, kde je pouze fotka Nicolase Wrighta.⁴¹



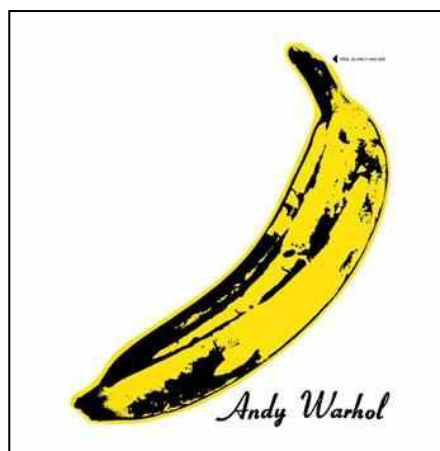
Č. 13 The Beatles a jejich osmá studiová nahrávka Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band (1967).⁴²



Č. 14 The Beatles, album dnes známé jako bílé.⁴³



Č. 15 The Beatles a jejich album Abbey Road (1969). Obal vznikl podle skici Paula McCartneyho a autorem je fotograf Iain Mcmillan.⁴⁴



Č. 16 Velvet Underground. Obal navrhl A. Warhol.⁴⁵

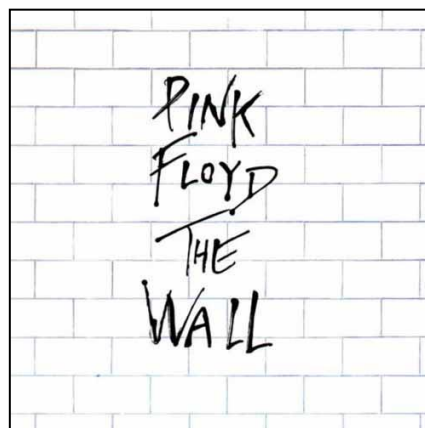
Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny



Č. 17 Warhol přišel s myšlenkou promíchat dohromady muziku s filmem. Výsledkem této myšlenky byly koncerty, při kterých přes kapelu promítal až čtyři filmy najednou a vše ještě doplňoval množstvím světel a stroboskopů.⁴⁶



Č. 18 Pink Floyd, The Dark Side Of The Moon (1973).⁴⁷



Č. 19 Největší výtvarný počín Pink Floyd přišel až s The Wall.⁴⁸

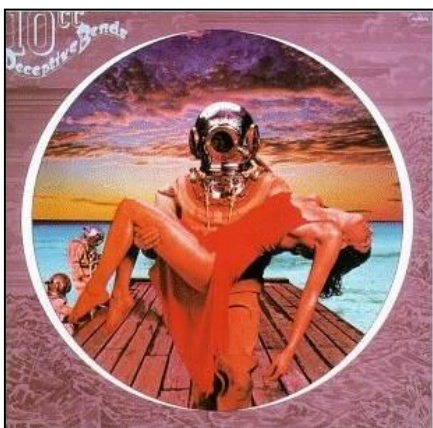


Č. 20 Baskytarista Roger Waters pojal album The Wall jako konceptuální dílo a při živých představeních se mu povedlo vybudovat pravděpodobně největší a nejsugestivnější show té doby.⁴⁹



Č. 21 Filmová verze The Wall od režiséra Alana Parkera a obsahuje animace karikaturisty Geralda Scarfeho.⁵⁰

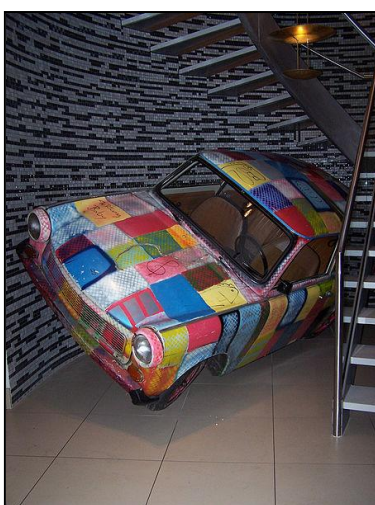
Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny



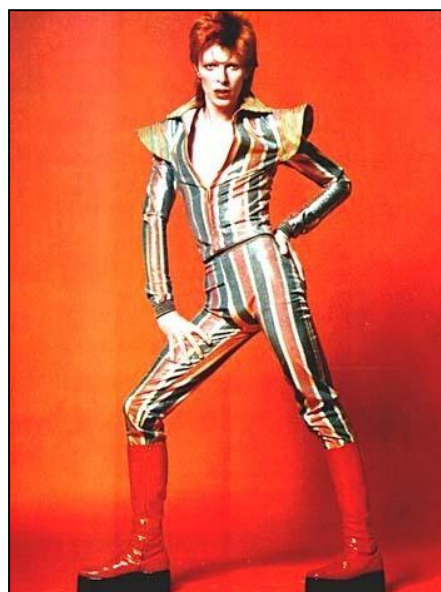
Č. 22 Ukázka obalu designerské skupiny Hipgnosis.⁵¹



Č. 24 Výrazné kostýmy měl i Peter Gabriel z Genesis, jako příklad poslouží třeba červené dívčí šaty a na hlavě liščí maska.⁵³



Č. 26 U2, Zoo TV, na scéně na turné byly použity trabanty, které Catherine Owens spolu se svými kolegy pomalovala.⁵⁵



Č. 23 David Bowie a jeho alter ego Ziggy Stardust – vesmírný spásitelský rocker.⁵²



Č. 25 Celou odnož rocku, která přikládá důležitost nablýskaným kostýmům - glam rock předznamenala formace Roxy Music Briana Ferryho.⁵⁴

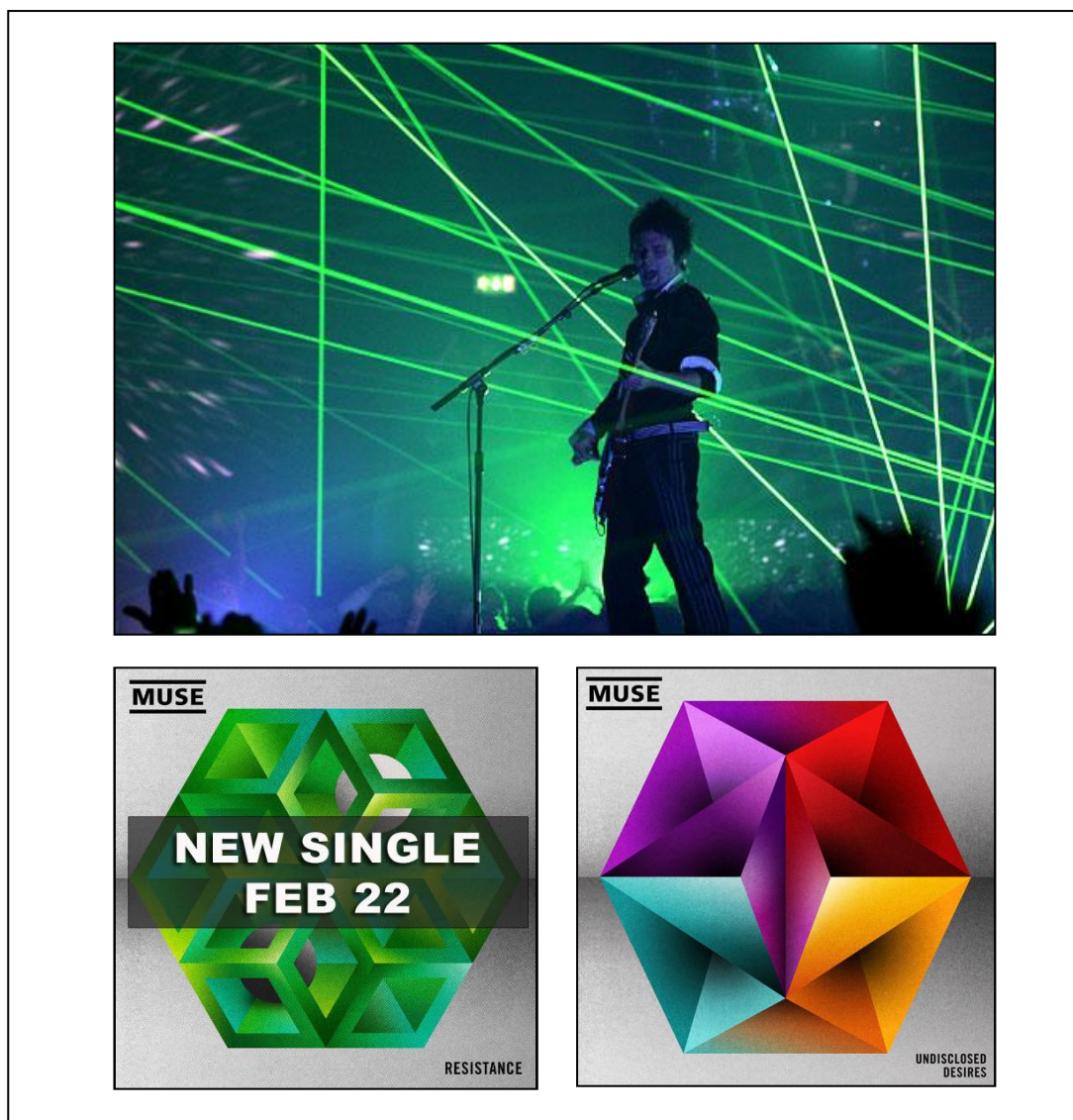


Č. 27 Gorillaz, za jejich typickou grafiku je zodpovědný komiksový kreslíř Hewlett a přestože klipy skupiny prošly technologickým vývojem, styl je stále stejný a snadno rozpoznatelný.⁵⁶

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny



Č. 28 Obal CD The Resistance hudební skupiny Muse.⁵⁷



Č. 29 Ukázka vizuálního stylu koncertního turné Muse.⁵⁸

- **Obrazová dokumentace k podkapitole:**

1.4. Návrat grafického designu k ruční výrobě



Č. 30 Speciální efekty - perforace, vytlačené ozdobnými prvky.⁵⁹



Č. 31 Originálně vytvořené designové předměty – jedinečné zpracování i materiály.⁶⁰

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny



Č. 32 K jednoduchým a střízlivým kompozicím se používají jednoduchá vázání, speciální papír či minimální ražba.⁶¹



Č. 33 Zklidnění v barevných paletách, nesou se v uklidňujících, neutrálních a zemitých tónech.⁶²

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny



Č. 34 Objevují se ale i příležitostně pro zdůraznění výraznější teplé a fluorescentní barvy.⁶³

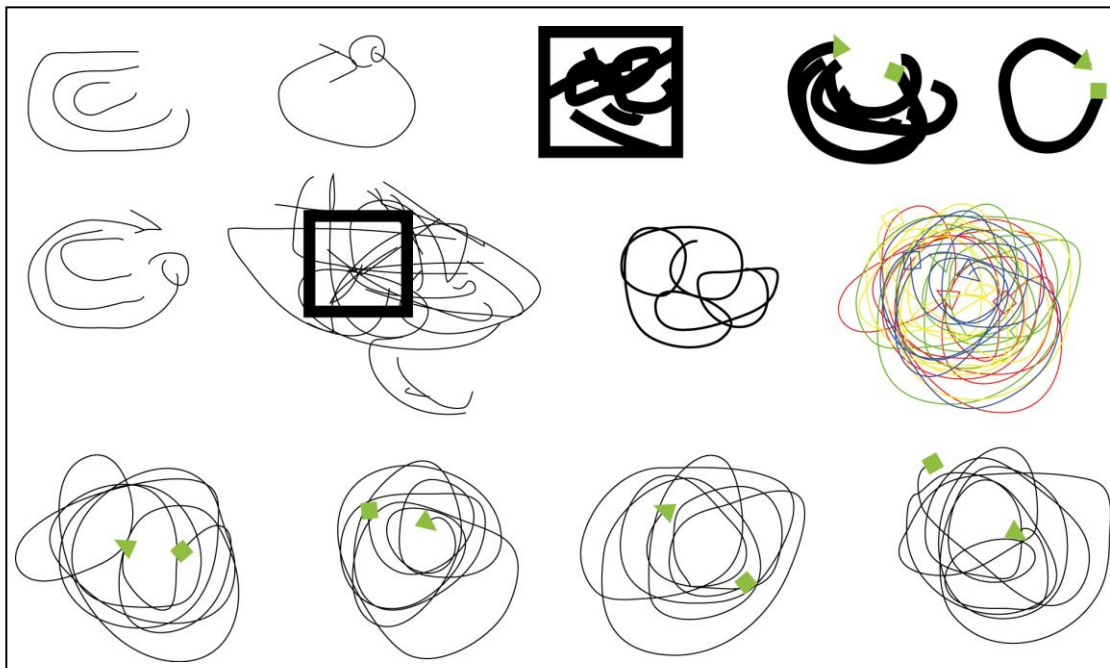


Č. 35 Inspirace pro návrh plakátu č. 42. Autor využívá fotografie města a kresby postavy.⁶⁴

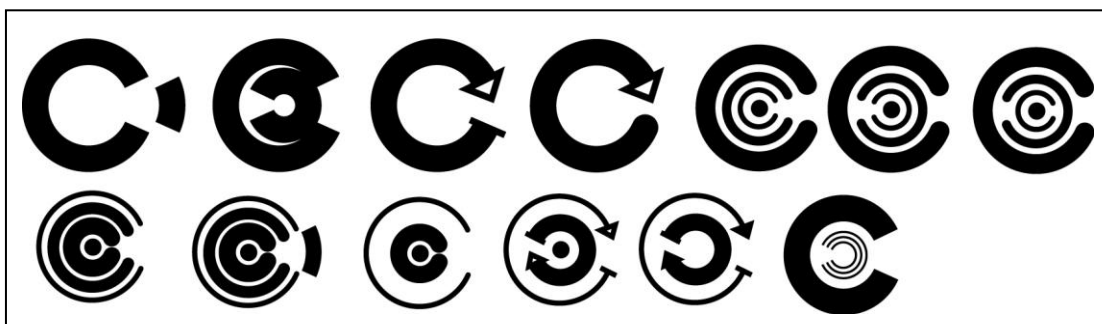
Návrhy vizuálního stylu koncertního turné hudební skupiny Náhodné procesy

- **Obrazová dokumentace k podkapitole:**

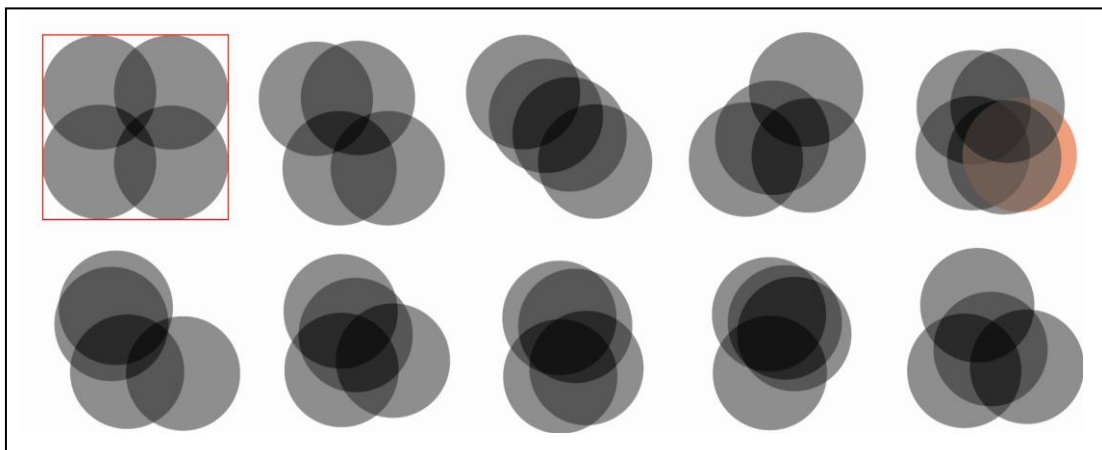
2.1. Logo, značka skupiny



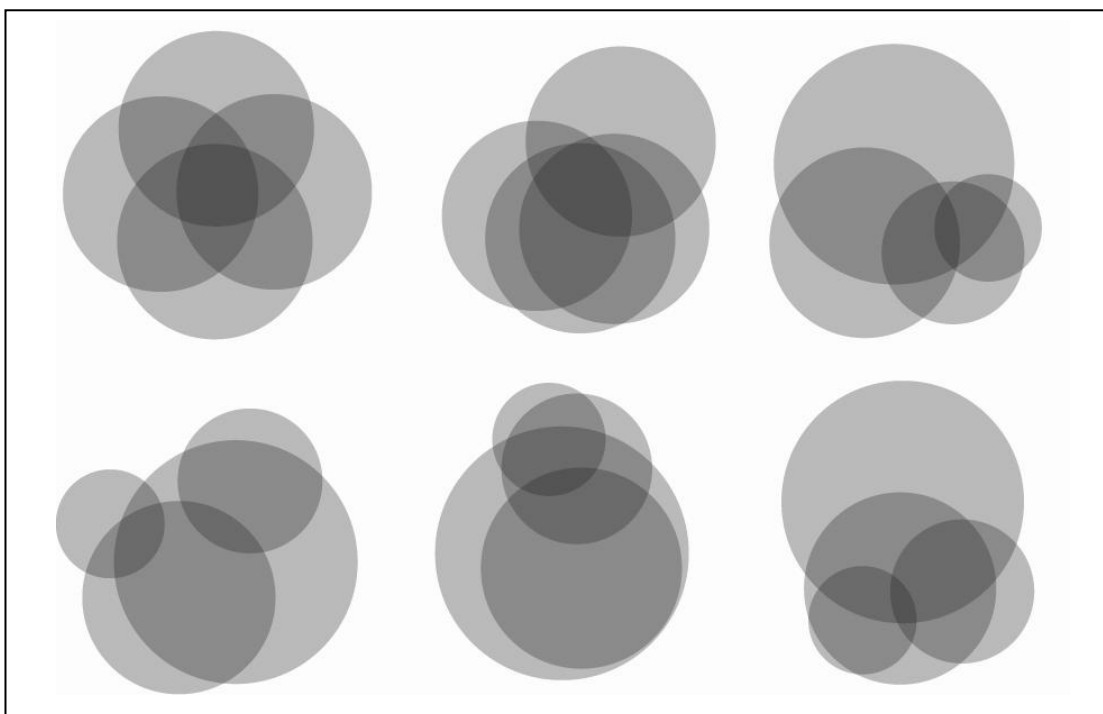
Č. 36 První návrh loga pro Náhodné procesy.



Č. 37 Druhý návrh loga pro Náhodné procesy.



Č. 38 Třetí návrh loga pro náhodné procesy, tentokrát již založený na konceptu. Červený čtverec vymezuje pomyslnou hranici pohybu kruhů.



Č. 39 Transformace třetího návrhu, kdy jsem zkoušela měnit velikost kruhů, abych vyjádřila rozmanitost členů skupiny.

- **Obrazová dokumentace k podkapitole:**

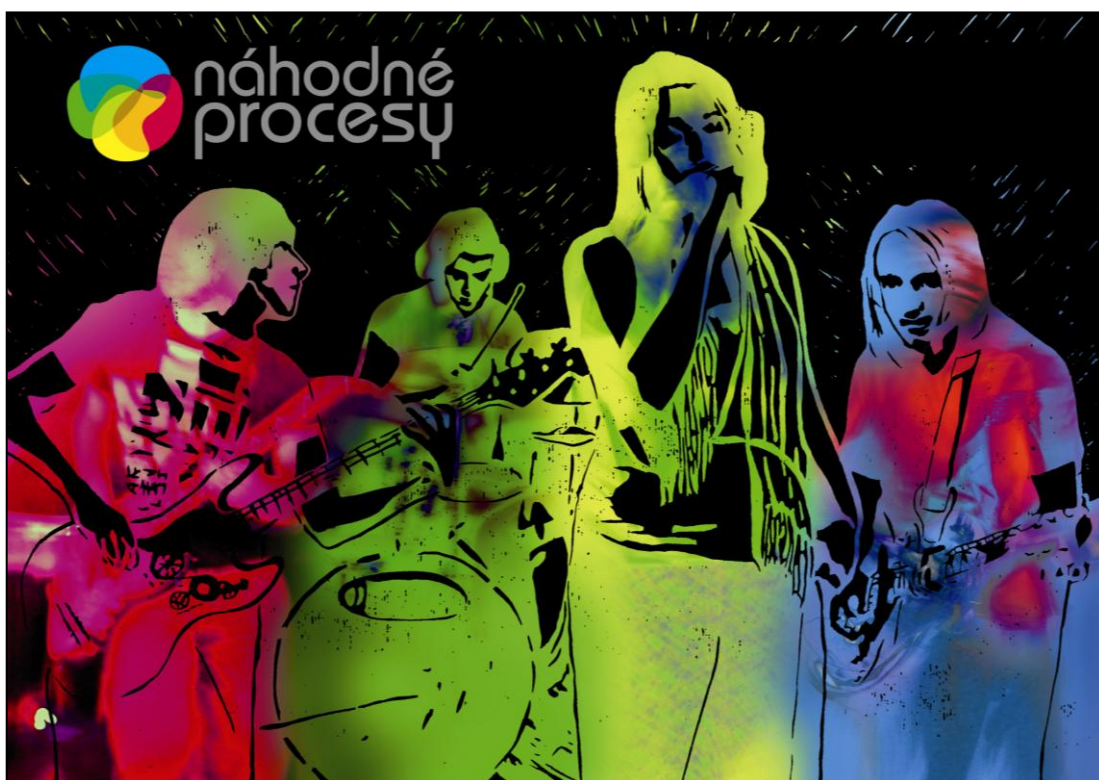
2.2. Plakáty



Č. 40 První návrh plakátu. Je zde využit nápad propojení vlastních fotografií s vektorovými tvary, na něž je použita průhlednost.



Č. 41 Linoryt, který je vytvořen na velikost B3, kde jsou zobrazeni hudebníci ve svém typickém rozestavení na pódiu a obvyklých pózách.



Č. 42 Další návrh plakátu, kde jsem využívala kombinaci fotografie skupiny a linorytu.

Poznámky

1. Statisticy na KMA, *Náhodné procesy*, <http://stat.kma.zcu.cz/Co/Np.html/>, vyhledáno 7. 6. 2011.
2. Wikipedie, *Proces*, <http://cs.wikipedia.org/wiki/Proces/>, vyhledáno 7. 6. 2011.
3. Jitka Habrmanová, *Bakalářská práce, Vizuální styl hudební skupiny*, Olomouc 2009, s. 6.
4. Kateřina Nováčková, Proměnlivá a přesto identita, Nové logo Domu umění, *Art & Antique*, 2009, říjen, s. 36.
5. Michal Kotyza – Ondřej Kafka, *Corporate identity set*, 2007, s. 7.
6. viz Nováčková, Proměnlivá a přesto identita, Nové logo Domu umění, *Art & Antique*, (pozn. 4), s. 36.
7. viz Kotyza et al., *Corporate identity set*, (pozn. 5), s. 7.
8. viz Habrmanová, *Bakalářská práce, Vizuální styl hudební skupiny*, (pozn. 3), s. 13.
9. Alice Twemlowová (přeložila Kateřina Cenkerová), *K čemu je grafický design?*, Slovart 2008, s. 112.
10. viz Habrmanová, *Bakalářská práce, Vizuální styl hudební skupiny*, (pozn. 3), s. 13.
11. viz Nováčková, Proměnlivá a přesto identita, Nové logo Domu umění, *Art & Antique*, (pozn. 4), s. 39.
12. viz Nováčková, Proměnlivá a přesto identita, Nové logo Domu umění, *Art & Antique*, (pozn. 4), s. 39.
13. viz Nováčková, Proměnlivá a přesto identita, Nové logo Domu umění, *Art & Antique*, (pozn. 4), s. 39.
14. viz Nováčková, Proměnlivá a přesto identita, Nové logo Domu umění, *Art & Antique*, (pozn. 4), s. 39.
15. Wikipedie, *Rock*, <http://cs.wikipedia.org/wiki/Rock/>, vyhledáno 16. 6. 2011.
16. Wikipedie, Robert Freeman (photographer), http://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Freeman_%28photographer%29/, vyhledáno 16. 6. 2011.
17. Wikipedie, *Hypnosis*, <http://en.wikipedia.org/wiki/Hipgnosis/>, vyhledáno 17. 6. 2011.
18. Ernesto Assante (přeložil Zbyněk Česenek), *Legends rocku*, Praha 2010, s. 46.
19. Wikipedie, *Zoo TV Tour*, http://en.wikipedia.org/wiki/Zoo_TV_Tour, vyhledáno 17. 6. 2011.
20. T-music, *Muse*, <http://www.t-music.cz/hudba/muse/>, vyhledáno 7. 6. 2011.
21. Wikipedie, *Muse*, <http://cs.wikipedia.org/wiki/Muse/>, vyhledáno 7. 6. 2011.
22. viz Wikipedie, *Muse*, (pozn. 16).
23. Grant Design Collaborative (přeložil Jan Kraml), *1000 grafických prvků, Pro zřetelnější a jasněji čitelný design*, Slovart 2009, s. 7.
24. viz Grant Design Collaborative, *1000 grafických prvků, Pro zřetelnější a jasněji čitelný design*, (pozn 18), s. 7.
25. viz Grant Design Collaborative, *1000 grafických prvků, Pro zřetelnější a jasněji čitelný design*, (pozn 18), s. 7.
26. viz Kotyza et al., *Corporate identity set*, (pozn. 5), s. 19.
27. viz Kotyza et al., *Corporate identity set*, (pozn. 5), s. 20.
28. viz Kotyza et al., *Corporate identity set*, (pozn. 5), s. 21.
29. viz Kotyza et al., *Corporate identity set*, (pozn. 5), s. 24.
30. Ukázka bakalářské práce - konečný černobílý a barevný návrh loga pro Dlouhý vlasy. Převzato z: viz Habrmanová, *Bakalářská práce, Vizuální styl hudební skupiny*, (pozn. 3), s. 26.
31. Ukázka bakalářské práce – ornamenty. Převzato z: viz Habrmanová, *Bakalářská práce, Vizuální styl hudební skupiny*, (pozn. 3), s. 26.
32. Ukázka bakalářské práce – plakát na výšku pro Dlouhý vlasy. Převzato z: viz Habrmanová, *Bakalářská práce, Vizuální styl hudební skupiny*, (pozn. 3), s. 29.
33. Plakát Catherine Zask - Déšť pro divadlo l'Hippodrome v Douai. Převzato z: webových stránek Catherine Zask, Rain, http://www.catherinezask.com/#hippodrome/affiches_01-02/rain/, vyhledáno 20. 6. 2011.
34. Plakát Catherine Zask – Blush pro divadlo l'Hippodrome v Douai. Převzato z: webových stránek Catherine Zask, Blush, http://www.catherinezask.com/#hippodrome/affiches_03-04/blush/, vyhledáno 20. 6. 2011.

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

35. Čmáraniny/Gribouillis Catherine Zask. Převzato z: webových stránek Catherine Zask, Gribouillis, <http://www.catherinezask.com/#gribouillis/selection/>, vyhledáno 20. 6. 2011.
36. Ukrytá místa/Alcibiades Catherine Zask. Převzato z: webových stránek Catherine Zask, Alcibiade, <http://www.catherinezask.com/#alcibiade/alcibiade/>, vyhledáno 20. 6. 2011.
37. Abeceda Catherine Zask – Alfabetempo. Převzato z: webových stránek Catherine Zask, Alfabetempo, <http://www.catherinezask.com/#alfabetempo/alfabetempo/>, vyhledáno 20. 6. 2011.
38. Příklady prací žáků na téma *Vyjádření pocitu z hudby automatickou kresbou a barvou pomocí malby, Vytvoření obalu na CD* a ukázka průběhu hodiny. Foto: Jitka Habrmanová.
39. Prezentační materiály a ukázka nového loga Domu umění města Brna. Foto: Jitka Habrmanová.
40. The Beatles a jejich druhá studiová deska With The Beatles (1963). Převzato z: Wikipedie, With The Beatles, http://en.wikipedia.org/wiki/With_The_Beatles/, vyhledáno 20. 6. 2011.
41. Prvním masově prodávaným albem bez textu na obalu byl debut Rolling Stones, kde je pouze fotka Nicolase Wrighta. Převzato z: Wikipedie, The Rolling Stones, [http://en.wikipedia.org/wiki/The_Rolling_Stones_\(album\)](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Rolling_Stones_(album)), vyhledáno 20. 6. 2011.
42. The Beatles a jejich osmá studiová nahrávka Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band (1967). Převzato z: Wikipedie, Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band, http://en.wikipedia.org/wiki/Sgt._Pepper's_Lonely_Hearts_Club_Band/, vyhledáno 20. 6. 2011.
43. The Beatles, album dnes známé jako bílé. Převzato z: Wikipedie, The Beatles, [http://cs.wikipedia.org/wiki/The_Beatles_\(album\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/The_Beatles_(album)), vyhledáno 20. 6. 2011.
44. The Beatles a jejich album Abbey Road (1969). Obal vznikl podle skici Paula McCartneyho a autorem je fotograf Iain Mcmillan. Převzato z: Wikipedie, Abbey Road, http://en.wikipedia.org/wiki/Abbey_Road/, vyhledáno 22. 6. 2011.
45. Velvet Underground. Obal navrhl A. Warhol. Převzato z: Wikipedie, The Velvet Underground & Nico, http://en.wikipedia.org/wiki/The_Velvet_Underground_%26_Nico/, vyhledáno 22. 6. 2011.
46. Warhol přišel s myšlenkou promíchat dohromady muziku s filmem. Výsledkem této myšlenky byly koncerty, při kterých přes kapelu promítal až čtyři filmy najednou a vše ještě doplňoval množstvím světel a stroboskopů. Převzato z: Aquarium Drunkard, The Velvet Underground: The Gift (A Short Story), <http://www.aquariumdrunkard.com/2008/08/18/the-velvet-underground-the-gift-a-short-story/>, vyhledáno 22. 6. 2011.
47. Pink Floyd, The Dark Side Of The Moon (1973). Převzato z: Wikipedie, The Dark Side of the Moon, http://en.wikipedia.org/wiki/The_Dark_Side_of_the_Moon/, vyhledáno 22. 6. 2011.
48. Největší výtvarný počín Pink Floyd přišel až s The Wall. Převzato z: Wikipedie, The Wall, http://en.wikipedia.org/wiki/The_Wall/, vyhledáno 22. 6. 2011.
49. Baskytarista Roger Waters pojal album The Wall jako konceptuální dílo a při živých představeních se mu povedlo vybudovat pravděpodobně největší a nejsuggestivnější show té doby. Převzato z: Techworld, Turn it up to 11: Tech's contributions to Rock and Roll, <http://slideshow.techworld.com/3202576/turn-it-up-to-11-techs-contributions-to-rock-and-roll/5/>, vyhledáno 22. 6. 2011.
50. Filmová verze The Wall od režiséra Alana Parkera a obsahuje animace karikaturisty Geralda Scarfeho. Převzato z: Wikipedie, Pink Floyd The Wall (film), [http://en.wikipedia.org/wiki/Pink_Floyd_The_Wall_\(film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Pink_Floyd_The_Wall_(film)), vyhledáno 22. 6. 2011.
51. Ukázka obalu designerské skupiny Hipgnosis. Převzato z: Wikipedie, Hypgnosis, <http://en.wikipedia.org/wiki/Hipgnosis/>, vyhledáno 22. 6. 2011.
52. David Bowie a jeho alter ego Ziggy Stardust – vesmírný spásitelský rocker. Převzato z: Wikia, Ziggy-stardust-david-bowie.jpg, <http://tron.wikia.com/wiki/File:Ziggy-stardust-david-bowie.jpg>, vyhledáno 22. 6. 2011.
53. Výrazné kostýmy měl i Peter Gabriel z Genesis, jako příklad poslouží třeba červené dívčí šaty a na hlavě liščí maska. Převzato z: TDPRI, The best known outfits in Rock N Roll, <http://www.tdpri.com/forum/bad-dog-cafe/86136-best-known-outfits-rock-n-roll.html>, vyhledáno 22. 6. 2011.
54. Celou odnož rocku, která přikládá důležitost nablýskaným kostýmům - glam rock předznamenala formace Roxy Music Briana Ferryho. Převzato z: Roxy Music, Roxy Music - Gallery, <http://roxy-music-fans.blogspot.com/2010/07/roxy-music-gallery.html>, vyhledáno 22. 6. 2011.

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

55. U2, Zoo TV, na scéně na turné byly použity trabanty, které Catherine Owens spolu se svými kolegy pomalovala. Převzato z: Wikipedie, Zoo TV Tour, http://en.wikipedia.org/wiki/Zoo_TV_Tour/, vyhledáno 22. 6. 2011.
56. Gorillaz, za jejich typickou grafiku je zodpovědný komiksový kreslíř Hewlett a přestože klipy skupiny prošly technologickým vývojem, styl je stále stejný a snadno rozpoznatelný. Převzato z: Gorillaz, Gorillaz – The Fall, <http://thefall.gorillaz.com/>, vyhledáno 22. 6. 2011.
57. Obal CD The Resistance hudební skupiny Muse. Převzato z: Muse, <http://muse.mu/>, vyhledáno 23. 6. 2011.
58. Ukázka vizuálního stylu koncertního turné Muse. Převzato z: Muse, <http://muse.mu/>, vyhledáno 23. 6. 2011.
59. Speciální efekty - perforace, vytlačené ozdobnými prvky. Převzato z: viz Grant Design Collaborative, *1000 grafických prvků, Pro zřetelnější a jasněji čitelný design*, (pozn 18), s. 39.
60. Originálně vytvořené designové předměty – jedinečné zpracování i materiály. Převzato z: viz Grant Design Collaborative, *1000 grafických prvků, Pro zřetelnější a jasněji čitelný design*, (pozn 18), s. 93.
61. K jednoduchým a střizlivým kompozicím se používají jednoduchá vázání, speciální papír či minimální ražba. Převzato z: viz Grant Design Collaborative, *1000 grafických prvků, Pro zřetelnější a jasněji čitelný design*, (pozn 18), s. 82.
62. Zklidnění v barevných paletách, nesou se v uklidňujících, neutrálních a zemitých tónech. Převzato z: viz Grant Design Collaborative, *1000 grafických prvků, Pro zřetelnější a jasněji čitelný design*, (pozn 18), s. 25.
63. Objevují se ale i příležitostně pro zdůraznění výraznější teplé a fluorescentní barvy. Převzato z: viz Grant Design Collaborative, *1000 grafických prvků, Pro zřetelnější a jasněji čitelný design*, (pozn 18), s. 228.
64. Inspirace pro návrh plakátu č. 19. Autor využívá fotografie města a kresby postavy. Převzato z: Mark Wigan, *Umění ilustrace, Vizuální myšlení*, Computer Press Brno 2010, s. 106.

Použitá literatura

- Abott Miller (překložila Irma Charvátová a Tony Long), *Brno Echo: Ornament a zločin od Adolfa Loose k dnešku*, Moravská galerie v Brně u příležitosti Bienále Brno 2008.
- Alice Twemlowová (přeložila Kateřina Cenkerová), *K čemu je grafický design?*, Slovart 2008.
- Blackcoffee (přeložil Jan Pavel), *1000, Ikony, symboly a piktogramy, Vizuální komunikace ve všech jazycích*, Slovart 2006.
- David Dabner (přeložil Josef Koval), *Grafický design v praxi*, Slovart 2004.
- Ernesto Assante (přeložil Zbyněk Česenek), *Legendy rocku*, Praha 2010.
- Grant Design Collaborative (přeložil Jan Kraml), *1000 grafických prvků, Pro zřetelnější a jasněji čitelný design*, Slovart 2009.
- Ina Saltz, *Základy typografie, 100 principů pro práci s písmem*, Slovart 2010.
- Jiří Vávra, *Od impresionismu k postmoderně*, Dějiny vizuálního umění, Olomouc 2001.
- Luke Herriott (přeložil Jaromír Máša), *1000 restaurací, kaváren a barů, Od značky po logo a vše ostatní co patří k tématu*, Slovart 2007.
- Mark Wigan, *Umění ilustrace, Vizuální myšlení*, Computer Press Brno 2010.
- Michael Ochs, *1000 Records Covers*, Taschen 2005.
- Michal Kotyza – Ondřej Kafka, *Corporate identity set*, 2007.
- Moravská galerie, *Bienále Brno 2010*, Brno 2010.
- Pavel Kočička – Filip Blažek, *Praktická typografie*, Computer Press Brno 2004.
- Roger C. Parker, *Profesionální design v reklamě*, Soft Press 2000.
- Timothy Samara (přeložily Adéla Hašková a Petra Bidlasová), *Grafický design, Základní pravidla a způsoby jejich porušování*, Slovart 2008.
- Vladimír Beran et al., *Typografický manuál*, Kafka design 2005.

Další materiály

- 22. mezinárodní bienále grafického designu, 2006, výstavní katalog.
- Ameba Production, *Festivalové noviny Rock for People*, 2010, č. 3, s. 1 a 4.
- Aquarium Drunkard, *The Velvet Underground: The Gift (A Short Story)*,
<http://www.aquariumdrunkard.com/2008/08/18/the-velvet-underground-the-gift-a-short-story/>, vyhledáno 22. 6. 2011.
- Catherine Zask, webové stránky, <http://www.catherinezask.com/>, vyhledáno 7. 6. 2011.
- Dům umění města Brna, <http://www.dum-umeni.cz/>, vyhledáno 15. 6. 2011.
- Gorillaz, *Gorillaz – The Fall*, <http://thefall.gorillaz.com/>, vyhledáno 22. 6. 2011.
- Jitka Habrmanová, *Bakalářská práce, Vizuální styl hudební skupiny*, Olomouc 2009.
- Kateřina Nováčková, Proměnlivá a přesto identita, Nové logo Domu umění, *Art & Antique*, 2009, říjen, s. 36 - 39.
- Marta Sylvestrová, 22. mezinárodní bienále grafického designu Brno 2006, *Ateliér*, 2006, č. 19, 29. 9., s. 16.
- Moravská galerie v Brně, Bienále Brno, *Art & Antiques*, 2006, červenec/srpen, s. 98.
- Muse, webové stránky, <http://muse.mu/>, vyhledáno 23. 6. 2011.
- Roxy Music, *Roxy Music - Gallery*, <http://roxy-musicfans.blogspot.com/2010/07/roxy-music-gallery.html/>, vyhledáno 22. 6. 2011.
- Statistickí na KMA, *Náhodné procesy*, <http://stat.kma.zcu.cz/Co/Np.html/>, vyhledáno 7. 6. 2011.
- TDPRI, *The best known outfits in Rock N Roll*, <http://www.tdpri.com/forum/bad-dog-cafe/86136-best-known-outfits-rock-n-roll.html/>, vyhledáno 22. 6. 2011.

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

- Techworld, *Turn it up to 11: Tech's contributions to Rock and Roll*, <http://slideshow.techworld.com/3202576/turn-it-up-to-11-techs-contributions-to-rock-and-roll/5/>, vyhledáno 22. 6. 2011.
- Wikia, *Ziggy-stardust-david-bowie.jpg*, <http://tron.wikia.com/wiki/File:Ziggy-stardust-david-bowie.jpg/>, vyhledáno 22. 6. 2011.
- Wikipedie, *Abbey Road*, http://en.wikipedia.org/wiki/Abbey_Road/, vyhledáno 22. 6. 2011.
- Wikipedie, *Abstraktní umění*, http://cs.wikipedia.org/wiki/Abstraktn%C3%AD_um%C4%9Bn%C3%AD/, vyhledáno 7. 6. 2011.
- Wikipedie, *Hypnosis*, <http://en.wikipedia.org/wiki/Hipgnosis/>, vyhledáno 22. 6. 2011.
- Wikipedie, *Hypnosis*, <http://en.wikipedia.org/wiki/Hipgnosis/>, vyhledáno 17. 6. 2011.
- Wikipedie, *Pink Floyd The Wall (film)*, [http://en.wikipedia.org/wiki/Pink_Floyd_The_Wall_\(film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Pink_Floyd_The_Wall_(film))/, vyhledáno 22. 6. 2011.
- Wikipedie, *Proces*, <http://cs.wikipedia.org/wiki/Proces/>, vyhledáno 7. 6. 2011.
- Wikipedie, Robert Freeman (photographer), [http://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Freeman_\(photographer\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Freeman_(photographer))/, vyhledáno 16. 6. 2011.
- Wikipedie, Rock, <http://cs.wikipedia.org/wiki/Rock/>, vyhledáno 16. 6. 2011.
- Wikipedie, *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, http://en.wikipedia.org/wiki/Sgt._Pepper's_Lonely_Hearts_Club_Band/, vyhledáno 20. 6. 2011.
- Wikipedie, *The Beatles*, [http://cs.wikipedia.org/wiki/The_Beatles_\(album\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/The_Beatles_(album))/, vyhledáno 20. 6. 2011.
- Wikipedie, *The Dark Side of the Moon*, http://en.wikipedia.org/wiki/The_Dark_Side_of_the_Moon/, vyhledáno 22. 6. 2011.
- Wikipedie, *The Rolling Stones*, [http://en.wikipedia.org/wiki/The_Rolling_Stones_\(album\)](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Rolling_Stones_(album))/, vyhledáno 20. 6. 2011.

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

- Wikipedie, *The Velvet Underground & Nico*,
http://en.wikipedia.org/wiki/The_Velvet_Underground_%26_Nico/,
vyhledáno 22. 6. 2011.
- Wikipedie, *The Wall*, http://en.wikipedia.org/wiki/The_Wall/, vyhledáno
22. 6. 2011.
- Wikipedie, *With The Beatles*, http://en.wikipedia.org/wiki/With_The_Beatles/, vyhledáno 20. 6. 2011.
- Wikipedie, *Zoo TV Tour*, http://en.wikipedia.org/wiki/Zoo_TV_Tour/,
vyhledáno 17. 6. 2011.

Typografické časopisy – Font, Typo.

Příloha

Příloha je tvořena z:

- jednoho CD, které obsahuje tento text s obrazovými přílohami. Mimoto je na něm uloženo šest příloh s konečným vizuálním vzhledem koncertního turné, vytvořených pro hudební skupinu Náhodné procesy.
- šesti obrazových dokumentací finálního vzhledu grafického vizuálního stylu koncertního turné hudební skupiny Náhodné procesy.

Anotace

Univerzita Palackého v Olomouci

Strana: 1/2

Údaje o DIPLOMOVÉ PRÁCI studenta

Os. číslo:	D09639	Datum zadání:	08.12.2009
Příjmení a jméno:	HABRMANOVÁ Jitka, Bc.	Datum odevzdání:	dosud neodevzdáno
Obor/komb.:	Učitelství výtvarné výchovy pro střední školy a základní umělecké školy (UZUŠ)		
Zadané téma:	Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny		
Stav práce:	Rozpracovaná práce		

Údaje o kvalifikační práci

1. Hlavní téma:

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

2. Název dle studenta:

Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny

3. Název v angličtině:

The Graphical Visual Style of the Concert Tour of the Music Group

4. Souběžný název:

5. Podnázev:

6. Anotace (krátký popis práce):

Ke zpracování praktické diplomové práce jsem si vybrala téma Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny pro Náhodné procesy v Ateliéru grafického designu. Snažila jsem se navázat na svou bakalářskou práci a zároveň využít nových zkušeností jak s realizací grafických prací, tak s koncertním prostředím. Tvorbu nového loga jsem řešila koncepčně, stejně jako dva plakáty, obal s potiskem CD a návrhy triček, které jsou konečným výstupem. Teoretická část diplomové práce má dva hlavní oddíly, jsou jimi inspirační zdroje a popis finálního zpracování grafického vizuálního stylu koncertního turné Náhodných procesů.

7. Klíčová slova (odděluje čárkou):

automatická kresba, barevnost, Catherine Zask, grafický design, historie rocku s důrazem na vizuální stránku, logo, značka, návrat grafického designu k ruční výrobě, nové logo Domu umění města Brna, obal CD, potisk CD, plakát, potisky triček, typografická pravidla, typografie, vizuální styl, vizuální styl hudební skupiny Muse, vizuální styl koncertního turné, vyjádření pocitu z hudby

8. Anotace v angličtině (krátký popis práce):

I've chosen The Graphical Visual Style of The Concert Tour of The Music Group called Náhodné procesy as the theme for the practical part of my diploma thesis. I worked at Atelier of Graphic Design. I tried to develop my bachelor thesis as well as use new expertise in graphic realization and also in the concert environment. I took a conceptual approach in the process of creating a logo. I did so in case of two posters, CD cover and T-shirt design, which is final reset of the practical part. There are two main sections in the theoretical part of my diploma thesis. They are sources of inspiration and description of work done in the practical part of this thesis.

9. Anglická klíčová slova (odděluje čárkou):

automatic drawing, brand, Catherine Zask, CD cover, CD printing, colours, expression of feeling the music, graphic design, logo, poster, printing t-shirts, return to graphic design to handmade, the history of rock with an emphasis on the visual aspect, the new logo Domu umění města Brna, the visual style of a concert tour, the visual style of the music group Muse, typografy, typographical rules, visual style

10. Přílohy volně vložené:

6 obrazových příloh, 1CD

11. Přílohy vázané v práci:

ilustrace

12. Rozsah práce:

71 s. (13 301 znaků)

13. Jazyk práce:

CZ

14. Záznam průběhu obhajoby:

15. Zásady pro vypracování:

Diplomová práce se bude skládat z následujících částí - logo skupiny, plakáty ke koncertnímu turné, přebal CD a návrh potisků trička.

Údaje o DIPLOMOVÉ PRÁCI studenta

Os. číslo:	D09639	Datum zadání:	08.12.2009
Příjmení a jméno:	HABRMANOVÁ Jitka, Bc.	Datum odevzdání:	dosud neodevzdáno
Obor/komb.:	Učitelství výtvarné výchovy pro střední školy a základní umělecké školy (UZUŠ)		
Zadané téma:	Grafický vizuální styl koncertního turné hudební skupiny		
Stav práce:	Rozpracovaná práce		

Všechny části budou provedeny v odpovídající technické kvalitě. Součástí práce budou i ideové nápady. Praktická diplomová práce musí být doložena textovou a dokumentační částí v jednom svazku a ve dvou vyhotoveních a archivována na CD. Prezentace diplomové práce bude probíhat vhodným způsobem výstavy. Součástí bude i prezentace vývoje grafických a ideových návrhů.

16. Seznam doporučené literatury:

- Alice Twemlowová (přeložila Kateřina Cenkerová), K čemu je grafický design?, Slovart 2008.
- Blackcoffee (přeložil Jan Pavel), 1000 Ikony, symboly a piktogramy, Vizuální komunikace ve všech jazycích, Slovart 2006.
- David Dabner (přeložil Josef Koval), Grafický design v praxi, Slovart 2004.
- Grant Design Collaborative (přeložil Jan Kraml), 1000 Grafických prvků, Pro zřetelnější a jasněji čitelný grafický design, Slovart 2009.
- Luke Herriott (přeložil Jaromír Máša), 1000 restaurací, kaváren a barů, Od značky po logo a vše ostatní co patří k tématu, Slovart 2007.
- Michael Ochs, 1000 Records Covers, Taschen.
- Pavel Kočíčka - Filip Blažek, Praktická typografie, Computer Press Brno 2004.
- Roger C. Parker, Profesionální design v reklamě, Soft Press 2000.
- Timothy Samara (přeložily Adéla Hašková a Petra Bidlasová), Grafický design, Základní pravidla a způsoby jejich porušování, Slovart 2008.
- Vladimír Beran et al., Typografický manuál, Kafka design 2005.

17. Oponent práce:

18. Vedoucí práce: Chorý Tomáš, ak. soch.

Elektronická forma kvalifikační práce

Název souboru	Diplomová práce.pdf
Velikost souboru	5876 KB
Typ souboru	PDF - textový soubor
Zveřejnění práce	ANO - zpřístupnit veřejnosti
Omezení přístupu	Ihned po odevzdání práce (tj. od 16.04.2011)

Posudky kvalifikační práce

Posudek oponenta	Není k dispozici...
Posudek vedoucího	Není k dispozici...
Soubor s průběhem obhajoby	Žádný není vložen

Potvrzuji správnost vložených údajů :

Datum: Podpis: