

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA PEDAGOGICKÁ
KATEDRA VÝTVARNÉ VÝCHOVY

SOUBOR PLAKÁTŮ SE SOCIÁLNÍ TÉMATIKOU
BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Martina Slancová

Vizuální kultura se zaměřením na vzdělávání

Vedoucí práce: MgA. et Mgr. Stanislav Poláček

Plzeň 2017

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně
s použitím uvedené literatury a zdrojů informací.

V Plzni, 27. 06. 2017

.....
vlastnoruční podpis

Poděkování

Chtěla bych poděkovat MgA. et Mgr. Stanislavu Poláčkovi za odborné vedení, pomoc a rady při zpracování této práce.

Anotace

Předmětem této bakalářské práce je soubor autorských sociálních plakátů, který se zabývá tématem koexistence v Karlových Varech. Zaměřuje se především na soužití českých obyvatel s cizinci, návštěvníky a přistěhovalci, jejichž kultura zanechává ve městě větší či menší stopy. Soubor se skládá ze šesti plakátů formátu 70x100 cm. Teoretická část je tvořena historickým vývojem umění, které se dotýká sociálních témat a historie grafiky, s níž je neodmyslitelně spjat vývoj samotného plakátu. Dále se práce zabývá vznikem a detailním popisem jednotlivých plakátů, včetně zvolené techniky.

Klíčová slova: Autorská grafika, Koexistence, Karlovy Vary, Plakát, Sociální umění.

Annotation

The subject of this bachelor thesis is a package of author's social posters, which deals with the topic of coexistence in Karlovy Vary. It focuses mainly on the coexistence of Czech citizens with foreign nationalities, visitors and immigrants whose culture leaves more or less traces in the city. The file consists of six posters of 70x100 cm format. The theoretical part consists of the historical development of art, which deals with the social themes and the history of graphics, with which the development of the poster itself is inherently connected. Furthermore, the thesis deals with the actual creation and detailed description of individual posters, including the chosen technique.

Key words: Author's graphics, Coexistence, Karlovy Vary, Poster, Social art.

OBSAH

1	ÚVOD.....	2
2	CO JE SOCIÁLNÍ PLAKÁT?	3
3	HISTORIE GRAFIKY A PLAKÁTU.....	5
3.1	GRAFIKA.....	5
3.1.1	Tisk z výšky.....	5
3.1.2	Tisk z hloubky	6
3.1.3	Tisk z plochy	7
3.2	PLAKÁT	8
4	SOCIÁLNÍ TENDENCE V UMĚNÍ	14
5	PROCES TVORBY.....	16
5.1	INSPIRACE.....	16
5.2	TECHNIKA PRÁCE	17
6	POPIS PLAKÁTŮ	19
6.1	NĚMECKO	20
6.2	RUSKO	21
6.3	SAUDSKÁ ARÁBIE	22
6.4	VIETNAM	22
6.5	JAPONSKO.....	23
6.6	ANGLIE	24
7	ZÁVĚR	25
8	RESUMÉ.....	26
	SEZNAM LITERATURY.....	27
	SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ	28
	SEZNAM OBRAZOVÝCH PŘÍLOH.....	29
	PŘÍLOHY	I

1 ÚVOD

Tématem této bakalářské práce je soubor sociálně laděných autorských plakátů, zabývajících se koexistencí českých obyvatel a cizinců v Karlových Varech. Karlovy Vary, známé jako lázeňské a turistické město, se těší velkému přílivu návštěvníků z cizích zemí. Zmiňované město jsem si vybrala proto, že jsem jeho součástí. Pocházím z Karlových Varů a jako jejich obyvatel mám svůj vlastní názor na aktuální stav cestovního ruchu. Zvolila jsem pro téma několik národů (zemí), které pojí s Karlovými Vary společná historie, tvoří výraznou menšinu mezi obyvateli města či jsou jeho častými nebo novými návštěvníky. Každé zemi v této práci náleží jeden plakát, který vyjadřuje specifickou koexistenci daného národa v Karlových Varech. Koexistence je vyjádřena pomocí obrazu, konkrétně pomocí fotografie, která je doplněná typograficky zpracovaným textem.

První část teoretické práce je věnována umělecko-historickému přesahu. Zejména historii grafiky, která je neodmyslitelně spjatá s historií samotného plakátu a s významnými českými i zahraničními představiteli této oblasti umění. Dále se tato část práce zabývá průřezem uměleckých směrů a autorů, kteří svá díla netvořili čistě pro umění, ale zabývali se sociálními tématy. Pomocí díla komunikovali se společností a prostřednictvím obrazu vyjadřovali svůj názor.

Druhá část teoretické práce se zabývá samotným vznikem souboru sociálních plakátů. Věnuje se především důvodům, proč jsem se rozhodla rozpracovat toto téma. Dále se věnuje autorům, kteří jsou pro mě zejména v grafice a typografii velkými vzory a velmi mě inspirují. Taktéž se zabývá technologií, pomocí které jsem vytvářela samotné plakáty, rastrovou a vektorovou počítačovou grafikou. Zabývá se využitím veškerých výrazových a grafických prostředků z vizuálního i symbolického hlediska. Na závěr podrobně popisuje jednotlivé plakáty. Odpovídá na otázky, proč právě tyto země patří do tohoto souboru plakátů, proč byl použit právě tento obraz (fotografie) a jaká je jeho symbolika v rámci konkrétního národa.

Cílem této bakalářské práce je vyjádření mého subjektivního názoru a pohledu na danou koexistenci pomocí co nejpříhodnějších vizuálních i slovních prostředků, jako je obraz (fotografie) a typografie, které dohromady tvoří jedno ucelené dílo - jednu koexistenci. Dalším z cílů zejména teoretické části práce je správně vystihnout historicko-umělecký přesah daného tématu.

2 CO JE SOCIÁLNÍ PLAKÁT?

Hlavním tématem této bakalářské práce je sociální plakát. Nežli přejdeme k samotnému historickému vývoji plakátu a sociálních umění, měli bychom definovat, co se tímto souslovím rozumí. Podle definice slovníku cizích slov slovo sociální znamená: společenský, zabývající se lidskou společností. Tím se dostáváme k sociologii, vědnímu oboru, jehož předmětem zkoumání je právě lidská společnost.

Sociologie vznikla na počátku 19. století a je vědou o společenských jevech, vztazích a procesech.¹ Sociologie se zabývá aktuálním stavem společnosti a můžeme říci, že jde o velmi pluralitní obor, jelikož na společnost nahlíží z mnoha úhlů pohledu nejrůznějších směrů. Sociologii rozdělujeme do mnoha disciplín, které se mohou neustále rozrůstat a rozvíjet. Mezi ně patří např. sociologie rasových a etnických skupin, sociologie věkových skupin, sociologie sportu, náboženství, umění, nebo sociologie masové komunikace atd.

Měla bych také zmínit funkce socializace (poznávací, kritická, ideologická), z nichž nejdůležitější je funkce poznávací. Díky sociologii můžeme poznat různé interpretace světa. „*Jde totiž o to, aby sociologické poznání poskytovalo člověku orientaci ve společnosti a vztazích mezi lidmi, umožnilo mu vysvětlení a hledání alternativ jeho vlastní životní situace i situace společenství, v němž žije.*“² Nejenže nám sociologie umožňuje lépe se vyznat ve společnosti, ale také nám pomáhá identifikovat manipulaci ze strany reklamy či politické ideologické propagandy, která se snaží ovlivnit co nejvíc lidí prostřednictvím masové komunikace.

Masová komunikace probíhá díky masovým médiím, mezi které řadíme televizi, rozhlas, internet, ale i tradiční noviny, časopisy, letáky a v neposlední řadě plakáty. Plakát je „*v užité grafice sdělení formou velkého, zpravidla vylepovaného letáku, z něhož se v 16. století vyvinul.*“³ Plakát může být obrazový nebo typografický (textový), text i obraz se dají kombinovat. Jeho nejdůležitější funkcí je propagace. Plakát propaguje produkt, politickou stranu, událost nebo jen názor. Pokud má mít plakát smysl a plnit svůj účel, musí být výrazný, jedinečný, šokující, aby si ho člověk vůbec v přešři ostatních letáku a reklam všiml. Nejčastěji se plakáty umisťují na plakátovací plochy, které jsou vždy

¹ HAVLÍK, Radomír. *Úvod do sociologie*. 5. vyd. Praha: Karolinum, 2007. IBSN 978-80-246-1385-7 (str. 6)

² HAVLÍK, Radomír. *Úvod do sociologie*. 5. vyd. Praha: Karolinum, 2007. IBSN 978-80-246-1385-7 (str. 12)

³ BALEKA, Jan. *Výtvarné umění: výkladový slovník: (malířství, sochařství, grafika)*. Praha: Academia, 2010. IBSN 978-80-200-1909-7 (str.276)

na frekventovaném místě (prostředky veřejné dopravy, vývěsní plochy budov důležitých institucí apod.), za účelem oslovení co největšího počtu konzumentů.

3 HISTORIE GRAFIKY A PLAKÁTU

3.1 GRAFIKA

Plakát je neodmyslitelně spjat s vývojem grafiky a grafického designu. Jelikož tato bakalářská práce je zejména prací grafickou, i když tvořenou pomocí moderní technologie, měla by tu být zmíněna historie řemesla.

*„Grafika je obecné označení všech děl a výrobků vzniklých tiskařskými ručními i průmyslovými postupy.“*⁴ Grafiku rozdělujeme na užitou a volnou. Užitá grafika slouží k propagačním účelům. Grafici vytvářejí plakáty a letáky, které mají uměleckou hodnotu i autorský rukopis, nicméně podléhají zadavateli zakázky. Oproti tomu volná grafika slouží umělci k vyjádření jeho pocitů, nápadů a názorů. Autor může skrz obraz a slovo reagovat na soudobý stav společnosti.

Grafika je založená na tisku pomocí matrice, barvy a otisku. Právě podle způsobu tisku rozlišujeme grafiku tištěnou z výšky, z hloubky a z plochy. Při tisku z výšky se otiskuje vše, co není zahluobené pod povrch. Naopak při tisku z hloubky jsou tisknouce místa zahluobena pod povrch, a proto potřebuje daleko větší tlak, než u tisku z výšky. Posledním typem tisku je tisk z plochy, kde jsou všechny plochy ve stejné rovině a tisk je umožněn rozdílnými chemickými vlastnostmi tisknoucích a netisknoucích míst.

3.1.1 TISK Z VÝŠKY

Nejstarší tiskařskou technikou je dřevořez. Je starý tak, že neexistuje přesná datace jeho vzniku. Můžeme jen odhadovat, že vznikl pravděpodobně ve starověku (Egypt, Čína). Matricí pro tento typ grafické techniky je dřevěné prkénko, které má vyhlazený povrch. Do této matrice se vyrývají linie a plochy pomocí velmi ostrého nože. Místa, která jsou zahluobena pod povrch, jsou netisknouce, jedná se proto o tisk z výšky.

Nejznámější představitelem této techniky je Albrecht Dürer, který dřevořez dovedl k dokonalosti. Žil na přelomu 15. a 16. století a nespokojil se s nedokonalými jednoduchými dřevořezy. Ve svých grafických dílech zachází do naprosto drobných lineárních detailů, jejichž pomocí vytváří i náznaky objemů a prostoru. V následujících

⁴ BALEKA, Jan. *Výtvarné umění: výkladový slovník: (malířství, sochařství, grafika)*. Praha: Academia, 2010. IBSN 978-80-200-1909-7 (str.119)

staletích se na dřevořez téměř zapomnělo a umělci se k němu začali vracet až na přelomu 19. a 20. století (Emil Nolde, Paul Gauguin aj.).

Další technikou tisku z výšky je dřevoryt, který vznikl koncem 18. století a může se zdát stejný jako jeho předchůdce dřevořez. Dřevoryt se ovšem liší zejména nástrojem, který se pro tvorbu obrazu používá. Dřevoryt nevyužívá nože, ale uzpůsobeného ostrého rydla, které umožňuje propracovat obraz do větších detailů a dokáže vytvořit jemnou linii jedním tahem. Miroslav Hura rozděljuje dřevoryt na faksimilový dřevoryt, který naprosto přesně napodobuje skutečnost, a dřevoryt tónový, který pomocí křížením jednotlivých tahů rydlem vytváří odstíny šedé. Tyto dvě techniky dřevorytu se dají při tvorbě kombinovat.

Poslední technikou tisku z výšky je linoryt. Vznikl koncem 19. století, kdy se rozvíjel společenský život. Pořádala se řada kulturních událostí, které potřebovaly tištěnou reklamu – plakáty. Bylo potřeba nalézt techniku, která by umožňovala snadnější reprodukci, než byla zkáze podléhající dřevěná matrice předchozích technik. Linorytová matrice je z gumy nebo korku a je mnohem pružnější a flexibilnější, tudíž se při opakovaném tisku neničí. Linoryt je i v současnosti oblíbenou grafickou technikou, kterou využívají jak děti ve výtvarných školách, tak profesionální umělci.

3.1.2 TISK Z HLOUBKY

Mezi nejznámější tisky z hloubky řadíme rytinu, suchou jehlu, čárkový lept, akvatintu a méně známou mezzotintu. Hlubitiskové matrice nejsou z gumy ani ze dřeva, ale z kovu. Nejstarší hlubitiskovou technikou je rytina, která vznikla v 15. století. Rytina využívá nejčastěji měděnou či ocelovou matici, do které rytec ryje pomocí štíhlého ocelového rydla. Linie na výsledném obraze jsou ostré, bez známek rozpití, jelikož hřebínky, které vznikají při vyrytí linie, jsou zahlazovány. Nejznámějším představitelem této techniky je již zmíněný mistr dřevorytu Albrecht Dürer.

Suchá jehla je dalším představitelem hlubitiskové grafické techniky, která se vyčlenila jako samostatná grafická technika. Maticí je pro ni zinková deska, do které se ryje pomocí ocelové jehly. Na rozdíl od rytiny suchá jehla nechává hřebínky, které vzniknou na desce, a nezahazuje je. Při tisku se barva otiskne nejen ze zahloubených míst, ale otiskne se i barva, která utkvěla na hřebíncích a na povrchu zinkové desky, a proto se linie suché jehly zdají být rozpité. Suchou jehlou se zabývá spousta zahraničních i českých umělců, např. Pablo Picasso, František Tichý či Emil Fila.

Čárkový lept je technika hlubotisku, která se odlišuje od rytiny a suché jehly tím, že se do kovové podložky (měď, zinek), jež je potřena ochranou směsí, obraz nevyryvá, ale jen nakreslí. Poté se podložka položí do kyseliny (zředěná kyselina dusičná), která vyleptá jen ta místa, kde kresba odhalila kovovou desku. Čím déle necháme kyselinu působit tím, více se dostane do hloubky a místa jsou pak na výsledném tisku tmavší. Leptem se zabýval i český rodák Václav Hollar (1607-1677), který je známý především díky svým grafickým cyklům „Pohledy na města“.

Dostáváme se k méně známým technikám hlubotisku, jedním z nich je akvatinta, která vznikla v polovině 18. století ve Francii. „*Akvatinta je v umělecké grafice leptářská technika tisku z hloubky... Štoček (forma, matrice pokrytý jemnou vrstvou roztaveného pryskyřičného prášku) je po kresbě rudkou, tužkou nebo perem zaleptán.*“⁵ Nejznámějším představitelem této techniky, byl Francisco Goya (1746-1828), který ji dovedl k dokonalosti.

Nejméně známou technikou je mezzotinta, která je představitelkou suché techniky hlubotisku. „*Umělec nejdříve kolébavými pohyby skoblíny (ocelový nástroj) rozrzní do stejnoměrné struktury celý povrch desky. Kdyby se takto připravená deska zatřela černí a otiskla, vytvářela by stejnoměrnou tmavošedou či téměř černou plochu. Světlejší tón se vytváří ocelovou škrabkou, která zmenší hloubku prohlubní. Nejsvětlejší bílé místo vznikne tam, kde grafik zbrousí body a důlky a znovu vyhladí v povrchu desky lesklou plošku.*“⁶

3.1.3 TISK Z PLOCHY

Litografie neboli první technika tisku z plochy vznikla na přelomu 18. a 19. století. Za jejího vynálezce považujeme Aloise Senefeldera, divadelníka, který se snažil přijít na levnější způsob tiskové propagace divadla. Litografie je též kamenotiskem, jelikož jako štoček slouží velký vyhlazený kámen, nejčastěji vápenec. Na ten grafik nakreslí obraz mastnou barvou (křídou, tuší). „*Poté se povrch přetře žlutozelenou kašovitou tekutinou, která obsahuje arabskou gumu a kyselinu dusičnou. Pak se povrch umyje vodou.*“⁷ Díky této směsi se mastnota více spojí s kamenem a nepokreslená místa přijmou vodu. To při tisku zaručí, že se barva chytne jen z mastných, vodou nedotčených ploch, z kterých se pak

⁵ BALEKA, Jan. *Výtvarné umění: výkladový slovník: (malířství, sochařství, grafika)*. Praha: Academia, 2010. IBSN 978-80-200-1909-7 (str. 15)

⁶ HOURA, Miroslav. *Jak se dívat na grafiku*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1971 (str. 139)

⁷ HOURA, Miroslav. *Jak se dívat na grafiku*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1971 (str. 145)

přenese obraz na papír. Na podobném principu odpuzování vody a mastnoty funguje moderní ofsetový tisk, který kamennou matici nahradil plechovou deskou.

Nicméně vrátíme se k objevu litografie, zejména k objevu barevné litografie. Ta se vytvářela naprosto přesným soutiskem jednotlivých barevných matic. Tento přelomový objev odstartoval největší rozkvět plakátové tvorby vůbec.

3.2 PLAKÁT

Období 19. století bylo období velkých změn, reforem a objevů. Pokrok se šířil neskutečnou rychlostí. Život ve městech se začal měnit, rozvíjely se obchody, služby, zábava a bylo jen otázkou času, kdy vznikne plakát. Plakát existoval samozřejmě i dříve, ale jeho tvorba byla nákladná a náročná. Jeho skutečný rozvoj přišel až s vynálezem barevné litografie v 19. století. Plakát se stal součástí ulice, byl vylepován na frekventovaných místech, nejčastěji na plakátovacím sloupu, který se poprvé objevil v Londýně roku 1824.

Josef Kroutvor říká: *„Plakát není obraz, není to umělecký objekt, ale kulturní fenomén doby. Na plakát se musíme dívat jinak než na tradiční malířské dílo a také ho musíme zasazovat do jiných kontextů. Ani s tradičním pojmem grafiky si nevystačíme... Počátky plakátu jsou spojeny se sociologií města, s psychologií davu a symbolikou ulice.“* Plakát v podstatě vznikl na základě společenské potřeby a vynálezu patřičné techniky, která ji dokázala náležitě uspokojit. Plakát je služebník propagace, ale nemůžeme říci, že by neměl uměleckou a estetickou hodnotu. Vždyť už v roce 1851 byla v Londýně první světová výstava, která byla věnována pouze samotnému plakátu a odstartovala jeho sběratelství.

Nicméně opravdový vrchol plakát zažívá v 90. letech 19. století a objevují se velké osobnosti plakátu, které ho posunuly na další úroveň.

První velkým představitelem plakátu je francouzský secesní umělec Jules Chéret, *který je považován za otce reklamních poutačů.*⁸ Jeho plakáty dělají reklamu hercům, divadlům, tančárnám, ale i produktům. Chéret se ve svých plakátech inspiroval rokokovými náměty divadla Comedie dell'arte, ale dominantou je žena, nad ní nebo za ní je umístěn nápis či slogan. Jeho plakát s ženami se stane inspirací dalším velkým osobnostem plakátu budoucích let. Chéret používá nejčastěji čisté pastelové barvy, zejména žlutou, modrou

⁸Příspěvatelé Wikipedie. *Jules Chéret*. Wikipedie: Otevřená encyklopedie [online]. Datum poslední revize: 2017-06-18. [cit. 2017-06-19]. Dostupný z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Jules_Ch%C3%A9ret

a červenou. Jeho plakáty jsou velmi dynamické, a to nejen barevným složením, ženy na nich nikdy pasivně nestojí, jsou v pohybu, ve hře, v tanci. Více jak tisíc plakátů, které vytvořil v průběhu svého života, jistě přilákaly nejednoho diváka.

Dalším významným umělcem, který zabrousil k „pouličnímu“ umění byl Henri de Toulouse-Lautrec, představitel postimpresionismu. Byl francouzským malířem a kreslířem, proslavil se svými obrazy z prostředí tančiren a nevěstinců. Bylo jen otázkou času, kdy ho plakát pohltil. Inspiraci hledal v japonských grafikách a plakátech, které sbíral. Námětem jeho plakátů je opět figura, která je oproti Chéretově stylizovaná, zjednodušená, doplněná jednoduchou lineární kresbou. Toulouse-Lautrec využívá dokonce jen pouhých siluet. Postavy často nebývají na plakátu celé, jsou „osekané“, vystupující z formátu, což umocňuje vyjádření pohybu. Plakát je plošně kolorovaný, bez stínování a tónových přechodů. Novinku, kterou přinesl do světa plakátu, byla i práce s písmem. V jeho dílech se poprvé objevuje třikrát opakovaný titul. Odvážně pracuje s textem a obrazem tak, že písmo vstupuje do obrazu a naopak obraz část textu zakrývá. Dnes je to běžnou součástí obálek magazínů a časopisů, ale v jeho době to byl nový náboj moderního plakátu.

Nelze zmínit všechny umělce, kteří tvořili v období zlatého věku plakátu. Neměli bychom ovšem vynechat nejslavnějšího plakátového tvůrce, secesního umělce, který se prosadil v zahraničí, Alfonse Muchu.

Alfons Mucha, český malíř a grafik, představitel secesního umění, se proslavil v Paříži prací pro herečku Sarah Bernhardt. Gismonda, jeho první plakát, z něj udělal prakticky přes noc hvězdu. Muchovy plakáty zná v podstatě každý, kdo má všeobecný přehled. Mucha využívá štíhlého formátu plakátu, *který převzal z japonského svitku – kakemono*⁹. Do tohoto formátu zasazuje hlavní dominantu – ženu, pro kterou byla specifická dekorativní, jemná obrysová linka, zejména vykreslená linie vlasů, jež je hlavním znakem Muchovy tvorby.

Jeho plakáty působí jinak než Lautrecovy či Chéretovy, jsou monumentální, statické, klidné a ohromující. V pozadí, většinou nad figurou, se nachází titulek psaný ručně specifickým secesním písmem, které je doplněno mozaikou. *„Mucha přistupoval k úkolu velmi svědomitě a rád se nechal poučit tradicí. Kořeny hledal až v Byzanci, odkud umění mozaiky přecházelo do Evropy.“*¹⁰

⁹ KROUTVOR, Josef. *Poselství ulice: z dějin plakátu a proměn doby*. Praha: COMET, 1991 (str. 13)

¹⁰ KROUTVOR, Josef. *Poselství ulice: z dějin plakátu a proměn doby*. Praha: COMET, 1991 (str. 13)

Mucha netvořil reklamní plakáty jen pro divadelníky a herce, ale i pro firmy, které chtěly propagovat své produkty, jako bylo pivo, likéry, parfémy, mýdlo a mnoho dalších. Kromě tvorby grafik, plakátů a obrazů navrhoval interiéry, šperky či dokonce skleněné vitráže.

Josef Kroutvor píše ve své knize „Poselství ulice“, že si doba sama vybrala tohoto pracovitého, schopného, výtvarného umělce, že to nebyl jen osud, ale skutečné poslání.

Plakát se vyvíjí i v následujících letech vždy pod vlivem umělecké tendence nebo směru, který je zrovna aktuální, nebo kterým se inspiruje autor plakátu.

Na přelomu 19. a 20. století stále vznikaly plakáty pod vlivem secesní dekorativnosti, ale také umělci (př. Marcello Dunovich, Adolfo Hohenstein) začali pracovat s trojrozměrným realistickým obrazem, zejména figurativních motivů, které po vzoru secesním umisťovali na stylizované pozadí.

„První světová válka potvrdila důležitost vizuální komunikace. Diagramy, ilustrace a titulky pomáhaly informovat a ilustrovat.“¹¹ Také se vytvářely plakáty, které lákaly mladé muže do armády. Příkladem je často parafrázovaný plakát „I want you for U. S. Army“ od Jamese Montgomeryho Flagga. V jiných zemích, například v Británii, hráli na city s rodinnou scénou s titulkem „Tatínku, co jsi dělal za války Ty?“ Tyto plakáty většinou byly jednoduché, důležitý byl výrazný typografický slogan doplněný figurálním obrazem, např. člověkem ukazujícím právě na toho, kdo plakát četl. V Itálii se v této době rozvíjí futurismus, avantgardní směr, který odmítá dosavadní konvence. Tvůrci specifických obrazů byli zejména spisovatelé a básníci, jako byla vůdčí osobnost futurismu Filippo Tommaso Marinetti, který je autorem knihy „Osvobozená slova“. Jednalo se v podstatě o knihy, které rušily tradiční způsob sazby. Slova byla sázená volně po celém formátu knihy. V podstatě typografie tvořila obraz, což by se dalo považovat za počátek čistě typografického plakátu.

V českých zemích za první světové války vládla touha vymanit se z područí Rakouska-Uherska a mnoho umělců na tuto situaci reagovalo podpůrnými plakáty, které zvaly české vojáky do boje proti monarchii. Nejvýznamnější osobností, která lákala muže do Československých legií pomocí náborových plakátů, byl Vojtěch Preissig. Plakáty byly tvořeny vlasteneckou ilustrací doplněnou jeho vlastním plakátovým písmem.

¹¹ HOLLIS, Richard, *Stručná historie grafického designu*. Přeložili František A. Podhajský, Tomáš Kačer a Michal Mráz. Praha: RUBATO, 2014. IBSN 978-80-87705-27-8 (str. 40)

Přeskočíme do období po první světové válce, konkrétně do 20. a 30. let 20. století, kdy se velmi rozvíjí film, který potřeboval, jako všechny produkty, dobrou propagaci. Umělci začali při tvorbě plakátů používat fotografii. „*Snímky ořezávali či stavěli vedle sebe, přeskupovali je ve fotomontážích a skládali z nich na stránkách dramatický příběh.*“¹² Takto poskládané příběhy můžeme vidět i na českých filmových plakátech k dnes již snímekům pro pamětníky, jako je „Kristián“, „Eva tropí hlouposti“ a další.

Dále se dostáváme do těžkého období dějin, období druhé světové války a totalitních režimů, které ovšem paradoxně byly pro plakát přínosem. Obsah plakátů byl sice zavrženíhodný, jelikož propagoval ideologii a jeho cílem bylo ovlivňovat společnost a manipulovat s ní, nicméně po formální technické stránce byl na vysoké umělecké úrovni. Námětem plakátu se v polovině 20. století stali především vůdci jednotlivých ideologických režimů. Byly používány jejich typické rysy (Hitlerova patka, knír), které jsou symboly do dnes. Propagandistické plakáty si oblíbily a využívaly fotografii, která měla ve společnosti vzbudit dojem reality, nicméně už v té době existovali šikovní retušéři, kteří skutečnost upravili ku prospěchu daného režimu, dané ideologie.

Sovětské Rusko pracuje s propagandou už od říjnové revoluce roku 1917 a pokračuje úspěšně až do pádu Sovětského svazu na konci 20. století. Výrazným představitelem plakátu v období říjnové revoluce byl Dimitrij S. Moore, který rozpracoval politickou ilustraci, kde zdůrazňoval rozdíl doby minulé a doby nové a lepší. Většinou se jednalo o ilustraci, která zaplňovala celý formát plakátu. Druhý typ plakátu, který v tomto období vznikl, byl tvořen ilustrací umístěnou na jednoduchém pozadí s titulkem.

V následujících letech je plakátová tvorba ovlivněná zejména konstruktivismem. „*Konstruktivisté odmítali představu jedinečného uměleckého díla, která podle nich patřila ke staré buržoazní společnosti. Vyzbrojeni formami nové abstraktní malby, vydali se rozbořit hráz mezi uměním a prací.*“¹³ Hlavním představitelem byl El Lisickij, který tvořil jak abstraktní, geometrické plakáty (Bijte bílé rudým klínem), tak pracoval s fotografií a je považován za průkopníka fotomontáže. Dalším představitelem tohoto směru byl Alexandr Rodčenko. Konstruktivismus byl do 30. let hlavním směrem sovětského Ruska, poté byl jako avantgarda zavržen a jediným možným uměleckým projevem se stal socialistický

¹² HOLLIS, Richard, *Stručná historie grafického designu*. Přeložili František A. Podhajský, Tomáš Kačer a Michal Mráz. Praha: RUBATO, 2014. IBSN 978-80-87705-27-8 (str. 28)

¹³ HOLLIS, Richard, *Stručná historie grafického designu*. Přeložili František A. Podhajský, Tomáš Kačer a Michal Mráz. Praha: RUBATO, 2014. IBSN 978-80-87705-27-8 (str. 56)

realismus, který se po válce rozšířil i do dalších komunistických zemí. Nejčastější barevnou kombinací sovětského plakátu byla bílá, černá a červená, která symbolizovala revoluci.

Socialistické plakáty zobrazovaly prostý pracující lid budující beztřídní společnost. Na plakátech se objevují zemědělci, dělníci, ale i vojáci či vojevůdci. Plakáty jsou doplněny propagandistickými hesly, psané většinou výrazným tučným bez-serifovým písmem. V pozadí se mohou objevovat průmyslové stroje, prostředí továren, zemědělských družstev apod. Často se využívá upravených fotografií, koláží i fotomontáží. Přestože socialistické plakáty podléhají propagandě, mají svoji hodnotu, nejen tu uměleckou, ale i dokumentární, protože jsou odrazem doby.

V následujících letech se plakát dál vyvíjí, i když je ovlivněn, stejně jako umění, politickou situací a režimem v dané oblasti. V 60. letech 20. století zažívá rozkvět zejména filmový plakát, a to nejen ve svobodném světě. „*Na svou dobu se jedná o velmi moderní a dodnes neobyčejně svěží díla grafického designu, výtvarné řešení je často minimalistické, ba skicovitě s přesahy do abstrakce (plakáty dané doby často ignorují filmovou hvězdu)*“¹⁴ Nejdou nezmínit kontrastní plakáty Saula Basse, které připomínají jednoduchost vektorové grafiky dneška.

V Československu byla zlatá šedesátá opravdu zlatá a umění se rozvíjelo ve všech odvětvích. V 70. a 80. letech začíná do tvorby zasahovat moderní technologie, která umožňuje zase nové nevšední věci, nicméně autoři plakátů se ještě drží tradičních grafických způsobů.

V 90. letech už ale definitivně grafický design a plakátové umění převzaly počítače a důmyslné počítačové programy, které se neuvěřitelně rychle vyvíjejí a přinášejí stále nové možnosti. Na plakátech je většinou dominantní fotografie, která se dá samozřejmě dokonale upravovat, a to na jiné úrovni, než to dělali retušeré propagandistických plakátů. Tím má neskutečnou moc manipulovat a ovlivňovat společnost v politických a reklamních kampaních, což souvisí s masovým dosahem těchto obrazových reklam, které díky internetu obletí svět během pár vteřin. Plakát neztrácí na popularitě ani v současnosti, i když se může zdát, že dnešní pokrok zastínil první velikány tohoto umění. Stejně tak jako současné umění nemá jednu hlavní tendenci, jeden hlavní směr, ani plakát nepodléhá

¹⁴ Multimediální pomůcka z audiovizuální kultury. *Veřejné služby Informačního systému* [online]. [cit. 2017-06-20] Dostupné z: <https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pedf/js08/avk/ucebnice/lekce6.htm>

žádným pravidlům. Každý umělec má svůj inspirační zdroj, svou techniku, svůj styl – jakýsi chaos je znakem soudobé pluralitní společnosti.

4 SOCIÁLNÍ TENDENCE V UMĚNÍ

Na přelomu 18. a 19. století pozvolna upadá náboženská horlivost a umělci mají mnohem větší svobodu při své tvorbě. Světská témata můžeme vidět i v předchozích staletích, zejména v protestantských zemích, kde se kostely nezdobily. Umělci se zaměřovali na zátiší, krajiny a výjevy z běžného života. Jednalo se obvykle o obrazy, které jen zobrazovaly, nekritizovaly, nesnažily se vyjádřit názor. To se mění právě na přelomu 18. a 19. století, například Francisco Goya byl španělský uznávaný umělec, představitel romantismu, který kromě práce pro církve a španělského krále, maloval obrazy se sociální tematikou, v kterých kritizoval společnost. Ve svých dílech se zabývá hlavně španělskou válkou, ve které Španělé bojovali za svou nezávislost, ale byli krutě potlačeni. Z tohoto období pochází např. obraz „Poprava povstalců“ nebo cykly „Hrůzy války“.

Sociálními tématy se zabývá řada umělců různých uměleckých tendencí 19. století. Jedním z představitelů realismu je Honoré Daumier, který se ve svých dílech zaměřuje na chudé sociální třídy (Vagón třetí třídy, Rodina na barikádách), je známý také pro své politické karikatury a soudničky.

Dalším uměleckým směrem, který se po válce zabýval hlavně otázkou lidské existence, byl expresionismus, směr přelomu 19. a 20. století, „*tendence usilující o přesvědčivé a naléhavé vyjádření vnitřních, většinou tragických nebo rozporuplných pocitů umělce*“.¹⁵ Mezi autory tohoto stylu řadíme např. George Grosze a jeho slavný obraz „Opory společnosti“, na které jsou vyobrazené postavy politiků, funkcionářů, kteří mají rozříznuté hlavy, tak aby divák viděl, co v nich skutečně mají.

V českých zemích se sociální umění objevovalo v období národního obrození, kdy se umělci svými díly snažili apelovat na společnost a obnovit český jazyk a umění. Skutečná témata, vyjadřování názoru a přesvědčování lidí prostřednictvím umění přišlo v 1. polovině 20. století, kdy se za války snažili zejména autoři plakátů přesvědčit mladé muže, aby šli bojovat za svobodu Československa. Jedním z výrazných autorů byl již zmiňovaný Vojtěch Preissig, který se angažoval jak za první, tak za druhé světové války, kdy se svou dcerou vydával protinacistický časopis „V boj“, ke kterému dělal grafické obálky.

Po vzniku Československa se na našem území zakládají umělecké skupiny a spolky, například skupina Tvrdošíjných, kteří byli ovlivněni expresionismem, kubismem a především civilismem. Civilismus je „*umělecký proud počátku 20. stol. zdůrazňující*

¹⁵ ČERNÁ, Marie. Dějiny výtvarného umění. 5. rozš. a upr. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 2008. ISBN 978-80-85970-63-0. (str. 148)

*střízlivý vztah k životu a víru v pozitivní vliv moderní technické civilizace na člověka a společnost.*¹⁶ Mezi nejznámější představitele této skupiny a zejména civilismu patřil Josef Čapek. V jeho obrazech se často objevují chudé vrstvy společnosti v běžných situacích, které jsou ovlivněny ostrým kubismem, anebo jsou naopak příjemně oblé a stylizované, se silnou obrysovou linkou, srozumitelné každému divákovi. Za 2. světové války bojoval svými výtvarnými díly proti fašismu, příkladem mohou být cykly obrazů „Oheň“ a „Touha“, které reagují na události v Mnichově 1938.¹⁷ Civilismem byl ovlivněn i Jan Zrzavý, též člen umělecké skupiny Tvrdošíjní. Dalším představitelem sociálního umění byl Otto Gutfreund, který se v té době zabýval civilními tématy, příkladem mohou být sochy „Obchod“ a „Průmysl“.

V druhé polovině 20. století se u nás umění zaměřovalo především sociálně v rámci komunistické ovlivňující propagandy.

V dnešní době by se za provokatéry a umělce, kteří se nebojí říci svůj názor, dali považovat například David Černý nebo skupina Ztohoven. David Černý je kontroverzní umělec známý díky svým instalacím, např. miminek na Žižkovské věži nebo Entropě, kterou vytvořil k příležitosti předsedání České republiky Evropské unii, kde vtipně vyjádřil státy, které do ní patří, jejich typickými znaky.

Umělecká skupina Ztohoven je kontroverzní, avantgardní a vyvolává mnoho otázek, zejména proto, že její aktivity často končí soudním řízením. Na umělecké scéně se objevuje od počátku 21. století, zabývá se zejména performancemi a kritikou společnosti. Nejnovější kauzou je vyvěšení červených trenýrek na Pražském hradě místo vlajky prezidenta republiky. Tuto akci vysvětlili tak, že „*nad Pražským hradem konečně zavlála standarta muže, který se nestydí vůbec za nic*“.¹⁸ Jedna z jejich podobně sociálně laděných akcí byla tzv. „Morální reforma.“ Tato akce vypadala asi takto: skupina rozeslala novinářům a poslancům SMS zprávy o „Morální reformě“, přičemž vyvolala mezi poslanci chaos do takové míry, že se domlouvali s novináři, kdy vydají oficiální prohlášení k „Morální reformě“. Ztohoven pak následující den na svých stránkách zveřejnili manifest s názvem „Morální reforma“.

¹⁶ STANJUROVÁ, Petra. *Směry (literární, výtvarné, filosofické)*-Wiki. Metodický portál [online]. Datum poslední revize 2009-11-28 [cit. 2017-06-20]. Dostupný z: [http://wiki.rvp.cz/Kabinet/Ucebni_texty/ZZNetridene/Sm%C4%9Bry_\(liter%C3%A1rn%C3%AD,_v%C3%BDtvarn%C3%A9,_filosofick%C3%A9\)](http://wiki.rvp.cz/Kabinet/Ucebni_texty/ZZNetridene/Sm%C4%9Bry_(liter%C3%A1rn%C3%AD,_v%C3%BDtvarn%C3%A9,_filosofick%C3%A9))

¹⁷ Příspěvatelé Wikipedie. *Josef Čapek*. Wikipedie: Otevřená encyklopedie [online].]. Datum poslední revize 2017-06-04 [cit. 2017-06-22]. Dostupný z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Josef_%C4%8Capek

¹⁸ Ztohoven. *Prezidentovo špinavé prádlo?* Ztohoven.com[online]. 2015-09-22 [cit. 2017-06-22]. Dostupné z: <http://www.ztohoven.com/?p=642>

5 PROCES TVORBY

Sociální plakáty a grafiku jsem si zvolila jako téma bakalářské práce proto, že mám ke grafice, kterou jsem studovala na střední škole, asi nejbliže ze všech technik. I výtvarné práce, které jsem vytvářela v průběhu studia na Vysoké škole, byly často ovlivněny více či méně grafikou. Samozřejmě mě baví objevovat nové výtvarné možnosti, ale chtěla jsem se věnovat něčemu, v čem se cítím dobře. Jelikož moje plakáty nepropagují žádný produkt, akci či osobu, není moje práce užitou grafikou, nýbrž grafikou volnou.

Konkrétní téma sociálních plakátů jsem hledala poměrně dlouho, přemýšlela jsem nad propagací sportu v rámci školství nebo nad plakáty proti prokrastinaci, která je v dnešní době hodně diskutovaná. Nicméně jsem nakonec vybrala téma koexistence v Karlových Varech. Soužití českých obyvatel s přistěhovalci, cizinci a turisty z jiných zemí.

Jelikož přímo z Karlových Varů pocházím, mám na situaci ve svém městě svůj názor, který jsem chtěla vyjádřit pomocí plakátů. Hned na začátku chci říct, že jsem se ve svých plakátech nesnažila o žádné vyzdvihování jednoho národu nad druhý, a na druhou stranu ani jeden z národů nekritizuji za ovlivňování našeho města. Zkrátka můj pohled je spíš takové osobní konstatování skutečnosti, na kterou může mít samozřejmě každý odlišný názor. Vnímám jiné národnosti v našem městě v podstatě pozitivně, jelikož lázeňské město potřebuje turisty a hosty, kteří do města přinášejí peníze. Lázeňství je u nás hlavním zdrojem financí a město vydělává zejména díky zahraničním hostům, kteří nakupují a využívají drahé služby.

5.1 INSPIRACE

Inspiraci jsem čerpala zejména na internetu, který mě dovedl i k literatuře. Tu jsem bohatě využila při praktické i teoretické části. Jelikož jsem chtěla vytvořit typografický plakát, hledala jsem inspiraci v pracích grafika a knižního designéra Martina Peciny, který má svou internetovou stránku a živí se převážně designem knih, ve kterém pracuje velmi odvážně právě s typografií. I když prvků ve svých návrzích používá poměrně dost, výsledek vyjde vždy čistý a příjemný, rozhodně ne přelácaný či nevkusný.

Líbí se mi, že se nebojí bořit tradiční pravidla sazby a jednotlivé věty a slova nevšedně dělí a umisťuje po celé ploše knižní obálky či časopisu. Nejvíce mě oslovil re-design literárního měsíčníku „Host“, kde jsou jednotlivá písmena názvu měsíčníku „rozházená“ tak, že jsem se musela zamyslet, jak se médium vlastně jmenuje. Dalším jeho dílem je design knihy „Jezero“, kterou napsala Bianca Bellová. Obálka je založená na obrazech Martina Salajky,

doplněná opět typografickým titulkem vyřešeným Martinem Pecinou, tentokrát jiným způsobem (viz obr. 4 str. II). Nejvíce na jeho práci obdivuji originalitu, i když v jeho dílech poznáte Pecinu, grafika je vždy vyřešená jiným způsobem, ozvláštněna jiným zajímavým prvkem.

Druhý autor, který mě hodně oslovil a ovlivnil, byl Oldřich Hlavsa a kniha „Jde o to, aby o něco šlo“, která mapuje celou jeho uměleckou kariéru. Z tvorby Oldřicha Hlavsy vychází i Martin Pecina.

Oldřich Hlavsa (1909-1995) byl český grafik a typograf, který se věnoval zejména knižnímu designu a v určité fázi života i tvorbou typografických plakátů. Sám sebe považoval především za typografa a s písmem bohatě pracoval. Netradičně sázel a písmem vyplňoval celou plochu formátu plakátu. Byl vyučeným sazečem a využíval ve svých pracích tradiční tiskařské techniky. „*Staví na jednotě protikladů a napětí kontrastů a výsledkem jsou knižní a časopisecké celky, které jsou vytvořeny s obrovským citem pro rytmus a vyjadřují podmanivou dynamiku. Hlavsova typografická řešení dokázala vdechnout opakujícímu se písmovému repertoáru dojem originality, diverzity, očistila je od nádechu historického akademismu.*“¹⁹ Nejen, že přispíval svou nevšední a originální tvorbou, ale snažil se i zvýšit vzdělanost v oboru polygrafie a zejména typografie svými publikacemi „Typografie“ z roku 1976, 1981 a 1986, které se dočkaly velkého úspěchu i ve světě. K jeho významným dílům patří grafika tvořená pro měsíčník „Plamen“, který byl vydáván mezi lety 1959-1969 zaměřoval se na umění a literaturu. Myslím si, že jeho dílo je velmi moderní, i když vznikalo v minulém století a zůstane ještě dlouho nepřekonané.

5.2 TECHNIKA PRÁCE

Jak už jsem zmínila, ve své práci jsem nejvíce pracovala s počítačem a grafickými editory. Jelikož podkladem každého mého plakátu je fotografie (focené zrcadlovkou Nikon d5200), používala jsem jak programy pro rastrovou grafiku, tak programy pro vektorovou grafiku. Tyto dvě technologie se od sebe liší a každá má své výhody a nevýhody.

Obraz, který je zaznamenán pomocí rastrové grafiky, je rozložen do bodů, které mají každý své místo a barevné složení. Vytvoření takového obrazu je velmi jednoduché, vyfocením digitálním fotoaparátem, nebo naskenováním do počítače. Ovšem velkou nevýhodou je

¹⁹ TOMAN TYLOVÁ, Barbora. *Osobnost*. Oldřich Hlavsa byl český knižní grafik a typograf [online]. [cit. 2017-06-24]. Dostupné z: <http://www.oldrichhlavska.cz/cs/osobnost/>

problém se zvětšováním a zmenšováním obrazu, při této manipulaci ztrácí obraz svou kvalitu. Další nevýhodou je, že zabírá velké místo na disku. Ve své práci jsem využívala program Adobe Photoshop, ve kterém jsem upravovala fotografie, sloužící jako samotný podklad plakátů. Neupravovala jsem jenom jas, barevný kontrast a tón, na některých fotografiích jsem musela použít i složitějších retušerských funkcí. Adobe Photoshop je jedním z editorů rastrové grafiky, k dalším řadíme KolourPaint a editor GIMP.

Ostatní grafiku jsem vytvářela v Adobe Illustratoru, který je jedním z editorů vektorové grafiky. Mezi další editory patří CorelDraw, Inkscape, Xara Xtreme apod. Vektorová grafika je vynikající z hlediska kvality, neskládá se z jednotlivých bodů, ale „*je složena ze základních přesně definovaných útvarů jako jsou body, přímky, křivky a mnohoúhelníky.*“²⁰ Zmenšení a zvětšení jí nepoškozuje a také nezabírá tolik místa na disku, jako tomu je u rastrové grafiky. Jediným negativem vektorové grafiky je časová náročnost při jejím vytváření.

²⁰ Příspěvatelé Wikipedie. *Vektorová Grafika*. Wikipedie: Otevřená encyklopedie [online]. Datum poslední revize 2017-05-08 [cit. 2017-06-23]. Dostupný z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Vektorov%C3%A1_grafika

6 POPIS PLAKÁTŮ

Moje bakalářská práce se skládá z šesti plakátů ve formátu B1, přičemž se každý z nich zaměřuje na jeden národ, jednu zemi, která je podle mého názoru s Karlovými Vary spjatá. Můžeme proto na plakátech vidět Německo, Rusko, Saudskou Arábii, Vietnam, Japonsko a Anglii. Plakáty jsou seřazeny za sebou tak, jak se cizí národnosti začaly v Karlových Varech objevovat.

Podkladem každého plakátu je částečně až abstraktní fotografie, která na plakátech zastupuje Karlovy Vary a jeho obyvatele a zároveň se v té fotografii zračí něco, co přináší daný národ, na který plakát reaguje. Použití na plakátu fotografie pro mě bylo osobně výzvou, jelikož jsem nikdy profesionálně nefotila, na druhou stranu si nedovedu představit, že bych fotografie koupila v nějaké foto-bance, jak je to v dnešní době u grafiků zvykem. Fotografie jsou zaměřené na detail, a proto doufám, že moje čerstvé zkušenosti s focením nebudou zavrženíhodné. Jedná se opravdu o velmi drobné detaily, které se nacházejí v Karlových Varech. Divák, který pochází z tohoto města, může hádat, kde fotografie byly pořízeny. Pokud neuhodne anebo se jedná o cizince či návštěvníka, plakát je doplněn textem, který funguje zároveň jako grafický prvek a zároveň vysvětluje, kde jsem fotografii fotila a z jakého důvodu jsem ji použila pro daný národ. Texty jsou napsány jak v českém jazyce, tak v jazyce anglickém.

Dalším prvkem, který spojuje tento soubor plakátů, je velký nápis s názvem jednotlivých národů (př. německý plakát má nápis – Němci). Tyto titulky jsou v anglickém jazyce, jelikož se jedná o názvy národů, jsou identifikovatelné i lidmi, kteří anglicky neumí. Text jsem „rozházela“ po ploše plakátu hlavně proto, že jsem nechtěla použít jen tradiční sazbu. Inspiroval mě proto právě Oldřich Hlavsa a má to i svůj koexistenční význam. Rozházenost symbolizuje v mých plakátech chaos, kterým je turistický rej jednotlivých národností a cizinců, kteří naše město navštěvují a zanechávají v něm stopy své kultury a mé plakáty mají tento chaos aspoň na chvíli zastavit a pomoci s orientací v něm.

Posledním spojujícím článkem jsou dvě až tři písmena, která jsou umístěna v pravém horním rohu každého plakátu. Může to vypadat na první pohled jako záhada, ale jedná se o rozdělené slovo „koexistence“ (v anglickém jazyce coexistence), které pojí všechny plakáty v jeden celek. Na každém plakátu mají písmena jinou barevnost, vybranou většinou z barev, které se objevují na fotografii. Odlišená barevnost, také symbolizuje rozdílnost a jedinečnost jednotlivých kultur. Každá kultura po svém ovlivňuje město a dohromady spolu koexistují.

Všechny texty a titulky jsou psané fontem, který se jmenuje „Georgia“. Je to font, který jsem objevila na internetu a použila jsem ho v několika grafických pracích, ve kterých jsem sázela text. Díky tomu vím, že je dobře čitelný, tvoří řádek a ve velké velikosti působí elegantně a vznešeně, což se hodí k plakátům, které se zaměřují na lázeňské město. V textech i titulcích jsem použila „Georgia-bold“, hlavně kvůli členěnému pozadí, aby byly texty dobře čitelné. Drobné písmo odkazující na koexistenci a město Karlovy Vary je v základním řezu tohoto fontu.

6.1 NĚMECKO

Viz. Plakát č. 1, Přílohy str. IX

První z plakátů, který začíná pomyslnou časovou osu, vyjadřuje koexistenci s Německem. Karlovy Vary jsou s německými obyvateli spjaté jako s nikým jiným. Na počátku 20. století žilo ve městě přibližně 20 tisíc obyvatel a 17 tisíc patřilo k německé národnosti. Lázeňské město tak bylo v podstatě německým městem. Německá populace začala na Karlovarsku narůstat zejména po Mnichovské dohodě v roce 1938, kdy připadly Karlovy Vary spolu s dalším pohraničím Německé říši a staly se součástí Sudet. Obyvatelé české národnosti Karlovy Vary opustili. Po skončení 2. světové války se situace otočila, nastal odsun německého obyvatelstva a do Karlových Varů se začali vracet Češi.

Nicméně koexistence tímto s Německem nekončí, Karlovy Vary leží nedaleko hranic právě s ním. Němečtí turisté a lázeňští hosté jezdí do Karlových Varů pravidelně, někteří zde i bydlí natrvalo, dnes již pouze jako jedna z menšin.

V posledních letech si provozovatelé lázeňských hotelů a léčebných kúr stěžují, že Němci neutrácejí tolik peněz za dlouhodobé pobyty, jako tomu bylo dříve. Tím, že jsou hranice opravdu blízko, jezdí sem na jednodenní výlety.

Když jsem byla fotografovat a procházela jsem Vary křížem krážem, hledala jsem nějaký detail, který by Německo vystihoval. Fotografovala jsem německé nápisy na hřbitově, hotely, kde nejčastěji Němci bydlí, ale nezdálo se mi to, jako to pravé, to vystihující. Vzpomněla jsem si, že nedávno odkryli starou omítku jednoho z karlovarských domů, když jsem ovšem přišla fotit, ten den nanесли omítku novou, což je z historického i vizuálního hlediska škoda. Nicméně jsem si řekla, že bych měla hledat v historii a pokusit se najít nějaký jiný starý nápis pocházející z minulých let. A opravdu jsem ho našla. Na plakátu, který jsem věnovala soužití mezi českými obyvateli Karlových Varů a Němci, jsem použila staré nápisy, které jsem objevila na jedné vilce v Horních Drahovicích. Nápis

pravděpodobně pochází z 1. poloviny 20. století. Na fotografii můžeme vidět několik vrstev omítky pocházejících z různých období. Německé obyvatele a Karlovy Vary váže zejména společná historie a ta je právě tím koexistenčním prvkem, který jsem konkrétně na tomto plakátu znázornila. Vracím se tímto plakátem do období, kdy byla koexistence nejsilnější, čímž samozřejmě nemyslím 2. světovou válku, kdy se většina českých obyvatel vystěhovala, ale období před touto válkou, kdy pospolu žily dva národy relativně v klidu.

6.2 RUSKO

Viz. Plakát č. 2, Přílohy str. IX

Když se v České republice řekne „Karlovy Vary“, většině lidí se mezi prvními asociacemi vybaví Rusko. Je pravdou, že Rusové patří mezi nejpočetnější skupinu lidí, kteří se do Karlových Varů jezdí léčit a nejen to, spousta Rusů tu vlastní byt, který využívají zejména v letních měsících.

Na kolonádě si občas připadám jako na ruské ulici a to hlavně kvůli azbukou psaným reklamám, které cílí na ruské turisty. Nemůžeme se proto divit, že díky tomu jsou Karlovy Vary terčem posměchu a vtipů právě na téma koexistence Rusů a Čechů. Připadá mi, že se za to čeští obyvatelé Karlových Varů stydí a snaží se od toho distancovat, pravdou ale je, že turisty a hlavně bohaté turisty město potřebuje ze všeho nejvíc. Musíme si uvědomit, že kdyby do Karlových Varů Rusové nejezdili, tak by řada lidí zaměstnaných v lázeňství přišla o práci. Ještě se neobjevil národ, který by Karlovy Vary „živil“ víc než ruští návštěvníci. Rusové do Karlových Varů jezdí už opravdu dlouho. V období komunismu, zde byla spousta ulic a hotelů pojmenovaných podle ruských osobností (ulice Petra Velikého) nebo měst (GH PUPP = Grandhotel Moskva), některé názvy zůstaly až do dnešní doby.

Zlatý věk návštěvnosti Rusů Karlovy Vary zažily až po pádu železné opony. Mírný útlum nastal až v období ukrajinské krize, která značně ovlivnila ekonomiku Ruska. Ruští, potažmo i ukrajinští návštěvníci do Karlových Varů nejezdí už v takových počtech a hlavně nekupují nemovitosti, jako tomu bylo v minulých letech.

Ruská kultura ve městě zanechává asi nejvíc, ze všech. Měla jsem opravdu mnoho fotografií, které by posloužily k vyjádření této konkrétní koexistence. Nesčetné množství nápisů a reklam v azbuce, vitríny plné ruských matrjošek a teplákových souprav. Nakonec jsem se, ale rozhodla, že to právě bohatství vyjádřím zlatem a to zlatem kopulí pravoslavného kostela sv. Petra a Pavla, který se nachází v lázeňské zóně. Pravoslavná víra

je v Rusku dominantní a i „ruský kostel“, jak mu čeští obyvatelé říkají, navštěvují převážně lidé ruské národnosti. Fotografie na plakátu je detailem jedné z kopulí tohoto chrámu. V ní můžeme vidět zamlžený odraz krajiny a města. Myslím, že zlatá kopule dokonale vyjadřuje tento typ koexistence.

6.3 SAUDSKÁ ARÁBIE

Viz. Plakát č. 3, Přílohy str. X

Arabové do Karlových Varů jezdili zejména v 2. polovině 20. století. V posledních letech se zde začali objevovat častěji a v hojnějším počtu zejména v období letních měsíců. Krátce po skončení Mezinárodního filmového festivalu se ulice zaplní Arabkami, které chodí zahalené v šátcích a nakupují pro své početné rodiny. Dříve byli Arabové bráni jako obyčejní zámožní turisté a návštěvníci města, v dnešní situaci je cítit mírný ostych a strach ze strany občanů města. Dokud jsem se s Araby osobně nesečkala, zařazovala jsem všechny lidi muslimského vyznání do jedné škatulky. V rámci letní práce v jednom z lázeňských obchodů, jsem mnohdy obsluhovala Arabky, které jsou většinou mnohem laskavější a přívětivější zákaznice než Rusky. Arabové v lázeňském městě převážně nakupují a přinášejí peníze podobně jako Rusové

Přemýšlela jsem, jaké místo by vyjádřilo arabské návštěvníky a turisty nejvíce. Fotografovala jsem hotel Thermal, kde nejčastěji Arabové tráví svou dovolenou, také jsem fotografovala místo, kde má údajně být muslimská modlitebna, na dveřích byl pouze nápis v arabském jazyce, který byl nevhodný pro podklad plakátu. Nakonec jsem vybrala fotografii vitríny se zlatými prsteny jednoho z luxusních zlatnictví, které se nachází na hlavní karlovarské třídě. Vybrala jsem tento detail hlavně proto, že arabská kultura je hodně spjatá s bohatým zlatým dekorem a zároveň Arabové utrácejí v obchodech, jak už jsem zmiňovala výše.

6.4 VIETNAM

Viz. Plakát č. 4, Přílohy str. X

Vietnamská menšina je součástí každého města v České republice, Vietnamci začali přijíždět do Čech v rámci stáží již koncem 20. století a to hlavně na omezenou dobu. Po pádu komunismu se někteří rozhodli zůstat a založili zde rodiny a tím vietnamská populace každým rokem narůstá. Vietnamci se živí zejména obchodem, prodávají většinou zeleninu, ovoce ale i oblečení (padělané značky) na trzích.

Život vietnamského obyvatelstva je v každém městě prakticky stejný a bylo těžké vyjádřit a najít nějaký specifický detail, který by vyjadřoval konkrétní koexistenci v Karlových Varech. Vše bylo moc obecné. Fotografovala jsem zelné trhy, restaurace a směnárny, které Vietnamci provozují v turistických městech. Nakonec jsem zůstala u trhu. Fotografie použitá na tomto plakátu je z trhu, který se nachází přímo před hotelem Thermal, tudíž v lázeňském centru, kde Vietnamci prodávají zejména oblečení, doplňky a kabelky. Na stojanech mě zaujaly velmi zdobně dekorované barevné šátky, které často vidím na ruských nebo arabských ženách. Připadalo mi zajímavé, že Vietnamci se přizpůsobili českému městu a zároveň se přizpůsobují dalším národům navštěvujícím město. V podstatě tento plakát vyjadřuje dvojí koexistenci, obyvatelé Karlových Varů jsou zastoupení místem, trhem, kde byla fotografie pořízena a šátky zase zastupují ostatní národy, na které Vietnamci cílí nabídku.

6.5 JAPONSKO

Viz. Plakát č. 5, Přílohy str. XI

Relativně nedávno se v Karlových Varech začali objevovat japonští turisté. Jejich návštěva se neobejde bez typických rysů japonského turismu. Japonci většinou časně ráno přijedou, projdou nejdůležitější místa a památky, vše velmi pečlivě vyfotí a odcestují poznávat, zase jiná krásná města. Jejich návštěva je většinou velmi krátká a proto, zde nezanechávají tolik ze své kultury. Japonce a karlovarské obyvatele ani nepojí společná historie.

Jelikož Japonci nesetrvávají ve městě dlouhou dobu, bylo těžké najít něco, co by vyjadřovalo koexistenci s nimi. V Karlových Varech se samozřejmě nachází několik japonských restaurací, ale ty bývají součástí snad každého většího města v České republice. Přemýšlela jsem nad touto koexistencí trochu jinak než nad ostatními. Vybrala jsem na fotografii detail místa – dominantní turistickou i léčebnou atrakci, kterou si Japonci nenechají ujít. Zvolila jsem jako podklad pod tento plakát talířovitou mísu největšího pramene, který se v Karlových Varech nachází, Vřídla. Druhým důvodem proč jsem tuto fotografii vybrala je čistě můj vizuální pohled na Vřídlo. Tento pramen mi připomíná objekty, které se nacházejí v japonských zahradách.

6.6 ANGLIE

Viz. Plakát č. 6, Přílohy str. XI

Poslední plakát je specifický, jelikož je šestým plakátem z původních pěti. V průběhu své práce jsem hledala všechny národy, které s Karlovými Vary byly a jsou spjaté. Angličané do našeho města nejezdí tak v hojném počtu, ale líbila se mi představa vytvoření dalšího plakátu symbolizující budoucí koexistenci, která se začíná pozvolna rýsovat.

Plakát na Anglii nepojí s ostatními rozdělené slovo koexistence. Angličané a jiní anglicky mluvící návštěvníci do Karlových Varů jezdí hlavně na prestižní Mezinárodní filmový festival, po něm angličtina v našem městě většinou utichne. I když v posledních letech pozoruji, že se sem angličtí návštěvníci vracejí i v jiných obdobích v rámci rekreace a dovolené. Jelikož jsou mezi turisty stále v menšině, umístila jsem do pravého horního rohu otazník, který symbolizuje otázku budoucí koexistence.

S otazníkem souvisí fotografie, která celý plakát dotváří. Může se zdát naprosto abstraktní, ale jde o detail z anglického automobilu značky Rolls-Royce. Jedná se o starý model této značky a fotografie zabírá detail velkého předního světla tohoto automobilu. Fotografie byla pořízena u jednoho z karlovarských hotelů. Podobně jako otazník symbolizuje příjezd nových turistů a návštěvníků z jiných zemí.

Přemýšlela jsem o využití jiných fotografií spojených s Anglií, např. snímek, který zobrazuje detail anglikánského kostela. Anglikánský kostel by mohl být symbolem soužití, ale nedokázal symbolizovat, takovou koexistenci, kterou jsem chtěla vyjádřit. Dalším důvodem byl i fakt, že jsem jeden kostel už ve své sérii využila a chtěla jsem být originální a dokonale vystihnout svůj záměr.

7 ZÁVĚR

Závěrem bych chtěla zhodnotit dosažené cíle své bakalářské práce a získané obohacení, kterého se mi dostalo v průběhu zpracovávání tohoto tématu. Nejprve bych měla zmínit, překonání původního zadání, kde je uvedeno, že má vzniknout pět plakátů. Nakonec se má práce skládat z šesti plakátů a ani jeden bych nedokázala z tohoto souboru vyřadit.

V úvodu této bakalářské práce píši, že jejím hlavním cílem je vytvoření sociálních plakátů na dané téma pomocí nejvhodnějších vizuálních a typografických prostředků. Je velmi těžké hodnotit samu sebe, ale myslím si, že jsem zadané cíle splnila a své myšlenky a názory vizuálně zpracovala tak, jak jsem nejlépe mohla.

Vyjádřit historicko-umělecký přesah se mi podle mého subjektivního názoru podařilo. Vystihla jsem důležité prvky historie grafiky, plakátu i sociálních umění a dokonce jsem se zamyslela nad daným tématem ze vzdělávacího, didaktického hlediska.

Závěrem bych chtěla říci, že mě práce opravdu v mnohém obohatila. Mohla jsem se ponořit do historie, která mě baví a poznat další její části víc do hloubky. Bakalářská práce mi také pomohla vnímat mé město jinými očima, hledat v obrazech slova, lépe se dívat na svět kolem sebe. Také jsem díky ní mohla vyjádřit svůj osobní názor a vyzkoušet si trochu jinou práci s počítačovou grafikou a fotografií. Jsem vděčná, že mi tato práce umožnila nové poznání a posunula mě o kousek dál.

8 RESUMÉ

In the conclusion, I would like to evaluate the achievements of my Bachelor Thesis and the enrichment I have gained during the course of this subject. First of all, I should mention overcoming the original assignment, which states that we are supposed to create five posters. In the end, my work is composed of six posters and I can not choose one poster to dismiss it out of the file.

At the beginning of this bachelor thesis I am stating that its main aim is to create social posters on this topic, using the most appropriate visual and typographic resources. It is very hard to evaluate myself, but I think I have fulfilled the goals and visually processed my thoughts and opinions as best as I can.

In my opinion I have succeeded the objective of capturing the historical and artistic overlap. I have captured the important elements of the history of graphics, poster and social art, and I even considered the subject from an educational, didactic point of view.

In conclusion, I would like to say that my work has really enriched me. I had the opportunity to dive into the history that I enjoy and get to know more of its parts in depth. Bachelor work also helped me to perceive my city with different eyes, looking for words in pictures, and to look more carefully at the world around me. I was also able to express my personal opinion and try a bit different work with computer graphics and photos. I am grateful that this work has enabled me to gain new knowledge and moved me a little further in my life.

SEZNAM LITERATURY

BALEKA, Jan. *Výtvarné umění: výkladový slovník: (malířství, sochařství, grafika)*. Praha: Academia, 2010. IBSN 978-80-200-1909-7

ČERNÁ, Marie. *Dějiny výtvarného umění*. 5. rozš. a upr. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 2008. IBSN 978-80-85970-63-0

HAVLÍK, Radomír. *Úvod do sociologie*. 5. vyd. Praha: Karolinum, 2007. IBSN 978-80-246-1385-7

HOLLIS, Richard. *Stručná historie grafického designu*. Přeložili František A. Podhajský, Tomáš Kačer a Michal Mráz. Praha: RUBATO, 2014. IBSN 978-80-87705-27-8

HOURA, Miroslav. *Jak se dívat na grafiku*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1971

KROUTVOR, Josef. *Poselství ulice: z dějin plakátu a proměn doby*. Praha: COMET, 1991

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

ABZ.cz: slovník cizích slov - on-line hledání. *Sociální* [online]. [cit. 2017-06-15]

Dostupný z: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/socialni>

Příspěvatelé Wikipedie. *Jules Chéret*. Wikipedie: Otevřená encyklopedie [online].

Datum poslední revize: 2017-06-18. [cit. 2017-06-19]. Dostupný z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Jules_Ch%C3%A9ret

Příspěvatelé Wikipedie. *Josef Čapek*. Wikipedie: Otevřená encyklopedie [online].

Datum poslední revize 2017-06-04 [cit. 2017-06-22]. Dostupný z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Josef_%C4%8Capek

Příspěvatelé Wikipedie. *Vektorová Grafika*. Wikipedie: Otevřená encyklopedie [online].

Datum poslední revize 2017-05-08 [cit. 2017-06-23]. Dostupný z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Vektorov%C3%A1_grafika

Multimediální pomůcka z audiovizuální kultury. *Veřejné služby Informačního systému* [online]. [cit. 2017-06-20] Dostupný z:

<https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pedf/js08/avk/ucebnice/lekce6.htm>

STANJUROVÁ, Petra. *Směry (literární, výtvarné, filosofické)-Wiki*. Metodický portál

[online]. Datum poslední revize 2009-11-28 [cit. 2017-06-20]. Dostupný z:

[http://wiki.rvp.cz/Kabinet/Ucebni_texty/ZZNetridene/Sm%C4%9Bry_\(liter%C3%A1rn%C3%AD,_v%C3%BDtvarn%C3%A9,_filosofick%C3%A9\)](http://wiki.rvp.cz/Kabinet/Ucebni_texty/ZZNetridene/Sm%C4%9Bry_(liter%C3%A1rn%C3%AD,_v%C3%BDtvarn%C3%A9,_filosofick%C3%A9))

TOMAN TYLOVÁ, Barbora. *Osobnost*. Oldřich Hlavsa byl český knižní grafik a typograf

[online]. [cit. 2017-06-24]. Dostupné z: <http://www.oldrichhlavsas.cz/cs/osobnost/>

Ztohoven. *Prezidentovo špinavé prádlo?* Ztohoven.com[online]. 2015-09-22 [cit. 2017-

06-22]. Dostupné z: <http://www.ztohoven.com/?p=642>

SEZNAM OBRAZOVÝCH PŘÍLOH

Obraz č. 1 Jules Chéret. Louvre. Plakát. 1897 (str. I)

Original Jules Chéret Poster Ad for Louvre Department Store For Sale at 1stdibs. *1stdibs: Antique and Modern Furniture, Jewelry, Fashion & Art* [online]. Copyright © 2017 [cit. 2017-06-18]. Dostupné z: https://www.1stdibs.com/furniture/wall-decorations/posters/original-jules-cheret-poster-ad-louvre-department-store/id-f_3684452/

Obraz č. 2 Toulouse Lautrec. Moulin Rouge. Plakát. 1891 (str. I)

Příspěvovatelé Wikipedie. Vojtěch Preissig. Wikipwdie: Otevřená encyklopedie [online]. Poslední revize 2017-01-09 [cit. 2017-06-20] Dostupný z:

Obraz č. 3 Vojtěch Preissig. Československá vojenská pohlednice (str. II)

Příspěvovatelé Wikipedie. Vojtěch Preissig. Wikipwdie: Otevřená encyklopedie [online]. Poslední revize 2017-06-13 [cit. 2017-06-18] Dostupný z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Vojt%C4%9Bch_Preissig

Obraz č. 4 Martin Pecina. Redesign knihy Jezero (str. II)

PECINA, Martin. Knižní grafika. *book-design.eu – Martin Pecina, knižní grafika* [online]. Dostupné z: <http://www.book-design.eu/>

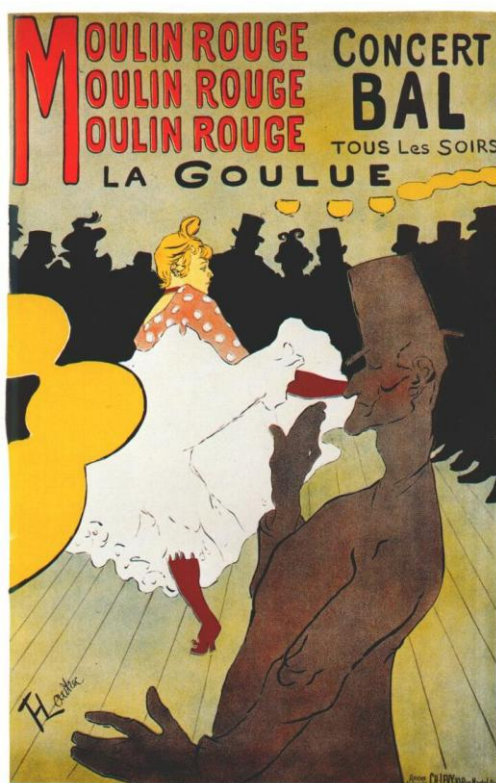
Soubor skicovního materiálu (str. III – VIII)

Soubor plakátů (str. IX – XI)

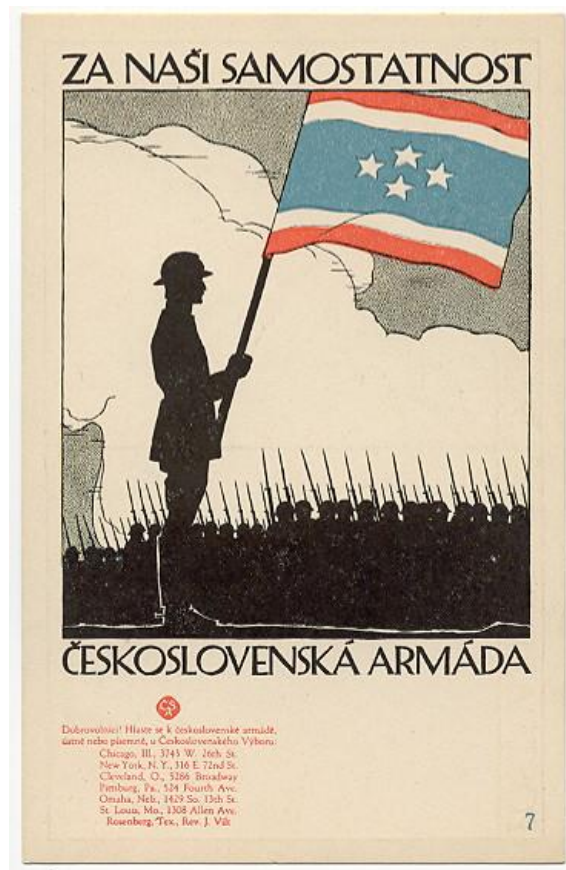
PŘÍLOHY



Obraz č. 1, Jules Chéret. Louvre. Plakát. 1897



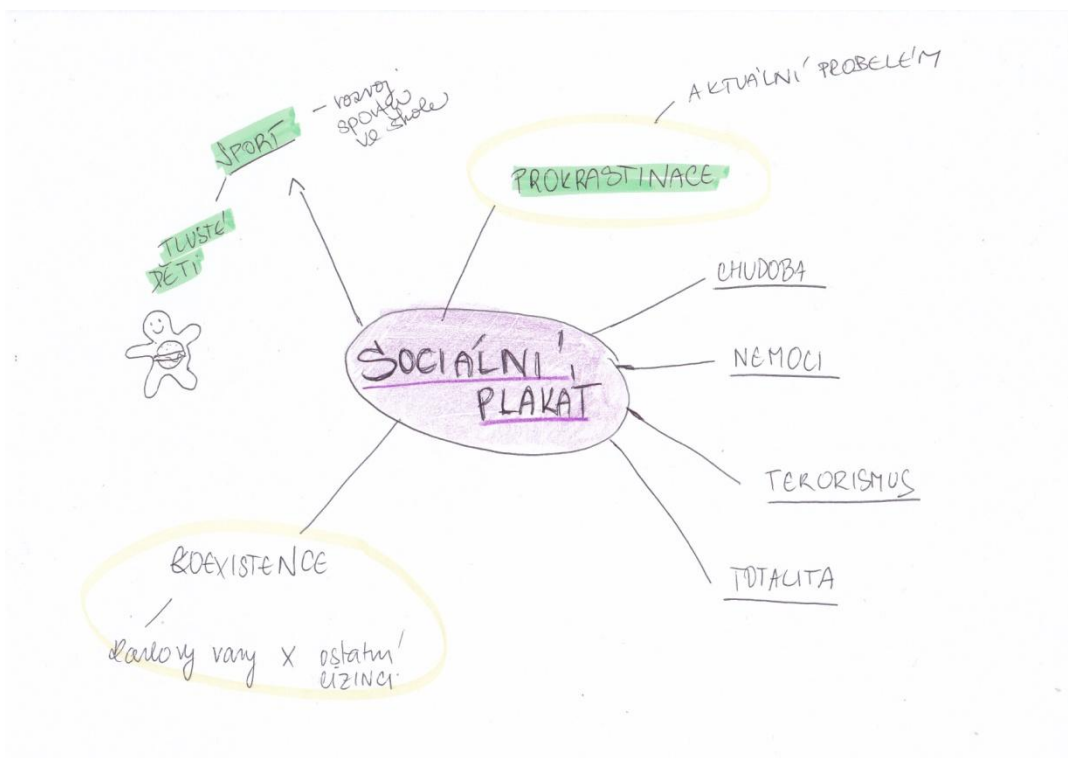
Obraz č. 2, Henry Toulouse-Lautrec. Moulin Rouge. Plakát. 1891



Obraz č. 3, Vojtěch Preissig, Československá vojenská pohlednice



Obraz č. 4, Martin Pecina. Design knihy Jezero



Obraz č. 5 Myšlenková mapa



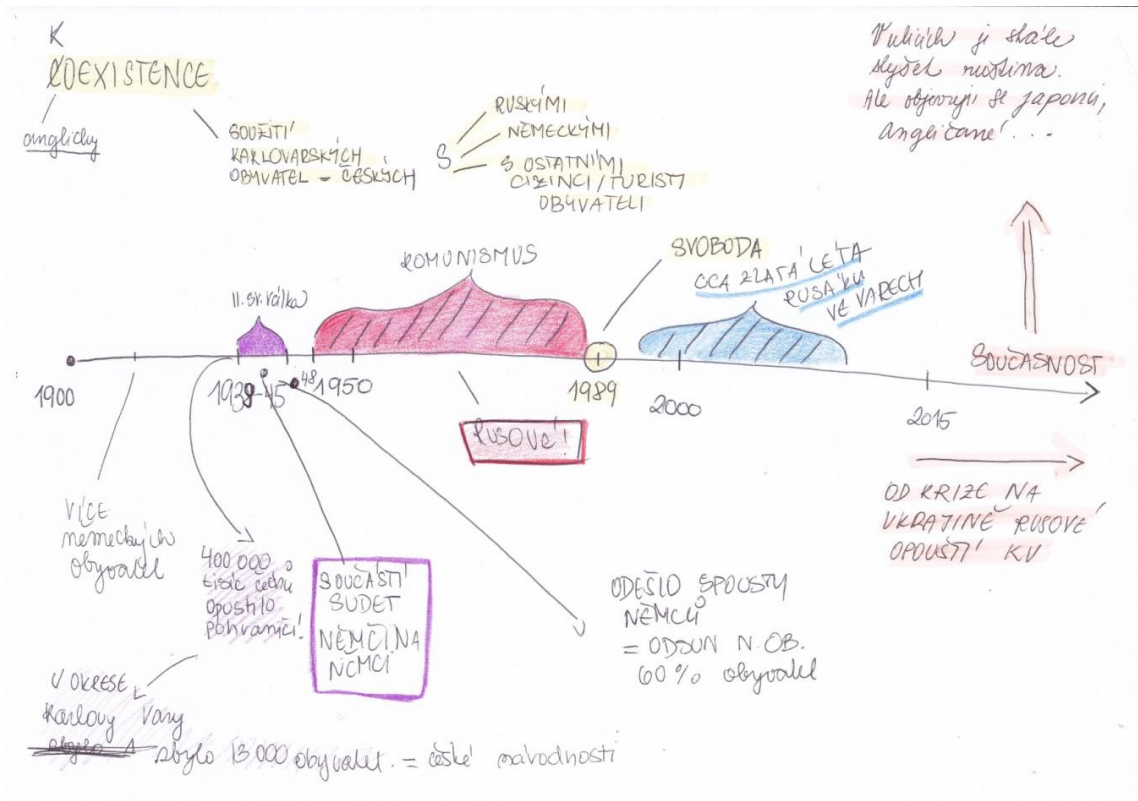
Obraz č. 6 Skica. Návrh řešení



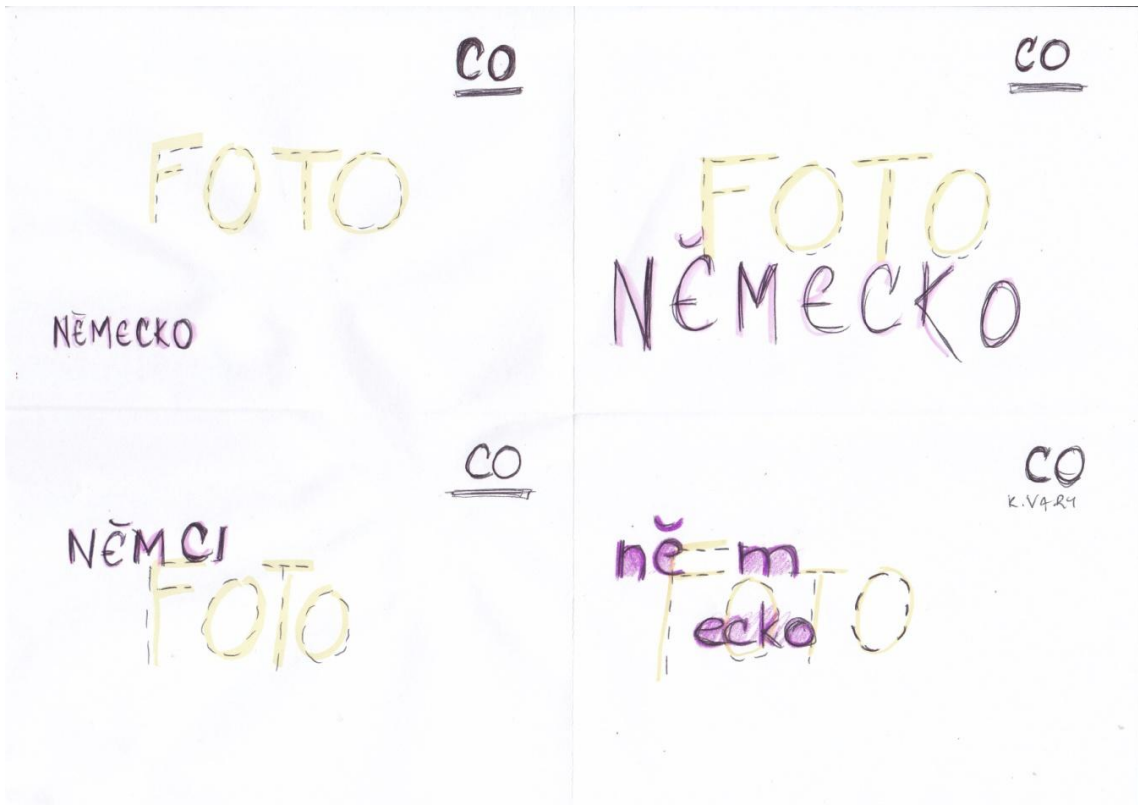
Obraz č. 7 Skica. Návrh řešení



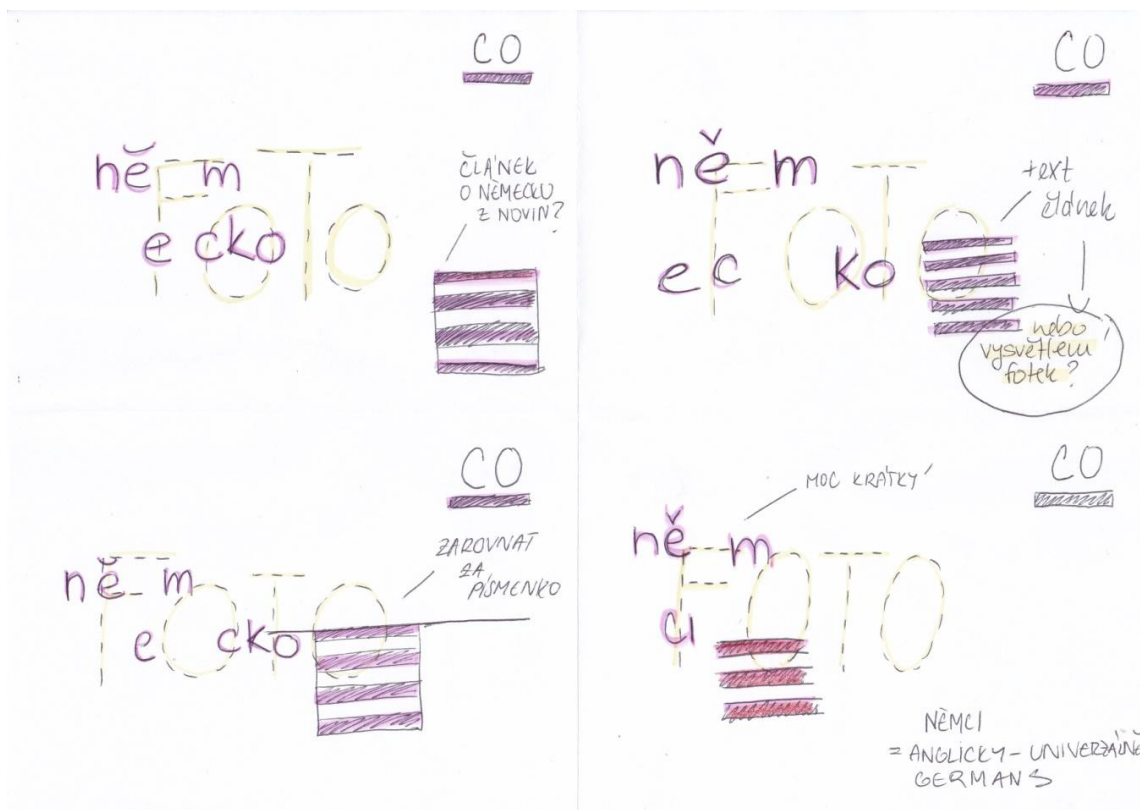
Obraz č. 8 Skica. Návrh řešení



Obraz č. 9 Časová osa. Koexistence



Obraz č. 10 Skica. Návrhy řešení



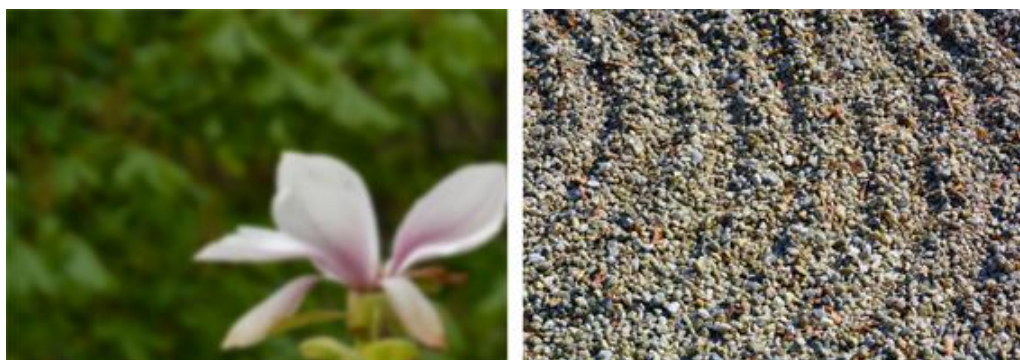
Obraz č. 11 Skica. Návrhy řešení



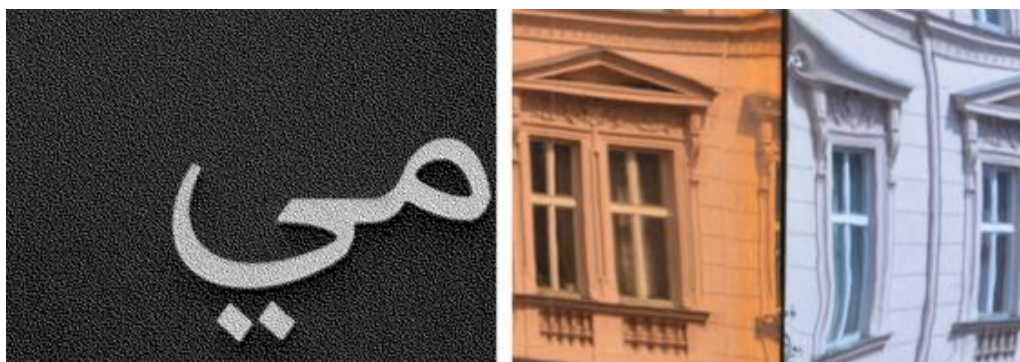
Obraz č. 12 Fotografie. Německo



Obraz č. 13 Fotografie. Anglie



Obraz č. 14 Fotografie. Japonsko



Obraz č. 15 Fotografie. Saudská Arábie



Obraz č. 16 Skica. Verze plakátu. Rusko



Obraz č. 17 Skica. Verze plakátu. Vietnam



Plakát č. 1 Německo



Plakát č. 2 Rusko



Plakát č. 3 Saudská Arábie



Plakát č. 4 Vietnam



Plakát č. 5 Japonsko



Plakát č. 6 Anglie