

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE / CHARLES UNIVERSITY IN PRAGUE

PEDAGOGICKÁ FAKULTA / FACULTY OF EDUCATION

Katedra Výtvarné výchovy / Department of Art

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Fotografický plakát ve výtvarné výchově

The Photographic Poster at the Art Education

Jana Tomanová / Tř. Jana Švermy 884, 289 11 Pečky

3. ročník

Učitelství všeobecně vzdělávacích předmětů pro základní školy, střední školy
a základní umělecké školy — výtvarná výchova

Prezenční studium

Listopad 2013

Vedoucí diplomové práce

PhDr. Raudenský Martin, Ph.D.

Konzultantka

Doc. PhDr. Marie Fulková, Ph.D.

Prohlášení:

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

V Pečkách dne 28. 11. 2013

Poděkování:

Děkuji PhDr. Martinu Raudenskému, Ph.D. za vedení práce a pomoci při stanovení klíčových tezí k sestavení ucelené práce. Mgr. Tomáši Komrskovi za možnost realizace výtvarného projektu v jeho hodinách.

Děkuji rodině a blízkým lidem, kteří mě podporovali po celou dobu.

TOMANOVÁ, J. Fotografický plakát ve výtvarné výchově. [Diplomová práce] Karlova Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, Katedra výtvarné výchovy. Praha, 2013, 107 s.

ANOTACE

Předmětem této diplomové práce je zkoumání diskursu fotografie a plakátu. Tyto dva fenomény se snažím propojit do jedné průřezové teorie a vytvořit jejich obecnou charakteristiku. Práce hledá vzájemné průsečíky fotografie a grafického designu/plakátu a aplikuje je v teorii plakátové tvorby. Teoretické principy jsou

v didaktické části uvedeny do vyučování výtvarné výchovy na ZŠ. Stejný přístup je uplatněn ve vlastní výtvarné práci.

Klíčová slova: Fotografie, grafický design, plakát, fotografická plakát, nová média, typografie

ANOTATION

This thesis examines a discourse of photography and poster, with the aim to join these two phenomena into a single summary theory and create their general characteristics. The work searches for intersections between photography and graphic design/poster and applies them in the theory of poster creation. In the didactic part, the theoretical principles are introduced into teaching art classes at primary schools. The same approach is applied in the artwork itself.

Keywords: Photography, graphic design, poster, photo poster, new media, typography

OBSAH

1 ÚVOD	9
2 DISKURS FOTOGRAFIE A GRAFICKÉHO DESIGNU	11
2.1 DISKURS FOTOGRAFIE	11
2.2 DISKURS GRAFICKÉHO DESIGNU	12
2.3 PLAKÁT	13
2.3.1 DRUHY PLAKÁTU	14
2.4 FOTOGRAFIE	15
2.5 FOTOGRAFICKÝ PLAKÁT	16
2.5.1 DEFINICE FOTOGRAFICKÉHO PLAKÁTU.....	17
2.5.2 ROZBOR FOTOGRAFICKÉHO PLAKÁTU	18
3 HISTORICKÉ MEZNÍKY FOTOGRAFIE A PLAKÁTU	20
3.1 STRUČNÝ VZNIK PLAKÁTU	20
3.2 STRUČNÝ VZNIK FOTOGRAFIE	21
3.3 VÁLEČNÁ AVANTGARDA	24
3.3.1 FOTOGRAFIE A EXPERIMENT.....	25
3.3.2 MONTÁŽ/FOTOMONTÁŽ.....	26
3.3.3 JAROMÍR FUNKE (1896—1945).....	27
3.3.4 OBRAZOVÉ BÁSNĚ	27
3.3.5 TYPOFOTO.....	28
3.3.6 KAREL TEIGE (1900—1951)	29
3.3.7 EVROPSKÁ NOVÁ TYPOGRAFIE.....	30
3.3.8 LADISLAV SUTNAR (1897—1976).....	30
3.3.9 BAUHAUS	31
3.3.10 ALEXANDER MICHAJLOVIČ RODČENKO (1891—1956)	32
3.3.11 JOHN HEARTFIELD (1891—1968).....	33

3.4 POVÁLEČNÉ OBDOBÍ	37
3.4.1 FILMOVÝ PLAKÁT 60. LET	38
3.4.2 JIŘÍ BALCAR (1929—1968)	39
3.4.3 KAREL TEISSIG (1925—2000)	39
3.4.4 FOTOGRAFIE PO 2. SV. VÁLCE	40
3.4.5 SVĚTOVÝ KONTEXT — PSYCHEDELICKÝ PLAKÁT A PUNK ART	41
3.5 POSTMODERNA A SOUČASNOST	44
3.5.1 NOVÁ MÉDIA	44
3.5.2 NEVILLE BRODY (1957)	45
3.5.3 DAVID CARSON (1954)	45
3.5.4 FOTOGRAFIE 80. LET	46
3.5.5 DIGITÁLNÍ FOTOGRAFIE	47
3.5.6 SOUČASNOST	47
3.5.7 STEFAN SAGMEISTER (1962)	49
3.5.8 SOUČASNÁ FOTOGRAFIE.....	50
3.5.9 INSCENOVANÁ FOTOGRAFIE.	51
3.5.10 DOSLOV SOUČASNÉ SITUACE GRAFICKÉHO DESIGNU	52
3.6 VEŘEJNÝ PROSTOR	55
3.6.1 VEŘEJNÝ PROSTOR A VIZUÁLNÍ KULTURA	55
3.6.2 NOVÁ MÉDIA — REKLAMA — UMĚNÍ	56
3.6.3 PUBLIC ART	57
4 VÝTVARNÁ ČÁST	59
4.1 AUTORSKÝ FOTOGRAFICKÝ PLAKÁT	61
4.1.1 KRITÉRIA FOTOGRAFICKÉHO AUTORSKÉHO PLAKÁTU.....	61
4.1.2 POSTUP PRÁCE	61
4.2 1212 PIH A ZNAMÉNEK	62
4.2.1 FOTOGRAFIE A TEXT	63
4.2.2 RENÉ MAGRITTE (1898—1967)	64
4.2.3 TOMÁŠ POLCAR A ESTER POLCAROVÁ.....	65

4.3	1212 PROPSANÝCH HODIN	66
4.3.1	PŘÍMÁ PRÁCE S PLOCHOU.....	67
4.4	1212121 NÁDECHŮ A VÝDECHŮ	67
4.4.1	MANIPULACE — RETUŠ VE FOTOGRAFII.....	68
4.4.2	ŠTĚPÁN MALOVEC	68
4.4.3	MICHAELA LINHARTOVÁ (1985)	68
5	DIDAKTICKÁ ČÁST	78
5.1	POČÍTAČOVÉ A DIGITÁLNÍ TECHNOLOGIE VE VYUČOVÁNÍ VÝTVARNÉ VÝCHOVY	78
5.2	VÝTVARNÝ PROJEKT — FOTOGRAFICKÁ MANIPULACE A PLAKÁTOVÁ TVORBA	79
5.3	REALIZACE NA ZŠ KORUNOVAČNÍ	80
5.3.1	A — SECESNÍ SEBE-DEKORATIVNOST	80
5.3.2	REFLEXE	81
5.3.3	B — FOTOGRAFICKÝ PLAKÁT	85
5.3.4	REFLEXE	86
5.4	DALŠÍ MOŽNÉ NÁPADY NA HODINY	89
5.4.1	OBRAZOVÉ EXPERIMENTY.....	89
5.4.2	SLOVO A OBRAZ.....	89
5.4.3	CELEK A DETAIL	90
5.4.4	PŘÍMÁ ZKUŠENOST S PLAKÁTEM — KRITICKÉ POJETÍ PLOCHY.....	91
5.5	MOŽNOSTI PROPOJENÍ PC A VV V PRAXI	91
5.5.1	OTÁZKY PRO ŘEDITELE	91
5.5.2	ODPOVĚDI P.ŘEDITELE MGR. T. KOMRSKY / ZŠ KORUNOVAČNÍ.....	92
5.5.3	REFLEXE VLASTNÍ ZKUŠENOSTI.....	93
5.5.4	SHRNUTÍ.....	95
6	ZÁVĚR	96
7	POUŽITÁ LITERATURA	98

7.1 ČLÁNKY.....	100
7.2 BAKALÁŘSKÉ A DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	100
7.3 ODKAZY	101
8 KOPIE ZADÁNÍ DP.....	102
9 SEZNAM VYOBRAZENÍ.....	103

1 ÚVOD

Téma fotografického plakátu jsem zvolila z osobního a profesního důvodu. Prioritním fenoménem, který jsem chtěla teoreticky zkoumat, byla fotografie a její možnosti. Velmi mě zajímala problematika autorství a originality ve fotografickém obraze. Na druhou stranu, profesí jsem grafička a oblast plakátové tvorby pro mě byla zcela neprobádanou oblastí. Vystal tedy nápad spojit tyto dva fenomény do jedné průřezové teorie. Zjednodušeně řečeno, z dvou teorií sestavuji jeden, souhrnný náhled na problematiku prolínání fotografie, typografie nebo grafického designu, přičemž tyto fenomény se nejčastěji setkávají v plakátové tvorbě. Významným cílem této diplomové práce byla snaha aplikovat fotografický plakát do vyučování výtvarné výchovy. Zda je toto téma možné citlivě a efektivně uplatnit na poli vzdělávání. Tuto domněnku jsem chtěla ověřit i ve vlastní tvorbě. Je reálné vyjádřit sebereflektivní pojetí sebe sama pomocí „ne/reklamního“ produktu? „Ne/reklamní“ produkt chápu jako proměnlivé médium, plakát. Tento plakát je založený na fotografii a snaží se vyjádřit myšlenku, vtip nebo také jednoduché sdělení. Zda se jedná o reklamní nebo nereklamní/autorský plakát je závislé na konceptu nebo poslání výsledného artefaktu. V případě mé výtvarné práce lze hovořit pouze o autorském plakátu, který zkoumá dvě roviny práce s obrazem. Přímou vycházím z vizuálních zkušeností, které jsem nabyla při zpracovávání teoretické části. V reflexích k autorským plakátům se přímo odkazuji k vybraným autorům, u kterých jsem objevila podobné tendence v principech a pracovních postupech tvorby.

V poslední řadě ještě uvedme, že práce je rozdělena na několik fází teorie. Ta začíná pomyslným úvodním nástinem pojetí diskursu fotografie, grafického designu a plakátu. Následuje stručná charakteristika těchto fenoménů. Největší část teoretické kapitoly je věnována chronologickému nástinu historie, trendů a experimentů v tvorbě a výrazným osobnostem, na kterých je často vysvětlen princip nového způsobu tvorby. V několika kapitolách jsem zahrнула i příklady z oblasti výtvarného umění, které nesouvisí s plakátovou tvorbou. To je případ konceptuální fotografie nebo dokumentační fotografie body-artových akcí, kde v komparaci se Stefanem Sagmeisterem jednoduše vysvětlují podstatu užití fotografie jako záznamu nebo artefaktu. Součástí každé kapitoly je obrazová část. Ta se nachází na konci každé kapitoly. Historická teorie je rozdělena do několika hlavních částí, v závislosti na časových obdobích. Počátky, válečná avantgarda, poválečné období, postmoderna a současnost. Kapitola zabývající se veřejným prostorem zde slouží jako kontextová nadstavba plakátové a fotografické vizuální kultury. V mém osobním chápání dnešní „vizuální každodenní reality“ považují veřejný prostor za nedílnou součást, kterou nemohu vynechat. Určitý podíl kapitoly teorie a výtvarných kontextů se nachází i ve výtvarné a didaktické části, a to z důvodu kontextové návaznosti na problematiku v didaktice nebo autor-skou tvorbu plakátového média.

2 DISKURS FOTOGRAFIE A GRAFICKÉHO DESIGNU

Podíváme-li se na historický diskurs fotografie a grafického designu komplexně, v časovém období nezapadají k sobě. Grafický design nás obklopuje o mnoho let déle než technická vymoženost fotografie.

Grafický design je součástí veškerého veřejného i neveřejného prostoru, který nás obklopuje. Je v našich očích již tak přirozený, že ho z velké části ani vizuálně nevnímáme. Vnímá ho naše podvědomí a pracuje s ním jako s běžným vizuálním vjemem. Vizuálním vjemem se rozumí každá vizuální informace, která je vnímána. Každá vizuální informace nás do jisté míry ovlivňuje a spoluutváří náš pohled na svět, názory a postoje, které zastáváme v životě.

V dnešní době se dá říct, že obě odvětví, fotografie i grafický design, se v podstatě zabývají přibližně stejnými tématy. Kateřina Přidalová¹ píše, že „jedním ze současných trendů designu je sebereflexe, tázání se po smyslu a povaze designérské praxe“. Dále píše, že autoři se „zabývají sebereflexí designu jako procesu“. Podobně tomu tak je u fotografie. Člověk skrze fotografii na sebe nahlíží a poznává se. Bere ji jako prostředek diskursu s okolním světem.

2.1 Diskurs fotografie

Možnost technické reprodukovatelnosti fascinoval všechny. Podle W. Benjamina literatura tvrdí, že za rozkvětem fotografie stojí umělci jako Nadar, Hill, Hugo

¹ PŘIDALOVÁ, K. Bienále jako proces [online], 2012, [cit. 20. 2. 2013]. Dostupné z: <http://www.vizualnikultura.cz/2012/08/08/news/bienale-jako-proces/>

a Cameronová. Toto období fotografie však podle Benjamina spadá do období před „industrializací fotografie“.

2.2 Diskurs grafického designu

Se vznikem fenoménu plakátu a grafického designu souvisí především vynález litografie², jež se nejvíce rozvíjela v 19. století. Tato technika nebyla však využívána pouze pro plakátovou tvorbu. Její velké výhody byly prostředkem především u nákladového tisku, který souvisí s rozvojem žurnalismu. V třicátých letech 19. století bylo plakátování po ulicích využíváno „jako nejrychlejší způsob veřejného oznámení“. (KROUTVOR, 1991, s. 9) S tím i souvisí vznik společnosti na výrobu plakátů a inzerátů, která sídlila v Londýně. (Tamtéž, s. 9) Tyto plakáty neměly zprvu žádnou estetickou hodnotu, pouze pokrývaly potřebu předání informací. Podle publikace Poselství ulice měly spíše formu vývěsek nebo cedulí. „Typografie se prosazuje spíše kvantitativně než kvalitativně, používají se především tučné typy písma a linky“. (Tamtéž, s. 9)

Pojem grafický design je hojně užíván po druhé světové válce. Státní instituce a soukromé firmy v USA a západní Evropě se začaly více obracet k veřejnosti. Tyto instituce komunikovaly skrze vizuální znaky, aby upoutaly divákovu pozornost. Grafický design tedy vyjadřuje nějaké sdělení, informaci, skrze lingvistické a obrazové prvky (text, písmo, typografie, obraz, reprodukce atd.). Jak je dále psáno v Encyklopedii českého výtvarného umění, ke klasickým typům grafického designu patří hlavně plakát a vydavatelský design, což jsou knihy, časopisy

² Vynález litografie je datován ke konci 18. století a je spojen se jménem Aloise Senefeldera. Následně v roce 1837 přichází vynález barevné litografie.

nebo edice. Nástupem nových technologií je postupně vytlačována kresebná a malovaná informace fotografií (od 30. let). (HOROVÁ, 2006, s. 245)

„Grafický design je vlastně ztvárnění slova a obrazu v nějaké výrazné vizuální poselství, informaci, která má doputovat k divákovi“.³

2.3 Plakát

„Je třeba připomenout, že plakát jako ‚dítě ulice‘ není jen velkým obrazem či fotografií opatřenou textem. Dokonce ani s grafikou nelze plakát jednoduše srovnávat, i když používá grafické prvky“. (GRONSKÝ, PERŮTKA, SOUKUP, 2004, s. 12) Plakát má vlastní specifický formát a vyjadřuje se osobitou řečí. Dokáže přímo promlouvat nebo komunikovat s recipientem/divákem. Plakát v obecné rovině není vnitřním vyjádřením umělce, nýbrž pracuje s vnějšími vlivy nebo tématy dané doby. „Úspěšný plakát je právě ten, který nejlépe odpovídá obecným požadavkům publika“. (Tamtéž, s. 12) Plakát je především kulturní fenomén doby. Odráží ji podobou zpracování, užitím aktuální dostupné techniky či tématem.

Plakát jako takový je uzavřená plocha, která má různé meze, především ve svém vlastním formátu. Výjimka potvrzuje pravidlo a tudíž je samozřejmé, že se setkáme i s plakáty, které popírají vlastní pravidla (formát, rozložení...). V historii plakátové tvorby se formát proměňoval. Nejprve byl podlouhlý a úzký. U Munchových plakátů tento formát výborně napomáhal k elegantnějšímu dojmu

³ SYLVESTROVÁ, Marta. Grafické bienále se snadno vejde do kufru [online], 12. 9. 2012, [cit. 21. 2. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/195676-graficke-bienale-se-snadno-vejde-do-kufru/>

a štíhlejšími modelkám. V dnešní době je trendem záměrné porušování hranic vymezeného prostoru plakátu (prvky grafiky vystupují z plochy plakátu). To však platí především u komerčních plakátů.

2.3.1 Druhy plakátů

Primární rozdělení plakátu je na typografický a grafický (viz obr. č. 1). Oba tyto druhy mohou a nemusí užít v návrhu fotografii. Typografický plakát je tvořen pouze kompozicí textu. Neznamena to však, že by tento typ plakátu měl být méně působivý než plakát, který užívá grafiku nebo fotografii. Grafický plakát může a nemusí obsahovat typografii nebo fotografii. Pokud však text neobsahuje vůbec nebo je text využit grafickou strukturou, často se jedná o plakát autor-
ský.



obr. 1 studio Najbrt | Othello | a) pouze typografické zpracování; b) kombinace typografie a fotografie

Sekundární rozdělení plakátové tvorby závisí přímo na jeho funkci. Od toho se odvíjí pojmenování a vizuální podoba výstupu. Základními, obecnými druhy jsou plakáty divadelní, filmové, reklamní, kulturní a autorské. Řeč divadelního plakátu je založena na komornějších a decentnějších principech vyjádření. To se odvíjí od typu publika a tradice divadelní vážnosti. Filmový plakát není ovlivněn žádnou tradicí, tudíž často užívá experiment jako základní princip tvorby. Na rozdíl od těchto druhů plakátů je zde ještě plakát reklamní, který zachází nejdál, kam mu divák dovolí. Tento typ plakátu má za úkol co nejvíce šokovat, upoutat pozornost jakýmkoli možným způsobem.

2.4 Fotografie

Co je to fotografie? Podle klasických, prvoplánových definic je to „[...] postup zaznamenávání, technika zápisu stálého obrazu způsobeného světelnými paprsky do emulze, jejíž základem jsou stříbrné soli“. (CÍSAŘ, 2004, s. 47) Definicí je nespočet a není důležité vytvářet rozbor každé z nich. Pro nás je důležité si uvědomit, že fotografie byla a je vizuálním obrazem, který zachycuje aktuální okamžik a orámovaný detail skutečnosti, který se nacházel v určitém okamžiku před fotografujícím. Toto platí, hovoříme-li v obecné rovině bez přihlížení na možnosti vizuální manipulace fotografie. Pokud bychom začali pracovat s problematikou digitální manipulace, dostali bychom se ke zcela jinému tématu, než je záměrem této diplomové práce.

Fotografie dávají fotografujícímu moc osobního vyjádření nebo dokonce i sebevyjádření. Fotografie má také neskutečnou sílu vyvolávat emoce u recipientů. Velmi jednoduše a účinně dokáže ovlivňovat veřejné mínění, a to především ve

spojitosti s textem. Fotografie byla od počátku považována za prostředek vyšší obrazové pravdy zobrazených událostí. Stejně tomu bylo u televize. Jak o tomto faktu píše Toman, fotografie snímá obraz skrz kameru za přítomnosti svědka, fotografa. Tudíž není možné zmanipulovat pravdu. „Fotografie jako ploché, většinou pravouhlé obrazy si nárokují pravdivost, jaká je v malířství nedostupná“. (SONTAGOVÁ, 2002, s. 81) Tato bezpodmínečná pravdivost je popřena vznikem a rozvojem digitální fotografie (viz kapitola 3.5.5 Digitální fotografie).

2.5 Fotografický plakát

Zatímco v oblasti volné plakátové tvorby je hlavním stavebním konstruktem především grafický prvek a typografie, fotografie převládá v komerčním nebo filmovém plakátu. Ty jsou často stavěny především na dokonalé iluzi reality v podobě fotografie. Typografie nebo grafické prvky jsou pak spíše informačního rázu. To je způsobeno snahou se přiblížit recipientovi, tedy konzumentovi vizuálních informací. Jinak řečeno, reklama a komerční forma plakátové tvorby přímo útočí na recipientovy city a emoce. Je to doslova hra. Recipient by se s plakátem měl ztotožnit, a to již během několika málo vteřin. K tomu napomáhá fotografie v roli nejpřirozenějšího vizuálního vjemu, který běžně člověk přijímá a ztotožňuje se s ním.

Fotografický plakát není oficiální název, kterým by se zabývaly publikace nebo servery. Pro nás je však hlavním tématem této diplomové práce. Snahou je zmapovat dvě odlišné oblasti tvorby (fotografie a grafického designu — plakátu) a sestavit z výsledků novou přehledovou teorii pro tento neoficiální druh plakátové tvorby. Vymežit dva odlišné historické diskursy a nalézt v dějinách moment,

kde se setkávají a proč. Nejprve však musíme vytvořit vlastní definici fotografického plakátu a pojmenovat jeho nejdůležitější prvky charakteristiky a techniky, se kterými vizuálně pracuje.

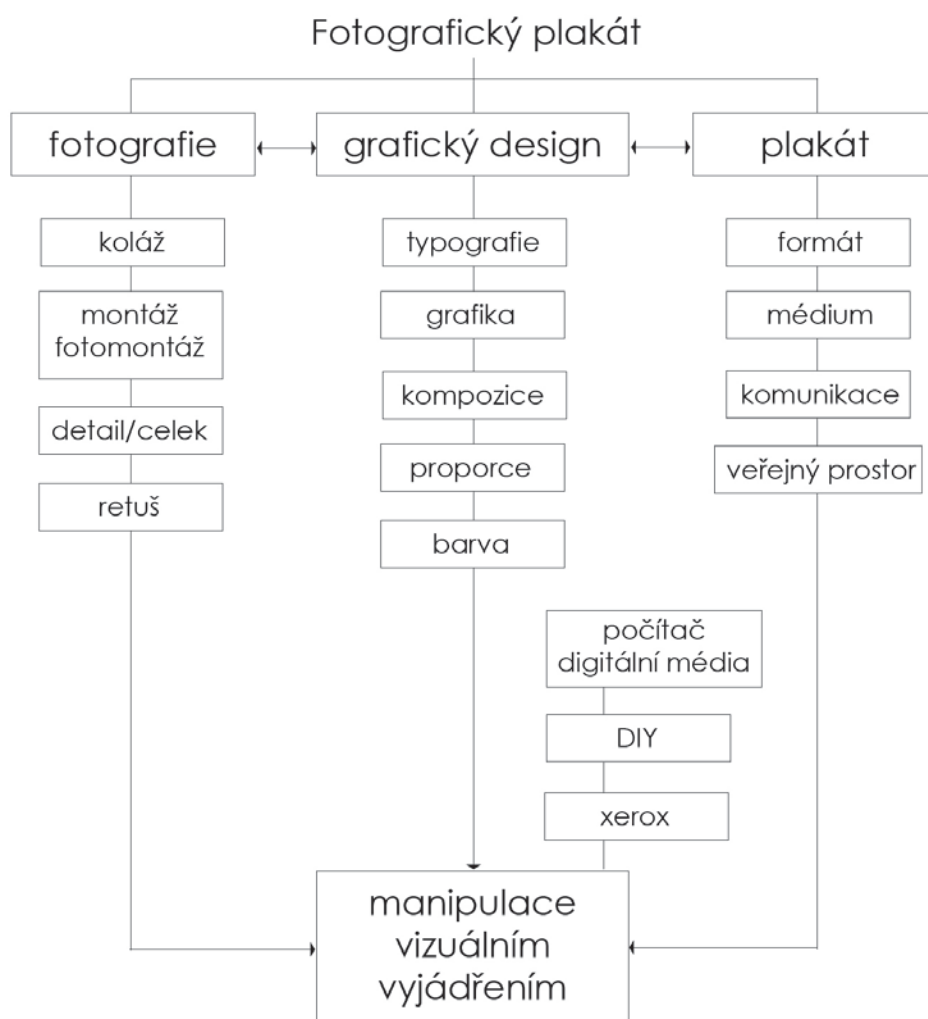
2.5.1 Definice fotografického plakátu

Mluvíme-li o fotografickém plakátě, máme na mysli plakát, pro který je základním stavebním kamenem fotografie. Většinu prostoru plochy zahrnuje právě fotografie. Tato fotografie může komunikovat s grafikou nebo typografií. Typografie může popírat fotografii nebo mohou obě existovat každá na vlastní úrovni.

Velká výhoda fotografického plakátu tkví v jednoduché personalizaci. Uvedme příklad filmového plakátu Hollywoodu. U filmových plakátů je časté užití fotografie hlavní herecké postavy. To je podmíněno vlivem západní filmové kultury. Hollywoodské trendy v době vzniku filmu často udávají standard, který má filmový plakát splňovat. Ztotožnění, personalizace s filmovou hvězdou byla nazývána kultem hvězdy. Bohužel tento trend se přenesl až do dnešní doby a pouze výjimečně vidíme, že by byl překročen směrem k experimentům nebo volnější tvorbě, která je tak výjimečná pro filmový plakát 60. let.

2.5.2 Rozbor fotografického plakátu

Pomocí jednoduchého schématu lze rozklíčovat podstatu fotografického plakátu a jeho možností práce s obrazovým materiálem. Propojíme-li tyto principy s klasickým druhovým rozdělením plakátu, výsledkem bude český filmový plakát 60., 70. a 80. let., dále pak moderní autorská tvorba jednotlivých grafických designérů nebo výtvarníků.



obr. 2 - schéma - Fotografický plakát

Plakát není fotografický, pokud nepoužijeme fotografii či její fragmenty. Zároveň fotografie nebo její fragmenty musí být v interakci s principy grafického designu, abychom mohli hovořit s plakátem. Pomocí vizuální manipulace dokážeme

různými způsoby ovlivňovat myšlení a názor recipienta/diváka. Zvláště pak toho, který je tzv. masovým konzumentem nové doby. S tímto podobným nebo stejným výrazem se můžeme setkat již v principech pop-artu, dada a jiných moderních a postmoderních směrech a hnutích. Je však smutnou pravdou, že plakát byl v průběhu dějin využit také v rámci davového ovlivňování politického a společenského mínění. Tímto chci pouze upozornit na politickou propagandu.⁴ Hovoříme-li o fotografii a její vizuální manipulaci, byl humor výrazným rysem raného období. Fotografické montáže vznikaly pro pobavení a tisk nejrůznějších pohlednic. Zde hraje také roli filmová tvorba. „Kultura manipulované fotografie je do značné míry podpořena kulturou pitoreskních trikových filmů [...]“. (TOMAN, 2009, s. 35) Konkrétně s ranou filmovou tvorbou francouzského kouzelníka Georgetse Méliése (1861–1938). Svými humornými filmovými montážemi „zpochybnil pojem vizuální pravdivosti“. (Tamtéž, s. 38)

⁴ Více informací o propagandě plakátovou produkcí: AULICH, J. Válečné plakáty - Zbraně hromadné komunikace. Praha: Naše vojsko, 2009. ISBN 978-80-206-1048-5 nebo Kolektiv. Moc obrazů obrazy moci. Praha: Galerie U Křížovníků, 2006. ISBN: 8023943103

3 HISTORICKÉ MEZNÍKY FOTOGRAFIE A PLAKÁTU

Pro pochopení problematiky fotografického plakátu je nejlepší uvést tento fenomén do historických a kulturních kontextů.

3.1 Stručný vznik plakátu

Předpoklady pro vznik plakátu, jako artefaktu grafického designu, pocházejí již z Londýna (viz 2.1.2 Diskurs grafického designu). Avšak největší rozvoj tohoto média má na starosti Paříž, jako město zábavy. Lépe řečeno, toto město bylo živnou půdou pro vznik plakátu. „Jestliže měl plakát v Londýně důležitou informační funkci, pak v Paříži překonal ‚nutnost‘ osvobodit se, stal se konečně uměním“. (KROUTVOR, 1991, s. 11) Nutno však dodat, že zprvu měly veškeré plakáty čistě typografickou formu, občas doplněnou jednoduchou, stylizovanou ornamentální dekorací secesního slohu. To platí také pro plakáty na našem území.

Jak již bylo zmíněno, Paříž a celkově Francie je velmi důležitá v historickém diskursu vzniku plakátu. Jak uvádí katalog Český filmový plakát 20. st., francouzská plakátová tvorba měla nejdelší tradici. Tato tradice se velmi odrazila v české filmové plakátové tvorbě 20. let, kdy se k nám dostávaly filmy z této země. Tudiž plakátovou produkcí byly zprvu převzaté francouzské kánony. Jak uvádí kniha Poselství ulice, Jules Chéret⁵ je první velkou osobností plakátové tvorby, „vynálezcem nového umění, objevitelem nového barevného poutače, jež plně nahradí staré vývěsky“. Jeho plakáty se staly objekty pro „osvěžení a obveselení chod-

⁵ V roce 1867 vznikl první barevný Chéretův plakát Bal Valentin. Největší přínos jeho tvorby byl hlavně v 90. letech. Jeho tvorba byla založena na základních, čistých barvách pastelových odstínů – bledě modré, žluté, zelené a rumělkové červené. Typickým námětem plakátů byly kabaretní vystupy tanečnic a tanečníků, harlekýnů a kolombín.

ců", než aby byly čistě komerční záležitosti (viz obr. č. 3). Největší rozvoj plakátu však začíná po roce 1890, kdy se v této oblasti objevují jména jako Lautrec, Bonnard, Grasset, Steinlen nebo Mucha. „Plakát se stává manifestem Secesního stylu". (KROUTVOR, 1991, s. 11) Kromě Muchy se na vzniku velmi podíleli i čeští malíři jako Marold, Kupka nebo Dědina. Mucha se stává pomyslnou mezinárodní ikonou v oblasti vzniku plakátu. Často je považován za „českého otce plakátu". Nejvíce zmiňovaným prvním plakátem je Gismonda z roku 1894, který vznikl pro přestavení Sarah Bernhard v Théâtre de la Renaissance (viz obr. č. 4). Plakát představuje typický příklad „muchovské secese", kde se odráží jeho jednoduchý, dynamický styl malby.

3.2 Stručný vznik fotografie

„Příběh fotografie začíná prvními pokusy člověka zadržet obraz [...]". (CÍSAŘ, 2004, s. 48), a to v camera obscura. Lze říct, že 19. století je fenoménem množování a reprodukování. Důkazem tohoto faktu je i vynález tzv. daguerrotypie. Jak uvádí antologie Co je to fotografie?, s vynálezem fotografie je spojeno více lidí, kteří „nezávisle na sobě směřovali k témuž cíli: zadržet obrazy v camera obscura, jež byla známá už od Leonarda". První fotografické snímky vznikaly ve dvacátých letech a jejich tvůrcem byl Joseph Nicéphore Niépce (1765—1833). Francouzský průkopník v oboru klasické fotografie se stal prvním člověkem, který pořídil fotografii vytvořenou exponováním na světlocitlivou desku v kameře (viz obr. č. 5). Celý proces exponování trval několik hodin. Další tvůrci spojovaní se vznikem fotografie jsou Louis Daguer, William Fox Talbot nebo Hippolyt Bayard. Svými

objevy připravili půdu pro další rozvoj fotografie. Oficiálním datem vzniku fotografie je však rok 1839.⁶

Zpočátku byla fotografie dokonalým nástrojem k náhradě malby a používala se z velké části k fotografování portrétů nebo jako studijní fotografie.⁷ „V prvním desetiletí své existence byly fotografie pokládány za idealizované obrazy“. (SONTAGOVÁ, 2002, s. 31) Idealizace byla také hlavním cílem amatérských fotografů, zachytit krásu scenérie nebo jedinečný západ slunce. To je běžná praxe i v dnešní době a tento „žánr“ můžeme nazvat fotografickým kýčem. Na druhou stranu, postupem času se u profesionálních fotografů projevila velká snaha zaznamenávat subjektivní pohled a oprostít se od skutečnosti.

⁶ Tento rok je také první zmínka o fotografii v českém jazyce.

⁷ Alfons Mucha byl jedním z malířů, kteří využívali fotografii jako předlohu pro vlastní výtvarné práci.



obr. 3 Chéret | Bal Valentin, 1867



obr. 5 Joseph Nicéphore Niépce | Pohled z okna v Le Gras, přibližně 1826



obr. 4 Mucha – Gismonda, 1894

3.3 Válečná avantgarda

Ve 20. století nastupuje civilizace „oka“, kdy obraz potlačí text a pro informace je nutno nalézt rychle vnímatelnou a univerzálně srozumitelnou formu.

Zpočátku mělo být tradiční malířství „[...] nahrazeno fotografií, fotomontáží nebo plakátem, tabulový obraz mechanickou reprodukcí konstruktivistických kompozic, román filmem, reportáží nebo literaturou faktu [...]“. (Dějiny českého výtvarného umění 1890–1938. IV/2, s. 150) „Plakátová tvorba dvacátých let dokumentuje opouštění malby a kresby ve prospěch možností tiskařského stroje“.⁸ Z toho vyplývá, že plakátová tvorba se ubírala směrem k užití fotografických prostředků, jako stavebním kamenům vizuálního sdělení. Jedním z prvních českých grafiků, kdo experimentoval s fotomontáží, byl L. Sutnar, v polovině dvacátých let. Velmi důležitým odvětvím tvorby byla tzv. Evropská nová typografie. Je opět spojena s L. Sutnarem, jejím hlavním představitelem. Důležitost této vlny je v jejím vizuálním zjednodušení a snahou reagovat na přeplněnost měst vizuálními vjemy. Proto je hlavním principem jednoduchost a čistota sdělení.

Fotografie a její možné využití ve vizuální komunikaci se začala zkoumat až ve dvacátých letech 20. století, i přes to, že byla vynalezena před sto lety. Do té doby plnila funkci dokumentu, studijního prostředku nebo byla samostatným uměleckým prostředkem projevu. Fotografii jako prostředek tvorby chápal např. umělecký spolek Devětsil. Výtvarníci si plně uvědomovali, že fotografie je atraktivnější než kresba či malba, a začali pracovat s tímto médiem jako prostředkem

⁸ In: text k výstavě Cesty nové typografie/Plakáty Ladislava Sutnara. 19. říjen — 17. listopad 2012. Galerie Ladislava Sutnara Plzeň [online] 2010, [cit. 13. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.upm.cz/index.php?language=cz&page=123&year=2012&id=207&img=1467>

zjednodušení sdělení. Co by vysvětloval dlouhý text, dokáže vizuálně popsat jedna fotografie a naopak. Fotografie, podle Sutnara, přináší do grafiky třetí rozměr: „Od dob Gutenbergovských až po naše časy byla typografie dvourozměrná: použitím fotografie v typografii mění se dvourozměrná typografie na trojrozměrnou fototypografii“. (TEIGE, 1933, s. 176) Fotografie, fotogram, film, fotomontáž, montáž, obrazové básně, typofoto a další vizuální prostředky začaly být vnímány jako média v komunikační síti.

3.3.1 Fotografie a experiment

Podle Sontagové je fotografie jediným druhem umění, které je z podstaty surreálné. Dále polemizuje nad nutností uplatňování surrealismu ve fotografii, protože surrealismus je přímo základem fotografie jako takové. Potřeba oprostit se od reality a odlišit se dovedla výtvarníky k experimentálním technikám fotografie. Tato fotografie je všeobecně považována jako avantgardní. Mezi průkopníky v experimentu s fotografií řadíme např. Man Raye a jeho rayogramy (viz obr. č. 6), Laszlo Moholy Nagy a fotogramy (viz obr. č. 7), vícenásobné expozice bratří Bragagliů (viz obr. č. 8) nebo fotomontáže Alexandra Rodčenka a Johna Heartfielda (viz obr. č. 14 a 15). Dá se říci, že experimentální fotografie je spojována s přístupy vytváření fotografií bez použití fotografického přístroje. Což je zásadní detail, který souvisí s fotogramy a rayogramy. Světlo se stává elementem, který vytváří přímý obraz na ploše fotografie. Principy práce se světlem jsou podobné, jako při malbě. Světlo se stalo novým výtvarným prvkem, jako je barva v malbě nebo tón v hudbě. (MRKVIČKA, O.: Fotografie jako nové umění. In: KUNEŠ, POSPĚCH, 2003, s. 12) V této oblasti je nutno zmínit také českého fotografa,

Jaromíra Funka, který na rozdíl od Mana Raye, Nagye nebo Rodčenka není spojován s žádným —ismem nebo skupinou. Je to solitér v oboru experimentální fotografie. Jak uvádí server Moravské galerie v Brně, Funke si vytvořil osobitou fotografickou linku, svůj vlastní —ismus, „fotogenismus“ a později „emoční fotografií“.

3.3.2 Montáž/fotomontáž

Chceme-li hovořit o fotomontáži, musíme nejprve vysvětlit montáž a její první výtvarné projevy. Konkrétní slovo „fotomontáž“ se užívá až ve spojitosti Alexandrem Rodčenkem (viz kapitola 3.3.10 Alexander Michajlovič Rodčenko...), v sovětských zdrojích. Tyto fotomontáže vytvářel už v roce 1922. Alexander Gan ve své první sovětské reakci na fotomontáž popisuje techniku jako „[...] tiskový materiál smontovaný konstruktivistou Rodčenkem“. (TOMAN, 2009, s. 41) Dále pak Toman ve své knize Foto/montáž tiskem píše: „[...] berlínští dadaisté učinili krok od lepení k montování, výraz fotomontáž je produktem sovětského konstruktivismu z poloviny roku 1923. Byl jím nahrazen výraz montáž“. (TOMAN, 2009, s. 45—46)

Zakladatelem fotomontáže v Sovětském svazu byl Alexandr Rodčenko. Sám fotomontáž považuje jako výborný nástroj odlišení se od běžně zažitých konvencí způsobu zobrazování (viz obr. č. 14). „Pod pojmem fotomontáž rozumíme využití fotografických snímků jako zobrazujícího materiálu. Kombinace fotografií místo kombinace a kompozice malířských prvků. Smysl změny je v tom, že snímek není nakreslením zrakového faktu, ale jeho přesným zachycením. Přesnost a dokumentárnost dávají mu sílu působit na diváka takovým vlivem, jaký je ma-

lířskému a grafickému vyobrazení nedosažitelný. Plakát s fotografií působí silnějším dojmem než plakát s kresbou téhož tématu". (Ročenka In: LINHART, 1964, s. 12) V českém kontextu začíná novou technologii prosazovat Teige (viz kapitola 3.3.4 Obrazové básně) nebo Jiří Kolář.

3.3.3 Jaromír Funke (1896—1945)

Český fotograf ne příliš známého jména, na rozdíl od Josefa Sudka nebo Františka Drtikola. V kontextu fotografie a experimentu je velmi důležitou osobou české výtvarné scény. Jaromír Funke je často spojován s průkopnickými pokusy s klasickou fotografií. Byl typickým avantgardistou, který se snažil ozvláštnit klasickou práci s fotografií. Vždy chtěl být „o krůček napřed“. „Jeho fotografie jsou však významnou součástí nového vizuálního umění“.⁹ Ve dvacátých letech začal pracovat s abstrakcí, přešel kubismus, novou věcnost a konstruktivismus. Jako jeden z prvních se dostal i k surrealismu a poetismu. (viz obr. č. 9) Funke byl nejbliže Bauhausu. Konkrétně byl kritikem i pedagogem a působil na slovenském Bauhausu.

3.3.4 Obrazové básně

Obrazové básně, jak uvádějí dějiny českého výtvarného umění, znamenají významný moment ve vývoji českého umění, kdy se kubistická koláž mění na poetickou fotomontáž. Tyto básně jsou prvním příspěvkem Devětsilu¹⁰ do evrop-

⁹ In: Neznámé i klasické snímky Jaromíra Funkeho vystavuje Moravská galerie [online], 17. října 2013 [cit. 10. 11. 2013]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/nezname-i-klasicke-snimky-jaromira-funkeho-vystavuje-moravska-galerie-1ms-/kultura.aspx?c=A131017_143341_ln_kultura_hep

¹⁰ Devětsil (1920-1931) Také umělecký svaz Devětsil byl ideově nejvýznamnějším ohniskem české avantgardy. Ve svazu se soustředila většina spisovatelů, architektů, fotografů, divadelníků, hudebníků a kritiků. Devětsil je natolik úspěšný, že se postupem času zapojuje i do mezinárodních kontaktů východu i západu.

ské avantgardní tvorby. Dobykla si uplatnění jak ve volné tvorbě, tak v oblasti užitého umění. Obrazové básně měly být mechanicky rozmnožovány, aby se dostaly k nejširšímu publiku konzumentů. Umělci vytvářeli, za použití lepidla a nůžek, jednoduché geometrické kompozice složené z fotografií, jako střípků skutečnosti. Tak vyprávěli svůj příběh. Technika byla záměrně přístupná všem. Možnost tvorby měli všichni ti, kteří cítili potřebu tvořit. V letech 1923–1926 se této technice věnovali například: Štýrský, Toyen, Teige, Voskovec, Markalous, Nezval a další. „[...] obrazové básně stály někde na pomezí mezi dadaistickými a konstruktivistickými fotomontážemi, od nich se odlišovaly jak technikou, tak významovým zacílením“. (Dějiny českého výtvarného umění 1890–1938. IV/2, s. 165) Jako výtvarné konstrukty se užívaly především fotografie, mapy, litery, pohlednice, nápisy a jiné výrazové prostředky (viz obr. č. 10 a 11). Ty byly zasazovány do nových kontextů. „Syntéza obrazu a slova byla ostatně dalším charakteristickým rysem obrazových básní. [...] Obrazové básně se zasloužily o vymanění českého umění z konvencí tradičního výtvarného projevu [...]“. (Dějiny českého výtvarného umění 1890–1938. IV/2, s. 167) Princip obrazových básní se záhy ukazuje i v oblasti reklamy, časopisech a plakátové tvorbě.

3.3.5 Typofoto

Ve třicátých letech byla technika typofoto standardem, který nahradil kresebné techniky. Typofoto je nová technika, která kombinuje fotografii a text k vyjádření vizuální myšlenky. Typofoto bylo nejčastěji užíváno pro tvorbu knižních obálek.

Děvetsil se názorově více přibližoval ke konstruktivismu než k dadaismu. A to i z důvodu, že v letech existence dadaismus pomalu doznával, oproti konstruktivismu.

„Rychlost okamžitého vizuálního vjemu, přesvědčivost a objektivita, kterou fotografie ve spojení s typografií nabízejí, byly považovány za předpoklady obchodní úspěšnosti knižních obálek“.¹¹ S technikou typofoto pracoval např. Ladislav Sutnar nebo Karel Teige. László Moholy Nagye nazývá typofoto jako „vizuálně nejexaktnější způsob komunikace“.¹²

3.3.6 Karel Teige (1900—1951)

Dalším, velmi významným členem Devětsilu, kterého bychom měli přiblížit, je Karel Teige. Pro nás je důležitý svou kombinací geometrických tvarů s fotografií. Vytvořil tak „nový typ konstruktivistické ilustrace. V Nezvalově Abecedě¹³ (viz obr. č. 12) použil typofoto (viz kapitola 3.3.5 Typofoto), tzv. kombinaci fotografií (zachycujících taneční interpretaci básně v podání Milči Mayerové) s abstraktními a písmovými kompozicemi, jež se staly paralelním zbásněním Abecedy“. (Tamtéž, s. 176—177). Kniha byla vytištěna v roce 1926 a spojuje čtyři různé roviny. Zbásněné texty Vítězslavem Nezvalem, taneční interpretace Milči Mayerové fotograficky dokumentované Karlem Paspou. Konečnou typografickou úpravu udělal Karel Teige. Kniha propojuje různé textové roviny, které propojují text a obraz v jeden společný vizuální kontext.

¹¹ In: Sutnar. Nová typografie. [online], [cit. 15. 11. 2013]. Dostupné z: http://www.sutnar.cz/index_cz.html

¹² In: Design vizuální komunikace. [online], [cit. 15. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/>

¹³ V. Nezval sepsal již v roce 1922 24 básní. Jako předlohu pro „gymnastiku ducha zvolil písmeno. "PUNK-NEROVÁ, P. In: Abeceda. Fotograf. Obraz a text. #22/2013, s. 6

3.3.7 Evropská nová typografie

Tento pojem se objevuje ve 20. a 30. letech 20. století v Evropě, především v souvislosti s Ladislavem Sutnarem (vůdčí osobnost), a to především v oblasti knižní tvorby. Avšak v oblasti plakátové tvorby je inovativní princip vizuální komunikace také nezbytně důležitý. Nová typografie vznikla v důsledku „[...] potřeby rychlé vizuální komunikace dynamicky se rozvíjejících se velkoměst“.¹⁴ Základním vizuálním principem je hlavně jednoduchá, čistá optická forma, ze které vycházejí i dnešní principy tvorby vizuální komunikace. Představiteli evropské nové typografie byli např. El Lisický, Laszló Moholy-Nagy, Piet Zwart a další.

3.3.8 Ladislav Sutnar (1897—1976)

Význam Ladislava Sutnara je na mezinárodní úrovni, poukázal na to i Karel Teige již v roce 1934, v úvodním slově Sutnarova první monografické výstavy v prostorách výstavní síně Krásné jizby. Jeho velký význam cítíme především v oblasti grafického designu a nové typografie (viz kapitola 3.3.7 Evropská nová typografie). Sutnar byl českým emigrantem v USA od roku 1939 a z důvodu znemožnění návratu díky socialistickému převratu dostává v roce 1948 státní občanství USA. Tudiž je považován za představitele česko-americké avantgardy.¹⁵ Je otcem dnešního informačního designu, dnešní vizuální komunikace.

Charakteristické rysy tvorby Ladislava Sutnara jsou především jednoduchá a optická, typograficky řešená, sdělení. Klade přísný důraz na kompozici a přívá-

¹⁴ In: Design vizuální komunikace. [online], [cit. 15. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/>

¹⁵ text k výstavě In: Cesty nové typografie/Plakáty Ladislava Sutnara. 19. říjen — 17. listopad 2012. Galerie Ladislava Sutnara Plzeň [online] 2010, [cit. 13. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.upm.cz/index.php?language=cz&page=123&year=2012&id=207&img=1467>

dí ji k dokonalosti pomocí přesné geometrie a prostorové konstrukce. Pracuje s kontrasty ploch a barev (viz obr. č. 13). Mimo jiné také pracuje s fotomontáž, jako s prvkem překvapení. Rozbívá tím jednotvárnou dokonalost. „Tyto vizuální prvky slouží rychlé a jednoznačné komunikaci v chaotickém prostředí velkoměsta“.¹⁶ Typické jsou pro něj diagonální kompozice, které nám mohou navodit pocit pohybu nebo rozbití jednotvárnosti. S fotografií pracuje na stejné úrovni jako s typografií, jako s prvkem geometrického obrazu. Vychází z kompozice plakátu a podle toho umísťuje fotografii, a to i diagonálně.

3.3.9 Bauhaus

Bauhaus je pedagogické a experimentální centrum založené Walterem Gropi-
em ve Výmaru roku 1919, a to sloučením Vysoké školy výtvarného umění
s Umělecko-průmyslovou školou. Bauhaus spojoval řemeslnou tvorbu
s uměním a napomohl tak vzniku designu. Kvalita této školy pramenila i z peda-
gogického sboru, který čítal znělá jména jako Paul Klee, Wassily Kandinski,
Laszló Moholy Nagy nebo později i Van Doesburg a další. Je považován za jed-
nu z nejvýznamnějších avantgardních škol. Sjednocuje umění, architekturu
i design. Škola úspěšně fungovala až do roku 1933, kdy musela být nuceně za-
vřena v důsledku naléhání fašistického režimu.¹⁷ Téměř všichni důležití členové
emigrovali nebo byli zavražděni. Bauhaus byl Třetí říší označen za nežádoucí,
bolševický, židovský a internacionalistický.

¹⁶ text k výstavě In: Cesty nové typografie/Plakáty Ladislava Sutnara. 19. říjen — 17. listopad 2012. Galerie Ladislava Sutnara Plzeň [online] 2010, [cit. 13. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.upm.cz/index.php?language=cz&page=123&year=2012&id=207&img=1467>

¹⁷ V Roce 1937–1949 Laszló Moholy Nagye založil v Chicagu The New Bauhaus, tzv. Nový Bauhaus, jakož to americké pokračování proslulé školy Bauhausu. Působili zde emigranti z Bauhausu jako: Xanti Schavinski, Gyorgy Képes a jiní.

3.3.10 Alexander Michajlovič Rodčenko (1891–1956)

Umělec zastupující ruskou avantgardu. Je průmyslovým a grafickým designérem, jeden ze zakladatelů konstruktivismu, avantgardní fotografie, sovětského designu a reklamy. Rodčenko¹⁸ spolu s Vladimírem Majakovským pracovali na moderně pojatých návrzích plakátů a reklamy. „Básnická slova a vkusná písmena se v nich působivě spojovala s kresbou a později s fotomontáží nebo fotografií“. (LINHART, 1964, s. 10) V tomto období byli dokonce obviňováni, že znevažují umění. Oba tito umělci, skrze plakáty, hledali cestu „umění k lidem“. Umělecká propagace měla působit výchovně v oblasti vkusu a neznalosti umění běžných lidí. Grafiky měli být „[...] stupínky, po nichž by tito probuzení lidé přicházeli k umění“. (Tamtéž, s. 10) Grafický design měl tedy vedle své funkce informační rovněž výchovné poslání.¹⁹ V roce 1925 se Rodčenkovi dostalo i mezinárodního uznání, na světové výstavě v Paříži.²⁰ Z tohoto období dvacátých let pocházejí např. agitační politické plakáty nebo filmové plakáty. Příklady filmových plakátů: plakáty k filmům Dziga Věrtové, Křižník Poťomkin od Ejzenštejna. Tyto plakáty využívají fotografii nebo fotomontáž jako stavební prvek. Rodčenko byl zakladatelem techniky fotomontáže v Sovětském svazu (viz kapitola 3.3.2 Montáž/fotomontáž). „Rodčenkovou zásluhou přešla fotomontáž jako působivý a účinný revoluční výrazový prostředek běžně do sovětských plakátů a z nich do celého světa, a stala se i samostatným osobitým výrazovým prostředkem“.

¹⁸ Jeho jméno je tak významné, v kontextu s ruskou grafickou scénou, že je po něm pojmenován festival grafického designu RodčenkoFest 2013 (viz <http://www.rodchenkofest.com>, navštíveno dne 15. 11. 2013)

¹⁹ Tzv. informační design — optická zajímavost, optická jednoduchost a optická kontinuita — to je podstatou grafického vizuálního stylu Ladislava Sutnara.

²⁰ Rodčenko na světové výstavě v Paříži vystavoval design nábytku, plakátů a pouliční reklamu. Získal 4 stříbrné medaile a mezinárodní uznání vysokého měřítka.

(LINHART, 1964, s. 12) V polovině dvacátých let se dostává od fotomontáže k fotografii samostatné a stává se ikonou v této oblasti.

3.3.11 John Heartfield (1891—1968)

Podobně jako A. Rodčenko byl John Heartfield průkopníkem fotografické manipulace. Byl jedním z prvních, kdo užívali princip fotomontáže v Německu. Jeho fotomontáže nesou velký vizuální nesouhlas s praktikami nacismu. Můžeme ho považovat za druhou stranu plakátové propagandy. Plakáty mají sílu vizuálního znaku. Přímou ukazují princip komunikace s recipientem skrze fotografii, bez nutnosti textu. Ve svých fotomontážích používal střídání měřítka jednotlivých fotografií. V tématu Hitlera je Heartfield nejostřejší (viz obr. č. 15). „Takové fotomontáže parodovaly Hitlerovy pózy, gesta a symboly k vytvoření dojmu, že stačí pouze seškrábnout tenký povrch fašistické propagandy k odhalení její absurdní reality“.²¹

John Heartfield je německého původu. Jeho rodné jméno bylo Helmut. Změnil si jméno jako protest proti fašismu. Poté žil v exilu v Československu a Anglii. Z toho vyplývá i obsah a vizuální podoba jeho plakátové tvorby.

²¹ In: John Heartfield [online], naposledy editována 19. 9. 2013 [cit. 20. 11. 2013] Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/John_Heartfield



obr. 6 Man Ray | rayogram



obr. 7 Laszlo Moholy-Nagy | fotogram



obr. 8 bratři Bragaglio



obr. 9 Jaromir Funke



obr. 10 Karel Teige | Pozdrav z cest | obrazová báseň, koláž



obr. 11 Jindřich Štýrský | Souvenir, 1924 | obrazová báseň, koláž



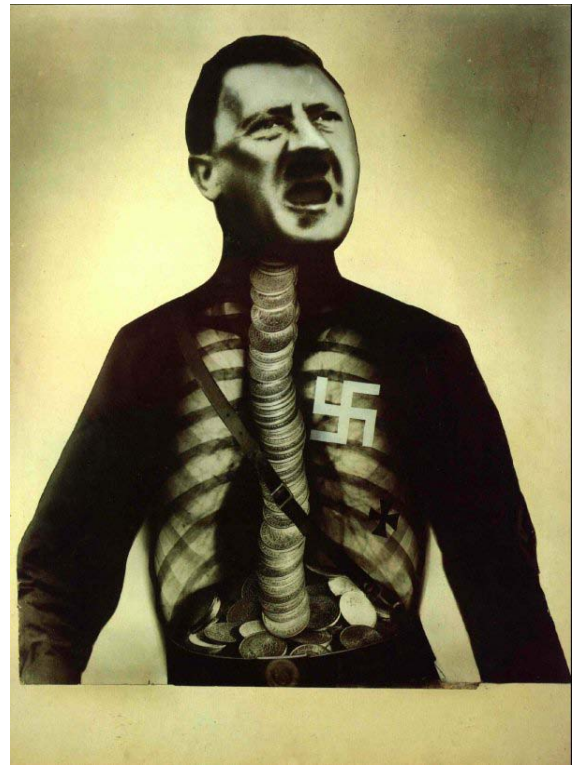
obr. 12 Abeceda | vizuální kompozice abecedy, 1926



obr. 13 L. Sutnar | DP — značka dobré knihy, 1930



obr. 14 A. M. Rodčenko | fotomontáž



obr. 15 John Heartfield | „Adolf, nadčlověk polykající zlato a chrlicí cín“ | fotomontáž

3.4 Poválečné období

Před první světovou válkou byly v českém prostředí pouze drobné textové upoutávky s programy kin, které měly maximálně malovanou hlavičku (nebo záhlaví). Ve 20. letech se tato „propagace“ posunula dále a po vzoru francouzské plakátové produkce začala vznikat éra českých filmových plakátů, které jsou vysoce ceněny i ve světovém kontextu. Grafickému designu 60. let dominuje především filmový nebo divadelní plakát a práce s typografií. Avšak oba jsou zpracovávány odlišnými způsoby (viz kapitola 2.3.1 Druhy plakátu). V oblasti plakátu, který jako výrazový prostředek používá fotografii, je důležitý filmový plakát. Můžeme říci, že 60. léta jsou obdobím, kdy se fotografie plně zapojuje do principů plakátové tvorby.

Jak bylo již zmíněno, filmový plakát používá fotografii jako jeden ze stavebních prvků kompozice. Před rokem 1948 je fotografie v rámci filmového plakátu užívána pouze stroze jako informační ilustrace textu. Fotografický plakát z velké části souvisí s jeho funkcí a předmětem propagované věci. Koncem 50. let cítily všechny obory výtvarného umění jisté uvolnění „ideologického dohledu“. (Dějiny českého výtvarného umění [VI/1] 1958—2000, 2007, s. 357) Plakátová tvorba byla novým prostorem pro práci s písmem. „Filmový plakát šedesátých let představuje v českém i evropském kontextu užité grafiky pozoruhodný fenomén. [...] Vylepoval se v tisících exemplářů nikoli jako reklama, ale jako všem dostupná ukázka informelu, pop-artu, lettrismu či nové věcnosti“. V té době sice stále fungovala cenzura, ta však nezasahovala do výtvarného provedení, nýbrž do obsahu. Hovoříme-li o plakátové tvorbě v českém kontextu, 60. léta byla pro český

plakát „Zlatým věkem“. Tento fakt byl podmíněn množstvím produkováných filmů, špatných i dobrých. A také podporou státu v oblasti filmové produkce. Na tvorbě plakátů se podíleli malíři a sochaři. Z toho důvodu jim také přisuzujeme vysokou uměleckou hodnotu. Míra produkce filmových plakátů také závisela na faktu, že byla řízena a podporována státem. Zadavatelem byla Ústřední půjčovna filmů, která měla zajistit kvalitní úroveň filmových plakátů. „Rok 1960 znamená výrazný předěl, jakousi pomyslnou tlustou čáru za minulostí, či ještě lépe start“. (GRONSKÝ, PERŮTKA, SOUKUP, 2004, s. 16)

3.4.1 Filmový plakát 60. let

Filmový plakát je specifickou oblastí plakátové tvorby. To se odvíjí od jeho funkčního poslání a funkce. Propagovaný film přímo ovlivňuje formu i obsah výsledného plakátu. Obzvláště v době největšího rozmachu českého filmového plakátu můžeme vidět, dokonalou práci výtvarníka, který chápe film jako stavební složku výsledného plakátu. Výtvarníci často používají techniku, která je v té době dostupná. Proto společným znakem pro „Zlatý věk“ je intuitivní ruční práce s obrazovým materiálem. To zahrnuje techniky, kdy výtvarníci stříhají písmo i fotografie, nebo přímo zasahují do materiálů. Podle katalogu Flashback je toto zacházení s obrazovým materiálem podobné postupům, které užívají filmaři a filmoví střihači. Jak uvádí Dějiny českého výtvarného umění, filmové plakáty vydávala Ústřední půjčovna filmů a schvalovala je výtvarná komise. Mezi výtvarníky, kteří na plakátech pracovali, patřili malíři Jiří Balcar, Bedřich Dlouhý, Milan Grygar, Jan Kubiček, Karel Vaca a Karel Teissig, sochař Zdeněk Palcr, architekt Zdeněk Ziegler a grafický designér Jiří Rathouský.

Plakátu této doby dominuje fotografie. Je užívána jako základní stavební kámen nebo jako fragment hojně užívané techniky koláže či fotomontáže. Jejich hlavní výhodou byla zkušenost z knižní grafiky a ilustrace.

3.4.2 Jiří Balcar (1929—1968)

Působit jako malíř, grafik a typograf.²² Balcar ve své plakátové tvorbě uplatňoval principy informelu, lettrismu a pop-artu. Byl velmi silnou osobností v oblasti filmového plakátu. Kniha Flashback o něm uvádí: „Rád pracuje se zdrsňenou plochou, jakoby rozrušenou časem a vnitřními procesy, používá fragmenty písma a značek, otisky prstů a fotografický dokument“. Pracuje s koláží ve spojitosti s filmovou fotografií a přidává útržky písmen nebo novin. V souvislosti s fotografií je nejslavnějším umělcem plakátové tvorby, který pracuje právě s tímto médiem. Plakát Silnice je výrazně zdařilý (viz obr. č. 16). Plakát je vytvořený k filmu Felliniho. Přesně splňuje rysy námi definovaného fotografického plakátu. Je postaven na fotografii ženského klauna. To je vyjádřeno jednoduchou a trefnou grafickou zkratkou, červenou tečkou na nose Giulietty Massiny. Balcar tak uplatňuje chytrý vtip, který velmi zaujme.

3.4.3 Karel Teissig (1925—2000)

Karel Teissig byl malíř a grafik. Podle Marty Sylvestrové je prvním výtvarníkem, jehož filmový plakát zaznamenal v zahraničí velký úspěch. Inspirací pro něj byl jazz, kino, kouzlo staré Prahy, Paříž, literatura a výtvarné umění. „Chápal filmový plakát jako prostředek umělcovy filosofické reflexe“. (SYLVESTROVÁ, Český

²² V letech 1960 až 1967 vytvořil 34 filmových plakátů, které jsou k vidění na webovém serveru <http://www.terryhoponozky.cz>, navštíveno dne 10. 7. 2013

filmový plakát 20. st., 2004, s. 46) Podle Teissiga by měl filmový plakát splňovat několik pravidel. Měl by být krásný a zároveň tajemný, inteligentní, stručný a nápaditý. Nemusí křičet, to je post reklamních plakátů. Filmový plakát působí na city a ducha, proto by měl vyjadřovat filosofické postoje výtvarníka. „Ve své plakátové tvorbě se snažil vyslovit svůj subjektivní pocit z filmu tak, aby se jeho emotivní zaujetí a hloubka prožitku přenesly do plakátu [...] učinily ho autentickým, schopným tlumočit pocity divákům“. (Tamtéž, s. 47) Teissig v plakátech volně střídá malbu, typografii a koláž fotografií, podle žánru a pocitu z filmu (viz obr. č. 17).

3.4.4 Fotografie po 2. sv. válce

V období po 2. sv. válce se velmi zpomalil vývoj umělecké tvorby, především v Evropě, což úzce souvisí s možností výtvarníků plně se věnovat plakátové tvorbě. To je také důvodem vysoké kvality tohoto odvětví tvorby nejen u nás, ale také v Polsku a několika málo jiných zemích, které v té době byly paralyzovány událostmi předešlých let, odchodem velkého množství umělců do exilu a cenzurou. V oblasti fotografie jsou velmi důležité umělecké směry tohoto období. Jak je uvedeno v knize *Konceptuální umění a fotografie*, pop-art a konceptuální umění byly prvními poválečnými směry, které zhodnotily fotografii, přestože to většinou nebylo jejich původním záměrem. „Především konceptuální umění můžeme chápat jako významný mezník zkoumání jiných, než modernistických specifik fotografie.“ (GRYGAR, 2004, s. 19) Fotografie hrála roli i v akčním umění. Zprvu byla podřadnou složkou dokumentace reformace a časem se proměnila v její nedílnou součást. Akční umění 50. a 60. let vzniklo jako protest

proti trhu umění a jeho vymezení galerijními prostory. Z toho důvodu začaly probíhat happeningy a performance přímo v ulicích města, kde byly určeny pro náhodné diváky. Tyto akce byly zpočátku zaznamenávány fotografy amatéry, někdy i profesionály. Fotografie byla proti původnímu principu, kterým bylo reálné prožití umění v reálném čase, pro co nejširší publikum v ulicích. V 70. letech se ale role fotografie proměnila a začala být nedílnou součástí, svědkem a archivací akce. To vycházelo z kontextu doby, kdy v totálním režimu nebylo možné realizovat akce ve větším měřítku, přímo v ulicích měst. Proto se akce přesunuly do interiérů a tím ztratily i široké publikum. Nastala potřeba záznamu, který byl často jediným dokladem a výstupem akce. Příkladem uvedme akci Milana Knížáka, Mrknutí. Během této konceptuálně laděné akce procházel městem a při každém mrknutí vyfotografoval náhodný výřez města.

3.4.5 Světový kontext — Psychedelický plakát a punk art

Koncem 60. let je již zformován grafický design ve spojení s marketingem. Vlivem toho vzniká mnoho firemních vizuálních stylů a logotypů. Vedle oficiální cesty grafického designu se jako revolta začala objevovat hnutí, která odmítala konformitu jednotného vizuálního stylu. Vycházela z undergroundu. Sem patří psychedelické a punkové hnutí, která jsou obě velmi spjata s hudbou dané doby. Psychedelický plakát je založen na psychedelických zkušenostech, které vyvolávají drogy jako LSD. Tyto projevy se nejprve začínají ukazovat na obalech hudebních nosičů a plakátů v roce 1966, jako reakce na ustálený jednotný jazyk korporátního designu velkých společností. Grafika těchto produktů je inspirována pop-artem, op-artem a secesí. Typickými představiteli tohoto hnutí jsou Wes

Wilson a Victor Moscoso. Wilson pracuje pouze s kreslenými figurami, které zasazuje do secesně pojatého textu. Moscoso používá podobný princip, ale jeho práce je více založena na op-artových vizuálních efektech, které jsou doplněny fotografiemi (viz obr. č. 18). Oba autoři používají výrazné, agresivní barvy, které působí až nepříjemným dojmem. Fenomémem druhé poloviny 70. let je punk art neboli tzv. punkové hnutí. V této době se v Americe velmi prolínala punková hudba s uměleckou scénou. Punk art je založen na myšlence umění „proti dobrému vkusu“. Vymezuje se proti hodnotám západního světa. Má velmi specifickou vizuální řeč. Grafika je tvořena především amatéry a nehledí na vizuální líbivost, kompozici a ani jednoduchost a čistotu projevu. Vizuální prostředky tvorby jsou vzaty z volně dostupných materiálů. Výstřižky fotografií a typografie z časopisů, kopírované nebo strojem psané texty. Podle Mazochy je toto spíše amatérská podoba tzv. lidového experimentálního grafického designu. (MAZOCH, 2010) Z tohoto hnutí vychází David Carson nebo Jamie Reid. Jamie Reid (1947), anglický umělec a anarchista, je autorem mnoha plakátů pro hudební skupinu Sex Pistols a punk art se odráží například v grafické úpravě alba God Save The Queen (viz obr. č. 19).



obr. 16 Jiří Balcar | Silnice



obr. 17 Karel Teissig | Šelma na svobodě



obr. 18 Victor Moscoso



obr. 19 James Reid | God Seve The Queen

3.5 Postmoderna a současnost

V 70. letech ještě doznívají léta předešlá, ale pomalu a jistě se schyluje k utlumení plakátové tvorby. A v 80. letech je cítit jasná potřeba vyjadřovat se spíše typograficky a graficky než užívat fotografií. „Tato skutečnost byla dána civilizačním vývojem, rozšířením působnosti médií a tušením nových možností, které už ve světě nabízela reprodukční technika a computery“. (GRODSKÝ, PERŮTKA, SOUKUP, 2004, s. 22)

3.5.1 Nová média

„Nová média představují — spolu s digitální estetikou — základní kámen vizuální kultury. Jsou produktem kulturní změny, posun z moderny do postmoderny, důsledkem zintenzivňujícího se procesu globalizace [...]“. (FILIPOVÁ, RAMPLEY eds., 2007, s. 113) Nová média jsou charakteristická svým vizuálním jazykem, který přímo souvisí s kulturou společnosti. Jednoduše řečeno, do kultury vizuálního jazyka nových médií řadíme všechno, co je založeno na nové technologii. Je to televize, film, počítače, veškerý svět reklamy, internet, elektronické knihy a vše, co zahrnuje „technokultura“. (Tamtéž, s. 113) Zásadním okamžikem v historii nových médií byla 80. léta, kdy se počítač stal dostupnou technologií a výtvarníci ho začali užívat jako prostředek tvorby. Samotné médium se stalo nositelem informací. Pro plakátovou tvorbu je to velmi zásadní okamžik. Pro některé ne/výtvarníky se tak otevírá cesta do světa experimentu a grafického designu. Důležitými osobnostmi jsou zde např. Neville Brody a David Carson.

3.5.2 Neville Brody (1957)

Neville Brody je anglický grafický designer, typograf a art direktor. Ve 20. století se řadí mezi jedny z nejvýznamnějších grafických designérů. Vycházel z punku, ale neřídil se pouze jeho zavedenými principy. Do tvorby přidává prvky konstruktivismu, futurismu, dadaismu a pop-artu. Jeho grafická práce je založena především na vizuálních podobách typografie. Pracuje s ní volně jako se stavebním konstruktem obrazu. Není nikdy omezen možnostmi písma. Vyznačuje se čistými plochami v kombinaci typografické hry. V tomto ohledu bortí klasické požadavky typografie na jasnou vizuální čitelnost. Vytváří vlastní vizuální styl a konstruuje řadu písmových rodin. Pokud používá fotografii, vždy ji zasazuje do typografické souvislosti (viz obr. č. 20). Byl jedním z prvních grafických designérů, kteří používali počítač k vlastní tvorbě.

3.5.3 David Carson (1954)

David Carson je americký grafický designer, art direktor. V oblasti grafického designu byl velký amatér, který se pomocí experimentu dostal mezi špičku světového měřítko. Nebyl ovlivněn žádnou školou, a to mu pomohlo pracovat volně a intuitivně. Proslavil se inovativní časopisovou grafikou a užíváním experimentální typografie. Zásadní vliv jeho tvorby je prostřednictvím časopisu RAY GUN. Svým inovativním a nesvázaným přístupem ke grafickému designu zcela přetváří „všechna dosud platná pravidla grafického designu a layoutu časopisů“.²³ (MAZOCH, 2010, s. 16) Hlavičku vždy pojímal jiným způsobem. Pracoval s fotografií jako podkladovou vrstvou, kterou překrýval výraznou typografií (viz

²³ Titulky článků byly často tak vizuálně destruovány, že je nebylo možné číst. Nebál se ani čisté plochy, některé stránky byly téměř prázdné.

obr. č. 21). Svou prací se přibližuje k výtvarníkům 60. let, nezpracovává texty a grafiku pouze v počítači. Sazbu často stříhá, řeže a xeroxuje. V dnešním grafickém designu můžeme zaznamenat i odkazy na tvorbu Davida Carsona, a to v některých plakátech grafické agentury Vier5.²⁴ Vytvářejí experimentální plakáty, které jsou založené na typografii nebo kombinaci typografie s fotografií.

3.5.4 Fotografie 80. let

„Změna v režimu znamenala logicky také dramatickou změnu pro českou kulturu, fotografii nevyjímaje. Do českého prostředí vtrhla globalizace, marketingové myšlení a jiné prvky, které se významně dotkly všech oblastí kultury“. (viz Fotograf. 80. léta. # 18, 2011. s. 2) Období postmoderny souvisí se vznikem konceptuálního umění. Zde je nutné zdůraznit, že konceptuální umění nově pracuje s fotografií jako uměleckým médiem. I když zprvu je pouze prostředkem nebo chceme-li dokumentem akce nebo myšlenky. V 90. letech se situace změnila a nastalo informační uvolnění. Lidé měli možnost cestovat do západní Evropy a do USA. To vedlo ke globalizaci ve všech oblastech života i umění. Nastalo očekávané a logické dohánění západních trendů tvorby, což vedlo k zavrnutí starých trendů. „Zpětně nahlíženo se proto paradoxně jeví osmdesátá léta jako poslední období sice zakonzervované, avšak tím právě velmi autentické české a slovenské fotografie“. (viz Fotograf. 80. léta. # 18, 2011. s. 2)

²⁴ Vier5 je agentura pracující s grafickým designem podobným principem jako David Carson. Byla založena v roce 2002 Marcem Fiedlerem a Achimem Reichertem, v Paříži. Kombinují fotografii a typografii.

3.5.5 Digitální fotografie

Vznik digitální fotografie souvisí s vynálezem digitálního fotoaparátu. Ten byl vynalezen firmou Sony, a to v roce 1981.²⁵ K většímu rozšíření digitálních fotoaparátů, a také užití digitální fotografie, došlo až ve druhé polovině 90. let. Ovšem první digitální fotografie se objevila až roku 1986. Avšak jak píše autoři v publikaci *Fotografie po fotografii*, digitální fotografie jako taková neexistuje. Je pouze nehmotným souborem informací, které se skládají z počítačového jazyka, „tedy znakem znaku“. Dále trefně dodává, že digitální fotografie simuluje analogovou fotografii. Digitální fotografie je masový, reprodukční, multiplikační nástroj zaznamenávání vizuálních obrazů. Jestli měl Walter Benjamin strach ze ztráty aury u analogové multiplikované fotografie, u digitální fotografie by jeho strach byl mnohonásobný. Digitální fotografie také ruší pravdivost informace, která je zobrazena. Víc než u analogové fotografie je nyní možnost manipulace s vizuálním vyjádřením výjevu. Na vině je také počítačová technologie a grafické programy, které tyto možnosti nabízejí. Na základě těchto faktů a reakcí na reálné manipulace s fotografiemi, vznikla potřeba kritického čtení vizuálního obrazu. Klade se důraz na kritickou gramotnost a potlačení konzumu.

3.5.6 Současnost

V dnešní době je již užití fotografie tak přirozené, že lze fotografický plakát považovat za klišé. V oblasti grafického designu — komerčního — chybí originalita a řemeslný přístup k vizuálnímu sdělení. To je ovlivněno běžným konzumentem,

²⁵ Fotoaparát byl vyroben pod označením MAVICA (MAGnetic VIdeo CAmera). Nebyl to zprvu klasický fotoaparát, ale spíše kamera, která promítala obraz na televizor. OPLUŠTIL, S. *Fotografie — úvod a historie*. [online], [cit. 12. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.hezkeobrazky.cz/uvod-do-fotografie-a-historie>

který pohlcuje obsah informace, aniž by kriticky nahlížel na formu sdělení. Na poli plakátové produkce shledáváme dvě polarity. Jedna je založena na komerci a snaze působit na emoce diváka/konzumenta. V komerční sféře převládá užití fotografického materiálu jako hlavního motivu. Druhá je oblast autorského plakátu, kdy se autoři více přiklánějí k experimentům s typografickou kompozicí nebo ručně kreslenou grafikou.

Plakát jako umělecké medium dnes existuje více, než na jeho počátku. Ač byl jediným možným volným projevem umělců v historicky těžké době, byl stále více prostředkem propagace. V dnešním veřejném prostoru je velká absence umělecky kvalitních plakátů. Plakátová tvorba vyšších kvalit se přesunula na pole volné tvorby s uměleckými ambicemi. Tudiž její recepční pole vnímání se přesunulo do prostor galerií a jiných výstavních prostor.²⁶ V komerční oblasti se výtvarně kvalitní projevy vyskytují výjimečně. Autorský plakát je dnes specifickým výstupem. V mnoha případech dnes vzniká jako obraz. Autor s tímto médiem zachází s úmyslem grafického vyjádření myšlenky nebo tématu na a vlastním rukopisem. Tato „díla“ pak tvoří, stejně jako výtvarná umělecká díla, soubory a cykly.

Plakát je v mnoha případech zastoupen internetem a jinými médii. „Absence státní podpory, která byla např. v 60. letech, způsobila pokles intenzivní tvorby v oblasti vydavatelského designu a plakátu, přesto vznikly v 90. letech mimořádné edice a zejména výstavní a divadelní plakáty (Z. Ziegler, R. V. Novák, T. Machek, P. Babák)“. (HOROVÁ, 2006, str. 246)

²⁶ Server Terryho ponožky (viz <http://www.terryhoponozky.cz/>) nebo Bienále Brno a jiné.

Výjimka potvrzuje pravidlo a tudíž je na místě zmínit studio Najbrt, které produkuje odvážnější plakátovou tvorbu především komerční scény. Nebo uvedme grafického designera Stefana Sagmeistera, který s médiem plakátu pracuje velmi osobitým stylem. V českém kontextu lze minit Martina Raudenského. Ti pracují s ručně kreslenou grafikou a oživují tím plakátovou scénu dnešní doby.

3.5.7 Stefan Sagmeister (1962)

Stefan Sagmeister je současný grafický designér rakouské národnosti. Je lehce rozeznatelný od ostatních designérů, svou osobitou a originální tvorbou v oblasti plakátového designu. Používá nekonvenční formy a postupy, které vždy vzbudí pozornost. Často používá své tělo jako stavební konstrukt plakátu. Medializuje se. Používá plochu těla jako čistý papír pro záznam ručně psaného textu. Jeho plakáty jsou „exhibicemi“, které mají šokovat, zaujmout a především vystoupit z řady. Tento přístup je zřejmý v plakátu pro jeho vlastní přednášku o grafickém designu v AIGA Detroit and Cranbrook Academy of Art v roce 1999. Posléze se i tento plakát stal ikonou devadesátých let (viz obr. č. 22). Autorským pojetím reaguje na grafický design, který bývá často anonymní. Sagmeister prodává vlastní tělo a text má vyřezán na těle. To si můžeme spojit s body artem²⁷. Někteří další umělci jako Gina Pane²⁸ a u nás Petr Štembera²⁹ (viz obr. č. 23 a 24). Praco-

²⁷ „Body Art je termín odkazující k užívání těla jako východiska a vlastního materiálu umělecké tvorby. Jako samostatná kategorie začíná být vnímán v 60. letech v souvislosti s rozvojem performance a happeningu. [...] Body art se úzce dotýká také mimouměleckých oblastí spojených se zdobením a rituálními úpravami těla jako je například tetování, piercing, obřízka a rituály přechodu, ale i plastická chirurgie. Stejně jako u performance je výstupem většinou fotografická či filmová dokumentace, či slovní záznam“. In: Body art. [online], [cit. 22.10.2013]. Dostupné z: <http://www.artlist.cz/index.php?id=103> Více informací o akčním umění a body art naleznete v knize MORGANOVÁ, P. Akční umění — druhé, doplněné vydání. Praha: nakladatelství J. Vencel, 2010. ISBN: 978-80-904149-1-4

²⁸ Francouzská body artová umělkyně, která pracuje se svým tělem. Zkoumá jeho možnosti s hranice. Svými díly reaguje nebo kritizuje společnost. Je známá akcemi jako řezání žiletkou, pálení těla nebo zabodávání trnů do ruky. In: Gina Pine [online], [cit. 10. 11. 2013]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Gina_Pane

vali s vlastním plochou těla, jako s prostředkem sebepoznání a přímého zážitku. Body artové akce těchto umělců jsou fotograficky zaznamenané z potřeby dokumentace. Zde si ale musíme uvědomit, že fotografický záznam body artu má jinou roli než v případě Stefana Sagmeistera. Jeho styl tudíž není odkazem na bodyartové akce, ale vlastní pojetí těla jako objektu komerčního sdělení. Sama fotografie není záznam, ale prostředek komunikace. „Sagmeister zde podstoupil osmihodinové fyzické utrpení v podobě škrábání písma do vlastního těla, ve snaze poukázat na častou obtížnost designérské práce a také vytvořit jednoduchou formu sdělení, která otřese divákem.“ (MAZOCH, 2010, s. 26) Je to fotografický plakát, jak ho prezentujeme v této práci.

3.5.8 Současná fotografie

Nástupem digitálních médií je zcela na místě přehodnocení podstaty fotografie. Již toto medium nelze považovat za nositele záznamu skutečnosti. V očích diváka se podstata fotografie mění a musí k ní kriticky přistupovat. V dnešní době je zcela přirozené a jednoduché manipulovat v postprodukcí s výjevem obrazu. Fotografie se stává více výtvarným počinem než kdykoli dříve v historii.³⁰

29 Český body artový umělec. Je jediným umělcem, u kterého se v 60. a 70. letech objevuje „expresivní poloha blízká americkému body artu.“ (MORGANOVÁ, 1999, S. 101) Pracoval se svým tělem jako nástrojem sebeuvědomění. V anotaci pro server artlist.cz napsala o Štemberovi Pavlína Morganová: „Raná tvorba Petra Štembery je ještě ve znamení duchovního hledání sama sebe. Teprve později se z těla jako subjektu vnitřní zkušenosti stává objekt a nástroj současně“.

30 V oblasti fotožurnalistiky toto tvrzení není akceptovatelné. Stále převládá pocit, že fotografie říká, co se stalo a to je platné. Tak může lehce vzniknout informativní manipulace diváka. Více o soudobé problematice fotožurnalistiky In: LANGER, J. Proměny fotožurnalistiky v digitálním věku. Diplomová práce, SU v Opavě, 2011

3.5.9 Inscenovaná fotografie.

Jak píše Roman Sejkot³¹, velmi zjednodušeně by se dalo říci, že současná fotografie se dělí na inscenovanou a na tu druhou, neinscenovanou. Inscenovaná, neboli aranžovaná, fotografie je založena na předem dané kompozici, kterou má fotografie splňovat. Přeneseně můžeme říci, že vychází z divadelních nebo filmových scén. Ve světové fotografii 80. let lze přiřadit k inscenované fotografii fotografku Cindy Sherman. Reflektuje sama sebe a zasazuje vlastní osobu do nových kontextů. Její raná práce tato pracuje v sérii fotografií *Untitled Film Stills* (1977), které jsou jako inscenované filmové scény z 50. let (viz obr. č. 25). Na tyto filmové výjevy navazuje Gregory Crewdsona (viz obr. č. 26) nebo Jeff Wall. Dále uvedíme autora divadelně či obrazově pojatých fotografických scén, dekadentně laděného fotografa La Chapella. V českém kontextu sem můžeme zařadit např. Marka Šimra.

Dodejme, že inscenovaná fotografie vládne světové reklamě. Módní firemní značky pracují s fotografií jako s nejpřirozenější vizuální identifikací toho, o čem lidé sní. Inscenují až obrazově pojaté scénérie, kde se produkt stává pouhou součástí vyprávěného příběhu. V tomto případě typografie zcela ustupuje do pozadí a je pouhým doplňkem vizuální emocionální hry, kterou s námi hraje fotografie. Propojení vlastního fotografického jazyka a reklamy najdeme napří-

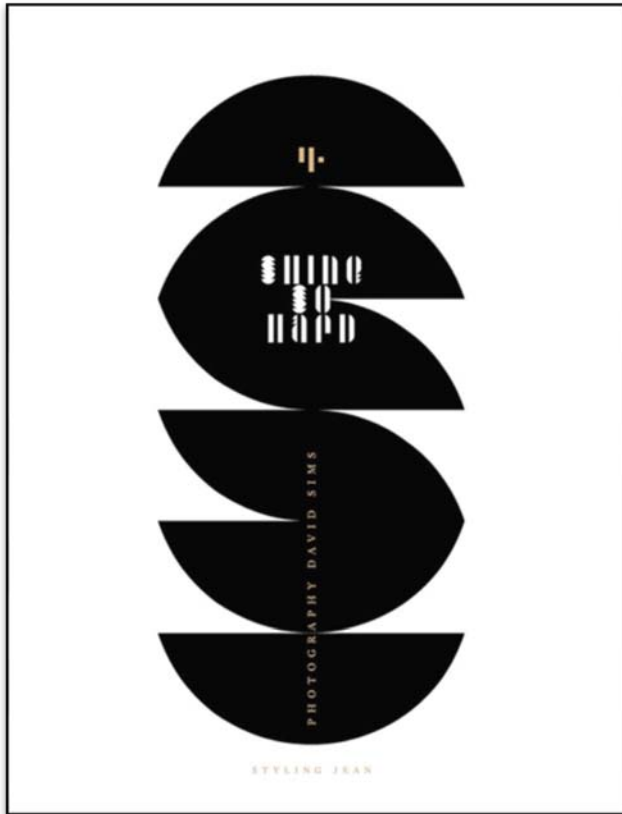
³¹ In: Praktická teorie „Inscenovanou fotografii a Kitch“ nezabije... [online], [cit. 21. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.oehlingradce.cz/fotoradce/fr.asp?tab=fotoradce&id=181&burl=&pt=PXJF>

klad v nejnovější práci La Chapella. Nafotografoval reklamu pro výrobce ponožek, Happy Socks.³²

3.5.10 Doslov současné situace grafického designu

Na závěr uvedme už jedině. Jako vždy v průběhu dějin umění akce vyvolává opačnou reakci. Stejně tomu je i v současném poli grafického designu. Osobně cítím mírný odklon od všeobecně pojímaného reklamního průmyslu. Na pole grafického designu se vrací čistota a síla jednoduchého vizuálního sdělení. To vše jako reakce na přehlcnost veřejného prostředí vizuálními obrazy. Grafičtí designéři se navracejí k ručně psané typografii, především v autorské tvorbě. Čistá plocha zaujme a „šokuje“ více než kdy jindy. (viz obr. č. 27).

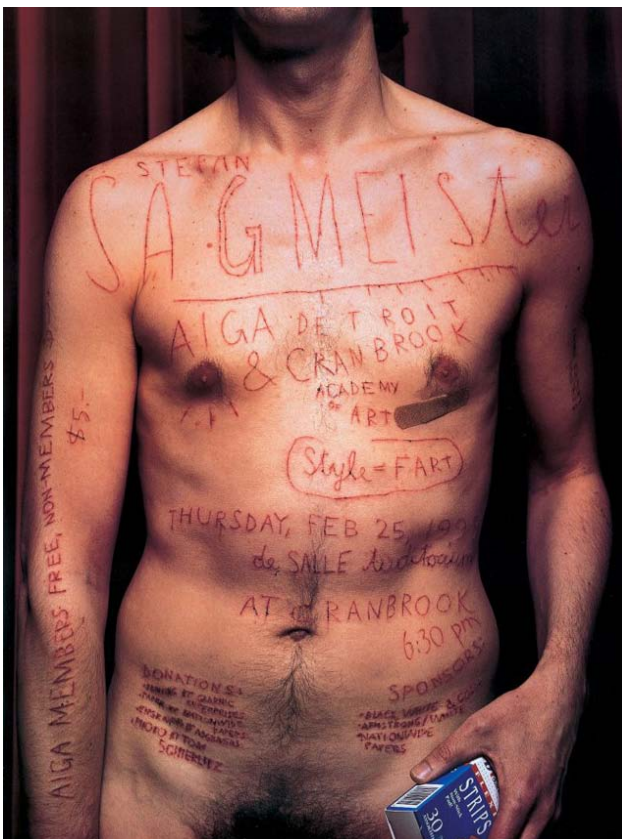
32 Holý, Tomáš. LaChapelle nafotil provokativní reklamu na ponožky [online], 18. 10. 2013 [cit. 20. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.designmagazin.cz/media/44536-lachapelle-nafotil-provokativni-reklamu-na-ponozky.html>



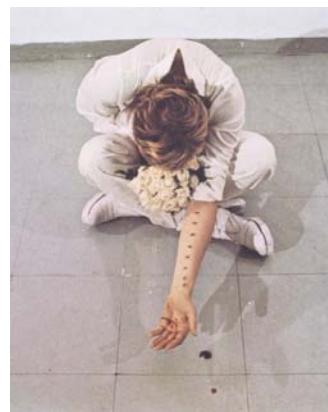
obr. 20 Neville Brody



obr. 21 David Carson



obr. 22 Stefan Sagmeister I plakátu pro přednášku o grafickém designu na Cranbrook Academy, 1999



obr. 23 Gina Pane, 1977



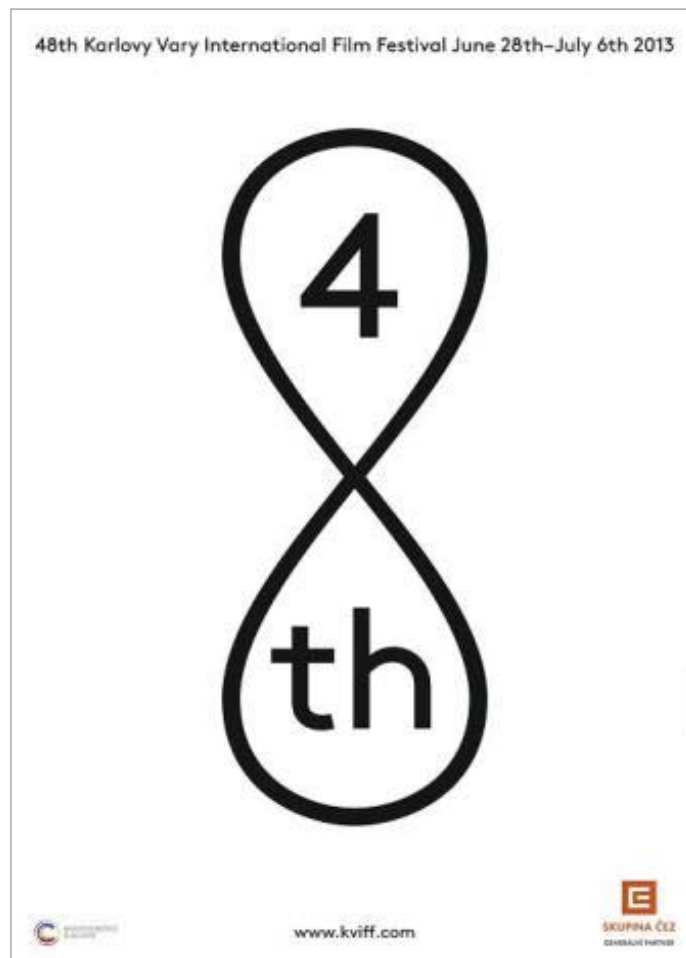
obr. 24 Petr Štembera Štěpování, 1975



obr. 25 Cindy Sherman | Untitled film Stills, 1977



obr. 26 Gregory Crewdson, 2002



obr. 27 studio Najbrt | MFF48, 2013

3.6 Veřejný prostor

Mluvíme-li o plakátu, zahrnujeme do tématu i veřejný prostor.

3.6.1 Veřejný prostor a vizuální kultura

Mluvíme-li o dnešní době a veřejném prostoru, je nutné zmínit vizuální kulturu. Vedle historie a dějin umění má pojem vizuální kultura právoplatné a stejně hodnotné místo. Vizuální kultura je součástí terminologie již řadu let, avšak na povrch vyplouvá a je stále diskutovanější právě v současnosti. Dovolím si tvrdit, že doba 21. století je doba pohybově vizuální. Vysvětlení se nabízí již při sledování dětí v předškolním věku, kdy jsou schopny ovládat dotykové displeje tabletů a multifunkčních mobilních přístrojů. Je to pro ně přirozené. Nejednou slyšíte od rodičů, že dávají na hraní „mobil“. Příkladem zde může být i video, kdy dítě naprosto přirozeně zachází s displejem tabletu a dotykem otáčí stránky interaktivní knihy. Po předložení časopisu se dítě pokouší ovládat stránky dotykem.³³ Proč tedy pohybově vizuální? Protože pomalu nastupuje vizualita a její možné ovládání skrze pohyb. Dále je zde naprosto přirozené sledování televize, kin, pohyblivé reklamy nebo jiných médií, která zprostředkovávají vizuální informace skrze techniku. Vše souvisí s rozvojem technických dovedností a dostupností jednotlivých médií. To souvisí s jakýmkoli vynálezem, který spatřil světlo světa. Od vynálezu knihtisku, litografie, přes technický „boom“ 19. století³⁴, až po dnešní dobu, kdy se obáváme, že papír nahradí počítače. Když lidé v roce

³³ Odkaz na „Youtube“ <https://www.youtube.com/watch?v=aXV-yaFmQNk>, navštíveno dne 5. 6. 2013

³⁴ Tímto je především míněn vynález fotografie (1839), kinematografu (1895) nebo televize (1884).

1895 poprvé viděli video záznam přijíždějícího vlaku³⁵, začali panikařit a utíkali z promítacího sálu. Nebo použití počítače, např. ve výtvarném umění Zdeňkem Sýkorou³⁶. To také bylo neuvěřitelnou raritou, která neměla obdoby. Dnes je zde stále rozšířenější video art, video performance a další, která zabředla již i do komerční sféry vizuální kultury. Problémem, který je spojený s rozvojem techniky a médií, je že jsou využívána k manipulaci našeho pohledu na svět kolem sebe. S tímto problémem pracoval již autor G. Anders, kdy upozorňoval na problém televize, kterou mají občané doma. (G. Anders (1902—1992), LIESSMANN, 2000, s. 107) V důsledku toho přejímá televize post „pravdy“. Lidé nedokážou kriticky nahlížet, považují televizor a média za nejpravdivější zdroj informací. S tímto faktem velmi efektivně pracuje i reklama.

3.6.2 Nová média — reklama — umění

Grafický design obecně pracuje s naším vnímáním. Má nám přenášet nějakou vizuální informaci o produktu nebo myšlence, kterou vyjadřuje. Toto vyjádření jde skrze symbolickou rovinu³⁷. Nová média vnáší do vizuální kultury neodolatelné lákadlo pro tvorbu. Zde můžeme vizuální kulturu zúžit především na umění a reklamu. Jak uvádí katalog 4. ročníku výstavy Sorosova centra současného umění³⁸ „svět reklamy a svět umění se často přímo i nepřímo dotýkají, často do-

³⁵ Příjezd vlaku na nádraží v La Ciotat, autory filmu jsou Bratři Lumiérové, 1895, Francie, 1 min. Popis filmu najdeme např. na serveru <http://www.csfd.cz>, navštíveno dne 15. 11. 2013. „Statická kamera stojí na nádraží a sleduje přijíždějící vlak. Když vlak zastaví, začnou vystupovat a nastupovat cestující“.

³⁶ Zdeněk Sýkora byl prvním výtvarným umělcem, který využil počítačové technologie pro vlastní uměleckou tvorbu. Více o tomto autorovi v knize: KAPPEL, P. Zdeněk Sýkora 90. Praha: Verzone, 2010. ISBN 978-80-904546-0-6

³⁷ Poststrukturalisté — Myšlenka dekonstruování vztahu psaného a vizuálního jazyka — Obraz může být čten, zatímco psaný text může být vnímán jako vizuální objekt

³⁸ Praha 2. 10. 1997 – 2. 11. 1997, Veletržní palác

konce prolínají. Některé reklamy využívají umění ke svým cílům a povyšují tak reklamu na jakousi novou formu ‚užitečného umění‘. Reklamě se daří to, co umění stále uniká, totiž komunikovat s lidmi a to dokonce i proti jejich vůli“. (katalog 4. ročníku výstavy Sorosova centra současného umění, 1997, s. 76–77) V dnešní době je stále častější situace, kdy je umění přímo užíváno jako prostředek reklamy, jak televizní, tak plakátové. Můžeme pak brát pozitivní přínos tohoto spojení nebo i v negativním pohledu. „Dialog mezi reklamou a uměním podporuje další společný prostředek, který je oběma vlastní — je jím provokace. [...] Reklama provokuje nejčastěji ke konzumu“ (Tamtéž, 1997, s. 77) Na tento dialog můžeme pohlížet ze dvou úhlů. Umění na reklamu — konzum — reaguje a pracuje s ní. Druhým úhlem je z pohledu reklamy, která využívá umění jako prostředek symbolického jazyka. V současné době je již umění v reklamě pojmenováváno „artvertising“.

3.6.3 Public art

„Public art‘ je anglický výraz užívaný v západní kultuře od 60. let pro umění vznikající mimo výstavní síně, galerie a muzea, pro umění, které hledá nové prostory, aby mohlo navázat bezprostřední dialog s veřejností, které se snaží vymanit z exkluzivní izolace, do níž se dostalo v průběhu své emancipace [...] Spojení ‚public‘ — veřejný a ‚art‘ — umění lze chápat tradičně v rámci zažitých představ upevněných především v průběhu 19. stol. Umělecké dílo jako hmotný artefakt ve formě obrazu, sochy, grafiky atd. V kontextu veřejného prostoru vymezeného architekturou, ať už interiéru nebo exteriéru. Zažitou formu ‚veřejného umění‘ pak představuje pomník na náměstí“. (Tamtéž, s. 76)

Příkladem využití dialogu s veřejností ve veřejném prostoru je projekt Dariny Alster³⁹ (1979), "Hledání Boha ve městě".⁴⁰ Zde je text pouze informační složkou významu fotografie (viz obr. č. 28).



obr. 28 Darina Alster | IMAGO DEI | Hledání Boha ve městě, 2013

³⁹ Žije a tvoří v Praze. „Rozsah její práce je široký, ale podstatné je pro ni je přímé sdělení, proto se nejčastěji vyjadřuje prostřednictvím performancí nebo happeningů. Své myšlenky realizuje v jednotlivých představeních. Vyslovuje se k tématu času, víry a polarity technokratického a duchovního světa“. BYTELOVÁ, Denisa In: Darina Alster [online], [cit. 6. 6. 2013]. Dostupné z: <http://artlist.cz/?id=5731>

⁴⁰ Projekt IMAGO DEI, ARTWALL GALLERY, Nábřeží kapitána Jaroše, Praha 2013. Darina Alster — Imago dei. Hledání Boha ve městě [online], [10. 9. 2013]. Dostupné z: <http://www.artwallgallery.cz/cs/content/darina%20alster%20imago%20dei> Umělkyně pracuje s výjev náboženských postav a veřejnosti tak ukazuje vlastní osobitý pohled. Všechny postavy zasazuje do prostředí uspěchaného velkoměsta 21. století.

4 VÝTVARNÁ ČÁST

Veškerá má dosavadní autorská tvorba se dotýká mé vlastní osoby. Reflektuji vlastní tělo, povahu, pocity, ale i okolí. S tělem pracuji jako s předmětem a často i artefaktem. Posouvám hranice poznání dál, kam mé oči nedohlédnou. Já jsem svým vlastním konceptem a vlastní výtvarná práce. Ale co je „já“? Je to slovo, zastupující znak, který personalizuje duši nebo hmotu z masa, kostí nebo energii. Nechci zacházet do filosofie vlastního bytí, to není záměrem. Láká mě vizualizovat sebe sama, jak se neznám. Vzít vlastní vizuální podobu a hravě s ní pracovat v ploše. Původním záměrem bylo vytvořit několika-vrstvou instalaci, která by v celku — sledovaná z dálky — vypadala uceleně, kdežto z jiného úhlu nebo zblízka by bylo vidět její vrstevnatost. Každá vrstva mé osobnosti by byla zpracována zvlášť a na samostatném pauzovacím papíře nebo fólii. Od tohoto nápadu jsem nakonec upustila, protože by to bylo velmi náročné na instalaci.

Další fází práce výtvarné části diplomové práce bylo vizuálním pojetí, pro mě, důležitých principů práce s obrazem a jeho významem. Práce byla založena na protikladech celku/detailu, výrazu/významu, digitální/ruční, realita/surrealita, soukromé/veřejné. „Rané pojetí fotografie z hlediska sémiotiky odpovídá vnímání fotografie jako zrcadla reality“. (Tato citace reprezentuje osobnosti jako Walter Benjamin, André Bazin a Roland Barthes, In: TUREK, LÁB, 2009, s. 37) Práce byla založena na principu fotomontáže jednotlivých fotografií, které jsem nechala přirozeně prolínat. Soubor zahrnuje dvě fotomontáže, které jsou dále použity jako fotografický základ plakátu.

Od těchto principů jsem nakonec ustoupila a začala jsem od začátku. Nejprve jsem si stanovila základní kritéria, která by měl výsledný artefakt splňovat, aby byl právoplatným fotografickým, autorským plakátem.



obr. 29 Jana Tomanová | fotomontáž



obr. 30 Jana Tomanová | fotomontáž



obr. 31 Jana Tomanová | fotomontáž
experiment

4.1 Autorský fotografický plakát

K plakátům jsem přistupovala systematicky. Určila jsem si koncept práce. Nutně jsem potřebovala smysl celé tvorby. Tématem se nakonec stala sama diplomová práce, a to v interakci se mnou, časem a mým tělem.

4.1.1 Kritéria fotografického autorského plakátu

Stanovená kritéria, která má splňovat výstupní fotografický, autorský plakát, jsou následující. Záměr byl zabývat se interakcí textu a obrazu. Jejich vzájemné ovlivňování a komunikaci. Skrze plakát chci reflektovat svou diplomovou práci, vlastní pocity, které jsem prožívala při psaní, chci reflektovat svou vlastní vizuální podobu a pojmout ji jako obrazový artefakt. Měla by vzniknout fotografie, se kterou budu dále pracovat jako s jedním konstruktem myšlenky. Nebyl záměr reprezentovat sebe a svou vizuální podobu. Posledním kritériem bylo nutné užití textu nebo grafického prvku, který podtrhne formu plakátu. Tato kritéria jsem striktně dodržovala po celou dobu tvorby autorského fotografického plakátu.

4.1.2 Postup práce

Práci se zrcadlem reality jsem posouvala dál do vizuální hry. Použila jsem fotografie hlavy, obličeje a rukou. Tyto části lidského těla považuji za nejvíce personalizované. Hlava — portrét je symbolem (indexem) personalizace lidského jedince a ruce představují jeho um a práci.

Stále jsem měla potřebu reflektovat sebe sama. Cíl byl, vycházet přímo z tématu diplomové práce. Došla jsem k závěru, že fotografický plakát ve výtvarné výchově je velmi samoučelné téma. Chtěla jsem proto toto téma naplnit,

pro mě, důležitým významem sebereflexe. Zároveň navazovat na celou dobu práce. Vznikla dvojice fotografických plakátů, která pracuje s mým tělem, grafickými prvky a typografií. Grafické prvky užívám v souvislosti s textovým významem plakátu. Potvrdila se interakce mezi obrazem a textem. V tuto chvíli chápu obraz a grafické prvky jako jednu „stranu mince“ a typografii jako druhou. V tom smyslu, že typografie vysvětluje obraz a naopak. Navíc užívám grafický prvek jako konstrukt vtipu a přenesení významu do dvou rovin. Příkladem je slovo „znaménko“ na plakátě 1212 pih a znamének. Toto znaménko zde má dvě roviny významu. Pihy a znaménka odkazují k mému tělu a jeho vizuálnímu povrchu. Druhá rovina slova „znaménko“ odkazuje k počtu využitých znamének během tvorby diplomové práce.

Proč kombinace čísel 1212 (1212121)? Odpověď na tuto otázku je jednoduchá. Kombinace vzešla z náhodných setkání s tímto číslem. 1212 na automobilových značkách, při náhodném pohledu na hodiny, plakáty a vývěsní tabule. Využila jsem proto této kombinace, jako určité intuitivní znamení. Převodla jsem ho do reálných, opodstatněných čísel, která souvisí s tvorbou mé diplomové práce.

4.2 1212 pih a znamének

Pro tento plakát jsem využila fotografie zezadu. Není důležité, aby byl prezentován obličej nebo jiná část těla. Zada jsem vybrala z důvodu, že je to největší nefragmentovaná plocha mého těla. Hlava odkazuje k mé osobě. Přeneseným tématem je povrch těla a jeho nedokonalosti. Dvojsmysl slova „znaménko“ je zde složkou hříčky. Velmi výrazným prvkem plakátu je experimentálně pojatá typografie. Vycházím z experimentů Davida Carsona a učím se zprostit strachu

z nejistého výsledku vizuálního vyznění. Z toho důvodu vznikly tři verze tohoto plakátu, kde si hraji s vizuálním působením typografie. Jednotlivá písmena jsou volně sestavena z grafických znamének, která jsou v plakátu již zastoupena. Čitelnost typografie je zde druhotná a nepodstatná. Tímto bych se také odkázala na Davida Carsona.

V plakátu se nacházejí dvě roviny obrazu. Syrovost původní fotografie, která neprošla retuší a obsahuje všechny kožní nedostatky. Fotografie obsahuje zrnitost klasického média fotografie, tím se stává velmi autentickou. Druhou rovinou je odkaz na digitální média, a to užitím vektorové grafiky — znamének.

4.2.1 Fotografie a text

Fotografický plakát zahrnuje interakci mezi textem, významem a obrazem. Text fotografii vysvětluje nebo popisuje. Tyto hranice jsou však tenké, lze je posouvat a zacházet s nimi intuitivně a nezávisle.

Na počátku byla citace: „Myšlenka může být vizualizována, může být ale sama o sobě uměleckým dílem.“ (GRYGAR, 2004, s. 33) Přece myšlenka je základním stavebním prvkem každého výtvarného díla. Myšlenka utváří koncept a cestu, kterou se výtvarník vydá, má-li potřebu tvořit. Já mám potřebu vyjádřit sebe sama a své nitro. Ale jak to udělat? Ve své výtvarné práci jsem se zamýšlela, zda „lze pracovat s fotografií a ‚grafikou‘ jako s konceptem“? Je důležitá myšlenka nebo vizuální podoba? V dnešní době je velmi důležitá vnější podoba. V tuto chvíli nelze hovořit pouze o podobě materiálních věcí, ale především také per-

sonální. Je všeobecně známé, že slovo — titulek má velký vliv na význam fotografie.

Na interaktivní hru s textem a obrazem navazuji v prvním fotografickém plakátě, 1212 píh a znamének. Zároveň tuto spojitost spíše potlačuji a posouvám se do polohy zkoumání kompozice a testování vizuální interakce mezi textem a obrazem, přičemž text je pojednán jako grafika a jeho význam je potlačen. Na místě je pak jeho vizuální podoba, která vychází z textových znamének fontu grafického programu.

Uvedme dva příklady, které pracují s principem interakce mezi textem a obrazem. Jsou však v polaritě svými přístupy základního konceptu.

4.2.2 René Magritte (1898—1967)

René Magritte pochází z Belgie. Je typický představitel surrealismu. Vytvořil legendární dílo ceněné dodnes. Především v oblasti vztahu textu a obrazu. Malířské dílo *Ceci n'est pas une pipe* (viz obr. č. 34). Tento obraz byl „revolucí“ konceptuálního umění. Později na něj reagovalo mnoho umělců nebo posouvali význam dále. Mezi dva příklady uvedme dva konceptuální umělce:

Marcel Broodthaers⁴¹ (1924—1976), který vytvořil několik filmů nebo k instalaci svého projektu umístil cedulku: „This is not a work of Art“. (Mussé d'Art Moderne, Département des Aigles, 1968—1972)

⁴¹ Belgický básník a malíř, sochař, režisér a fotograf. Prostřednictvím svých próz se seznámil s Magrittem a ten ho velmi ovlivnil v pozdější tvorbě. Zpočátku doplňoval svá básnická díla vlastními fotografiemi. V roce 1963 se rozhodl stát výtvarným umělcem. Vytvářel objektové umění, v roce 1957 natočil první film a došel až ke konceptuálnímu umění, které zakládal na kritice výstavních institucí. In: Marcel Broodthaers

John Anthony Baldessari⁴² (1931) pracoval s textem a fotografií. Vytvořil konceptuální dílo *A Cigar Is a Good Smoke* (1972) – kombinace fotografií s textem „a glass is a glass, but cigar is a good smoke“. Tento umělec principy práce s textem a fotografií dále rozvíjí ve své celoživotní tvorbě. Uvedme například cyklus fotografií portrétů neznámých lidí, doplněné o slovo, které reprezentuje jejich náladu nebo vlastnost (viz obr. č. 35).

Pomyslným protikladem k Magrittově dýmce je projekt Tomáše Polcara a Ester Polcarové. Principiálně zacházejí s textem podobně, pouze význam, konečného vizuálního konceptu, se liší.

4.2.3 Tomáš Polcar a Ester Polcarová

Pro pochopení zde uvádím celý text, který je k dílu uveden v katalogu 4. ročníku výstavy Sorosova centra současného umění.

„Jakožto obyvatelé fotografického univerza jsme na fotografie zvyklí: staly se nám zvyklostí. Většinu fotografií už vůbec nevnímáme, protože jsou přikryty zvykem, tak jako přehlízíme ve svém okolí všechno, na co jsme zvyklí a vnímáme jen to, co se mění“.

Projekt se zabývá základními pojmy obrazu (viz obr. č. 36). Text i obraz zde na sebe vzájemně odkazují. Plakáty zobrazují předměty prosté a v životě naprosto

[online], Konečná verze — 6. 1. 2008 [cit. 10. 9. 2013]. Dostupné z: http://www.artmuseum.cz/umelec.php?art_id=185

⁴² Americký konceptuální umělec. V polovině 60. let začal začleňovat text a fotografii do svých maleb. Od 70. let se zabývá tiskem, filmem, videem, sochou a fotografií. Jeho práce je založená na příběhovosti obrazu a síly jazyka. In: John Baldessari [online], [cit. 10. 9. 2013]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/John_Baldessari

běžné. Obraz, v souvislosti s uvozující typografií, není mystifikací, nýbrž je pro něj potvrzením vizuálního vjemu. Např. obraz brambory je svým významem identický se slovem brambora. „Toto slovo nevysvětluje, ale stvrzuje. Jinak řečeno, jedná se o informační kampaň na obyčejné předměty (brambora, lžice, židle, chleba, bota), využívající klasické dvojpláštné reklamní sítě – billboard, světelné panely ve vestibulech, veřejná doprava“. (s. 147)

4.3 1212 propsaných hodin

Tento plakát směřuje k reflexi hodin strávených psaním diplomové práce. V přeneseném významu je to: 1212 propsaných hodin. To činí celkem 50,5⁴³ dní. Plakát je založen na fotografii ruky, která je symbolem psaní a práce. Opět je využita syrovost a autenticita fotografie. Zrnitost fotografie není chybou. Fotografie je záměrně mírně rozostřená. V tomto plakátu se zaměřuji na psaný text. Už v názvu se odkazuji ke slovu „psaný“. To souvisí s tvorbou poznámek a tezí, které jsem psala do poznámkového bloku. V textu se odkazuji k sebereflexi a vlastnímu prožitku tvorby. Tento text je obsahově důležitý pouze pro mě, tudíž je pojednán obrazově a čitelnost je druhotná. Text byl psán různě silnými fixy, přes sebe ve třech plánech, na pauzovací papír. Tato technika mi umožnila reálně testovat kompozici textu a pracovat s papírem tvůrčím způsobem tak, jak to dělali výtvarníci 60. let. Je to plakát, který mi umožnil experimentovat. Papír jsem různě stříhala a zkoušela kompozice v reálném čase. Navrstvený papír plakátu a pauzovacího papíru jsem posléze vyfotografovala a pomocí grafického programu dopracovala v počítači.

⁴³ Toto číslo je orientační, k využití hry s čísly a významy

4.3.1 Přímá práce s plochou

Jak již bylo zmíněno, práci na tomto plakátu bych přirovnala k tvorbě výtvarníků filmových plakátů 60. let. (viz kapitola 3.4.1 Filmový plakát 60. let). Práce s ručně psaným textem je královskou disciplínou Stefana Sagmeistera. Text vpisuje do fotografií tak, že přímo kopíruje tvar zobrazeného objektu, konkrétně obličej. (viz obr. č. 37).

4.4 1212121 nádechů a výdechů

Plakát volně navazuje na dva předešlé. 1212121 nádechů a výdechů odkazuje k počtu 50,5 dní (viz plakát 1212 propsaných hodin), kdy jsem psala tuto diplomovou práci.

Výpočet je následující:

24002 NÁDECHŮ A VÝDECHŮ/1den.

1000,1 NÁDECHŮ A VÝDECHŮ/1hod.

16,6 NÁDECHŮ A VÝDECHŮ/1min.

Je to opět průměrná hodnota, která vychází ze základního čísla 1212121. Někdy se dech zrychluje nebo zpomaluje, proto průměrná. Plakát je založen na fotografii mé hlavy, která vyjadřuje spojitost s vlastní zkušeností, stejně jako všechny plakáty ze série. V této práci jsem sledovala stejné principy, které využívám i u ostatních. Vycházím z číselných výpočtů, které vyjadřuji zvoleným grafickým znakem a to vše propojuji s fotografií. Při nádeších a výdeších není důležitý celý obličej osoby, ale pouze její fragment. Nos nebo ústa, která jsou prostředky dýchání. Abych snížila počet vizuálních prvků, zvolila jsem pouze nos, kterým

dýchám „85%“⁴⁴ času svého života. Využila jsem principu retuše, počítačové manipulace grafickými programy, abych odstranila oči a ústa. To proto, abych podpořila divákovo oko, které nemá být rušeno jinými rysy mé osobnosti. Tímto chci také odkázat k fenoménu dnešní doby, který se projevuje především v komerční fotografické/grafické produkci, snaha o dokonalost a retušování všech nedokonalostí pleti modelek.

4.4.1 Manipulace — retuš ve fotografii

Manipulace ve spojení s fotografickým obrazem se také nazývá fotomanipulace. Jedná se o záměrnou úpravu fotografického obrazu za účelem lepších výsledků nebo manipulace výsledného významu obrazu. Nejjednodušším prostředkem foto-manipulace je retuš.

4.4.2 Štěpán Malovec

K tomuto plakátu bych přiřadila Štěpána Malovce, současného českého grafického designéra. Pracuje převážně na projektech pro Uměleckoprůmyslové muzeum v Praze. Originálním způsobem zpracovává grafické materiály k jednotlivým výstavám, včetně grafiky edukačních materiálů, pozvánek a katalogů. Zde je na místě zmínit projekt k výstavě Glamour⁴⁵ (viz obr. č. 32). Malovec důmyslně pracuje s aranžovanou fotografií, kterou zasazuje do vizuálního konceptu.

4.4.3 Michaela Linhartová (1985)

⁴⁴ Číslo nevychází z žádných výpočtů, ani teorií. Je to pouze orientační číslo.

⁴⁵ Glamour. Dámská společenská móda 1950—2010 ze sbírek UPM. 12. květen — 4. září 2011. Umělecko-průmyslové muzeum v Praze [online], 2011 [cit. 16. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.upm.cz/index.php?language=cz&page=123&year=2011&id=162>

Ještě více se plakát přibližuje k fotografiím bývalé studentky UP v Olomouci, Pedagogické fakulty KVV. Autorka je poměrně mladá a nelze o ní vyhledat žádné informace. Požádala jsem ji tedy o laskavé svolení zveřejnění její fotografie a poskytnutí informací o své tvorbě. Dovolím si tedy citovat několik jejích vět.⁴⁶ Autorka má ráda nekonvenční přístup, experiment a emoční vyjádření sebe sama skrz fotografii. Její práce s fotografií mě zaujala v souvislosti práce s retuší v rámci vyjádření myšlenky (viz obr. č. 33). Fotografie je reakcí na svět kolem nás. Lidé nevnímají okolí a starají se pouze sami o sebe. Autorka o přiložené fotografii píše: „Někdy mám z většiny lidí tento velmi znepokojivý pocit...nechtějí slyšet...nevidí, co se kolem nich děje....drží hubu a krok“.

⁴⁶ Vlastní sebereflexe autorky je pro mě velmi zajímavá a ztotožňuji se s ní. Z toho důvodu zde cituji její vlastní text, který jsem dostala. „Mám ráda nekonvenční přístup, experimentování a vyjádření se pomocí fotografie. Tedy moje oblíbené techniky jsou kouzlení s dlouhým časem, luminografií, ale postupně mě zajímá i využití fotomontáží pro lepší vyjádření myšlenky (a chvílemi cítím i nutkání v propojení s videem-rozpohybováním fotografie — animace pomocí fotografie...) ... vše je většinou poplatné myšlence, kterou mám v hlavě a technika se potom přizpůsobí — nedávno jsem začala pracovat i na propojování kresby s fotografií, teď jsou myšlenky na propojování i s jinými výrazovými prostředky s fotografií. Moje tvorba je spíše takové zkoušení, hledání, určitá neklidná cesta ... lidé na jedné výstavě mi říkali, že prý ‚jsem se ještě nenašla‘ ... s tímto souhlasím i nesouhlasím zároveň — jsem člověk, kterého celoživotně provází neustálé hledání, nacházení a opětovný neklid a znova vydání se na cestu ... tedy cesta je pro mě vlastně cílem, ale i prostředkem pro hledání dalšího obrovského množství cest, na jejich většinu se nezvládnou nikdy vydat, protože zapadnou či je ovládnou cesty jiné a nové ... možná by stačilo jedině přiznání — jsem bliženeček ... tedy i v mém nitru se hádá několik osobností někdy i s protichůdnými myšlenkami, proto dokážu najít něco, co mě osloví ve všem a zároveň v ničem — a o tom je i celý můj život a potažmo i tvorba“. Michaela Linhartová, 18. 11. 2013



obr. 32 Štěpán Malovec | Glamour 2011



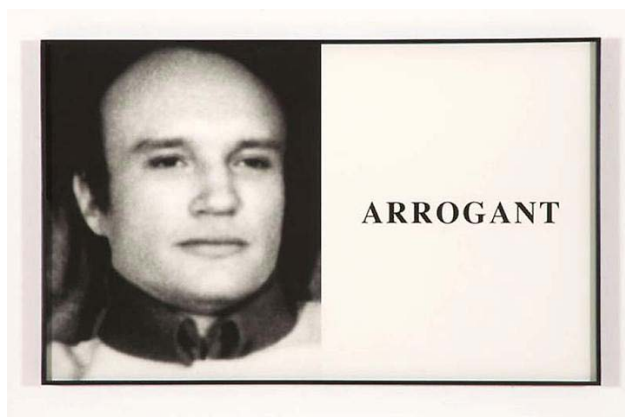
obr. 33 Michaela Linhartová | Nevnímám 2012



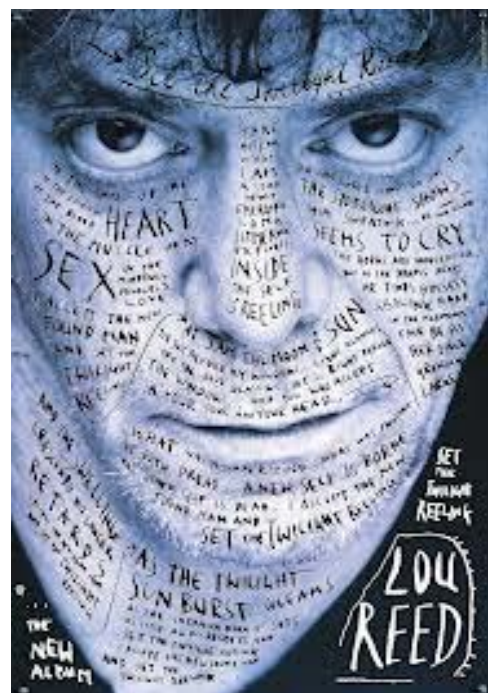
obr. 34 René Magritte | Ceci n'est pas une pipe, 1928—29



obr. 35 Polcar T., Polcarová E. | ukázka projektu



obr. 36 John Anthony Baldessari



obr. 37 Stefan Sagmeister



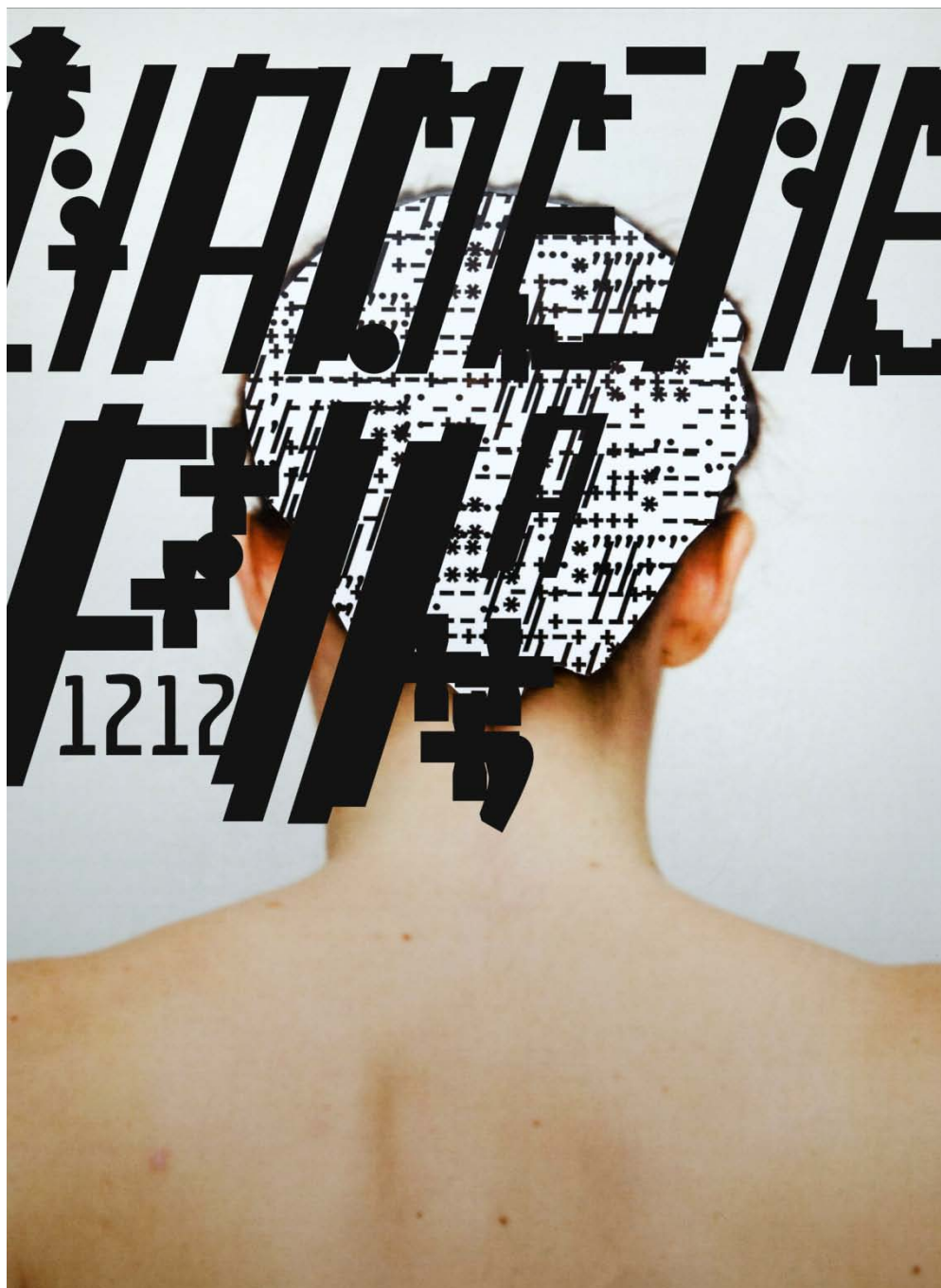
obr. 38 Tomanová, J. I vlastní výtvarná práce 2013 — 1212 píh a znamének
postup práce s fotografií a grafickými prvky



obr. 39 Tomanová, J. I vlastní výtvarná práce 2013 — 1212 píh a znamének I zkoumání kompozičních řešení plakátu, č. 1



obr. 40 Tomanová, J. I vlastní výtvarná práce 2013 — 1212 píh a znamének I zkoumání kompozičních řešení plakátu, č. 2



obr. 41 Tomanová, J. I vlastní výtvarná práce 2013 — 1212 pih a znamének



obr. 42 Tomanová, J. I vlastní výtvarná práce 2013 — 1212 pih a znamének
text je sestaven ze znamének



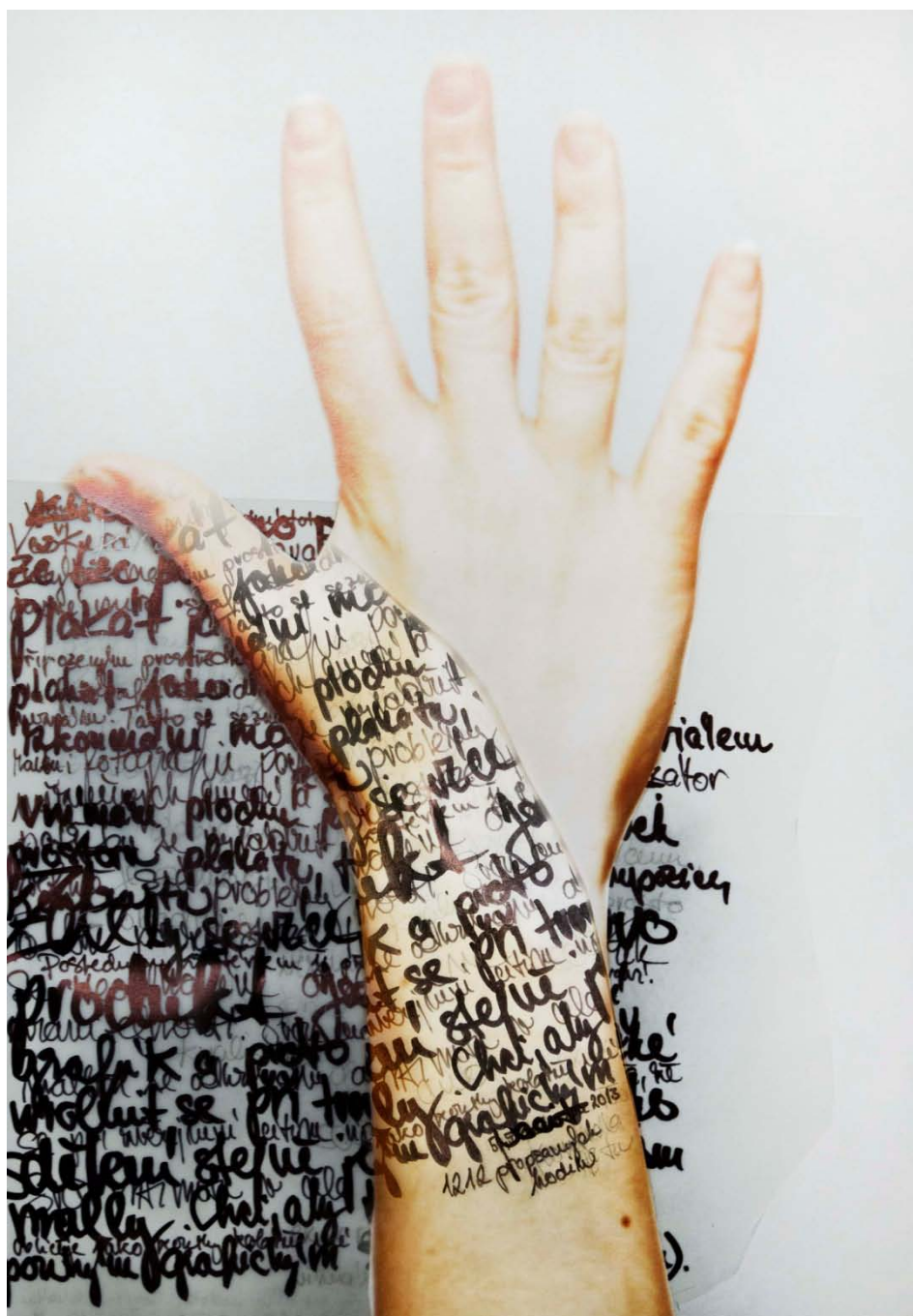
obr. 43 Tomanová, J. I vlastní výtvarná práce 2013 — 1212 propsaných hodin



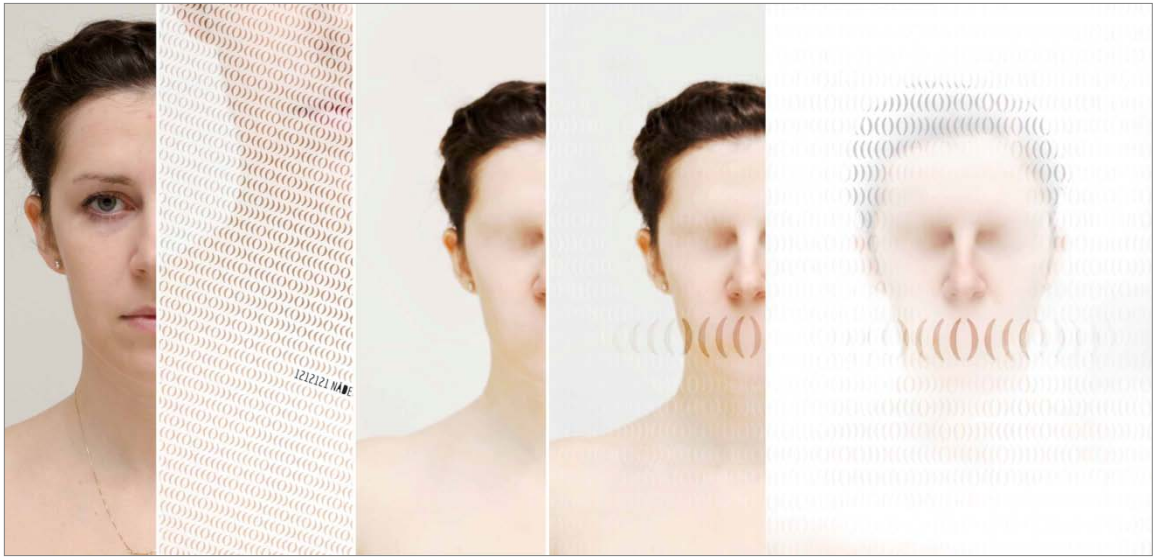
obr. 44 Tomanová, J. I vlastní výtvarná práce 2013 — 1212 propsaných hodin
zkoumání kompozičních řešení plakátu, č. 1



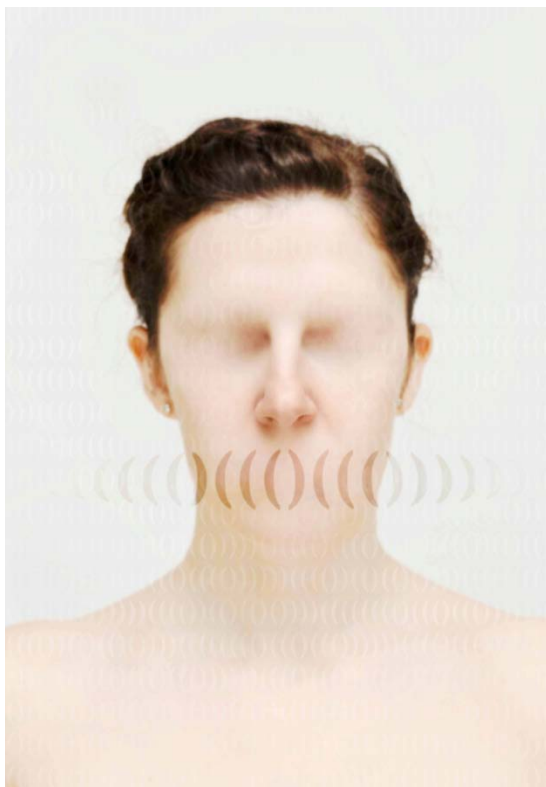
obr. 45 Tomanová, J. I vlastní výtvarná práce 2013 — 1212 propsaných hodin
zkoumání kompozičních řešení plakátu, č. 2



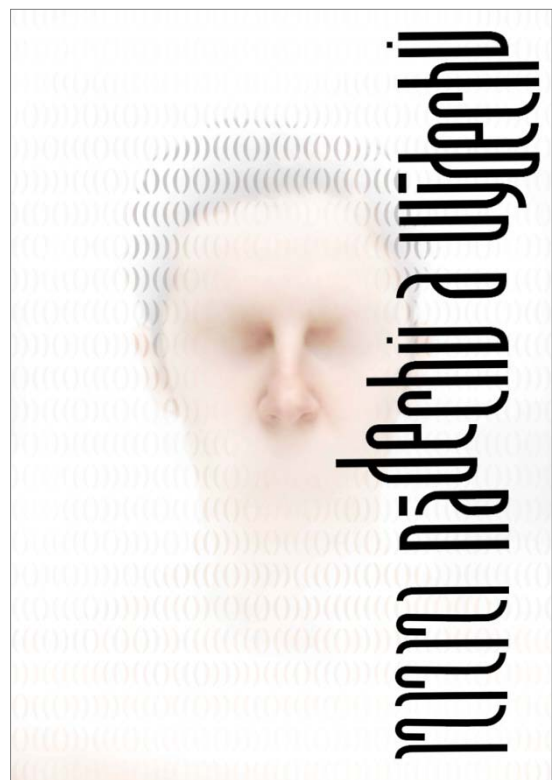
obr. 46 Tomanová, J. I vlastní výtvarná práce 2013 — 1212 propsaných hodin



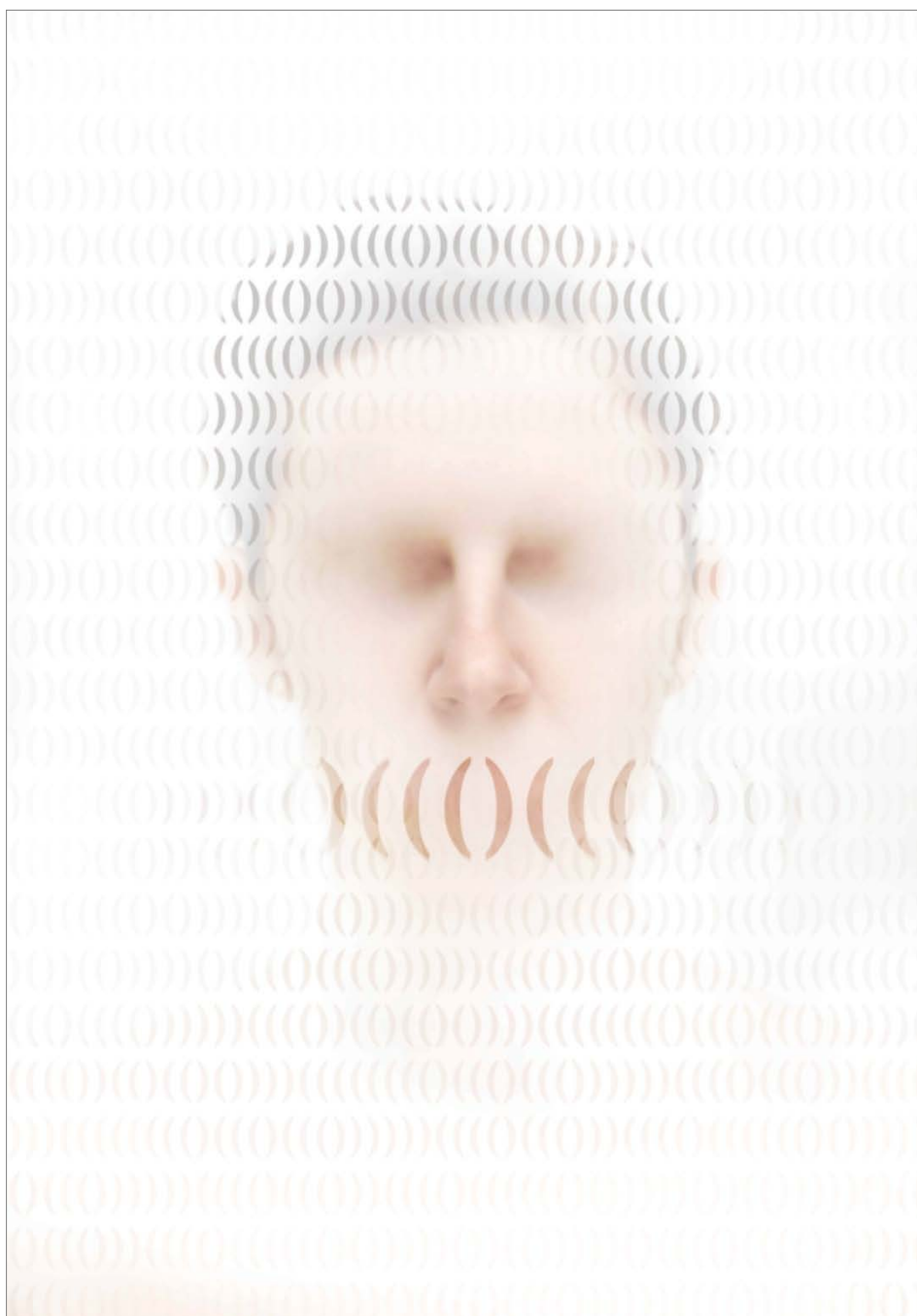
obr. 47 Tomanová, J. | vlastní výtvarná práce 2013 — 1212121 nádechů a výdechů I postup práce



obr. 48 Tomanová, J. | vlastní výtvarná práce 2013 — 1212121 nádechů a výdechů I možnosti zpracování



obr. 49 Tomanová, J. | vlastní výtvarná práce 2013 — 1212121 nádechů a výdechů I možnost volného užití textu autora Neville Brodyho



obr. 50 Tomanová, J. I vlastní výtvarná práce 2013 — 1212121 nádechů a výdechů

5 DIDAKTICKÁ ČÁST

Téma fotografického plakátu ve školní praxi nenajdeme. Plakátovou formu výstupů z vyučování ano, ale ne plakát jako takový, předmětem výuky. Proto toto téma bylo výzvou zjistit, zda je reálné využít téma fotografický plakát ve výtvarné výchově.

5.1 Počítačové a digitální technologie ve vyučování výtvarné výchovy

Zde se podíváme na problematiku vyučování výtvarné výchovy s využitím nových médií. V závislosti na technologických trendech a neustále se zvyšující potřebě mediální gramotnosti je přirozené, že nová média pronikají do všech oborů lidského vzdělávání. Pod tímto vlivem se zásadně mění vzdělávací kurikulum. V tomto ohledu je výtvarná výchova vysoce interdisciplinárním oborem. Novými médii myslíme film/video, fotografie a její možnosti zpracování, manipulace nebo pouze dokumentaci tvorby, počítačové technologie a programy, promítací prostředky nebo hudbu a jiné. Podle Zikmundové autoři jako Vančát nebo McLuhan „pojmají počítačové technologie jako komplexní prostředek vyjadřování, který do sebe zahrnul předchozí typy médií a je pouze dalším velmi důležitým vývojovým stupněm v procesu, který dozajista bude i nadále pokračovat“.⁴⁷ Tudíž lze odvodit, že změny v kurikulu byly nutné a přínosné.

Jak jsem si sama potvrdila během praxe, studenti velmi dobře reagují na práci využívající moderní technologie. Velmi dobře pracují s technologií, která je jim

47 ZIKMUNDOVÁ, V. DIGITÁLNÍ TECHNOLOGIE JAKO ZÁSADNÍ FAKTOR PROMĚNY KURIKULA VZDĚLÁVACÍHO OBORU VÝTVARNÁ VÝCHOVA [online]. [cit. 20. 11. 2013]. Dostupné z: http://vytvarka.zcu.cz/clanky_zikmundova/CAPV_o8_Zikmundova.pdf

běžně dostupná a přirozená. Tím myslím mobilní přístroj nebo fotoaparát. Generace studentů je mými slovy mediální generace. Generace, která přirozeně ovládá nové technologie a od toho se odvíjí i rychlost vnímání. Na studenty je kladen velký důraz na rychlost přijímání informací. Proto se v tuto chvíli nabízí otázka laika: neměla by být výtvarná výchova oborem, kde si žáci odpočinou od „informačního přehlcení doby“? Z mého pohledu ne. Výtvarná výchova není oborem pro odpočinek, ale je stejně podstatným oborem v budování osobnosti jako jiné exaktní obory na základních školách. Proto je podstatné jít s dobou a začleňovat do výuky technologie, které jsou studentům blízké.

5.2 Výtvarný projekt — fotografická manipulace a plakátová tvorba

Projekt jsem rozdělila na dvě části, které jsou hodnotově stejně důležité a obě otevírají jiná témata nejen v oblasti historického diskursu plakátové tvorby, ale také v sociální rovině společnosti. Cílem první části projektu je jednoduše a zábavně přiblížit historický vývoj principů plakátové tvorby ve spojitosti s fotografickým médiem. Hodiny by byly postaveny na využití principů, které jsou užívány při tvorbě plakátu. Tyto principy bychom dále posouvali do nových kontextů a témat. Druhá část je zaměřena více na experiment a kritické myšlení studenta. Vizuální manipulace na nás útočí na každém kroku často v podobě plakátů a reklam. Pomocí jednoduchých etud by si žáci měli vyzkoušet různě ovlivňovat smýšlení druhých. V této oblasti vidím spojitost s mediální výchovou.

„Věřím-li textu, věřím-li obrazu, věnuji-li jim svou důvěru, pak se mnou manipulují. Pokusím-li se jim přijít na kloub, pokusím-li se kritizovat, analyzovat, pak se mnou manipulovat nemohou.“ (BREJCHA, Š., citoval Viliéma Flusserla

In Možnosti aplikace RVP ve výuce výtvarné výchovy na Základní škole Lyčkovo náměstí v Praze – Karlíně, Výtvarná výchova 2/2005, RS 5096 ISSN 1210-3691)

5.3 Realizace na ZŠ Korunovačn

Nejprve uvedu dvě hodiny, které byly realizovány na ZŠ Korunovačn, v odpoledních výtvarných kurzech. Časová dotace byla vždy 2×45 minut. V těchto kurzech jsou vždy studenti z různých tříd. Není proto zaručeno stejných výsledků u všech studentů, s ohledem na jejich věk. V kurzech jsem využila vždy jedno téma z každé části projektu.

5.3.1 A – Secesní sebe-dekorativnost

První historický exkurz do plakátové tvorby. Z chronologického přístupu projektu je toto téma přirozeně na začátku tematického celku diskursu plakátu. Dekoratívni secese Muchova umění plakátu. Studenti vytvářejí kresby dekorativních, floristických motivů, které dále použijí v novém kontextu přímé zkušenosti. Kresba grafických motivů je následně exponována projektorem na tváře jednotlivých studentů. Nebo jako simulace secesního plakátu, kdy studenti jsou modely uprostřed motivu. Vše je fotograficky zaznamenáno. Nabízí se i možná postprodukce v počítači, v závislosti na možnostech dané školy. Propojení kresby a fotografie může zajímavě motivovat studenty k aktivitě a snaze studovat secesní kresbu.

Motivace: ukázka tvorby secesních plakátů A. Muchy, secesní ornamenty, ukázka a úvodní hra za pomoci meotaru. Studenti na sebe projektují secesní ornamenty a fotografují se mobilními telefony.

Zadání: Použijte své tělo jako model secesního plakátu. Vytvořte kresbu „secesního vzoru“ nebo dekorace, které následně budete exponovat pomocí projektoru na vaše těla nebo kolem nich. Není třeba se přesně držet secese, ale berte ji jako východisko a inspiraci.

Technika: Kresba, fotografie.

Přidaná hodnota: Vlastní zkušenost modelu secesního plakátu, přímá práce výtvarníka secese, myšlení v kontextu s finální úpravou.

Umění a kultura: Secesní plakátová tvorba, základy plakátové tvorby, přírodní motivy, Alfons Mucha, výstava Mucha-Lendl 2013

Pomůcky: kreslicí potřeby — fix různých průměrů, projektor, volná zeď nebo plátno, fotoaparát, eventuálně počítač, meotar.

Časová dotace: 2/45 min.

5.3.2 Reflexe

Celou vývratnou úlohu jsem brala od začátku jako hru. Studenti k práci takto přistupovali a zdálo se, že je aktivita zaujala. Práci realizoval výtvarný kurz na ZŠ Korunovačnická. Počet studentů 8.

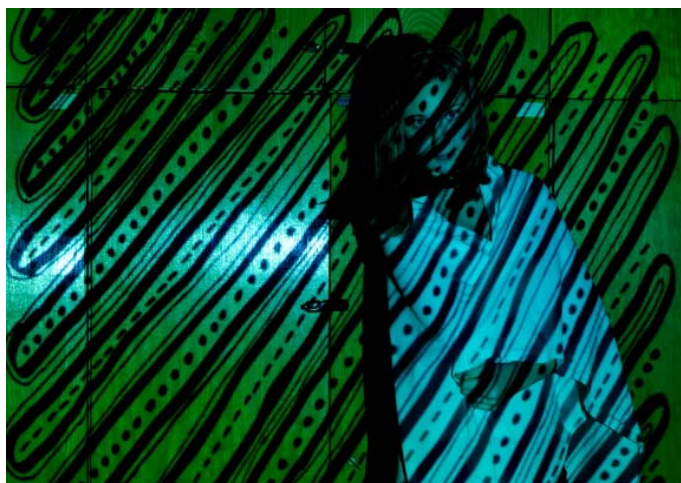
Jako úvodní motivaci jsem použila promítání fotografií plakátové tvorby Alfonse Muchy. Na těchto plakátech jsem vysvětlila základní principy secesní ornamentální kresby a pomocí projektoru jsem promítla reálné ornamenty na skříň v učebně. Již v tuto chvíli jsem užila možnosti si před projektor stoupnout

a názorně ukázat, co bude možným výsledkem činnosti. Studenti si efekty hned spontánně fotografovali mobilními přístroji. K dispozici jsme měli i meotaru, tudíž studenti kreslili průhledné fólie, aby bylo užití variabilnější. Během kresby si studenti mohli testovat efekt na meotaru a exponovat kresbu na zeď. Kresbu nepojímali nijak důkladně, spíše jako experimenty. Kreslili neurčité ornamenty nebo i obkreslovali ruce. Používali kostky a kruhy nebo jiné stále se opakující tvary, aby vznikl ornament. Konečná práce byla hravá a interaktivní. Měla tři fáze. Od secese jsme úplně odstoupili k mappingu⁴⁸. Fólie jsem nafotila a natáhla do notebooku. Pomocí projektoru jsem promítala kresby na těla studentů a okolní prostředí. Někteří studenti měli přes sebe položené prostěradlo, aby byl efekt mappingu výraznější.

Další část experimentů s fóliemi zahrnovala exponování kreseb v prostoru výtvarného ateliéru a na protější obytnou budovu. Kresby zajímavě přetvářely prostor a předměty, které se nacházely u zdí. I toto všechno si studenti fotografovali mobilními přístroji. Tohoto faktu jsem si všimla hned zpočátku hodiny a potvrdila jsem si tím, že by bylo přínosné těchto technologií (příště) využít.

Na závěr bych shrnula hodinu v celku. Tato hodina vyšla dobře. V oblasti fotografického plakátu jsem se posunula až příliš daleko od tématu. To však nepovažuji za negativní. Naopak se mi zdá přínosné, že jsem se „neupnula“ na téma plakátu a pracovala s principy volně. V tuto chvíli bych hodinu využila jako úvod do projektu mappingu.

⁴⁸ Mapping je druh vizuální tvorby nových médií. Termín se používá především v oblasti videoprojekcí a video-art, jako pojem video mapping.



obr. 51 studentka ZŠ Korunovačnĳ



obr. 3 student ZŠ Korunovačnĳ



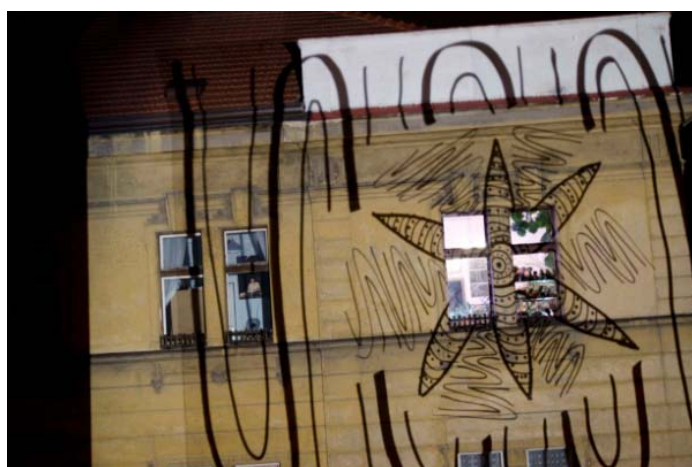
obr. 4 studentka ZŠ Korunovačnĳ



obr. 54 Kresba na fólii



obr. 55 Mapping v interiéru výtvarného ateliéru



obr. 56 Mapping na obytný dům

5.3.3 B – Fotografický plakát

Studenti se nechají nafotografovat a vyfocené portréty vytiskneme. Každý student pracuje s libovolným množstvím xeroxů sebe sama. Zásadní princip práce s materiálem je koláž.

Motivace: Krátké povídání o filmovém plakátu. Užití otevřených otázek na filmové plakáty, které znají, které potkávají na ulicích a kolik z nich je opravdu zaujalo vizuálně. Ve zkratce přiblížit 60. léta filmového plakátu, včetně promítání ukázek. Malý úvod mé osoby, teď jsem zadavatel, natočil jsem film o každém z vás a chci ho propagovat.

Zadání: Vytvořte plakát na bibliografický film o vás. Film se bude jmenovat „Já, člověk (student, syn, dcera, holka, kluk, atd.)“. Čím se nazvete, to je zcela na vás samotných. Důležité prvky plakátu na váš film je: libovolně použít vlastní fotografie, typograficky pojednat téma – název filmu. Možnost užití kresby, barevných papírů – maximálně 3 barvy.

Proč: Protože filmový plakát je světově uznávaný fenomén, mluvíme-li o českém filmovém plakátu 60. let. Také proto, abychom pochopili, co českému grafickému prostředí chybí. Co vidíme na ulicích a co si dokážete zapamatovat na první pohled nebo z jedoucího automobilu, tramvaje, či autobusu?

Technika: Libovolná práce s papírem a vizuálním obrazem.

Stříhání, trhání, lepení, kresba

Výtvarný problém: Kompozice, stylizace výrazových prostředků,

práce s typografií

Přidaná hodnota: Kritické myšlení a chápání vizuálního obrazu.

Síla stylizace a sdělení.

Umění: Filmový plakát 60. Léta / Hollywood, fotomontáž/koláž, Jiří Kolář.

Pomůcky: Lepidlo, nůžky, barevné papíry, různé zbytky papírů, fotografie v různých velikostech, podkladový papír B3.

5.3.4 Reflexe

ZŠ Korunovační / počet studentů 14 / 5. – 7. tř.

Z důvodu malé časové dotace jsem musela zvolit jiný postup práce. Časová dotace výuky byla snížena na 2x 45minut. Tudiž nebylo možné nejprve fotografovat a poté pracovat s vytištěnými portréty. Tento problém jsem vyřešila poskytnutím vlastních fotografií, které užívám ve výtvarné práci této diplomové práce. K dispozici měli 7 fotografií mé hlavy, z různých pohledů, podkladový papír velikosti B3. Zadáním bylo vytvořit filmový plakát na film o mé osobě. Příběh byl libovolný, název filmu také.

V hodině bylo zřejmé, že toto téma je příliš omezující pro vyučování. Studenti se v druhé části práce příliš soustředili na splnění podmínky využít text nebo libovolná písmena. To degradovalo výsledky a jejich nadšení z experimentů, které předcházeli. Zde vyplynulo, že studenti nikdy neměli práci zaměřenou na vizu-

ální výraz typografie, což by bylo přínosné. Písmo pojednávali ručně a to se ne-
setkalo s dobrými výsledky. Někteří studenti, starších ročníků, pojali písmo tak,
že využili stříhaných kousků potištěného papíru nebo otiskovali polystyrenová
písmena, která byla k dispozici v učebně. Tyto práce jsou zdařilejší a nesou prv-
ky plakátu. K některým plakátům vznikaly příběhy filmu.

„Tato žena je zničená svým životem. Zemřel jí manžel a dítě, také přišla o práci
a zůstala na všechno sama“. (Studentka výtvarného kurzu ZŠ Korunovačnická, viz
obr. č. 41)

Bylo pro mě velmi zajímavé, jak s portréty naloží studenti, kteří mě neznají. Ně-
kteří se báli více zasahovat do obrazu a naopak někteří pracovali velmi odvážně.
Mou vlastní fotografii se nebáli překrýt zcela jiným obrazem a stejně tak pracovali
i s textem (viz obr. č. 41 a 43). Jiní striktně oddělovali plochu pro text a obraz.



obr. 57 Fotografický plakát



obr. 58 Fotografický plakát



obr. 59 Fotografický plakát

5.4 Další možné nápady na hodiny

V této kapitole pouze shrnu možné nápady k pokračování v projektech, které jsou inspirovány principy koláže, fotomontáže, fotografického plakátu a plakátu jako takového.

5.4.1 Obrazové experimenty

Práce založená na sociometrii ve školním kolektivu. Snad lze vysledovat sociální vztahy ve třídě. Jak se student vidí a cítí v rámci své role a třídního kolektivu.

Každý si vybere z hromádky obrázků, výstřížků z časopisů, jeden, který ho nejvíce charakterizuje nebo je mu blízký. Po vybrání se přesunou všichni do kruhu nad společnou plochu balicího papíru (formátu 100×70) a umístí (přilepí) svůj vybraný obraz do plochy. Toto lze měnit v závislosti na počtu studentů. Může být ploch více a studenti se rozmístí libovolně do skupinek.

Má-li některý ze studentů potřebu, může dotvořit kresebně nebo jakkoli jinak zasáhnout do plochy. Motivace pokračuje reflexí vytvořeného montovaného plakátu celé třídy. Tvorba studentů jim automaticky ukáže princip klasické montáže vizuálního obrazu, který je velmi spjatý s obdobím po 2. světové válce.

5.4.2 Slovo a obraz

V tomto úkolu byla hlavním předmětem práce s textem a obrazem jako vizuálním konceptem. Vyjádření textu obrazem. Zacházení s textem ve stejné vizuální rovině jako s fragmenty obrazu. Dále je zde podstatný podíl recyklace. Práce s již užitým materiálem, recyklace vizuálního materiálu a vizuálního znaku. Po-

souvání hranic obrazové struktury k vyjádření textu. To odkazuje k plakátové tvorbě 60. let, koláž, fotomontáž, dada nebo pop-art, recyklace materiálu.

Každý žák má jedno slovo, které si vybere z možností. Obrazově má vyjádřit vlastní vztah nebo názor k tomuto slovu/pojmu. Tato práce je založená na kritickém konceptuálním myšlení v závislosti na vizuálním sdělení, znakovosti nebo vlastních prekonceptech. Každé slovo má relativní význam. To je podmíněno společenskými hodnotami, kulturou, postavením v životě atd. Postavme toto na příkladu: Vezmeme-li slovo „Adidas“. Vycházím-li z věku, sociálního postavení a kultury studenta, může mít toto slovo odlišné významy. Vykládáme to pak např. jako: značka, sociální ztotožnění. Konzum a globalizace, sport, neznámé slovo, atd.

5.4.3 Celek a detail

Tato hodina je použitelná i v hodinách informatiky nebo počítačové grafiky. Práce je založená na chápání vizuálních podob celku a detailu ve výtvarném prostředí. Jedním malým příkladem pro nás může být pohled na běžné věci ze života. Každý z lidí se setkal s tím, že by zapomněl na talíři nedojedené jídlo a to mu časem zplesnivělo. V celku, s vizuálním odstupem je toto docela nepříjemný a odpudivý pohled. Zaměříme-li objektiv fotoaparátu na detail tohoto „porostu“, otevře se našim očím velmi zajímavý pohled v podobě nových, neznámých struktur či tvarů.

Takto můžeme pracovat i s principem existence digitální fotografie. Jak je uvedeno v kapitole Digitální fotografie, obraz tohoto typu fotografie se skládá

z počítačové informace. Tak je ve vizuální podobě bodem na obrazovce monitoru nebo displeje. Naše oko je přizpůsobeno k tomu, aby si jednotlivé body spojovalo dohromady a vytvářelo tak jednoduchý obraz. V detailu tak nedokážeme určit, co naše oko vidí, naopak při celkovém pohledu s odstupem je obraz zřejmý.

5.4.4 Přímá zkušenost s plakátem — kritické pojetí plochy

Kritické myšlení, práce se starými plakáty, které jsou na vyhození. Vyučování v tělocvičně, z důvodu prostorové náročnosti. Hodina je založena na přímé zkušenosti s plochou. Pojednání a spontánní reakce na tisky billboardu. Recyklace plochy – plocha billboardu jako podmalba k vyjádření myšlenky.

5.5 Možnosti propojení PC a VV v praxi

K tématu fotografického plakátu bych ráda poukázala na častou realitu na školách. Vycházím z vlastních zkušeností z vyučování, které jsem měla možnost shlédnout nebo vést. Faktem je, že u mimopražských škol jsem se s propojením předmětů Pc a Vv nesešla. Důležitým faktorem, který stojí proti zapojování nových médií do výuky, jsou technické možnosti školy a kompetence učitelů. Nejlepší zkušenost s intermediálním pojetím výuky výtvarné výchovy jsem se setkala na:

ZŠ Korunovačnická (Základní škola Praha 7, Korunovačnická 8)

Gymnázium Na Pražačce (Nad Ohradou 2825/23, 130 00 Praha 3-Žižkov)

5.5.1 Otázky pro ředitele

- 1) Jakým způsobem se na vaší škole uplatňuje intermediální podstata výtvarné výchovy?

2) Jaká je možnost propojení výtvarné výchovy s počítačovými technologiemi na vaší škole?

3) a) Je tato možnost propojení využívána v praxi?

b) K jakým účelům prioritně?

5.5.2 Odpovědi p.ředitele Mgr. T. Komrsky / ZŠ Korunovačnická

1) Jednoduše, ve Vv využíváme digitální techniku (foto, kopírka, scan, PC atd.) k dokumentaci, tvorbě, zobrazování, experimentaci... V informatice jsou zařazena témata, která souvisí s Vv, resp. celkem snadno propojujeme Vv a Inf, např. učíme se základní nástroje textového editoru a zjišťujeme, že můžeme v tomto editoru i konstruovat, modelovat 3D prostor, pracovat s linií – volně kreslit atd. Stejně tak můžeme propojit a propojujeme oblast typografie – fonty, řezy písma, rody, rodiny atd. – tzv. poučení a typografická cvičení z typografie jsou „přidanou hodnotou“ ve výuce textového editoru. Dále prohlížeč obrázků Irfan View – zde můžeme komponovat v ploše, ořez, formát, zmenšení, zvětšení, kontrast, míchání barev, zde snadno naplňujeme výuku nástroje výtvarnými aspekty – děti velmi baví, pokud má tato výuka obsahy, humor atd.

2) Možnosti propojení nejsou nějak závratné, ale i se skromným vybavením se dají dělat zajímavé věci, projekty, experimenty. V PC pracovně jsou k dispozici grafické programy – animace, vektorový program, photoshop, prohlížeče s možností editace obrazu a klasický movie maker...

3a) Samozřejmě je. Je to velmi jednoduché, přidávat výtvarné obsahy lze v každém předmětu, i referát z dějepisu může mít řadu vědomě zařazených výtvarných aspektů — kompozice textu a obraz. materiálu v ploše, řešení barev, ilustrace atd. Domluva více učitelů je obtížnější, ideální je učitel s více obory Vv — Inf, Vv — Čj atd., popř. učitel 1. stupně. — pokud nepatří k těm, kteří striktně (a nesmyslně) obory oddělují.

3b) Účelem je naplnit výuku informatiky přitažlivými a edukačními výtvarnými obsahy a ve výtvarné výchově využít dostupnou techniku k tvorbě, dokumentaci, prezentaci, popř. k experimentu. Toto vše s tím, že prostředky k seriózní multimediální tvorbě bohužel nemáme, tzn. např. propojení projekce, zvuku, pohybu, animace atd. u nás velmi skromně (ozvučení power pointové prezentace, malého videa, popř. animace vytvořené v Swish 2.0).

5.5.3 Reflexe vlastní zkušenosti

Na ZŠ Korunovačnické jsem měla možnost působit během školní odborné praxe Výtvarné výchovy, včetně práce na didaktickém projektu k této diplomové práci. Praxe probíhala v hodinách Mgr. Tomáše Komrsky, ředitele školy. Pro tuto sondu je nejpřínosnější zmínit, že jsem se zúčastnila náslechnů 9. tříd, které měly s vyučujícím 4 hodiny souvislé výuky výtvarné výchovy a počítačů. Vyučující této návaznosti předmětů plně využíval. Zdá se mi však, že počítače byly využívány spíše k hledání podkladů nebo k inspiraci pro pozdější tvorbu ve výtvarném ateliéru. Zde je velmi podstatné, zda má učitel spojené nebo navazující vyučování Vv a Pc (Inf.).

Během mého působení na různých základních školách se mi tato zkušenost znovu připomínala podobnými situacemi. Z vlastního úsudku jsem dospěla k závěru, že pokud není stanoveno přímo výtvarníkem, jsou počítače často používány jako nástroj ke stahování fotografií nebo úpravě videa zaznamenaného v hodinách Výtvarné výchovy. Pokud se projeví snaha pracovat s počítači v rámci výtvarné výchovy, nastává problém s volnou učebnou počítačů a jiné překážky. V tomto případě je reálnější využívat jiných nových médií, jako jsou digitální fotoaparáty, mobilní telefony s fotoaparáty, video, projektor, meotar, atd., v rámci vlastní výuky výtvarné výchovy.

Gymnázium Na Pražačce je institut s rozšířenou výukou výtvarné výchovy, tudíž je na tvorbu a umění kladen velký důraz. Tato škola má i dobré zázemí pro tento obor. Hlavně musím zdůraznit, že samotný kabinet Výtvarné výchovy vlastní 11 počítačů Apple s grafickými programy Adobe. Tudíž pracovní prostředí, intermediální Výtvarné výchovy, je zde ideální. V praxi jsou tyto počítače využívány také jako prostředník mezi tvorbou a prezentací studentských prací. Avšak studenti zde i animují⁴⁹ a graficky postprodukcují nejrůznější etudy, které zpracovávají v hodinách Výtvarné výchovy. Jako příklad mohu uvést tvorbu autorské abecedy, která byla fotografována. Konečné práce probíhaly v grafických programech.

⁴⁹ Ukázka animace je dostupná z: http://www.youtube.com/watch?v=JRv_QhPd1Fw#t=16, navštíveno dne 10. 10. 2013

5.5.4 Shrnutí

Soudím, že cesta k efektivnímu propojení počítačových předmětů nebo technologií a výtvarné výchovy bude ještě dlouhá. Celou situaci „brzdí“ absence ochoty spolupráce jednotlivých učitelů. Jak je vidno, nejefektivnější je stav, kdy vyučující výtvarné výchovy vede i počítače nebo má k dispozici vlastní počítačové a digitální vybavení pro svůj obor. Nakonec je zde ještě možná realita, že učitel starší generace není plně kompetentní ve znalostech práce s technickými médii. V tom případě je možné, že se novým médiím změrně vyhýbá.

6 ZÁVĚR

Závěrem bych dodala, že téma fotografický plakát je velmi špatně uchopitelné pro výuku ve výtvarné výchově. Fotografický plakát je spíše formou výstupu z výuky, ale ne tématem. Plakát chápeme jako funkčního nositele informace, ne jako výstup poznání. Zde se dostáváme do problému, že se snažíme naplnit téma a formu, aby výstupem byl fotografický plakát. Vhodnější je použít fotografický plakát jako prostředek nebo kontext k práci s vizuálním sdělením a vyhnout se mu jako tématu procesu. Budeme-li používat fotografický plakát jako téma, budeme se příliš upínat na formu výstupu. V tuto chvíli se tedy nabízí fotografický plakát jako skvělý prostředek, kde se můžeme inspirovat principy a procesy pojednání plochy experimentálními technikami. Stejně tak bylo přistupováno v didaktické části k výuce. Nezaměřovat se na téma této diplomové práce, ale využít principů, kterými byly fotografie a fotografický plakát pojednávány v průběhu dějin. Mluvíme tedy o montáži, fotomontáži, překrývání více vizuálních obrazů, komponování typografie, práci s významy slov a obrazů a jiných principech.

Se stejným problémem jsem se potýkala ve vlastní výtvarné práci. Bylo potřeba najít téma, se kterým bych mohla volně pracovat. Jak je již uvedeno v úvodním textu kapitoly výtvarné části, veškerá má dosavadní autorská tvorba se dotýká mé vlastní osoby. Reflektuji vlastní tělo, povahu, pocity, ale i okolí. S tělem pracuji jako s odrazem reality, kterou posouvám do vizuální hry a zkoumání grafického výrazu. Proto jsem každý plakát pojednala typograficky jiným způsobem.

V teoretické části jsem vytvořila chronologicky průřezovou linii teorií fotografie a plakátu. V některých časových obdobích se zabývám více fotografií nebo plakátem. To je podmíněno historickými událostmi a aktivitami umělců a vznikem nových technologií a technik. Nebylo možné věnovat se oběma fenoménům ve stejné míře, i když jsem se o to velice snažila. V každé kapitole jsem se snažila demonstrovat výtvarný problém na výrazných autorech, ale ani zde nebylo možné pojmut všechna zajímavá jména a odkazy na jejich práci.

V didaktické části diplomové práce jsem se zaměřila na ověřování výtvarných technik a principů, které vycházejí z kapitoly teorie. Navíc jsem si potvrdila domněnku reality na školách o využití intermediální polohy výtvarné výchovy ve spojitosti s počítači nebo novými médii.

Nakonec jsem ráda za toto téma diplomové práce, i když nebylo jednoduché stanovit kritéria posuzování, sběru a třídění informací. Bylo velmi přínosné zpracovávat dva fenomény výtvarné kultury. Znamenalo to však pojmut práci více v obecné rovině.

7 POUŽITÁ LITERATURA

- 1 CÍSAŘ, K. (ed.) Co je to fotografie? Nakladatelství Herrmann a synové, Praha 2004 ISBN nedohledáno
- 2 Dějiny českého výtvarného umění [VI/1] 1958/2000. Academia 2007, ISBN 978-80-200-1487-X (1. Svazek)
- 3 Dějiny českého výtvarného umění [IV/2] 1890/1938. Academia 1998, ISBN 80-200-0623-0 (1. Svazek)
- 4 HOROVÁ, A. (redakce). Nová encyklopedie českého výtvarného umění. Dodatky, Academia Praha 2006. ISBN 80-200-1209-5
- 5 TOMAN, J. Foto/montáž tiskem. Praha: Kant, 2009. ISBN: 978-80-86970-92-9
- 6 LIESSMANN, K. P. Filosofie moderního umění. Praha: Votobia, 1993. ISBN: 80-7198-444-2
- 7 KROUTVOR, J. Poselství ulice: z dějin plakátu a proměn doby. Praha: Comet, 1991. ISBN nedohledáno
- 8 FULKOVÁ, M. Diskurs umění a vzdělávání. H&H, Praha. 2008. ISBN 978-80-7319-076-7
- 9 Katalog 4. ročníku výstavy Sorosova centra současného umění, 1997
- 10 LINHART, L. Alexandr Rodčenko. Státní nakladatelství krásné literatury a umění, Praha 1964 ISBN nevedeno
- 11 GRYGAR, Š. Konceptuální umění a fotografie. AMU, Praha 2004. ISBN 80-7331-014-7
- 12 BHASKARANOVÁ, L. Design publikací. Vizuální komunikace tištěných médií. Praha: Nakladatelství Slováry, 2007. ISBN 978 80 7209 993 1
- 13 KOČIČKA, P., BLAŽEK, F. Praktická typografie. Brno:ComputerPress, 2000.
- 14 TWEMLOWOVÁ, A. K čemu je grafický design? Praha: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-027-3
- 15 GRODSKÝ L., PERŮTKA M., SOUKUP M. Flashback: Český a slovenský plakát 1959-1989. Vydalo Muzeum umění Olomouc, 2004. ISBN 80-85227-59-2
- 16 BOURRIAUD, N. Postprodukce. Tranzit, Praha 2004. ISBN 80-903452-0-4
- 17 SONTAGOVÁ, S. O fotografii. Praha: Paseka, 2002. ISBN: 80-7185-471-9

- 18 GRYGAR, Š. Konceptuální umění a fotografie. Praha: AMU, 2004.
ISBN: 80-7331-014-7
- 19 SILVERIO, R. Postmoderní fotografie. Praha: AMU, 2007.
ISBN: 978-80-7331-083-7
- 20 POYNOR, R. Così tísnivého. Surrealismus a grafický design. Moravská galerie v Brně, 2010. ISBN 978-80-7027-214-5
- 21 TEIGE, K. Fotografie — užití fotografie v moderní typografii, Typografia XLVI, 1933, s. 176
- 22 LÁB, F. TUREK, J. Fotografie po fotografii. Karolinum, Praha: Karolinum, 2009.
ISBN: 978-80-246-1617-9
- 23 SYLVESTROVÁ, M. Český filmový plakát 20. století. Brno: Moravská galerie, 2004. ISBN 80-7027-125-6
- 24 SAMARA, T. Grafický design. Praha: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-698-5
- 25 SIMMONS, J. Kompletní příručka pro designéry. Praha: Slovart, 2009.
- 26 Kolektiv.: Ladislav Sutnar - design in action. Praha: Argo, 2003.
ISBN 80-7203-515-0
- 27 PRIMUS, Z. Umění je abstrakce — Česká vizuální kultura 60. let. Praha: Arbor vitae, Kant, 2003. ISBN: 80-86217-30-2
- 28 MORGANOVÁ, P. Akční umění — druhé, doplněné vydání. Praha: nakladatelství J. Vencel, 2010. ISBN: 978-80-904149-1-4
- 29 BERAN, V. A KOL. Typografický manuál — aktualizovaný. Praha: Font, 2012.
ISBN nevedeno
- 30 KUNĚŠ, A., POSPĚCH, T. Teorie fotografie. Výběr z teoretických textů k dějinám fotografie. Opava 2003 (Pro vlastní potřebu doplnění výuky teoretických předmětů vydala Slezská univerzita v Opavě Filozoficko-přírodovědecká fakulta Institut tvůrčí fotografie)

7.1 Články

- 31 Část druhá – **Fotografie a výtvarné umění I** In Výtvarná výchova 1/2005, RS 5096 ISSN 1210-3691
- 32 Část první – **Fotografie a skutečnost**, In Výtvarná výchova, roč. 45, č. 2, 2004, str. 2-4, ISSN 1210-3691
- 33 Část devátá – Fotografie ve výtvarné výchově I, **Přístupy k fotografii a východiska pro práci na základní škole, aktuální pohled na diplomovou práci a praktické ověření fotografie na základní škole** In Výtvarná výchova 2/2007, RS 5096 ISSN 1210-3691
- 34 Část jedenáctá – Fotografie ve výtvarné výchově II, **Fotografie v koncepci univerzitního studia učitelství výtvarné výchovy; aplikace fotografie jako prostředku výtvarného vyjádření** In Výtvarná výchova 1/2008, RS 5096 ISSN 1210-3691
- 35 ZIKMUNDOVÁ, V. Digitální technologie jako zásadní faktor proměny kurikula vzdělávacího oboru výtvarná výchova. 8. Sekce [online] Dostupné z: http://vytvarka.zcu.cz/clanky_zikmundova/CAPV_08_Zikmundova.pdf

7.2 Bakalářské a diplomové práce

- 36 MAZOCH, P. Experiment v grafickém designu. Bakalářská práce, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2010
- 37 NOVÁČKOVÁ, K. Grafický design a Petr Babák. Diplomová práce, Masarykova univerzita, 2007
- 38 OBERMAJEROVÁ, M. Performence a fotografie se zaměřením na současné české autory. Bakalářská práce. SU v Opavě, 2010
- 39 LANGER, J. Proměny fotožurnalistiky v digitálním věku. Diplomová práce, SU v Opavě, 2011

7.3 Odkazy

<http://www.filmovy-plakat.cz/>

<http://www.terryhoponozky.cz/plakaty>

<http://kybl.net/>

<http://www.artmuseum.cz/>

<http://www.artlist.cz>

<http://www.czechdesign.cz>

<http://www.sutnar.cz>

<http://abduzeedo.com/design-history-photo-manipulation-pioneer-john-heartfield>

<http://www.ncvu.cz>

<http://www.moravska-galerie.cz/>

<http://vier5.de/>

<http://victormoscoso.com/>

<http://fotoprednasky.ffa.vutbr.cz>