

Dřevo v grafickém designu

BcA. Petr Belák

Diplomová Práce
2015



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Grafický design
akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Petr Belák**
Osobní číslo: **K13307**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Grafický design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Dřevo v grafickém designu**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 40 – 45 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz směrnice rektora č. 7/2014) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část:

tradiční a netradiční využití dřeva v grafickém designu.

2. Praktická část:

grafický design ve výstavnictví – koncepční a vizuální styl výstavy (Milan Design Week).

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

Rozsah 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 a jiné fondy s literaturou na území ČR, SK, EU, webové stránky vztahující se k tématu, odborné časopisy a další literatura po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí diplomové práce: **Dipl. Ing. Michael Vašků**

Datum zadání diplomové práce: **3. listopadu 2014**

Termín odevzdání diplomové práce: **15. května 2015**

Ve Zlíně dne 1. prosince 2014

doc. MgrA. Jana Janíková, ArtD.

děkanka



dr. ak. soch. Rostislav Illík
vedoucí ateliéru

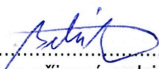
PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně12. 12. 2014.....

BcA. Petr Belák


.....
Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlédnutí veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užíje-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Teoretická část diplomové práce je pojata jako uvedení grafického designéra do problematiky práce se dřevem, rozpoznání jeho základních vlastností, zpracování a využití v praxi. Dále se práce zaměřuje na stručný průzkum a využití dřeva v grafickém designu, přesněji v typografii a vizuální identitě v posledním období. Praktická část práce se zabývá výstavním projektem PopUpShow na Milan Design Week v prostorech Ventura Lambrate. Tato část dále popisuje a analyzuje práci týmu jako celku i vzájemnou spolupráci mezi jednotlivými členy týmu a představuje finální podobu projektu pomocí obrazové dokumentace.

Klíčová slova: Grafický design, Dřevo, Vlastnosti dřeva, Barva dřeva, Vzorníky dřeva, Zpracování dřeva, Typografie, Typografie v prostoru, Korporátní identita, Vizuální identita, Logotyp, Ilustrace, Tým, Font, Retro, Kino, Popcorn, Design Week Milano, Ventura Lambrate, PopUpShow

ABSTRACT

The theoretical part is conceived as introduction of graphic designer how to work with wood, recognizing its basic characteristics, processing and use in practice. I will focus on short research and use of wood in graphic design in the last period, specifically in typography and visual identity. I deal with the exhibition project PopUpShow at Milan Design Week in Ventura Lambrate areas in the practical part. I describe and analyze the work of the team entirety and cooperation of team members and present the final form of the project by using visual documentation.

Keywords: Graphic design, Wood, Wood properties, Colour of wood, Wood samplers, Woodworking, Typography, 3D Typography, Corporate identity, Visual identity, Logotype, Illustration, Team, Font, Retro, Cinema, Popcorn, Milan Design Week, Ventura Lambrate, PopUpShow

Na tomto místě bych chtěl poděkovat celému týmu PopUpShow za skvělou spolupráci, zkušenost a realizaci tak ohromného projektu. Poděkování především patří našemu vedoucímu Dipl. Ing. Michaelu Vašků a supervizorovi Mgr. Richardu Vodičkovi za možnost zorganizování výstavy. Dále chci poděkovat Veronice Holíkové za vynikající spolupráci, Anežce Adamikové za nadlidské marketingové schopnosti a Michaelu Chomiszakovi za úžasnou scénu. Poslední, ale neméně důležité poděkování patří moji rodině za neustálou podporu. Děkuji!

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

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 DŘEVO	12
2 VLASTNOSTI DŘEVA	13
2.1 VIZUÁLNÍ VLASTNOSTI.....	13
2.2 HMATOVÉ VLASTNOSTI	15
2.3 ČICHOVÉ VLASTNOSTI.....	16
2.3.1 Zvukové vlastnosti	16
3 HISTORICKÉ GRAFICKÉ VZORKOVNÍKY O BARVĚ A VLASTNOSTECH DŘEVA	17
3.1 DŘEVO – HISTORICKÝ LEXIKON.....	17
3.2 VLASTNOSTI A BARVA NEJZNÁMĚJŠÍCH ČESKÝCH DŘEVIN	19
3.2.1 Dub.....	19
3.2.2 Buk	19
3.2.3 Borovice	19
3.2.4 Smrk	20
3.2.5 Javor	20
3.3 BURKATOVA SBÍRKA DŘEV.....	20
3.4 ICONES LIGNORUM.....	21
4 TECHNIKA ZPRACOVÁNÍ DŘEVA PRO INSPIRACI V GRAFICKÉM DESIGNU	24
4.1 ROZDĚLENÍ MASÍV A DÝHA	24
4.1.1 Masív	24
4.1.2 Dýha	24
4.2 TECHNIKY ÚPRAVY DŘEVA.....	25
4.2.1 Lakování.....	25
4.2.2 Broušení	25
4.2.3 Vyřezávání, frézování, tvarování	26
4.2.4 Lepení.....	27
4.2.5 Ohýbaní	27
4.2.6 Vypalování / laserování.....	27
4.2.6.1 Vypalování laserem nebo pájkou.....	28
4.2.6.2 Vypalovací raznice	29
4.2.6.3 Opalování.....	30
5 TYPOGRAFIE VYJÁDŘENÁ ZA PODPORY DŘEVA	31
5.1 KONCEPTUÁLNÍ TYPOGRAFIE	31
5.1.1 Stefan Sagmeister.....	31
5.1.1.1 Keeping a diary supports personal development	32
5.1.2 Dušan Zahoranský.....	34
5.1.2.1 Manifest	34
5.1.2.2 Here and Now II	35
5.1.3 Standart time	37
5.1.4 Todd St. John – Typo kostka.....	38

5.1.4.1	Word box 2	39
5.2	TYPOGRAFIE SOUČÁSTÍ INTERIÉRU A PRODUKTU	39
5.2.1	Produkt nebo typografie	39
5.2.2	Typografické sloupy v knihovně Crawley	41
5.2.3	Nike Brand Wall	42
5.2.4	Typografické informační systémy	43
5.2.5	Informační systém knihovny Surry Hilly	44
5.2.6	Navigační systém výstavy Play Van Abbe	45
5.3	TYPOGRAFIE V OBLASTI GRAFICKÉHO DESIGNU	46
5.3.1	Titulní obálka New York Magazínu	46
5.3.2	Titulní obálka The Independent Magazine	48
5.4	VYPALOVANÁ A VYŘEZÁVANÁ TYPOGRAFIE	50
5.4.1	Typografické dřevěné spreje	50
5.4.2	Vypálená typografie do vík vinných sudů	51
6	DŘEVO JAKO SOUČÁST VIZUÁLNÍ IDENTITY / PROPAGACE	52
6.1	VIZUÁLNÍ IDENTITA	52
6.1.1	Studio HunterGatherer	52
6.1.1.1	Vizuální identita Swerve Festival	52
6.1.1.2	Vizuál identita Form School	55
6.1.1.3	Money Mark cover	56
6.1.2	Attention: CRAFT	58
6.1.3	Wood Arts – Identity	60
6.2	DŘEVO JAKO SOUČÁST POSILNĚNÍ BRANDU	65
6.2.1	Pivní plechovky „Velkopopovický Kozel“	65
6.2.2	DEERZ	67
II	PRAKTICKÁ ČÁST	70
7	GRAFICKÉ ZTVÁRNĚNÍ REÁLNÉHO VÝSTAVNÉHO PROJEKTU, ZA PODPORY OBOROVÉ SPOLUPRÁCE	71
7.1	PRÁCE V TÝMU	71
7.1.1	Společný cíl	72
7.1.2	Vzájemná závislost členů týmu	72
7.1.3	Přesně definované role	72
7.1.4	Radost z týmové práce	72
7.1.5	Individuální a společná zodpovědnost	72
7.2	KONCEPT	73
7.3	VIZUÁLNÍ IDENTITA POPUPSHOW	75
7.3.1	Logo	76
7.3.2	Typografie	77
7.3.3	Katalog	77
7.3.4	Tiskoviny	79
7.3.5	Ilustrace	80
7.3.6	Webová stránka www.popupshow.cz	81
7.4	VIDEO	83
	ZÁVĚR	84
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	86

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ	87
SEZNAM OBRÁZKŮ	88

ÚVOD

Jak už téma mé diplomové práce naznačuje, budu se zabývat dřevem a jeho aplikací v oblasti grafického designu. Dřevo jako materiál mě vždy fascinoval svou všestranností, pestrobarevností a schopností se sladit s jakýmkoliv jiným materiálem.

Teoretická část bude rozdělená na dva okruhy. První část se zaměří na definici dřeva jako hmoty a na jeho vlastnosti, ať už vizuální, čichové nebo zvukové. Taktéž zmíním základní informace o barvě dřeva. Ke konci první části shrnu nejzákladnější a nejčastější techniky opracování dřeva do podoby, s jakou se setkáváme v běžném životě. První část je technicky zaměřená a možná se bude zdát, že je mimo obor grafický design. Jako grafický designer však potřebuji být obeznámen s vlastnostmi materiálu, se kterým budu zacházet. Je třeba si zvýšit znalosti o materiálu pro lepší efektivitu využití v praktické části mé diplomové práce.

Po nastudování dostatečného množství materiálu plynule přejdu na druhou část, která se zaměří na portfolio grafických prací, kde má dřevo své zásadní postavení. Každá část práce bude provázena značným množstvím obrazového materiálu. Představím několik umělců a jejich koncepční typografii, pak poukážu i na prostorovou typografii a její propojení se dřevem. K závěru se zaměřím na dřevo a jeho aplikaci ve vizuálních identitách nebo formách propagace.

Po rozsáhlém zkoumání a sbírání informací v teoretické části přejdu na praktickou část, ve které popíšu praktické řešení kompletní výstavy vizuální identity. Jedná se o výstavu, která zastupovala vybrané práce studentů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně na Milan Design Week 2015. Účelem práce bylo vhodné uchopení koncepce společně s celým týmem. Hlavním úkolem bylo vytvořit identitu, která dává jednotnou podobu celé instalaci i vystavovaným produktům. V navrhované práci vysvětlím svůj záměr a postup práce. Diplomová práce bude doplněna obrazovou přílohou všech propagačních materiálů, které byly vytvořeny.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 DŘEVO

První otázka, která vás asi napadne – proč dřevo? Co může mít dřevo společného s grafickým designem? Proč třeba ne papír, kov nebo se digitální oblast, ke které teď všichni tíhnou? Všechny tyto otázky se budu snažit postupně zodpovědět. Vzal bych to po pořádku a na úvod bych řekl něco o dřevu.

Dřevo je shluk pevného pletiva stonků rostlin/stromů, které označujeme jako dřeviny. Patří mezi obnovitelné zdroje a snadno dostupný materiál na celé planetě v různých podobách. Dřevo je široce využívaná surovina a to odjakživa pro různé účely. Slouží například jako stavební materiál nebo jen pro emocionální a estetické výtvarné vyjádření. Svě místo si našlo v grafice i grafickém designu, kde ho postupem času nahradily modernější a kvalitnější materiály.

V průběhu existence lidstva lidé získávali základní vědomosti o dřevu a jeho zpracování. Osvojili si všechny jeho kladné i záporné vlastnosti a dokázali je naplno využít pro svůj prospěch. Ve využití dřeva se lidé dokázali posunout natolik dál, že se dodnes z něho vyrábí papír, který se stal součástí našeho každodenního života a nedokážeme se bez něho obejít.

Když se řekne dřevo, asi první odpověď, která vás napadne, bude ve spojitosti s truhlářstvím nebo průmyslovým designem. Dřevo si našlo své uplatnění nejen v estetickém, ale i v praktickém využití skoro ve všech směrech, od průmyslového designu, přes architekturu, módní design, fotografii až po grafický design. Skoro všechny odvětví spojuje jeden předmět, který má se dřevem hodně společného. Tím je tužka nebo aspoň tuha z uhlí s různou škálou tvrdostí.

2 VLASTNOSTI DŘEVA

Každý materiál má kladné vlastnosti, ale i své nedostatky. Jeho přednosti a vlastnosti můžeme posuzovat jen ve vztahu k určitému použití a výtvarnému zaměření. Dřevo má osobité vlastnosti tím, že je organického původu. Jinak ho také můžeme nazvat „strom.“ Kmen stromu se skládá z několika vrstev a každá z nich má svou specifickou vlastnost pro růst a vývoj stromu. Tyhle vrstvy mají jiné optické vlastnosti i trvanlivost, tvrdost atd. Dřevo je nesterjnorodé a každý kus je specifický. Je náchylné na vlhkost a časté povětrnostní změny.

Vlastnosti vlhkého dřeva jsou o dost jiné než u suchého. Schnutím vlhkého dřeva se ztrácí z pórů buněk voda a zmenšuje se. Díky tomu je lepší pracovat se suchým dřevem, protože je hutnější a rozměrově ustálenější. Je třeba si dávat pozor na způsob schnutí. Příliš násilné a urychlené schnutí může vést k popraskání dřeva, čímž se znehodnotí celá práce. Odborně jsou všechny praskliny a trhliny negativními jevy a zařazují se do kazové kategorie. V některých případech se tento jev může brát i jako záměr, ale v oblasti grafického designu jsem se s tím dosud nesetkal.

Na úvod jsem rozebral základní informace o vlastnostech dřeva, se kterými se někdy grafický designer může potkat a využít je pro svůj tvořivý záměr. Uvedl jsem, že základním prvkem dřeva jsou jeho organické a mechanické vlastnosti. Podstatným prvkem hodnocení jsou rozdílné vlastnosti mezi suchým a vlhkým dřevem. „*Dřevo netrpí únavou jako kovy*“ [1]

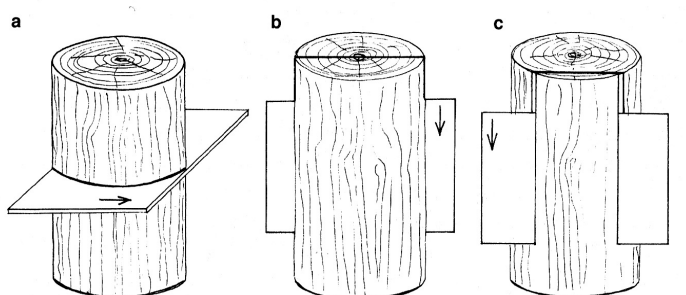
I když grafický design je ve velké míře zaměřen na vizuální podobu komunikace, často si to neuvědomujeme a zapojujeme i všechny naše zbylé smysly, ne jenom zrak. Mějme na paměti, že všechny tyto vlastnosti jsou navzájem emočně propojené a vytváří celkový dojem. Dřevo patří mezi materiály, které nás kromě vizuální krásy okouzlí i jeho povrchem, vůní a zvukovými vlastnostmi.

2.1 Vizuální vlastnosti

Z vizuálních vlastností je nejpodstatnější barva dřeva a jeho povrchová kresba. Na světě je nespočetné množství dřevin a každá má svůj osobitý barevný odstín, který je zapříčiněn hustotou vláken, jak do šířky, tak i do hloubky. Nazýváme je letokruhy. Letokruh je nárůst dřeva vytvořený kambiem (rostlinné pletivo) ve vývoji jednoho vegetačního období. Od

dětství nás rodiče učili, že jeden kruh odpovídá jednomu roku života stromu. V našich podmínkách se přesněji jedná o jedno vegetační období.

Podstatným vizuálním znakem dřeva je grafický výraz povrchu. Existují dva druhy řezů. První je podélný řez kmenem stromu, kde letokruhy vytváří podélný reliéf. Druhým je příčný řez, kde letokruhy jsou v radiálním reliéfu. Můžete se někdy potkat i s třetím – tečným řezem, který je podobný radiálnímu, ale nejde přímo středem kmene. U tohoto reliéfu je snadné pozorovat střídání tmavosti jarního a letního dřeva.



Obr. 1. Řezy: a) příčný b) radiální c) tečný

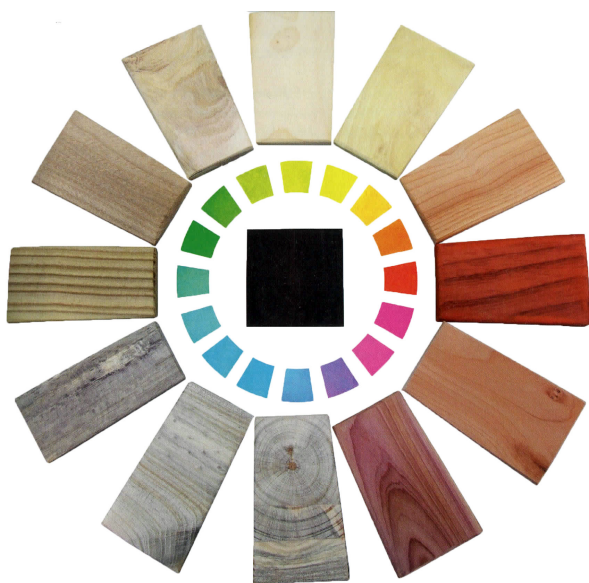


Obr. 2. Řez příčného a radiálního dřeva

Když je dřevo ještě čerstvé, má díky své vlhkosti lesklý odstín. Postupem času schnutí zmatní, kde dostává „skoro“ finální vlastnosti. Příkladem může být bílá barva javoru, červenohnědá barva slivky, zlatohnědá třešně až po světle pískovou barvu borovice. Prozatím jsem vyjmenoval jen dřeviny, které rostou u nás v Čechách a na Slovensku. I když je dřevo mrtvé a suché, barva se pořád mění podle toho, jak je vystavená světlu, teplotě a vlhkosti. Čím je dřevo víc na světle, tím více zesvětlá díky UV záření. Překvapu-

jící barevné efekty na povrchu dřeva vyvolává hnití. Proces hniloby nesouvisí s fyzikálními vlastnostmi dřeva, ale chemickými podle toho, jaké látky v sobě obsahuje, zda umožňují život mikroorganismům, a nebo naopak znemožňuje. Někdy se proces hnití uměle vyvolává a u správného momentu se konzervuje. [5]

Barvy dřeva jsou mírné, tlumené a pohybují se v teplých odstínech. Nejsou agresivní a pro člověka působí relaxačně. Příkladem může být tento vzorek, který přirovnává barvu dřeva k barvám, jaké známe.



Obr. 3. Vzorník dřeva

2.2 Hmatové vlastnosti

Hmat patří mezi zásadní vlastnosti pro povrchové a tvarové vnímání dřeva. Názor na vizuální podobu si určíme hned. Lidé jsou zvědaví a tak se potřebují o některých předmětech ujišťovat a takzvaně si je „osahat“. Pomocí hmatu se tak můžeme ujistit, zda je materiál natolik matný nebo drsný, zda je povrch lesklý a hladký tak, jak na první dojem působí.

Specifické pro dřevo jsou jeho vodivé vlastnosti. Když je dřevo vystavené silnému slunečnímu záření, tolik nepálí. Naopak v chladných podmínkách dokáže udržet teplo. Ne nadarmo se o něm hovoří jako o teplém materiálu.

2.3 Čichové vlastnosti

Na vnímání dřeva a jeho emočním účinku mají nemalý podíl i pachové vlastnosti. Dřevo má různou vůni, když roste, když je ještě čerstvě nařezané a opracované. Finální a charakteristickou vůni dostává až po zaschnutí, která se pak už nemění. Například dřevo ořechu připomíná vůni silně aromatického koření, javor má pro změnu vůni podobnou mléku nebo u jehličnatých stromů vůni jalovce. [5]

2.3.1 Zvukové vlastnosti

Dřevo vyniká i zvukovými vlastnostmi. Je to převážně zapříčiněné rezonančním přívlastkem. Se zvukovými vlastnostmi se ve výtvarnictví a převážně v grafickém designu moc nepotkáme. Své uplatnění má hlavně v hudebním světě, kde se ze dřeva vyrábí hudební nástroje. U grafického designu se můžeme se zvukovým využitím dřeva potkat jedině jako s druhem média, na který je grafický prvek aplikován. Třeba různé výtvarné vyjádření na povrchu kytar.

3 HISTORICKÉ GRAFICKÉ VZORKOVNÍKY O BARVĚ A VLASTNOSTECH DŘEVA

3.1 Dřevo – historický lexikon

Mezi zajímavé grafické práce patří historický vzorkovník dřev. V roce 1939 vydal lesohospodářský svaz v Německém Brodě vzorkovník dřevin na 40 listů pod lapidárním názvem „Dřevo“. Vzorník obsahoval dýhy dřeva, které se vyskytují na území Česka a Slovenska. Už na tu dobu to byl hodně rozsáhlý materiál.



Obr. 4. Obálka vzorníku *Dřevo* – historický lexikon

Přední část obalu desek má grafickou úpravu vytisknutou xylografií (dřevorytem) na krémovém pevném papíru. I když grafika titulky není signovaná, tak podle značky na výtisku je autorem místní malíř Jan Jůzl (1905-1976). [1] Motiv dřevorytu tvoří podrobná a realisticky znázorněná část vykáceného lesa, kde se dá předpokládat podle odložené sekery a pilky, že se jedná o odpolední pauzu dřevorubců. Grafika je jednobarevná. Název knihy je zakombinován do horní části grafiky. Typograficky je použitý patkový font s výrazným stínováním. Kartony vzorku jsou rozměrově menší než A4, přesně 208x296 mm, které jsou na hladkém žlutém papíře. Samotné tabule nejsou nijak spolu svázané

3.2 Vlastnosti a barva nejznámějších českých dřevin

Pro lepší představu uvedu pár druhů dřeva, se kterým se můžete nejčastěji potkat. Dále o nich najdete pár informací o vlastnostech. Třeba se někdy s nimi potkáte i v grafickém designu.

3.2.1 Dub

Dřevo dubu patří mezi nejžádanější dřeva. Má poměrně úzkou strukturu letokruhů a světlehnědou barvu. Přednostmi dubového dřeva jsou tvrdost, pevnost, houževnatost a trvanlivost. Z našich dřev je nejodolnější vůči tepelným výkyvům a povětrnostním podmínkám. Dobře se moří a lepí. [6]



Obr. 6. Dub Letní (řez tečný)

3.2.2 Buk

Buk je nejznámější listnatá dřevina našich lesů. Vyniká světle hnědou až narůžovělou barvou. Při napaření má buk tendenci se trochu ztmavit. Díky své hustotě a stejnorodosti má ideální vlastnosti k ohýbání i krájení dýh. Dobře se obrábí, moří a lepí. Bohužel nevyniká trvanlivostí. Buk je vhodný pro vytvoření matric na dřevoryt (xylografii). [6]



Obr. 7. Buk Lesní (řez tečný)

3.2.3 Borovice

Dřevo borovice je křehké, kde bělavá část má smetanově bílou barvu a směrem k jádru se mění na oranžově hnědou až narezavělou. Má výrazné letokruhy. Těžko se opracovává a lepí. Lepší vlastnosti z jehličnatých stromů má její konkurent - smrk. [6]



Obr. 8. Borovice Obecná (řez tečný)

3.2.4 Smrk

Smrkové dřevo je nejznámější a nejpoužívanější jehličnaté dřevo u nás. Má smetanově bílou barvu s nádechem hnědé. U výrazných letokruhů jsou na první pohled vidět jarní a letní přírůstkové vrstvy. Oproti borovici má dřevo stálou barvu. Pokud by však uprostřed dřevo tmavlo, jedná se o vadu v podobě hniloby. Smrk, i když patří mezi měkká dřeva, je dost houževnatý, poměrně pružný a pevný. [6]



Obr. 9. Smrk Obecná (řez tečný)

3.2.5 Javor

Dřevo javoru u nás patří mezi nejsvětlejší dřeviny. Má světlé bílou barvu připomínající slonovinu. Celkem často se vyběluje peroxidem nebo čpavkem pro ještě větší bělobu. Javor se řadí mezi tvrdá dřeva s lesklým povrchem. Je vhodné na soustružení, moření a dobře absorbuje lepidlo. Javor je vhodný materiál pro hudební nástroje. [6]



Obr. 10. Javor Mléčný (řez tečný)

3.3 Burkatova sbírka dřev

Celkem podobný vzorník jako Dřevo, byl také starší vzorník z roku 1883 vydaný v Brně pod názvem Burkarts Sammlung der wichtigsten europäischen Nutzhölzer in cha-

rakteristischen Schnitten, ausgeführt von F. M. Podany in Wien. Pomůcka byla patentována pro Rakousko-Uhersko a byla chráněným vzorem pro Německou říši. V té době sloužila taktéž jako učební pomůcka pro odborné školy.

Listy jsou uloženy v kartónové obálce, ke které je přiložen 71 stránkový sešit s doprovodným textem. Text je v jazyce německém a tabulky mají popis zlatým slepotiskem. Rozměry vložených tabulek mají 160x233 mm. Vzorčky mikrodých jsou osazeny do černého kartónu taktéž se zlatým slepotiskem.

Titulní strana je vytisknutá knihtiskem a doplněna o dvě vlastnická razítka – jedno patří Josefu Popperovi a druhé (fialové) pak Hyneku Štětkoví, lesníkovi a zástupci české myslivosti a lesnictví.

Oba vzorkovníky jsou takřka obsahově podobné. Obsahují 40 druhů dřevin a náhledy dých všemi třemi řezy (příčný, radiální a tečný). [1]



Obr. 11. Burkatova zbirka dřev – list vzorníku a titulní strana

3.4 Icones Lignorum

Mezi zajímavé a netradiční vzorníky pro dnešní dobu je vzorník Icones Lignorum. Toto dílo je výjimečné převážně tím, z kterého roku je a jakou technikou jsou vzorky zpracovány. Jedná se o dílo, které obsahuje 36 tabulí kolorovaných mědirytů zobrazujících různé struktury dřeva. Skládá se ze tří sešitů pocházejících z let 1773, 1774 a 1775, které

vyšly v Norimberku. Tabule jsou doplněné latinsko-německým popisem v abecedním seznamu dřev.

Rozměr papíru v knize je 222x293 mm. Je svázaná v polokožené vazbě s červeným štítkem s nápisem *ICONE LIGNORUM* a zeleným štítkem *Missu I II III*. Olejový papír s červeno-žluto-šedým a zeleným ornamentem tvarovaným hřebenem tvoří předsádku. Na první prázdné straně je mědirytové exlibris s nápisem *Ex Libr. Chro. Theopt Christoff. Ulmé*. Za ní pokračuje titulní list a 32 číslovaných stran s 3 titulními listy. Dále pak pokračuje Tabule I až XXXVI. Vydavatelem byl Johann Michael Seligmann v Norimberku.

Díla jsou precizně vytištěná a věrně kopírují povrch a barvu dřeva. Vzorník v té době sloužil hlavně nábytkářským firmám. Byl to konec 18. století, kdy dýhování dosáhlo svého vrcholu. Taktéž to bylo období, kdy vzkvétaly zámořské cesty a dovoz široké škály exotických dřevin. Pokud by měl někdo zájem o zhlédnutí, tak je součástí knihovny Ing. V. Jandáčka. [1]



Obr. 12. Exlibris s titulní stranou



Obr. 13. Strana z Icones Lignorum

4 TECHNIKA ZPRACOVÁNÍ DŘEVA PRO INSPIRACI V GRAFICKÉM DESIGNU

4.1 Rozdělení masív a dýha

4.1.1 Masív

Masív – přesněji masivní dřevo – je „živý“ materiál. Nasává a znovu uvolňuje vlhkost, přičemž může nabobtnávat, smršťovat se, trhat a prodlužovat se. Získává se rozřezáním kmene stromu na desky, fošny, hranoly a latě. [4]

Masív je materiál, který má díky svým vlastnostem mnohostranné využití. Ať už ve formě lepené (tzv. spárovka), vrstvené (tzv. biodeska) nebo srostlé. S ohledem na kvalitu a druh výchozí suroviny je použitelný prakticky všude, jak na průmyslové využití, tak i jako materiál na umělecké zpracování.

4.1.2 Dýha

Dýha je tenký pásek dřeva zpravidla vysoké kvality. Používá se pro polepování nábytkových dílců, podlah, dveří, obkladových panelů, při výrobě překližek atd. Dýhy se vyrábějí v tloušťce 0,2 až 3 milimetrů.

Dýhy se vyrábějí různým způsobem v závislosti od toho, jakou kvalitu a kresbu dřeva potřebujeme. Jedním z nejstarších způsobů výroby je řezání dýh. Dřevo se řeže rámovou nebo pásovou pilou. Vznikají tak kvalitní dýhy v tloušťkách 2–4 mm. Tímto způsobem lze vyrábět dýhy i z velmi tvrdého dřeva, nebo ze dřeva s jinými vlastnostmi nevhodnými pro loupání či krájení. Nevýhodou této metody je až 50% odpad ve formě pilin.

Dalším ze způsobů loupání dýhy funguje tak, že na speciální loupací stroj je upnut špalek, který se předem zahřeje a zvlhčí horkou párou. Ve stroji se špalek otáčí proti posouvajícímu se noži. Nůž se posunuje ke středu posuvnou rychlostí odpovídající tloušťce dýhy. Tím vzniká dlouhý pás, který se pak stříhá na rozměry překližky. Výřez může být upnut centricky nebo excentricky. Excentricky upnuté výřezy vyrábějí listy se zajímavou a pěknou texturou.

Dalším využívaným způsobem je krájení dýhy. Dýha se vyrábí okrajováním jednotlivých listů z hranolů, podvalů nebo jinak nařezaných dílů. Takto se vyrábějí okrasné svrchní dýhy. Vznikají jednotlivé listy, na kterých se opakuje kresba. [28]

4.2 Techniky úpravy dřeva

4.2.1 Lakování

Lakováním se rozumí vytvoření ochranného nátěru, který chrání dřevo před poškozením vlivem větru a změn počasí. Dnes se používají především lazurovací laky, které se vyznačují schopností chránit dřevo před UV zářením. Princip lazurovacích laků na dřevo vychází z tradiční ochrany dřeva napouštěním pigmentovými rostlinnými oleji. Jako pojivo pigmentu se používají syntetické nebo vodou ředitelné látky. Je třeba dávat pozor, jaký druh laku se použije, jestli je určen do interiéru nebo pro venkovní prostředí. Můžeme se setkat s laky čistě transparentními nebo obsahujícími určitý druh pigmentu. Laky lze také rozdělit na matné, pololesklé a lesklé, které můžou ještě zvýraznit nebo potlačit kresbu dřeva.

Před nanášením laku musí být dřevo jemně obroušené, zbavené nečistot, mastnoty a prachu. Nátěr může být rovnoměrně nanesen buď stříkací pistolí u větších ploch, nebo štětcem. Pro syntetické laky s obsahem ředidla se používají štětce s přírodními štětinami a u laku na vodní bázi zase štětce s umělými štětinami. [15]

4.2.2 Broušení

Jedná se o techniku, která vyhlazuje, vyrovnává povrch dřeva a zbavuje ho nerovností. Broušení dřeva může být mechanické nebo ruční. U větších ploch se sahá po mechanických ručních bruskách, kterými se dřevo brousí krouživým pohybem po celé ploše. U menších a nerovných ploch se volí smirkový papír.

Nejpoužívanější jsou dva druhy brusek – vibrační a pásové, které využívají k broušení brusný papír. Pro rychlé vyrovnání povrchu a u povrchů, kde moc nezáleží na kvalitě, se používá brusný papír s hrubším zrnem. Pro dosažení hladšího povrchu se pak volí brusné papíry s jemnějším zrnem.

U ručního broušení si musíme dávat pozor. Pokud nepoužíváme pevné předměty, na kterých je brusný papír přichycený a používáme jen plochu ruky, tak nedokážeme

vybrousit rovnoměrnou hladkou plochu. Tato technika je spíš vhodná na kopírování složitých povrchů. Tady platí stejné pravidlo jako u mechanického broušení, kdy je potřeba postupovat od nejdrsnějších po nejhladší brusné papíry pro dosažení co nejhladšího povrchu. U nalakovaného povrchu dřeva může být pro dosažení co nejhladšího a lesklého povrchu postup lakování a následného jemného broušení několikrát zopakovaný. [22]

4.2.3 Vyřezávání, frézování, tvarování

Vyřezávání může být prováděno vícero technikami, buď ručně, nebo mechanicky strojově. V minulosti převládaly dvě ruční techniky – dřevořez a dřevoryt. Při dřevořezu se vyřezává žlábek ve tvaru „V“ ostrým nožem speciálně určeným pro dřevořez. Tiskne se na vyhlazenou dřevěnou desku (štoček), který je řezaný podél kmene stromu. Proto u výtisku je často vidět přitisknutou nejen grafiku, ale i kresbu dřeva.

Dřevoryt neboli xylografie, je grafická technika, kde oproti dřevořezu je matrice nařezaná napříč. To umožňuje kvalitnější modelaci a stínování obrazu. Dlouhou dobu patřila tato technika mezi reprodukcí. U dřevorytu se používají speciální rydla, které jsou ze zakalené ocele. Dnes tyhle zastaralé techniky nachází uplatnění jen u volné grafiky.

Pro úpravu tvaru dřeva se používají různé druhy hoblíků pro rovné a mírně zaoblené plochy, nebo dlátka, kterými se odrývá určitá masa dřeva a tím dostává tvar podle umělcových představ.

V dnešní době se v grafickém designu propojeném s architekturou a průmyslovým designem potkáme s různými druhy elektrických frézek, které nám vyfrézují v rychlém čase přesný tvar. Můžete se potkat s ručními frézky, kde rotující fréza vyřezává a kopíruje tvar přesně podle svého zaoblení. Je vhodná na podélné frézování rovných pruhů nebo na různé zaoblení hran.

Pro přesnější tvarování se používá CNC fréza, kde je kus dřeva pevně umístěný. Podle 3D modelu fréza postupně tvaruje dřevo vrstvu po vrstvě do určitého tvaru. Výhodou je přesné vytvoření tvaru podle modelu navrženého v 3D programu. Nevýhodou u 3D CNC frézky je to, že dokáže frézovat jen kolmo směrem dolů a pohybovat se ze strany na stranu. To znamená, že dokáže frézovat pouze pozitivní tvary. Kdežto 5D CNC fréza dokáže rameno s frézou dát do horizontální polohy a pak frézovat i dovnitř objektu, čímž vytváří negativní tvary.

4.2.4 Lepení

Pokud chceme lepit dřevo, musíme brát na vědomí, jestli se jedná o masív nebo dýhu. Dále zda bude v interiéru, nebo v exteriéru, kde bude podléhat venkovním vlivům. Platí pravidlo, že čím větší plochy jsou lepené na sebe, tím lépe drží. Dřevo by mělo být před lepením vybroušené do čisté plochy, zbavené prachu, mastnoty a bez jiné povrchové úpravy (lakování, barevný nátěr). U masívu se často využívají různé druhy spojů, přičemž lepení jenom dopomáhá k zpevnění a k lepšímu udržení. U dýhového dřeva se převážně lepí velké plochy na sebe. „*Nejčastěji používaným lepidlem bude určitě český zázrak Herkules*“. [23] Jedná se o lepidlo na vodní bázi, kdy si vodou můžeme lepidlo ředit. Doba schnutí bývá kolem jedné hodiny. Herkules je ve venkovním prostředí celkem nepraktický, proto se hodí jenom do interiéru, kde jsou stálé podmínky. Lepidlo se nanáší na obě lepené plochy a přibližně dvě minuty se nechá zaschnout, až pak se k sobě plochy přiloží a zatíží stahovací gumou, svorkami, nebo něčím co máme po ruce. Výhodou vodou ředitelného lepidla je, že schne postupně a v prvních minutách se dá ještě s dýhou pracovat nebo jí posouvat. Pro úplné zaschnutí je ideální doba 8 hodin.

Pro lepení dřeva určeného pro exteriéry existují speciální lepidla, která odolávají povětrnostním podmínkám a tepelným výkyvům.

4.2.5 Ohýbání

Ohýbání dřeva ve větších formátech se nedá dělat v domácích podmínkách. Je to složitý proces, při kterém musí být dřevo dobře vyzrálé a vysušené na rovnovážnou vlhkost, proto se plastifikuje důkladným napařením a poté se ohýbá přes formy. Takovým způsobem se mohou ohýbat celé kusy dřeva (židle Tonet), nebo na sebe nalepené dýhy, které ještě nestihly zaschnout a až následně zaschnou v potřebné formě (např. skateboardy). V grafickém designu se potkáme spíše s produktem, na který je až následně aplikované grafické vyjádření. [6]

4.2.6 Vypalování / laserování

Vypalování neboli laserování budí v poslední době velký zájem v grafickém designu. Jedná se o techniku, kde se část povrchu dřeva pálí a mění na uhl. Tím dřevo ztrácí svoje trvalé vlastnosti a mění barvu na takřka černý odstín. Můžete se potkat se třemi druhy vypalování dřeva. První je vypalovací raznice, druhý se aplikuje pomocí vypalování

laserem nebo pájkou a třetí druh se realizuje prostřednictvím opalování povrchu dřeva. U použití laseru se může taktéž jednat i o vyřezávání do určité hloubky.

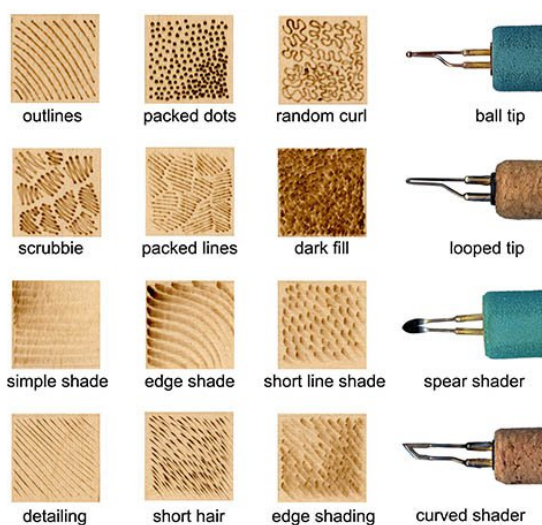
4.2.6.1 Vypalování laserem nebo pájkou

Vypalování do dřeva pomocí laseru je v grafickém designu často vyhledávanou technikou v případě, že je potřeba vytvořit stálou kresbu do dřevěného povrchu. Výhodou této techniky je, že svojí intenzitou se vypaluje do různé hloubky dřeva a tím dokáže vytvořit hned několik barevných odstínů. Takto se dají vytvořit celkem reálné monochromní obrázky. Zároveň velkou nevýhodou této techniky je, že je zapotřebí odborníka pro nastavení provozu a plocha pro grafiku musí být rovná, pokud není použita vypalovačka s trojdimenzionálním ramenem. Výhodou oproti vypalovací pistoli je přesné překreslení grafiky.

Vypalovací pistole je levný a dostupný nástroj pro vypalování kresby do dřeva. Přístroj je určen do jedné ruky pro snadné zacházení. Často se můžete potkat s pojmem, že se jedná o „pájkou“. Zařízení funguje jinak než laser. Nažhavený mosazný hrot na konci pistole se musí přiložit na povrch dřeva. Pistole jsou elektrickým proudem nahřívány do takové teploty, kdy jsou schopné do dřeva vypalovat potřebný tvar. Hroty mají různou tloušťku, tvar a jsou lehce vyměnitelné. Výhodou pistole je dostupná cena. Může si ji dovolit téměř každý, kdo má chuť se výtvarně vyjádřit do dřeva. Jako problém se může jevit potřeba věnovat určitý čas a dávku trpělivosti, než se dostaví výsledek dle našich představ. Velkou výhodou je, že přesně kopíruje rukopis autora a dá se vypalovat do dřeva různých tvarů (není závislé na rovné ploše).



Obr. 14. Vypalovací pájka



LStrish.com & ArtDesignsStudio.com
 Copyright, L S Irish, 1997-2013
 © All Rights Reserved, 1997-2013

Obr. 15. Styly kreseb vypalování pomocí pájky

4.2.6.2 Vypalovací raznice

Jedná se o předem vytvořenou kovovou formu raznice nebo takzvané pečetě, která je přímo nebo nepřímě nahřívána a pak následně přiložená na rovnou plochu dřeva. Po krátkém přiložení části nažhaveného kovu vypálí kresbu do dřeva podle tvaru pečetě. Daná technika je jako stvořená pro branding, ve které chce firma vynikat a potřebuje aplikovat

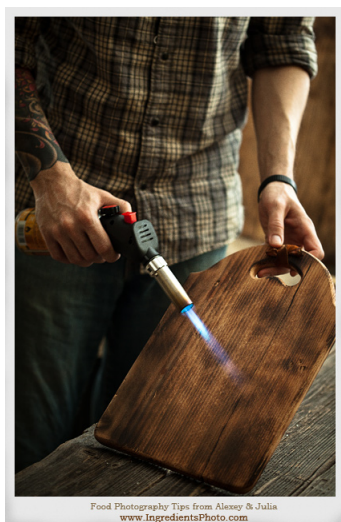
svoje logo nebo část identity na dřevěnou plochu. Dnešní vypalovací raznice už mají v sobě zakombinovaný malý nahřívací systém na bázi plynové náplně, čímž je pak snadná manipulace a netřeba na to odborníka.



Obr. 16. Vypalovací raznice

4.2.6.3 Opalování

Opalování dřeva je obvyčejný dlouho používaný způsob modifikace dřeva, při němž se používá benzinová lampa nebo propanbutanový hořák se seříznutým plochým plamenem. Ve směru vláken se rovnoměrně hloubkově nebo povrchově dřevo opálí do černohněda. Po zchladnutí se povrch dřeva jemně přebrousí brusným papírem a opráší. Při hloubkovém opálení vznikne pozitivní obraz textury, při povrchovém opálení je výsledkem negativní obraz textury. Pro zachování povrchu se dokončuje lakovanou úpravou. [10]



Obr. 17. Opalování hořákem



Obr. 18. Vzorník obroušení ohořelého dřeva

5 TYPOGRAFIE VYJÁDŘENÁ ZA PODPORY DŘEVA

Typografie je samostatný a z mého hlediska nejdůležitější obor v grafickém designu, který by měl ovládat každý grafický designér. Je to disciplína, která se zabývá písmem a jeho správným výběrem, aplikováním a sazbu. Dělí se na dvě základní odvětví, na mikrotypografii a makrotypografii. Makrotypografie, jinak nazývaná v českém jazyce jako „grafická úprava“, se zaměřuje převážně na správné umístění písma na stránku, sazbu a proporce textu v knihách, ať už v publikacích, nebo v propojení textu s ilustrací. Mikroprostředí se zabývá uměleckou tvorbou písma, plakáty, různými typografickými instalacemi, nebo jinou formou sebevyjádření. Slovo patří mezi nejsilnější vyjádření myšlenky, a proto správné typografické vyjádření může význam slova ještě více zdůraznit.

Dřevo a typografie šly vždy ruku v ruce. Ať už to bylo u tvorby klínového písma, čínské typografie, japonského dřevorytu nebo vynalezení knihtisku, kde lisy byly převážně ze dřeva nebo někdy i z písmové kuželky. Dřevo často figurovalo i jako podkladový materiál na cedule k obchodům nebo jako 3D typografický objekt. Díky svým vlastnostem, barvě, historickému původu, originalitě je dřevo pořád v grafickém designu a hlavně typografii vyhledávané. Mnohdy za to může i jeho cenová dostupnost a ne příliš náročné technické zpracování.

V této kapitole představím několik názorných příkladů, kde je typografie vyjádřena za podpory dřeva. Ať už případy, kde typografie bude hrát hlavní roli a dřevo bude jako prezentační médium, nebo opačně. Pozornost zaměřím i na několik osobností z grafického průmyslu a volného umění, kde se budu snažit objasnit, co je vedlo k propojení typografie a dřeva. Ať už se jedná o konceptuální typografii, typografii v interiéru a v produktu, nebo využití v grafickém prostředí.

5.1 Konceptuální typografie

5.1.1 Stefan Sagmeister

Stefan Sagmeister se řadí mezi nejvlivnější a nejznámější současné grafické designéry. Pochází z Rakouska. Narodil se v roce 1962, ve městě Bregenz. Vystudoval grafický design na „University of Applied Arts Vienna“ (Univerzita Uměleckoprůmyslová ve

Vídni). V dnešní době sídlí v New Yorku a společně s Jessicou Walsh vlastní studio Sagmeister&Walsh.

Sagmeister tvrdí, že ve svém životě se doposud naučil jen asi 20 věcí. Své osobní postoje publikoval po celém světě. Nebylo by na tom nic neobvyklého, kdyby si pro daný projekt nezvolil místa obvykle vyhrazené pro reklamu a propagaci jako jsou projekční plochy, billboardy, světelné reklamy, přebaly výročních zpráv, módní brožury nebo reklamy v časopisech.

Když se toto všechno vezme, tak z toho můžou vzniknout celkem zajímavé myšlenky. Výsledkem je kniha "Thinks I have learned in my life so far". Kniha vyšla v roce 2008 ve vydavatelství Abrams. V dané knize se nachází projekt, kde Stefan pro vyjádření svého sdělení sáhnul po dřevě. Projekt se jmenuje: „Keeping a diary supports personal development“. [16]

5.1.1.1 Keeping a diary supports personal development

Sagmeister si od 12 let psal deník. V letech 2000, když měl víc času, se dostal zpátky k intenzivnějšímu psaní. Za tak dlouhou dobu si svůj rukopis zhoršil natolik, že nedokázal ani sám po sobě přečíst klikyháky a raději přešel k psaní na notebooku. Sám uvádí, že se vracel znovu a znovu k starším pasážím, aby viděl, jaké zrovna tehdy měl myšlenky. To ho vedlo pořád k objevování nových věcí. Část svého deníku poslal ve formě brožury svým známým, která byla sponzorovaná a vydaná papírenskou firmou Appleton.

Sagmeistrův dlouholetý přítel Richard Johnson ze Singapuru mu nabídl letenku a určitý rozpočet pro zrealizování projektu. Přesné médium nebylo určené. Stefan si sám mohl vybrat, jestli to bude design knihy, novin nebo krátký film.

Když Sagmeister v 90. letech žil v Hong Kongu, byl fascinován zdejšími bambusovými lešením a inspirovalo ho pro vytvoření typografického projektu. Po předložení skic a vize o prostoru se ukázalo, že Singapur jako lokalita není vhodné místo pro realizaci. Po rychlém průzkumném výletu s producentem Joanna Lee byla ideální lokalita „Tang Dynasty Village“, neúspěšný zábavný park, který už desítky let chátral a byl prorostlý množstvím vegetace. Naprosto ideální prostředí pro natáčení video spotu „Keeping a diary supports personal development“, čímž chtěl vyjádřit, že bychom si měli zavést vlastní deník pro osobní rozvoj.

Jak už jsem zmínil, tak pro vytvoření typografie použil bambusové pruty. Bambus je dřevnatá tráva, která může v některých případech vyrůst až do výšky 40 metrů a za 24 hodin je roste až o 100 cm své délky. Kmen dřeviny je enormně hutný a pevný a díky dutému vnitřku i lehký. Proto je ideálním stavebním materiálem nebo, v případě Segmeistera, i pro tvorbu 3D typografickým písmen.

Každé slovo se prezentuje samostatně chronologicky za sebou podle věty. Forma prezentace je různá, ať už ho někdo tahá za sebou, nebo pluje na voru po vodě a vychází od zatemnělého mostu nebo ho nechá shořet. V krásné pusté a zanedbané ulici, má všechny slova umístěné na střed popořadě pod sebou, které pak vygeneruje do digitální polohy, a tím končí celé video.

Propojení místního dřeva, techniky zpracování podobnému stavění lešení a překrásného prostředí místní architektury vytváří harmonické čisté a kvalitní typografické vyjádření. [8]



Obr. 20. Záběr ze spotu *Keeping a diary supports personal development*



Obr. 21 Záběr ze spotu *Keeping a diary supports personal development*

5.1.2 Dušan Zahoranský

Dušan Zahoranský je jeden z neznámějších českých umělců a učitelů, který má kořeny na Slovensku. Je známý především svou autorskou volnou tvorbou. V 90. letech studoval na Vysoké škole výtvarného umění v Bratislavě a často spolupracoval i s umělci z Košic. V letech 2004–2009 učil v Ústavu designu a umění v Plzni, kde vedl katedru multimediálního designu. Několik let působil také jako kurátor v galerii Meetfactory. Věnuje se hlavně multimediálním 3D instalacím a často i prostorové typografií. Pro svou tvorbu používá různorodé materiály, mezi kterými se objevuje i dřevo. Typografie spjatá se dřevem je použita u dvou jeho projektů – „Manifest“ a „Here and Now II“.

5.1.2.1 Manifest

Jednalo se o instalaci pro Galerii Praha dne 21. 5. 2012, kde 24 hodin před otevřením galerie přečetla manifest performerka Johana Švarcová. Tahle neveřejná performance byla jedinou prezentací textu. Následně byl jediný originál manifestu zničen. Jediné, co po manifestu zůstalo, byly opřené kusy dřevěných desek o zeď, na kterých byl vyřezán text „manifest“. Dušan Zahoranský aplikoval pro pavilón prostorovou instalaci, která byla tvořena z banálních 2 metrů latí. Vymyslel, že by měli být paradoxně volně opřené o zeď a v nich by měl být optický průřez, aby vyvolal pocit padání. Sám přiznal, že tento záměr

bylo naivně vytvořené kouzlo. K této vizi ho vedlo propojení materiálu s teoretickým uvažováním o manifestu, kterému se v tom čase ve velké míře věnoval a studoval ho.

Instalace je vytvořena z různých druhů dřevěných desek, které jsou buď z masívu, nebo z dřevotřísky. Jsou převážně bez povrchové úpravy, až na jednu/dvě, které jsou buď lakované, nebo dýhované. Mezerami mezi latěmi a výřezy v nich vytváří efekt písma, který je příliš na sebe nalepen a pro někoho může být dost nečitelný.

Typografický objekt vypadá neotřele. Až po pořádném zhlédnutí se divák zarazí, že dřevěné latě nejsou jeden kus dřeva, ale že písmena jsou vyřezané tak, že dělí dřevo na dva kusy. Umělec musel proto vytvořit specifický úchytný systém, který bude držet dolní a horní část dřevěných latí samostatně a bude vytvářet efekt volného opření o zeď. [25]



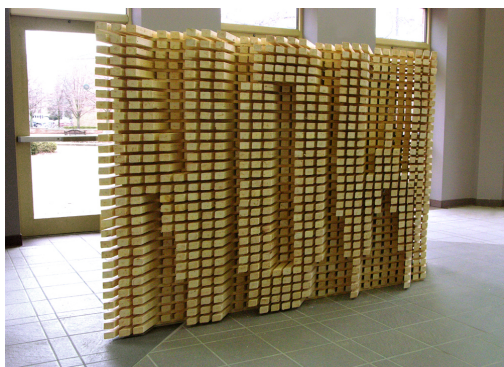
Obr. 22. Manifest

5.1.2.2 Here and Now II

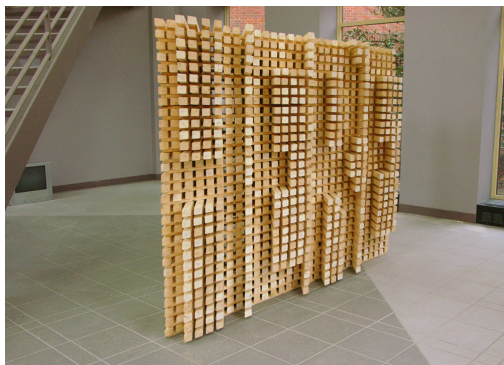
K dalším pracím Dušana Záhoranského z roku 2009 se řadí série typografických objektů, které byly vytvořené jako parafráze na grafity. Jeden z objektů „Here and Now II“ byl zhotoven čistě ze dřeva. Jedná se o technicky náročnou a komplikovanou konstrukci, která je tvořena z 900 dřevěných hranolů uložených do pravidelného grid systému 30x30 kusů. Hranoly se čtvercovým profilem jsou v mírném vodorovném náklonu pečlivě naskládány vedle sebe a na sebe v různých délkách. Rozložení hranolů využívá pravidelný

čtvercový grid systém, který dovolil snadnou tvorbu písma. Něco podobného se využívalo u tvorby prvního digitálního písma pro bitmapové rozhraní, kde každý pixel tvořil jeden barevný bod, tady namísto bodu je hranol. 3D instalace má vždy obrovskou výhodu, že je možné z každého úhlu vnímat objekt jinak, a proto třeba bylo možné u tohoto projektu vytvořit na jedné straně jedno slovo a na druhé straně druhé slovo. Na šířku a výšku 30 bodů (hranolů) vyšly dvě slova: Now (teď) a Here (tady). Slovo „Now“ vystupuje ven z objektu, zatím co slovo „Here“ naopak vstupuje dovnitř objektu a tím pádem je invertní vůči tomu prvnímu. Objekt má na výšku i délku 180 cm a na šířku 60 cm.

Co chtěl autor říct těmito slovy přesně nevím, ale když jsem to poprvé uviděl naživo v krajské knihovně ve Zlíně, položil jsem si otázku: „Tady a teď?“ A hned jsem si i odpověděl, že tady je to správné místo pro získání nových zdrojů pro moji diplomovou práci, ale zároveň i ideální čas pro sebevzdělávání. Typografický objekt na mě zapůsobil převážně svojí velikostí a kontrastem oproti chladnému kovovému prostředí knihovny, ve kterém byl vystaven. [18]



Obr. 23. *Here nad Now II (Now)*



Obr. 24. *Here nad Now II (Here)*

5.1.3 Standart time

Standart time je jedna ze zajímavých prací, které se nevidí tak často. Autorem projektu je Mark Formanek, realizovaného v koprodukcí s Bigfish GmbH v Berlíně.

Jednalo se o performance, kde byly vytvořené hodiny pomocí dřeva. Bylo to představení, které trvalo přesně 24 hodin, při němž se vystříдалo 70 pracovníků. Ti během 24 hodin každou minutu přetvářeli dřevěné „digitální“ hodiny. Rozměr hodin nebyl nijak malý, měl 4 m na výšku a 12 m na délku. Pracovníci museli během každé minuty stihnout přemístit, přidat nebo odebrat dřevěné desky, a tak změnit aktuální čas. Za 24 hodin udělali na hodinách 1611 úkonů. Toto vše bylo zaznamenáváno na video, které pak bylo vygenerované do webové podoby a při návštěvě webu www.standart-time.com může návštěvník dané video v jeho aktuálním čase pozorovat. Jak sám autor zmiňuje, nejedná se jen o hodiny a film, ale jedná se o nahrávání něčeho, co bylo vytvořené v minulosti, ale dá se využít v nynější okamžik a kdykoliv v budoucnu. Divák při pohledu na místní čas nevidí jen čas, ale také pozoruje lidi, jak staví konstrukci hodin. Jsou to lidé, kteří mají smysl pro povinnost, ztrácí čas u zdánlivě zbytečné činnosti a plní jen jednu důležitou funkci: zobrazují čas. To může vést k zamyšlení, jestli se svým časem zacházíme efektivně.

“The spectator looking at Standard Time does not only see the time, but also people constructing it. People who, with a stoic sense of duty, are wasting time on an apparently useless activity that fulfills only one function: to display time.” (Mark Formanek) [27]

Poutavé je i prostředí, ve kterém jsou hodiny instalovány. Projekt byl realizován na volném prostranství na okraji Berlína a podle pozadí se dá usoudit, že je kousek od sídliště. Díky tomu, že jsou hodiny nainstalované ve venkovním prostředí, kromě sledování hodin se dá také pozorovat plynulé vystřídání dne a noci.

Dřevěná konstrukce musela být vytvořené k snadné manipulaci tak, aby byla v co nejkratším čase rychle rozmontovatelná a zmontovatelná do jiné podoby. Proto byly použité jen tenké dřevěné desky z masívu, které nebyly těžké, aby je uzvednul bez problému jeden člověk. Dřevo muselo být lehké i z důvodu toho, že často bylo spojené jen na jednom rohu a muselo držet váhu dalších desek nad sebou, třeba u číslic 2 a 5. Spoje byly tvořené kovovými šrouby a svorkami. U tohoto projektu se jednalo spíš o koncept a vizuální čistota šla stranou. Proto dřevěné desky nejsou nijak opracované, natřené barvou nebo instalované v horizontálních a vertikálních přesných osách. Dřevěné hodiny si zachovávají svůj originální původní vzhled a vlastnosti. [27]



Obr. 25. Standart time (15.50 hod.)



Obr. 26. Standart time (půlnoc)

5.1.4 Todd St. John – Typo kostka

Todd St. John pracuje jako designer a umělec na volné noze v New Yorku. Narodil se na Havaji. Věnuje se více uměleckým směrům, včetně malování, nábytkovému designu

a animaci. Je zakladatelem grafického a animátorského studia HunterGatherer. Jeho nejoblíbenějším materiál pro práci je dřevo a skoro ve všech jeho projektech ho aplikuje. Také u jeho maleb je cítit dřevo, i když tam fyzicky není.

5.1.4.1 Word box 2

Mně osobně nejvíc zaujala jeho dřevěná typografická kostka. Jedná se o dutý objekt, který je složený z 6 typografických stěn. Každá stěna je tvořená z vyřezaného tvaru písma přibližně z 1 cm hrubého masívu nebo překližky. Povrch dřeva je přebroušený a možná natřený ochranným průsvitným lakem. Divák si potřebuje prohlédnout celý objekt ze všech stran, aby byl schopen přečíst obsah, protože některé písmena přelézají přes roh na druhou stěnu.

St. John mezi lety 2002 a 2008 vytvořil sérii těchto objektů, některé převedl do 2D podoby na plátno. [3]



Obr. 27. Word box 2

5.2 Typografie součástí interiéru a produktu

5.2.1 Produkt nebo typografie

Designer Eric Ku se inspiroval dílem „Jeden a tři židle“ od současného amerického umělce Josepha Kosuthe a vytvořil židli, která je složená z liter. Název díla je

„Chair/chair“. Ve svém díle narážel na koncepční příklad plochého balení designu nábytku, ve kterém jsou kusy dřeva ve tvaru písmena "C", "H", "A", "I" a "R" sestaveny.

Písmena jsou vytvořené pravděpodobně z překližky a jsou strojově vyřezané do správného tvaru. Povrch je buď natřený bílou barvou, nebo potažen bílou fólií určenou na dřevo. To samé se týká hran, které jsou pro změnu černé. Písmena jsou dobře čitelná, i když jejich tvar musel být přizpůsoben účelností a tvaru židle. [17]



Obr. 28. Chair/chair (rozložené)



Obr. 29. Chair/chair (složené)

5.2.2 Typografické sloupy v knihovně Crawley

Knihovna ve městě Crawley od architektů Penoyre a Prasarda by nebyla ničím výjimečná, kdyby ve svém interiéru neměla „les“. Přesněji se jedná o 14 popraskaných dubových kmenů stromů, které jsou umístěné různě po celé budově. Dřevěné kmeny sahají od podlahy až po strop a na první pohled působí jako oporné pilíře. Všechny kmeny jsou typografické skulptury, které navrhl a vytvořil známý typografický umělec Gordon Young ve spolupráci s Annou Sandberg. Anna vedla workshop, kde se ptala členů knihovny na jejich nejoblíbenější knihy, místa a vzpomínky. Z nasbíraných informací vygenerovala obsah textu, který pak Gordon pískovanou technikou vyryl do celého obvodu dubových pilířů. Každý ze čtrnácti masivních dubových sloupů odráží různé předměty od gotických po romantické, jež jsou umístěné na různých místech v knihovně. Typografie vychází hlavně z fontů, které byly nejčastěji používané v knižní grafice. Dále jsou to například titulkové fonty nebo fonty používané v sazbě. Směr psaní textu není na všech stromech jednotný. Na některých sloupech je text „psaný“ vertikálně, čtený ze spodu nahoru nebo horizontálně. Faktorem směru bylo asi to, jestli se jednalo o krátké slovní spojení nebo delší souvislé věty. [19]



Obr. 30. Sloupy v knihovně Crawley



Obr. 31. Sloupy v knihovně Crawley (detail)

5.2.3 Nike Brand Wall

Firma Nike patří mezi největší společnosti produkující sportovní potřeby. V roce 2014 se dohodly na spolupráci designerské a architektonické studio „Fieldwork“ a Nike Workplace brand design a chtěli společně vytvořit trojrozměrné architektonické prvky, které teď zdobí stěny vstupních hal společnosti Nike. Hlavním účelem bylo navrhnout grafiku a zpracování, tak aby prezentovalo hlavního ducha společnosti. Stěny byly navrženy tak, aby byly přizpůsobitelné jakémukoliv měřítku v závislosti na specifikaci místa.

Studio použilo zachráněné dřevěné parkety z tělocvičen, což je přidaná hodnota, protože tělocvičny jsou určeny pro sport a sport je činnost, kterou se snaží společnost Nike posouvat dál. Výhodou parket je, že se mohou na sebe ukládat a dobře drží pohromadě. Parkety se pokládají k sobě hranami, které mají speciální drážky, to znamená, že se nemusí k sobě lepit. U instalace pro Nike studio zvolilo trochu opačný přístup. Parkety jsou pokládány kolmo v malých rozestupech vedle sebe. Parkety jsou nainstalované buď přímo na zeď, nebo na podpůrnou konstrukci pomocí lepení nebo šroubování. Povrch parket je vždy lakován kvůli extrémní námaze a často se volí lesklý povrch.

Studio zvolilo pro prezentaci dva nezákladnější prvky značky Nike, a to jejich piktogram „fajky“, typ „Nike“ nebo obě společně. Tyhle motivy se snažili decentně vsadit do instalované plochy. Aby nenarušili jednotnost povrchu, ale zároveň zvýraznili symbol, zvolili tažení parket dvěma směry, kolmo a horizontálně, při čemž parkety vlivem světla v různých směrech působí tmavěji nebo světleji. Třeba proto výřez Nike, ale i jiné symboly, jsou vždy tahané horizontálně a pozadí kolmo na to, čímž vytváří dobrý kontrast pro čitelnost. Stěna působí decentně, čistě a příjemně doplňuje vizuální podobu prostoru. [11]



Obr. 32. Nike Brand Wall

5.2.4 Typografické informační systémy

Informační systém v grafickém designu mají dlouhou historii a své místo v oboru. Skoro vždy se jedná o spolupráci grafického designéra/studia s architektem, kteří společnými silami vytvoří navigační systém v určitém prostoru. Hlavní úlohou u grafického designéra je správně zvolit font a vhodně ho aplikovat. Navigační systémy nejsou jenom o typografii, ale i o piktogramech, které musí být jednoduché a snadno pochopitelné. U projektů, které vám přiblížím, se objevuje čistě typografický informační systém propojený se dřevem.

5.2.5 Informační systém knihovny Surry Hilly

Architektoničtí designéři Andrew van der Westhuyzen & Clemens Habicht vytvořili interiér knihovny Surry Hill Library & Community centre v Sydney. Část interiéru se skládá ze zdi vytvořené z dřevěných bloků uložených pravidelně vedle sebe a na sebe po celé ploše zdi. Dřevěné bloky jsou v různých velikostech rozdělené podle grid mřížky. Povrchově jsou v rovině, jenom tam, kde je navigační systém jsou mírně vystouplé do prostoru. [9]

Každá informace, která odkazuje směr navigace, je vyjádřena jenom textem, v případě toalet a výtahu i drobným piktogramem za textem a navigační šipkou na konci bloku. To celé je aplikované na dřevěný blok, kde podle vzdálenosti od daného místa vyčnívá jedna jeho hrana víc nebo méně do prostoru. Například pokud jsou záchody blíže než výtah, tak blok záchodu vystupuje do prostoru více než blok výtahu. Směr vyčnívajících hran bloku taky vychází ze směru požadovaného místa. Pokud je něco směrem napravo, tak vyčnívá do prostoru levá strana boxu a u směru doleva je to opačně. Bloky jsou vysunuté jen ve vodorovné poloze. Typografie a všechny grafické prvky jsou do dřeva strojově vyřezané do hloubky masívu. V budově se nachází tři různé barevné zdi, které mají různé povrchové úpravy. Jedna s nich je přírodní, druhá jenom lakovaná nebo natřená na bílo u viditelné plochy. Ten samý prvek je použit i u černé kamenné zdi.

Navigační systém knihovny nijak radikálně nezasahuje do prostoru a nenarušuje čistotu a decentnost interiéru. Dřevěné bloky připomínají navigační systém šipek, jaký známe ve městě, kde kolem své osy určuje přesný směr. Tady je ta osa minimální, ale přesto účinná.



Obr. 33. Informační boxy

5.2.6 Navigační systém výstavy Play Van Abbe

28. října 2009 ve Van Abbemuseum (Eindhoven) byla otevřená na 18 měsíců hlavní výstava s názvem „Play Van Abbe“. Nabitý program prezentoval sbírku musea a pokryl většinu výstavní plochy. [9]

Pro navigaci v prostou a popisky byla zvolená netradiční instalace. Jednalo se o čtvercové dřevěné překližky, které měly na každé straně vyřezanou rýhu. Proto se mohli čtverce do sebe kolmě zasunovat a bez pomoci lepení držet pohromadě. Tvar překližek byl pomocí CNC vyřezán a povrch přebroušen bez žádných jiných povrchových úprav. Informační text byl nanesen UV tiskem v černé barvě. Typografie je bezpatková a důrazně velká, tak aby se dala číst i z delší vzdálenosti. Svoji variabilitou a členitostí byly vhodné pro umístění ve vyčnívajících rozích zdí. Proto tabule bylo snadné zaznamenat na začátku místnosti, ale i na jejím konci a informovala, co čeká při vstupu do další místnosti.

Design dřevěných desek s výraznou typografií byl příliš kontrastní a výrazný vůči čistému a prostornému prostředí. Možností složením do sebe byl lehký variabilní a přizpůsobitelný pro instalaci na rohy zdi, zábradlí u schodů, nebo jen tak vložen do prostoru.



Obr. 34. Informační systém na rohu zdi (Play Van Abbe)



Obr. 35. Informační systém volně v prostoru (Play Van Abbe)

5.3 Typografie v oblasti grafického designu

5.3.1 Titulní obálka New York Magazínu

V roce 2009 navrhlo studio HunterGatherer titulní obálku pro poslední tištěné vydání magazínu „New York“. Obálka zapůsobí čistou typografií, kde je napsané „00s“ do-

plněné titulkem „The World Did Not End“ v červeném poli. Magazín se touto graficky spravovanou titulní stranou loučil po 9 letech fungování (2000–2009).

Na první pohled zarazí na střed centrované dvě nuly „00“, které jsou postupně kolem svého obvodu pravidelně rozšiřovány a působí jako schody. V dnešní době je možné tento efekt snadno vymodelovat ve 3D programech a do správné podoby vyrendrovat. Studio HunterGatherer tuto cestu nevolí a raději volí práci se dřevem.

Celý model je složen z ručně vyřezávaných dřevěných částí. Následně vyřezané části byly natřené na bílo a pomocí připravené kostry lepené z obou stran na sebe, aby vytvořily efekt schodů, které se na vrcholu potkaly.

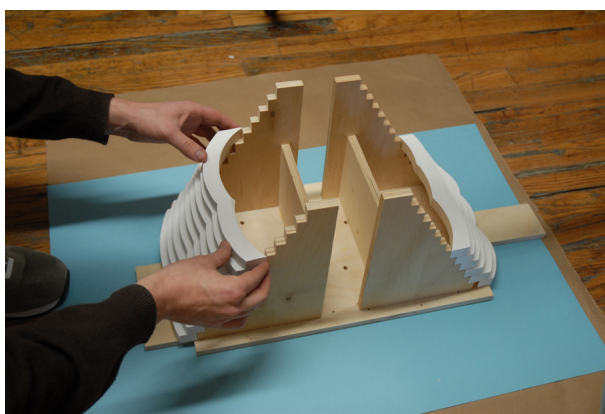
Objekt byl vyfocen a upraven Toddem St. Johnem / HunterGatherer. Design obálky vypadá prostorově, originálně a neotřele i z důvodu dobrého nasvícení při focení a drobným nedostatkům dřeva. Pocit prostoru ještě posilňuje efekt vycházejícího názvu magazínu, který působí jako by vycházel z bílých vln nebo oblaků.



Obr. 36. Titulní stránka New York Magazine, prosinec 2009



Obr. 37. Postup práce 01



Obr. 38. Postup práce 02

5.3.2 Titulní obálka *The Independent Magazine*

V roce 2009 australské studio Rinzen navrhlo úvodní grafiku obálky pro květnové vydání „*The Independent Magazine*“. Design obálky byl inspirován už podle starší práce „*limited edition*“ z roku 2008.

Jedná se o vytvarovanou židli, která z ohýbaných ploch vytváří slovní spojení „*The design issue*“. Židli navrhnul designér Steve Alexander a finální podobu vyrendroval Rune Sanns. Bohužel daná židle není reálná, ale je navrhnutá v 3D programu a v kvalitních rendrovacích softwarech vygenerovaná do takové podoby, ve které na první pohled působí reálně.

Kdyby to byl reálný produkt, tak by byl vytvořený z na sebe lepených dřív a teplem ohýbaných podle forem. Daný proces by byl natolik finančně nákladný, že bylo lepší model digitálně vytvořit. Dnešní výpočetní technika je na tak vysoké úrovni, že s tímto vý-

chodiskem se setkáváme čím dál častěji a ani si neuvědomujeme, že se nejedná o reálný design. [24]



Obr. 39. Limited edition



Obr. 40. Obálka The Independent Magazine

5.4 Vypalovaná a vyřezávaná typografie

5.4.1 Typografické dřevěné spreje

Ve spolupráci s designerem Thibaut Malet a street art umělcem Zics vznikl na první pohled poutavý projekt. Jedná se o tři dřevěné imitace sprejů na barvy s vyrytou typografií.

Použité třešňové dřevo pochází z místních zdrojů ve Francii. Tvar plechovek je ručně opracován. Při opracování se určitě použil točivý soustruh pro dokonalý oválný a pravidelný tvar. Dřevo není nijak povrchově opracováno kromě pečlivého broušení. Plechovky, když už měly finální podobu, byly odeslané do Londýna street art umělci Zics, který pro každou plechovku vytvořil samostatný typografický návrh. Pro uctění street art kultury vyryl/vypálil laserem do hloubky citace "From the wall to Wall Street", "Excuse my French" a "Some words deserve to be drawn". Každé kompozici věnoval osobitý prostor. „Excuse my French“ je napsán decentně jenom antikvou a z horní a dolní části obepíná text propracovaná mozaika listů. U dalších dvou Zics ručně nakreslil kaligrafickou podobu citace. Kaligrafický font je často spojován se street art a sprejováním. Street art je druh umění, kde se sprejuje grafika na zdi, tudíž i písmo se píše ručně. Proto kaligrafické psaní je přirozenější než strohé technicky dotáhnuté fonty.



Obr. 41. Postup práce 03

5.4.2 Vypálená typografie do vík vinných sudů

Kanadský designer a typograf Ben Johnston, který sídlí v Torontě, vytvořil v roce 2011 zajímavou typografickou sérií vík od vinných sudů. Veškeré typografické uspořádání se drželo v kruhové kompozici a jejich kresba se laserem vypálila a vyryla do hloubky. Čím byly čáry víc u sebe, tím plocha působila tmavěji a kontrastněji. Víka vinných sudů slouží jako závěsné interiérové či exteriérové doplňky.



Obr. 42. Vypalovaná typografie do vinných vík

6 DŘEVO JAKO SOUČÁST VIZUÁLNÍ IDENTITY / PROPAGACE

6.1 Vizuální identita

6.1.1 Studio HunterGatherer

HunterGatherer je designové studio, které se zabývá nejen grafickým designem, ale i ilustracemi a animací. Bylo založené v roce 2000 Toddem St. Johnem v New Yorku. Studio za dobu své existence získalo mnoho prestižních ocenění za časté kombinování a experimentování s technikami a výrazným vizuálním vyjadřováním. HunterGatherer zůstal záměrně malé studio se stálou klientelou a úzce spolupracuje s vybranými společnostmi a jednotlivci z celé řady oborů. Studio často ve svých projektech využívá dřevo nebo papír. Jejich přístup k ruční práci se dá vyčíst i z loga na webu, které je ze dřeva.

Práce studia HunterGatherer byly často publikované a vystavované. Získaly mnoho ocenění od téměř všech významných projekčních organizací. St. John byl častým spolupracovníkem Garyho Benzela v Cooper-Hewitt National design trienále: Design Now. V roce 2008 studio získalo Webby Awards a bylo nominované na cenu Emmy za krátký animovaný spot „Circle Squared“. V roce 2011 jejich „Prius Goes Plural“ vyhrál Zlatého lva v Cannes.

Samotný zakladatel St. John, který působil jako asistent na Yale School of Art v programu absolventa, svoji nekomerční tvorbu prezentuje pod vlastním jménem a komerční projekty nechává pod studiem.



Obr. 43. Logo HunterGatherer

6.1.1.1 Vizualní identita Swerve Festival

V roce 2007 se studio podílelo na vizuální identitě každoročního festivalu „Swerve“. Jedná se o multikulturní akci, která se zabývá uměním, hudbou, filmy a akčními

sporty. Celá práce spočívala ve spolupráci s Jonathanem a Meg Wells (Flux, Res festival), Aaron Rose, a Fuel TV.

Vizuál se nesl v modrém a čistém duchu. Koncept vizuálu se skládal z ručně vyřezávaných geometrických kostiček různých tvarů. Kostičky jsou různých tvarů tak, aby se z nich daly vytvářet předměty (např.: kamera, kytara nebo vlna.) Kostičky jsou ze všech stran pomalované souvislým odstínem barvy a na první pohled není znát, že se jedná o dřevo. Celý vizuál doprovází maskot, který je taktéž vytvořený ze dřeva. Název je tvořen dřevěnými dílky, které jsou vyrobené přesně na míru, aby imitovaly ručně psané písmo. Typografie je rozdělená na několik dílků k snadnému animování video spotu.

Na začátku spotu se objevuje roztomilý maskot, který najde čáru, jež začne sledovat. Čára prochází různými prostředími, kde objevuje filmovou a hudební atmosféru nebo si užívá pohodlíčka na surfu na pláži. Celá animace je vytvořená dřevěnými kostičkami, které mají různé odstíny modré. Video je rozpořehované pomoci stop motion, kde každý pohyb byl zaznamenán fotografií, které pak byly v určité rychlosti puštěné za sebou.

Tiskové materiály včetně loga jsou vygenerované jako fotografie. Logo je vyfocené přímo z vrchu, aby bylo snadno čitelné a slovo „festival“ je vektorově navržené v duchu hlavního názvu. Mezi 3D modrou kompozici kostiček u názvu „Swerve“ a šedého vektorového „festival“ vzniká příjemný, ale ne příliš agresivní kontrast. Plakáty a vstupenky mají grafiku formou fotografie, na kterých jsou koláže kostek s výjevy různých kulturních směrů, na které se festival zaměřuje.

Vizuál festivalu vypadá z mého pohledu skvěle, neotřele a určitě na první pohled překvapí svou čistotou a lehkou čitelností.



Obr. 44. Plakát (Swerve festival)



Obr. 45. Aplikace vizuálu (Swerve festival)



Obr. 46. Visačky (Swerve festival)

6.1.1.2 Vizuál identita Form School

HunterGatherer udělal identitu a branding na událost „Re:Form School“, která byla realizována formou umělecké přehlídky jako akce pro prospěch a zvýšení povědomí o reformě vzdělávání. Akce se konala v bývalé základní škole v New Yorku po dobu 3 dnů, kde se sešli stovky umělců, jako Swoon, Shepard Fairey a jejich přátelé. Spolu se snažili upozornit na problémy ve vzdělávacím systému a navrhovali případné řešení.

Jako u předchozí vizuální identity, tak i tahle je realizována na podobné platformě, kde hlavním prvkem je dřevěná typografie složená z různých dřevěných fragmentů. Font vychází ze san-serifu a je ručně vyřezaný. Stejně jako u předchozí verze, některé kostičky byly pomalované, ale s tím rozdílem, že šlo jasně poznat dřevo. Kostičky jsou vyřezány z masívu a jen u slova „Form“ jsou natřené namodro. Nátěr má slabé transparentní krytí, kde je přes modrou barvu stále vidět kresbu dřeva. Otázkou je, jestli byl nejdřív vytvořený název ze dřeva a pak podle něho vygenerovaná celá stencil abeceda, nebo opačně. Navržené písmo bylo jako doprovodní titulkové písmo na plakáty a zbytek vizuálu.



Obr. 47. Vizuální identita (Re:form school)



Obr. 48. Vizuální identita (Re:form school)

6.1.1.3 Money Mark cover

Hudebník Mark viděl na výstavě model rádia „boombox“ ze dřeva a zeptal se, jestli by dokázali něco podobného vytvořit pro jeho obal nové desky „Money Mark – Brand New by Tomorrow“. Grafika coveru na CD vznikla pod vedením Todda St. Johna & Garyho Benzela. Modely vytvořil Todd St. John.

Jedná se o dva modely – starý přenosný kazetový radiomagnetofon a kazeta. Oba modely jsou vyřezané z kusů masivního dřeva bez povrchové úpravy. Jednotlivé části jsou lepené k sobě. Předměty jsou vsazené do kontrastního modrého pozadí a vyfotografované. Finální fotografii a grafickou podobu CD obalu a desky doprovází přidáný bílý bezpatkový font, který působí jako ručně psaný. Na přední straně obálky je vyobrazený radiomagnetofon zepředu se jménem interpreta a názvem alba. Na zadní straně coveru je vyobrazená zadní část radiomagnetofonu, kde v horní části je seznam skladeb a dolní je informace s ean kódem. Potisk desky a CD se nese ve stejném duchu jako obálka, jen radiomagnetofon je nahrazený vyobrazeným kazetovým nosičem – kazetou.

Obal je výrazný a lehce čitelný i z větší dálky. Použití dřevěného modelu působí jednoduše a originálně. Navíc je to dobrá a snadno zapamatovatelná vizitka pro hudebníka Money Mark i pro studio HunterGatherer.



Obr. 49. Přední a zadní strana coveru Money Mark – brand new by tomorrow



Obr. 50. Vnitřní strana coveru Money Mark – brand new by tomorrow

6.1.2 Attention: CRAFT

Attention: CRAFT je název výstavy, pro kterou studio „Snack“ udělalo vizuální identitu. Výstava se konala ve veřejné galerii současného umění Liljevalchs Konsthall (Stockholm, Švédsko), která je téměř 100 let nezávislá. Je to galerie zaměřená na umění a design. Pořádá čtyři velké výstavy ročně. Letní výstava 2014 ukázala umělce a jejich řemeslné umělecké díla.

Studio Snack se nezaměřuje jen na grafický design a branding, ale také na animace formou stop motion a na reálné akce. Studio sídlí přímo ve Stokholmu.

Pro výstavu CRAFT vytvořili celou grafickou identitu, kterou pojali netradičně, víc koncepčně a v minimalistickém provedení. Slovo CRAFT je vytvořené ručně z různých materiálů, se kterými pracují výtvarníci vystavující na dané výstavě. Každá litera je ručně opracovaná z jiného materiálu – měď, mramor, porcelán, kámen a pro nás důležité dřevo. Materiály jsou natolik povrchově odlišné, že vytvářejí mezi sebou příjemný kontrast. Lite-ry jsou natěsno naskládány na sebe a navzájem se překrývají. Dřevěné písmeno „F“ je stro-jově vyřezané ze světlého dřeva s výraznou kresbou letokruhů a je slepené z překližek na sebe. Na zbytek typografie ve vizuálu se použily fonty: Labour Stencil a Akkurat. Celý vizuál je zasazený do černého solid pozadí, čímž se barevné povrchy materiálu u názvu CRAFT ještě víc zdůrazní. Použitá typografie je pak na černém pozadí kontrastně bílá.

Logo CRAFT se na plakátech, bannerech nebo na obálkách katalogu objevuje jako fotografie s přesně danou kompozicí, kde se písmena překrývají navzájem. Taktéž je druhá

varianta loga, kde se litery navzájem nepřekrývají a jsou převedené do křivek. Daná vektorová verze pak může mít u každé literky barevný povrch jako u originálního 3D modelu.

Celkově vizuál působí minimalisticky, divák se dozví nejpodstatnější informace a z povrchu liter CRAFT může vyčíst, z jakých materiálů jsou umělecké díla vytvořené.



Obr. 51. Plakát Attention: CRAFT



Obr. 52. Katalogy *Attention: CRAFT*



Obr. 53. *Litery loga Attention: CRAFT*

6.1.3 Wood Arts – Identity

Wood Arts je firemní značka Maďarského grafického designéra, typografa a umělce Laszlo Sanfor, který se už podle názvu převážně věnuje práci se dřevem. Kladný vztah a lásku ke dřevu zdědil po svém otci a tvrdí, že je škoda, že se tak krásný materiál častěji nevyužívá. Ve své tvorbě chce poukázat na tradici ruční práce a její hodnoty.

Laszlo pracuje výhradně jenom s dřevěnými dýhami různých dřevin. Využívá jejich barvu a strukturu, ze kterých následně vyřezává odřezky a lepí je k sobě jako puzzle, čímž vytváří finální obrazovou podobu podle předlohy. Předlohou jsou nejčastěji lidské portréty, ale nemá problém vyřezat jakýkoliv obrázek. Mně osobně uchvátila vyřezaná růže vložená do hodinek společnosti Wewood. Dřív než autor začne vyřezávat z dýh dané tvary, tak si je předpřipraví ve vektorové podobě.

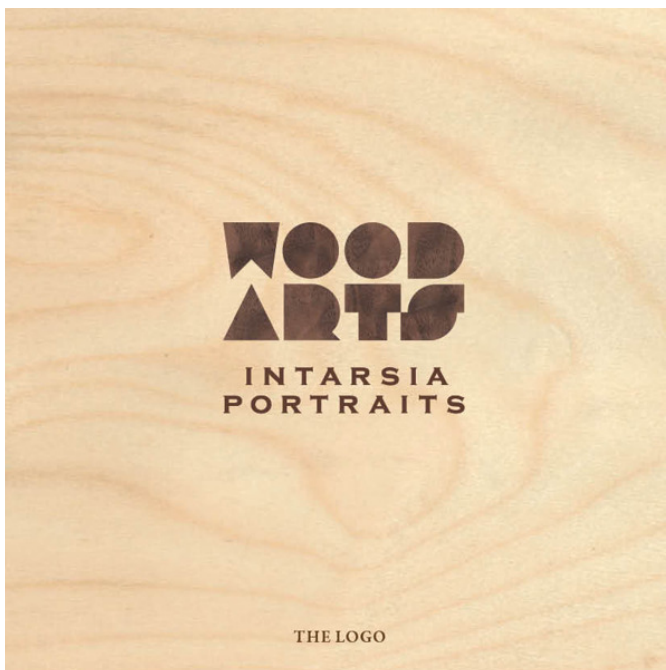
Pro své podnikání si sám navrhl vlastní identitu, která mu pomohla jeho práci ještě více zviditelnit. Logo „WOOD ARTS“ vychází z navrženého fontu Wood Arts Typeface. Font je stylizovaný a minimalizovaný tak, aby měl co nejmíň záhybů a dal se tak snadno vyříznout i v menších velikostech. Písmena jsou tučná a působí těžkopádně. Může za to i to, že u písmen „a,b,d,g,o,p,r“ nenajdete oka, je tam plná plocha. Písmo je čitelné, ale je určené výhradně na titulkovou sazbu pro krátké slovní spojení. Jako doprovodní font autor zvolil Copperplate Gothic Bold, který vychází z lineární antikvy.

Barvy loga a celkové identity vychází z barev dvou dřevin – merbau a javoru. Merbau je exotická dřevina, která má výrazně tmavou hnědou strukturu až dočerna, čím hodně připomíná ohořelé dřevo. Zatím co javor je světlé dřevo bílé krémovité barvy s nádechem pískové. K barvám dřevin jsou přiřazeny i skoro totožné digitální odstíny CMYK, RGB i Pantone. Pokud logo není možné aplikovat digitálně nebo tiskem s výplní struktury dřeva, volí se plná barva podle vzorníku v grafickém manuálu.

Vizitky nejsou klasicky z papíru, ale z plátek dýhy, na které je razítkem vytištěné logo. Struktura dýhy nedovolí pokrýt jednoduše celou tištěnou plochu, a proto i přes logo je vidět strukturu dřeva, čímž ještě víc zvýrazňuje brand. Za účelem šetření nákladů, je na zadní straně napsán kontakt ručně propiskou. Výhodou dané vizitky je, že autor si nemusí dopředu vytvořit velké množství vizitek, ale jen potřebné množství. Postup se může aplikovat na jakoukoliv dýhu.



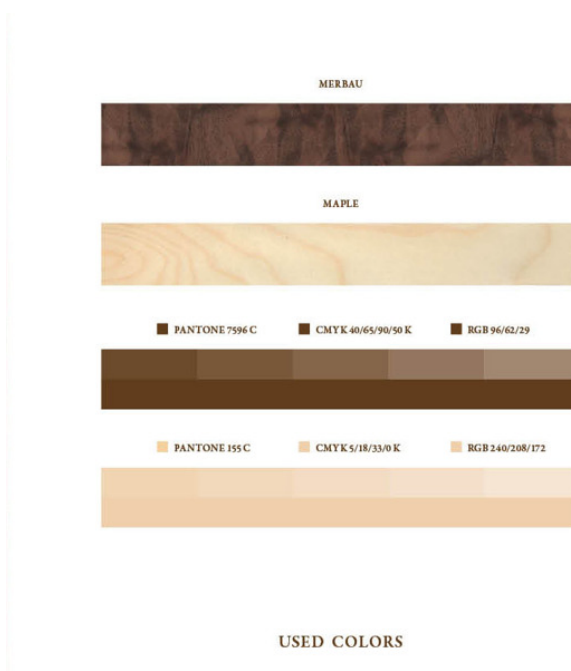
Obr. 54. Vizuální identita Wood Arts



Obr. 55. vizuální identita Wood Arts



Obr. 56. Typografie Wood Arts



Obr. 57. Bary Wood Arts



Obr. 58. Vizitky Wood Arts



Obr. 59. Hodinky Wewood

6.2 Dřevo jako součást posilnění brandu

6.2.1 Pivní plechovky „Velkopopovický Kozel“

Společnost Efes Ukraine zadala v roce 2012 Kyjevskému studiu Yurko Gutsulyak návrh limitovaných obalů pro pivní plechovky známého českého pivovaru “Velkopopovický Kozel”. Projekt byl zaměřený na zdůraznění hodnoty slavné české značky a rozšíření počtu svých fanoušků. Konstrukce limitované edice odráží dávné tradice a taktéž mistrovství českých sládků.

Studio vytvořilo nejdřív grafiku, která se skládala z mozaiky kosočtverců, ve kterých byla vložena grafika odkazující na tradice výroby piva. Vyobrazili například klasy chmelu, starý mohutný krýgl piva, sud piva, preclík, nebo dekorativní módní mozaiku, která se často objevovala na ubrusech. Ilustrace kreseb se snaží zachovat dobový výtvarný styl kresby doplněný jednobarevnou grafikou dnešní etikety/loga. Pro zvýšení historické hodnoty byla celá grafika laserovou technikou vypálená do kusu dřeva. Povrch byl digitálně zaznamenaný a přenesený na povrch plechovek. Z povrchu a kresby dřeva se dá usoudit, že se jedná o kus masívu radiálního řezu. Barva dřeva byla pečlivě vybrána, aby se co nejvíce podobala zlatistému povrchu vrchní části plechovky tak, aby na sebe barevně navazovaly bez velkého kontrastu. Je pravděpodobné, že barvy mohly být ještě digitálně v posprocesingu decentně přizpůsobené. Plechovky pro vyšší exkluzivitu byly zabalené do bílého papíru se stejnou grafikou, jako je na obalu plechovky. Zabalení do papíru byl taky jeden z odkazů na tradice, kde neexistovaly ochranné obaly ani igelitky a vše, co se koupilo, se balilo do papíru.

Grafika obalu limitované edice Velkopopovického Kozla získala mnoho ocenění nejen v Ukrajině ale taktéž třeba 3. Místo na “The Dieline Package Design Awards (USA), 2013, the “Beer, Malt Beverages, & Tobacco” Category”.



Obr. 60. Potištěná plechovka



Obr. 61. Papírový obal



Obr. 62. Dřevěná matrice

6.2.2 DEERZ

Rebranding pro online obchod „Deerz“ bylo vytvořené za účelem lepší prezentace zboží. Hlavním sortimentem jsou svetry a pulovry se skandinávskými vzory. Černobílé logo vychází z tvarů vzorů.

Skandinávské prostředí je proslulé krásnou, ale i drsnou přírodou s překrásnými lesy a chladnějším podnebím. Proto byly pro posílení brandingů vytvořené fotografie, kde byly výrobky focené společně se dřevem. Například krabice se zabalenými svetry byly položeny na dřevěném špalku. Štítky byly rozvěšené na visících větvích.

V tomto případě není dřevo přímo součástí vizuálních identit, ale je přidanou hodnotou pro lepší navození atmosféry oblečení inspirované lesem a drsnou skandinávskou přírodou.



Obr. 63. Vizuální identita Deerz



Obr. 64. Vizuální identita Deerz



Obr. 65. Vizualní identita Deerz



Obr. 66. Vizualní identita Deerz

II. PRAKTICKÁ ČÁST

7 GRAFICKÉ ZTVÁRNĚNÍ REÁLNÉHO VÝSTAVNÉHO PROJEKTU, ZA PODPORY OBOROVÉ SPOLUPRÁCE

Díky velké iniciativě ze strany školy, která podporuje studentskou iniciativu, mohly vzniknout už tři týmové mezioborové projekty, které byly k vidění na prestižní výstavě Milan Design Week. Grafickou podobu za oba ročníky měly na starost Petra Koutná a Adéla Galbavá, se kterými se roky známe a sami nás doporučily do dalšího projektu. Tak započala spolupráce s Veronikou Holíkovou na projektu PopUpShow pod odborným kurátorským vedením Dipl. Ing. Michaela Vašků a koordinátora Mgr. Richarda Vodičku. Po předešlých ročnících se i tenthle rok do projektu zapojili studenti z devíti atelierů Fakulty multimediálních komunikací a tak vznikl další multioborový tým. Jejich úkolem bylo reprezentovat Fakultu FMK na světové výstavě v Miláně. V daném případě nešlo jen o představení produktů studentů, ale celková praktická realizace a spolupráce celého týmu. Proto se ve své praktické diplomové práci budu snažit vysvětlit, jaké to je pracovat v týmu v pozici grafického designéra i mimo něj. Dále představím finální podobu vizuální identity PopUpShow.

7.1 Práce v týmu

Už v minulosti jsem měl možnost pracovat v týmu na větších projektech, které byly převážně k vidění jen ve městě Zlín a jeho okolí. Často to byla komunikace jen s lidmi z marketingového oddělení a zřídka se studenty z výtvarných atelierů, tudíž tenthle projekt byl pro mě velkou výzvou i neznámou.

Práci v týmu považuji za jeden z nejlepších způsobů jak docílit nejlepší a nejkvalitnější výsledek, který je založený na motivaci, invenčnosti, konzultaci a vzájemné zpětné vazbě členů týmu. Týmová spolupráce funguje v zásadě tak, že je vyváženě rozložená práce podle dovedností členů týmu a jejich vzájemná spolupráce. Společnými prvky pro dobře fungující tým jsou dopředu stanovená pravidla, na kterých se členové musí shodnout a řídit se podle nich.

7.1.1 Společný cíl

Všichni členové by měli sdílet definovaný cíl, protože jejich práce bude vnímaná jako celek. Na začátku projektu má každý z členů týmu rozdílný druh práce a částečný cíl. Uskutečnění těchto dílčích úkolů jednotlivců vede k dosažení finální podoby společného cíle. Z tohoto důvodu je důležité si hned na začátku stanovit základní cíle a cesty, kterými se musí tým vydat. Důležitou podmínkou je, aby byl cíl realistický, dosažitelný a realizovatelný.

7.1.2 Vzájemná závislost členů týmu

Týmová práce spočívá v tom, že každý z členů rozumí své specifické práci více, než ostatní členové, nebo má ve svém oboru partnera, se kterým může konzultovat a navzájem si pomáhat. Příkladem je i daná diplomová práce, na které se společně podílím s grafickou designérkou Veronikou Holíkovou, a s ní se navzájem doplňujeme a motivujeme.

7.1.3 Přesně definované role

Všichni členové dopředu vědí, co bude obsahem jejich práce a jak budou moci pomoci projektu. Výhodou týmu je, že pokud členové mezi sebou konzultují a navzájem si pomáhají, dokážou své znalosti i mimo svůj obor propojit a tak přijít k novým nekonvenčním řešením.

7.1.4 Radost z týmové práce

Z vlastní praxe můžu říct, že se nejlíp pracuje s lidmi, které známe, víme, jak pracují a můžeme odhadnout co od nich očekávat. Ne vždy to však tak funguje. Proto je dobré dělat časté schůzky, kde by měli být přítomni všichni členové, aby se navzájem poznali a konzultovali další postup práce. Taktéž by se měli zapojit do diskuse i mimo jejich obor. Vzájemná komunikace členů utužuje vztahy, důvěru a podporuje možnost vyjádření názorů otevřeně.

7.1.5 Individuální a společná zodpovědnost

Předpokladem úspěšné týmové práce je přesné definování úkolů a uvědomění si společné i individuální zodpovědnosti na dosažení požadovaného výkonu. Taktéž je rozhodující do jaké míry je tým schopen se dohodnout na společných názorech a cílech, kde

jsou jedinci schopni samostatného rozhodnutí bez podpory členů týmu a za které budou sami nést zodpovědnost.

Synergické efekty spolupráce se stávají důvodem pro organizování týmové práce. Při týmové práci se jednotliví členové doplňují, spolupracují, a tím dosahují lepších výsledků, než kdyby vykonávali činnost samostatně. [10]

7.2 Koncept

„Výstava PopUpShow představuje současnou práci studentů Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Nahlíží na dřevo jako na konceptuální téma i jako na základní materiál v designerské tvorbě. Instalace reflektuje fenomén PopUp Kultury a inspiruje se filmovými prvky. Designové produkty jsou zasypány PopCornem a další tematické atributy navíc dotváří atmosféru filmové show.“

Jedná se o přesnou definici konceptu výstavy, která byla použita v tiskových zprávách pro novináře, v katalogu a taktéž v anglické mutaci na webu nebo na hlavní scéně.

Studenti různých oborů měli od září 2014 do února 2015 vytvořit různé praktické či konceptuální produkty, kde hlavním materiálem mělo být dřevo nebo spojitost se dřevem. Reálné produkty byly od třinácti designérů ze čtyř ateliérů (atelier skla, průmyslový design, 3D design, atelier obuvi).

Co znamená slovní spojení PopUp? Vysvětlím. Celé to začalo průzkumem minulých ročníků a zjištěním, co bychom mohli divákům nabídnout v roce 2015. Věděli jsme, že celou výstavou Ventura Lambrate projde za necelý týden kolem 100 000 diváků. To znamená, že na danou kulturní událost chodí i lidé, kteří nemají moc společného s designem a berou to spíš jako masovou populární kulturní záležitost (popkulturu), například jako návštěvu divadla či kina. To bylo hlavním vodítkem, proč lidem zpříjemnit pohled na produkty studentů tak, jako by se cítili v kině a ne na výstavě, kde produkty jsou často vystavované na podstavcích nebo různých stolech bez dávky vtípu. Areál výstavy je poměrně velký. Instalace z minulého roku About Laybouts poskytla divákům i možnost si lehnout a na chvíli si odpočinout. Proto jsme se rozhodli umožnit divákům posezení ve sklápějících sedačkách.

Celá instalace scény byla navržena jako prostor kina, kterou vytvořil na míru Michael Chomiszak, student atelieru Prostorová tvorba. Pro navození atmosféry biografu byla

na jedné straně umístěna parafráze filmového plátna v podobě boxu, kde bylo k vidění většina produktů. Naproti boxu byly dvě řady sedaček, které známe z kina. Za sedačkami se na zemi nacházely objemnější produkty. Celá instalace se nesla v čistě výstavnické bílé, která produkty zvýraznila. Veškeré názvy produktů, kompletní anglické i české texty a mnoho dalších produkčních věcí měla na starost studentka marketingových komunikací Anežka Adamiková.

Na první pohled nejvíc upoutal pozornost popcorn, který byl hlavním propojením filmové tematiky, a právě popcornem byly zaplaveny vystavované produkty na scéně. Pro diváky byl nachystaný i čerstvý popcorn. Diváci si mohli sednout, pojídat čerstvý popcorn, který dostali v kornoutech a v klidu si užívat instalaci PopUpShow.



Obr. 67. Instalace scény PopUpShow

7.3 Vizuální identita PopUpShow

Vizuální identita byla na míru vytvořená tak, aby vzbuzovala pocit filmového prostředí, ale zároveň aby nebyla hodně výrazná a nezastínila vystavované produkty. Grafické ztvárnění vycházelo z období třicátých let minulého století v USA, které bylo zlatým obdobím filmu, kina a Hollywoodu. Proto veškeré prvky měli retro nádech, ale byly zasažené do moderní podoby. Dalším prvkem byl již výše zmíněný popcorn.

V celé instalaci převládala bílá barva, která byla doplněná kontrastní tyrkysově oceánově zelenou a doplňkovou světle žlutou barvou, jako má třeba popcorn. Barvy se navzájem doplňovaly, vytvořily příjemný kontrast, který nebyl příliš agresivní a svou jemností společně s bílou působily přitažlivě a přátelsky.

Velkým plusem oproti předešlému ročníku, kde byly produkty překresleny do vektoru, byly profesionální fotografie produktů Filipa Beránka, které nafotil za naší asistence v ateliéru reklamní fotografie FMK. Instalací fotografických papírových pozadí v barvách vizuálu si fotografie zachovaly jednotný vizuální styl. Fotografie byly nafocené s nadsázkou vtipu. V některých případech jsou například zachované ruce, které drží produkty nebo byl na produkty vržen popcorn. Mezi fotografie, které nebyly zveřejněné a patří mezi backstagovky je také fotografie šperků na mužské chlupaté hrudi. Bohužel takhle fotografie byla až příliš výstřední, i když mezi studenty vzbuzovala nadsázkou a humor.



Obr. 68. Vizuální identita PopUpShow

7.3.1 Logo

Logo patří mezi hlavní rozpoznávací prvky každého vizuálu. V případě PopUpShow se jednalo pouze o slovní spojení, a proto to nebylo logo, ale logotyp. Slovní spojení PopUpShow bylo rozdělené do dvou řádků „PopUp“ a „SHOW“ a stalo se kombinací dvou autorských fontů. „PopUp“ vychází ze skriptového (psaného) písma. Linka měla vždy nádech korporátní zelené. Slovo „SHOW“ bylo ztvárněno verzálkovým outlineovým fontem s geometrickými tvary, jež byl vytvořen z autorského písma „Show Font“. Tah fontu byl taktéž v korporátní zelené a vnitřní výplň byla vždy bílá. Aby písmo působilo na první pohled velkolepě byla vnitřní část vyplněná zelenými tečkami, které vznikly inspirací starými neony / žárovkami. Slovní spojení „PopUp“ a „SHOW“ se společně doplňovaly a vytvořily mezi sebou vzájemný kontrast. Logotyp byl lehce natočený směrem nahoru (-7,9 stupňů). Tím dostalo logo dynamický charakter a snažilo se hned na první dojem zaujmout a zároveň působit konzumně.

Logotyp byl variabilní a vyskytoval se ve čtyřech provedeních. Nejzákladnější variantou byl logotyp popsany výše, který se používá výhradně jen na bílém podkladu. Jeho druhá varianta byla vytvořená pro menší zobrazení, kde by mohly nastat komplikace s čitelností. Byly odstraněny tečky, aby zamezily možnému slítí v malých velikostech. Třetí a nejčastější varianta byl logotyp s bílou kruhovou září v pozadí. Daná varianta se používala pouze na béžovém pozadí. Poslední čtvrtá verze logotypu byla navíc doplněna o béžový kruh se zubovitým ohraničením. Kruh splňoval funkci ochranné zóny logotypu. Tahle verze byla určena speciálně na zobrazení značky na pruhovém pozadí, jež byl součástí grafických prvků identity.



Obr. 69. Varianty logotypu

7.3.2 Typografie

Autorský font „Show Font“ byl vytvořen jen pro titulky a názvy produktů. Písmo čerpalo inspiraci z egyptských, toskánských a orientálních prostorových písem, které patřili mezi headlinová písma druhé poloviny 19. století. Uvedená písma se staly populární i pro své využití v komerční sféře v období, kdy popcorn získával na oblibě jako pochutina. Zajímavostí je i spojitost s naší diplomovou prací, protože plakáty s daným druhem písma byly tvořené výhradně dřevorytem. Po anatomické stránce s nimi má „Show Font“ společné především výrazné horizontální serify tvořené bez náběhů, 3D efekt a kresbu zakomponovanou v tazích glyfů.

V případě delších textů jsme zvolili font „Museo Sans“. Písmo svým zaoblením tvarů a kruhové stavbě skvěle ladí s ostatní typografií. V podnadpisech nebo v krátkých odstavcích je nakloněno do toho stejného úhlu jako text u logotypu.

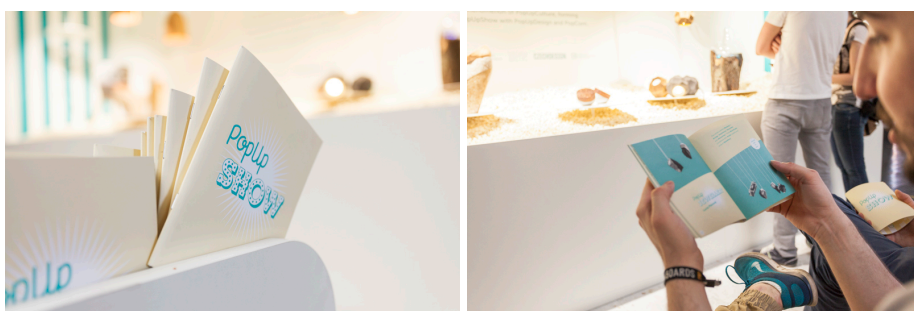


Obr. 70. „Show Font“ společně s Museo Sans

7.3.3 Katalog

Katalog měl formát 125 x 160 mm, což byl příjemný formát tak akorát do jedné ruky. Byl snadno nositelný a skladný (do kapsy nebo kabelky). Byl vytištěn ve čtyřech barvách a navíc se dvěma pantonkama (zelená a béžová). Pro nízký obsah pouze čtyřiceti stran i s obálkou se musela použít vazba V1. Papír byl zvolený Antalis OlinRegular Absolute White 100 gm² na vnitřní strany bloku a 250 gm² na obálku. Svým matným a přírod-

ním povrchem působil lákavě a na dotyk příjemně přirozeně. Layout vycházel ze tří gridů, které se navzájem střídaly, aby zamezily okoukanosti. Každému produktu patřila jedna dvojstránka, kde se nacházela hlavní fotografie a detail produktu. Uprostřed katalogu byla dvojstránka, která odkazovala na webovou stránku (www.popupshow.cz). Byl to druh pauzy, který se inspiroval ve starých promítáních filmů, kde se kvůli změně filmového pásu musela dávat pauza. Na přední obálce se nacházel jen logotyp se září na béžovém pozadí a na zadní straně byl v tom samém stylu „THE END“.



Obr. 71. Katalogy



Obr. 72. Prostředí dvojstrany katalogu

7.3.4 Tiskoviny

Skoro všechny tiskoviny vychází z poměru formátu katalogu, což je 12,5 : 6 (cca 3,1:4). Mezi ně můžeme řadit pozvánky, obálky nebo vizitky. Všechny dané tiskoviny mají béžové pozadí a využívají grafické prvky vizuální identity jako je grafická úprava textu, barvy nebo veškeré prvky centrované na střed formátu. Plakát byl prozatím vytisknutý ve formátu A2 v málo-nákladovém počtu přibližně 30 kusů, které se následně podle potřeby vždy dají dotisknout.



Obr. 73. Vizitka



Obr. 74. Elektronická pozvánka



Obr. 75. Tištěná pozvánka

7.3.5 Ilustrace

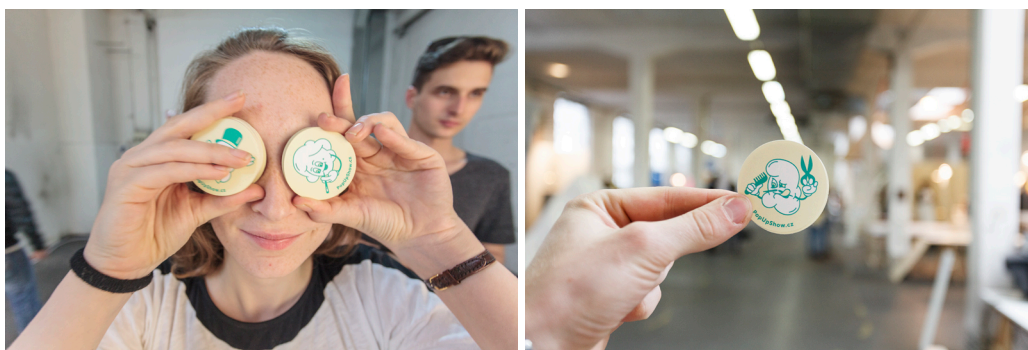
Ilustrace postaviček tvoří stylizace popcornu, které ztvárňují postavy ze zákulisí filmového prostředí, kdy film začal získávat na popularitě, a kina začala vyprodávat sály. Inspirace vychází z kreslených postaviček Walta Disneyho a Looney Tunes. Už na první pohled by mělo být jasné, jakou roli postavička zastupuje. Za povšimnutí stojí například to, že zvukař drží v ruce gramofon, a ne mikrofon a sluchátka, jako je tomu dnes. V období, v jakém zvukař působí, ještě zvukový film nebyl na vzestupu a prozatím byl film doprovázen hudbou z gramofonů. V duchu tohoto období jsou stylizované i zbývající ilustrace (režisér, kameraman, střihač, klapka, stylista, herec, herečka, Charles Chaplin, novinář nebo uvaděč).

Ilustrace se nevyskytují všechny pohromadě na jednom místě. Vždy figurují jen jako ilustrace pro navození efektu. U webu plní funkci vyplnění prázdného místa. Třeba postavička „uvaděče“ plní přesně svoji roli v katalogu, která se nachází na třetí straně katalogu. V tiskových zprávách se objevuje postavička „novináře“.

Všechny ilustrace našli své uplatnění na nálepkách, které se volně rozdávali návštěvníkům, ale rovněž posloužily jako spony na spojení složených kornoutů na popcorn.



Obr. 76. Všechny ilustrace



Obr. 77. Nálepky



Obr. 78. Nálepka na kornoutě

7.3.6 Webová stránka www.popupshow.cz

Design a funkčnost webové stránky je podstatným prvkem vizuálu, protože návštěvníci se můžou vracet ke všem informacím i po skončení akce, třeba i po roce. Je to taková online banka informací, která je snadno všude dostupná. Proto byl dáván velký důraz hlavně na funkčnost a jednoduchost interface pro snadnou navigaci. V praxi to znamená, že uživatel by měl co nejmenším množstvím překliknutí získat co nejvíce potřebných informací.

Stránka je navržena, tak aby veškeré základní informace byly na jedné stránce a uživatel scrollováním směrem dolů procházel mezi sekcemi (info, products, about us,

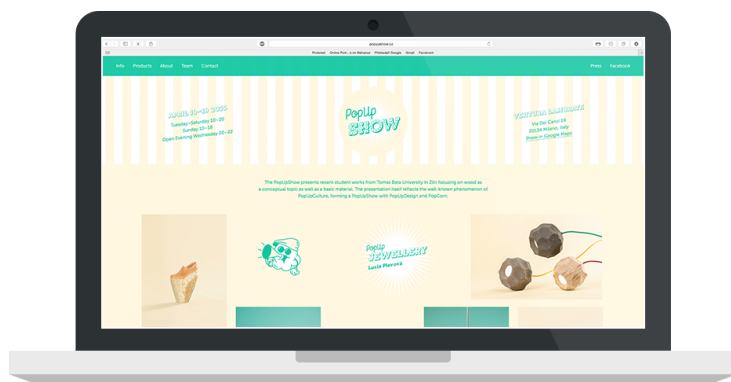
team, contact). Další informace, jako třeba press nebo více informací o daném produktu, si musí uživatel otevřít a pak kliknutím na křížek v pravém horním rohu v popcornu se vrátí zpět na hlavní stránku.

Veškeré funkce stránky jsou responzivní, což znamená, že by se stránka měla přizpůsobovat velikosti displeje tak, aby nevznikala degradace velikosti písma, obrázku a veškeré grafiky na stránce. Responzivní design byl hlavním klíčem stránky, protože mnoho návštěvníků na výstavě získávalo informace přímo ze svých smartphonů nebo tabletů.

Proto chci moc poděkovat Christianovy Jánskému, který v enormně krátké době byl schopen vytvořit web, konzultovat design a dostat vše do funkční podoby.



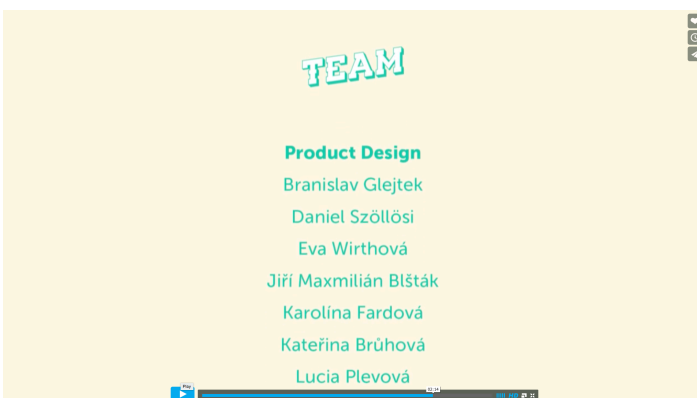
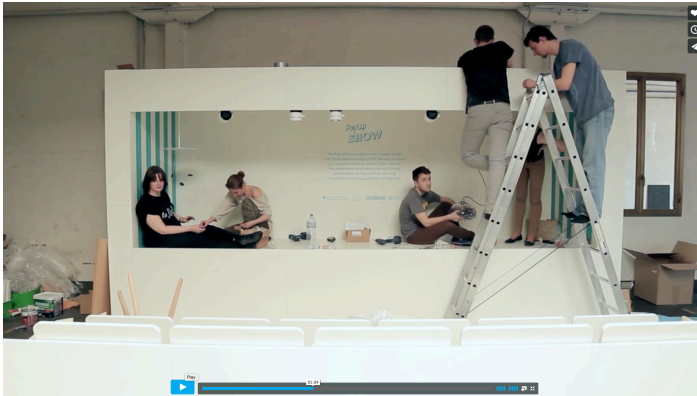
Obr. 79. Webové rozhraní www.popupshow.cz na smartphone



Obr. 80. Webové rozhraní www.popupshow.cz na počítači

7.4 Video

Studenti vytvořili také video, které dokumentuje atmosféru prostředí. Autorem je Pavel Mašek, student oboru Audiovizuální tvorba – kamera. Video za naší asistence a konzultace udržuje jednotný vizuální styl a souhrnné sdělení.



Obr. 81. Screenshoty z videa

ZÁVĚR

Práce grafického designéra už nepatří mezi jednotvárnou tvorbu, ale musí být flexibilní, všestranná a schopná přizpůsobit se náhlým změnám. Grafika už není jen o znalosti typografie, estetiky, nauky o barvě a práce s grafickými softwary. Mnohdy se dostává grafický designer do styku i s materiály, které jsou mimo jeho obor. Častokrát se může jednat o práci se dřevem, sklem či kovem. Grafický designér by měl znát alespoň základní vlastnosti materiálu, aby naplno využil jejich potenciál. V našem případě se jednalo o dřevo.

Na začátku byla představená koncepce, kde hlavní roli mělo hrát dřevo a jeho nevhodné využití. Chtěl jsem ukázat, jak se dá dřevo zakombinovat a použít i v grafické podobě. Proto jsem se ve své teoretické části diplomové práce věnoval vlastnostem a zpracování dřeva. Taktéž jsem se věnoval průzkumu uplatnění dřeva v grafickém designu.

Postupem času a prosincovým workshopem dostávala celková akce finální koncept s názvem „Burnt is the New Black“. Bohužel v lednu musela být během 24 hodin změněna celá koncepce instalace výstavy. Ve finále se celý tým dohodl, že nová instalace se bude nést v duchu filmového prostředí, kde dřevo už nemělo své uplatnění, alespoň ne v takové míře, aby bylo efektní a cenově dostupné. Proto jsme se museli podřídit novým technologiím. Bylo to nejen pro nás, ale i pro celý tým dobrý příklad, že když se plánuje projekt na delší dobu, tak je třeba počítat s tím, že finální podoba bude diametrálně odlišná oproti prvotní ideji. Zároveň to byla pro nás všechny výzva a ukázalo se, že když je dobře sehraný tým, tak je schopen v relativně krátké době vydat ze sebe maximum.

Až na místě jsme si uvědomili, že veškeré úsilí se vyplatilo. Vytvořením odlišného a výstředního designu výstavného stánku jsme navázali mnoho kontaktů a získali nabídky spolupráce při výstavách. Během týdne navštívili instalaci osobnosti jako Karel Schwarzenberg, designéři Tord Bootje nebo Thomas Feichtner. Nejen odborná veřejnost, ale i množství neoborné veřejnosti, která prošla prostorami Ventury Lambrate měla možnost navštívit stánek „PopUpShow“ školy „Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně“ a obeznámit se s tvorbou jejich studentů.

I prostřednictvím realizace takovéto akce se veřejnost dozvěděla, jaká je dnešní úroveň škol a co je vše možné za podpory školy zorganizovat. Rovněž je to dobrý způsob k nadvázání kontaktů s profesionály z oblasti designu, s designerskými firmami nebo studenty z celého světa. Uvedená akce byla přínosem nejen pro univerzitu, ale hlavně obrovská příležitost a zkušenost pro studenty.

Na závěr praktické části práce chci poznamenat, že práce v týmu i ve vlastním oboru mi dala mnoho zkušeností a musím říct, že když se najde tým, který se navzájem motivuje a má společný cíl, tak dokáže dosáhnout profesionální výsledek. Zároveň bych chtěl poděkovat celému týmu, že jsme společně překonali všechny problémy a vydrželi až do konce. Moje poděkování patří také univerzitě za možnost se podílet na tak rozsáhlém projektu. Byla to pro mě obrovská výzva a zkušenost. Byl bych rád, kdyby poznatky z mojí diplomové práce posloužily studentům i v dalších ročnících a byly inspirací a motivací pro budoucí týmy.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] *Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška.* 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.
- [2] HAYESOVÁ, N. *Psychologie týmové práce : strategie efektivního vedení týmu.* 1. Vyd. Praha : Portál, 2005. 189 s. ISBN 80-7178-983-6.
- [3] JACQUILLAT, Agathe a Tomi VOLLAUSCHEK. *The 3D type book.* London: Laurence King Publishing, c2011, 239 s. ISBN 978-185-6697-132.
- [4] KURDELOVÁ], [z nemeckého vyd. prel. Margita. *Nová príručka domáceho remeselníka náradie, prístroje a pracovné návody krok za krokom ; [praktická príručka domáceho majstra].* Slovak ed. Bratislava: Ikar, 1995. ISBN 80-711-8189-7.
- [5] OKRUCKÝ, Ján, Václav KAUTMAN a [preložila Marta PAVLÍKOVÁ]. *Výtvarník a drevo.* 2. upravené vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1990. ISBN 80-080-0247-6.
- [6] PATŘIČNÝ, Martin. *Pracujeme se dřevem.* ISBN 80-247-1090-0.
- [7] PATŘIČNÝ, Martin. *Všecky krásy dřeva.* s. 59. ISBN 978-80-247-5115-3.
- [8] SAGMEISTER, Stefan. *Things i have learned in my life so far, updated edition.* New York, NY: Abrams, 2013, p. cm. ISBN 978-141-9709-647.
- [9] SCHER, Paula a Martin LORENZ. *Left, right, up, down: new directions in signage and wayfinding.* Berlin: Gestalten, 2010, 240 s. ISBN 978-389-9553-123.
- [10] TESAŘOVÁ, Daniela. *Povrchová úprava dřeva.* ISBN 978-80-247-4715-6.

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

- [11] <http://www.architizer.com/projects/nike-feature-walls/>
- [12] <https://www.behance.net/gallery/13607495/Deerz>
- [13] <https://www.behance.net/gallery/20997941/Wooden-spray-cans>
- [14] <https://www.behance.net/gallery/6661011/Wood-Arts-Identity>
- [15] <http://www.chatar-chalupar.cz/laky-a-lakovani/>
- [16] <http://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/stefan-sagmeister-co-jsem-se-zatim-v-zivote-naucil>
- [17] <http://www.designboom.com/design/pop-up-generation-design-architecture-at-moti/>
- [18] <http://www.dusanzahoransky.com>
- [19] <http://www.gordonyoung.net/?p=262>
- [20] <http://www.gstudio.com.ua/works/packaging/work:Velkopopovicky>
- [21] <http://www.huntergatherer.net/project/swerve-festival/>
- [22] <http://www.koumak.cz/navody/brouseni-dreva/>
- [23] <http://www.koumak.cz/navody/lepeni-dreva/>
- [24] <http://www.rinzen.com>
- [25] http://www.rozhlas.cz/mozaika/radiogalerie/_zprava/dusan-zahoransky--1068954
- [26] <http://www.snask.com>
- [27] http://www.standard-time.com/about_en.php
- [28] <http://www.wikipedia.org/wiki/Dýha>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Řezy: a) příčný b) radiální c) tečný

[5] PATŘIČNÝ, Martin. *Pracujeme se dřevem*. ISBN 80-247-1090-0.

Obr. 2. Řez příčného a radiálního dřeva

[3] PATŘIČNÝ, Martin. *Všecky krásy dřeva*. s. 59. ISBN 978-80-247-5115-3.

Obr. 3. Vzorník dřeva

[3] PATŘIČNÝ, Martin. *Všecky krásy dřeva*. s. 59. ISBN 978-80-247-5115-3.

Obr. 4. Obálka vzorníku Dřevo – historický lexikon

Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.

Obr. 5. Strana ze vzorníku Dřevo – historický lexikon

Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.

Obr. 6. Dub Letní (řez tečný)

Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.

Obr. 7. Buk Lesní (řez tečný)

Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.

Obr. 8. Borovice Obecná (řez tečný)

Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.

Obr. 9. Smrk Obecná (řez tečný)

Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.

Obr. 10. Javor Mléčný (řez tečný)

Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.

Obr. 11. Burkatova zbirka dřev – list vzorníku a titulní strana

Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.

Obr. 12. Exlibris s titulní stranou

Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.

Obr. 13. Strana z Icones Lignorum

Dřevo: historický lexikon : [tradice z pohledu dneška. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 78 s. ISBN 80-247-1187-7.

Obr. 14. Vypalovací pájka

<http://typostrate.com/post/107493235620/typo-found-on-instagram-53>

Obr. 15. Styly kreseb vypalování pomocí pájky

<http://www.lsirish.com/wp-content/uploads/2012/10/pyrography-stroke-guide-.jpg>

Obr. 16. Vypalovací raznice

<http://www.edb.cz/grmat/nabidky/30291x1.jpg>

Obr. 17. Opalování hořákem

<http://blog.ingredientsphoto.com/post/21326196084/food>

Obr. 18. Vzorník obroušení ohořelého dřeva

<http://www.remodelista.com/posts/remodeling-101-shou-sugi-ban-uk-burnt-wood-siding-and-flooring>

Obr. 20. Záběr ze spotu Keeping a diary supports personal development

http://www.edurite.com/blog/wp-content/uploads/2014/06/maintain_a_personal_diary.jpg

<https://www.youtube.com/watch?v=o8PkFSLuYOk>

Obr. 21 Záběr ze spotu Keeping a diary supports personal development

http://www.edurite.com/blog/wp-content/uploads/2014/06/maintain_a_personal_diary.jpg

<https://www.youtube.com/watch?v=o8PkFSLuYOk>

Obr. 22. Manifest

http://www.rozhlas.cz/mozaika/radiogalerie/_zprava/dusan-zahoransky--1068954

Obr. 23. Here nad Now II (Now)

<http://www.dusanzahoransky.com/pdf/DusanZahoransky2011selectedhHenkel.pdf>

Obr. 24. Here nad Now II (Here)

<http://www.dusanzahoransky.com/pdf/DusanZahoransky2011selectedhHenkel.pdf>

Obr. 25. Standart time (15.50 hod.)

http://www.standard-time.com/bilder_en.php

Obr. 26. Standart time (půlnoc)

http://www.standard-time.com/bilder_en.php

Obr. 27. Word box 2

<http://toddstjohn.com/project/word-box-2/>

Obr. 28. Chair/chair (rozložené)

<http://ericku.org/#chair-chair-2>

Obr. 29. Chair/chair (složené)

<http://ericku.org/#chair-chair-2>

Obr. 30. Sloupy v knihovně Crawley

<http://www.gordonyoung.net/?p=262>

Obr. 31. Sloupy v knihovně Crawley (detail)

<http://www.gordonyoung.net/?p=262>

Obr. 32. Nike Brand Wall

http://www.fieldworkdesign.net/work/#mg_ld_766

Obr. 33. Informační boxy

<http://blog.designfriendship.com/wp-content/uploads/2010/12/Surry-Hills-Library-and-Community-Centre.jpg>

Obr. 34. Informační systém na rohu zdi (Play Van Abbe)

http://www.erwindemuer.com/assets/images/gen/edm_187.jpg

Obr. 35. Informační systém volné v prostoru (Play Van Abbe)

http://www.erwindemuer.com/assets/images/gen/edm_150.jpg

Obr. 36. Titulní stránka New York Magazine, prosinec 2009

<http://huntergatherer.net/project/ny-mag-00s-issue/>

Obr. 37. Postup práce 01

<http://huntergatherer.net/project/ny-mag-00s-issue/>

Obr. 38. Postup práce 02

<http://huntergatherer.net/project/ny-mag-00s-issue/>

Obr. 39. Limited edition

http://files.idnworld.com/creators/files/extra06/Rinzen/STEVE_LIMITED_EDITION.jpg

Obr. 40. Obálka The Independent Magazine

http://www.rinzen.com/itemFiles/631_design-cover.jpg

Obr. 41. Postup práce 03

<https://www.behance.net/gallery/20997941/Wooden-spray-cans>

Obr. 42. Vypalovaná typografie do vinných vík

<http://benjohnston.ca/18783/274014/work/wood-typography-engraving>

Obr. 43. Logo HunterGatherer

<http://huntergatherer.net>

Obr. 44. Plakát (Swerve festival)

<http://huntergatherer.net/project/swerve-festival/>

Obr. 45. Aplikace vizuálu (Swerve festival)

<http://huntergatherer.net/project/swerve-festival/>

Obr. 46. Visačky (Swerve festival)

<http://huntergatherer.net/project/swerve-festival/>

Obr. 47. Vizuální identita (Re:form school)

<http://huntergatherer.net/project/reform-school/>

Obr. 48. Vizuální identita (Re:form school)

<http://huntergatherer.net/project/reform-school/>

Obr. 49. Přední a zadní strana coveru Money Mark – brand new by tomorrow

<http://huntergatherer.net/project/money-mark-cover/>

Obr. 50. Vnitřní strana coveru Money Mark – brand new by tomorrow

<http://huntergatherer.net/project/money-mark-cover/>

Obr. 51. Plakát Attention: CRAFT

<http://snask.com/case/attention-craft/>

Obr. 52. Katalogy Attention: CRAFT

<http://snask.com/case/attention-craft/>

Obr. 53. Litery loga Attention: CRAFT

<http://snask.com/case/attention-craft/>

Obr. 54. Vizuální identita Wood Arts

<https://www.behance.net/gallery/6661011/Wood-Arts-Identity>

Obr. 55. vizuální identita Wood Arts

<https://www.behance.net/gallery/6661011/Wood-Arts-Identity>

Obr. 56. Typografie Wood Arts

<https://www.behance.net/gallery/6661011/Wood-Arts-Identity>

Obr. 57. Barvy Wood Arts

<https://www.behance.net/gallery/6661011/Wood-Arts-Identity>

Obr. 58. Vizitky Wood Arts

<https://www.behance.net/gallery/6661011/Wood-Arts-Identity>

Obr. 59. Hodinky Wewood

<https://www.behance.net/gallery/21340375/Limited-edition-WeWood-clock-face-by-Wood-Arts>

Obr. 60. Potištěná plechovka

<http://www.gstudio.com.ua/works/packaging/work:Velkopopovicky>

Obr. 61. Papírový obal

<http://www.gstudio.com.ua/works/packaging/work:Velkopopovicky>

Obr. 62. Dřevěná matrice

<http://www.gstudio.com.ua/works/packaging/work:Velkopopovicky>

Obr. 63. Vizuální identita Deerz

<https://www.behance.net/gallery/13607495/Deerz>

Obr. 64. Vizuální identita Deerz

<https://www.behance.net/gallery/13607495/Deerz>

Obr. 65. Vizuální identita Deerz

<https://www.behance.net/gallery/13607495/Deerz>

Obr. 66. Vizuální identita Deerz

<https://www.behance.net/gallery/13607495/Deerz>

Obr. 67. Instalace scény PopUpShow

Fotografie Filipa Beránka

Obr. 68. Vizuální identita PopUpShow

Fotografie Filipa Beránka

Obr. 69. Varianty logotypu

Digitální export z vlastního zdroje

Obr. 70. „Show Font“ společně s Museo Sans

Digitální export z vlastního zdroje

Obr. 71. Katalogy

Fotografie Filipa Beránka

Obr. 72. Prostření dvojstrany katalogu

Digitální export z vlastního zdroje

Obr. 73. Vizitka

Digitální export z vlastního zdroje

Obr. 74. Elektronická pozvánka

Digitální export z vlastního zdroje

Obr. 75. Tištěná pozvánka

Digitální export z vlastního zdroje

Obr. 76. Všechny ilustrace

Digitální export z vlastního zdroje

Obr. 77. Nálepky

Fotografie Filipa Beránka

Obr. 78. Nálepka na kornoutě

Screenshot z videa: <https://vimeo.com/126757322>

Obr. 78. Webové rozhraní www.popupshow.cz na smartphone

Digitální export z vlastního zdroje

Obr. 80. Webové rozhraní www.popupshow.cz na počítači

Digitální export z vlastního zdroje

Obr. 81. Screenshoty z videa

Screenshot z videa: <https://vimeo.com/126757322>