

Autorský kresebný projev v grafickém designu

BcA. Radim Šrámek

Diplomová práce
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav reklamní fotografie a grafiky
akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Radim ŠRÁMEK**
Osobní číslo: **K09299**
Studijní program: **N 8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Grafický design**

Téma práce: **Tradiční a experimentální formy autorské kresby a odvozených technik v grafickém designu a jeho přesazích**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce 40 – 45 stran + přílohy, odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané univerzální předlohy, viz Směrnice rektora UTB č. 14/2010) na 1 ks CD nosiče, dále odevzdat 2 kusy vytištěné elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované práce, která má volnější autorskou podobu.

Teoretická část:

Autorský kresebný projev v grafickém designu.

Praktická část:

Tradiční a experimentální formy autorské kresby a odvozených technik v grafickém designu a jeho přesazích (série plakátů, velkoplošný tisk, ...).

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


Seznam odborné literatury:

doporučené zdroje:

veškeré knihovnické fondy na území ČR, webové stránky vztahující se k tématu, odborné časopisy a další literatura po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí diplomové práce: **doc. PaedDr. Jiří Eliška**
Ústav reklamní fotografie a grafiky
Datum zadání diplomové práce: **1. prosince 2010**
Termín odevzdání diplomové práce: **16. května 2011**

Ve Zlíně dne 1. února 2011


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




doc. MgA. Jaroslav Prokop
ředitel ústavu

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem magisterskou práci na téma „Autorský kresebný projev v grafickém designu“ vypracoval samostatně a s použitím uvedených zdrojů.

Ve Zlíně dne 9.5.2011

ABSTRAKT

Práce se zabývá nejen autorským kresebným projevem v grafickém designu, ale zaměřuje se také na otázky spojené s touto tematikou, jako je vnímání různých přístupů, inspirace, či experiment. Ukazuje diverzitu ve vnímání, nejen mezi autory, ale také mezi diváky.

Klíčová slova: Autorský kresebný styl, plakát jako obraz, paradox volby, kresba a její možnosti, přínos amatérů, názorová diverzita, osobnosti s výrazným autorským projevem, Kidrobot, novodobí vandalové, experiment

ABSTRACT

This work is concerned not only with authorship drawn expression in graphic design but also with focus on questions joined with this topic for example seeing different approaches, inspiration or experiment. It displays diversity in seeing among authors and watcher.

Keywords: Author's drawn style, poster as an image, paradox of choice, possibilities of drawing, amateurs contribution, diversity of opinions, authors with emphatic display, Kidrobot, modern vandals

Děkuji mé rodině za psychickou podporu a vstřícnost. Také děkuji vedoucímu mé teoretické a praktické magisterské práce za rady a připomínky při konzultacích.

Motto: „I cesta může být cíl.“

OBSAH

| | |
|--|-----------|
| ÚVOD | 9 |
| I TEORETICKÁ ČÁST | 10 |
| 1 AUTORSKÝ KRESEBNÝ STYL JAKO VÝHODA ČI PŘEKÁŽKA? | 11 |
| 1.1 DVĚ STRANY, DVĚ RŮZNÉ PRAVDY | 11 |
| 1.2 JSEM PLACEN ZA TO, ŽE JSEM SÁM SEBOU | 12 |
| 1.3 NE VŠECHNO SE DÁ NAUČIT | 15 |
| 2 NÁHODA VS PROMYŠLENÝ KONCEPT | 17 |
| 2.1 PŘÍNOS AMATÉRŮ, ANEB POHLED MALÉHO DÍTĚTE | 18 |
| 3 PLAKÁT JAKO OBRAZ | 20 |
| 3.1 JDE O VÍC NEŽ JEN PŘEDAT INFORMACI | 21 |
| 3.2 UMĚLECKÁ DÍLA ZALEPENÁ OD LEPIDLA | 27 |
| 4 VIZUÁLNÍ A NÁZOVOVÁ DIVERZITA | 29 |
| 4.1 FORMOVÁNÍ PRAVIDEL NENÍ VŠESPÁSNÉ | 29 |
| 5 OSOBNOSTI S VÝRAZNÝM AUTORSKÝM PROJEVEM | 31 |
| 5.1 OSOBNOST – KERRY ROPER ALA „YOU ARE BEAUTIFUL“ | 33 |
| 5.2 OSOBNOST – JAMES VICTORE..... | 38 |
| 5.3 OSOBNOST – DEREK HESS | 43 |
| 5.4 OSOBNOST – DAVID FOLDVARI | 48 |
| 5.5 OSOBNOST – EDUARDO RECIFE | 53 |
| 5.6 OSOBNOST – SI SCOTT..... | 59 |
| 5.7 OSOBNOST – KRZYSZTOF DOMARADZKI ALA KXX | 64 |
| 5.8 OSOBNOST – JOSHUA M. SMITH ALA „HYDRO74“..... | 69 |
| 5.9 STREETARTOVÉ IKONY FAIREY A BANKSY | 75 |
| 5.9.1 OSOBNOST – Shepard Fairey..... | 76 |
| 5.9.2 OSOBNOST – Banksy..... | 81 |
| 6 FAKTORY ROZHODOVÁNÍ A PARADOX VOLBY | 86 |
| 7 KRESBA A JEJÍ MOŽNOSTI DNES | 89 |
| 7.1 KRESBA V PLOŠE | 89 |
| 7.2 KRESBA V ČASE..... | 90 |
| 7.3 KRESBA V PROSTORU, ANEB PŘIDALI JSME DIMENZI | 91 |
| 8 KIDROBOT, ANEB S ČÍM SI HRAJÍ DESIGNÉŘI DNES | 92 |
| 9 NOVODOBÍ VANDALOVÉ VŽDY O NĚCO NAPŘED | 96 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 10 | VYSTŘÍDÁ FACEBOOK PLAKÁTOVACÍ PLOCHY? | 99 |
| II | PRAKTICKÁ ČÁST | 101 |
| 11 | TRADIČNÍ A EXPERIMENTÁLNÍ FORMY AUTORSKÉ KRESBY A ODVOZENÝCH TECHNIK V GRAFICKÉM DESIGNU A JEHO PŘESAŽÍCH..... | 102 |
| | ZÁVĚR | 114 |
| | SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY | 117 |

ÚVOD

Existuje celá řada publikací o grafickém designu a přidružených oborech, jež nám přináší překrásné vizuální zážitky v podobě děl stále nových a nových autorů. V tomto kontextu ale trochu postrádám nějaké zamýšlení se nad otázkami, jež samotná zobrazovaná díla vyvolávají. Kam směřují vývoj, jestli a jak by mohla do budoucna ovlivnit scénu atd. Většina publikací totiž jenom konstatuje „historická“ fakta, ale nepouští se do hypotetických úvah, či hledání různých spojitostí nebo propojení, jež by mohly být i svými nereálnými hypotézami vést k zajímavým diskuzím nebo činům.

V úvodu se zmiňuji o autorském kresebném stylu a pokládám si otázku, jestli je výhodou, či překážkou pro samotného autora. Beru v úvahu názory obou stran, jež se snažím dávat na misky pomyslných vah a zároveň připojuji vlastní pohled na tuto věc.

Dále se zabývám tématy, jako je diverzita ve vnímání, či pohled na plakát jako na obraz nebo umělecké dílo. Střední část je věnována velkému množství zajímavých osobností, jež jsou s tématem autorského kresebného projevu dosti úzce spjaty. Pozornost věnuji také samotnému procesu tvorby, kdy se zaměřuji na paradoxy volby, či promyšlený koncept. Neopomenu ani možnosti využití kresby nebo volnočasovou zábavu designérů. Závěrem se zabývám novými technologickými možnostmi, či fenoménem jménem Facebook, kde se zamýšlím nad jeho vlivem na reklamu a vizuální prezentaci.

V praktické části se věnuji různým experimentálním kresebným formám, které techniku starých mistrů obohacují, či nějakým způsobem dále rozvíjí. Zabývám se zde možnostmi formy a technickými experimenty. Popisuji různé možnosti modifikace autorova tahu, či experimentální řešení.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 AUTORSKÝ KRESEBNÝ STYL JAKO VÝHODA ČI PŘEKÁŽKA?

Pokud se podíváme na současnou produkci grafického designu, určitě v ní najdeme mnoho osobností, jež se vymaňují z šedého mainstreamu, či masy designérů ovlivňovaných vlnami trendů a módních výstřelků. Tito designéři nezakládají svou tvorbu na ničem jiném, než na vlastním, pevně ukotveném autorském projevu, který si dlouhou dobu budovali a jež u mnohých prochází zajímavým vývojem a změnami. Právě kresebný projev je jejich největší zbraní, díky níž se mohou nezaměnitelně projevat ve své tvorbě. O kresbě samotné a jejích obrovských možnostech se budu zabývat v samostatné kapitole, a proto se zde budu držet hlavně tématu samotného autorství. Nesporným faktem je, že otázek, debat a diskuzí ohledně autorského projevu v reklamě či grafickém designu už bylo nespočet. Výsledky těchto debat jsou ale různé, stejně tak jako názory účastníků takových diskusí. Dalo by se říct, že absolutní pravdy se nikdy nedobereme a samotné prahnutí po takovém rozseknutí velmi široké diskuze, by podle mne ani nic neřešilo. Jde o otázku vkusu a subjektivních názorů.

1.1 Dvě strany, dvě různé pravdy

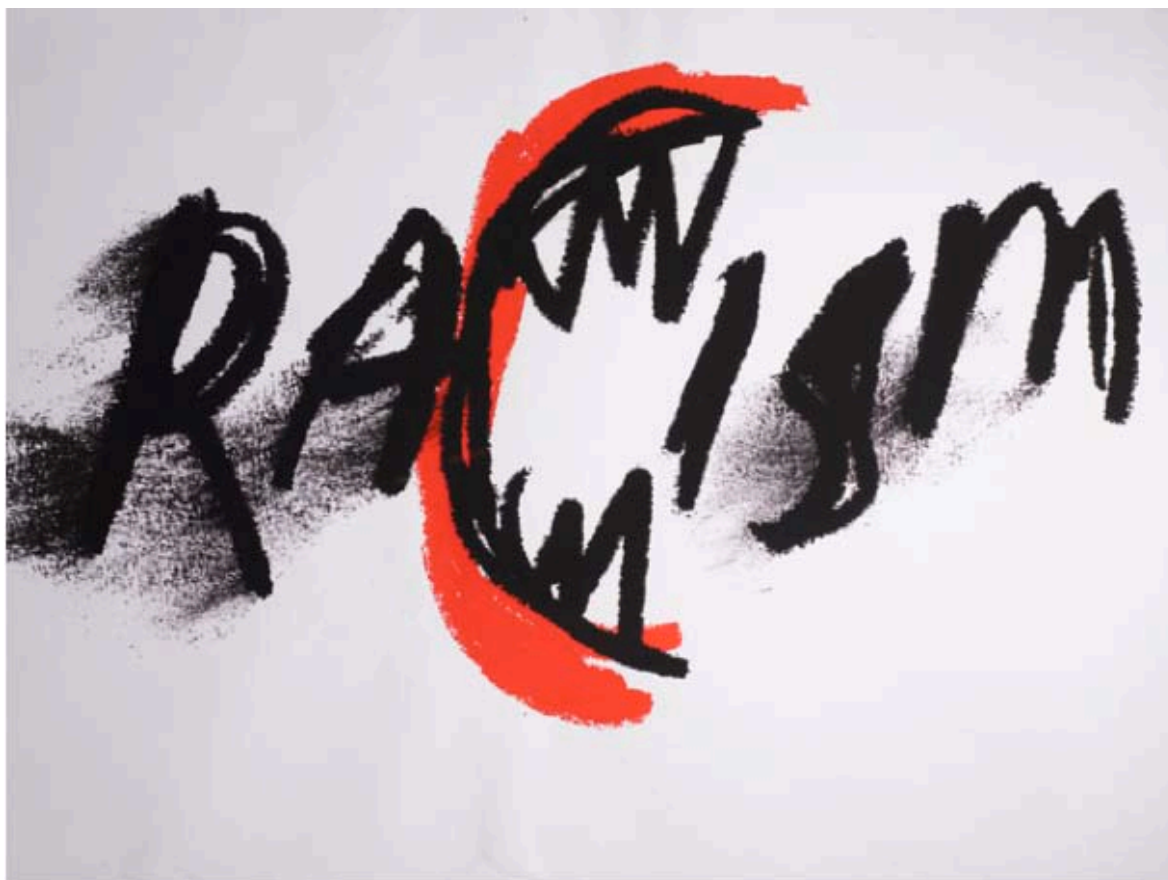
V debatách o autorském stylu, jak jsem již předeslal, se zainteresovaná společnost dělí na dva „tábory“. Jedna strana se k autorským projevům v reklamě a grafickém designu staví kladně, druhá nezdolně oponuje a chrlí jeden argument za druhým, proč by právě jejich pravda měla být ta pravá. Pokud bych měl pro příklad simulovat některou z podobných debat, bylo by to asi na delší povídání, a proto se pokusím vyzvednout ty nejzajímavější, či podle mě nejvíce se opakující argumenty nebo názory. Mnoho lidí vidí grafický design a postavení grafického designéra jako člověka, který udělá, či by měl udělat cokoli, o co si zákazník řekne. Stejně jako třeba holič, u kterého si zaplatíte stříh na hřiba a on díky svým řemeslným zkušenostem a znalostem jenom udělá to, co se od něj žádá. Skupina lidí zastávající názor, že autorské projevy do reklamy nepatří, argumentují tím, že náš zákazník je náš pán, a že mu musí být ve všem vyhověno. Reklamu či grafický design tedy vidí hlavně jako nějakou spotřební věc, kde je na prvním místě spokojenost zákazníka a věci další mají důležitost nižší úrovně. Proto vyčítají grafickým výstupům se silným autorským projevem jejich tvrdohlavost a nepřizpůsobivost ve vztahu k řešení určitých úkolů. Říkají, že na autorské projevy je tu volné umění a ne grafický design či reklama. Toto je jedna z otázek, jež je jedním z ostří těchto debat. Designéři s kresebným autorským projevem se ve své tvorbě

realizují a dávají do ní něco více než to, že by tvořily podle příkazů z hora jako mašiny na design. Zde jde o cestu, vývoj, dalo by se skoro říct, že jde o takové provazochodectví či balancování na hraně mezi volným uměním a reklamou, mezi svobodou a konzumem. Lidé s kresebným autorským projevem nemění svůj vizuální jazyk jako ponožky, ale nechávají do své práce promlouvat sami sebe. To je ale voda na mlýn druhé strany, jež hlasitě prohlašuje, že přece není možné dělat všechno jedním stylem. To může být do jisté míry pravda, ale každá mince má dvě strany a široká plejáda skvělých umělců, jež pracují v řadách kreativních světových agentur, je toho důkazem. Určitým faktem je, že grafický designér, který se výrazně vizuálně profiluje vůči většině a je tudíž jakýmsi samorostem v říši mechů a lišejníků, počítá s tím, že si svým počínáním kolem sebe vytváří určitý prostor. Troufám si tvrdit i z vlastní zkušenosti, že tak tito lidé jednají záměrně. Jde o jakési záměrné ohraničování si prostředí, ve kterém se nám bude „dobře žít“. Tím chci říct, že si svým vizuálním projevem záměrně některé dveře zavíráme a jiné zase pootevíráme. Pokud tedy naší přirozeností bude kreslit jako některý z německých expresionistů a bude nám to vyhovovat a uspokojovat nás to, musíme počítat s tím, že si tímto autorským stylem některé dveře k zakázkám určitého typu otevřeme, ale jiné zase nadobro zavřeme. Takový člověk už asi nikdy v životě nedostane nabídku na grafiku pro obal na dětské hračky či lak na nehty, zato se ale může podílet na projektech, jež budou jeho naturelu vyhovovat více. Mnoho designérů se totiž při práci realizuje a usiluje o něco víc, než jen o to zacpat klientovi ústa tím, o co si žádá a shrábnout peníze. Pro mnoho takových autorů je jejich autorský projev promítnutý do reklamní či designérské činnosti ryze osobní záležitostí, kdy práci spojili se svými uměleckými ambicemi. Vizuální hodnota a vlastní spokojenost s vytvořeným dílem je pak pro tyto lidi dosti důležitá. Omezení plynoucí z autorského projevu tedy v žádném případě neodmítám, ale existují i takoví, jež i přes silný autorský projev nemají problém pokrýt velmi široké spektrum zakázek, jejichž zpracování v daném stylu by se na první pohled mohlo zdát spíše šílenstvím.

1.2 Jsem placen za to, že jsem sám sebou

Výrok podobného charakteru by v kontextu autorského projevu v grafickém designu mohl být brán jako mírná provokace příznivců designu, jež o autorských projevech nechtějí ani slyšet. Na druhou stranu by si tento výrok určitě nechal zarámovat nad svůj pracovní stůl nejen jeden grafický designér, jež si do svého autorského vizuálního projevu či své

práce obecně nechá od okolí mluvit o něco méně než ostatní. V mnoha případech se člověk s výrazným kresebným autorským projevem bojující na poli reklamy a grafického designu může setkat s nepochopením nebo nedoceněním svého snažení a úsilí. Mnohdy pak kariéra takových lidí může vypadat jako boj jednoho osamělého jezdce s větrnými mlýny. Jsou zde ale naštěstí také zástupci, jejichž kresebný autorský projev oslovil ve správnou chvíli správné lidi a vše pak šlo už téměř samo. Mám na mysli ty úspěšné, jež na svém autorském projevu postavili kariéru a o zakázky i prestiž již nouze nemají. Tito designéři už pak dostávají nabídky sami na základě toho, že se někomu jejich styl líbí a chtějí ho pro propagaci svých idejí či produktů. Z úspěchu těchto lidí nelze vyvozovat nějaká pravidla, že pokud si budete trvat na svém až do roztrhání těla, tak se váš „sen“ splní, ale jde spíše o ilustrativní uvedení faktu, že obě cesty jsou průchozí a záleží na každém, kterým směrem se vydá nebo který podpoří. Pro ilustraci zde uvedu pár ukázek prací, jež jsou příkladem příběhu, který jsem právě popsal.



Obr. 1. James Victore: plakát Racism

Je asi jen málo lidí zabývajících se grafickým designem, kteří aspoň jednou nezahlédli tento plakát. Jde o plakát Jamese Victora, jednoho z nejvýraznějších autorů s velmi silným rukopisem či autorským stylem působícím na scéně grafického designu. K samotnému plakátu není co dodat. Nemusíte být žádný odporník přes umění, aby na vás tento plakát udělal silný dojem. Samotným autorům, jejich technikám a tvorbě se budu věnovat v samostatných kapitolách, a proto zde jen nabídnu malou ochutnávku toho, jak se výrazný autorský styl může velmi dobře uplatnit v grafickém designu. Ve zmiňovaných medailoncích o autorech budete moci vidět, že tento plakát není jen osamělým výstřelkem nebo nějakým náhodným žertem, ale že velmi dobře zapadá do celkové koncepce Victorovy tvorby.



Obr. 2. David Foldvari: ilustrace

Další ukázka pochází z dílny Davida Foldvariho, jehož kompozice s kresbami, jak samostatných charakterů, tak skupinových skrumáží, vyvedené v typické černobílé barevnosti se těší stále větší oblibě a plní stránky stále více knih o grafickém designu či ilustrací. Také jeho autorský projev je dosti působivý a velmi dobře jde vidět vývoj jeho projevu, jež bude také jedním ze zajímavých témat jeho „medailonku“.





Obr. 3. – 6. Si Scott: ilustrace

Jako poslední názornou ukázkou použiji díla autora, jehož práce se v posledních pár letech velmi často objevovaly před očima nadšenců z řad grafického designu. Jde o díla Si Scotta, jehož detailně dekorativní styl si získal mnoho příznivců i v řadách profesionálních designérů. Veškeré plakáty kreslené ručně už vyžadují jistou ruku a nutnou dávku trpělivosti. Návrat k tradičním a nejobyčejnějším technikám kresby tužkou je v dnešním světě plném podbízivých barevných přechodů a všemožných odlesků velmi příjemným kontrastem.

1.3 Ne všechno se dá naučit

Autorský styl nebo rukopis je nejen výsledný vizuální projev díla konkrétního člověka, ale je to také přístup, postup a pohled na věc. Nikdo nenakreslí stejnou věc jako vy, stejně tak jako vy nenakreslíte úplně stejnou věc jako někdo jiný. Pokud bude dvacet designérů dělat na plakátu s jedním stejným tématem, povinným motivem a budou muset použít všichni stejná média k realizaci, vždy bude výsledkem dvacet různých plakátů. Tento dar je právě v dílech autorů využívajících kresbu ve své tvorbě jako jeden z hlavních vyjadřovacích prostředků velmi dobře využít. Ve škole se můžete naučit skvěle stínovat a kreslit perfektní anatomii, ale autorská styl, jež může silně působit, vás nikdo naučit nemůže. Tady totiž nejde o technickou zdatnost, ale o cit a instinkt. Musíte si najít své vlastní já ve vašem vizuálním projevu a ztotožnit se s ním. Dobře si pamatuji ještě ze střední školy hodiny kresby, kde bylo vidět, kdo se v kresbě našel a kdo ne. Plno lidí to vůbec nebavilo a jenom tam tak něco čmárali, aby se neřeklo. Někoho to třeba „chytlo“ až po pár letech,

když si našel tu svou cestu. Každý designér má samozřejmě jiné přednosti a kvality, a proto není možné, aby všichni šli jednou cestou. Myslím si ale, že grafický design propojený s autorskou kresbou v sobě skrývá velkou sílu, jakou v projevech ryze počítačových, chladných a někdy až příliš sterilních můžeme postrádat. Autorský styl je „vlastní přirozenost“, instinkt čerpající svou sílu ze života autora. Je různě formován, ovlivňován a vyvíjí se. Samotný vývoj autorského projevu je velmi zajímavý. To, co se nám líbilo před pěti lety, nás dnes nechává chladnými a to, co se nám zdálo směšné, dnes s nadšením obdivujeme. To vše má vliv na náš autorský projev, aniž si to mnohdy vůbec uvědomujeme. Závěrem bych ještě citoval slova Davida Carsona, doplněná komentářem Aleše Najbrta, jež se mi zdají pro toto téma velmi příznačná, i když sám Carson není kreslířem. Přesto je ale asi největším průkopníkem autorského stylu v grafickém designu vůbec.

*„Věc musí být silná, aby tě zaujala. Jako když na koncertě nebo na divadle do toho zpěvák nebo herec dá všechno. A ty to vnímáš a uvěříš mu, protože on sám je o tom přesvědčen a opírá se do toho absolutně. David Carson v knize *The End of Print* říká: „Když do toho nedáš sebe, bude to umrtvující a nudné. To, že to mnoho designérů nedělá je důvod, proč je na světě tolik nudných designů a znuděných designérů.“ Souhlasím, naplnit takovou práci emocí a vtisknout jí myšlenku, to je naprosto zásadní. Protože cíl je stále nějakým způsobem vytvářet umělecké dílo.“¹*

2 NÁHODA VS PROMYŠLENÝ KONCEPT

Náhoda v grafickém designu? Vše je přece do poslední čárky promyšleno, nebo ne? Přesné umístění prvků do formátu, jež byl rozčleněn množstvím linek, známe už z doby dávno minulé. Tuším, že se jí říkalo středověk. Texty vepisované do dvou sloupců na jedné stránce. Mniši ručně opisující náboženské texty si nemohli dovolit udělat ani čárku mimo vyznačená místa. V mnohem pozdějších dobách tomu bylo také dosti podobně s rozdílem pár set let vývoje. Rozložení prvků na plakátech či jiných tiskovinách bylo podřízeno přesným pravidlům, jejichž základem byla pravoúhlá mřížka. Nemohli jste si „dávat co jste chtěli, kam jste chtěli“. Vše muselo být přesně zarovnáno a složitě vykonstruováno. Designéři z toho byli zprvu velmi nadšeni, jak skvěle konstrukčně vystavěné kompozice vytvářejí. Po určité době ale zjistili, že je pravoúhlá síť omezující. Vytvářet kompozici bez přesného geometricky vykonstruovaného podkladu bylo ale velkým prohřeškem, a tak někteří designéři začali tuto omezující techniku obcházet tím, že si nejdříve rozmístili jednotlivé části obrazu včetně písma tak, jak to lahodilo jejich oku a mřížku, která měla být základem vystavění samotné kompozice, dokreslili dodatečně. Šlo o postupy jak se co dělá a jak se co má „správně“ dělat. V dnešní době by se dalo určitě zformulovat nějaké obecné znění postupu, jak grafičtí designéři postupují, nebo by podle většiny měli správně postupovat při své práci. Samozřejmě, že každý si přidá do tvůrčího procesu své, ale jde mi o vystižení nějaké obecně uznávané vize správného postupu. Tradiční postup je při zadání zahájen skicováním, které nás potom posouvá dále. Po vytvoření skicy, jež má parametry, které jsme si představovali, přistoupíme k její lepší vizualizaci. Začneme se zabývat technickými věcmi a detaily. Návrh z papíru putuje do počítače, kde dostává digitální podobu. Vybereme barvu, typ písma a po schválení klientem začneme s finalizací návrhu, který klient odsouhlasil. Dalo by se říct, že je naše vize v průběhu procesu soustředěná jedním směrem, a to k cíli, za kterým si jdeme. Vše, co jde jinak, než jsme si dopředu naplánovali, nás maximálně rozzuří a dále tomu nevěnujeme pozornost. Máme totiž už docela jasnou vizi o finální podobě a k jejímu dosažení se nenecháme ničím rozptylovat. Žádná náhoda, všechno jde krok za krokem tak dobře, že ani nevnímáme, co bychom možná mohli. Věci, které nás, jak už jsem zmiňoval, dokážou maximálně naštvat, či nás jenom zdržují od práce. Rozlitá tuš, v tiskárně zase došla barva, při otevření dokumentu se zobrazil jiný font. Nechtě si při práci posunu vrstvu, překlíknu se a použiji jiný efekt nebo vložím fotku, která tam nepatří. Mohl bych pokračovat asi ještě dost dlouho, ale myslím si, že pro ilustraci toho, co mám na

mysli, to stačí. Tyto věci nás asi většinou naštvou. Vše to ale vzápětí zachrání tlačítko zpět nebo papírové ubrousky. Náhodné akce, které si nenaplánujeme, ale spíše si ani nepřejeme, aby se staly, nám mohou ukázat cesty, ke kterým bychom sami nikdy ani nedošli. Tím, že jim vůbec nevěnujeme pozornost či nedáme prostor k jejich rozvinutí, možná o něco přicházíme. Známý grafik eBoy říká: „*Když uděláte chybu, vaše dílo tím získá punc jedinečnosti. Hledejte hodnoty také mimo vyšlapaný chodníček.*“² Pokud se naučíme tyto nečekané náhody či nehody vnímat a obrátit je ve svůj prospěch, můžeme vytvářet díla, jejichž produkce bychom bez spolupráce náhody nebyli nikdy schopni. Později zjistíme, že je lepší mít oči otevřené a hned nezavrhovat něco, co není přesně podle našeho plánu. Jít náhodě naproti nebo vědět, kde ji hledat, ať už ve fázi skicování, kreslení finálních návrhů či při úpravě v počítačových softwarech, nám může dosti ulehčit život. Potom už obezřetněji používáme tlačítko zpět, když se něco „vyvrbí“ jinak, než jsme chtěli. Nepředáváme obě otěže zcela do rukou náhody, ale jednu jí na chvíli půjčíte a pak si ji zase vezmeme zpátky.

2.1 Přínos amatérů, aneb pohled malého dítěte

Grafičtí designéři většinou pracují v systémové hierarchii, kdy na jejich práci dohlíží artdirectoři či jiní kreativní ředitelé. Většinou je to tak, že čím zkušenější člověk je, tím méně „manuální“ práce odvede, ale o to více se podílí na rozvíjení myšlenek a konceptů. Realizaci pak už přenechává juniorům, jimiž jsou podle amerického stylu designéři nováčci, tak zvaní junior designers. Ti svou práci začínají u DTP, než se prosadí o stupínek výše. Systém fungování je založen na supervizích, kdy každý supervizor dohlíží, kontroluje a zodpovídá za práci a chod svého úseku. Tyto systémy, které byly v USA mnohem lépe rozvinuty než u nás a jimž se postupně teprve učíme od firem ze zámoří, mohou být názorně ilustrovány třeba na fungování nám dobře známého MC Donalds. Kontrola a dohled. Podobně je tomu třeba v mateřských školkách, kdy paní učitelky jsou v pozici jakýchsi supervizorů a hlídají děti, když si hrají. Hlídají je proto, aby si náhodou neublížily a také proto, aby si děti hrály tak, jak mají a s hračkami nedělaly to, co se s nimi dělat nemá. Co se ale stane, když malé dítě nehlídáte, zapomenete na něj a necháte ho někde o samotě? Kromě nepříjemných scénářů se může stát to, že si s hračkami, které jste mu dali, bude hrát tak trochu jinak než by si mělo. Utržená nožička panenky naplněná kostkami Lega či korba nákladáku jako domeček pro dinosaury. Dítě jste nehlídali, nemělo žádný dozor, nikdo ho

neplácal přes prsty a neříkal mu, že se to nedělá. Děti jsou v mnoha věcech vynalézavé, protože ještě nevidí bariéry, hranice a nemají zábrany. Amatérští designéři jsou na tom v některých případech dosti podobně. Stejně jako amatéři, či nově přichozí do jakýchkoli oborů, jež nemají pohled „cenzurovaný“ optikou profesionální deformace. Nevidí svět našima očima, kdy se díky profesní deformaci nedokážeme oprostít od všech zkušeností a znalostí, či všeobecných konvencí a pravidel oboru, ať už psaných, či nikoliv. V mnoha případech je pak práce takových lidí profesionálům pro smích, jež se většinou baví nad neznalostí amatéra a jeho šílenými postupy, či pohledy na věc. Dosti často nic jiného ani dělat nejde. Shledávám zde ale určitý prostor pro inspiraci profesionálů, právě těmito naprosto ničím nezkaženými pohledy téměř dětských očí. V začátcích se může amatér zabývat úplnou banalitou, hloupostí, nad níž by nikoho z profesionálů ani v žertu nenapadlo uvažovat vážně, nejen třeba díky samotné absurditě věci, ale z mnoha jiných důvodů. Díky soustředěnému a ničím nesvázanému chování a přístupu může z totální banality vzejít něco zajímavého. Něco, co má určitý potenciál, který ale samotný amatér třeba vůbec nezpozoruje a soustředí se úplně na něco jiného. Samotná zajímavost, kterou on ani nevidí, může být třeba i vedlejším produktem jeho snažení, jež ho ale vůbec nezajímá. Svým snažením ale může také dojít k řešení, pohledu či přístupu, jehož kvalita může být svou novostí i pro samotné profesionály zajímavá, nebo se stane trnem v oku některých z nich a postupem času získá na svou stranu i nějaké stoupence z řad profesionálních designérů. Závěrem bych ještě citoval slova Sarah Jonesové, což je grafická designérka, která má velmi výrazný, experimentální a s kresbou provázaný vizuální projev, jež je v praxi ceněn pro svou hravost a přirozenost. Sarah o náhodách v pracovním procesu říká toto: „*Úžasné náhody. Nejlepší věci se mi podaří vždy, když se snažím o něco jiného. Postrčí vás tam, kam byste se sami nedostali. Vidět krásu v banalitě, to je úkol, který si často kladu a který mě inspiruje.*“³

3 PLAKÁT JAKO OBRAZ

Mnohokrát se mi stalo, že jsem narazil na plakát, jež nebyl jen nějakým informačním kusem papíru s texty, jejichž velikost byla určena důležitostí a vše ostatní šlo stranou. Byly to plakáty, které vypadaly jako obrazy. Dalo se na ně dívat dosti dlouho a užívat si tu perfektní vyváženost a hru, ve které musel autor hrát i s nutným zlem, tedy s informacemi, které byl nucen předat. Termín nutné zlo je dosti nadsazený, ale mám tím na mysli textový obsah plakátu, při jehož skloubení s obrazem si někdy stihneme okousat všechny nehty na ruku a vyškubnout pár vlasů. Pro některé grafické designéry, o jejichž tvorbě bude za chvíli řeč to ale zase až tak velký problém není, protože to při pohledu na jejich plakáty vypadá jako hračka. Velice jednoduché, to dáš sem, to tam a je to. Tito designéři totiž tvoří plakáty jako „obrazy“. Nic zde není navíc, kompozice, barva i výraz nesou podezřele podobné atributy, jaké mají obrazy. U mnohých se i text stává součástí obrazu. Někteří autoři neberou písmo jako něco, co by mělo činit, nebo se od zbytku plakátu oddělovat. Všechny elementy se smísí dohromady a výsledkem je plakát, jež působí jako obraz. Stále mi na mysl přichází jméno Alfonse Muchy, jež je takovým typickým představitelem tohoto formování plakátu. Mucha byl samozřejmě fenoménem nejen své doby, ale ukázal velmi zajímavou cestu, jejíž oprášení i v moderní době počítačů nemá problém konkurovat formování plakátů současníků. Na těchto třech Muchových plakátech jde krásně vidět formování plakátu, jež působí jako obraz. Písmo a hlavní motivy se nepřebíjí, ale doplňují se.



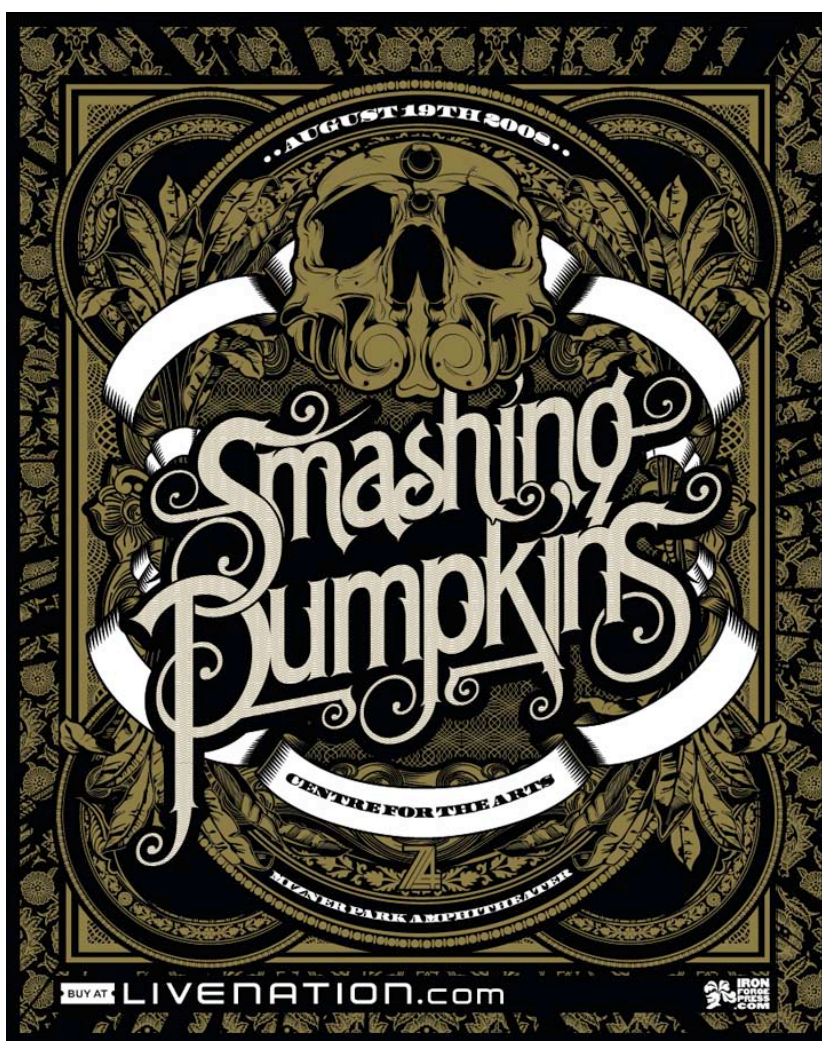
Obr. 7. – 9. Alfons Mucha: cigaretová reklama JOB a divadelní plakáty Gismonda a Medee

V plakátu na cigaretové papírky firmy JOB je písmo částečně tušeno a nenásilně se stává součástí pozadí. Vše je drženo v jednom charakteru, jak písmo, tak kresba, což dodává celému plakátu jednotný vzhled a obrazového ducha. Někdo by si mohl říct, to bylo v době, kdy ještě pořádně nevěděli, co je to reklama, neměli počítače a asi měli hodně času. V některých ukázkách ale uvidíte, že i za použití nových médií, počítačů, tabletů a dalších vymožeností někteří autoři tvoří plakáty, jež svou precizností a obrazovým vzhledem stále nesou odkaz, jenž Mucha v plakátové tvorbě kdysi zanechal. Ve dvou dalších divadelních plakátech zase můžeme vidět kromě stejně kvalitní symbiózy písma a precizní kresby také atypický formát, který je pro Muchovy plakáty pro změnu typický. Práce s plakátovým prostorem je jako na obraze. Stabilní ukotvení, vzdušnost, jež do plakátů dostává volnými plochami a kompozice, kde každý element vyvažuje určité místo na plakátu, jako v obraze. Mucha byl jen jedním z autorů dob minulých, na jehož velkém díle jsem chtěl ilustrovat skvělé skloubení uměleckého provedení pro komerční účely. V další části textu se kromě jiného zaměřím hlavně na několik ukázek z děl současných grafických designérů, jejichž plakáty jsou rovněž velmi inspirativní, zajímavé a založené rovněž na kresleném projevu, k němuž využívají nejen počítačových softwarů, ale i tradičních technik.

3.1 Jde o víc než jen předat informaci

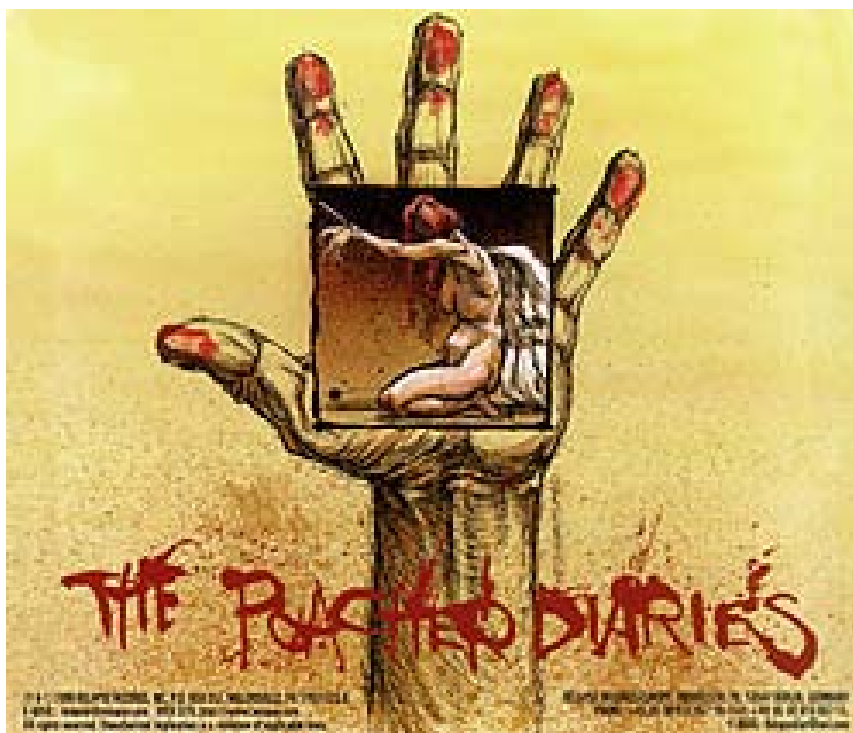
Plakát musí být jasný, srozumitelný a hlavně dobře čitelný, To je jedna z mnoha zásad, jež si všichni v oboru navzájem připomínají, aby to náhodou někdo nezapomněl. O tom, že plakát může mít ale i jiné ambice, než pouze výše zmíněné, se ale nikde moc nemluví. O estetických hodnotách plakátů se samozřejmě mluví až dost, ale o tom, co dělá plakát téměř obrazem, ne. Dosti časté jsou v posledních letech debaty stojící na oblíbeném slovíčku „koncept“, jehož důležitosti je mnohdy přikládána až možná příliš velká váha na úkor vizuálního ztvárnění samotného plakátu. Myšlenku, kterou plakát nese, můžete promyslet do detailu, vizuální hodnoty, jež z něj ale dělají zrakem uchopitelnou formu jen do jisté míry. Je zde určitý prostor (v tvorbě plakátu) kdy se stáváte „malířem obrazu“, pokud na tuto hru přistoupíte. Samozřejmě, že po dokončení nebudete celí od barev se špínou za nehty, ale budete přinejmenším ozářeni sálavým teplem vašeho monitoru. Někteří grafičtí designéři na tuto hru přistoupili a tvoří plakáty, které kromě informací předávají také něco navíc, vizuální zážitek. Nejde jim o to, jestli to po nich někdo chce nebo ne, oni tak pracují. Velkou výhodou grafických designérů, jež tvoří plakáty, je velmi široká paleta možností.

Malíř používá k vytvoření svého díla určitý druh barev a dalších materiálů, jimiž vytvoří finální obraz. Kreslíř zase používá jiné techniky, jež jsou od malířových odlišné. Umělecký fotograf používá zase fotoaparát, díky jehož technickým možnostem má také určitým způsobem vymezené hranice. Grafický designér, ač si to mnohdy ani neuvědomuje, může využívat ke své tvorbě všechny výše zmíněné techniky a ještě mnohem více. Rozdíl je, že k samotné obrazové informaci přidává ještě text, jenž celý „obraz“ doplňuje. Díky digitalizaci všeho možného máme prakticky neomezené možnosti technik, materiálů či vstupních dat, jež můžeme do plakátu dostat nebo použít k jeho vytvoření. Lze tak lehce využít softwary k simulaci konkrétních technik, nebo je vytvořit reálně a v počítači upravit. Potom už jenom záleží na grafickém designérovi, jestli s arsenálem všech nej vymožeností vytvoří digitální obraz, jehož hodnoty ocení i ostatní.



Obr. 10. Joshua M. Smith ala „HYDRO74“: plakát Smashing Pumpkins

Na předchozí stránce jsem uvedl ukázkou plakátu autora, který si říká HYDRO 74. Tento plakát pro skupinu Smashing Pumpkins je jedním z příkladů plakátové vizuality obrazu, jež mám na mysli. Plakát je propracován do detailů s mistrovskou precizností. Kreslené motivy se prolínají celým plakátem. Hlavní titul kresleného písma, jež je převedeno do vektorových tvarů, rovněž velmi vkusně a ladně propojuje plakátový prostor s kreslenými motivy. Jemně propracované detaily střídají větší jednobarevné plochy. Centrální kompozice s půlkruhy v rozích působí velmi stabilně a navozuje až sakrálně perfekcionalistickou atmosféru s jakoby architekturním schématem půdorysu. Tento plakát není rozhodně jenom nositelem pár informací, ale poskytuje zajímavý vizuální zážitek.



Obr. 11. Derek Hess: plakát *The Pacher Diaries*

Dalším příkladem je plakát *The Pacher Diaries* pro hudební skupinu Converge. Lehce morbidní motiv představuje mistrovský kreslířský projev Dereka Hesse. Žádné počítačové efekty, ale ryzí syrová a velmi kvalitní kresba je hlavním vizuálním projevem utvářejícím tento plakát. Písmo stylově koresponduje s celou formou plakátu. Barevnost omezená na pár barev umocňuje výraz. Kompozice kresby s písmem vytváří centrální pyramidovou kompozici, jež soustřeďuje první pohled diváka přímo do čtverce v dlani.



Obr. 12. Krzysztof Domaradzki ala „Kxx“: plakát

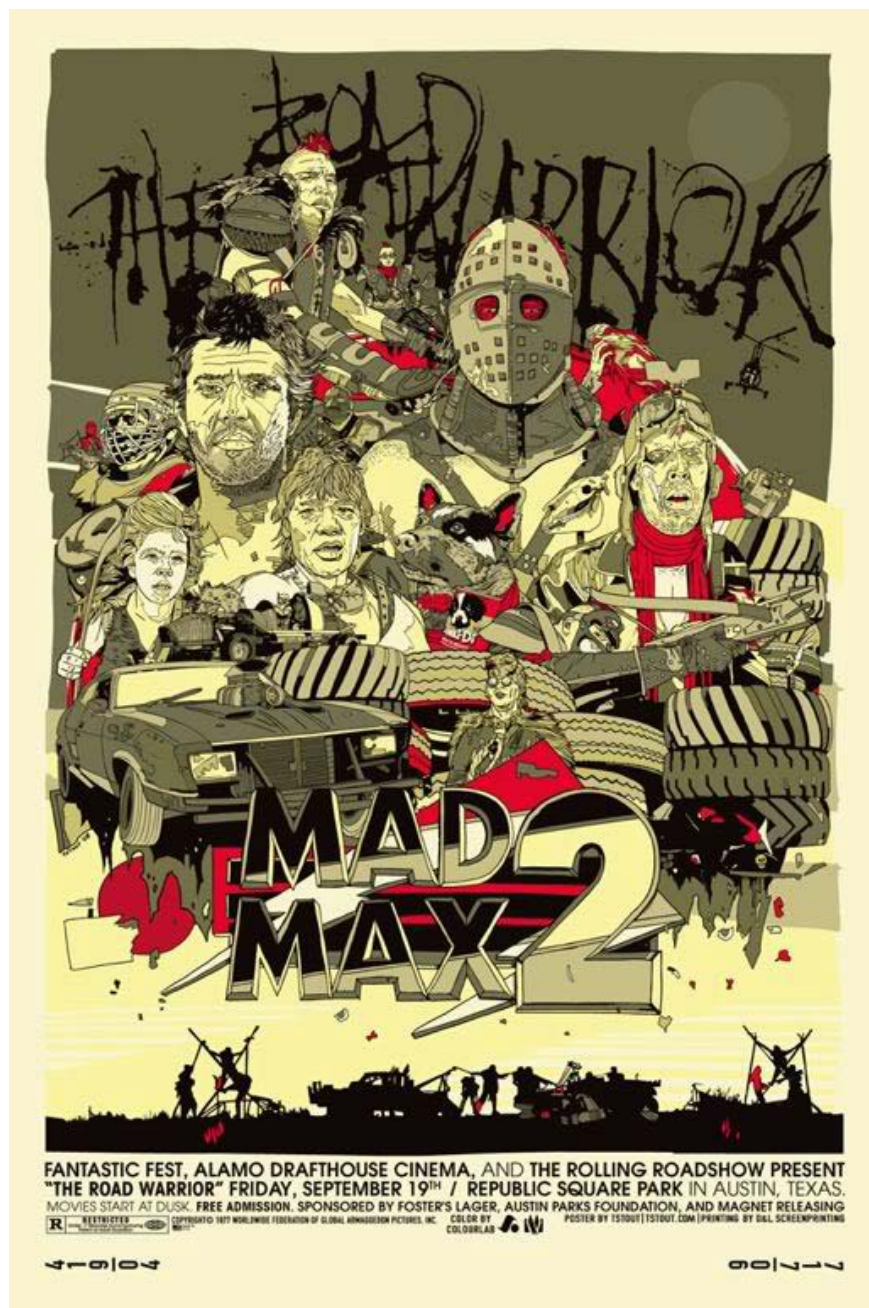
Plakát na předchozí stránce pochází z dílny Studia KKKX. Při pohledu na tento plakát si ani neuvědomuji jeho komerční zaměření a dívám se na něj jako na obraz, jež na mě působí barvou, kompozicí i kresbou. Produkt PlayStation zde není lidem vnucován přes celou plochu plakátu, jak se to dost často dělá, ale je skromně umístěn v jeho dolní části. Hlavní „tahač“ pohledu je ale o něco výše v mystických motivech čínských draků vystupujících z temnoty. Velmi zajímavá barevná kombinace pouze dvou barev rozehrává v horní polovině plakátu zajímavou hru. Volný prostor ve spodní části plakát odlehčuje a pohled směřuje nahoru. Kresba motivy v detailech jakoby rozpouští do prostoru malými „kudrlinkami“, jež z draků vycházejí. Fotka meditujícího hráče a asijské architektury celý plakát, založený hlavně na kresbě, nijak neruší.



Obr. 13. Shepard Fairey ala „OBEY“: plakáty Propaganda

Shepard Fairey, ala OBEY je autorem těchto protiválečných plakátů. „Dělejte umění ne válku.“ Jasně poselství stylizované do budovatelského stylu kresby je vizuálně velmi silné. Červené pruhy sbíhající se do jednoho bodu soustřeďují pozornost k různým, jež ční z hlavní kulometů. Jednoduchost a vyváženost s precizním provedením, jež je jakýmsi mixem budovatelské kresby se street artovým stencilem, jež je pro Faireyho typický. Druhý plakát je více graficky stylizovaný, jeho vizuální hodnota však vůbec nepokulhává. Členě-

ním prostoru na plakátu připomíná nějakou hrací kartu, kresebným charakterem pak lehce odkazuje k secesnímu dekoru, jež je v kontextu se street artem a protiválečným sloganem ve vtípném kontrastu. Stylizované růže se opakují i zde. Znamé logo OBEY je výrazně umístěno pod motivem tváře. Silné vizuální hodnoty takových plakátů velmi lehce strhnou naši pozornost k vnímání hlavně obrazových elementů plakátu tak, jak se díváme na obrazy. Jedním z dalších příkladů je také tento redesign plakátu k filmu Mad Max 2 pochází od Jeffa Proctora.



Obr. 14. Jeff Proctor: plakát MAD MAX 2

Pokud porovnáme tyto plakáty s tím, co někdy vidíme na ulici, určitě si řekneme, jestli jich není škoda. Tento plakát je velmi zajímavý detailností zpracování kreseb, jichž je na plakátu celá řada. Různě velké předmět, postavy, či charakteristické scény z filmu jsou spojeny do jedné velké kompoziční skrumáže, jejíž jednodušnost je velmi chytře rozčleněna červenými ploškami. Text v pozadí na první pohled působí jako jakási expresivní čmrkаницe vytvořená při rozepisování rozskřípaného pera. Při bližším pohledu můžeme přečíst nápis THE ROAD WARRIOR. Velké množství elementů celé kompozice je velmi citlivě rozmístěno. Také i v tomto plakátu nepoužil autor barvami hýčící barevnost, ale omezil se pouze na čtyři barvy. Tím se mu podařilo dosáhnout tradičnějšího vzhledu starých sítotiskových plakátů. Při prohlížení tohoto dílka oči nedočkavě kmitají z jedné kresbičky na druhou, aby nám něco neuniklo. Není to plakát, z něhož nasajete všechny informace z jedoucího autobusu, zato si jeho kvalitu vychutnáte, pokud se u něj na chvíli zastavíte.

3.2 Umělecká díla zalepená od lepidla

Plakátů, jež bychom bez zaváhání nazvali uměleckými díly, je celá řada. Záleží na vkusu a preferenci diváka, nicméně si myslím, že by nebyl problém shodnout se přinejmenším na jejich existenci, pokud ne na konkrétních dílech. Díky jejich existenci se do veřejného prostoru dostává aspoň v nějaké míře trocha vizuálně atraktivních děl, jež poskytují zajímavý vizuální zážitek, a to zadarmo. Plakáty komerčního charakteru, jejichž vizuální stránka nemusí být touto skutečností vůbec postižena, mají ve veřejném prostoru jen krátkou životnost. Pokud plakáty nevylepíte černým výlepem tam, kde se to nesmí, tak se na plakátovacích plochách „ohřejí“ maximálně pár týdnů. I ty vizuálně atraktivní kousky jsou pak nekompromisně strženy, či ještě v lepším případě přelepeny třeba plakátem s rozzářeným úsměvem některého z politiků. Jejich životnost tímto končí. Z osobní zkušenosti, která se nám potvrdila, vím, že ne všechny zajímavé plakáty ukončí po pár týdnech svou pouť ve sběru. Prozřetelní fanoušci či lidé, jež plakát velmi zaujal a zatoužili po něm, si ho jednoduše z plakátovací plochy pořídí rovnou domů. Kapesním nožičkem. Na jednom festivalu, jehož propagace jsem se účastnil, nám fanoušci poslepovali asi polovinu plakátů před začátkem samotné akce a na koncertě se nám sami přiznali. A to ještě chtěli další. Srdce autora při takovém zjištění zaplesá. Život některých plakátů tak v tomto případě neskonal. Většinou se ale plakát po skončení akce, na kterou upozorňoval, stává svou informativní hodnotou bezcenným zbožím. Svou vizuální hodnotu a kvalitu ale stále má a tím si

v některých případech „prodlouží svůj život a zlepší komfort“, když se z chladné ulice ocitne na zdi v něčím domě či archivu těch lepších, co přežili. Dalším zajímavým scénářem, který život plakátů někdy provází, je, když plakát doslova zůstane někde mnohem déle, než je zdrávo. Mohlo by se zdát, že jde o narážku na již zmiňované rozesmáté tváře, ale není tomu tak. Životnost „zapomenutého“ plakátu je velmi zajímavá věc. Plakát se po pár týdnech či měsících začne stávat součástí prostředí a čím dál více do něj začne „prorůstat“. Některé části vyblednou, jiné se odtrhnou či zvrásní vlivem deště. Sem tam si na plakátu nějaký kolemjdoucí sprejer vyzkouší nový sprej nebo fix. Plakát tak dostane úplně novou tvář, jež je dílem samotné ulice. Dalo by se říct, že plakát projde jakýmsi re-designem, nad nímž už původní autor dávno ztratil kontrolu. Porovnání původního plakátu se „street artovým bratrem“ pak může být velmi zajímavé.

4 VIZUÁLNÍ A NÁZOVOVÁ DIVERZITA

Diverzita ve vizuálním světě je velmi důležitá. Jak se říká, sto lidí, sto různých pohledů a názorů. Konfrontace vznikající na základě rozmanitosti pohledů a postojů jsou mnohdy velmi přínosné a konstruktivní, jindy se zase konce vůbec nedoberete. Právě diverzita je tou zajímavou hodnotou ve vizuálním světě, jež nás překvapuje, udivuje a umožňuje nám porovnávat či vytvářet si nějaké vlastní pohledy a názory. Diverzita vyhání z vizuálního světa nudnost a jednotvárnost. Záleží na každém člověku, jak moc je diverzitním projevům ve vizuálním světě otevřen a kolik informací je z něj schopen přijmout. Samotný rozvoj tvorby člověka je v kontextu se schopností vnímat rozmanitosti vizuálních projevů v permanentním vývoji. Již samotné pozorování takového vývoje by bylo velmi zajímavým experimentem, který by ale byl během na delší trať.

4.1 Formování pravidel není všespásné

Pokud bychom z vizuálního světa, jímž mám teď na mysli svět reprezentovaný reklamními vizuálními projevy a výtvary grafických designérů, nějakým kouzelným proutkem odčarovali diverzitu, výsledkem by byla pravděpodobně nuda. Mnohdy mi ale připadá, že se o dosažení tohoto stavu plno lidí zasazuje a prosazuje ho. Vytvářením stále více pouček a pravidel budují, dalo by se s nadsázkou říci, až byrokratická bludiště plná nařízení a tabulek. Vizuální svět, respektive autory a jejich díla potom dělí na „dobré“ a „špatné“. Jinými slovy řečeno na ty, co se řídí podle jejich pravidel, čili „dobré“ a na ty, co se do tabulek nevlezou, protože jejich projev či některé jeho části nesplňují tabulkové parametry, čili „špatné“. Nejsem zastáncem nějaké totální anarchie, či zavržení všech systémů a pravidel, ale jsem příznivcem větší otevřenosti a vnímavosti k diverzitním vizuálním projevům. Nejde totiž o samotná pravidla, ale o následky jejich nedodržování. Všeobecné povědomí říká, že to co není přesně podle pravidel, je špatně. Dále se nikdo nedívá. Možná to není brzda pokroku, ale zaslepené lpění na dodržování pravidel může dopředu přehazovat výhybky na jiné koleje za vás a vy tak ani nepomyšlíte na to, že byste také někdy mohli vjet na koleje jiné. Možná nenápadně, či v některých případech až dosti zřetelně se striktní lpění na dodržování pravidel stává určitým blokem v přemýšlení o postranních uličkách, které by vás dovedly k cíli. Pravidla vás drží v určitém směru, kterým jde většina, tudíž pokud se necháte unášet proudem se všemi, poplujete hladce. Pokud se ale rozhodnete zvolit jiný směr, většinou nemáte nikde oporu a ze všech stran na vás vyskakují velké hranaté tabulky,

kteřé vás svým zněním chtějí dostat zpátky do řady. Mnohdy se jim to podaří, což není příliš optimistické. Proto musí být „plavec proti proudu“ vyzbrojen velkou dávkou trpělivosti a odhodlání, aby i lidem se stohy pravidel na stole ukázal, že jsou i jiné cesty, které v tabulkách popsány nejsou a mohou fungovat ještě lépe. Těchto lidí je naštěstí čím dál více a jejich tvorba velmi obohacuje stávající vizuální scénu grafického designu. Připouštění více možných variant řešení jak k cíli dojít může být cestou, jak i mladým designérům nepřistříhnout křídla ještě před tím, než vůbec poprvé vzlétnou. Tím, že půjdeme všichni po jedné cestě a budeme si navzájem říkat, jak je tato cesta ta nejlepší, neobjevíme tolik možností, jako když se více otevřeme vůči diverzitním řešením a projevům a každý půjde cestou, která ho nejvíce táhne. Pak, když se znovu shledáme, zjistíme, že jsou příběhy z našich cest velmi různorodé a i pro ostatní dosti inspirativní a obohacující. Mnoho lidí se ze své odbočky po nějaké době vrátí zpět na cestu, po které kráčí většina a později se třeba zase odpojí. Probouzet v lidech pocity viny za to, že nejdou po chodníku, ale že si kráčí prašnou cestou nebo jdou přes les, je podle mne ne příliš šťastné. Pokud zná někdo lepší cestu, ať si jde svou. Tabulky, pravidla, nařízení a podobné věci týkající se vizuálních projevů v grafickém designu také vytvořila nějaká skupinka lidí se subjektivními názory a proto není možné, aby vyhovovaly všem. Když hrajete nějakou stolní hru, která má jasně daná pravidla a vy podle nich nehrajete, buď jste je nepochopili, nebo švindlujete. V projevu grafických designérů a jejich práce ale nejde o totéž, i když to mnoha lidmi bývá takto prezentováno. Pocit viny, který byste měli cítit hned, jak překročíte hranici tabulkových nařízení, stále visí ve vzduchu a otevřenost vnímání diverzitních přístupů a řešení je stále někde trošku zaseknutá. Jak jsem předeslal již výše, diverzita vymaňující se z mantinelů daných nějakými pravidly a podobnými záležitostmi je opakem nudy. Pokud si představíme ideální stav podle „tabulkářů“, pro něž je hra podle jejich pravidel jedinou možností, byla by výsledkem krásná uniformita, jež by měla řád, ale byla by naprosto nudná. Všichni by dělali věci stejně a pravděpodobně by se vše točilo v jednom kruhu bez jakékoli vize na další vývoj či posun někam dál. Skoro bych řekl, že v našem oboru přísloví „pravidla jsou od toho, aby se porušovala“, dává určitý návod nebo směr k inovaci a pokusu o něco nového. Samozřejmě se nelze dívat na věc jenom z jednoho úhlu pohledu, a proto má každý svou pravdu. Kdyby nebyla pravidla, tak bychom neměli co porušovat a naše počínání, které se ve světě s pravidly jeví jako avantgardní či troufalé, by se tak pravděpodobně stalo všedním a obyčejným.

5 OSOBNOSTI S VÝRAZNÝM AUTORSKÝM PROJEVEM

Tato rozsáhlá kapitola se bude zabývat vybranými osobnostmi, jejichž tvorba mě nějakým způsobem zaujala. Uvedené autory bude kromě jejich výrazných a charakteristických projevů spojovat hlavně projev kresebný. Virtuózní, zajímavé či nečekané užití kresby v různých formách. Nepůjde pouze o grafické designéry, ale uvedu zde také osobnosti, jejichž projev či tvorba se grafického designu nějak dotýká nebo může být svou osobitou cestou a používanými formami inspirativní i pro grafické designéry. Uvedením těchto osobností jsem chtěl kromě jiného demonstrovat velkou sílu kresebného projevu, který má, podle mě, nad počítači a jejich dokonalou matematikou stále v určitém směru o něco navíc. Osobnosti, které jsem vybral, nejsou nějakým náhodným výběrem, ale jde o lidi, jejichž tvorbu už nějakou dobu sleduji, a tudíž shledávám zajímavou a inspirativní. Protože sám při své práci tíhnu ke kresebnému projevu, u všech osobností sleduji každý detail jejich práce a porovnávám s ostatními. Přesahy grafických designérů do umění už nikoho nepřekvapí, a tak se v jejich portfoliích dosti často objevují práce, jež právě visí někde v galerii. Můžeme tam dokonce najít i trojrozměrné objekty nebo instalace, na které právě sedá prach. Zajímavé jsou také různé postoje těchto osobností, jež mohou být patrné z rozhovorů či diskuzí, které také uvedu. U některých designérů je jejich postoj ke komerci, společnosti nebo jiným otázkám vidět na první pohled z jejich tvorby, u jiných je tomu úplně naopak. Mnohdy si pak například řeknete, jak taková křehoučká holka může dělat tak razantně vyhlížející grafiku. Toto je také velmi zajímavé poznání, protože bychom mnohdy k autorovi podle jeho osobnosti přiřadili úplně jiný styl tvorby. Vyjímky potvrzují pravidla, a tak někdy narazíte na tvorbu dívky, která nekreslí květinčky, ale zamračené příšery, a pak narazíte na tvorbu stokilového chlapa, který si pentelkou kreslí sluníčka a motýlky. Sledování samotných vztahů autora a jeho tvorby je tématem na další, dalo by se říct skoro až psychologický výzkum. Jinými slovy, ne všichni kdo kreslí sluníčka jsou andělci a ne všichni kdo jdou ve šlépějích Van Gogha, musí být duševně choří. Nemohu ještě opomenout profesní vývoje či změny v zaměření u osobností, jež uvedu. Některé osobnosti začínali jako volní umělci, jiní zase jako ilustrátoři nebo designéři. Vývojem se někteří dostali na volnou nohu a teď už tvoří pouze pro galerie a grafický design mají jako vedlejší příjem. Jiní se naopak k počítači dostali přímo z ulice, když odložili spreje a nainstalovali Photoshop. Všechny tyto příběhy autorů se z jejich děl dají vyčíst, pokud samozřejmě tyto informace máte. Někdy jsou dosti důležité pro samotné pochopení autorovy tvorby. V násled-

dujících řádcích popíši, co se v „medailoncích“ o jednotlivých osobnostech bude objevovat a jak bude vždy každý medailon sestaven, aby bylo seřazení informací dobře čitelné, například pro pozdější porovnávání osobností atd.

V úvodu se budu stručně zmiňovat o samotném autorovi. Uvedu jméno, případně přezdívku, jež jsou mezi grafiky dosti oblíbené a lidé často ani neznají jejich pravá jména, ale konkrétní tvorbu mají spojenou s přezdívkou autora. Dále uvedu informace o jeho působení, studiu, konaných výstavách, klientech či dalších zajímavostech.

V další části představím a popíši autorův styl, jeho charakteristické prvky, podle kterých se dá jeho tvorba identifikovat. Pokusím se vypíchnout zajímavosti, které mě osobně oslovují a jež se mi jeví jako zdařilé.

V další části se budu zabývat médii, technikami a materiály, které autor ke své práci používá. Budu se snažit popsat užití médií příznačných pro nejvýraznější autorovy projevy, protože někteří autoři mají ve svém portfoliu více variabilních řešení či projektů, jež jsou mimo jejich vlastní přímočarý projev a jsou třeba dosti komerčního rázu.

U autorů, na jejichž tvorbě to půjde dobře demonstrovat, ukážu vývoj jejich stylu, tedy jakousi proměnu jejich vizuálního projevu v čase. Pro tuto demonstraci využiji obrazovou přílohu, o které se zmíním níže.

Dále se budu soustředit na okomentování či rozebrání několika autorových děl, vyvednutí typických prvků a zajímavostí. Tato část bude doplněna obrazovými přílohami. Nepůjde o žádnou kritiku, protože uvedené osobnosti jsou mi svojí tvorbou dosti blízké a jejich práce si vážím. Spíše půjde o projevení subjektivních pocitů a postřehů. V závěru uvedu ještě několik obrazových ukázek, pro širší ilustraci tvorby daného autora, jež už budou bez komentáře.

5.1 OSOBNOST – Kerry Roper ala „YOU ARE BEAUTIFUL“

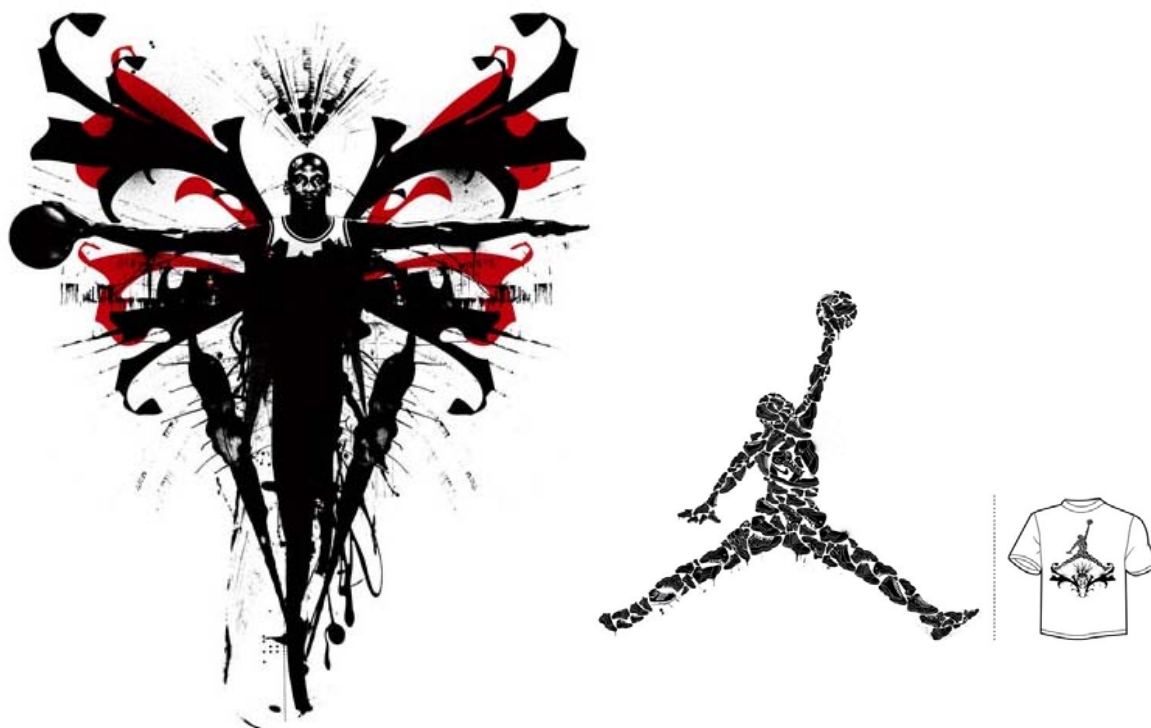
Kerry Roper, je jednou z osobností, kterou většina lidí zná právě pod přezdívkou YOU ARE BEAUTIFUL, jsi krásný(á), jež je zároveň adresou jeho webového portfolia. Kerry, je Britským grafickým designérem a ilustrátorem narozeným roku 1975, naštěstí, nebo také bohužel pro konkurenci ještě nezemřel. Pochází z jižního Walesu, kde studoval grafický design a reklamu na Buckinghamshire College. Nyní pracuje jako grafický designér a ilustrátor. Že jde o člověka se smyslem pro humor, nám může být jasné nejen z názvu jeho webu, ale také z názvu nového studia, které založil spolu s dalším grafickým designérem a ilustrátorem Si Scottem. Název studia WE ARE BITCH (což ve volném překladu znamená, my jsme „prodejná holka“) ukazuje na to, že si nedělají ve své tvorbě srandu jenom z ostatních, ale že si umí udělat randu také sami ze sebe. Jeho práce je známá po celém světě a mnohokrát se už objevila v knihách a časopisech o designu. Díky jeho věhlasu dělal Kerry obaly k nahrávkám jako je Hed Kandi, Peacefrog nebo Quiet City Recordings. Také ilustroval kampaň pro Snickers ve Spojených státech pro BBDO. Je také členem kolektivu 4wall.

Sytl Kerryho Ropera je pro lidi, co jeho tvorbu sledují dobře rozpoznatelný. V dnešní době internetu a rychlého šíření informací je ale i podobných vizuálních projevů u jiných autorů celá řada, takže si nikdy nemůžeme být jistí stoprocentně, že jde o Kerryho Ropera. Kerry Roper má ve svém vizuálním projevu několik poloh, kterými je typický a zapamatovatelný. Jena poloha je založená čistě na ilustrovaném projevu s velmi typickými efekty stékajícího spreje či barvy. Toto je jeden z poznávacích znaků práce Kerryho Ropera, který s těmito elementy umí zacházet velmi šetrně a vkusně. Někdo si může říct, že nějaké stříkance spreje nebo tekoucí barvy nemohou hrát žádnou důležitou roli ve tvorbě grafického designu, či že tam takové věci vůbec nepatří. Kerry Roper ale dokazuje opak, třeba právě ve svých plakátech na kampaň Snickers, kde je právě efekt stékající barvy hlavním vizuálním prvkem. Dalším typickým projevem stylu Kerryho Ropera je užití viktoriánské ilustrace dotvořené upravenou fotografií s vysokým kontrastem. Pozadí ilustrace je většinou navíc zrcadlově promítnuto, což dodává celkovému vzhledu velkou symetričnost a preciznost. Kerry Roper ve své práci používá dosti často různé textury či znečištěné plochy, které dodávají jeho grafikám patinu a starobylý vzhled. Jeho typografie je velmi zajímavá a odvážná. Při práci s pouhým textem vytvoří z bloků textu obraz, jež je členěn jen pár přidávanými elementy. Ovlivnění Davidem Carsonem se v jeho tvorbě nedá zapřít. V jednom

rozhovoru Ropper uvedl Carsona právě jako jednoho z lidí, jejichž tvorba ho ovlivnila. Dost často je u Ropera to, že nepoužije pro ztvárnění textu font, ale písmo napíše nebo v některých případech spíše načmárá ručně, což v jeho kompozicích vypadá velmi zajímavě. Kromě textur v jeho práci najdete také spoustu škrtnutí, čmáranic, jako by si chtěl o papír zbrousit tužku. Tyto čmáranice pak používá jako součást své práce, jež příjemně odlehčí celou grafiku. Někteří lidé mají s tímto projevem problém, já si ale myslím, že působí více autenticky, umělecky a přirozeně, než nějaké přehnaně vyčištěné sterilní vizualizace. Použití starých tapet či lepicích pásek je také v Kerryho arsenálu. Shrnout jeho styl do popisu jedné věty by bylo asi dosti složité, protože čím více se na jeho tvorbu dívám, tím více nových věcí v ní vidím. Ilustrace, které Kerry dělá, jdou od detailně dekorativních ke stroze jednoduchým a variace práce s písmem jsou také široké. Někdo by jeho styl nazval jako grunge, trash nebo dirt design, hlavně díky užití špinavých textur a razantní práci s písmem. S tím bych mohl souhlasit. Éra grunge designu tu už byla, to ale neznamená, že se jeho projevy znovu neobjevují v tvorbě současných designérů. Grunge je jakýmsi opakem podbíživého komerčního stylu a Roper je příkladem toho, že nemusíte dělat sladký mainstreamový design, aby si vás někdo všimnul a dal vám prestižní zajímavou zakázku. Je zde spousta odvětví, kde se právě tento styl práce a vizuálního projevu hodí použít mnohem víc než cokoli jiného.

Pokud se zaměříme na techniky a média, které Kerry Roper používá, zjistíme, že jde o klasiku všech klasik. „*Jak sám říká, Photoshop a Ilustrátor. I když mnoho jeho věcí vypadá dosti umělecky a ručně tvořených, většinu práce dělá na počítači, jenž mu umožňuje podle jeho slov více intuitivní zacházení s použitými elementy. Prvky textur a čmáranic skenuje a pak vkládá do svých prací. Veškeré použité elementy mají ale základ v reálném provedení, jež pak zdigitalizuje většinou za použití scanneru.*“⁴ Fotografie, které také používá ve svých kolážích, jsou dosti postprodukčně upravené, většinou mají hrubý rastr nebo jsou některé její části odretušovány. Některé jeho práce používají jakoby vybarvování částí ilustrace barevnou pastelkou, kdy tahy jdou záměrně přes hranu vybarvovaného objektu. Stylově se zde záměrně ztotožňuje s omalovánkami neposedných dětí ve školce, které stále přetahují hranice omalovánek. Tento projev působí v jeho grafice velmi uvolněně.

V Kerryho portfoliu je mnoho prací s různými vizuálními projevy, a proto v následujících obrazových ukázkách uvedu od každého stylu jednu práci, aby byla vidět variabilita jeho přístupů při zachování autorského charakteru. Jako první uvedu na následující stránce ilustraci, která asi nejlépe vystihuje rané a nejtypičtější projevy Kerryho Ropera.



Obr. 15. – 22. Kerry Roper ala You Are Beautiful



Tato práce se objevovala nejen v časopisech zabývajících se grafickým designem, ale palec nahoru dostávala i na ilustrátorských fórech. Jde o sérii několika ilustrací pro trička Nike Air Jordan, což už je pěkný zářez na pažbě. Pokud se vám podaří pracovat pro tak velkého klienta jako je Nike, vaše cena a prestiž automaticky stoupá vzhůru. Na první ilustraci jsou vidět nejtypičtější projevy Kerryho práce. Zrcadlově obrácené dekorativní elementy s typickými čmrkanci od tuše v dolní části, jež symetričnost z horní části záměrně rozbíjí. Tělo legendárního Jordana téměř vyrůstá z expresivních tahů. Jordan, jako létající

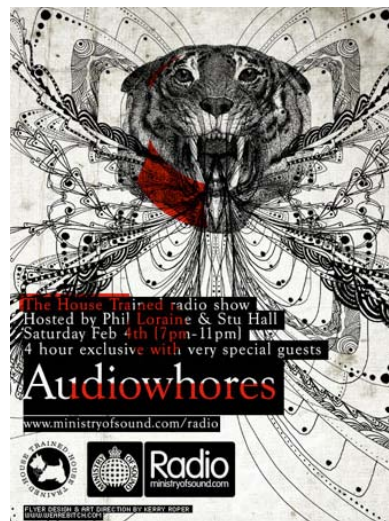
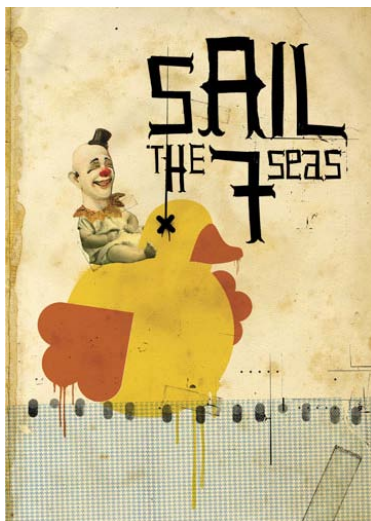
motýl. Na druhé ilustraci jde o velmi zdařilý fór a vizuálně zajímavou grafiku. Silueta Jordana v jeho typickém výskoku, jež je mimochodem i logem samotného Nike Air Jordan, je vystavěna z mnoha různě velkých tenisek Nike. Každá teniska je detailní ilustrací odpovídající reálným výrobkům. Z tenisek v některých místech stéká barva „po čerstvě nasprejovaných detailech“. Měřítka stékající barvy vůči celku umocňuje pocitovou monumentalitu celého motivu, jež by musel být hodně velký.



Takto pro změnu vypadá, když Kerry Roper při své práci použije fotku a ručně psané písmo. Velmi alternativní a zajímavá reklama na čokoládu, která by u českých klientů asi neprošla. Práce s fotografií je velmi velkorysá. Fotografie, které si pro práci vybere, nebere jako nějaké finální produkty ke kterým jenom přidá někde do rohu písmo. Klidně je rozstříhá, zašpiní nebo překryje texturou. Perfektně vyvážená kompozice s avantgardním vzhledem a vtipným sloganem (sex není náhradou za čokoládu), je komerčním skvostem.

Na závěr uvedu ještě jedno dílo, které doplním o stručný komentář a poté přidám další obrazový materiál, jež už bude mluvit sám za sebe. Dílo, kterého si Kerry Roper cení nejvíce, je jeho ilustrace s názvem TIME WAITS FOR NO MAN (čas nečeká na nikoho). Jde o velmi dobře a jednoduše vizuálně ztvárněný obsah samotného sdělení, jehož forma je na jednu stranu velice jednoduchá, ale v detailech propracovaná, což tvoří velmi zajímavý

kontrast. Hlava dítěte s hrubým rastrem je vybarvena jakoby pastelkami, které nedbale přetahují okraj. Text je součástí celého obrazu, který tvoří „složitě jednoduchý emblém“.



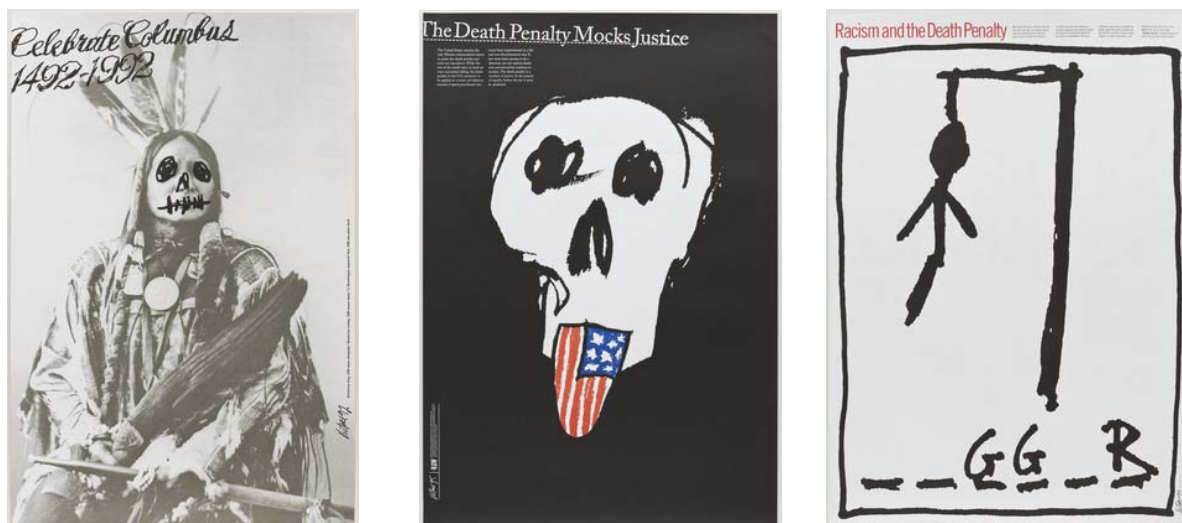
5.2 OSOBNOST – James Victore

James Victore, je americký umělec a grafický designér, jehož hlavním vyjadřovacím prostředkem je kresba. Někdy dostává také přívlastek „rebel grafického designu“, jež je celkem příznačný nejen pro formu, kterou tvoří, ale také pro jeho přístup k samotnému grafickému designu. Victore se narodil v roce 1962 a umělecké vzdělání dostával na School of Visual Arts v New Yorku. Titul se mu ale získat nepodařilo. I přes to se však jeho práce objevují v nejznámějších institucích na světě, jako třeba Museum of Modern Art v New Yorku. Během své kariéry získal mnoho ocenění od Emmy, Gold Medal od BDA přes Grand Prix, na Brněnském Bienále a mnohé další. Kromě toho, že je nezávislým grafickým designérem, učí také na School of Visual Arts v New Yorku, kde sám studoval. Mezi jeho klienty se objevují jména jako MTV, The New York Times, Amnesty International, Target a mnohá další. Victore osobně není žádným odborníkem přes počítače a většinu práce na plakátech dělá ručně. Toto vyžaduje i po svých studentech, jimž ve třetím ročníku zakazuje počítače používat. *„Ruční projev je nenahraditelný, to co uděláte na počítači, ale může udělat sto dalších lidí úplně stejně. Na tradiční ruční práci nedá dopustit. Sám říká, že ho nezajímají detaily, které řeší většina grafických designérů, jako jsou rozpaly mezi písmeny, či to, aby písmo vypadalo dobře. Mnohem více ho zajímá, co říkají slova. Necítí se být grafickým designérem, který by věci neměl komentovat, ale právě naopak. Victore se v jednom ze svých komentářů o grafickém designu nechal slyšet, že jediné, co v dnešní době musíte udělat pro to, abyste byli dobrým grafickým designérem, je zavřít „ústa“.“*⁵ Ve svých komentářích o grafickém designu často vypichuje potencionální sílu grafického designu jako nástroje pro změnu a komentování veškerého dění ve všech sférách. Podle něj ale grafičtí designéři této silné zbraně takto příliš nevyužívají. Victore je totiž sám velkým zastáncem toho, že grafický design není na to, aby prodával ponožky, ale na to, aby komentoval a řešil mnohem důležitější a zajímavější témata. V roce 2010 vydal Victore svou první biografii s názvem *James Victore or, Who Died and Made You Boss?*, jež mapuje posledních 25 let jeho tvorby s ukázkami jeho nejlepších děl. Poslední zajímavostí je projekt Jamese Victora, který se z pouhého skicování rozvinul do díla umístěvaného i v galeriích. Jedná se o jeho projekt s porcelánovými talířky, na kterých není servírováno jídlo, ale velmi vtipné, někdy drsné nebo ulítlé kresbičky Jamese Victora. Jde o jakési volné asociace bez společného tématu. Skoro by se dalo říct, že jde o takové doodlování na

talířku. Talířky potištěné kresbami Jamese Victora se staly celkem dobrou možností jak zpeněžit pár skic.

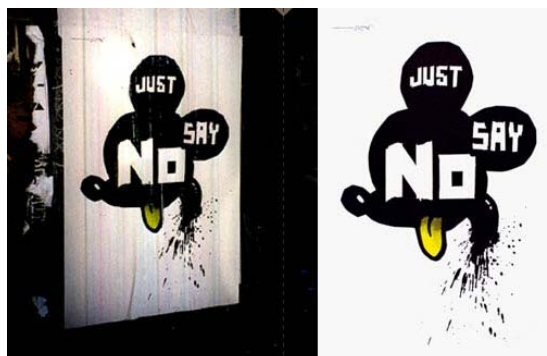
Ted' se v několika větách zaměřím na samotnou práci Jamese Victora a jeho autorový styl, jež je svou přímočarou jednoduchostí a neučesaností dosti zajímavý. Autorovy nejslavnější práce jsou velmi známé, jen málo lidí je ale má spojeny se jménem Jamese Victore, jež si v žertu v jednom rozhovoru posteskl, že ho stále „nikdo“ nezná. Plakát Racism s rozhněvaným nápisem a zuby, Deathh penalty s americkou vlajkou místo jazyku, či plakát Celebrate Columbus upozorňující na stinné stránky tohoto výročí. Ano, opravdu to také dělal James Victore. Jeho styl vychází z toho, že většinu práce dělá ručně. Slovo retušovat či gumovat je pro Victora španělská vesnice, zato slovo syrovost a přímočarost zná velmi dobře. Jeho plakáty mají obrovskou výrazovou sílu díky skvělému vystižení obsahu minimem ručně vytvořených prostředků. Díla často vypadají, že na jejich práci strávil pět minut i se svačínovou přestávkou. V tom je ale mistrovství Jamese Victora. K vyjádření jakékoli myšlenky mu postačí pouze ručně kreslené kresbičky velmi skicovitěho charakteru a ručně psané písmo. Jeho styl je totálně oproštěn od všech trendů a módních vln. Využívá vizuálně umělecky působící tahy štětce, uhlu nebo obyčejné tužky. Stopa tahů jeho jednoduchých kresbiček je tlustá a neklidná. Dosti často připomíná tahy malého dítěte, jež by ale tak rozhněvaných projevů asi nebylo schopno. S typografií si Victore opravdu hlavu neláme. Buď vše napíše ručně, nebo rukou napíše jenom hlavní nápis na plakátu a méně důležitý text dá do malých sloupců někam do rohu.

Média a techniky, jež pro svou tvorbu Victore používá, nepochází z virtuálních nabídek digitálních nástrojů, jak jsem již předeslal, ale z jeho uměleckého ateliéru, jež je zároveň také grafickým studiem. Pokud se dobře podíváme na jeho nejznámější plakáty, zjistíme, že na nich mnoho postprodukce ve Photoshopu Victore dělat nemusel. Tedy lépe řečeno, že takový program dosti často ani „neotevřel“. Plakáty jsou totiž většinou celé nakresleny černým uhlem, který Victore s radostí ještě rozmazává. Kromě uhlu používá také plochý štětec, s nímž vytváří silné linky a plakátu vždy nechá nedodělaný vzhled. V barevnosti si Victore bohatě vystačí s černobílou paletou, jež sem tam ozvláštňuje další barvou, která má ale vždy na plakátě nějaký symbolický význam. Nepoužívá barvy nahodile, i když výraz plakátů je mnohdy dosti expresivní. Zprávu, kterou James Victore vizualizuje, většinou formuje do jakéhosi jednoho ústředního motivu, jež nemusí mít výhradně obrazový charakter, ale může být založen na typografii.

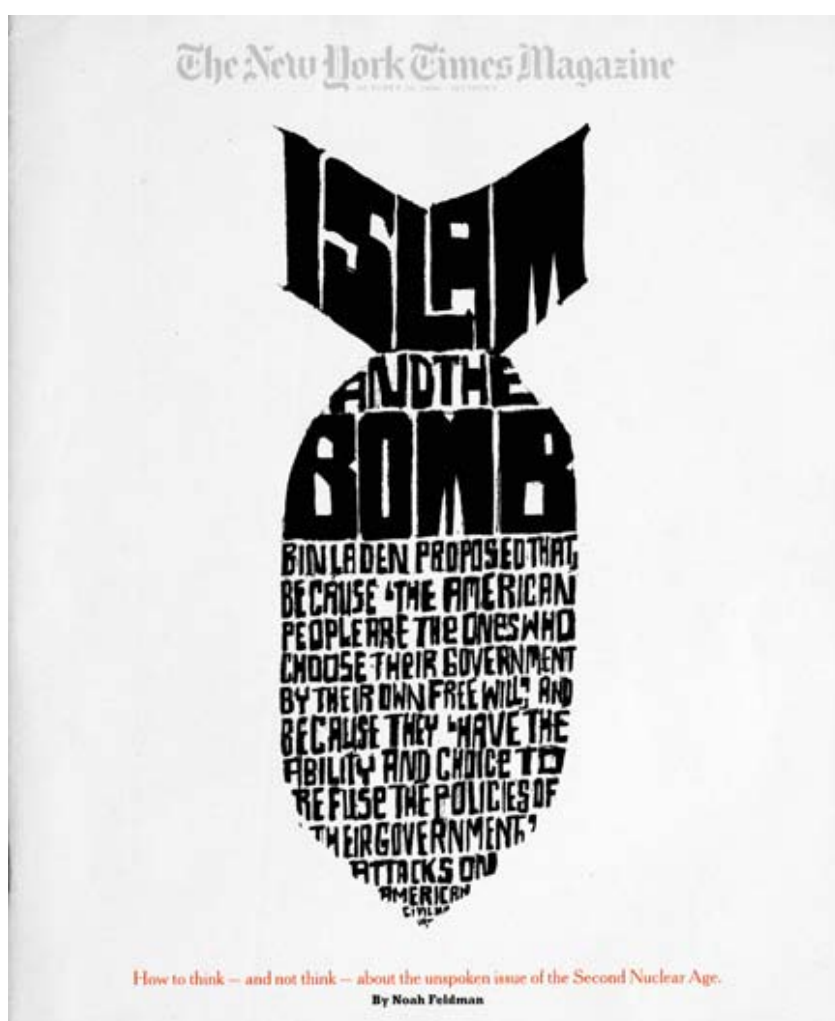


Obr. 23. – 30. James Victore: plakáty a ilustrace

Tyto tři plakáty patří k těm známějším, jež James Victore vytvořil. Nejde o žádné reklamní propagační plakáty, ale jsou to plakáty řešící otázky, jejichž důležitost Victore vidí mnohem výše, než kam sahá komerční ziskuchtivý pohled. První plakát, Celebrate Columbus, Victore vytvořil z vlastní iniciativy a asi pět tisíc kopií rozmístil po městě v den, kdy se konaly velké oslavy na počest Kolumbova objevu. Victore chtěl lidem ukázat, že místo oslav by se možná mohli zamyslet i nad jinými dopady, které jeho velký objev měl. Poukázal na Indiány, jež si do příjezdu Kolumba v této zemi žili celkem poklidně v souladu s přírodou. Velmi jednoduše podaná informace, kdy Victore pouze překreslil tvář náčelníka na fotografii, nás až mrazí svou jednoduchou jasností. Další plakát, jež říká, že trest smrti zesměšňuje právo, zase neřeší žádné detaily. Hrubou kresbou lebky, jež svým tvarem rovněž symbolizuje zjednodušenou mapu spojených států a vyplazeným jazykem s americkou vlajkou, vlajkou říká Victore vše najednou. Hrubý, výrazný hlavní motiv s jasnou myšlenkou. Doplňující texty jsou vždy potlačeny, aby nerušily hlavní motiv, stejně jako je tomu i u posledního plakátu, jež vtipně divákovi nabízí možnost uhádnout ono slovo pod šibenicí.

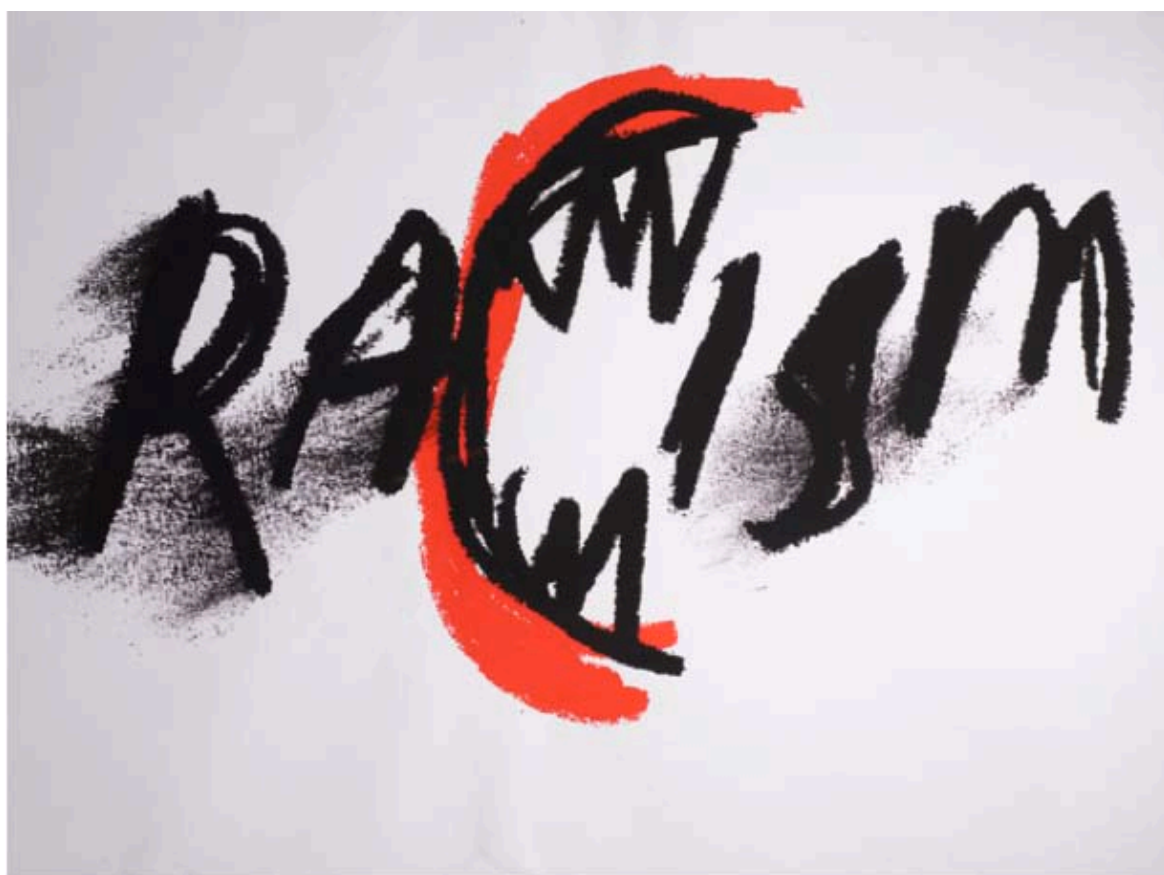


Další plakát na předchozí straně zobrazuje pirátskou vlajku s prezidentem Bushem v hlavní roli. Tady Victore použil jednoduchou techniku koláže. Jde o autorský plakát, kde není žádné další textové sdělení. Každému asi dojde, že plakát není oslavou bývalého prezidenta USA. Druhý plakát s motivem utržené hlavy myšáka od Walt Disneyho a text „JENOM ŘEKNI NE“ může odkazovat nejen k samotné komerční produkci tohoto Hollywoodského studia. Victore se nikdy nesnažil o podporu konzumu a kritikou často nešetřil na všechny strany. Zajímavý je jeho výrok, který komentuje rozšíření moderních technologií pronásledujících nás všude. „iPhony zabijí naši disciplínu, pocit osamění a schopnost nudit se.“⁶



Tato ukázka z tvorby Jamese Victora pochází z titulní strany časopisu The New York Times Magazine. Tématem zde není nic jiného než druhý nukleární věk. James Victore svou kreslenou typografií jednoznačně naznačil obsah textu, ještě před tím, než ho začnete číst. Kreslený projev každého písmene vytváří silný nekomerční a „bomba“ vzhled.

Další obrazové materiály, ilustrující tradiční tvorbu tohoto rebela grafického designu.



5.3 OSOBNOST – Derek Hess

Derek Hess, je americký umělec, grafický designér a ilustrátor v jedné osobě. Pochází z Clevelandu ze státu Ohio. Od mala kreslil tanky a bojové scény po svém otci, který byl veteránem z druhé světové války, průmyslovým designérem a umělcem. Hess už od dětství toužil po tom, aby se mohl živit uměním. Svou kariéru započal studiem na CIA, dále pokračoval na The Centre for Creative Studies v Detroitu, kde se specializoval na grafický design a ilustraci, následně pak na výtvarné umění a tisk. Po načerpání nových poznatků a znalostí z Detroitu se znovu vrátil do Clevelandu na CIA. Hess byl už jako dítě velkým fanouškem hudby, což ho nasměrovalo tím správným směrem. V roce 1990 začíná dělat své první letáky na koncerty, jež záhy začínají profilovat svůj charakteristický styl, jímž se později proslavil. O něco později se k letákům začínají přidávat také plakáty, časopisy, obaly pro hudební nahrávky a volné umění. Od roku 1993 začíná svými plakáty vydělavat. Velmi charakteristickým projevem zaujal pozornost mnoha legendárních kapel, pro které dělal plakáty, obaly jejich desek nebo také zmiňované letáky, u kterých to vše začalo. *„Mezi kapelami, pro které Hess tvořil své umělecké skvosty, byly skupiny jako Pantera, Pink Floyd, Pearl Jam, Nine Inch Nails, Iggy Pop, nebo Offspring. Talentu Dereka Hesse si všimli také v Paříži v Louveru, kde mají jeho stálou sbírku, stejně jako třeba v Rock and Roll Hall of Fame (síně slávy) ve spojených státech.“*⁷ Derek Hess se ve svých plakátech snaží vystihnout tu hlavní esenci každé kapely. Jeho dílo je založené na expresivní kresbě, kde ponechává všechny tahy bez jakéhokoli retušování či mazání, je známé také svým humorem, ironií a dosti často atypickým podlouhlým formátem. Díky tomu, že Hess pracoval pro tak známé kapely, vytvořil si velké publikum fanoušků a sám se tak ve svém oboru stal jakousi „rockovou hvězdou“. Nezaznamenal jsem u žádného jiného grafického designéra, aby si lidé nechávali jeho díla či jejich části tak masově tetovat na tělo, jako kresbičky Dereka Hesse. Využívají k tomu plakátových předloh a jeho dalších ilustrací. Vůbec se nejedná o pár lidí, ale tyto kultovní kresbičky zdobí těla stovek nadšenců. Kromě toho, že se jeho kresbičky staly tak oblíbenými i mezi milovníky tetování, Hess založil značku oblečení nazvanou Strhess, kde jsou jeho kresby tištěny na trička, mikiny, tašky a další doplňky. Svá originální díla navíc vystavuje v mnoha prestižních galeriích po celém světě.

Styl Dereka Hesse by se dal popsat jako „rock and roll v grafickém designu“. Jeho plakáty založené na kresbách mají velký šmrnc, švih a expresi. Základem každého plakátu je vždy kresba, na které celý plakát stojí. Typografie u Hesse není nikdy tím, co by v plaká-

tu vytvářelo kompozici, či dokonce bylo srdcem celého plakátu. Je vždy dodělaná jako jakýsi dodatek, který by nějak výrazně neměl narušovat kresbu. Někdy je v plakátu text utlačen kresbou jako nějaké nutné zlo, jindy je jeho organizace na plakátě o něco šťastnější. Hess ale není žádným světovým typografem, je výborným kreslířem a umělcem ve službách propagace hlavně hudebních skupin. V průběhu několika let si Hess při tvorbě plakátů vytvořil takové typické schéma rozložení elementů v ploše plakátu, jež dosti často používá. Aby na plakátu bylo nejvíce vidět to, co je tam hlavní, tudíž kreslené postavičky Dereka Hesse a ještě se tam vešel text, začal používat atypické podlouhlé formáty. Ty mu dovolovaly na plakátu mít velkou hlavní kreslenou scénu, která se vždy nachází ve středu plakátu a do níž nijak nezasahuje text. Text samotný byl většinou členěn tak, že název kapely či festivalu byl napsán v horní části nad kresbou v jednobarevném pozadí, které bylo prodlouženo z pozadí ilustrace. Další informativní texty, jichž bylo někdy opravdu příliš, byly umístěny ve spodní části podlouhlého atypického plakátu. Pozadí pro tyto texty bylo dosti často černé, protože Hess vytvářel černými rozprášenými „prskanci“ spreje gradient, který tvořil v plakátu abstraktní neutrální prostor, jež se směrem dolů ztmavoval do černé barvy. Tímto členěním dostávaly plakáty stabilitu a určitou přehlednost. Někdy zase černý gradient obracel směrem ze spodu nahoru. Zajímavým postupem, který z plakátů dělá jakoby grafické listy, je vynechání širokého bílého okraje po všech stranách. Ilustrace, jež je uprostřed celého plakátu, do těchto bílých okrajů vystupuje, což působí velmi zajímavě. Chytré, vtipné kresbičky s nekonvenčními scénami by se asi nikde neuplatnily tak dobře, jako právě na „rock n rollové“ hudební scéně. Dost častým motivem, podle kterého se dají díla Dereka Hesse také poznat, je kromě expresivního dynamického vzhledu kresby vytvořené za použití pera, tuše a tahů štětce také motiv rukou a nahých či polooblečených postav. Kresbu rukou ve všech možných verzích má Derek Hess velmi dobře propracovanou a právě ruce jsou v jeho plakátech dosti často hlavním či nejvýraznějším motivem. V samotné kresbě zmiňovaných nahých nebo polooblečených postav má Hess dvě různé polohy. Jeden jeho projev je více propracovaný s mnoha detaily a dosti často výrazným perspektivním zkrusením. Tyto kresby bývají navíc ještě o něco barevnější než jejich expresivnější alternativy. Druhý expresivnější projev nebývá tak detailní, jako projev popsany výše. V těchto divočejších verzích používá „jeden styl postavy“ již nikdy nejde vidět tvář, je dobře osvětlená a prakticky vždy v nějakém dynamickém pohybu, běhu, tanci, zkroucení atd. Zachycení pohybu a perspektivních zkrusek je vůbec velmi silnou stránkou kreseb Dereka Hesse. Na barevnost by si Derek Hess možná mohl nechat dát ochrannou známku, třeba jako to

udělala Coca Cola. Jeho barevná paleta je totiž v neklasičtějších výtvorech téměř stejně charakteristickým poznávacím znamením jako samotné kresby nebo Hessův podpis. Používá pár stejných tělových odstínů a modrou, jíž většinou koloruje kalhoty nebo také pozadí.

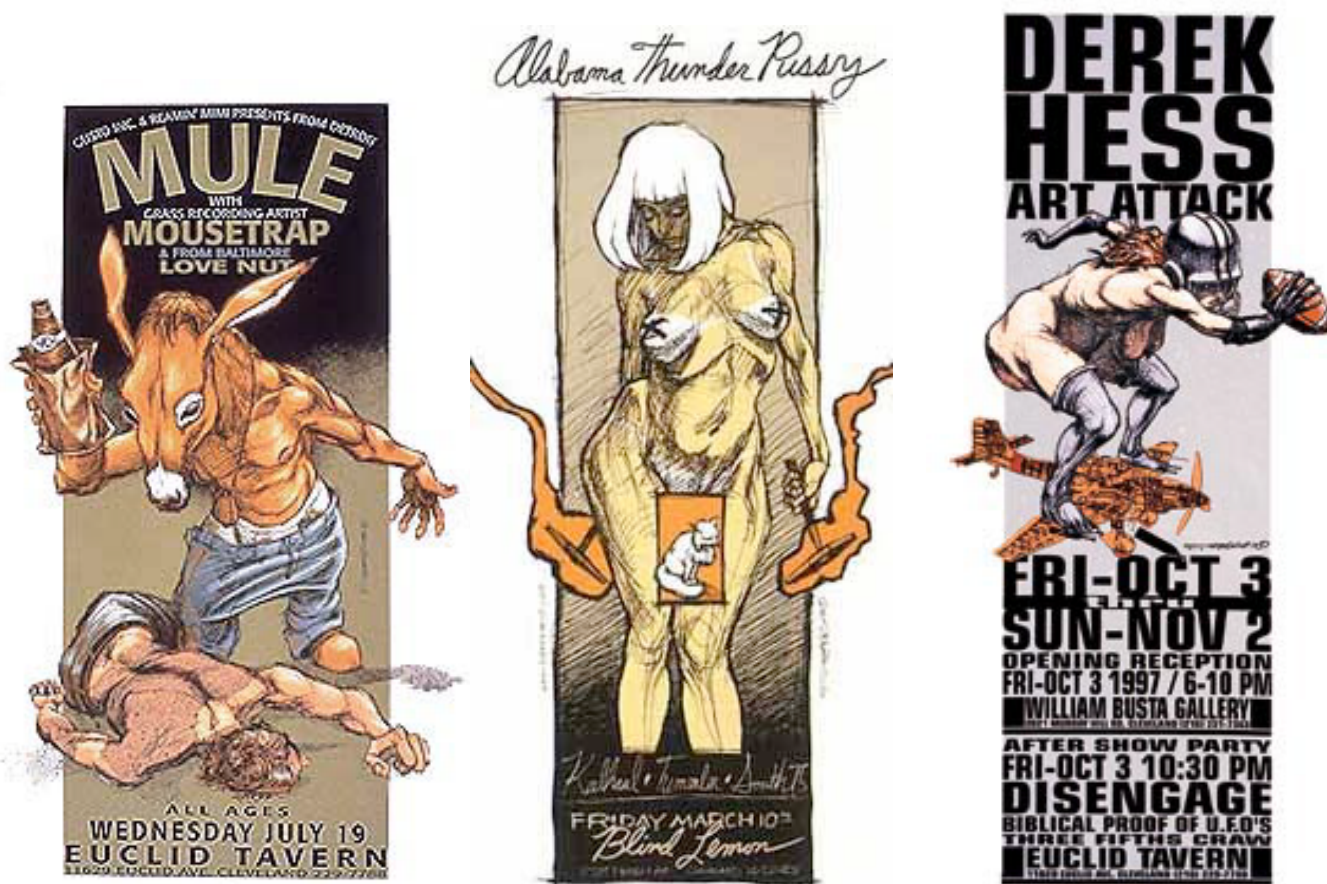
Pokud se zaměříme na techniku, jakou Derek Hess pracuje, či média, jež používá při své práci, zjistíme, že je to klasik věrný poctivé ruční práci s minimem postprodukce na počítači. Své kresby kreslí perem a inkoustem, jež doplňuje expresivními tahy plochého štětce. Syrovost a neučesanost je kresbám dodávána skicovitým charakterem kreslení bez lpění na jedné dokonalé linii. Výraz je zde nositelem charakteru kresby. Ke kolorování pak používá akrylové barvy, které kresbu nepřekryjí a vytvoří hmotu většinou svalnatých těl. V počítači Hess doplňuje ke svým naskenovaným kresbám pouze texty s minimální postprodukci kreseb. Tím si plakáty zachovávají oproti ostatním dosti osobitý ruční charakter.



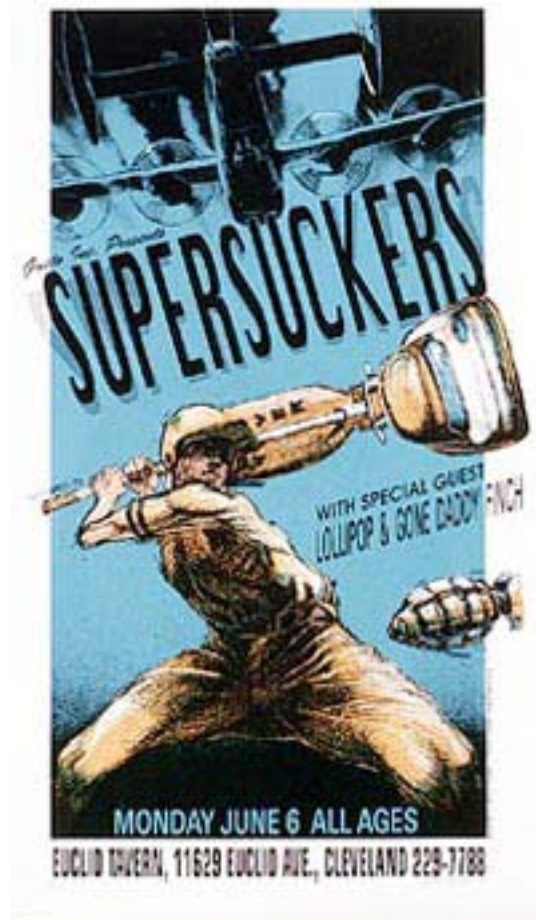
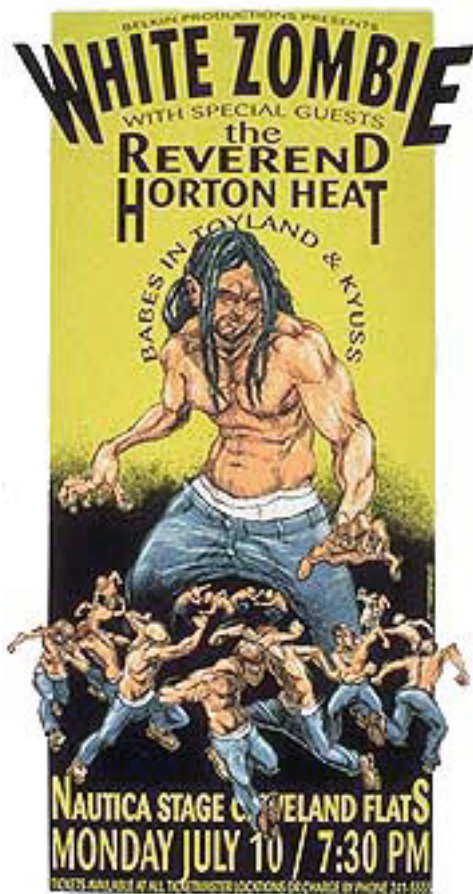
Obr. 31. – 39. Derek Hess: ilustrace a plakáty

Toto je jeden z velmi povedených a charakteristických projevů Dereka Hesse. Titulní strana CD Roorback od skupiny Sepultura. Na layoutu spolupracoval s Hessem Jake Bannon.

Písmo dobře koresponduje s charakterem kresby a celek je tak více propojen. Motiv oné zmiňované postavy bez tváře se zde bude objevovat ještě častěji. Propracované části kresby vyvažují volná bílá místa, jež celku dodává lehkost.



Toto jsou zase další plakáty, jež ilustrují Hessův druhý více propracovaný styl práce. První dva plakáty lákají na hudební akce, zatímco třetí je plakátem na umělecký atak Dereka Hesse. Na těchto plakátech lze vidět skvěle propracovaná kresba s velmi vtipnými motivy a částmi kreseb, jež vystupují do jinak volných širokých bílých okrajů. Využití kresby v její nejryzejší formě není žádným přežitkem, ale je zde ukázkou toho, jak to může bez problému fungovat i s minimem práce na počítači. Rád tvorbu Dereka Hesse přirovnávám k americkým autům ze sedmdesátých let. Díla některých dnešních designérů jsou mnohdy vyumělkovaná a plná všech nejnovější technických novinek a trendů. Díla Dereka Hesse jsou proti tomu jako „American muscle cars“, auta, jako třeba Ford Mustang z roku 1968. Při jejich sestavení se sice trochu umažete a přes USB kabel si s nimi moc „nepokecáte“, když pak ale vyjedete, trháte asfalt ze silnice a každý se ohlídne, stejně jako po plakátu od Dereka Hesse.



Horní hudební plakáty ilustrují dynamiku Hessových postaviček v plné kráse. Několik dynamicky se hýbajících malých postaviček v kontrastu s velkou postavou, či „supercucáci“ ilustrovaní baseballistou odpalujícím granát vysavačem ve skvělé perspektivní zkratce. Samotné ilustrace jsou ukázkou toho, jak kresby vypadají před tím, než je Hess začleněn do plochy plakátu. Poslední kresba se stala jednou z velmi oblíbených předloh pro tetování.

5.4 OSOBNOST – David Foldvari

David Foldvari je ilustrátor a grafický designér pocházející z Maďarska. Narodil se v roce 1974 a svou kariéru započal na Royall College v Londýně, kde v roce 2001 odprovoval a od té doby se jeho tvorba začíná objevovat na veřejnosti stále častěji. V současnosti žije a pracuje v UK (Spojené Království) jako freelancer, ale hlavně je součástí skvělého Londýnského studia Big Active, jež sdružuje mnoho skvělých osobností z oboru. Jeho práce jsou velmi charakteristické, někdo by mohl říct jistou formou temné. „*Sám Foldvari v žertu říká, že reakce na jeho práci jsou většinou ne příliš pozitivní a že si lidi myslí, že takové věci musí dělat nějaký duševně narušený jedinec.*“⁸ Jeho celá tvorba je založená na ilustraci, velmi zapamatovatelné kresbě, jež si pohrává s kontrasty černé plochy a linie. Základem pro jeho díla je buď jedna postava, nebo skrumáž několika postav. Pozadí většinou nijak neřeší, a tak jediné, co tvoří určitý náznak prostoru, je stín postavy, který také často nahrazuje čmáranicí jedním silným tahem. V jeho portfoliu tvoří většinu ilustrované charaktery různých osob, postavy či portréty. Graficko-designérské projevy zde také najdeme, není jich ale takové množství. Jeho ilustrace jsou ironické, vtipné, ale hlavně svou formou velmi netradiční. Na jeho tvorbě jde dobře vidět určitý vývoj či posun ve stylu, jež popíše o něco později. Vzhled jeho kreseb je z určitého pohledu tak nekomerční, až je pro komerci zajímavý. Výřečně to vystihuje heslo, které uvedl v knize *Graphic Design for the 21st Century*. *Ugly = Beautiful*, neboli *Ošklivý = Krásný*. Toto krátké spojení dvou slov propojené rovnítkem mluví za vše. Všichni ve světě reklamy a vizuální tvorby se ženou za něčím krásným, dokonalým. David Foldvari ale hledá krásu v ošklivosti. Toto heslo v sobě skrývá velmi zajímavá téma, jež ve světě reklamy lidé řeší dnes a denně. Jde o jakýsi úplně obrácený pohled, jenž mu umožňuje vymezit se proti mainstreamovým projevům v totálně jiné vizualitě než je obvyklá. Postavičky s temnými tvářemi a špínou na bílém podkladu už dopředu dávají najevo dosti nekomerční či dokonce anti-komerční projev. Už samotnou formou, jež omezuje pouze na černobílou kresbu, jde proti všem jakoby s holýma rukama. Atmosféra v jeho dílech je většinou, dalo by se říct, pochmurná, i když svým obsahem někdy vtipná. Jeho originály ale obletěly téměř celý svět a to na několika výstavách od Londýna, New Yorku, Francie, Japonska, přes Německo, Itálii a další země. Nouzi o klienty také rozhodně nemá a jeho komerční projekty jsou spojeny s tak velkými značkami jako je NIKE, Penguin Books, Levis, Random House, Mercury, Green Peace, Arena a mnohými dalšími.

Velmi charakteristický styl Davida Foldvariho je založen na lince, černobílé barevnosti, jednoduchosti a jemné špíně kolem ilustrací. U Davida Foldvariho nenajdete jedinou ilustraci, či grafiku, kde by byla kresba na čisté ploše. I když pozadí většinou nepoužívá a prostor za ilustrací nechává volný, nejde o čistou souvislou plochu. Je na ní spousta malých špinavých otisků a struktur, jimiž je celá ilustrace jakoby „uvozena“, či ve Foldvariho případě přímo „adjustována“. K jeho formě tvorby to bezpochyby patří. Kdyby tam tyto jemné špinavé detaily nebyly, pocitově by tam něco chybělo. I když jsou dodělány až jako postprodukce v počítači, jsou s jeho ilustracemi jako jedno tělo. Kontrast linky a ploch ve Foldvariho kresbách působí velmi zajímavě. Postava je celá obtažená obrysovou linkou. Plochy, kde jsou stíny rovněž. V této fázi jde o jakési outlinové schéma, skoro by se dalo říct takové škatulkové omalovánky, kde dále vyplňuje plochy. Vystavění plochy je možná vůbec nejcharakterističtější projev Davida Foldvariho. Nejde totiž o souvislou černou plochu kontrastující kreslené lince, ale jde o tmavé plochy vytvořené specifickým šrafováním, jež zabere spoustu času. Styl, kterým Foldvary šrafuje tmavé plochy je takový, že nejde o nepřerušenu šrafuru, ale o jednotlivé krátké tahy, které jsou kresleny těsně vedle sebe. Tím, že uděláme každý tah trochu jinak daleko, či jinak dlouhý, vytváříme nepravidelné bílé mezery. Foldvary toto šrafování provádí v pásech nad sebou, což ve finále vytvoří velmi zajímavý efekt ruční nedokonalosti, kterého bychom nedosáhli žádnou texturou. V některých svých pozdějších pracích používá Foldvari i textury akvarelových stop. Detaily, které mě v jeho dílech vždycky rozesmějí, jsou švy na oblečení, jež při pohledu na celou ilustraci dodává celku jakýsi projev nevážnosti, ale zároveň smyslu pro preciznost.

Média a techniky, které Foldvari ke své práci používá, jsou většinou velmi obyčejná. Základem je kresba tužkou, která je v počítači upravena potažením za táhlo kontrastu a světlosti barvy. Foldvari většinou svou původní kresbu tužkou pouze vytvrdí, aby byla výraznější. O postprodukčním přidání šumu a špíny už jsem se zmiňoval. Stíny jsou také většinou postprodukčně dodělány a mají více počítačový charakter. Pro některé kresby ale Foldvary využívá fotografií jako zdrojových dat, a tak kreslí přímo za použití tabletu. V jeho raných projevech se objevují hlavně původní ruční kresby ztmavené v počítači. Se stále častějším portrétováním známých osobností se ale použití počítače stalo jednodušší, díky možnosti kreslit přímo na fotku. Tyto detaily ale člověk, který tvorbu Foldvariho dobře nezná, lehce přehlédne a žádný rozdíl v nich prakticky nenajde. Široká veřejnost také nepozná, kdy umělec použil kresbu nakreslenou ručně a kdy kresbu kreslenou na tabletu.

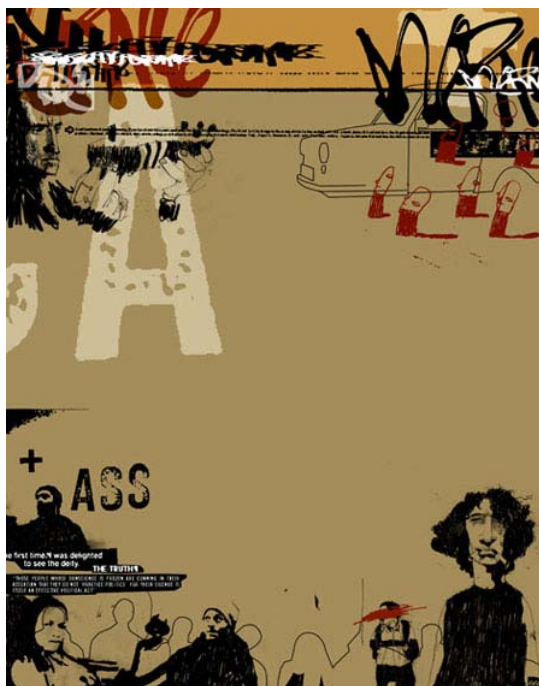
Sám umělec to ale dosti silně vnímá a rozdíly mezi těmito dvěma výstupy vidí velmi výrazně. Teď uvedu pár Foldvariho ilustrací, jež budou ukázkou jeho zajímavé tvorby.



Tyto dvě černobílé ilustrace jsou ukázkou Foldvariho nejtypičtějšího projevu, jímž se proslavil. Jedna linka stejné šířky, v kontrastu s ručně vyšrafovanými plochami a špínou kolem. V tomto období nikdy Foldvari postavám nekreslil oči, ale tvář byla nakreslena jako jakási mapa tvořená z vyšrafovaných přihrádek. Stíny pod rty, nosem a očima určovaly charakter celé tváře. Čím byla tvář z většího detailu, tím byla linie ohraničující vyšrafované plochy více nepravidelná a „dekorativní“. Další je ukázkou nekonečného množství kreseb.



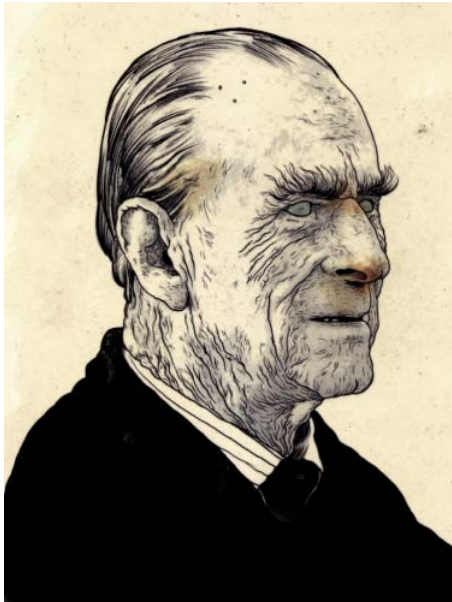
Obr. 40. – 49. David Foldvari: ilustrace a plakáty



Toto jsou pro změnu jedny z více grafických projevů Davida Foldvariho. Street artové prvky, nedokončené kresby, jako součást kompozice, škrábance a špína, detailní kresbičky v kontrastu se skicami stylu doodle art. Ručně psané písmo, nebo grunge fonty. Výrazy těchto kompozic jsou velmi svérázné a silné ve své nedbalosti a zdánlivé nahodilosti.



Ilustrace na předchozí stránce je detailem jedné z mnoha skrumážových kompozic, jichž David Foldvari vytvořil spoustu. Další ilustrace uvedené níže, ukazují posun v jeho projevu, jenž se osvobodil ze šrafovaných chlívků a vertikální orientace šrafovaných čar a začíná se šrafováním a linií pracovat jinak. Tato forma již nepůsobí tak temně, ale není tak výrazná jako projev, jež byl pro Foldvariho typický v jeho počátcích.



5.5 OSOBNOST – Eduardo Recife

Eduardo Recife je ilustrátor, grafický designér, typograf a umělec pocházející z Brazílie. V Brazílii vyrůstal a v současnosti tam také žije a pracuje. Mnoho lidí, jež tohoto Brazílského designéra zná, má jeho jméno spojeno se slovy Misprinted Type, což je název jeho webové adresy, která je všemi milovníky tohoto stylu velmi oblíbená. Nejen proto, že na těchto stránkách najdete skvělé jak autorské, tak komerční ukázky Recifeho práce, ale také proto, že si na těchto stránkách můžete stáhnout zajímavé freewarové fonty. Eduardo Recife je velmi všestranný a pro ostatní velmi inspirativní. Jeho projev má vždy patinu starobylého nažloutlého vzhledu. *„To je důsledkem jeho záliby ve starých věcech, na jejichž vzhledu se podepsal zub času. Staré časopisy, knihy, čtverečkované papíry a podobné klenoty, jež většinou ale rozstříhá do svých koláží. Recife nemá rád hladké a sterilní počítačové linie, jež jsou strojové a nemají podle něj ducha. Proto ve svých pracích využívá úplný opak prostředků, jež hledá ve starožitnictvích a doplňuje vlastním autorským písmem.“*⁹ Jeho fonty zažily před několika lety obrovský boom a i dnes jsou stále mnoha designéry s oblibou používány. Recife byl jednou z hlavních postav, jež se „zasadila o vzednutí druhé grungové vlny“ v grafickém designu s obohacením o nové projevy. Jeho díla byla pro ostatní téměř jakýmisi manifesty. Fonty, které všem na svých stránkách bezplatně poskytl, nejsou žádnými amatérskými pokusy, ale velmi dobře udělanými grunge fonty. Na internetu dnes najdete stovky grunge fontů, jejich kvalita je ale často mizerná. Recife navíc na svých stránkách vždy každý font jakoby předvedl na nějakých volných grafikách a ukázal jeho možné použití. Už samotné volné grafické projevy prezentující tyto fonty byly prakticky v tomto stylu od jeho boomu nepřekonány a i s odstupem času a určitým opadnutím zájmu mnoha lidí o tyto grafické projevy jsou jeho díla unikátní. Málo kdo by po zhlédnutí množství jeho prací typoval rok jeho narození na datum 1980. I seznam klientů, pro které Recife pracoval, je dosti pestrý a to i přes to, že se za práci nevydal třeba do Spojených Států. Klienti si ho našli i v Brazílii, a tak se může pyšnit pracemi pro Warner Bros, Adobe, Apple, Burton, Buster, CNT, Showtime, a další. Jeho nekomerční práce se objevily téměř v každé knize či časopise zabývající se grafickým designem. Se svými volnými pracemi uspořádal i několik výstav. Většinu z nich prodal. V posledních letech se ale věnuje více komerční tvorbě a výstavy jeho děl se od roku 2004 přesunuly na vedlejší odstavnu kolej. Pro prezentaci svých komerčních prací si vytvořil Recife ještě další webovou stránku, jež nese jeho jméno. V mnoha z nich je ale jeho projev tak „šfílený“ (v

dobrém slova smyslu), že se od jeho volných autorských projevů téměř nedá rozeznat. Někdy to vypadá, že si Recife dělá volné umění podle sebe a ještě za to dostane zapláceno od bohatých komerčních společností. To, co se někomu může zdát jako dobrý vtip, je zde spíše faktem. V jeho kolážích se odráží několikaletá zkušenost s touto technikou a jeho kompozice a výběr elementů v nich působí velmi přirozeně. Zdánlivá nahodilost respektuje kompoziční pravidla a koláže tak působí velmi vyváženě. Recife je jedním ze zastánců freelance stylu práce. „*Sám říká, že je to mnohem lepší, než dělat v agentuře. Jako největší výhody uvádí to, že je pánem svého času a že si tudíž na konkrétních projektech tráví tolik času, kolik uzná za vhodné. Tento styl práce mu dává více svobody a flexibility, nejen při samotné práci, ale také při skloubení práce a osobního života.*“¹⁰

Styl práce Eduarda Recife je jakousi přehlídkou různých skvěle vyvedených grungových forem. Recife nepracuje jenom s typografií, či jenom s ilustrací, ale propojuje vzájemně několik různých technik. Pokud se první budu zabývat jeho prací s typografií a písmem, hned tu máme dva už na první pohled rozdílné světy, z nichž každý je ve své „linii“ v kategorii těch nejzdařilejších z celého světa. Když se řekne Eduardo Recife, mnoho lidí si vybaví dekorativně kreslená písmena tužkou. Ano tužkou. Toto je ta první linie, či jakýsi směr, kterým Recife s písmem často jde. Symetrie a dokonalé proporce v těchto písmech bychom ale hledali marně. Různorodost, radost, dokonalost v nedokonalosti, dekorativnost a hravost, to jsou ta pravá klíčová slova pojící se s kreslenými písmi Eduarda Recife. Jejich vzhled je tak netradiční a charakteristický, že mezi tradičními komerčními projevy prakticky nejde přehlédnout. To je také jeden z důvodů, proč se tato kreslená typografie objevila na reklamách firem jako GNU, Burton, či třeba Fast Magazine. Další poloha Recifeho práce s písmem už není založena na kresleném písmu, ale použití grunge fontů s velkým vkusem. Fonty, které Recife používá, jsou navíc jeho vlastními autorskými výtvo-ry. Abych vzpomněl jenom pár těch nejznámější a nejvíce oblíbených, tak uvedu Broken 15, Downcome, Max Rhodes, Moksha, Selfish, Misproject, Guilty a mnohé další. Tyto fonty si můžete z jeho webu stáhnout zdarma, ne každý s nimi ale umí zacházet tak, jako sám jejich autor. V typografických pracích tohoto stylu si nejde nevšimnout jasné inspirace postmoderními autory, především tedy Carsonem. Jeho kompozice a použití písma vůbec je pro mladé designéry, kteří inklinují k tomuto vizuálnímu projevu, velkou inspirací. Recifeho typografické kompozice jsou založeny na kontrastech velkých a malých písem, perfektní hře s volným prostorem a citlivým výběrem vhodného písma. Celá atmosféra je pak doplněna mnoha dalšími elementy, jež celek ještě podpoří. Tuto typografickou formu dosti

často kombinuje s fotografiemi, které jsou mnohdy rozstříhány a poskládány do roztodivných kolážových kompozic. Koláž je dalším výrazovým prvkem, jež se v jeho tvorbě objevuje jak sama za sebe jako volný umělecký projev, tak v kombinaci s písmem, ať už kresleným, nebo digitálním. Všechny tyto kombinace a variace jsou v jeho dílech k vidění. Práce, jejichž základem je koláž, většinou doplňuje ručně kresleným písmem a tam, kde je základem fotka, používá zase vlastní digitální fonty. Starobylý vzhled svých děl podporuje nažloutlou barevností, ale také texturami škrábanců a nečistot. Stejně jako u Foldvariho u něj prakticky také nenajdete jedinou čistou ilustraci, i když v posledních komerčních kolážových pracích se špínou a škrábanci trochu šetří.

Co se týče techniky a médií, které Recife při své práci používá, je to prakticky v těchto sférách klasika. Tužka, barvy, galerie textur a pro jeho koláže plné šuplíky starých papírů, časopisů, knih, návodů a veškerých tištěných materiálů, jež mají starobylý vzhled. Recife pracuje z velké části ručně a koláže, které jsou ručně lepené, preferuje více než ty digitální. Počítač využívá spíše jenom pro kompletaci a pohybování s jednotlivými prvky, ne k tvoření základu. Ten má už připraven předem v podobě naskenovaných kreseb či vystřihaných obrázků. Dosti často také používá lepicí pásky různých druhů, jež jsou velmi zajímavým elementem nahrazujícím příliš sterilní digitální geometrické tvary. Obyčejnou tužkou vytváří své ilustrace, jež ale s klasickým akademickým stylem kresby nemají nic společného. Jsou to velmi autorské kresbičky s „vizualitou z jiné planety“. Svě ilustrace kreslí se zaujetím pro detail malého dítěte. Kresbičky působí „šíleně“, ale zároveň velmi zajímavě svým kontrastním vystavěním. Jednoduchá linie obrysů kontrastuje velmi detailně prokresleným plochám, jež tvoří jakýsi dekor. Většinou ve svých postavách takto dekorativně pracuje na vlasech a zbytek ponechává jen v jednoduchých obrysech. Správné proporce těla, či zákonitosti jeho pohybu v těchto dílech nemají nejmenší místo. Postavičky, které vytváří, jsou tak jiné, že jejich kvalitu či hodnotu snad ani nemůžeme posuzovat měřítky pro dospělé. Jeho projev je velmi zajímavý, zvláštní, už několikrát jsem ale slyšel, že dětský. To by pro Recifeho byla ale spíše poklona, protože to je právě to, o co se snaží. Projev dětské kresby nezatížen pohledem zkušeného kreslíře. Jestli Recife umí kreslit i akademickým stylem, nevím, protože žádný takový projev se v jeho dílech neobjevuje. Jisté ale je, že on sám takovou schopnost, pokud ji ovšem nemá, ani nepotřebuje.

Rád bych zde teď uvedl ukázky několika velmi zajímavých děl, jež budou takovým rychlým průletem světem Eduarda Recife. První ukázky se budou týkat Recifeho práce na fontech vzešlých z jeho písmolijny *Misprinted Type*. Ukázka titulních stran propagujících konkrétní fonty se svým avantgardním projevem k předvedení jiných komerčních písmolijen nedají skoro ani přirovnávat.

Obr. 50. – 67. Eduardo Recife ala „*Misprintedtype*“



Toto je ukázka tří grunge fontů, jež Eduardo Recife vytvořil. Jejich prezentace na horních volných grafikách ukazuje styl, který konkrétním fontům sluší. Fonty Moksha, Dirty Ego a Guilty patří k těm dosti oblíbeným. Nejsou jenom nějakými zašpiněnými verzemi jiných komerčních písem, ale Recife řešil také konstrukci znaků a charakter tvaru písem, podle jejich frekvencovanosti. Ve fontu Moksha tak například jde dobře vidět kombinace jak serifových, tak groteskových liter. Tím font dostává při vysázení textu zajímavě členitý vzhled.

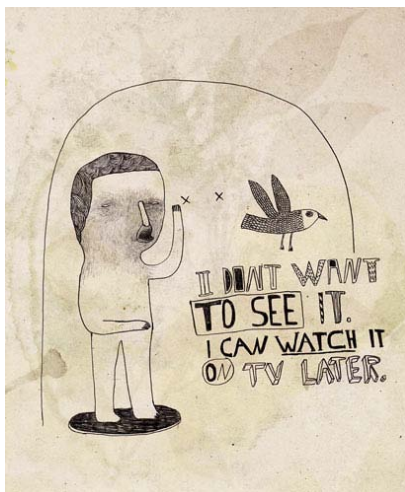
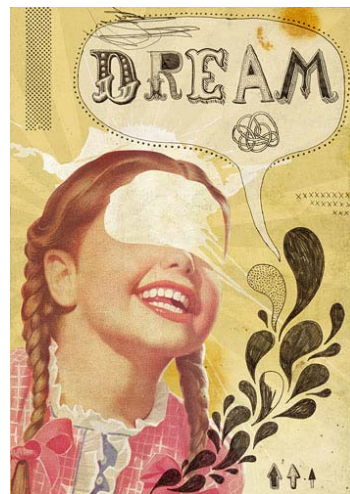
Jako další ukázkou uvedu několik kreslených ilustrací, jež jsou pro Recifeho stejně charakteristické jako jeho kreslená písma či koláže.



Tyto kresby jsou charakteristické svou jakoby dětskou vizualitou a smyslem pro soustředěné provedení detailu, jež odvede autorovu pozornost od celku. Když kreslíte a začnete se příliš věnovat jednomu detailu, často zjistíte, že to bylo zbytečné, protože celek je špatně. Přesně tento soustředěný pohled na detail evokují kresby Eduarda Recife, jež ale mají styl. Další dílo je ukázkou Recifeho práce s jeho typickým kresleným písmem užitým v koláži, jež je doplněna dalšími kreslenými prvky. Celkový vzhled je velmi hravý a vcelku milý.



Na závěr uvádím ještě pár ukázek Recifeho koláží, kreseb a typografických prací, jež se často objevují nejen na webech zabývajících se grafickým designem. Některé ilustrace jsou navíc doprovázeny texty, jež jsou velmi vtipné, viz ilustrace vlevo dole.



5.6 OSOBNOST – Si Scott

Si Scott je grafický designér, umělec a ilustrátor, pocházející z UK. Většinu času se pohybuje mezi Manchesterem a Londýnem. Jeho styl obohatil před několika lety scénu grafického designu o nový, velmi charakteristický projev, jež na sebe v krátkém časovém období upoutal takovou pozornost, že se jeho práce objevily téměř ve všech publikacích zabývajících se grafickým designem. Si Scott studoval na umělecké univerzitě, kde získal akademický titul z designu. Jeho kroky se poté ubíraly podobným směrem, jako je tomu u všech čerstvých absolventů. Zamířil do menších studií, jichž v začátcích vystřídal mnoho. V praxi se zdokonalil v práci na počítači a získal nové zkušenosti. Kromě práce na zakázkách ve studiu si ale Si Scott stále tvořil své vlastní projekty takzvaně do šuplíku. Nenechal se ubít rychlým komerčním shonem, kdy kvalita šla mnohdy tak nízko, jak si zákazník sám poručil. Po zveřejnění jeho autorských projevů na sebe odezva nenechala dlouho čekat a Si Scott začal postupně vytahovat své další šuplíkové práce, aby je ukázal světu. Jeho autorický projev je velmi jemný, dekorativní a nový. Ke své práci počítač prakticky „nepotřebuje“ a podobně jako někteří autoři uvedení dříve ho využívá jenom jako nástroj, jež mu umožňuje jednotlivé prvky poskládat dohromady. „V rozhovoru pro *the 99%* řekl, že počítače jsou skvělé jako nástroj, ale že věří tomu, že plno lidí na ně spoléhá až příliš.“¹¹ Jinými slovy, že jejich osobní vklad do práce je menší, než by podle něj mohl být. Si Scottův vklad do práce je zato tak velký, že už ani větší být asi nemůže. Plakáty, které dělá, by totiž mohl posílat přímo poštou jako originály k rozmnožení, aniž by se dotkl počítače. Jeho projev je pro mnoho lidí nepochopitelný a svým postupem v dnešní době až paradoxní, což jeho díla na druhou stranu dělá tak zajímavá. Mnoho lidí mu píše a ptá se ho, jaký program používá na vytvoření těch skvělých děl. Bohužel těmto lidem moc radosti svou odpovědí asi neudělá. Jeho velmi dekorativní kreslené motivy by se daly mnohem snadněji a přesněji udělat v počítači jako vektorové objekty, takový projev by ale asi neoslovil tolik lidí, jako když všechny tyto detailní dekorativní kresby někdo nakreslí ručně. Je to takový paradox v době počítačů a technologie, kdy výstup vypadá na první pohled jako bezpochyby počítačová záležitost, za jejímž vznikem ale nestál žádný počítačový software, nýbrž „polorobot“ Si Scott. Kromě toho, že se Si Scott věnuje mnoha komerčním zakázkám ve svém Si Scott Studiu, má ještě další aktivity spojené s oborem. „Od roku 2003 vystavoval svá díla na více než čtyřiceti výstavách po celém světě. Jeho díla tak byla k vidění v New Yorku, Miami, LA, Londýně, Chicagu, Tokyu, Madridu, nebo třeba v Sao Paulu. Kromě výstav byl

*také lektorem na více jak čtyřiceti workshopech, většinou v UK. Mnohokrát zasedal ve významných porotách jako čestný host.“ Od roku 2009 nasbíral za svou práci jedenáct ocenění.*¹² Nejen díky tomu se tak mezi jeho klienty objevují značky jako Adidas, Audi, Diesel, Hugo Boss, Nike, Orange, Penguin Books a další. S designérem a ilustrátorem Kerry Roperem navíc založil nové studio We Are Bitch, o němž jsem se již zmiňoval v kapitole o Kerry Roperovi. Spojení těchto dvou dosti odlišných designérských projevů z nich dělá velmi silnou dvojici, jež pokryje velmi široké pole působnosti. To, co by totiž ve stylu Si Scotta mohlo vypadat směšně, je přesně zakázkou pro Kerryho a naopak. Ještě další aktivitou tohoto člověka, jež asi spánku věnuje jen málo času, je obchod Paper Scissor Stone, jehož je spolumasítlitel. Prodávají se zde velkoformátové tisky a plakáty vybraných umělců či designérů spolu s módním designovým oblečením a doplňky.

Styl práce si Scotta je velmi dekorativní, detailní, plynulý, ale zároveň složitý. Někdo tento styl nazývá jako kaligrafický. Síla tahu ale v případě prací Si Scotta nevychází z jednoho reálného tahu, který by zároveň přítlakem a náklonem použitého média modeloval sílu linie, ale jeden zdánlivý tah je vytvořen dvěma ohraničujícími liniemi a následným vybarvením vnitřního prostoru. Tato jeho technika práce je dobře vidět na videoklipu pro BBC Television v projektu The Secret Of Drawing, kde jsou záběry Si Scotta přímo při práci na jednom z jeho plakátů. Hlavním motivem, jež se v tomto velmi dekorativním stylu opakuje, je jakýsi vířivý abstraktní dekor, jenž se vzájemně proplétá. Charakter těchto detailů evokuje pocit nějaké kapaliny díky tvarům kapek, které zakončují každý z tahů. Barvnost je většinou pouze černo-bílá, aby další barvy neodváděly pozornost od samotného dekorativního díla. Si Scott tímto stylem kreslí jak ilustrace, tak písma. V jeho portfoliu najdeme především ilustrace zvířat, které jsou vyplněny kudrlinkami a dekorativními šlahouny, jež nerespektují klasický styl vystavění prostou v obraze, ale používají svůj vlastní. Kreslená písma jsou v některých případech podobně jako ilustrace jakoby uzavřena ve svých původních obrysových tvarech, do kterých Si Scott vdechl dekorativní život. Písma, která Si Scott obohacuje o svůj dekor i mimo jakousi pomyslnou hranici původního znaku, kdy tvar písmene „uvolňuje“ do okolního prostoru, jsou pro diváka často ještě mnohem zajímavější. Ještě jednou zajímavostí je, že se v dílech Si Scotta prakticky nevyskytují ostré hrany ani rohy, což jeho ilustracím dodává velmi plynulý vzhled tekoucí a vířící vody. Jediné ostré hrany se do jeho tvorby dostanou v podobě písem, kde řeší pouze vnitřní dekorativní plochy.

Média, jež při své práci Si Scott používá, by se vám vešla do malého pouzdra. Při kreslení svých dekorativních plakátů a ilustrací mu totiž postačí pouze tužka a pár různě širokých černých fixů, z nichž nejfrekventovanější a nejdůležitější práci odvede ten nejtenčí. Své finální díla kreslí buď na pauzovací papír, nebo na prosvětlovacím stole. Bez předlohy, jež si vytvoří před samotným kreslením na ostro, by tak dekorativní a souměrné kresby nedosáhl. Kromě těchto technických pomůcek snadno dostupných pro každého je ale Si Scott vyzbrojen trpělivostí, jakou nemá ani kdejaká dívka. Tím nechci říct, že se Si Scott chová jako holka, dokonce tak ani nevypadá, ale trpělivost jakou musí při takové práci mít, až udivuje. Navíc při vytahování finálních linií nemá na svém papíře, či fixu žádné tlačítko zpět, takže pokud udělá chybu třeba v polovině plakátu, může začít od znova. Pávě tato „riskantní cesta“, kdy každý tah může nenávratně zničit několik hodin soustředěné práce, dodává finálnímu dílu jeho vyšší hodnotu.

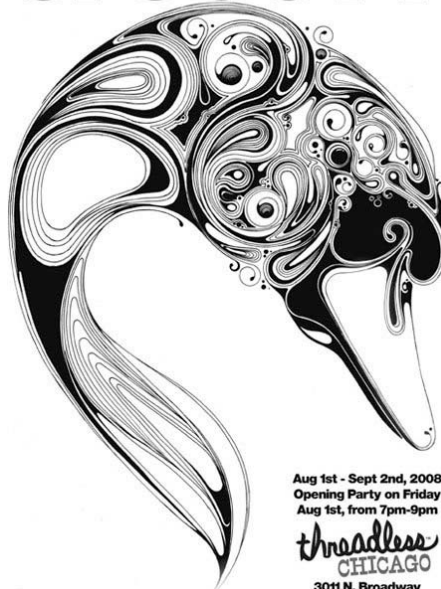
Ukázky prací Si Scotta bych odstartoval několika ilustracemi zvířat, jež jsou pro předvedení jeho dekorativního projevu dobrým příkladem. Ilustrace nemají nikdy žádné pozadí a jsou tak volně umístěny ve formátu. Charakteristické tvary částí zvířecího těla se proměňují ve „vířivý kapaliný dekor“, jež se dále volně rozvíjí do prostoru. Při pohledu na tělo ilustrované krysy mi zvolený dekorativní styl evokuje hodinový strojek. Ruční provedení až udivuje svou přesností. I když je dekor velmi hustý a přímo nerespektuje tvar zvířecího těla, jde zde díky určitým náznakům a náběhům reálný tvar těla vycítit.



Obr. 68. – 81. Si Scott: ilustrace a typografie



SI SCOTT



Aug 1st - Sept 2nd, 2008
 Opening Party on Friday
 Aug 1st, from 7pm-9pm
threadless
 CHICAGO
 3011 N. Broadway

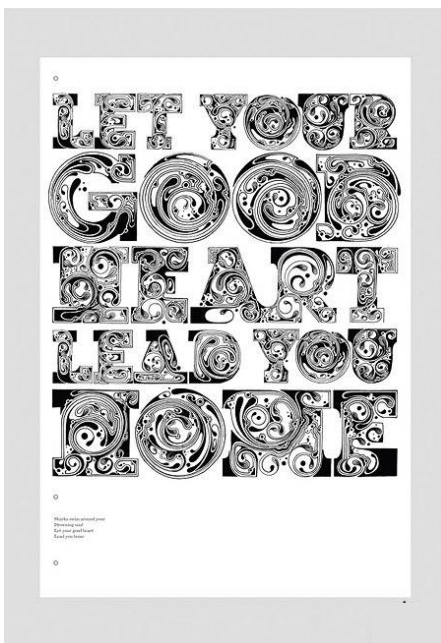
První obrázek je detailem z plakátu, který ukazuje důvod, proč si plno lidí při pohledu na takové dílo myslelo, že jde o výtvar z počítače. Dekorativnost, jež zde byla dovezena téměř na samou hranici nejen čitelnosti, je v takovém rozsahu v grafickém designu dosti ojedinělá. Na první pohled zrcadlově symetrický dekor je navíc na každé straně jiný. To je výhoda oproti počítačově tvořeným symetrickým dekorům, které někdy nemusí být tak zajímavé. Druhý obrázek je plakátem na výstavu Si Scotta, jež ilustruje jak tyto kresby zajímavě fungují na plakátě s textem. Černé plochy písma doplňují černé plochy v kresbě.



THE ORAL HISTORY
 BY MICHAEL HALL
 SUBMITTED BY PLATON



Ukázky na předchozí stránce dole jsou zase příkladem užití těchto dekorativních písmových krací v praxi. Na závěr zde ještě uvedu několik různých komerčních prací, jež zdobí portfolio Si Scotta. Dekor, je v jeho případě velmi silnou zbraní.



5.7 OSOBNOST – Krzysztof Domaradzki ala Kxx

Krzysztof Domaradzki je polský grafický designér a ilustrátor. Někteří lidé ho mohou znát pod přezdívkou Kxx. Na Akademii Výtvarného Umění v Poznani získal Magisterský titul, když vystudoval obor Kresby a Kovových technik. Po škole se vydal hledat práci v grafickém studiu, kde se teprve začal seznamovat s počítači a grafickými softwary. Po chvíli ale poznal, že mu tento styl práce nevyhovuje. Pracovat jako anonymní řadový „grafický dělník“ nebylo nic pro něj. Proto se od roku 2004 vydal na vlastní sólovou dráhu freelancera. V roce 2006 založil vlastní Studio Kxx, kde pracuje se svou manželkou. Díky jeho velmi zajímavému stylu, založeném na perfektní kresbě „polské školy“ a dobrém citu pro design získal mnoho klientů zajímavých jmen. Mezi ty nejprestižnější patří třeba Audi, Volkswagen, Diesel, Nike, Sony Ericson nebo Škoda. Kxx má dosti široký záběr. Kromě toho, že je výborným kreslířem, což bude vidět v obrazových ukázkách, se v jeho portfoliu dají nalézt také práce, jež kresbu vůbec neobsahují. Kxx dělá také zajímavá loga a vizuální styly. Jeho práce s fotkou jsou netradičním způsobem jejího narušování. *„Kxx říká, že je fascinován samotným oborem a jeho možnostmi. Nové výzvy ho inspirují a rád se učí novým věcem. Zajímavý je fakt, že se s počítačem učil zacházet až po vysoké škole a během pár let se dostal na takovou úroveň. Jako velkou výhodu vidí možnost kombinovat ručně kreslené kresby s digitální postprodukcí.“*¹³ V projevu, kdy používá hlavně písmo kombinující s fotografií, je jeho design dosti čistý.

Styl, kterým Kxx tvoří, je charakteristický ne příliš obvyklým kresebným projevem. Jeho kresby se totiž jakoby roztékají a z kresleného obrazu vyhazují malé šlahounky, jež deformují okraje zobrazovaného objektu a propojují jej s pozadím. Je zde jakýsi jemný náznak podobného dekorativního stylu, jakým kreslí Si Scott. Kxx ale tyto dekorativní elementy používá úplně jinak a více expresivně. Kresby tak někdy působí skoro jako „jedoucí staré auto, z něhož během jízdy odpadávají součástky do všech stran“. Tuto stylově velmi zajímavou kresbu navíc umí velmi dobře kolorovat. Pokud se ale podíváme na kresby, jež nejsou komerčního charakteru, objevíme výrazově brutálně kresebné projevy, jež nemají stejný styl jako jeho komerční šlahounovité kresby, ale jsou samy o sobě skvělými uměleckými díly. I přes svůj spíše umělecký trénink se Kxx velmi dobře přizpůsobil komerčním požadavkům při zachování vlastní identity. Jeho různé grafické projevy tak pokrývají širokou paletu potencionálních možností. Kromě jeho kresebných projevů můžeme také objevit zajímavé práce s koláží a fotografií. Ve svých kolážích vytváří z fotografií

různě rozstříhané dekorativní tvary, jež jsou digitálního charakteru. Tyto více digitální projevy působí velmi čistě a uspořádaně. V práci s písmem je jeho projev založen na výběru čistých fontů, jež ponechává ve své jednoduchosti, nebo jejich tvary vyplňuje dekorativní výplní či vymaskovanými fotografiemi. Na některých jeho pracích jde vidět, že sleduje současné trendy, které do své práce zapracovává. Typickým projevem v jeho grafikách je i používání mnoha textur, ty ale ve finálních dílech nejsou vidět příliš výrazně. Zmiňované trendové prvky jsou většinou geometrické tvary, jako půlkruh, přímka či trojúhelník, jež jsou ponechány v obrysových formách a tvoří tak ve finálních kompozicích kontrastní prvky proti členité, dynamické a nepravidelné kresbě. Tyto prvky jsou také někdy méně výrazné, jako textury jemně dobarvující a modelující pozadí, tvoří ale pocitově jakousi jemnou síť, která zdánlivě volně rozmístěné prvky pevně ukotvuje v prostoru.

Média, která Kxx při své práci používá, jsou různá. Pro své kreslené grafiky a ilustrace používá pero. Kresbu poté skenuje do počítače a upravuje, aby vypadala jako kresba tužkou. Tímto způsobem si tak může přesně určovat, jak tmavá bude která linie či část kresby. Naskenovaná kresba by mu toto v postprodukcí tak jednoduše neumožnila. Po dalších úpravách začne přidávat množství textur, fotografií a filtrů. I když je na vytvoření a otexturování pozadí použito mnoho fotografií, ve finálním vzhledu nijak výrazně do grafiky nepromlouvají a jsou spíše tlumené. Mnohé jeho ilustrace jsou kresleny na základě fotografií, což mu umožňuje soustředit se na styl ilustrace a dekorativnost. Výsledné vizualizace jsou velmi zajímavé. Z dálky vypadají jako normální fotografie, pokud se ale podíváte blíže, objevíte velmi dekorativní projev, jenž zajímavým způsobem propojuje kresbu s původní fotografií, která je přefiltrována různými filtry, aby příliš nekontrastovala kresbě a spíše tvořila barevnou výplň kresebných tvarů. Svou technickou náročností nezůstávají pozadu ani hyperrealistické fotomontáže, ve kterých Kxx vytváří nereálné scény a světy. Ve svých autorských nekomerčních pracích dosti často kombinuje kresbu tužkou a uhlem s lepicí páskou, kterou lepí přímo na papír a potom překresluje. V jeho malbách pak můžeme vidět velmi expresivní styl zacházená s barvou, jež na podkladu tvoří silné nánosy vytvářející hrubý reliéf.

Ukázky z tvorby Kxx nezačnu tradičně komerčními pracemi, ale na začátek uvedu tři jeho kresby, jež nejsou komerčního charakteru. Jejich silný výraz určitě zaujme i člověka bez uměleckého vzdělání. Jsou ukázkou toho, jak se dá obyčejná kresba modelu povýšit na umělecké dílo. Výraz, kompozice, vyvážení světla a stínů, to vše funguje skvěle.



Grafika níže je ukázkou práce Kxx, jež v sobě kombinuje všechny elementy typické pro jeho práci. Zajímavě vymaskovanou typografií, realistickou fotomontáž a skvělou kolorovanou kresbu. Jemné geometrické linie a pozadí, které je spíše v lehkém náznaku. Každý prvek má své pevné místo v kompozici, jež je vyvážená jak obsahem prvků, tak barevně. Zajímavé je i použití jeho kresebného „rozvířeného“ rukopisu pouze u jednoho ze tří vlků.

Obr. 82. – 94. Krzysztof Domaradzki ala „Kxx“





Tato grafika s ilustrovaným řvoucím paviánem pro Favourite Website Awards ukazuje digitální rozvířený rukopis Kxx v plné síle. Velmi dobře sladěná barevnost, zajímavě modifikované logo FWA a explodující energie. Je zde mnoho doplňujících elementů, jež vytváří kolem kresby zajímavou skrumáž. Stříkající barvě jemně oponují rovné linky. Ilustrace níže jsou pak ukázkou rozvířeného kresebného stylu, jež je jakousi grafickou ilustrací, která je velmi působivá i při omezeném dokolorování kresby.



Na závěr uvádím ještě několik ukázek z tvorby Kxx, které jsou přinejmenším zajímavé.



5.8 OSOBNOST – Joshua M. Smith ala „HYDRO74“

Joshua M. Smith, jehož většina lidí zná spíše pod přezdívkou Hydro74 je grafický designér z Orlanda. Pod „škatulkou“ grafický designér se ale v případě Hydra74 skrývají také doplňující upřesnění jako ilustrátor, typograf, fashion developer, brand maker či další konkrétnější zaměření a specializace. Pokud se podíváme na jeho webovou stránku, asi si pomyslíme, že Hydro74 je nějaké rozrostlé grafické studio s několika grafiky a ilustrátory. Veškeré práce na tomto webu uvedené jsou ale dílem pouze Hydra74, tedy J.M. Smitha. Po jejich zhlédnutí by se dalo jen s malou nadsázkou říct, že už není mnoho odvětví pojících se s grafickým designem, kterých se ve své práci Hydro74 nedotknul. Hydro74 sice není značka nějakého stroje na výrobu skvělého grafického designu, mnohdy to tak ale vypadá. Jeho záběr je opravdu široký a od časopisových layoutů, CD coverů, přes designy snowboardů, ilustrace na oděvy se jeho práce dostává k uměleckým sériím sítotiskových limitovaných tisků, autorských plakátů nebo k tvorbě vlastních fontů či velkého množství logotypů. V nich jde opravdu vidět, že se nejedná o práci s písmem, ale přímo o hru. V jeho zdánlivě kresleném a velmi charakteristickém projevu se spojuje smysl pro detail, kompozici a zajímavé autorské cítění. „*Už od mala dost kreslil a byl inspirován hlavně animovanými seriály, kde ho zaujaly stylizace postav. Dnes, když se ale ohlédne zpět, nad svými tehdejšími výtvary jenom kroutí hlavou. Tehdy se ale seznámil s vektorovým programem Ilustrátor, jež stejně jako většina designérů neměl vůbec rád. Později ale zjistil, že mu tento program dovolí udělat věci, které by ručně nebyl schopen vytvořit. Postupem času se z něj stal mistr v používání tohoto programu.*“¹⁴ I když je tento program v oboru grafického designu spolu s Photoshopem asi nejužívanějším programem, výsledků, jakých s ním dosahuje Hydro74, mnoho lidí nedosahuje. Jeho ilustrované plakáty totiž vypadají jako kreslené, i když tomu tak není. V tomto případě by se bez nadsázky dalo říci, že Hydrovým médiem není tužka nebo fix, ale myš. O tom, jak takových výsledků dosáhne, se zmíním o něco později v technikách a médiích, jež Hydro74 používá. Jeho projev je skvělou symbiózou osobnosti designéra (jež má vyhraněný autorský projev) s naplněním a překonáním požadavků, které od něj očekává komerční scéna. Většinou je právě tento střet dvou světů, autora, jež si jde svou cestou a komerčních požadavků, kámen úrazu, kdy se mnoho skvělých designérů nechce či neumí přizpůsobit komerčním potřebám. Hydrovy práce jsou ukázkou toho, že i komerční zakázky mohou být dosti autorské a hravé. Hydro74 by v budoucnu chtěl své studio rozšířit, protože s prestiží přibývá čím dál více zakázek. Pokud bych měl zmínit jen

pár značek, se kterými Hydro74 spolupracoval na několika projektech, určitě postačí jména těch nejzajímavějších, jako jsou NIKE, Adidas, Reebok, K2, Burton, Quicksilver, či třeba Levi's.

Styl práce Hydro74 je charakteristický velkou dekorativností, smyslem pro detail a velmi zajímavou grafickou stylizací vlastní kresby. Jeho ilustrované grafické projevy jsou většinou omezeny pouze na dvě nebo tři barvy. Pokud se první zaměříme na jeho ilustrované práce, zjistíme, že mají charakter téměř jakýchsi heraldických znaků. Schéma plakátů je v mnoha případech dosti podobné, kdy je hlavní ilustrace umístěna uprostřed plakátu a okolí je tvořeno silně dekorativně členěným „rámem“, do kterého je kresba zasazena. Jeho kresby jsou stranově souměrné díky tomu, že Hydro74 vždy dělá jenom jednu polovinu plakátu a tu potom zrcadlově převrátí i na polovinu druhou. Obě strany ale ve finále nejsou stejné, protože potom každou stranu ještě zvlášť upravuje a dodělává detaily, které do zdánlivě úplně souměrného obrazu vnášejí prvky, jež tuto souměrnost chytře a příjemně narušují. Přezdívka Hydro74 není jen nějakým vymyšleným jménem bez významu. Pokud se totiž na jeho ilustrace podíváme, uvidíme v nich velmi plynulé linie, jež evokují kapalinu s velmi přírodním charakterem. Stíny v jeho ilustracích jsou téměř jako odlesky na vodní hladině. I když jsou při bližším pohledu tyto stíny ohraničeny ostrými vektorovými liniemi, v celkovém pohledu působí velmi plynule. Hydro74 do svých plakátů dostává velmi zajímavý kresebný charakter, jež nemá ani náznak sterility vektorových linií. Dost často se v jeho dílech jako ústřední motivy plakátů objevují zvířecí hlavy, lebky a masky, jež mohou být ve svých čelních pohledech Hydrovým souměrným stylem dobře ztvárněny. Dalším projevem jeho stylu jsou charakteristické písmové kreace. Nejen že s písmeny v logu umí udělat divy v podobě netradičně tvarovaných písmových znaků, je ale také skvělým tvůrcem fontů. Ve své sbírce má kolem padesáti funkčních fontů, které si můžete koupit spolu s dalšími věcmi, jež nabízí ve svém shopu. Najdete zde také zajímavé limitované edice sítotiskových plakátů, které jsou dnes jakýmsi symbolem propojení grafického designu na počítači s návratem do dílen, kde si musíte ruce ušpinit od barvy. Co se týká jeho komerčnějších projektů, jako jsou třeba loga, je zde jeho produkce tak trochu nad průměrem obyčejných designérů. Asi tak dvacetkrát. Viděl jsem už hodně prezentací a portfolií grafických designérů, ale tolik značek a log jsem ještě nespátlil u nikoho z předešlých. Navíc tvorba značek a log je jenom jednou, spíše bych řekl menší částí Hydrovy práce.

Technika, jež Hydro74 používá, zní při popisu velmi jednoduše, výsledek je ale tak komplikovaný, že se k němu tak jednoduchý postup ani nehodí. Při svých ilustracích začíná

Hydro74 jenom rychlou jednoduchou skicou tužkou, kterou naskenuje do počítače a začne překreslovat v Illustrátoru. Překreslovat sice ano, ne však za pomoci pera a tabletu, ale za pomoci ruky a myši. Hydro74 své ilustrace „kreslí“ myší. Proces jeho práce na ilustracích je dosti složitý a zdlouhavý, protože každou linii formuje bodovými táhly v Illustrátoru. Neošidí ani linku, protože každou linii musí konstruovat jak z její vnitřní, tak vnější strany. O to větší radost ale musí mít, když polovinu, na které tak úmorně pracoval, jen jednoduše zrcadlí na druhou stranu a má hotovou celou základní hlavu, na níž pak dále pracuje.

Teď uvedu několik ukázek z Hydrovi práce, na kterých budu demonstrovat jeho velmi zajímavý autorský a komerčně úspěšný styl. První dva plakáty jsou součástí velmi exkluzivně vypadající sítotiskové série tištěné stříbrnou a zlatou barvou. Tyto plakáty jsou typickou ukázkou plakátů, jež vypadají jako obrazy. Další ukázkou jsou trička pro NIKE s tématem Olympiády a hokeje. Kanada, USA a netradičně okřídlená Česká republika.



Obr. 95. – 107. Joshua M. Smith ala „HYDRO74“



Motivy z olympijských hokejových triček pro NIKE z předchozí stránky jsou velmi zajímavé nejen formou jakýchsi moderních heraldických znaků, ale také symbolicky dobře vybranými motivy, které při svém souměrném propojení působí na zákazníka velmi lákavě, ale na druhou stranu nejsou žádnými nepodařenými podbízivými komerčními výkřiky.



Dalším velmi zajímavým projektem, jež Hydro74 realizoval, je speciální limitovaná řada tenisek NIKE AIR, ve kterých by snad bylo i škoda chodit. Hydro74 nejen že vytvořil ilustrace speciálně pro konkrétní model tenisek, vytvořil ale také dřevěnou dárkovou kazetu, ve které tenisky jsou. Na boční straně jsou ve dřevě laserem vypáleny Hydrovy ilustrace.



Ukázka skateboardových prken z předchozí stránky pochází ze série Samurai pro značku Plan B Skateboards. Je na nich velmi dobře vidět, jaké variability řešení je Hydro74 při tvoření motivů s jedním tématem schopen.



Toto je jenom malá ukázka Hydrovi práce se značkou, vytvářením loga, či jeho modifikací do různých stylů. Jeden nápis umí udělat v několika odlišných formách, ať už jde o logo, nebo plakátový titulek. Na další stránce ještě uvádím pár ukázek jeho ilustrací a práce s písmem, které jsou ukázkou symbiózy autorského projevu se světem komerční reklamy.



5.9 Streetartové ikony Fairey a Banksy

Street art, nebo také umění ulice, je mnohdy všude kolem nás, i když si to třeba ani neuvědomujeme. Výrazové prostředky street artu nejsou nijak omezeny, takže se formám umění ulice nekladou žádné meze. Jejich formy a projevy mohou být velmi různorodé a záleží jen na samotných autorech, jakou formu pro své dílo zvolí. Důležité je jeho umístění do veřejného prostoru. Street artové formy mohou jít od stencil graffiti tedy (šablonového graffiti), přes lepení stickers (nálepek), velkoplošných většinou nízkonákladových černobílých tisků, či instalace nebo videoprojekce atd. Dost často může počínání umělců ulice dostat stejnou nálepku, jakou dostávají umělci graffiti, tedy vandalové ničící město. Ne každý stříkanec sprejem na zeď může být oprávněně nazýván uměním, stejně jako ne každý autor umělcem. To samé platí i o street artu. To, že po městě vylepíte sto nálepek, které doma vytisknete na tiskárně, z vás ještě nedělá umělce. Ať je náš pohled na počínání těchto lidí jakýkoli, vybraným osobnostem jako je Banksy nebo Fairey určité kvality upřít nemůžeme. Díla těchto autorů jsou mezi odborníky na umění či fanoušky street artu velmi dobře známá, a to ne náhodou. Nejen že jejich díla zdobí nejednu ulici či galerii všude po světě, ale fotografie těchto děl plní autorské knihy „pouličních hvězd“, které jdou doslova na dračku. Jejich díla jsou velmi inspirativní jak formou, tak obsahem a sdělením, které je někdy jenom jakýmsi výkřikem do šedivé ulice, jindy ale zase řeší zajímavá společenská témata, jež jsou většinou podána s nadsázkou, parodií nebo vtipem. Street art samotný není jenom o tom, že si doma připravíte nějaké dílo a to si pak donesete na ulici a nalepíte na zeď stejně pohodlně, jako obraz v galerii při vlastní výstavě. Se street artem je spojen samozřejmě určitý adrenalin, protože vy můžete být na sto procent přesvědčeni o tom, že děláte umění, ovšem okolí to vidí trochu jinak, a proto se takoví lidé nemohou divit, když je náhoda při instalaci jejich díla vyruší třeba příslušník, jež má v popisu práce pomáhat a chránit. Potřeba mluvit k lidem jazykem street artistům vlastním je žene dál i přes rizika, která s sebou umění ulice přináší. V případě obou uvedených osobností jde jejich proslavením vlastně o jakýsi paradox, protože street art je určitou nekomerční undergroundovou formou vzdoru vůči systému a komerci. Není tudíž divu, že se toto nelíbí některým lidem, jež sdílí street artové zájmy a vidí hranici mezi komercí a undergroundem stále dosti ostře. K jakémusi dalšímu výstupu z forem undergroundu se ubírá i sám Fairey, když pro svou pouliční tvorbu používá plnobarevné naleštěné tisky, které s undergroundem moc společného nemají.

5.9.1 OSOBNOST – Shepard Fairey

Shepard Fairey je grafický designér, ilustrátor a street artový umělec, jehož jméno po roce 2008 zaznamenal téměř každý člověk nejen v Americe, jež nemusel být vůbec fanouškem street artu. Bylo tomu právě kvůli jeho známému plakátu HOPE propagujícím Obama ve volebním souboji s MC Canem v roce 2008. O plakátu samotném se o něco později zmíním detailněji. Fairey se narodil v roce 1970 v Jižní Karolíně. Jeho první umělecké ambice se začaly projevovat už v mládí, kdy byl ovlivněn kulturou skateboardingu a punku. Začal si dělat vlastní designy nálepek na skateboardy či originální motivy na trička. V roce 1988 odmaturoval na Idyllwild Arts Academy a roku 1992 získal Fairey bakalářský titul na Rhode Island School of Design v oboru výtvarného umění a ilustrace. *„Na vysoké škole vytvořil nálepkovou kampaň „Andre the Giant has a posse“, kterou později rozvinul do kampaně OBEY GIANT. Kampaň lepení nálepek OBEY se rozšířila po celém světě. Nálepka zobrazovala stylizovanou tvář wrestlingového zápasníka. Sám Fairey říká, že nálepka nemá žádný význam a že existuje pro to, aby lidi její význam hledali, či si ho domýšleli.“*

¹⁵ Kromě toho, že je v současnosti považován za největší ikonu street artu, se také věnuje hudbě a pod různými přezdívkami vystupuje v klubech jako DJ. Stále produkuje nové umění, navíc pracuje jako grafický designér na komerčních zakázkách, jež si pečlivě vybírá. Jeho studio nese název Studio no. 1 a bylo založeno v roce 2003. Kromě toho má také vlastní značku oblečení OBEY. Jeho díla jsou vystavována v galeriích po celém světě. Shrnutí jeho díla za posledních 20 let pak Fairey představuje v knize Obey: Supply and demand, kterou má doma asi každý milovník street artu.

Styl prací Sheparda Faireyho se dá celkem jednoduše rozpoznat. V jeho tvorbě najdeme jak plakáty hodně detailní a dekorativní, tak plakáty více stylizované. Typickým a velmi výrazným prvkem jeho stylu je stencilový vzhled ilustrací, jako by byli linky vyřezané skalpelem a tvořily šablonu. Jsou velmi ostré, čisté a zjednodušené bez zabíhání do přílišných detailů. Velmi častým prvkem opakujícím se ve Faireyho pracích jsou pruhy, které se sbíhají na plakátu do středu a tvoří abstraktní pozadí, nebo se sbíhají do části obrazu, jež je tímto vyzvednuta a zvýrazněna. Pruhy se vždy zužují směrem ke středu a kombinují jen dvě barvy. Šablonový styl používá Fairey i pro výstavbu prostoru většinou ve třech plánech, pro než má různé barvy. Jeden z plánů je navíc dosti často narušen horizontálním čárkováním, což dodává obrazu jistý grafický vzhled. Jeho plakáty mají většinou dosti statickou formu a středovou kompozici, která je často orámována rámečkem a dekorativními

prvky, tvořícími na plakátě jakýsi téměř dekorativní rám nesoucí textové informace a loga OBEY GAINT, která jsou na každém plakátu téměř samozřejmostí. Mnohé plakáty svým velmi souměrným a vyváženým členěním informací plných dekorativních, ale střízlivě stylizovaných elementů připomínají sběratelské kartičky baseballistů ze starších dob, či dekorativně zpracované zadní strany starých pokerových karet. Dosti často je zmíněná statická plakátů vytvořena symetričností pozadí a textových polí, jež jsou vytvořena zrcadlovým zkopírováním motivů z protější strany. Dekorativní motivy, které tvoří jakýsi dlaždicový pattern také Fairey používá dosti často, hlavně ve svých street artových projektech, kde je právě technika namnožení jednoho stejného motivu vícekrát nad sebe a pod sebe kontrastní k jeho velkým detailům, jež na patterny menších velikostí navazují. Co se týká barevnosti, kterou v jeho dílech můžeme pozorovat, vlivem street artu a stencil graffiti se většinou omezuje na dvě až tři barvy a typickou jemně nažloutlou barvu pozadí. Tato barva slonové kosti nahrazuje barvu bílou, s jejímž použitím by práce vypadaly dosti tvrdě. Použití barvy slonová kost místo bílé navíc do Faireyho plakátů dostává nádech starých zažloutlých plakátů a jakousi patinu i při udržení vektorově čistých ploch.

Techniky, které Fairey při své práci využívá, se liší od toho, jestli jde o street art, nebo tištěný plakát. Pro svůj street art využívá množství předem připravených grafik a dekorativních motivů, jež jsou vytvářeny v Illustratoru, aby je mohl zvětšovat na neomezenou velikost, protože někdy pokrývá dosti vysoké zdi. Barevnost všech použitých motivů na jedné zdi udržuje většinou ve čtyřech barvách. Velké stěny polepí nejprve grafikou s dekorativními patterny, které se mnohokrát opakují vedle sebe a přes ně potom lepí další vrstvy, jež různě obřezává nebo nechává záměrně otrhané okraje. Ve svých uměleckých plakátových obrazech, které dělá ve studiu, využívá jako podklad noviny a různé koláže, přes které teprve vrství nátěry spreje. Zde přichází ke slovu zmiňované šablony, kterých použije Fairey na jeden obraz několik. Není to tedy úplně tak prostý stencil art, jak známe většinou z našich ulic, kdy je přes šablonu přestříkána pouze jedna barva. Co se týká techniky samotné ilustrace, vychází Fairey při své stencilové ilustraci z fotografií. V jeho dílech se objevují velmi detailní ukázky zbraní či portréty známých osobností. Jeho nejznámější plakát Obamy byl také vytvořen podle fotografie. Když to vyšlo najevo, dost lidí bylo tímto faktem nemile překvapeno. Sám Fairey navíc čelil obvinění ze zneužití autorských práv, když na základě této fotografie vytvořil Obamův portrét.

Pro ukázkou Faireyho tvorby jsem na začátek vybral volební plakát pro Baracka Obamu, jež Faireyho proslavil po celém světě a další ukázky ilustrující, jak v jeho dekorativním a symetrickém stylu, tak styly více umělecké využívající spreje, koláže a šablony.



Obr. 108. – 116. Shepard Fairey ala „OBEY“

Plakát, který v roce 2008 obletěl celý svět, byl vytvořen podle této fotografie. Výraz plakátu je velmi silný a to, že k jeho realizaci byla využita fotografie, jeho kvalitu nijak nesnižuje. Všichni by byli asi spokojenější, kdyby Fairey vytvořil portrét Obamy podle toho, jak si ho pamatuje z televize, nebo mu mohl Obama pár hodin posedět modelem. Dnes je běžnou praxí používání fotografií jako podkladových materiálů pro vlastní ilustraci. Autor se tak

nemusí zabývat proporcerami a soustředí se na samotnou formu a výraz svého výtvoru. Barvnost má podle Faireyho také symbolický význam, kdy spojením modré a červené barvy v Obamově tváři symbolizuje spojení demokratů a republikánů. Plakát nese všechny typické znaky Faireyho tvorby od orámování celého plakátu pruhem přes horizontální čárkování většinou úplně spodní pomyslné šablony a celkově zjednodušený styl ilustrace, kde nejde vidět původní linie tahu, ale celý obraz je převeden do čistých ploch, jež evokují vzhled stencilu. Tento plakát byl později mnohokrát parafrázován, napodobován a převáděn do mnoha dalších velmi zajímavých spojení, kdy se na Obamově místě vystřídalo mnoho známých osobností nejen z politiky, ale i showbyznysu. Jejichž portréty často doplňovaly vtipné, někdy až dosti provokativní slogany. Tyto plakáty využívaly stejný styl, jakým byl vytvořen Obamův plakát a na první pohled zdánlivě tvořily jakousi velkou sérii. Jejich autorem ale není Shepard Fairey, nýbrž fanoušci, či jen lidé, kteří jeho styl využili. Na jejich plakátech jde při detailnějším pohledu vidět, že kvalita je mnohem nižší, i když se mezi nimi našly i zdařilejší pokusy. Na ukázkou uvádím jen pár z nich, jež kolují na internetu.





Toto jsou plakáty, které reprezentují jeho statický a velmi dekorativní projev založený na vytvoření pouze jedné poloviny grafiky a zrcadlovém zkopírování na stranu druhou, což dosti často používá ve své práci třeba také Hydro74, který tímto souměrným style ale vytváří i portréty. Plakáty Faireyho se svou barevností moc neliší a dekorativní souměrnost díky perfektnímu Faireyho citu pro kompozici a rozmístění prvků v ploše vypadají jako obrazy. Ve svých dílech často používá protiválečná hesla a volání po míru.



Ve svých volnějším věcech používá dekorativní podklad vytvořený z vlastních motivů nebo z koláží a novinových výstřížků, přes které potom stříká sprejem za použití šablon, pokud nejde o čistě počítačovou grafiku.

5.9.2 OSOBNOST – Banksy

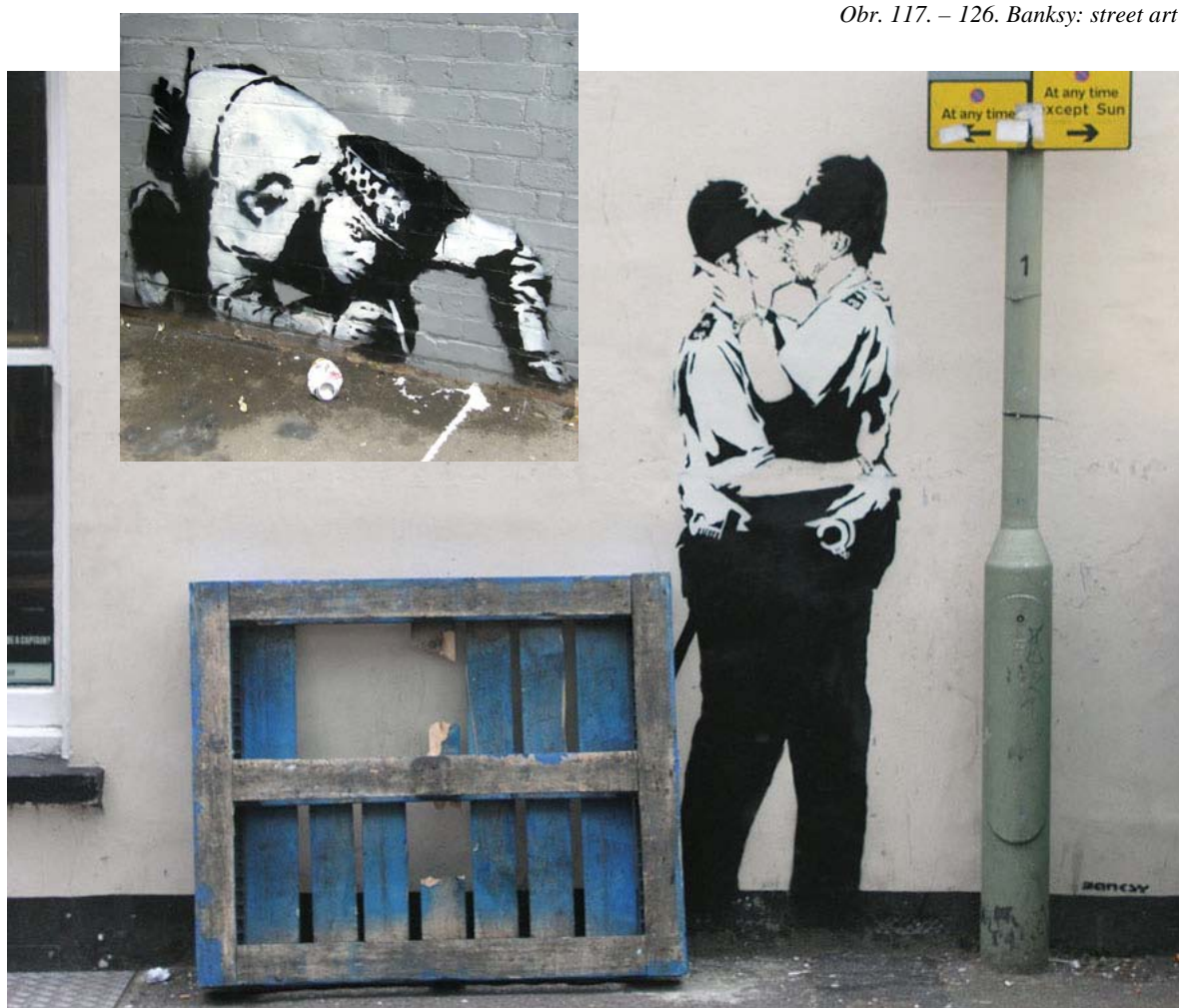
V úvodu bych měl uvést pár informací o autorovi. V tomto případě to bude ale trochu složitější. Banksy je sice nejznámějším nebo jedním z nejznámějších street artistů na světě, svou slávu si ale neužívá třeba tak, jako již zmíněný Shepard Fairey, jehož fotografií a informací o něm na internetu najdete spoustu. Banksy je totiž takový nepolapitelný bojovník ulice a i přes to, že se jeho díla na zdech Londýna stala velkými turistickými atrakcemi a jakýmsi všeobecně uznávanými uměleckými díly ve veřejném prostoru, samotný autor ještě nikdy svou identitu neodhalil. Nikdo tak neví, kdo Banksy vlastně je. Plno lidí jeho jednání nechápe, Banksy ale svým jednáním a skrytou identitou přitahuje ještě větší pozornost, než kdyby každý věděl, o koho jde. Odhalením své identity by si kromě získání velké popularity zadělal na velké maléry. Některé jeho práce velmi tvrdě parodují a zesměšňují samotnou královnu a příslušníky policie, což se v Británii jen tak neodpouští. Jeho díla by se dala počítat na stovky a zaplnila už stránky dvou knih. V roce 2001 vyšla kniha s názvem *Banging your head against brick wall*, což by se dalo volně přeložit jako Tlučení hlavou proti cihlové zdi. Tato černobíle tištěná publikace má sice jen 27 stran, ukazuje ale zhruba na padesát Banksyho výtvorů. Druhá kniha, která vyšla v roce 2005 pod názvem *Banksy, Wall and Piece*, má 207 stran a obsahuje velké množství barevných fotografií přímo z míst, kde jsou Banksyho díla v ulicích, ale také jeho obrazy a další zajímavé a provokativní díla. Banksy na začátku této knihy říká, jak vlastně přišel na stencil art. *„V osmnácti se jednoho večera se skupinkou kamarádů vydal sprejovat vlaky. V plánu měl nasprejovat nápis LATE AGAIN, ZASE POZDĚ, což měl být jakýsi vzkaz policii, která se ale náhodou ukázala o něco dříve, než Banksy svou stříbrnou bublinu s nápisem stačil dokončit. Všichni se rozprchli a Banksy se schoval pod nákladňák. Policisté chodili kolem a Banksy si tehdy uvědomil, že buď bude muset čas, který na svém sprejování stráví zkrátit na polovinu, nebo bude muset se sprejováním přestat. Jak ležel pod nákladňákem, všimnul si šablonovitého vyřezání plátu na krytu nádrže. Tehdy si uvědomil, že tento styl může použít a udělat písmena klidně metr vysoká a šablonu používat opakovaně.“*¹⁶ Tento příběh může být také brán jako ukázka z praxe ilustrující „sílu“ náhody.

Styl, kterým se Banksy proslavil, je dále rozvíjen o množství nových forem, které zde také zmíním. Pokud bych měl ale vybrat nejtypičtější Banksyho projev, byla by to jeho stencilová díla z ulice. Asi k nejtypičtějším patří obrazy líbajících se londýnských policistů, krys nebo samotné britské královny v různých verzích. Každé Banksyho dílo je většinou

dosti vtipnou kritikou společnosti, politiky, konzumu nebo komerce. Tyto své provokativní názory Banksy prezentuje velmi jednoduchou a vizuálně příjemnou formou. Dosti často jsou do prostředí zasazeny postavy samy, bez jakýchkoli komentářů, pouze s Banksyho podpisem. Docela jednoznačným vizuálním ztvárněním poukazují na konkrétní nešvary a to beze slov. Toto je asi Banksyho úplně nejtypičtější projev, jedna nebo dvě postavy, použita jedna nebo dvě barvy, černá, bílá a podpis. Dalším pro Banksyho charakteristickým projevem, jež je skoro jako jeho podpis, jsou již zmiňované krysy. Je jich plný Bristol, či Londýn. Reálně tedy nevím, jak to s krysami v těchto městech mají, nicméně jich do ulic Banksy přivedl docela dost. Jde o jednoduché stencilové (šablonové) graffiti, kdy zde krysám Banksy dává různé atributy. Od transparentů s texty, přes bezpečnostní kamery na hřbet, váleček a barvu nebo třeba sbíječku. Tyto krysy jsou někdy sprejovány skoro v životní velikosti na zdi, jakoby stály na chodníku. Dosti zajímavě ale působí, když Banksy kysu vytvoří třeba přes celý billboard či přes polovinu domu. Změnou proporcí takového motivu najednou dostává dílo úplně jinou sílu. Kromě samotných postav, které Banksy sprejuje, je také zajímavé jejich zasazení do prostředí. Dosti často totiž autor vytváří svá díla pro konkrétní místa. V případě jeho prací „pro galerie a muzea“ bychom to mohli vzít doslovně. Banksy totiž nedělá jenom street art v ulicích, ale zavítal i do galerií, tak trošku neoficiálně. Jeho malby se totiž objevily po boku maleb starých mistrů velmi kuriózním způsobem. Banksy namaloval své vlastní verze historických obrazů, do kterých dodal atributy moderní doby, jako bezpečnostní kamery, nakupovací vozíky, graffiti a mnohé další. Svá díla si pak vzal do galerií či muzeí, kde se rozhodl vystavovat. Potom jenom originální díla překryl svými výtvoři tak, že nebylo na první pohled nic poznat. Divák ale určitě zbystří, když prochází výstavní síní s historickými malbami a najednou na jednom z obrazů objeví panovníka se sprejem v ruce a nasprejovanými hesly v pozadí jako NO WAR nebo PEACE. Banksy tímto způsobem vystavoval v nejznámějších světových galeriích bez toho, aniž by ho někdo chytil při činu. Tate Gallery, New York Metropolitan Museum, či Museum of Modern Art NY jsou jen některými z nich. Celé tyto akce Banksy ještě vtipně okomentoval slovy, že pokud se stanete dobří v podvádění, nikdy nebudete muset být dobří v ničem jiném. Tím narážel na častý nešvar naší společnosti, který se jen těžko daří hubit.

Ve zkratce bych ještě pár větami promluvil o samotných technikách, jež tento neviditelný člověk skrývající se pod jménem Banksy používá. V první řadě je to stencil (šablona), jež si Banksy předem připraví v teple domova. Banksyho šablony jsou velmi dobře

navržené a jsou to jakési ilustrace vyřezané do kartonu. Poměr černé a bílé je dobře vyvážen. Vždy ve svých šablonách dokáže zachytit zajímavý okamžik velmi lehce, přesto ale detailně a technicky perfektně. Jeho technika je, jak popisoval příběh v úvodu, přizpůsobena pro rychlé použití, proto mu k vytvoření jeho díla postačí pár větších šablon, z nichž sestaví celek, a několik protřepaných sprejů. Většinou používá bílou barvu jako podkladovou a pak jen přiloží šablony a černou barvou přes ně zvěční své dílo na zeď v několika vteřinách či minutách. Další zajímavostí je, kromě již zmiňovaných obrazů v galeriích, také Banksyho fascinace průmyslovými kamerami, jejichž tematice věnuje také hodně prostoru ve své tvorbě. Banksy začal po městě na průmyslové kamery umisťovat atrapy živých ptáků, kteří v zobáčích drželi dráty, jež trhali právě z průmyslových kamer. Šlo o povedenou provokaci a vtipný street art využívající jiných výrazových prostředků. Původně totiž na kamery umisťovali ptáky samotní policisté, a to proto, abyste zvedli hlavu a oni tak mohli lépe skenovat vaši tvář. Pokud se ale vrátíme zpět ke sprejům, uvidíme asi nejklaasičtější Banksyho díla právě v podobě policistů zpříjemňujících si pracovní dobu.



Obr. 117. – 126. Banksy: street art

Námět je netradiční a dosti provokativní, provedení jednoduché, čisté ale přitom detailní. Větší tmavé plochy vždy kontrastují a vyvažují celkem detailní provedení v dalších částech. Dva líbající se policisté v uniformách, to na ulici asi jen tak neuvidíte. Dalším velmi klasickým dílem, jež je z těch méně urážlivých zato o to vtipnějších, je hospodyňka, která má na uklízení svůj vlastní styl. Zde je krásně vidět, jak Banksy pracuje s prostředím, do kterého své postavy zasazuje. K dalšímu obrazu lovci vozíků není co dodat. Spojení zajímavého nápadu s jemně kritickým nádechem a jednoduchou formou má sílu.



V závěru ještě uvádím pár zajímavých ukázek Banksyho práce, jež stojí za shlédnutí.



6 FAKTORY ROZHODOVÁNÍ A PARADOX VOLBY

Velmi zajímavým tématem, jež se netýká pouze rozhodování v grafickém designu, ale rozhodování obecně, je paradox volby, kterému se věnuje americký sociolog a psycholog Barry Schwartz. O tomto tématu napsal celou knihu nazvanou *The Paradox of Choice: Why More Is Less* (Paradox volby: Proč méně je více). Svůj pohled a názory na toto téma Schwartz prezentoval také na jedné z přednášek TED, kde vystupují velké osobnosti ze všech možných oborů a dělí se tímto způsobem o znalosti, zkušenosti a nové pohledy. Na začátku své přednášky se Schwartz zabývá nastíněním oficiálního dogmatu všech západních společností, které zní: „*Chceme-li maximalizovat blahobyt občanů, musíme maximalizovat osobní svobodu. Maximalizace svobody pak dosáhneme maximalizací možností výběru.*“¹⁷ Toto dogma bere Schwartz jako lež, či jakousi mylnou představu o skutečném dopadu maximalizace možností volby na jedince, což je také jedním z hlavních témat přednášky. Na několika příkladech ze života doplněných o vtipné ilustrace přibližuje dopad toho, když má člověk příliš mnoho možností volby. Dalším tématem, jemuž se věnuje, je očekávání vs výsledek a pocity z něj. Vysvětluje, že pokud budete mít možnost výběru pouze z malého množství, bude vaše schopnost rozhodnout se mnohem lepší a pocit z výsledku také, než když budete mít na výběr ze stovky možností. Při volbě z velkého množství možností vás navíc stále může pronásledovat myšlenka na skvělý výsledek, který by se dostavil, kdybyste zvolili jinak. V případě, kdy pak možnost volby nemáme, nenese si v sobě jakési výčitky či negativní pocity spojené s naší špatnou volbou, tudíž naší chybou, protože jsme s tím my nic dělat nemohli. Schwartz také říká, že volba je pro lidi v současnosti mnohem obtížnější než dříve, kdy tolik možností voleb nebylo. Rovněž dodává, že s velkým počtem možností stoupl i naše očekávání. Šance na spokojenost s výsledkem tudíž není příliš velká. I když tedy zvolíme správnou volbu z mnoha možností, stále můžeme mít pocit jakéhosi nesplněného očekávání. V žertu, ale možná vážně Schwartz uvádí, že klíčem ke štěstí je nízké očekávání a také určitá omezení v našem životě přirovnávající je k akváriu a rybce žijící v něm. Vytvoření si jakéhosi vlastního světa s danými hranicemi. Schwartz řeší také otázku, jestli je dobře nebo špatně mít stále tolik možností. Říká, že mnohdy ani nežijeme daným momentem, ale spíše přemýšlíme nad tím, jak by to teď vypadalo, kdybychom zvolili jinou možnost a místo toho, „že teď hrajeme fotbal s kamarády, jsme šli třeba do kina nebo na golf“.

Schwartz své teze týkající se nevýhod přílišného množství voleb a jejich dopady obhájí osobní zkušeností uvádějící na konkrétních příkladech, při jejichž vyprávění si podle mě většina lidí bez problému představí sama sebe v podobné situaci. Protiargumentem proti názoru, říkajícímu, že je lepší méně voleb než velké množství, by mohl být názor uvádějící jako protiklad země, či určitá období v historii, kdy byla možnost volby nulová a vzpomínky na tato léta nepříliš růžová. Možnost omezené volby může vést k určité uniformitě a potlačení identity nebo individuality každého jedince. Na druhou stranu může v takovém světě, kde je možností voleb málo, promluvit lidská kreativita a dané možnosti volby rozšířit podle sebe. Dalším protiargumentem může být názor, že pokud budeme mít velké množství možností voleb, je zde větší pravděpodobnost, že se mezi nimi nachází ta pravá, než když budeme vybírat z mála. Navíc si v průběhu času můžeme vypěstovat schopnost rozlišovat volby pro nás nezajímavé a tím pádem celý proces volby urychlit při zachování velkého množství možností. Pokud bude možnost volby příliš omezena, bude omezen i rozvoj konkrétní osoby, která nebude moci „zkvalitnit“ svůj život, protože o možnostech volby, které by ke zlepšení vedly, nebude vědět díky volbám, které jí byly odepřeny či nebyly nabídnuty. Pokud se v tomto kontextu zamyslím nad faktory ovlivňujícími naše rozhodování, určitě je jedním z nich společnost, jsou to lidé, mezi kterými žijeme, se kterými se stýkáme a vědomě či nevědomě naše rozhodování ovlivňují. Je to proto, protože žijeme ve společnosti lidí, kteří se nějak chovají, nějak přemýšlí a mají nějaké názory. Naše rozhodování je tak v mnoha ohledech reakcí na tento stav a dopředu počítáme s odezvou, jejíž reakce je mnohdy námi dopředu předvídaná či tušená. Někdy se tak rozhodneme určitým způsobem, protože chceme vyvolat konkrétní reakci okolí. Dalším z faktorů ovlivňujících naše rozhodování je bezesporu osobní zkušenost, která má asi nejdůležitější hlas při rozhodování. Reagujeme na to, co jsme si sami vyzkoušeli a zažili. Dalším faktorem může být pocit, nehmatatelný, nezdůvodnitelný. Je dosti silným faktorem na to, aby se za jeho přítomnosti rozhodlo iracionálně a to na základě něčeho, co se nedá nijak uchopit či logicky zdůvodnit. Nálada je také významným faktorem ovlivňující naše rozhodnutí a stejně jako pocit může ovlivňovat naše rozhodnutí jdoucí proti racionálnímu řešení. Jako poslední faktor ovlivňující naše rozhodování mě napadá omezení, ať už finanční nebo morální. Nemohu se rozhodnout tak, jak bych chtěl, protože na to nemám dostatek prostředků nebo protože mi to nedovolí moje svědomí.

Pokud všechny tyto teorie aplikuji na obor grafického designu a práci grafického designéra, zjistím, že se jimi příliš nikdo nezabývá. V praxi se s nimi ale potkáváme dosti

často, i když je třeba neumíme pojmenovat správnými slovy. Znamé pravidlo, které v „hantýrce“ grafického designu zdomácnělo, „někdy méně je více“ je spojováno s vizuálními projevy a množstvím prvků v ploše, ale ne s množstvím voleb. Převédeme li ale tyto myšlenky na konkrétní případy z oboru, opravdu zjistíme, že je mnohem těžší rozhodnout se, pokud máme velké množství voleb. Softwary jsou stále kvalitnější, rychlejší a nabízejí nám čím dál více možností. Na první pohled se to může zdát skvělé, pokud se na to ale podíváme z pohledu Schwartze, je tomu právě naopak. Určitě každý zažil při práci pocit bezmoci, při neschopnosti rozhodnout se a zvolit jednu možnost z mnoha. Čím více toho umíme a známe, tím více máme možností, ale tím těžší je pro nás rozhodnout se, kterou z nich použít a které naopak zavrhnout. Můžeme použít kresbu, fotomontáž, airbrush, malbu, 3D, animaci, atd. Pokud ale jednu z těchto možností zvolíme, budeme mít stále pocit nespokojenosti, protože si dovedeme dobře představit i použití jiné techniky, kterou také ovládáme a jež by mohla být lepší. Tyto pocity sílí s průběhem práce nebo po jejím dokončení. Designér, který ale třeba neumí kreslit, malovat, neumí ani animace, či ve 3D, má rozhodování mnohem jednodušší, jeho zdánlivá nevýhoda se tak pro něj může naopak stát výhodou. Rozšiřování obzorů a dovedností nám tedy umožňuje nové možnosti, zároveň nám ale činí naše rozhodování těžší.

7 KRESBA A JEJÍ MOŽNOSTI DNES

Kresba je bezpochyby oborem, jež je velmi zajímavý a dosti široký. Asi první, co nám přijde na mysl ve spojení s tímto slovem, je tužka. Nástroj, s nímž pracovali již staří mistři. Užití výtvorů vytvořených tužkou, (či přidruženými technikami, jako například kresba perem a tuší) nejen pro autorskou potřebu bylo v historii hodně. Byla to totiž jediná možnost, jak něco vizuálně zaznamenat na papír a informace tímto prostřednictvím předat dál. V dnešní moderní době máme už ale mnoho dalších metod a technik, které kresbu nahradily úplně nebo jen částečně. Fotografie, trojrozměrné vizualizace či video jsou jen těmi základními. Přesto tu stále je plno lidí, jež tužku neodložili a i v dnešní moderní době by se bez ní při práci prakticky neobešli. V reklamě je tomu také tak. Video sice v mnoha případech nahradilo statickou formu obrázkových příběhů pro prezentaci širší veřejnosti, kresba je ale jedním z pilířů v samotné přípravě takových projektů. Storyboardy k reklamám či filmům se k finálnímu konzumentovi ale nedostanou. Místo časově náročnějšího skicování si z kapsy vytáhneme mobil s fotoaparátem a uděláme si náhledů, kolik potřebujeme během vteřiny. V mnoha případech jsme se naučili používat rychlejší metody záznamu, než je kresba, vždy ale nejde jenom o rychlost. Kresba se v některých případech stala jakýmsi mezistupněm či důležitým článkem ve skládačce, jejímž výsledkem je ale forma, kde po kresbě nenajdeme ani památky. Klasické projevy kreslířského umění se na veřejnosti v její nejryzejší formě objevují jen velmi zřídka. Takové projevy musíme hledat spíše v galeriích. V reklamě a grafickém designu se ale v různých vlnách a formách stále objevuje. Její formy jsou dosti pestré. Největší a asi nejvyužívanější možnosti práce s kresbou pro reklamní účely nám dávají počítače, jež nám v mnohém šetří čas. Kdo ale chce dostat do svého návrhu ryzí ruční projev ví, že je jednodušší sáhnout po tužce a papíru.

7.1 Kresba v ploše

Nejrozšířenější a asi nejvíce používaná metoda pro reklamní účely. Můžete použít prakticky jakékoli médium nebo software a výsledkem bude tištěný plakát či jiná plošná forma. Digitální softwary nám umožňují simulovat různá média, která „jakoby“ ke kresbě využíváme. Záleží jenom na našich preferencích nebo zdatnosti zacházet s konkrétním softwarem. I bravurní zacházení se softwarem vám ale kresbu samo nevytvoří. Programy mohou posloužit k nabídnutí další možnosti postprodukce, ale i ukázat širší paletu výběru, než by vám umožňovala pouze tužka. Kreslit však musíte vy. Samozřejmě za použití table-

tu, jež také ne všem vyhovuje a nemusí si na něj zvyknout každý. Z vlastní zkušenosti vím, že kresba za použití tabletu je pocitově jiná, a proto už se dopředu podle charakteru kresby, kterého chci dosáhnout, rozhoduji, jestli budu kreslit na tabletu nebo na papír. Plochu tabletu pokrývá průhledná tvrdá fólie. Pero, se kterým kreslíte, má zase hrot z tvrdého plastu, který po ploše tabletu klouže dosti rychle. To se mnoha lidem zdá nepříjemné a dosti často je to od jeho používání odradí. Papír svou jemně drsnou strukturou klade mírný odpor tužce, což někomu vyhovuje a dodává větší jistotu v tazích. Toho se u tabletu nedočkáte. Linie při práci na tabletu bez předešlé zkušenosti jsou většinou roztřepané a nejisté. Naštěstí přišla firma Wacom, jež se zabývá výrobou tabletů pro profesionály, s řešením, které částečně řeší tyto odchylky v kresbě tužkou na papír a za použití tabletu. Jsou to vyměnitelné hroty do per, jež mají různé stupně odporu. Jedna verze je dosti podobná reálné kresbě tužkou a je mnohem příjemnější než hroty původní. Pokud si tedy přece jenom na práci s tabletem zvykneme, otevírá se nám nový svět možností. Linka už nemusí být jenom šedá a stopa tahu stále stejná. Možností je tu celá řada, výstupem ale zůstává kresba v ploše. Softwary, které se používají pro reklamní účely, ani jinou možnost nenabízejí. Buď tedy svůj finální výtvar necháte mluvit skrze tisíce pixelů a obrazovky monitorů, nebo ho tiskové hlavice vytetují do papíru. Tyto možnosti jsou v reklamě nejvyužívanější a technicky nejdostupnější. Jsou zde ale ještě další možnosti, jak kresbu využít. Ani jedna z nich se ale v reklamě zatím nevyskytuje. Možná se jich s odstupem času dočkáme. Jednou z nich je kresba v čase.

7.2 Kresba v čase

Na televizních obrazovkách, na internetu, či kdekoli jinde můžeme vidět mnoho dynamicky se hýbajících upoutávek, jež vizuálně simulují záznam procesu kresby. Dost často můžeme vidět simulace tahů štětce, tužky a podobně. Nejde o kresbu v čase, čili zaznamenání procesu, ale jde o animaci. Ta nás ale teď nezajímá. Simulace výše zmíněných tahů tužky nebo štětce, které vytvoří v divákově oku zdánlivě pocit zaznamenaného procesu kresby, jsou ve skutečnosti animací, jež je tvořena odmaskováním skrytého obrazu, který už je hotový předem. Existují ale také možnosti, jak zaznamenat kresbu v čase, čili reálný proces tvorby kresby. Využití této techniky jsem pro komerční účely ale nezaznamenal. Je zde totiž jeden problém, a to ten, že máte vždy jen jeden pokus. Někteří umělci se kresbou v čase zabývají, většinou je to ale ve formě nějakých experimentů, pokusů či kreslení

jednoduchých tvarů. Myslím si ale, že využití této techniky může nalézt uplatnění i v komerční sféře. Zde je ale veškerá tíha na samotném kreslíři a „neomylnosti“ jeho tahů.

Pokud se bavíme o kresbě, máme na mysli nějaký finální výtvar, jež má statickou formu, kterou můžeme posuzovat podle určitých měřítek. V tomto případě je to ale něco jiného. Zde je finálním dílem nikoli nakreslený obrázek, ale zaznamenaný proces jeho kreslení. Samotný proces kresby může být často mnohem zajímavější než finální kresba. Jde o jakési obrácení a přetočení celého procesního postupu, či důležitosti jednotlivých fází práce při kreslení. Tímto výstupem totiž divákovi odhalíme to, co nikdy před tím neměl možnost vidět. Nakreslených hotových kreseb mohl vidět spousty, ale proces jejich tvorby, jež je v tomto případě samotným dílem, nikoli. Máme tu tedy kresbu statickou, záznam procesu kresby a ještě kresbu ve 3D. Tako kombinace, může se na první pohled zvláštní zdát, ale...

7.3 Kresba v prostoru, aneb přidali jsme dimenzi

Kresba je logicky spojena s plošným prostorem ve 2D. Pokud nakreslíte portrét na papír a ten zkroutíte, nevytvoříte 3D kresbu, ale pouze měníte tvar média, na němž je dvojrozměrná kresba nakreslena. Představte si ale, že můžete kreslit v prostoru a vaši linku zhmotníte. Jako když si do ruky vezmete zapálenou cigaretu a snažíte se v prostoru něco nakreslit. Dráha cigaretového kouře reprezentuje imaginární tah trojrozměrné kresby. Zní to jako sci-fi, ale už i takové vymoženosti existují. Instalace takových systémů ale vyžadují spíše prostor nějaké výzkumné laboratoře. Systém několika kamer zaznamenává pozici vašich rukou v prostoru, ve kterých svíráte ovladače s několika tlačítky. Tento systém, který vaše kreslení v prostoru zaznamenává, je schopen vytvořit data, jež budou v počítači reprezentována 3D modelem poletujícím v prostoru. Je zde ještě další možnost, jak kresbě dát nejen digitální 3D prostor, ale také reálný. Hodí se ale spíše pro kresby jedním tahem. Pokud jde o kresbu kde je použito více tahů, musí se všechny navzájem dotýkat, aby bylo možné použít 3D tisk. Moderní technologie využívaná hlavně průmyslovými designéry je ona technologie, jež vám kresbu zhmotní. Tato technologie vám vytvoří reálný 3D objekt na základě dat 3D objektu z požadovaného programu. V tiskárně není inkoust, ale speciální hmota, která se na základě dat vrství v prostoru. Výsledkem je objekt z plastu, který si můžete osahat. Stejným způsobem jako průmysloví designéři přivádí k životu své modely, můžete přivést svou kresbu do 3D. I tato technologicky dosti moderní možnost práce s kresbou může mít do budoucna využití ať už pouze v oblasti umělecké či komerční.

8 KIDROBOT, ANEB S ČÍM SI HRAJÍ DESIGNÉŘI DNES

Grafičtí designéři, ilustrátoři nebo všichni kreativní lidé podobného zaměření používající při své práci kresbu jako její hlavní či nezbytnou část, si mnohdy tvoří také sami pro sebe. Takzvaně si kreslí do šuplíku. Někdy se totiž ve své profesi musí „krotit“ a nemohou se projevit ve své přirozenosti úplně. V reklamě je totiž vždy na pořadu dne hledat nějaké kompromisy a tudíž se v plné síle můžete vybouřit na vlastních věcech, jejichž formu vám nikdo cenzurovat nebude. Dosti často si designéři kreslí jen tak na papír pro radost. Plátno už není pro designéry také neznámým médiem a široký výběr kreslířských i malířských nástrojů nám dovoluje vybrat si techniku, která nám přesně vyhovuje. Nejde o nějakou tvorbu s prvoplánovou ambicí výtvor vystavit, ale jde o jakési vlastní uspokojení z vlastní tvorby. Technik, které se skrývají v šuplíkových pracích, můžeme najít celou řadu. Od dokreslovaných a dolepovaných koláží, přes samotné kresby tužkou, fixem doplněné sprejem nebo akrylovými barvami, jež jsou pro tyto dílka asi nejvíce využívány. Dosti zajímavým fenoménem jsou tak zvané glue books. Jde o jakési lepené knížečky, dalo by se říct takové sborníky vašich šuplíkových prací. Někdy mají i společné téma či příběh, jindy jsou stránky řazeny úplně náhodně. Omezení zde prakticky nejsou a jde o projev čisté autorské radosti z tvorby. Další formou jakéhosi šuplíkového sborníku jsou autorské pdf magazíny, které se v některých případech rozvinuly do velice oblíbených inspirativních a necenzurovaných autorských projevů. O tomto fenoménu se možná později ještě zmíním, teď jsem jej uvedl jenom pro jakousi představu o dalších formách, kterými bývají tyto autorské projevy prezentovány. Někdy si ale designéři usmyslí vytvořit nějaký trojrozměrný umělecký objekt, jenž ponese na svých bedrech jejich autorský styl. Tuto potřebu zaznamenala firma Kidrobot už před několika lety, kdy vydala svou první hračku. Ano hračku. Firma Kidrobot vyrábí „hračky pro designéry, umělce, ilustrátory a všechny kreativní lidi. Jde o jakýsi fenomén svého druhu a do jisté míry paradox. Dospělí lidé si s oblibou kupují hračky a ještě se s nimi chlubí svým kamarádům. Může to znít paradoxně, ale firma Kidrobot vytvořila po světě velmi rozsáhlou komunitu lidí, jež jsou nadneseně řečeno touto mánií přímo posedlí. O co tedy jde. Tato firma prodává několik druhů hraček, jež jsou mimo jiné známy také pod názvem „designer toys“, z nichž největší oblibu získaly hračka Munny a Dunny. Z těchto jmen si toho asi moc nepředstavíte, pokud jste o tomto fenoménu ještě neslyšeli. Jakmile ale připojím nějakou obrazovou přílohu, určitě zjistíte, že jste tyto věci už někde viděli. Co může být na nějakých hračkách tak zajímavého, že se po celém světě

vytvořila tak silná komunita lidí, jež Kidrobot přímo zbožňují? Odpověď je jednoduchá. Hračka, kterou si koupíte, není finálním produktem, jež si hned vystavíte někde na policičku. Na krabičce těchto hraček totiž stojí „Do it your self“, což v překladu znamená, udělej si sám. Samotné nejoblíbenější hračky jsou totiž jakýmsi polotovary připravenými na to, až jim vtisknete jejich tvář. Designéři tak používají různá média, od nejoblíbenějších fixů přes spreje, airbrush, barvy atd. Někteří lidé navíc na hračky různé materiály dolepují či je tam přímo vpichují. Hračky jsou totiž z vinylu a mají navíc pohyblivé končetiny, které můžete při práci odejmout od těla, aby byla vaše práce na jednotlivých částech pohodlnější. Tím, že jsou pro všechny „startovní“ podmínky stejné, je pozornost soustředěna na samotný styl a autorův rukopis, který hračce vtiskne. Finální díla jsou tak kreativní a rozmanitá, že se jimi můžete inspirovat i pro 2D design. Skutečnost, že jsou postavička trojrozměrné, dodává celkovému dílu ještě zajímavější charakter. O tom, že opravdu nejde jen o nějakou regionální mánii, svědčí i množství výstav nebo veletrhů s účastí umělců velkých jmen. Pro ilustraci zde uvedu obrázky zastupující jak postavičku Munny tak Dunny (ta s velkýma ušima). První postavička pochází z dílny umělce, který si říká Skwak. Druhá postavička je potom dílem Tristana Eatone. Na postavičkách jde vidět jak dva rozdílné autorské styly, tak také to, že autor vůbec nemusí respektovat tvarový charakter hračky a může jít klidně proti samotnému tvaru nejen tváře postavičky.

Obr. 127. – 134. Kidrobot.com



Kidrobot pořádá také různé soutěže a vydává úspěšné autorské výtvary jako sériové hračky, které už nejsou v kategorii „Do it your self“, ale jde spíše o sběratelské kousky pro nadšence, jež si nenechají ujít autogramiádu s oblíbeným umělcem, který jim hračku podepíše. Výstavy těchto uměleckých hraček jsou také velmi populární a konají se téměř po celém světě od New Yorku, Miami, San Franciska, Dallasu, přes Londýn a další. Nejde jenom o nějaké malé výtvary, které strčíte do kapsy, ale díky několika velikostem můžete na výstavách vidět hračky od opravdu malých přes hračky půlmetrové či dokonce až hračky v životní velikosti. Na závěr bych uvedl pár jmen autorů, jež se na akcích Kidrobotu podíleli nebo přímo dostali možnost vytvořit svou vlastní hračku pro sériovou výrobu. Abych ukázal pestrost možností „hraní“ si při tvorbě těchto hraček, uvedu i ukázky nejen sériově produkovaných hraček. „Ze známých osobností tedy uvádím Garyho Basemana, trojnásobného vítěze ocenění Emmy, tvůrce a producenta uznávaného animovaného seriálu *Teacher's Pet*. Jednoho z lídrů Los Angeleského uměleckého undergroundu.“¹⁸ Postavičky nesou typický autorův styl s velkými barevnými plochami orámovanými linkou.



Na další stránce uvádím Autorskou sérii umělce Davida Whitea a jeho vojenských hraček. White je znám především svou expresivní malbou akrylem. Pod jeho postavičkami se vyjímají hračky z dílny ilustrátora, malíře a designéra, který si říká Sket One. Na jeho úpravě hraček jde vidět zajímavý a vcelku vtipný přístup, kdy samotné postavičky „oblekl“ do vizuality kečupu, či fazolí Heinz a na postavičky přimontoval jejich reálné uzávěry, což ukazuje velkou variabilitu úpravy těchto designérských hraček, které se meze nekladou.

SGT. ROBOT 017

kidrobot®

bluewhite



9 NOVODOBÍ VANDALOVÉ VŽDY O NĚCO NAPŘED

Vandalismus všech forem byl vždy vnímán jako něco stupidního, nepromyšleného či povrchního se slepým cílem ničit a poškozovat. Pro tyto názory bychom nemuseli chodit daleko a plno lidí by se s nimi bez problémů ztotožnilo. Většinou lidí při těchto myšlenkách první na mysl přijde samozřejmě graffiti, jež opravdu v mnoha případech je pouze bezmyšlenkovité ničení. Pokud si ale jako příklad vandalismu vezmeme třeba hackery a jejich činy, to už výše zmíněné charakteristice úplně neodpovídá. Hackeři musí mít, na rozdíl od lidí, co si vezmou do ruky sprej a nastříkají na zeď nějakou čmáranici, určité schopnosti a znalosti, které jim vandalismus jiného kalibru umožní provést. Jejich znalosti a zkušenosti jsou mnohdy větší, než by plno lidí čekalo. Konec konců jsou to právě oni, kdo posouvají hranice a jsou to oni, kvůli komu se zabezpečení vyvíjí stále dál. Jejich forma vandalismu spočívá mnohdy ne v nějakém vlastním profitu, ale v adrenalinu a v tom, že chtějí ukázat nedokonalosti softwarů vyvíjených velkými komerčními společnostmi, na kterých pracují stovky lidí. Vždy jde u těchto undergroundových oborů, které se většinou netěší velké popularitě široké veřejnosti o boj proti komerci, či malého proti velkému, ať si za toho velkého dosadíme kohokoli. Hackeři jsou stále o něco napřed, což dosti často sami vývojáři různých ochranných aplikací připouštějí. Hackeři jsou ale jakémukoli vizuálnímu projevu, či estetickým hodnotám dosti často velmi vzdáleni a žijí si ve svém světě jedniček a nul. Když se ale spojí jejich schopnosti se zajímavými a kreativními nápady, může vzniknout netradiční výsledek. Jedním z takových výsledků je třeba Graffiti Research Lab (Graffiti výzkumná laboratoř), jež spojuje ve svých experimentech a projektech výtvořky graffiti umělců a hackerů. Tato kombinace už jenom od pohledu zavání něčím, co by mohlo být minimálně zajímavé a ono tomu tak opravdu je. Druhou takovou zajímavou organizací je F.A.T. neboli Free Art & Technology (volné umění & technologie), jež se zaměřuje, jak už sám název napovídá, na výzkum a rozvoj kreativních technologií a médií. To už zní trochu více zajímavě než bezmyšlenkovité stříkání sprejem po zdech a určitě je to o něco blíže i ke grafickému designu, jež je v posledních letech doslova posedlý hledáním a užíváním nových kreativních médií a technologií. F.A.T. je otevřená veřejnosti a dělá to pro lidi, tudíž můžete používat, upravovat, či si užívat veškerých technologických novinek, které zveřejní. Projekty, které obě organizace dělají, jsou velmi zajímavé, inspirativní a možná právě některé z nich mohou ukázat nové možnosti či směry kam jít v použití nových technologií a médií, jež by mohly být dobře využity i v grafickém designu. Graffiti Research

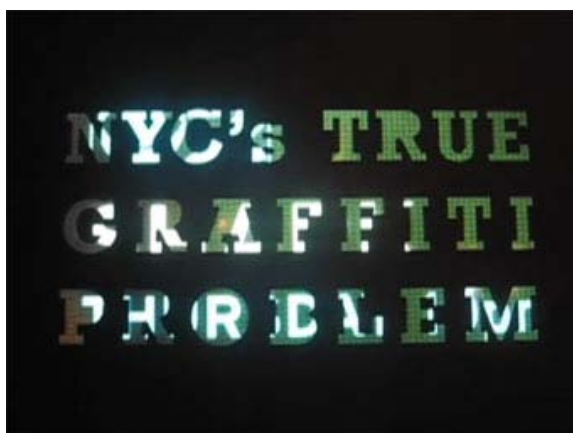
Lab se většinou zaměřuje na graffiti nebo její projekty z graffiti vycházejí. Motivy graffiti mohou být velmi lehce nahrazeny jinými myšlenkami, čímž může být vývoj nejen oblíbenosti těchto postupů užitečnější v širších sférách vizuálních projevů. Pro představu uvedu pár příkladů toho, čím se Graffiti Research Lab zabývá. Jedním ze zajímavých projektů, na kterém se podílely obě dvě organizace je Eye Writer. Projekt má i dosti silný příběh, který celý vývoj odstartoval. Týmy obou dvou skupin spolu s dalšími specialisty začaly spolupracovat na projektu s legendárním graffiti umělcem z LA, jež byl zároveň publicistou a aktivistou. Jeho jméno je TEMPTON neboli Temp1. Temp 1 zůstal po diagnóze ALS připoutaný na nemocniční lůžko, kompletně paralyzován. Jedinou částí těla, kterou může hýbat a ovládat, jsou oči. Tým těchto nadšenců, experimentátorů a velkých profesionálů ve svých oborech se dal do práce a začal vyvíjet systém, jak zachytit, zaznamenat a přenést informace z pohybu vašeho oka. Všechny tyto nové poznatky chtějí navíc v delším časovém horizontu vytvořit v „low-cost“ stylu, což znamená levně, aby si později byli kreativci a experimentátoři schopni za použití podobných materiálů eye-writer sestrojít „sami“. Dlouhodobějším cílem je pak vytvoření jakési profesionální sociální sítě vývojářů softwaru, hardwarových hackerů či umělců pracujících s projekcemi z celého světa, kteří používají místní materiály a výzkum s otevřenými zdroji ke kreativnímu propojení s výsledkem umění tvořeného očima. Někomu to může znít spíše jako sci-fi, výsledek je ale vidět níže.



Obr. 135. – 139. Graffiti Research Lab

Na prvním obrázku je Tempton se speciálně upravenými brýlemi, na nichž jsou umístěná zařízení snímající pohyb oka. Na obrazovce monitoru pak uvidíte v reálném čase, jak vzniká kresba. I když je Temptom díky své diagnóze připoután na nemocniční lůžko, jeho graffiti se začalo objevovat na fasádě velké budovy přesně ve chvíli, kdy Temptom začal očima kreslit a to bez použití jediné plechovky spreje. Temptonův výtvar byl totiž v reálném čase spojen s projektorem, který mířil na vysokou budovu. Díky speciálnímu softwaru, jež sku-

piny F.A.T. a Graffiti Research Lab vytvořily, se tak Tempovo kreslení očima přetransformovalo do jakési digitální formy graffiti, ze které při jeho vykreslování navíc jakoby stékala přebytečná barva. Tento projekt je tak unikátní nejen tím, že ke kreslení nebyl použit žádný nástroj držený v ruce, ale také tím, že jde o nový projev graffiti, bez použití spreje. Podobných projektů mají tyto skupiny na svědomí celou řadu. Jedním z dalších je třeba projekt Laser Stencil, kdy přes vyřezanou šablonu svítí velmi silným laserem, jež umožňuje okamžitě na jakýkoli objekt nasvítit vyřezaný nápis s velké vzdálenosti. Dalším zajímavým projektem, jež má dosti grafickou formu je Light Criticism neboli také světelná kritika. Umělci a kreativci z výše zmiňovaných skupin vytvořili přes padesát ilegálních světelných bannerů v ulicích New Yorku. Obrazovky s blikajícími reklamami jsou zde na každém rohu, což možná bylo zdrojem inspirace. Myšlenka byla výborná, provedení vcelku jednoduché a výsledek skvělý. Pro tento projekt byla použita černá pěnová podložka, do níž byl text vyřezán laserem. Jako náhradní materiál jde ale klidně použít řezák s papírem nebo kartonem nastříkaným na černou. Text, který chtěli sdělit široké veřejnosti, pak jenom vyřezali do černého podkladu jako stencil (šablonu), aby písmena byla vybraná a okolí černé. Rozměr byl předem jasný podle rozměru televize nebo led banneru, který měli dopředu vyhlídnutý a změřený. Tyto šablony byly poté přilepeny lepicí páskou na blikající led banneru či televize zabudované za výlohami do ulice. Výsledkem je velmi zajímavá vizualizace vyřezaného textu, kde se zpráva barevně transformuje do různých kombinací bez toho, že vidíte celý obraz, jež běží pod šablonou. Potenciál těchto zajímavých kreativních projektů využívajících nejnovější technologie, jež jsou vyvíjeny paralelně se samotnými projekty, je podle mě velký a využití jejich poznatků do budoucnosti velmi zajímavé pro všechny obory zabývající se vizualizováním informací a hledáním nových možností a forem.



10 VYSTRÍDÁ FACEBOOK PLAKÁTOVACÍ PLOCHY?

Facebook je v dnešní době jakýmsi novým fenoménem, jež se nebývale rychle rozšířil po celém světě a je s ním nutno počítat také v reklamě a propagaci. Dnes je už jen málo mladých lidí, kteří Facebookové mánii nepodlehli a účet na Facebooku nemají. Mnoho z těch, co ho už mají, se v první větě diví, jak to, že na Facebooku nejste, ve druhé větě ale dodávají, že dobře děláme. O výhodách a nevýhodách toho být na Facebooku se zde ale rozepisovat nechci, protože je zde mnoho výhod i nevýhod plynoucích z vlastnictví Facebookového účtu, jak by určitě potvrdili jeho příznivci či zarytí odpůrci. Více se chci spíše zaměřit na to, jak je Facebook využíván k reklamě a propagaci a jaký vliv to může mít na tištěnou produkci. Dříve byly plakáty hlavní formou jak upoutat pozornost veřejnosti, či rozšířit informace o koncertech, slevách, nebo různých jiných akcích. S nástupem internetu a jeho masovým rozšířením se otevřely nové možnosti, jak jsme mohli takové informace získat. Ve většině případů jsme ale museli vynaložit nějakou snahu na nalezení požadované informace. Může být tedy ještě něco pohodlnějšího? Ano, Facebook. Kromě toho, že vidíte, co dělají vaši známí 24 hodin denně, jsou vám automaticky nabízeny mnohé možnosti sledování akcí... Otevřete si svůj účet a hned uvidíte, jaké akce se zrovna konají, aniž byste museli cokoli hledat. Přátelé si odkazy rozesílají mezi sebou, sdílí, a tak se k vám dostane mnohem více informací, než mnohdy potřebujete nebo ke kterým byste se třeba nikdy ani nedostali. Facebook sleduje vše za vás a vždy vám dá včas vědět. Pokud mě tedy zajímá určitý druh hudby, nakupuji v určitých prodejnách a vím, že se mi líbí podobné věci jako některým z mých kamarádů, prostě si jenom do Facebooku natavíte určitý filtr a informace, jež vás zajímají, se vám sypou každý den. Facebook je také plný různých komunit s odlišnými zálibami a zájmy. Informace týkající se konkrétního zájmu se pak komunitou šíří bleskovou rychlostí. Pokud tedy například kapela, kterou máte rádi, plánuje koncert, víte o tom z Facebooku mnohem dřív, než uvidíte plakát, jestli teda vůbec nějaký bude. Samozřejmě že asi Facebook okamžitě nevymítí tištěnou produkci, která tady už nějakou dobu je, přinejmenším ji bude velmi silně doplňovat a její prezentaci bude věnována podle mne čím dál větší pozornost. Bude potřeba prezentaci upravit přímo pro prostředí Facebooku, což nejenom že může přinést nějaké úplně nové formy v propagaci, ale pravděpodobně přinese. Plakáty jsou určeny pro tisk ve velkých formátech, obrazovky zase tak velké nejsou. Možná se teda objeví nové nejen formátové možnosti, kdy vše nebude stále stlačeno do formátů řady A nebo B, ale právě díky širokoúhlým monitorům, jichž stále více přibý-

vá, budou prezentované informace muset být orientovány na šířku. V digitální podobě se pak samozřejmě nabízí nějaká další inovativnost takových propagačních materiálů, jež může kombinovat statickou formu s formou dynamickou. Dalším přídatným modulem pak může být ještě zvuk, který může novým digitálním plakátům či digitálním prezentacím dodat atmosféru nebo kulisu, kterou papírové plakáty mít nemohou. Samozřejmě, že o formě, která vznikne a ustálí se jako nejužívanější, můžu zatím jenom spekulovat. V dnešní době jsou samozřejmě plakátovací plochy stále plné plakátů, nevím, ale jestli se pro generace, jež „s občanským průkazem dostanou také účet na Facebooku“, nestanou tyto tištěné plakáty jen jakousi sběratelskou trofejí, jež už svůj hlavní účel budou plnit jen sporadicky. Objevují se totiž informace, že už vylétají první vlaštovky, které svou propagaci řeší výhradně přes Facebook, bez jakékoli další podpory tištěné produkce a s odezvou, jež není absencí tištěné reklamy nijak poznamenána. Závěrem bych řekl, že vyhlídky do budoucna podle mě směřují k většímu soustředění na propagaci na internetu a sociálních sítích jako je Facebook, ale nějaké výrazné skokové omezení tištěné reklamy a propagace bych nečekal. Spíše půjde o plynulý a postupný vývoj, kdy bude tištěná reklama určitým způsobem omezoována. Stejně jako nástup fotografie nevymítil malbu, pravděpodobně ani Facebook nevymítí dosud užívané formy tištěné produkce.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

11 TRADIČNÍ A EXPERIMENTÁLNÍ FORMY AUTORSKÉ KRESBY A ODVOZENÝCH TECHNIK V GRAFICKÉM DESIGNU A JEHO PŘESAZÍCH

Kresba je odedávna technikou nejen starých mistrů. Většina lidí si ale právě při otevření tohoto tématu vybaví ony bravurní kresby renesančních mistrů, či třeba také výborné projevy akademických kreslířů, kteří svou prací vzdávají hold oněm už zmiňovaným kreslířským mistrům, jejichž odkaz dále rozvíjejí. Tradiční kresba ve své nejryzejší oprostěné formě se v projevech grafických designérů zase tak často neobjevuje. Je to možná i díky do jisté míry zakořeněnému pocitu něčeho tradičního a nemoderního, kterým dosti často někteří lidé operují. Samotná kresba je sice technikou mnohem starší než veškeré obory reklamní tvorby, či grafického designu, ale v žádném případě podle mě nejde o techniku, jež by se v různých modifikovaných formách nemohla směle stavět čelem konkurenčním formám, jež nám přinesla nová média. Jak už jsem zmiňoval v předchozích kapitolách, kresba a její obliba v grafickém designu se stále mění. Záleží na nových trendech a „módních vlnách“, které užití kresby v grafickém designu buď podporují, nebo vytěsňují různými jinými elementy či formami, které jsou momentálně více „in“. Podle mě je kresba velmi silným a autentickým projevem autora, jež může mít mnoho různých forem. Ve své tvorbě používám kresbu téměř pořád, a to různými způsoby. Základem je samozřejmě kresba tužkou, jejíž klasická forma musí být ale pro finální výstupy třeba v podobě plakátů postprodukčně dosti často upravována. I sebelepší kresba tužkou vám ještě nezaručí to, že z ní uděláte kvalitní plakát. Techniky proto různě kombinuji a střídám. Klasickou kresbu perem či tužkou kombinuji s digitální postprodukcí atd. Každá technika mi umožní dosáhnout různých efektů a každá má své pro a proti. Díky možnosti kombinovat téměř neomezeně různé techniky, jak tradiční, tak digitální, mohu dosahovat zajímavých výstupů, jichž by se stěžilo dosáhnout pouze použitím jedné techniky.

V mé praktické práci představuji několik experimentálních kresebných forem, s nimiž jsem experimentoval už nějaký čas, ale zatím jsem je neprezentoval na žádném projektu. Teprve má závěrečná diplomová práce mi k tomu dala ten správný prostor. Tyto experimentální kresebné formy vychází z klasické kresby, ale už na první pohled nejsou úplně klasickou formou, kterou uvidíte všude kolem. Těmito kresebnými formami jsem chtěl mimo jiné ukázat široké možnosti kresby v různých nových formách, které tradiční kresbu modifikují či obohacují. Mnohdy jsem totiž slyšel komentáře typu „kresba je jenom jedna“,

nebo „co chceš na kresbě dál vymýšlet“... Na různých formách ukazují, že kresba nemusí být jenom černobílá, a že tah může mít i jiné parametry než je přítlak či intenzita. V některých případech lze vidět velmi detailní provedení, jež bych ručně tvořil jen velmi těžko, nebo by čas, který bych na kresbách strávil, několikanásobně převyšoval čas, jež jsem k dosažení „stejného“ výsledku potřeboval za použití počítače a vyexperimentovaných technik. Vzal jsem kresbu jako tradiční techniku zobrazování a dal jí nový, moderní a digitální kabát, který jí dodal více současný a nový vzhled.

V další z forem je zase proces kresby povýšen a brán jako samotný výsledek či součást výsledného díla. Pokud se díváme na kresbu, hodnotíme vždy různé parametry finálního obrazu, bez toho aniž bychom věděli, jakým procesem kresba prošla, než skončila v této konečné podobě. Samotný proces mi někdy přijde mnohem zajímavější než finální dílo, a proto jsem do jedné formy zahrnul techniku, která má právě proces kresby jako součást výsledku, či je přímo tím výsledkem (finálním dílem).

I když mám kresbu velmi rád, nechtěl jsem, aby výstupem mé práce byly pouze samotné kresby, a proto jsem se rozhodl vytvořit plakáty, jež budou tyto experimentální kresebné formy obsahovat a zároveň propojovat nejen s písmem nesoucím nějaké informace. Chtěl jsem vytvořit vizuálně netradiční, experimentální a zajímavé výstupy, které budou dílem grafického designu, jež v sobě jako hlavní nosný vizuální element ponese právě kresbu, která bude součástí plakátu.

Nad tématem, které bych mohl ve svých plakátech ztvárnit, jsem dlouho přemýšlel, až jsem jednoho dne přišel na myšlenku vizualizace zákonů. Říkal jsem si, jakou vizuální hodnotu či formu vlastně mají zákony, nejvyšší pravidla, jimiž se lidé řídí a podle nichž žijí. Uvědomil jsem si, že jde vlastně jen o nějaké vizuálně velmi suché texty, respektive bloky textu, které nám obsah zákonů reflektují jen velmi těžší. Při bližším prozkoumání jsem se rozhodl, že se budu soustředit na některé zákony USA, jež mi připadly dosti vtipné. Mezi americkými zákony jsem totiž našel mnoho skvostů, jejichž vizualizace mi evokovala zajímavé obrazy. Vcelku jsem se divil, že s nápadem dát některým zajímavým zákonům lépe vizuálně uchopitelnou formu nepřišel už někdo dříve. Za pomoci netradičních a experimentálních kresebných forem, které už samotnou formou měly budit pozornost, jsem chtěl vyzvednout některé americké zákony z šedivých sloupců obyčejného textu a vizuálně atraktivnější formou se o ně podělit s ostatními. Mnohé nám mohou připadat zvláštní, vtipné, potrhle, ale každopádně netradiční a zajímavé. Mé experimentální kresebné formy jsem chtěl použít pro zvýšení atraktivity vizualizovaných netradičních zákonů. Obyčejné techni-

ky by tomuto tématu ani neslušely. Šlo mi o zvizualizování něčeho, co prakticky ani žádnou vizuální tvář nemá, ale svou unikátností by si ji podle mě zasloužilo. Chtěl jsem ztvárnit zákony, jež máme všichni zafixované jako jakési šedé, nudné a otravné řádky dlouhého textu. Když se totiž řekne zákon, tak si většina lidí, kromě toho že některým naskočí husí kůže, představí jeho znění jako pouhý textový přepis jeho obsahu. To je současná vizualita zákonů. Proto jsem mou vizualitu vybraných zákonů postavil do kontrastu se všeobecnou představou, jež měla zaujmout, pobavit, šokovat či překvapit. Nešlo mi o žádný doslovný přepis či přesnou charakteristiku, ale spíše o vytvoření vizuálně alternativních a zajímavých plakátů, jež jsou tvořeny s nadhledem i nadsázkou a to formou, která je netradiční.

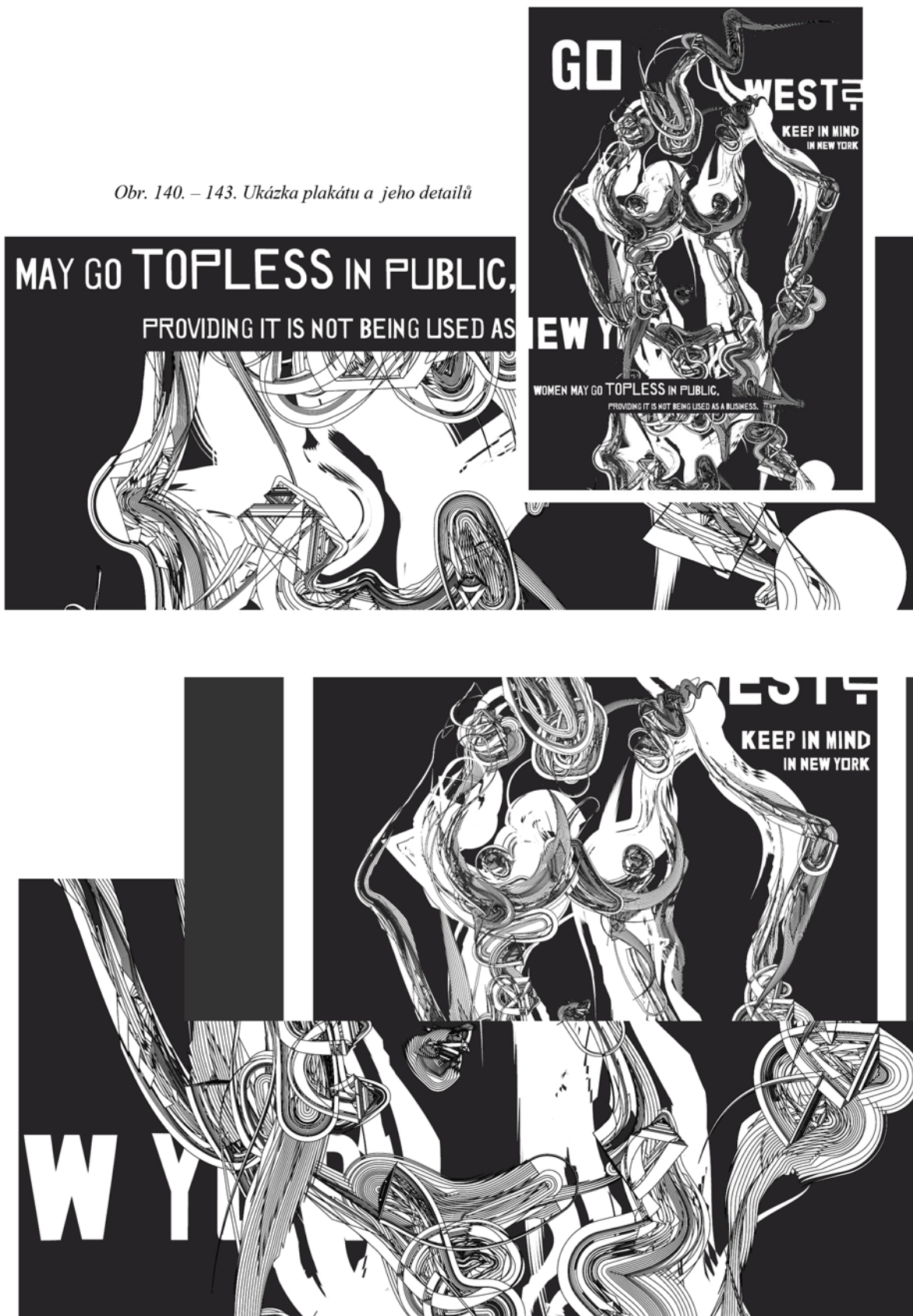
Každá kresebná forma mi navíc nějakým způsobem evokuje stát, jehož zákony jsou touto technikou vizualizovány. New York je například hi-tech státem, kde jsou na každém kroku nejmodernější technologie a vymoženosti, na druhou stranu je zde samý spěch a tlačnice, jež jsou nějakým způsobem implementovány do samotné kresebné techniky a finálního výrazu. Všechny plakáty jsou sjednoceny stejným heslem GO WEST?, které je otázkou „jít na západ?“. Odpověď na tuto otázku nedávám já. Na ni si musí odpovědět každý člověk sám. Tato hlavní otázka je ještě doplněna sloganem KEEP IN MIND IN, což v překladu znamená něco jako „měj na paměti v“ a dále je napsán zvolený stát a znění vizualizovaného zákona.

Co se týče formy plakátu, zvolil jsem velké formáty, které celkový výraz umocní a dají vyniknout i drobným detailům, které by v malých formátech mohly zaniknout. Nejde o klasické plakáty, které vidíme na ulici, jež mají životnost pouze pár týdnů. Tyto plakáty nemají svým obsahem a tématem časové omezení a kladou důraz na samotnou formu. Jak jsem se zmiňoval už v předešlých kapitolách, může se zdát, že je tištěný plakát na ústupu. Nové komunikační kanály v současnosti v čele s Facebookem nastolují nové trendy, jejichž další vývoj se dá jen stěží přesně odhadnout. Každopádně bude v budoucnu potřeba klasické tištěné plakáty přizpůsobit a doplnit o další více soudobé a moderní formy, jež je budou doplňovat. Nemyslím si, že by došlo v horizontu pár let k úplnému zvratu a reklama by se přestala tisknout, ale nové trendy se do grafického designu, propagace a komunikace budou tlačit čím dál více. Proto jsem se rozhodl vytvořit i takové hybridní dynamické formy plakátů, které by byly atraktivní i pro prostředí webu, Facebooku a vše převracejícím iPadům a iPhoneům. Proporce klasického plakátu jsem jim ponechal, protože jsou tyto formáty jakýmsi zažitým standardem a navíc jsou i pro tvorbu a rozložení informací zajímavější než videové ležaté formáty. Plakáty jsou tak doplněny o další prvky jako je čas, pohyb, nebo

třeba zvuk a tím pádem na diváka působí ještě úplně jinak než plakáty statické, tedy tištěné. Tyto verze jsou jakýmsi doplňkem k samotným tištěným verzím. Nejde o jejich plné nahrazení, ale spíše o zapojení více smyslů diváka a ukázkou možné variability práce s plakátem. Práce u statické formy plakátu nemusí být zdaleka finálním či posledním výstupem. Zároveň jsem chtěl ukázat možnost, jakým se dá proces kresby využít k vytvoření vizuálně zajímavé grafické hry, která může být sama nositelem vizuálně netradičních realizací. Plakáty, které mají dynamický charakter, další rozměr, pohyb a zvuk se u nás zatím nijak neuplatňují. Myslím si ale, že za pár let se takové, nebo nějaké podobné formy dynamických plakátů, jež budou doplňovat jejich statickou formu, stanou běžnou součástí propagace. V současnosti nemůžeme říct na jakých formách se dynamické plakáty v budoucnu „ustálí“, tedy jestli se vůbec rozvinou, ale podle mě by tato forma, jež by se šířila pouze digitálně na webu, mohla stát velmi zajímavým doplňkem a v některých případech i samotným finálním produktem propagace.

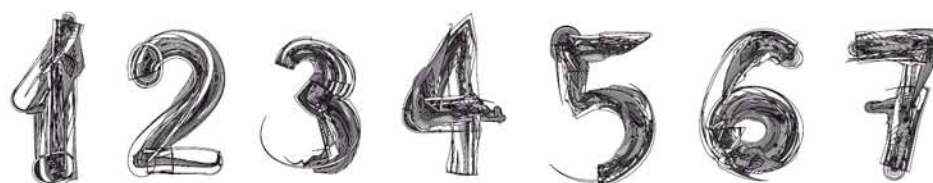
Některé z experimentálních kresebných forem se i velmi dobře hodily třeba k vytvoření autorského dekorativního plakátového a nápisového fontu, který je jakýmsi dalším doplňkem a ukázkou variability těchto technik.

Obr. 140. – 143. Ukázka plakátu a jeho detailů





Obr. 144. – 147. Ukázka fontu NEW YORK HUSTLE a jeho detailů





Obr. 148. – 150. Ukázka detailů z dalšího plakátu



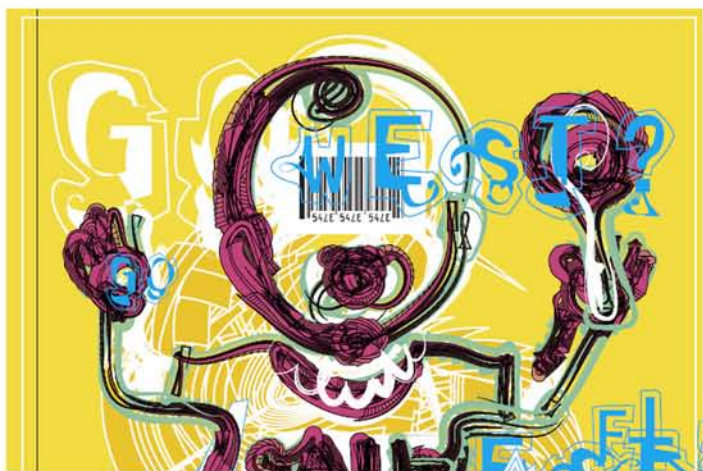
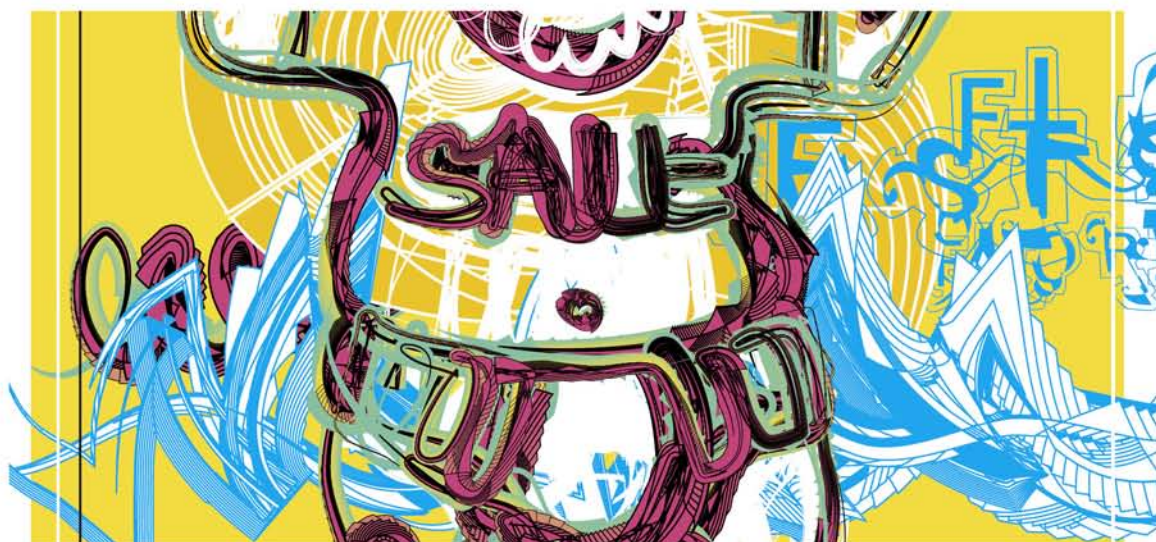
Obr. 151. – 154. Ukázka dalšího plakátu a jeho detailů



Obr. 155. – 156. Ukázka detailů dalšího plakátu



Obr. 157. – 159. Ukázka detailů dalšího plakátu



Obr. 160. – 162. Ukázka detailů dalšího plakátu



Obr. 163. – 166. Ukázka detailů dalšího plakátu a kresby

ZÁVĚR

V závěru mé magisterské práce se pokusím shrnout a zhodnotit její poznatky a další vize. Jako zastánce a propagátor kresby v grafickém designu vidím její užití v tomto oboru do budoucna vcelku pozitivně. Kresebný projev se v celosvětovém grafickém designu v posledních letech dosti výrazně přihlásil o slovo a často ho také dostal. Zasloužili se o to většinou autoři, které jsem ve své bakalářské práci nazýval „hybrid designéři“, tedy designéři, jež jsou schopni skloubit více zaměření dohromady. Většinou jde o grafické designéry, kteří jsou zároveň kreslíři či ilustrátoři, schopní bez problémů zabrousit i do světa videa. Někteří z nich se cítí být hlavně grafickými designéry, tedy alespoň se tak nechávají titulovat, jejich záběr je ale většinou mnohem širší a protíná najednou několik oborů. Díky těmto lidem se obliba kresby v posledních letech vzedmula do jakési „módní vlny“, když si jejich autorské kresebné projevy vyžádaly i velké firmy v zámoří pro svou propagaci. Obchody, reklamy a časopisy se zaplnily grafikou dosti často stojící na kresebných autorských projevech, což v určitém směru napomohlo tyto projevy v reklamě více zviditelnit. Je stále ale pravdou, že tyto zajímavé autorské počiny jsou veřejností stále vnímány v mnoha případech jako vcelku alternativní. Zjednodušeně řečeno se lidé často „bojí“ vsadit na alternativnější projev. Mnohdy nechtějí příliš vyčnívat z řady, a proto volí vizualitu, která většinu lidí neurazí, nešokuje, mnohdy ani nezaujme či nepobaví, ale spíš jen nepozorovaně splyne s davem. Velké nadnárodní společnosti, jež ale dosti často rozhoupávají nové módní vlny, právě autorská, alternativní a novátorská řešení vyhledávají. Často se tak stává, že svou tvář přímo staví na výrazném autorském projevu grafického „hybrid designéra“, který kontinuálně vytváří pro značku reklamu ve svém stylu, nebo vizuální projevy obměňují výměnou stylů v podobě nových autorů. Tímto způsobem je na trh vháněna stále „nová krev“. Velkou výhodou je v reklamě také to, že pokud je určitá „módní vlna“ založená na formách, kterých může dosáhnout každý, kdo má doma počítač, velmi rychle nás to omrzí. Pokud ale vizuální projev stojí na jednotlivci, autorovi s charakteristickým projevem, napodobování už zde dosti často nemá cenu. Jasper Goodal, známý ilustrátor a grafický designér se jednou postaral o vzednutí takové vlny v grafickém designu, když se používání pro něj charakteristických elementů, jako byly soustředné kruhy, duha a motýli, díky své snadné napodobitelnosti staly po několika letech téměř grafickým klišé. Všichni tyto prvky používali stále dokola a měli pocit, že se tím stanou jejich grafiky „zaručeně moderními“. Sám Goodal pak přešel na jiný styl a motýly s duhou už podle jeho slov nechce nikdy ani

vidět, tedy alespoň ne na monitoru svého počítače. V současnosti se vydal novou, zcela autorskou cestou, která je založená na jeho kresebném projevu, jež už je jen málokdo schopný napodobit. Proto si myslím, že i do budoucna bude stále důležité udržet si svou vlastní identitu a do své práce nechat promlouvat více sebe než samotný počítač.

Počítač je totiž médium jako každé jiné, je to nástroj a většina z autorů, jež jsem v této práci uvedl, ho tak také bere. Není to náš mozek, který za nás vymýšlí kreativní práci a dokonce není ani náhradou našich rukou, tudíž za nás ani nekreslí. Nabízí nám možnosti, jak plno věcí udělat rychleji či jednodušeji, ale stále jsme to my, kdo by měl rozhodovat. To, že se někomu autorské kresebné projevy v grafickém designu zdají příliš ostře vymezeným vizuálním řešením oproti velmi variabilně se tvářícímu „bezpohlavnímu grafickému designu“, který jakoby nedělal člověk, ale spíše nějaký „robotek“, stále jenom potvrzuje důležitost diverzity ve vizuálním světě a přítomnost zastánců „nesmiřitelných táborů“, které propagují své ideje a názory o tom „nejlepším grafickém designu“. Já bych osobně řekl, že kresba tu byla od začátku, stále tu je a i v budoucnu bude.

Jak jsem uváděl v jedné z kapitol, určitou možnost v dalším vývoji užití kresby v grafickém designu vidím kromě její statické a dvourozměrné formy také v záznamu procesu či „zhmotnění“ do digitální trojrozměrné formy. Tyto možnosti potom otvírají další nové cesty jak s kresbou pracovat a její autorské linie dále zhodnocovat a experimentovat s nimi. V grafickém designu se ale v poslední době začíná také objevovat spousta programů, jež generují grafiku za vás, kdy vy zadáte pouze vstupní data (vložíte fotku nebo zvuk) a počítač generuje formy. Tyto projevy jsou na první pohled zajímavé, protože jsou nové, efektní a netradiční, jejich životnosti ale nedávám příliš mnoho času. Nejde totiž ze strany autora o žádný osobitý autorský vklad, tudíž se lehce může stát, že tyto formy začne používat skoro každý a skončí to tak, jak skončily Goodalovy duhy a motýli. Proto si myslím, že budou stále přicházet nové možnosti, formy a technologické postupy, jejichž síla bude ale pouze násobena autorským osobitým vkladem jedince, který má podle mě v grafickém designu do věcí mluvit a projevovat se. Stejně jak říká James Victore, musí tady samozřejmě být někdo, kdo bude dělat reklamy na ponožky, pokud se tak ale zrovna necítíme, nemusíme to být zrovna my.

Pokud se ještě v závěru zamyslím nad tím, co v dnešní době může grafického designéra odlišit od ostatních, napadá mě znovu a znovu kresba. Autorský kreslený projev, který je pro každého charakteristický a jedinečný jako otisk prstu. Mladší generace, jež se narodily přímo do rozjeté počítačové doby, jsou s počítači už v útlém věku velmi dobří

kamarádi a v ovládní mnoha programů se jim pak dnešní třicátníci mohou někdy jen tak tak vyrovnat. Jejich vyjadřování se ale z papíru často přesouvá do digitálních dokumentů či virtuálních sítí přes klávesnici a tužku s papírem mnohdy ani nepoužívají. Asi tak nebudeme svou jedinečnost stavět na tom, že budeme umět nejlépe používat všechny dostupné programy. To dnes může nabídnout plno lidí. To, čím se od nich ale můžeme nenapodobitelně odlišit, je právě náš autorský kresebný projev, který je tím bonusem, přidanou hodnotou nad to, co umí všichni.

Závěrem bych řekl, že jsem rád, že dnes máme tolik možností a nástrojů včetně počítačů, které nám práci mnohdy ulehčují, ale také ztěžují či zpestřují. Jak jsem uváděl již dříve, počítač je skvělý nástroj, pomocník a určitě není nepřitelem tradičních technik. Autor si může vybrat z každého to nejlepší, kombinovat, variovat a experimentovat. Dotek lidské ruky se tak ve vašem díle objeví, kdykoli budete chtít. Myslím si, že lidé budou tyto projevy lidské přirozenosti vnímat stále silněji s nárůstem techniky, digitálních vymožeností, ale jejichž expanze nemůže trvat do nekonečna. *„Já sám se ale budu snažit, aby alespoň v mé tvorbě nedocházelo k přebíjení autorské osobnosti a lidského faktoru neosobním projevem počítače, který stále budu využívat pouze jako nástroj a nenechám ho korigovat, či řídit mou tvorbu.“*¹⁹

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

FIELL Petter & Charlotte, Graphic Design for the 21st Century, TASCHEN, 2003, ISBN: 3-8228-1605-1

HARPER Laurel, radical graphics graphic radicals, Chronicle Books LLC, 1999, ISBN: 0-8118-1680-X

BLACKWELL Lewis – CARSON David, The End of Print: The Grafik design of David Carson, Chronicle Books LLC, 2000, ISBN: 0-8118-3024-1

KOLESÁR Zdeno, Kapitoly z dějin designu, VŠUP, 2009, ISBN: 978-80-86863-28-3

KOLESÁR Zdeno, Kapitoly z dejín grafického dizajnu, Slovenské centrum dizajnu, 2006, ISBN: 8096865854

POYNOR Rick, No More Rules Graphic Design and Postmodernism, Yale University Press, 2003, ISBN: 0-300-10034-5

SHAUGHNESSY Adrian, How to be a graphic designer, without loosing your soul, Princeton Architectural Press, 2005, ISBN: 1-56898-559-2

SAGMEISTER Stefan, Things I Have Learned In My Life So Far, New York: Abrams, 2008, ISBN 978-0810995291

ŽÁRUBA Alan, Studio Najbrt: Život, štěstí, překvapení, Torst & Studio Najbrt, 2007, ISBN: 80-7215-298-X

BANKSY, Wall and Piece, Century, 2005, ISBN 1844137864

Odborné časopisy

Časopis FONT, Vydavatel agentura Kafka design, Praha 2010

Časopis Computer Arts, Vydavatel Future Publishing, 2009

Časopis Emigre, Vydavatel Emigre Graphics, 1993

Internetové zdroje

www.typo.cz

www.aiga.com

www.netdiver.net

www.eyemagazine.com

www.youarebeautiful.co.uk

www.youarebeautiful.co.uk/bitch_web/

www.jamesvictore.com

www.derekhess.com

www.davidfoldvari.co.uk

www.misprintedtype.com

www.siscottstudio.com

www.studiokxx.com

www.hydro74.com

www.studionumberone.com

www.banksy.co.uk

www.printmag.com

www.grafika.cz

www.graphics.com

www.ilovedesign.com

www.designportal.cz

www.99percent.com

www.ffff.at

www.graffitiresearchlab.com

www.kidrobot.com

www.ted.com

www.eyewriter.org

www.wikipedia.org

www.computersarts.co.uk

www.mysoti.com/blog/2008/10/mysoti-designer-interview-1-kerry-roper.html

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. James Victore: plakát Racism

Obr. 2. David Foldvari: ilustrace

Obr. 3. – 6. Si Scott: ilustrace

Obr. 7. – 9. Alfons Mucha: cigaretová reklama JOB a divadelní plakáty Gismonda a Medee

Obr. 10. Joshua M. Smith ala „HYDRO74“: plakát Smashing Pumpkins

Obr. 11. Derek Hess: plakát The Pachero Diaries

Obr. 12. Krzysztof Domaradzki ala Kxx: plakát

Obr. 13. Shepard Fairey ala „OBEY“: plakáty Propaganda

Obr. 14. Jeff Proctor: plakát MAD MAX 2

Obr. 15. – 22. Kerry Roper ala You Are Beautiful

Obr. 23. – 30. James Victore

Obr. 31. – 39. Derek Hess: ilustrace a plakáty

Obr. 40. – 49. David Foldvari: ilustrace a plakáty

Obr. 50. – 67. Eduardo Recife ala „Misprintedtype“

Obr. 68. – 81. Si Scott: ilustrace a typografie

Obr. 82. – 94. Krzysztof Domaradzki ala „Kxx“

Obr. 95. – 107. Joshua M. Smith ala „HYDRO74“

Obr. 108. – 116. Shepard Fairey ala „OBEY“

Obr. 117. – 126. Banksy: street art

Obr. 127. – 134. Kidrobot.com

Obr. 135. – 139. Graffiti Research Lab

Obr. 140. – 143. Ukázka plakátu a jeho detailů

Obr. 144. – 147. Ukázka fontu NEW YORK HUSTLE

Obr. 148. – 150. Ukázka detailů z dalšího plakátu

Obr. 151. – 154. Ukázka dalšího plakátu a jeho detailů

Obr. 155. – 156. Ukázka detailů dalšího plakátu

Obr. 157. – 159. Ukázky detailů dalšího plakátu

Obr. 160. – 162. Ukázky detailů dalšího plakátu

Obr. 163. – 166. Ukázky detailů dalšího plakátu a kresby

SEZNAM CITACÍ

1. ZÁRUBA Alan, Studio Najbrt: Život, štěstí, překvapení, Torst & Studio Najbrt, 2007, ISBN: 80-7215-298-X, str. 31
2. WIGAN Mark, Umění ilustrace : Vizuální myšlení, Computer Press, 2010, ISBN: 978-80-251-2970-8, str. 126
3. WIGAN Mark, Umění ilustrace : Vizuální myšlení, Computer Press, 2010, ISBN: 978-80-251-2970-8, str. 24
4. www.mysoti.com/blog/2008/10/mysoti-designer-interview-1-kerry-roper.html
5. www.the99percent.com/articles/6944/james-victore-dont-be-a-design-zombie
6. www.the99percent.com/articles/6944/james-victore-dont-be-a-design-zombie
7. www.derekhess.com/sub.cfm?section=content&nav=bio&menu=bio&id=8
8. www.theextrafinger.blogspot.com/2006/08/interview-with-david-foldvari.html
9. www.siouxwire-annex.blogspot.com/2007/04/interview-eduardo-recife-of-misprinted.html

10. www.siouswire-annex.blogspot.com/2007/04/interview-eduardo-recife-of-misprinted.html
11. www.the99percent.com/articles/5631/Si-Scott-The-Bare-Bones-Approach
12. www.siscottstudio.com/info
13. www.psd.tutsplus.com/articles/inspiration/krzysztof-domaradzki-interview/
14. www.guupress.com/magazine/interviews/hydro74/1.asp
15. www.charlieroose.com/view/interview/10047
16. BANKSY, Wall and Piece, Century, 2005, ISBN 1844137864, str. 14
17. www.ted.com/talks/lang/eng/barry_schwartz_on_the_paradox_of_choice.html
18. www.kidrobot.com/Artists.html
19. ŠRÁMEK Radim, Bakalářská práce, 2009