

Historie českého filmového plakátu

Olga Petříková



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Grafický design

akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Olga Petříková**
Osobní číslo: **K15026**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Grafický design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Filmový plakát**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 25 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz Směrnice rektora č. 20/2016) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část: historie českého filmového plakátu
2. Praktická část: série filmových plakátů

Dále na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce v minimálním počtu 10 kusů pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

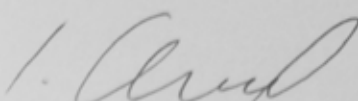
Rozsah bakalářské práce: viz Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz Zásady pro vypracování
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/umělecké dílo

Seznam odborné literatury:

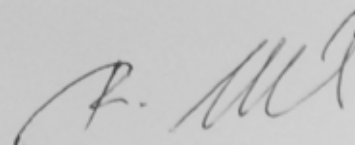
Český filmový plakát 20.století, skupina autorů, 1. vydání: 2004, ISBN: 80-7027-125-6

Vedoucí bakalářské práce: **dr ak. soch. Rostislav Illík**
Ateliér Grafický design
Datum zadání bakalářské práce: **1. listopadu 2017**
Termín odevzdání bakalářské práce: **11. května 2018**

Ve Zlíně dne 1. prosince 2017


doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkanka




dr ak. soch. Rostislav Illík
vedoucí ateliéru

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a použitou literaturu jsem citovala.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá filmovým plakátem a jeho dobovým a kulturním kontextem. Je zde stručně zmapovaná historie a vývoj filmového plakátu od počátků kinematografie do prvních let druhé světové války. Dále pak změnu obrazu plakátu s nástupem zvuku, přes zlatá šedesátá léta až do jeho současnosti. V každém období jsou uvedeni významní představitelé a je popsána forma a vzhled plakátu v daných etapách.

Klíčová slova: plakát, filmový plakát, grafický design

ABSTRACT

Movie posters and their cultural context are the subjects of this thesis. It defines the poster production and outlines the origins of film poster creation. There is a briefly mapped history and development of the film poster from the beginnings of cinematography to the early years of the Second World War. Also, the change of the poster image with the sound, over the golden sixties until the present. Significant artists are listed in each period and the form and appearance of the poster in the stages are described.

Keywords: poster, film poster, graphic design

...

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	9
1 PLAKÁT	10
1.1 HISTORIE A VÝVOJ PLAKÁTU	10
1.1.1 Osobnosti plakátové tvorby.....	11
2 HISTORIE ČESKÉHO FILMOVÉHO PLAKÁTU	14
2.1 PLAKÁTY NĚMÉHO FILMU	14
2.1.1 Plakáty němého filmu v Čechách	16
2.2 ČESKÝ FILMOVÝ PLAKÁT VE DVACÁTÝCH LETECH.....	17
2.3 PLAKÁTY ZVUKOVÉHO FILMU V ČECHÁCH.....	18
3 ČESKÝ FILMOVÝ PLAKÁT PO ROCE 1945	20
3.1 ZESTÁTNĚNÍ KINEMATOGRAFIE	20
3.2 NOVÁ VLNA / 60. LÉTA.....	22
3.3 1964–1968.....	24
3.4 FILMOVÝ PLAKÁT ZA NORMALIZACE.....	26
3.5. 80. LÉTA.....	27
4 SOUČASNÝ FILMOVÝ PLAKÁT.....	28
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	31
1 SÉRIE FILMOVÝCH PLAKÁTŮ	32
1.1 FILM GRAN TORINO.....	33
1.2 FILM JUNGLE.....	35
1.3 FILM INCEPTION	37
1.4 FILM ÚČASTNÍCI ZÁJEZDU.....	39
1.5 FILMVRATNÉ LAHVE.....	40
1.6 FILM THE NUMBER 23.....	41
ZÁVĚR	43
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	44
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	46

ÚVOD

Plakát je kulturní fenomén, médium vizuální komunikace, které je již neodmyslitelně spjato s kulturou měst. V průběhu vývoje filmového plakátu a boje o umělecké uznání se setkáváme snad se všemi uměleckými podobami, které ovlivňovaly i samotný film. Tato bakalářská práce se zabývá dobovým a kulturním kontextem filmových plakátů, vymezuje plakátovou tvorbu a nastiňuje vznik filmového plakátu obecně. Nejprve definuje plakát jako takový, dále nastiňuje historii a vývoj ve světě. Poté se bude věnovat českému filmovému plakátu od počátku vzniku, přes jeho zlatou éru v šedesátých letech až do nástupu československé normalizace, kdy započal kulturní úpadek a plakátová tvorba byla společně s českou filmovou vlnou utlumena. V jednotlivých etapách popisují grafický vývoj a základní charakteristické rysy plakátů, nezapomínám uvést významné představitele a příklady jejich tvorby. V poslední části se práce zaměřuje na současný filmový plakát, jeho kvalitu a podoby.

Cílem mé práce je zmapovat evoluci filmového plakátu na území bývalého Československa od jeho počátků do dvacátého století a vytvořit jednoduchý přehled dějin tohoto odvětví. V bakalářské práci mi byla největším zprostředkovatelem informací kniha Český filmový plakát 20. století Marty Sylvestrové, kde je velmi dobře popsán celý vývoj filmového plakátu na našem území. Je zde uvedeno i velké množství poznatků o autorech a nespočet reprodukcí filmových plakátů.

Poznatky získané při tvorbě teoretické části jsou mi nápomocny i v části praktické. Zde je mým úkolem vytvořit sérii studentských plakátů na filmy současnosti dle mého osobního výběru. Ke každému plakátu budu přistupovat jiným uměleckým ztvárněním, tak, aby se výsledný soubor plakátů stal zajímavým. Plakáty nejsou myšleny ke komerčnímu užítí a spíše vyjadřují můj osobní pohled na konkrétní snímek.

I TEORETICKÁ ČÁST

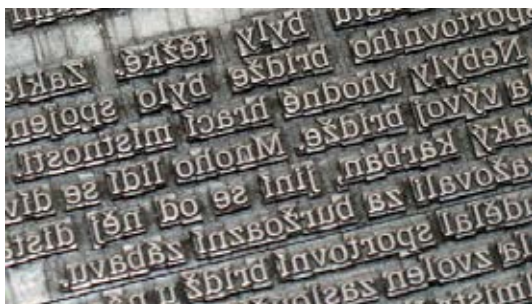
1 PLAKÁT

Plakát je nazýván královskou disciplínou grafického designu. Je to kulturní fenomén, médium vizuální komunikace, které je již neodmyslitelně spjata s kulturou města a jeho ulicemi. Jeho cílem je informovat, přesvědčovat a propagovat. Řeč plakátu má být vždy jasná a úderná, obzvláště v současné uspěchané době. Plakát musí být pochopitelný na první pohled, měl by vyzařovat jasně své poselství a snažit se zapůsobit na co nejširší okruh náhodných diváků. Atraktivita a odlišnost tak zajišťuje vyšší předpokládanou úspěšnost. Růst současných médií dnešní doby má za následek úpadek významu plakátu. Plakát již zdaleka netvoří tak důležitou roli, jako tomu bylo dříve, avšak jeho funkce má stále své uplatnění.

To ,jak plakát na nás působí, je závislé především na jeho výtvarném zpracování, tedy na společném sladění základních prvků informovat, propagovat a upoutat pozornost s nároky kladenými na umělecké dílo. „Plakát není obraz, není to umělecký objekt, ale kulturní fenomén doby. Na plakát se musíme dívat jinak než na tradiční malířské dílo a musíme ho zasazovat jinak než do jiných kontextů. Počátky plakátu jsou spojeny se sociologií města, s psychologií davu a symbolikou ulice. Mytologie banality, žurnalismus, nástup politické ekonomie a prudký rozvoj techniky se podílejí na vzniku plakátu daleko víc než estetika umění.“ (Kroutvor, 1991, s. 9)

1.1 Historie a vývoj plakátu

Za důležitý pokrok pro vznik plakátu a zároveň mezník v dějinách vizuální komunikace lze považovat vynález knihtisku (polovina 15. století). Jeho velikým přínosem pro plakát se stalo umožnění jednoduché reprodukce. Tištěné texty byly spojovány zpočátku především s grafickou technikou dřevořezu a dřevorytu. Knihtisk tedy svojí podstatou neumožňoval jinou kompozici plakátu než horizontální bloky textu oddělené od obrazu. To vyřešil až vynález litografie, o který se zasloužil ke konci 18. století pražský rodák Alois Senefelder. Tento vynález nabídl společnosti ke konci 18. stol. techniku, která dává tištěnému obrazu stejný prostor jako slovu.



obr. 1 Knihtisk



obr. 2 Litografie

Litografie funguje na základě technologie odpuzování vody a mastnoty a k tisku je používán speciálně upravený solnohofenský vápenec. Senefelder se ze začátku snažil, aby zaleptaná kresba na kameni vytvořila reliéf. To se mu však nedařilo a tak neustálým snažením se mu povedlo vynalézt nový způsob tisku – tisk z plochy. Tento způsob se brzy stal velkou konkurencí ostatním technikám z výšky a hloubky především proto, že byl levnější a méně pracný. Senefelder nepřestával se svými pokusy a snažil se dál hledat nové litografické techniky. V roce 1809 dokonce vydal litografický vzorník, a o 9 let později i Učebnici litografie, která měla za následek rychlé rozšíření i do oblasti umělců. Velký rozvoj litografie byl zaznamenán ve dvacátých letech 19. stol., stále oblíbenějšími se stávají výjevy ze všedního života, kreslené anekdoty, historky, módní listy apod.

První plakátovací společnost zaměřená na inzerci a reklamu byla založena roku 1939 v Londýně, plakátování se tak stává jedním z nejrychlejších prostředků veřejného oznamování. První londýnské plakáty se však podobaly spíše vývěskám a cedulím a s uměním neměly zdaleka nic společného. Obsah tištěných slov byl mnohem důležitější než jeho estetické ztvárnění. Teprve později se na vývěskách začaly objevovat dekorace a ornamenty. Tyto vývěsky/plakáty byly poté umístovány v ulicích města Londýna. Novinkou se také stal plakátovací sloup, který nebyl jen statickým prvkem, ale původně se vozil i na káře a představoval tak pohyblivou reklamu.

V Londýně měl plakát důležitou informační funkci. Skutečný rozkvět nastal až v Paříži, kde se osvobodil a stal se konečně uměním. Zpočátku měli s tvorbou plakátu problém i velcí umělci, jako byl například Manet. Ovšem na konci 19. století byla vytvořena díla, které sklízí obdiv diváků dodnes. Mezi taková díla patří například plakáty Henriho de Toulouse-Lautreca, Alfonse Muchy nebo Julese Chéreta.

1.1.1 Osobnosti plakátové tvorby

„První velkou osobností plakátové tvorby byl Jules Chéret, který je považován za otce reklamních poutačů, vynálezce nového umění. Jeho hlavní přínos nastal v 90. letech, plakáty sloužily spíše k obveselení kolemjdoucích. V roce 1867 vznikl Chéretův první barevný plakát Bal Valentin. Používal s oblibou jasné pastelové barvy a využíval kontrastů. Chéretovy plakáty se dají pozorovat hodiny, vyzařují radostný pocit nerušený městským hlukem a spěchem. Jeho častým motivem byly ženy, které byly jakési živé ideály doby. Muže dával spíše do pozadí, většinou je představoval jako gentlemany s hůlkou a cylindrem. Chéret vytvořil více než tisíc reklam a přilákal do tohoto odvětví mnoho umělců.“ (Nina Tejkalová, © 2017)

Poměrně velkou revoluci v tvorbě plakátu způsobil Henri Toulouse-Lautrec, který navázal na impresionismus a postimpresionismus. Inspiraci pro své plakáty hledal především v japonských dřevorytech, jeho výtvarný projev byl tak částečně lineární. Zachycoval především návštěv-

níky kabaretů, lidi okraje společnosti, také tanečnice a prostitutky. Roku 1889 vytvořil svůj první plakát pro nově otevřený kabaret Moulin Rouge. Tento plakát Lautreca proslavil takřka přes noc, stal se jeho nejvýznamnějším dílem a také přinesl zcela nový pohled na plakátovou tvorbu. Na již zmíněném plakátu se třikrát opakuje hlavní titul, což bylo v té době novinkou. Dnes se nad tímto nápadem nepozastavujeme, protože opakování je přece základem každé dobré reklamy. V následujících plakátech Lautrec pracuje s textem a obrazem, snaží se o různé kompozice, často text překrývá obraz, nebo naopak obraz zakrývá části textu. Každý jeho plakát je spojen s legendou nebou pařížskou událostí. Zachycuje skutečné lidi, tanečnice, zpěvačky a hvězdy kabaretů. Lautrec se stal osobitým tvůrcem v jehož díle najdeme stopy secese, ale také počátky moderního umění.



Obr. 3 Henri de Toulouse-Lautrec, plakát pro Moulin Rouge



Obr. 4 Henri de Toulouse-Lautrec, plakát May Miltonová

Alfons Mucha, považovaný za mistra plakátové tvorby v období secese se podobně jako Lautrec proslavil svým plakátem takřka přes noc. V tomto případě se jednalo o plakát s názvem „Gismonda“ určený herečce Sarah Bernhardt. Ačkoliv byl tento plakát určen pro divadlo, neobsahoval žádné znaky, či náměty uvedené hry. V té době to bylo velkou novinkou.

Po Gismondě o pár let později přichází další veledílo „Dívka s kaméliemi“, též pro herečku Sarah Bernhardt. Spolupráce s tehdejší divadelní hvězdou pokračovala až do roku 1899. Pro Muchovy plakáty se stal typickým podlouhý formát, který navazuje na formát japonských svitků.

Období pařížské secese je ztotožňováno právě s Alfonsem Muchou – odtud pochází i pojmenování této éry na tzv. „Muchův styl“, pro který je ikonický ornament, dekorativní křivky, ale především vlnící se vlasy krásných žen na Muchových plakátech, které stejně úspěšně jako

divadelní hry propagují i výrobky každodenní spotřeby: kakao, likéry, parfémy, sušenky, cigarety, pivo, jízdní kola a mnohé další. Stal se známým i jako umělec pracující v oboru užitého umění. Kromě reklamních plakátů navrhoval i obaly pro řadu předmětů, maloval návrhy jídelních menu, kalendářů a dekorativních zástěn, ilustracemi zase doplňoval knihy. Dalo by se říci, že právě Muchův plakát zadal podobu secese v oblasti grafického designu.



obr. 5 Gismonda, A. Mucha



obr. 6 Dívka s Kaméliemi, A. Mucha



obr. 7 Pivo, A. Mucha



obr. 8 Cigarety Job, A. Mucha

2 HISTORIE ČESKÉHO FILMOVÉHO PLAKÁTU

Filmový plakát souvisí bezprostředně s objevem nové zábavy zvané film. Stal se tak jedním z prostředků jeho propagace. Filmové plakáty se od reklamních plakátů trochu liší. Jejich záměr je téměř totožný, oslovit a přilákat co největší počet lidí k návštěvě daného snímku, ale narozdíl od reklamních poutačů nesmí šokovat a být agresivní. U filmového plakátu se tedy setkáváme s větším dílem tajemnosti a experimentu. Filmový plakát je také spojníkem mezi divákem a filmovým dílem, propojuje se zde grafické umění s filmovou kulturou. Postupem času si filmový plakát získává uznání a začalo se na něj pohlížet jako na svébytné umělecké odvětví.

2.1 Plakáty němého filmu

„Počátky vzniku kinematografie mají na svědomí bratři Lumiérové, kteří uvedli svůj krátký snímek v roce 1895 na veřejném promítání v Grand Café na bulváru v Paříži. Ve stejné době, kdy probíhalo výše zmíněné promítání, se v ulicích Paříže objevil první oficiální plakát pro cinematograph. Tak se nazýval filmový podnik bratrů Lumiérů. Autorem plakátu byl Henri Brispot a jeho motivem se stal dav lidí před promítacím sálem. Tento plakát můžeme považovat za vůbec první filmový plakát na světě. Splňoval všechny náležitosti veřejné propagace, byl vyhotoven podle zakázky bratrů Lumiérů a poté rozšířen do pařížských ulic. Během velmi krátké doby přicházejí Lumiérové s další novinkou v oboru kinematografie, hranými skeči. Nejznámějším snímek byl „Pokropený kropic“, který se stal námětem další reklamy jejich veřejného promítání. Scéna z toho snímku se objevila na velkém horizontálním plakátu, tentokrát od Marcelina Auzolleho, ukazující bavící se publikum. „ (Štembera, 2004, s. 14)



Obr. 9 Dobový plakát zvoucí k projekci. Na pozadí můžeme vidět výjev z Pokropeného kropic

Ve stejné době, kdy bratři Lumiérové ovlivňovali kulturní život Paříže, existovala již moho dalších systémů projekce. Nejprve to byl v Americe úspěšný Edisonův vitascope a poté celá řada dalších způsobů. Například i známý plakát obchodního domu Dufatel byl doplněn o filmové promítání. Dále pak pro systém Le Gioscope navrhl plakát, dochovaný v pařížské filmotéce, v roce 1899 v Paříži žijící malíř a kreslíř Emanuel Staněk. Le Gioscope, stejně jako další systémy, brzy v konkurenci se silnějšími Lumiéry a Edisonem, zanikly.



Obr. 10 1896, Plakát inzerující Vitascope

Po prvním nadšení zájem diváků postupně upadal. Bylo to dané hlavně jednotvárností filmů. Stále se ale promítalo v zábavních podnikcích, na poutích a na venkově. Oživení upadajícího zájmu o film zaznamenala světová výstava 1900, která uvedla řadu filmových představení, často kombinovaných s fonografem a dalšími podobnými zvukovými záznamy. Vzhledem k velkému rozvoji kinematografie a jednotvárnosti uvedených filmových promítání se po výstavě rozhodli bratři Lumiérové skončit s natáčením filmů, nadále se věnovali jen technickým záležitostem filmového průmyslu. Naopak oživení přinesly trikové filmy od Georgese Méliése, který navrhl i několik plakátů pro tato promítání. Většinou se všechna představení odehrávala v divadle, stálé kino se v Paříži objevilo až v roce 1906, na rozdíl od New Yorku, kde fungovalo již od roku 1895.



Obr. 11 Bratři Lumiérové

2.1.1 Plakáty němého filmu v Čechách

První představení proběhlo v Praze 18. a 22. října roku 1896, 23. října 1896, poté Kříženeckého promítání na Výstavě architektury a inženýrství roku 1898. První stále kino „Ponrepo“ bylo zřízeno roku 1907 v Karlově ulici v Praze v domě U Modré Štíky. Avšak s takřka skutečnými filmy se setkáváme až od roku 1913. Tento stav nebyl chvályhodný a odráželo se to i v domácí plakátové tvorbě, oproti Paříži byla dosti pozadu. Plakáty byly většinou jen textového charakteru, objevovalo se minimum obrazových plakátů. Samo Ponrepo nikdy nemělo své vlastní velké plakáty, byly tištěny pouze úzké textové „nudličky“, které byly obohaceny o obrázky z různých starých filmů.



obr. 12 Dobový reklamní leták na Ponrepův biograf

Jedním z hlavních důvodů malého počtu významných plakátů je, že na rozdíl od Francie, kde plakátová tvorba měla svou tradici již od sedmdesátých let 19. století, se u nás pořízení plakátu velice prodražilo. Většina našich podnikatelů měla k reklamě a plakátu velkou nedůvěru. Něco jako plakát si mohli dovolit jen bohatí, považovalo se to za luxus a předem vyhozené peníze. Nejstarším dochovaným domácím litografickým plakátem je list Josefa Weniga pro Idylu ze staré Prahy z roku 1918.



Obr. 13 Josef Wenig, Idyla ze staré Prahy r.1918

„A tak z nejstarších dosud dochovaných plakátů pro filmové promítání je poměrně drobný list, skladová „nudlička“ žižkovské Kosmoramy až z roku 1914, s hlavičkou („logem“) kina „s kresbou hlavy ďábla se zrcadlem, doplněnou tituly právě promítaných cizích filmů, většinou z produkce Eclair.“ (Štembera, 2004, s. 15)

Mezi významné autory němé éry patřil například Václav Čutta. Původně byl vyučen litografem, teprve potom se rozhodl studovat umění. Zpočátku navrhoval plakáty pro různé události, teprve později se dostal k navrhování filmových plakátů. Ty navrhoval především pro francouzské, anglické či americké filmy. Své návrhy mohl také díky svým litografickým zkušenostem i sám realizovat. Zachycoval zajímavé momenty a snažil se, aby se film díky plakátu dal co nejlépe prodat. Mezi typické příklady patří „Baby Peggy“ s podtitulem „ Můj první velký film – to budete koukat!“ z roku 1920. S Čuttovou prací pro film, od doby Rakouska-Uherska do konce dvacátých let končí éra velkých litografických plakátů. Nadále převládaly již zmíněné textové plakáty, doplněné jednoduchým ornamentem, většinou v duchu doznívající secese.

Plakáty němé éry filmu, mají několik charakteristických prvků, kterými se výrazně odlišují od plakátů spojených s nástupem zvuku. Jsou charakteristické jednolitým obrazem, či malbou s omezeným množstvím textových informací. Z velké většiny se zde objevuje pouze název filmu, někdy jméno, nebo logo firmy a pouze ojediněle se vyskytují jména režisérů nebo herců.

2.2 Český filmový plakát ve dvacátých letech

Dvacátá léta se stala úspěšným obdobím pro více uměleckých odvětví a ani film nezůstal v pozadí. Film se v tomto období dočkal svého velkého rozkvětu, do nově postavených kin se valily davy natěšených diváků a s rostoucím počtem nových filmů se začala rozrůstat i poptávka po reklamě. Mnoho podnikatelům však moc nezáleželo na vizuální stránce plakátů, šlo jim většinou pouze o obchod, a tak se mnohá díla setkala s velkou kritikou veřejnosti.

Před první světovou válkou se vytvářeny především jen malé textové upoutávky s programem kin, z nichž některé měly i dekorovaně ztvárněné záhlaví. Větší řešení plakátů, které byly výtvarně zpracovány, se k nám dostávají ze zahraničí spolu se zakoupenými, nebo vypůjčenými filmy a to z velké většiny z Francie. Snaha o uplatnění nejen zahraničních, ale i českých plakátů se projevila již na počátku dvacátých let. Avšak účast českých umělců na výrobě domácích plakátů byla velmi malá. Mnozí z nich zapomínali, že plakát nemá být pouze zvětšeninou ilustrace, nebo přehlcným obrazem postav, nýbrž jen výstižným plakátem. Tento princip pochopil mezi prvními Josef Wenig. Mezi jeho nejlépe propracované plakáty pro dětské filmy patřily například: Noc na Karlštejně, Monte Christo, Z pohádky do pohádky a Tom na Horách. Další návrhy na filmové plakáty vytvořil i Václav Čutta, Jiří Jilovský ad. Místo pochval

a uznání se jim ovšem dostalo velkých kritik.

„Množství lidí, kteří se v průběhu dvacátých let setkali s filmovými plakáty bylo jistě značné. Část z nich byla těmito plakáty oslovena a zaujata, někomu utkvěly na čas i v paměti, jiným se mnohé z nich nelíbily a často i něčím dotkly. Jen málokdo je však míjel s lhostejností a nevěnoval jim ani letmou pozornost. Filmové plakáty se staly neodmyslitelnou součástí každodenního života obyvatel našich měst a nejvíce se vyskytovaly pochopitelně v Praze.“ (Tabery, 2004, s. 32)

Začínají se objevovat základní prvky, které charakterizují moderní plakát. Na prvním místě se bavíme o volbě vhodné barvy. Ta by měly působit na dálku a upoutat tak oko kolemjdoucího. Důležitá je však i kompozice, plakát by neměl obsahovat mnoho detailů, tvary se zjednodušovaly a kresby koncentrovaly. Text měl jen doprovodnou funkci hlavní myšlenky plakátu. Zásadní složkou plakátu se stávala originálně vystihnutá konkrétní myšlenka.

2.3 Plakáty zvukového filmu v Čechách

Ve 30. letech dvacátého století přichází zvukový film. S ním i nastala změna podoby filmového plakátu. Ofset začíná nahrazovat litografii a díky jeho nižším nákladům se plakát jako propagační prostředek stává dostupnějším. Přicházejí i změny v grafické podobě, oproti němé éře se již neobjevuje jednotné, celistvé ztvárnění přes celý formát, ale kombinace různých fragmentů, výjevů a portrétů najednou. Někdy jsou výjevy doplněné i o velké plochy čistých barev. A tak lze říct, že plakáty zvukového filmu bychom opravdu snadno rozeznali od těch pocházejících z němé éry. Často se ústředním motivem stával detail obličejů, nebo polopostav hlavních herců, které jsou jakoby vysunuty do popředí. V pozadí se potom objevují vybrané záběry konkrétního filmu. Uvádění jmen režisérů, či spoluautorů filmů, není již nic neobvyklého. Jména hlavních herců jsou psána někdy tak velkými písmeny, že až zastíňují samotný název filmu. Inspirace je čerpána z fotografií filmů, které jsou poté až hyperrealisticky překreslovány. Příkladnými ukázkami jsou plakáty na filmy s největšími hvězdami té doby: Vlastou Burianem, Lídou Baarovou, Adinou Mandlovou, Oldřichem Novým, Věrou Ferbasovou, atd.

Se zahraničními filmy jsou k nám dováženy také i propagační plakáty. Ty se staly velkou inspirací, ale i konkurencí pro domácí tvůrce. Naši autoři se nejvíce inspirovaly výraznými a jednoduchými americkými vzory. Možná to se stalo důvodem, proč se plakáty té doby nesetkaly s kladným ohlasem, naopak se jim dostávalo velkých kritik a opovržení. Časopisy s uměleckým zaměřením ho doslova ignorovaly a pokud o filmový plakát někdo zavadil, tak

jen proto aby ho pohanil a odsoudil. Komentátoři ale od začátku tak trochu zamlčovali, že cílem filmového plakátu byla především snaha co nejlépe prodat film, nikoliv být uměním. Možná i následkem těchto nálad bývalo mnoho plakátů bez jakékoli identifikační značky.



Obr. 14 Albert Jonaš, Ryba na suchu ,1942



Obr. 15 Anonym, Přednosta stanice, 1941



Obr. 16 Kurážová, Živoj je krásný, 1940

3 ČESKÝ FILMOVÝ PLAKÁT PO ROCE 1945

3.1 Zestátnění kinematografie

Po těžkém období, způsobeném druhou světovou válkou, nastaly velké změny ve společnosti. Tyto změny se dotkly i kulturního odvětví. Jako jedno z prvních byla znárodněna kinematografie. Dekret vydaný Edvardem Benešem, opravňoval k výrobě, distribuci a exportu filmů výhradně stát, což znamenalo i konec soukromého podnikání v oblasti filmu.

„Dne 28. srpna 1945 vstoupil v platnost dekret prezidenta republiky Edvarda Beneše, jenž stanovil, že výhradně stát mohl provozovat filmové ateliéry, vyrábět, půjčovat a veřejně promítat filmy. Tomu předcházelo vyvlastňování kin a výrobních prostředků z německého soukromého držení zahájené 9. května 1945. Plány na zestátnění kinematografie vznikaly už v průběhu války, a to v rámci činnosti ilegálního revolučního výboru inteligence, jemuž předsedal spisovatel a filmový scénárista Vladislav Vančura (popravený za heydrichiády v roce 1942), a Československé filmové společnosti. Iniciátory zestátnění přitom byli lidé spjatí s filmem, jako např. scenárista a režisér Elmar Klos. Vytyčili si za cíl zajistit kinematografii dostatek finančních prostředků na realizaci umělecky náročnějších děl, na něž se během první republiky příliš nedostávalo. Věřili, že v rámci státního hospodářství se kinematografie stane nezávislou na komerčních zájmech investorů a finanční prostředky se tak z kin navrátí zpět do výroby. Finančně úspěšnější tituly tak měly podporovat vznik umělecky hodnotnějších snímků, díky čemuž by v Československu existoval soběstačný filmový průmysl s vysokým standardem tvorby. Zestátnění kinematografie se však obrátilo i proti samým filmovým tvůrcům, neboť koloběh zisků a investic neměl dlouhého trvání a kvůli podřízenosti kinematografie vůči státu se film na dlouhá léta ocitl v područí komunistické ideologie. Filmová díla tak nedosahovala vysoké úrovně, ale ve většině případů se nacházela pod hladinou průměrnosti.“ (Dějiny v pohodě, © 2013)

Zestátnění vytvořilo pro rozvoj filmu zcela nové podmínky. Rozšířili se zejména sítě kin a zajistila se vhodná technická zázemí pro filmovou výrobu. V Čechách a na Moravě se filmová tvorba soustředila především do dvou měst, do Prahy a do Zlína. Zlín se převážně soustředil na dětský a loutkový film. Výrobu hraných filmů potom obstarávalo Filmové studium Barandov.

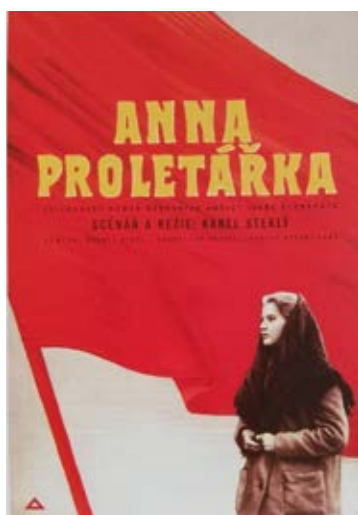
Filmové plakáty v letech 1945 – 1948 neměly sjednocený formát. K důležitým českým filmům se tvořily velké formáty. U zahraničních i domácích titulů se často užíval formát A1, ale objevovaly se i podlouhlé úzké plakáty, které se ve filmové propagaci používaly už od třicátých let.

Poválečné období nemělo ucelený styl, hlavní částí plakátu se ve většině případů stávala fotografická předloha, která zobrazovala především „hvězdy“ filmů, zachycené v dramatickém okamžiku. Mezi významné tvůrce, kteří se prosazovali již za protektorátu, patřili například

Kožíšek, nebo Josef Burjanek. Původní plakáty k zahraničním filmům se dovážely opravdu zřídka.

V roce 1948 přichází druhá vlna znárodnění. Tato etapa znárodnění měla za následek zestátnění veškerého tiskařského průmyslu i zánik všech privátních grafických firem, které do té doby zajišťovaly film reklamními prostředky včetně plakátů. Tehdejší Československý státní film zřídil své vlastní tiskové a propagační oddělení v centru Prahy, kde byli zaměstnáváni výtvarníci na stálý pracovní poměr. Hlavním zadavatelem práce jim byla Ústřední půjčovna filmů a redaktoři. Ti měli na starosti zadávání výroby plakátů, a dalších reklamních tiskovin, ale také vymýšleli názvy k zahraničním filmům, slogany a doprovodné texty.

Výtvarným stylem v oficiálním umění té doby byl socialistický realismus, vyhlášený ministrem informací Václavem Kopeckým v roce 1949. Oficiálně byl socialistický realismus považován za metodu závaznou pro české umělce. Práce propagačního grafika tak byla značně zkreslena právě vlivem KSČ. V propagaci filmové tvorby se socialistický realismus vyskytoval především na plakátech k československým a sovětským filmům. Opět se objevovaly plakáty s tvářemi hlavních hrdinů. Použita byla filmová fotografie nebo realistické portréty. Typickou ukázkou sovětského socialistickorealistickeho stylu jsou Permanova „Obrana Caricynu“ se Stalinovou podobiznou v roli vojenského vůdce. Typický je také plakát Bohumila Konečného k budovatelskému filmu z roku 1952 „Zítra se bude tančit všude“, od režiséra Vladimíra Vlčka. V některých případech byla i tolerována umělá moderna, občas se také přejímaly původní návrhy zahraničních umělců, doplněné českým textem.



Obr. 17 Jiří Figer, Anna proletárka, 1952



Obr. 18 Jiří Figer, Zocelení, 1950

„Velký význam pro další vývoj české filmové plakátové tvorby však měla výstava polských plakátů ve stejných prostorách Domu uměleckého průmyslu v Praze, uspořádané v červnu 1954. Výstava představila umění hlavních osobností polské plakátové školy, například Woj-

ciecha Fangora, Eryka Lipinského, Jana Lenicy, Juliana Palka. Značnou část expozice tvořily právě filmové plakáty, které mohly být chápány jako výraz polské národní hrdosti v oblasti kultury.“ (Klimeš, 2016, s. 77)

Po smrti J.V. Stalina v roce 1953 došlo k uvolnění přísných poměrů, kdy ve Svazu sovětských socialistických republik nastoupil k moci Nikita Chruščov. Toho využili i mnozí umělci, kteří pracovali pro filmový plakát. Styl českého filmového plakátu se začal urychleně měnit. V námětech se nyní začínají objevovat i prvky abstrakce. Tato podoba plakátů získala velkou pozornost veřejnosti. Ale i přes všechny změny, které nastaly, byl film dále ideologicky kontrolován a významná díla světové kinematografie se k nám vůbec nedostala.

3.2 Nová éra / 60. léta

Pro rozvoj filmového plakátu bylo toto období velmi příznivé. Plakáty dosahovaly vysoké úrovně a získávaly si i mezinárodního uznání. Je zajímavé to, že čím se plakát stával vizuálně hezčím, tím méně prodával film. Dívat se na plakáty této doby je doslova požitek, nejsou vtíravé, mají svoji osobitou atmosféru i rukopis. Na plakátech se objevují koláže, abstrakce, pop-art i surrealismus. Lidé si je dokonce věšeli doma na zeď jako umělecká díla. Bohužel, jak už bylo řečeno, pro komerční oblast nebyly moc účinné.

Na přelomu padesátých a šedesátých let se zrodila nová forma československé plakátové tvorby. Nyní již každý zakoupený zahraniční film byl doprovázen i originálním českým plakátem. V československé filmové distribuci se autorská práva k vlastním propagačním prostředkům zahraničních filmových produkcí nevztahovala, neexistovaly žádné osnovy co vše má plakátový text obsahovat, a nebylo tedy nutné na plakátech uvádět například informace o filmových sponzorech či jiné, v současné době nezbytné doprovodné údaje.

Vzhled plakátu si určoval pouze umělec sám, a měl tak zcela volný tvůrčí prostor, kterého s radostí využíval. Hlavním zdrojem inspirace pro tvorbu plakátů se stával pochopitelně konkrétní snímek, s nímž se se umělci seznamovali na projekcích Ústřední půjčovny filmů. Pokud ale film nebyl k dispozici, museli si výtvarníci vystačit pouze s informacemi, které jim byly poskytnuty. Přesná znalost filmu, však nebyla příliš potřebná, šlo především o to, nechat prostor i pro diváka a plakát tak učinit v první řadě poutavým.

Jaroslav Šůra, popsal situaci slovy: „Znát obsah filmu ani nebylo pro autory filmových plakátů podstatné. Někdy bylo i dobře, že jsem film neviděl, alespoň jsem nebyl zklamaný, že je plakát o něčem jiném, protože někdy byl můj plakát mnohem šťastnější než film a často jsem práci raději vzdal, když mi film neseseděl obsahem.“ (Sylvestrová, 2004, s. 43)

Plakáty tedy povětšinou neztvárňovaly obsah filmu, spíše se soustředily na osobní pocitový dojem. Na plakátech se zobrazoval název filmu, jméno jeho režiséra a někdy také jména herců či produkce. V této době se na finanční stránku moc nehledělo, a tak se filmové propagace vyskytovalo mnohem větší množství, než dříve. To potvrzuje i velké množství dochovaných plakátů i rozmanitost velikostních variant. Nejpoužívanějšími formáty byly A1, A3, ale používal se také formát A0.

Zadávaly se i poutače pro krátké filmy. Svou plakátovou tvorbu měla všechna tehdejší studia – Zlín, Barrandov i bratislavská Koliba „Redaktoři citlivě zadávali jednotlivé filmové tituly podle toho, jak se kdo z umělců osvědčil v dané tematické oblasti. Stanislav Duda měl talent ztvárnit komedie a veselohry, Karel Teissig byl vynikající pro drama, napětí detektivních příběhů tajemství a horor. Dokázal odvážně přistoupit i ke zpracování obtížných válečných syžetů, které byly dogmaticky svazovány s politikou, přestože poskytovaly pro jeho oblíbený způsob vyjádření omezené metaforické možnosti.“ (Sylvestrová, 2004, s. 43)

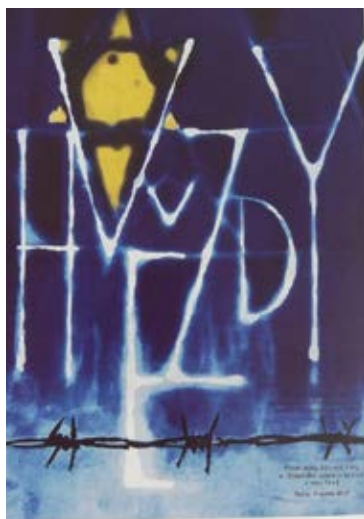
Stejně jako jiné tiskoviny, se plakáty předkládaly před tiskem ke schválení komisi, která se pravidelně scházela v budově Ústřední půjčovny filmů. Mezi členy schvalovací komise patřili zpočátku Dobroslav Foll, Zdeněk Mlčoch, Richard Fremund, Karel Vaca a další. V průběhu času se zástupci komise střídali. K návrhům plakátu se vyjadřovali i režiséři českých filmů. Komise z pravidla zasedala v pondělí a ve čtvrtek se již vytištěné plakáty objevovaly ve výlepu. Umělci až tam zjistili, zda byl jejich návrh vybrán, či ne. Největším nepřítelem plakátů se stávali ředitelé kin, kteří se domnívali, že divák s větší pravděpodobností přijde navštívit kino, když na plátně uvidí obraz hlavního herce. Vlastně to, co dnes vidáme běžně u plakátu jak zahraniční tak české produkce.

Filmový plakát přerostl svoji funkci užité grafiky a stal se svébytným uměleckým odvětvím, které zdobilo veřejná prostranství, městské ulice, prostředí kin i bytové interiéry. Plakát přestával být hlavním informačním prostředkem a to byl také důvod, proč se začala měnit i jeho funkce. Od počátku 60. let jeho funkci postupně začínala přebírat pomalu se rozrůstající média, například: odborné časopisy, rozhlas a televize. K filmům se navíc začaly vytvářet i jiné doprovodné materiály, jako byly pozvánky, doprovodné časopisy, portréty českých filmových herců, fotografie, ilustrované brožury s obsahem filmů, fotoplakáty a další drobné tiskoviny.

Na filmových plakátech se pak setkáváme nejen s užitou grafikou, ale i s grafikou volnou, s fotomontáží, uměleckou fotografií, asambláží, malbou, výraznou typografií a s řadou dalších výtvarných technik. Jeden z prvních filmových plakátů, v němž se objevilo moderní pojetí má na svědomí výtvarník Wolfgang A. Schlosser. Plakát pojímal moderním, osobitým přístupem, - používal fotomontáž, malbu a pracoval i s kaligrafií. Hledala se nová grafická řeč, vytvářely se nové výrazové zkratky. Umělci experimentují s možností využití fotografie, s průhledností, lavírováním, členěním ploch za pomoci písma. Oblíbenou se stává také perokresba. Český

filmový plakát se stává uměleckým a viditelně převyšuje ostatní plakáty.

K umělcům, kteří českému plakátu první poloviny 60. let vytvořili prostor pro svobodný tvůrčí projev patří například: Jiří Balcar, Bedřich Dlouhý, Richard Fremund, Jan Kubíček, Zdeněk Ziegler, Karel Teissig. Právě Karel Teissig byl prvním výtvarníkem, jehož filmový plakát zaznamenal významný úspěch i v zahraničí. Jeho zdrojem inspirace se stal biograf, jazz, umělecký svět Paříže, literatura a výtvarná umění. Snažil se v plakátu znázornit své hluboké pocity, které na něm zanechal film a tento pocit chtěl pomocí plakátů přenést i na diváka. Jeho plakáty jsou naplněny zvláštním poetickým kouzlem, tajemstvím a dramatičností.



Obr. 19 W. A. Schlosser, Hvězdy, 1960



Obr. 20 Jiří Balcar, Ostrov, 1962



Obr. 21 Jan Kubíček, Dva z onoho světa, 1962

3.3 1964 – 1968

Období mezi roky 1964 – 1968 se velmi často nazývá zlatým časem československého filmového plakátu. Postupem času se začal uvolňovat ideologický nátlak a také cenzura, která byla v červnu 1968 dokonce i na nějaký čas zcela zrušena. A tak umělecká úroveň a kvalita českého filmového plakátu začala prudce stoupat. Tvorba se někdy až ve velké míře snažila o parodování západního světa. Nejznámější díla tohoto druhu tvořil například Karel Saudek, který používal velmi nápadný komiksový styl. Dokonce tak moc, že v průběhu sedmdesátých let vedl k jeho zákazu. Nebo například plakát Jiřího Rathouského k filmu Starci na chmelu, který zobrazoval zpěváky s černými brýlemi dokonce zapříčinil zákaz televizního vystupování skupiny Laura. Členové kapely nosili taktéž černé brýle, a ty byly od vzniku plakátu chápány

jako znak západní společnosti a projev opovrhování komunistickým režimem. Konec šedesátých let se tedy projevoval různorodostí výtvarných projevů, ať už to byl pop art, surrealismus, nebo jiné směry. Plakáty z tohoto období patří mezi ty nejlepší a jsou vyhledávány mnohými sběrateli jako předměty doby minulé.



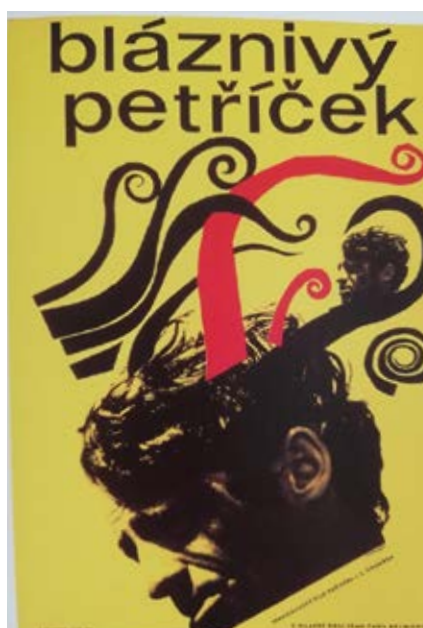
Obr. 22 František Zálešák, Ostře sledované vlaky, 1966



Obr. 23 Karel Teissig, Šelma na svobodě, 1966



Obr. 24 Bedřich Dlohy, Růžový panter, 1966



Obr. 25 Jiří Hilmar, Bláznivý Petříček, 1967

3.4 Filmový plakát za normalizace

„Duchovní život země byl po nedlouhé liberalizaci vrácen do pevného stisku sovětské ideologie, v její zatuchlé podobě typické pro Brežněvovu éru. Naopak se otevřel teror padesátých let, avšak vrátila se částečně jejich rétorika, včetně normativní estetiky socialistického realismu. V kinematografii byl hlavní úder namířen proti nové vlně. Tvorba šedesátých let byla odsouzena za nesprávné tendence jako skepse, nihilismus, pocity odcizení, sobecký individualismus, jednostranně přeháněná sexualita, cynismus, surovost a násilí.“ (Blažejovský, 2004, s. 106)

Roku 1971 začala platit přísná normalizační opatření a ve výtvarném umění, jakoby se zastavil čas. Pod ideologickým tlakem se film přestal vnímat jako projev umění, nebo sebevyjádření tvůrce, nýbrž jako zbraň určená k politické manipulaci. Zajímavé je, že právě v roce 1970, kdy normalizace byla ve svých počátcích, vznikla ikona filmového plakátu. Něžná od Olgy Vyleťalové-Poláčkové, plakat na němž je vyobrazena dívka jejíž tvář je zahalena do vlasů je jedním z nejkrásnějších a nejelegantnějších plakátů vůbec. V roce 1973 za tento plakát získala autorka Grand Prix na mezinárodní výstavě plakátů při filmovém festivalu v Cannes.



Obr. 26 Olga Vyleťalová-Poláčková, Něžná, 1970

Plakáty v této době nebyly pod velkou cenzurou jako filmy, ale i tak v této oblasti nastal viditelný útlum. Objevovaly se filmy, které byly zakázány a v kinech se začaly objevovat až po roce 1990. Tyto takzvané trezorové filmy byly vypuštěny k obnoveným premiérám a některé

byly dokonce doprovázeny i plakáty původního vzhledu. Z plakátů k trezorovým filmům se dochovalo poměrně málo kusů, většinou u sběratelů, nebo samotných výtvarníků.

Kinematografie a filmová propagace celkově za normalizace upadala. Ve většině kin se nepromítaly reklamní snímky a ani se nevyvěšovaly draze vyrobené plakáty. V mimopražských kinech byla situace ještě horší, zde se plakáty považovaly za zbytečně potištěný papír. Začaly se objevovat i nové způsoby propagace. „Kina dostávala naplánovanou skladbu návštěvníků: 60% mělo přijít na filmy socialistické angažované tvorby a 40% na ostatní žánry. Proto se obvykle promítal v jednom týdnu americký film společně s angažovaným a návštěvnost se vykazovala průměrem, který tak zakryl pro nadřízené orgány výsledný nezáměr publika o angažované snímky.“ (Sylvestrová, 2004, s. 55) Po sovětské okupaci lidé přestali navštěvovat sovětské filmy a kulturní pořady. Mnozí umělci zase odmítali po určitou dobu vytvářet plakáty k sovětským filmům.

3.4 80. léta

„Autorským plakátem se stále vybavuje každým film přicházející do kin. Nicméně kvalita již silně kolísá. Přední autoři (Vaca, Grygar, Vyletal, Ziegler, Teissig) si však i v těchto letech udržují značně vysoký standard svých prací.“ (Teryho ponožky, © 2016)

Nastává civilizační vývoji rozšiřují se působnosti médií, možnosti reprodukční techniky a počítačů, zesílila tendence k tvoření typografie, grafickému designu a vizuální komunikace. Vzrostl zájem o písmo a typografické experimenty. Na počátku osmdesátých let se v Praze zformovala komunita výtvarníků, většinou absolventů výtvarných umění, která se zapsala do povědomí jako generace Pražské pětky. Toto volné seskupení pěti nezávislých divadel a mladých umělců si vytvořilo vlastní kulturu, která navazovala na aktuální postmoderní tendence světového umění. Koncem osmdesátých let se zde prosadili i mladí designéři jako Pavel Beneš, Pavel Lev či Aleš Najbrt. Najbrt se ukázal jako velice zajímavá tvůrčí osobnost, snažil se odklonit od všeho co bylo pro plakáty té doby běžné. S fotografem Tono Stanem navrhli první český filmový plakát v hollywoodském stylu, pro film Tomáše Vorla Kouř. Najbrt ve své práci používal autorskou tvůrčí typografii, vyvážené barevnosti a konceptu, který nepostrádal vtip, myšlenku a nápad. Aleš Najbrt se stal jednou z nejvýznamnějších osobností grafického designu 80. a 90. let a je jí až dodnes. Nejznámější jsou jeho plakáty k filmům Pelíšky, Rok Dábla, nebo Pupendo.

Filmový plakát od svého vzniku prošel řadou proměn, dalo by se říci, že již v průběhu osmdesátých let pomalu ale jistě, příběh filmového plakátu jako jedinečného tvůrčího procesu dospíval ke svému závěru. Aspoň ve formě, ve které jsme ho mohli poznat z období zlaté éry, čili z šedesátých let.

4 SOUČASNÝ FILMOVÝ PLAKÁT

V současné době je filmový plakát pouze jedním z mnoha prvků marketingové filmové propagace. Grafická zakázka již neobsahuje pouze tvorbu samotného plakátu, nýbrž i filmových titulků, billboardů, reklamních přemětů, televizních reklam, webových stránek a mnoho dalších. Jelikož by takto rozsáhlou práci jednotlivec již nepojmul, zadává se proto celému grafickému týmu, který si práci náležitě rozdělí. V reklamním okruhu se prosadila některá menší česká grafická studia, která se pokoušejí zachovat kvalitní grafický design a charakteristický styl, stále je tu naděje, že si český filmový plakát zachová alespoň část svojí pověstné výtvarné kvality. Mezi tato studia patří: Studio Roberta V. Nováka, Studio Najbrt, Studio Filipa Hejduka či Laboratoř Petra Babáka.

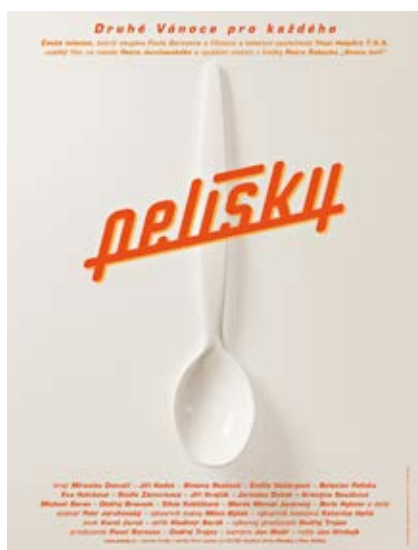
Dnes se grafický designér nemůže specializovat pouze na plakátovou tvorbu českých filmů, jelikož se ročně natočí okolo dvánácti celovečerních filmů. Za návrh českého filmového plakátu pak studia požadují okolo dvaceti tisíc korun. Distributoři zahraničních filmů oslovují většinou méně zkušené a hlavně levnější grafiky bez zázemí tvůrčího studia

U dnešních plakátů se už příliš nesetkáváme s uměleckým projevem, obrazem doby ani inspirací. Umělecké plakáty vyžadují delší pozorování a nad jeho ztvárněním se mnohdy musíme i zamýšlet. Na to v dnešní uspěchané době ale není čas. Umělecký filmový plakát se tak stává pro rychlou tržní ekonomiku nevýhodným. Jediným cílem všech distributorů a tvůrců filmu je prodat co nejlépe své dílo. Nechtějí a nehodlají riskovat nepochopení či zmatenost při interpretaci filmového plakátu, obsah filmu má být z plakátu jasný. Jejím ověřeným trikem se tak stává mediální znalost filmových celebrit. A právě tváře slavných herců dokáží filmový plakát úspěšně prodat. Mezi grafiky, kteří se tomuto tlaku pokoušejí čelit patří Zuzana Lednická, Petr Štěpán a Aleš Najbrt ze studia Najbrt. Jejich postavení ve filmovém plakátu se opírá o dobré znalosti s českými režiséry, kteří jsou ochotni respektovat jejich grafické názory.

Mezi povedená díla tohoto studia jednoznačně patří například plakát k filmu Pelíšky, jehož hlavním motivem se stala plastická lžička. Další vtip se povedl u plakátu k filmu Jedna ruka netleská, který spočívá především při tvorbě specifického fontu. Najbrtovo studio při realizaci často pracuje s uměleckými fotografy. Mimo filmových plakátů také navrhuje nový styl Mezinárodního filmového festivalu v Karlových Varech. Dalším nadaným grafikem je i Filip Heyduk, který je autorem plakátů k filmům Jana a Zdeňka Svěrákových (Jízda, Kolja, Obecná škola).

„Na městských výlepových plochách se s filmovými plakáty, řazenými vedle sebe, dnes už těžko setkáme. Plakáty se s výjimkou velkoplošných billboardů, nelepí, ale spíše vyvěšují v tzv. light boxech – světelných skříních v prostoru nákupních center, v nákupních zónách, jejichž součástí bývají multikina... Mísí se tu grafická tvorba českých autorů s americkou produkcí hollywoodského stříhu, někde je na zahraničním plakátě pouze přeložen text do češtiny, ale

ani to nebývá vždy pravidlem a někdy je u hollywoodských produktů ponechán titul filmu v angličtině, pokud distributoři usoudí, že bude českému divákovi srozumitelný, anebo že by se dal jen těžko přeložit. Plochu současného filmového plakátu ovládají zpravidla fotografie s portréty filmových hvězd a množství tiskových informací včetně sponzorských log, umístěných většinou na spodní straně plakátové plochy. „Říkáme tomu hřbitov logotypů,“ upřesňuje Richard The ze studia Sagmeister v New Yorku.“ (advojka, © 2018)



Obr. 27 Aleš Najbrt, Pelíšky, 1999



Obr. 28 Aleš Najbrt, Jedna ruka netleská



Obr. 29 Aleš Najbrt, Pupendo, 2003



Obr. 30 Petr Štěpán, Vratné lahve, 2007

Nejlepší české filmové plakáty získávají od roku 1998 cenu v prestižní soutěži filmové tvorby, s názvem Český lev, jejímž orgnizátorem je Petr Vachler. V minulém roce cenu Lev za nejlepší filmový plakát obdržela dvojice Jiří Karásek a Lukáš Fišárek za plakát pro film s názvem Po strništi bos. Ústředním motivem je fotografie malého chlapce, který se k divákovi otáčí zády. Plakát je laděn do tlumených barev a tak působí velice klidným dojmem. V roce 2016 cenu Lev pro změnu získal Lukáš Veverka za film Já, Olga Hepnarová. Na tomto plakátu je použit podpis Olgy Hepnarové, který je vyobrazen jako logo a je následně používán napříč všemi aplikacemi. Pro film vznikla série plakátů v různých rozměrech i formátech a pro doplňkové propagační účely, byly vytvořeny i plakáty čistě grafické.



Obr. 31, 3. Lukáš Veverka, Já Olga Hepnarová



Obr. 33. Karásek a Fišárek, Po strništi
bos, 2017

II PRAKTICKÁ ČÁST

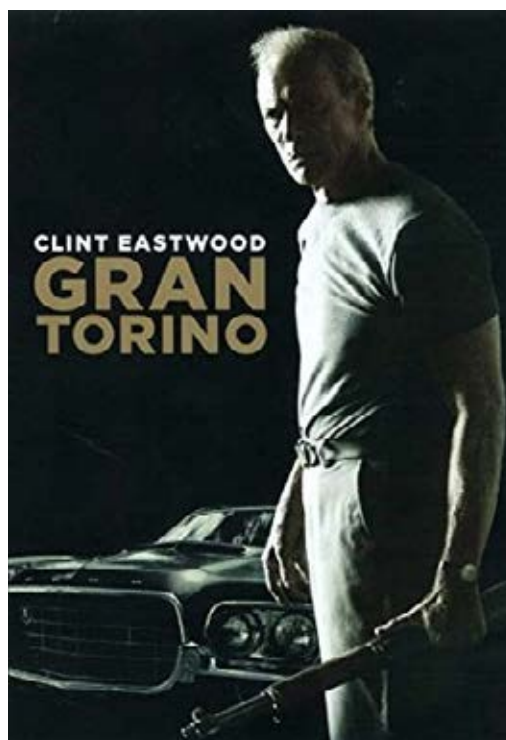
1. SÉRIE FILMOVÝCH PLAKÁTŮ

Poznatky získané při tvorbě teoretické části jsou mi nápomocny i v části praktické. Zde je mým úkolem vytvořit sérii studentských plakátů na filmy současnosti, dle mého osobního výběru. Ke každému plakátu se budu snažit přistupovat trochu odlišně a to využitím rozdílných uměleckých technik, tak aby vznikl pestrý soubor prací. Vytvořila jsem sérii plakátů různými přístupy, jako je fotografie, typografie, kresba, piktogram... Plakáty nejsou určeny ke komerčnímu užítí a spíše vyjadřují můj osobní pohled na konkrétní filmový snímek.

V současné době převládají filmové plakáty, na nichž je pravidelně vyobrazována tvář hlavního herce či herečky a většinou postrádají nádech uměleckého ducha. V praktické části se tedy snažím plakáty vytvořit jinými způsoby, než je pro dnešní dobu obvyklé. Jelikož se má práce skládá z rozdílných děl a nejedná se o na sebe navazující projekt, budu se v následující části bakalářské práce vždy věnovat konkrétnímu filmovému snímku. Seznámíme se krátce s dějem a vysvětlím, co mě pro vytvoření plakátu u vybraného filmu inspirovalo. Podíváme se i na oficiální plakát, který se k propagaci používal a následně představím mnou navrženou verzi.

1.1 Film Gran Torino

Film Gran Torino vypráví příběh válečného veterána Walta Kowalského, který si s přibývajícím věkem uvědomuje, že na nový svět přestává stačit. Musí vycházet se svými sousedy rozdílných etnických původů a s předsudky vůči nim. Bývalé sousedy postupně nahrazují imigranti, jimiž Kowalský značně pohrdá. Po smrti manželky, která mu byla největším přítelem, svůj život už spíše jen dožívá. Alespoň, do oné noci, kdy se mu někdo pokusí ukradnout jeho krásný sporták Gran Torino. Mladý soused Thaa se tímto činem snaží zapůsobit na partu mladých výtržníků. Po incidentu Thaaova rodina trvá na tom, aby si svůj čin u Walta odpracoval. Postupem času si k sousedům nachází svou cestu a začínají mu být bližší, než jeho vlastní rodina. Nakonec pro ně objetuje i svůj vlastní život.



Obr. 34 Oficiální plakát pro film Gran Torino
rok 2008

Na výše uvedeném obrázku můžeme vidět oficiální plakát filmu, pocházející od společnosti Cimmaron. Převládají zde tmavé barvy a ústředním motivem se opět stává fotografie hlavního herce filmu. V tomto případě se jedná o Clinta Eastwooda. Název filmu je vypsán tučným fontem okrové barvy, doplněný pouze o jméno hlavního herce. Typografie mi k plakátu příliš nesedí, možná je to způsobené příliš malým řádkovým prokladem, který by mohl být dle mého soudu trochu větší.

Na níže uvedeném obrázku můžete naopak vidět mnou navrženou alternativu. V jedné ze scén se hlavní hrdina zastane dívky (sestry souseda Thaa, který se pokoušel uloupit Gran Torino), při tomto konfliktu použije neverbální prvek komunikace, který symbolizuje vystřelující zbraň. Právě toto gesto se mi stalo inspirací při návrhu plakátu a bylo následně použito jako hlavní motiv. V počátku jsem pracovala pouze s variantou, kde byla ruka vytvořena jen za pomoci vektorů v jednoduše stylizované podobě. Tato verze ale nepůsobila příliš poutavým dojmem a tak jsem se rozhodla pojmout plakát jiným způsobem a to za pomoci fotografie. Pořízenou fotografii jsem následně upravila v softwaru Photoshop. Zde byl aplikován i prvek dýmu, který vychází z „hlavně zbraně“. Plakát je laděn převážně do červené a tmavě modré barvy, písmo je v odstínu tlumené šedé a tak koresponduje s barevností kouře. Název filmu a hlavní představitelé jsou vypsány fontem Fugaz One v základním řezu písma.



Obr. 35 Varianta 1



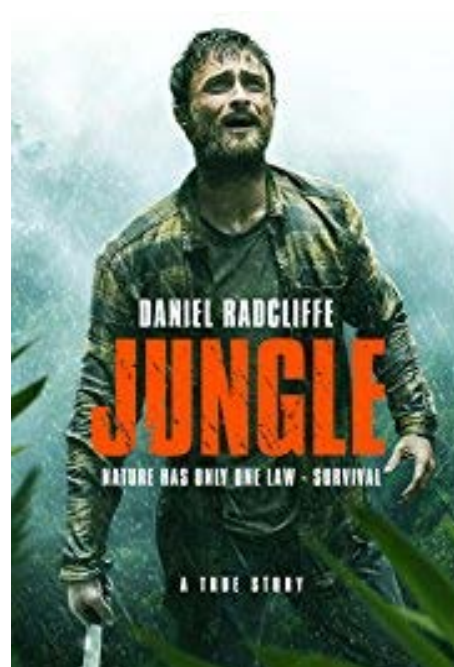
Obr. 36 Varianta 2 - boční pohled

1.2 Film Jungle

Film *Jungle* pojednává o mladém muži, který chce na cestách po světě uniknout stereotypu a nudě života. V Bolívii potkává nové přátele z různých koutů světa. Setkává se také se záhadným průvodcem, který skupinku mladíků vezme na expedici do amazonského pralesa, se záměrem najít indiánský kmen a možná i naleziště drahého kovu. Jenže uprostřed divoké džungle průvodce zmizí a cestovatelé se při ztroskotání na divoké řece nedobrovolně rozdělí. Yossi, hlavní hrdina, zůstává uprostřed děsivé džungle sám, úplně sám. Bez zbraně, bez jídla je vydán na souboj o přežití. Úchvatná příroda se vrázu promění v peklo plné jedovatých rostlin, hadů, nepřátelských tvorů a ohyzdného hmyzu.



Obr. 37 1. příklad plakátu
rok 2017



Obr. 38 2. příklad plakátu
rok 2017

K tomuto filmu jsem našla již více vytvořených plakátů, zde uvádím dva příklady. Oba plakáty mají stejný ústřední motiv. Plakát na levé straně je utvořen z vícero výjevů filmu. Můžeme zde vidět detail obličeje herce, dále pak pohled na přírodní scenérii a v neposlední řadě i herce při boji o svůj život. Název filmu je vypsán velkým tučným písmem, který je obohacen o “jakousi lijánu”. Celkově na mě plakát působí kýčovitým a přeplácaným dojmem, myslím, že zobrazení jedné scény by plakátu v tomto případě prospělo. Na protější straně můžeme vidět druhou verzi, která je již trochu klidnější. Je zvolena fotografie, která zachycuje emoce hlavního hrdiny. Tento plakát je podstatně lepší než dříve zmiňovaná verze, avšak si mě také ničím zvláštním nezískal.

Při navrhování plakátu pro film *Jungle* jsem už od počátku chtěla pracovat s motivem listů a siluetou postavy. Při prvních pokusech jsem pracovala pouze s vektory několika listů a jednou lidskou siluetou. Chtěla jsem docílit toho, aby se postava mezi listy ztratila a divák tak musel onu figuru na plakátu hledat. Od této varianty jsem posléze upustila, protože finální výsledek neodpovídal mým představám. V dalším návrhu jsem taktéž pracovala s motivem listů, tentokrát ale již se skutečnými. V přírodě jsem nasbírala různé druhy, které mi alespoň trochu připomínaly ty pocházející z džungle. Následně jsem jednotlivé listy vyskládala do obdelníkové kompozice. Do této scény jsem přidala stylizovanou siluetu člověka, jenž byla vstříhnuta z papíru. Chtěla jsem zobrazit rozdílnost mezi člověkem a divokou přírodou a tak znázornit zpravu džungle, že lidé do této oblasti nepatří. Kompozice byla zachycena fotoaparátem, následně upravena v aplikaci Photoshop a posléze doplněna o jednoduchou typografii. Slova plakátu nosí font TV Sans Print v základním, a tučném řezu písma. Další možnou variantou, je namísto papírové siluety zachytit v kompozici lidskou ruku, která by se jakoby nořila z poza listů, a znázornila tak úplné pohlčení džunglí.



Obr. 39 Návrh plakátu pro film *Jungle*

1.3 Film Inception

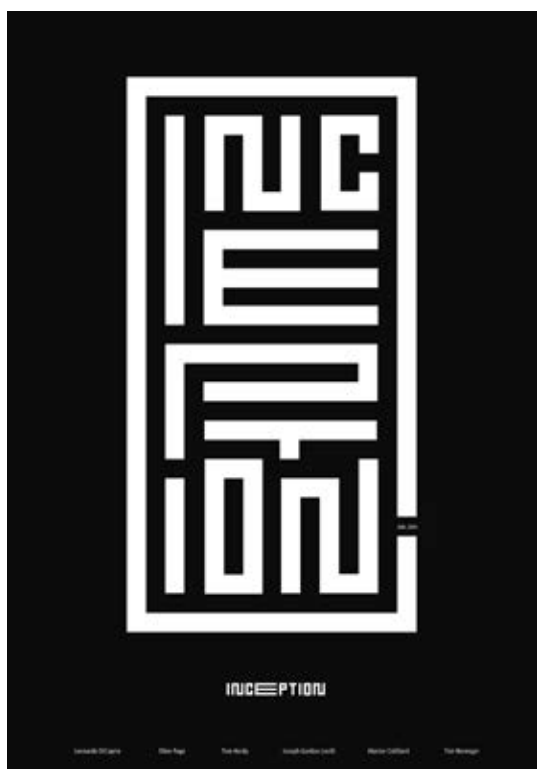
Hlavní postavou filmu je Dom Cobb, zkušený zloděj. Není to ale typický zloděj, nekrade šperky či jiné hmotné věci. Krade cenná tajemství z hloubi podvědomí během snění, v tomto okamžiku je totiž mysl nejvíce zranitelná. Cobb je velice úspěšný, nejlepší ve svém oboru a o nabídky jeho služeb není nouze. Díky jeho práci se začíná objevovat velké množství nepřátel, kteří chtějí Cobbovi ublížit. Cobb dostává velkou zakázku, která by mohla jednou pro vždy vyřešit jeho problémy. Pro tentokrát ale nemá myšlenku ukrást, nýbrž ji vnuknout a mohl by tak vzniknout dokonalý zločin.



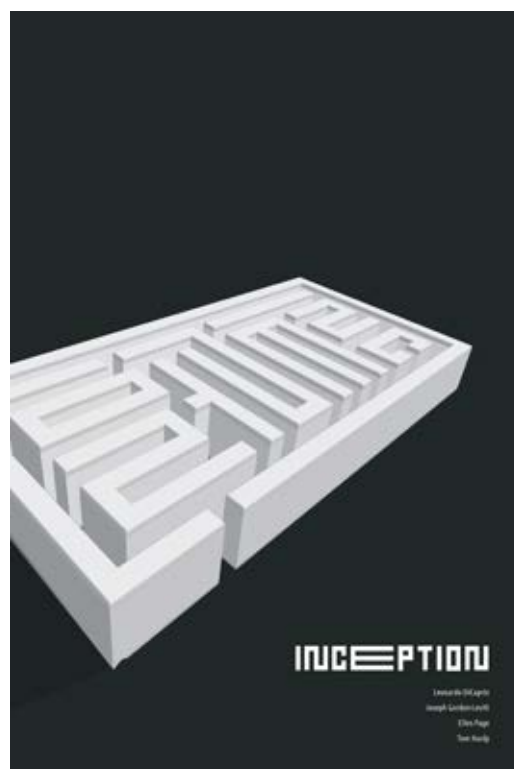
Obr. 40 plakát používaný k propagaci filmu

Zde můžeme vidět původní plakát, který byl použit k propagaci filmu Inception. Mimo hlavních postav, je zde zachycena jedna ze scén filmu, kdy “architekt“ předváděl, co vše je ve snu možné vytvořit. Ikdyž je plakát pojmutý klasickým americkým ztvárněním, jistým způsobem se mi líbí. Kompozice fotografie/vizualizace je vyvážená, a hlavní hrdinové z obrazu příliš nevyčnívají. Zvolená typografie je jednoduchá a plakátu jistě neubíží.

V mém návrhu jsem navazovala na jednu ze scén tohoto filmu. Hlavní hrdina hledá nového architekta snů, člověka, jehož mysl bude dosti kreativní na vymýšlení různých prostorů, zábran a situací, tak, aby jejich dopadení při loupeži myšlenek trvalo co nejdelší dobu. Jako přijímací řízení použil jasné zadání. Vytvořit do dvou minut bludiště, jehož vyřešení bude trvat déle než jednu minutu. Rozhodla jsem se tedy plakát ztvárnit pouze za pomoci jeho názvu. Slovem Inception jsem chtěla nabudit již zmíněný motiv bludiště. Jednotlivé tahy písmen jsou řešeny geometriky. Šířka tahů a rozpal písmen je totožný, zbytkové proporce jsou však odlišné, záleží na jejich umístění v kompozici bludiště. Jelikož každý labyrint je ohraničený, taktéž i já ohraničení využívám a textové informace zasazuji do tvaru obdelníku. Na první pohled nemusí být zřejmé, že se jedná o název filmu. Z tohoto důvodu jsem již vytvořená písmena naskládala vedle sebe, jejich tvar není úplně totožný s písmeny v bludišti, jelikož některá písmena nemají stejnou stěrní výšku. Vzhledově však odkazují na použité tvarosloví. Zbytkové informace, jako jsou názvy hlavních herců, jsou vypsány fontem Ubuntu Condensed v jeho základním řezu. Následně byla z tohoto konceptu vytvořena i varianta, kde se labyrint převedl do „prostorové“ verze, opět je doplněn o již vytvořenou sadu písmen.



Obr. 41 První návrh - písmo jako bludiště



Obr. 42 Druhý návrh - motiv převedený do prostorové podoby

1.4 Film Účastníci zájezdu

Účastníci zájezdu je český film natočený v roce 2006 podle románu Michala Viewegha. Film vypráví o prázdninové cestě autobusem několika náhodných lidí, kteří mají namířeno k jižnímu moři. Během cestování a samotného pobytu u moře na všechny zúčastněné čeklá celá řada absurdních a komických situací. Ve filmu se setkáváme s příběhy vznikajícího přátelství, letních vzplanutí, náhodných setkání či prázdninové vášně. To vše se následně odráží v tomto humorném snímku.



Obr. 43 Účastníci zájezdu, oficiální plakát, 2006



Obr. 44 Účastníci zájezdu, návrh plakátu

Do mého výběru jsem zařadila i některé české filmy. Takové, které snad každý z nás alespoň jednou viděl. Jedním z nich se stal právě film Účastníci zájezdu. Na levé straně je plakát, který zval diváky na tento film do kin. Na první pohled se plakát od již prezentovaných výrazně liší. Pro tentokrát se hlavním motivem stal detail pánských plavek s motivem mořských vln, nikoliv tvář či postava jako tomu bylo u předchozích plakátů. Plakát na mě působí vtipným dojmem, na nic si nehraje a dle mého názoru i vybraný film vcelku vystihuje.

Na protější straně můžete vidět můj návrh plakátu. Snažila jsem se o větší jednoduchost a čistotu. Inspirací se mi opět stala jedna z částí filmu, spojená s dvojicí řidičů autobusu, kteří měli neustálé starosti o plastové podšálky. A tak se věta: „A jestli se ty hnědý podšálky zase postrácej, tak si to budete pít z těch plastovejch, rozpálenejch kelímků. A to se fakt nedá.“ stala inspirací pro můj návrh. Je zde vyobrazen právě plastový kelímek určený pro pití horkých nápojů. Letní atmosféru podporuje brčko a deštník, odkazující na letní osvěžující drinky. Celý plakát je laděn do výrazných hravých barev. Hlavní název filmu je vysázen fontem Lobster a doplňující informace pro změnu fontem Teko.

1.5 Film Vratné lahve

Příběh vypráví o Josefu Tkalounovi, pětadesátiletém učiteli gymnázia. Po konfliktu s žákem se Tkaloun rozhodne ze školy odejít. Nebaví ho ale jen sedět doma a užívat si důchodu. A tak si najde novou práci jako poslíček na kole. Netrvá dlouho a tato práce se mu vymstí. I po zranění, která mu práce přinesla, odmítá opustit život pracujícího a nachází si opět novou práci. Tentokrát ve výkupu lahví v supermarketu. Ze svého okénka má dokonalý přehled o všem co se v okolí děje, může si také povídat se zákazníky a to mu velice vyhovuje. Později je však nahrazen automatickým přijímačem lahví, a z práce tak musí odejít.



Obr. 45 Vratné lahve



Obr. 45 Vratné lahve, návrh plakátu

Vratné lahve je další český film, na jenž jsem se rozhodla vytvořit plakát. Vlevo je předvedena originální verze, navržena Petrem Štěpánem ze Studia Najbrt. Nápis svým nápaditým zaoblením připomíná tvar vratné lahve. Jednoduchý nápad je podpořen výraznou typografií. Líbí se mi, že je hlavní myšlenka filmu vystižena pouze za pomoci písma.

V mém návrhu jsem pracovala s minimem a snažila se vytvořit jednoduchou čistou kompozici. V této práci se nesnažím o vyjádření konkrétní pasáže filmu, nýbrž jen reaguji na samotný název a na celkový děj. V práci jsem použila víčka od vratných lahví. Jelikož se nejčastěji vrací lahve od piva, navazuje na tento motiv i takzvaný "plotek", který zapisuje počet vypitých piv (tento prvek se ve filmu objevuje) a spolu s víčky tak utváří obličej. V názvu filmu je drobným zásahem upraveno písmeno "h", které se touto proměnou utváří do tvaru lahve. Pro textovou část plakátu jsem použila fon Proba Pro v jeho tučném i základním řezu.

1.6 Film The number 23

Walter Sparrow k narozeninám od své ženy dostává tajemnou knihu Číslo 23, která udělá z jeho téměř dokonalého života peklo. Kniha vypráví o záhadné, chladnokrevné vraždě a jakoby se mohlo zdát, že odráží temné stránky Walterova života. Příběh hlavní postavy knihy je plný momentů, které jsou podobné s Walterovu vlastní minulostí. Kniha začíná pracovat a Walter se stává nakaženým děsivou posedlostí číslem 23. Walter vidí číslo úplně všude a ve všem, začíná nabývat dojmu, že je prokletý a bude se muset dopustit zlého činu, stejně jako hlavní postava v románu.



Obr. 46 Oficiální plakát filmu The Number 23
rok 2007

Na obrázku je vyobrazen originální plakát. Bez výjimky se opět na plakátu setkáváme s tváří herce, ta je ale ozvláštněna propočty a texty spojovanými s oným číslem, kterými se hrdina ve filmu zabýval. Fotografie je v černobílém provedení a jako celek působí temným, pochmurným dojmem. Oceňuji, že plakát poměrně dobře vystihuje celkovou atmosféru filmu.

Ve svém návrhu jsem i já pracovala s číslicí 23. V prvotním návrhu jsem použila 23 krát číslo 23, pokaždé v jiném fontu. Číslice jsem poté navzájem překryla a vytvořil se tak jeden celek zajímavý svou navrstveností. Ve druhé variantě poté pracuji s již ručně psanými číslicemi,

princip je totožný. 23 navzájem se překrývaných číslic, přičemž 23. číslice je obsažena právě v názvu filmu. Plakát v návaznosti na děj filmu působí chaotickým dojmem, což bylo také mým záměrem. Čísla nejsou na první pohled dobře rozeznatelná, a tak je divák zprvu v plakátu musí hledat. Od této varianty vznikly i odvozeniny, v nichž je již využita pouze jedna číslice. Na název filmu a jména hlavních postav jsou použity fonty Ubuntu a Orator Std.



Obr. 47 Návrh plakátu, verze 2



Obr. 48 Návrh plakátu, verze 1



Obr. 49 Návrh plakátu, verze 3



Obr. 50 Prvotní návrh

7. ZÁVĚR

Teoretická část práce byla zpracována se záměrem přiblížit čtenáři pojem plakátu, jeho dobový a kulturní kontext a stručně zmapovat historii a vývoj plakátu od počátku kinematografie až do jeho současnosti. V každém období jsou uvedeni významní představitelé a příklady jejich tvorby. Nejkrásnější filmové plakáty se vytvářely v období šedesátých let, za takzvané zlaté éry. Od té doby byl zaznamenán poměrně velký úpadek. V současnosti se filmový plakát ve většině případů nedá považovat za umělecká díla, jako tomu bylo dříve. Plakáty jsou tvořeny se záměrem prodat co nejlépe film a to se jim úspěšně daří v dosavadních podobách.

V praktické části jsem se zaměřila na tvorbu filmových plakátů dle mého osobního výběru. Plakáty jsem se snažila vytvořit trochu odlišným způsobem, než s jakými se setkáváme v současnosti. Výběr filmů byl vytvořen na základě mých sympatií a na ikonických scénách, které by se daly nějakým způsobem odrazit v plakátu. Při navrhování jsem si chtěla vyzkoušet různé umělecké přístupy a vytvořit tak soubor plakátů, který bude zajímavý svou různorodostí. Zpočátku jsem se domnívala, že vytvořit sérii plakátů bude zábava a na několika volných "plátnech" budu moci upustit uzdu své fantazie. Postupem času jsem si ale uvědomila, že tvorba filmového plakátu není vůbec tak snadná záležitost, jako se na první pohled může zdát.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

SYLVESTROVÁ, Marta, ed. Český filmový plakát 20. století. Brno: Moravská galerie, 2004. ISBN 80-7027-125-6.

KROUTVOR, Josef. Poselství ulice: z dějin plakátu a proměn doby. Ilustroval Ota PAJER. Praha: Comet, 1991.

KOLEKTIV AUTORŮ: Flashback, Český a slovenský filmový plakát 1959 – 1989, vydalo Muzeum umění Olomouc, 2004, vydání 1., ISBN: 80-85227-59-2

VLČEK, Tomáš. Současný plakát. 2. přeprac. vyd. Praha: Odeon, 1979. Soudobé české umění.

Plakáty - Obchod Terryho ponožky - filmové plakáty, knihy/časopisy, filmy, hudba, oblečení. Obchod Terryho ponožky - filmové plakáty, knihy/časopisy, filmy, hudba, oblečení [online]. Dostupné z: <http://www.terryhoponozky.cz/plakaty/parametr-4-rok-vzniku-plakatu/136-80-leta>

Česko-Slovenská filmová databáze | ČSFD.cz. Česko-Slovenská filmová databáze | ČSFD.cz [online]. Copyright © New Line Cinema [cit. 11.05.2018]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/>

Plakát jako fenomén - Atlantic, reklamní agentura. Atlantic, reklamní a internetová agentura Třebíč [online]. Dostupné z: <https://www.atlantic.cz/plakat-jako-fenomen/>

Současný filmový plakát | | A2 – neklid na kulturní frontě. A2 – neklid na kulturní frontě [online]. Copyright © 2005 [cit. 11.05.2018]. Dostupné z: <https://www.advojka.cz/archiv/2008/36/soucasny-filmovy-plakat>

Filmový plakát. Filmový plakát [online]. Dostupné z: <http://www.filmovy-plakat.cz/>

Český lev za nejlepší filmový plakát: Kliše mezi kobrou a papouškem - CZECHDESIGN. O českém designu víme vše – CZECHDESIGN [online]. Copyright © CZECHDESIGN 2017 [cit. 11.05.2018]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/cesky-lev-za-nejlepsi-filmovy-plakat-klise-mezi-kobrou-a-papouskem>

Film | Studio Najbrt. Úvodní stránka | Studio Najbrt [online]. Copyright © 2013 Studio Najbrt [cit. 11.05.2018]. Dostupné z: <http://www.najbrt.cz/prace/film>

Český lev - Cena za nejlepší filmový plakát | Kinobox.cz. Filmové recenze, novinky v kinech, české filmy | Kinobox.cz [online]. Copyright © 2009 [cit. 11.05.2018]. Dostupné z: <https://www.kinobox.cz/oceneni/ceskylev/kategorie/plakat>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Knihtisk.....	str. 10
Obr. 2 Litografie.....	str. 10
Obr. 3 Henri de Toulouse-Lautrec, plakát pro Moulin Rouge.....	str. 12
Obr. 4 Henri de Toulouse-Lautrec, plakát May Miltonová.....	str. 12
obr. 5 Gismonda, A. Mucha.....	str. 13
obr. 6 Dívka s Kaméliemi, A. Mucha.....	str. 13
obr. 7 Pivo, A. Mucha.....	str. 13
obr. 8 Cigarety Job, A. Mucha.....	str. 13
Obr. 9 Dobový plakát zvoucí k projekci. Na pozadí můžeme vidět výjev z Pokropeného kro- piče.....	str. 14
Obr. 10 1896, Plakát inzerující Vitascope.....	str. 15
Obr. 11 Bratři Lumièreové.....	str. 15
obr. 12 Dobový reklamní leták na Ponrepův biograf.....	str. 16
Obr. 13 Josef Wenig, Idyla ze staré Prahy r.1918.....	str. 16
Obr. 14 Albert Jonaš, Ryba na suchu ,1942.....	str. 19
Obr. 15 Anonym, Přednosta stanice, 1941.....	str. 19
Obr. 16 Kurážová, Živoj je krásný, 1940.....	str. 19
Obr. 17 Jiří Figer, Anna proletářka, 1952.....	str. 21
Obr. 18 Jiří Figer, Zocelení 1950.....	str. 21
Obr. 19 W. A. Schlosser, Hvězdy, 1960.....	str. 24
Obr. 20 Jiří Balcar, Ostrov, 1962.....	str. 24
Obr. 21 Jan Kubíček, Dva z onoho světa, 1962.....	str. 24
Obr. 22 František Zálešák, Ostře sledované vlaky, 1966.....	str. 25

Obr. 23 Karel Teissig, Šelma na svobodě, 1966.....	str. 25
Obr. 24 Bedřich Dlohý, Růžový panter, 1966.....	str. 25
Obr. 25 Jiří Hilmar, Bláznivý Petříček, 1967.....	str. 25
Obr. 26 Olga Vyleťalová-Poláčková, Něžná, 1970.....	str. 26
Obr. 27 Aleš Najbrt, Pelíšky, 1999.....	str. 29
Obr. 28 Aleš Najbrt, Jedna ruka netleská.....	str. 29
Obr. 29 Aleš Najbrt, Pupendo, 2003.....	str. 29
Obr. 30 Petr Štěpán, Vratné lahve, 2007.....	str. 29
Obr. 31, 32 Lukáš Veverka, Já Olga Hepnarová.....	str. 30
Obr. 33. Karásek a Fišárek, Po strništi bos, 2017.....	str.30
Obr. 34 Oficiální plakát pro film Gran Torino rok 2008.....	str. 33
Obr. 35 Varianta 1.....	str. 34
Obr. 36 Varianta 2 - boční pohled.....	str. 34
Obr. 37 1. příklad plakátu, rok 2017.....	str. 35
Obr. 38 2. příklad plakátu, rok 2017.....	str. 35
Obr. 39 Návrh plakátu pro film Jungle.....	str. 36
Obr. 40 plakát používaný k propagaci filmu.....	str. 37
Obr. 41 První návrh - písmo jako bludiště.....	str. 38
Obr. 42 Druhý návrh - motiv převedený do prostorové podoby.....	str. 38
Obr. 43 Účastníci zájezdu, oficiální plakát, 2006.....	str. 39
Obr. 44 Účastníci zájezdu, návrh plakátu.....	str. 39
Obr. 45 Vratné lahve.....	str. 40
Obr. 46 Oficiální plakát filmu The Number 23 rok 2007.....	str. 41

Obr. 47 Návrh plakátu, verze 2.....	str. 42
Obr. 48 Návrh plakátu, verze 1.....	str. 42
Obr. 49 Návrh plakátu, verze 3.....	str. 42
Obr. 50 Prvotní návrh.....	str. 42