

Tištěný magazín v digitálním věku

Lucie Hajková

Bakalářská práce
2017



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Digitální design

akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lucie Hajková**
Osobní číslo: **K14077**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Digitální design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Tištěný magazín v digitálním věku**

Zásady pro vypracování:

1. Rešerše
2. Analýza
3. Stanovení cílů
4. Sběr materiálů
5. Vypracování projektu
6. Zhodnocení projektu

- a) teoretická část v rozsahu 25 – 30 normostran textu
- b) prototyp nebo funkční model nebo fyzický model v měřítku 1:1, 1:2, 1:3, 1:5, 1:10 podle charakteru projektu a konzultace s vedoucím práce
- c) grafická prezentace v rozsahu minimálně 2,8 m²

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

Rozsah bakalářské práce: viz. Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz. Zásady pro vypracování
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

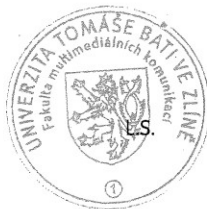
Seznam odborné literatury:


BERAN, V. a kol. Typografický manuál. 6. vyd. Praha: Kafka design, 2007, 159 s.
BHASKARANOVÁ, Lakshmi. Design publikací. Praha: Slovart, 2007, 256 s. ISBN 978-80-7209-993-1
MÜLLER-BROCKMANN, Josef. Grid systems in graphic design: a visual communication manual for graphic designers, typographers and three dimensional designers = Rastersysteme für die visuelle Gestaltung : ein Handbuch für Grafiker, Typographen und Ausstellungsgestalter. 10th edition. Zurich: Niggli, 2016, 176 s. ISBN 978-3-7212-0145-1
MOSER, Horst. The art directors' handbook of professional magazine design: classic techniques and inspirational approaches. 3rd ed. London: Thames & Hudson, 2011, 294 s. ISBN 978-0-500-51573-0

Vedoucí bakalářské práce: MgA. Václav Skácel
Ateliér Digitální design
Datum zadání bakalářské práce: 1. prosince 2016
Termín odevzdání bakalářské práce: 12. května 2017

Ve Zlíně dne 1. prosince 2016


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




M. A. Bohuslav Stránský
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 užít 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 Zlíně 12. 4. 2017

Lucie Hajzová, Hajzová
.....
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 bakalářské, diplomové, disertační 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. Vysoká škola disertační práce nezveřejňuje, byla-li již zveřejněna jiným způsobem.

(2) Bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení 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.

(4) Vysoká škola může odložit zveřejnění bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce nebo jejich částí, a to po dobu trvání překážky pro zveřejnění, nejdéle však na dobu 3 let. Informace o odložení zveřejnění musí být spolu s odůvodněním zveřejněna na stejném místě, kde jsou zveřejňovány bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce, již se týká odklad zveřejnění podle věty první, jeden výstisk práce k uchování ministerstvu

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, užití-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní vnitřní 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 užít 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 přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tématem mé bakalářské práce je tištěný magazín v digitálním věku. Využívám tedy tištěného média s propojením do digitálního prostředí. Ve své teoretické části této práce se zabývám magazínem, od počátku procesu jeho tvoření až do finální fáze, ale i záležitostmi grafickými s historickým podtextem. Dále zkoumám digitální prostředí v návaznosti na to tištěné a zjišťuji možnosti rozšířené reality, od pojmů až po její využití. Praktická část se poté zabývá rešerší, které jsem se mimo jiné dotkla již během teoretické části, a podrobným popisem samotné práce.

Klíčová slova: magazín, tisk, grafický design, typografie, digitální design, rozšířená realita, augmented reality, botanika

ABSTRACT

The theme of my bachelor work is a Print magazine in digital age. My whole work is based on connecting print medium with the digital one. At the beginning of my theoretical part I deal with magazine, from his first to the final step. Then I also explain some matters from graphic world with the historical context. At least but not last I deal with the options of augmented reality. Fluently continuing to the practical part of my bachelor work I am doing some research and working on the work self.

Keywords: magazine, print, graphic design, typography, digital design, augmented reality, botanic

Na úvod své bakalářské práce bych chtěla poděkovat především své rodině a své nejlepší přítelkyni Tereze Havránkové za jejich podporu a povzbuzování po dobu mého studia. Dále Mgr. Alici Kutnarové za její obětavou a vytrvalou pomoc i v těch nejhorších situacích. Také Mgr. Bohuslavu Stránskému, vedoucímu našeho ateliéru Digitální design a v neposlední řadě i Mgr. Václavu Skácelovi, za jeho rady a tipy při řešení mé bakalářské práce, které mi velice pomohly.

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

OBSAH

OBSAH	7
ÚVOD.....	10
I. TEORETICKÁ ČÁST	11
1 GRAFIKA.....	12
1.1 VÝVOJ PÍSMÁ	13
1.1.1 Základy typografie	16
1.2 BARVY A JEJICH VNÍMÁNÍ	17
2 TISKOVINY.....	19
3 MAGAZÍN.....	20
3.1 FORMÁT	22
3.2 VAZBA	23
3.3 MATERIÁLY	25
3.4 OBÁLKA MAGAZÍNU	26
3.5 SAZBA MAGAZÍNU	27
3.6 DESIGN VS. OBSAH	27
4 OBRÁZKY A VIZUÁLNÍ PRVKY	29
4.1 FOTOGRAFIE V 21. STOLETÍ.....	29
5 JAK TO BYLO S TISKEM	31
5.1 TISK	32
5.2 TISK VS. DIGITÁL.....	32
5.3 ORIGINALITA	32
6 DIGITÁLNÍ VĚK	34
6.1 DIGITÁLNÍ DESIGN – JAK JSME K TOMU DOSPĚLI?.....	35
6.2 DIGITÁLNÍ TISK	37
6.3 JAK JE TO S POD?	37
6.4 ELEKTRONICKÝ PAPÍR.....	37
6.5 ROZŠÍŘENÁ REALITA	38
6.6 ROZDÍL MEZI VR A AR	39
6.7 MARKER AR A MARKLESS AR	40
6.7.1 Marker AR.....	41
6.7.2 Markless AR.....	42
6.7.3 Jak to tedy je.....	43
6.8 AR V PRAXI.....	43
6.9 AR A MAGAZÍN ESQUIRE.....	45
II. PRAKTICKÁ ČÁST	46
7 KONCEPT.....	47
7.1 POČÁTEČNÍ ÚVAHY	47
7.2 VÝBĚR TÉMATU	47

7.3	REŠERŠE A SBĚR MATERIÁLŮ	48
7.4	ANALÝZA.....	49
7.5	STANOVENÍ CÍLŮ.....	49
8	VYPRACOVÁNÍ PROJEKTU	51
8.1	FORMÁT	51
8.2	PÍSMO	51
8.3	BAREVNOST	52
8.4	DIGITÁLNÍ PŘESAHA.....	52
8.5	MATERIÁLY – PAPÍR.....	53
8.6	VAZBA	53
9	ZHODNOCENÍ PROJEKTU	54
	ZÁVĚR	55
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	56
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	58
	SEZNAM OBRÁZKŮ	59
	SEZNAM PŘÍLOH.....	60

„Umění se zrodilo z vnímání a pozorování přírody.“

Marcus Tullius Cicero

ÚVOD

Nad tvorbou vlastní tiskoviny jsem přemýšlela již delší dobu. Chtěla jsem vytvořit něco originálního, s přidanou hodnotou, co by mohlo sloužit i ostatním. Magazín je ideálním prostředkem, jak předat informace čtenářům a zároveň je vizuálně obohatit. Pevně věřím, že tištěné publikace budou mít v naší společnosti vždy své místo, což považuji za skvělou příležitost, jak je rozšířit o nové technologie. Propojení tištěného media s rozšířenou realitou je k tomu ideálním prostředkem. Dochází tak k rozvoji zájmu o technologie jak u mladší, tak i starší generace, což mi přišlo jako zajímavý fakt, s možností nabídnout čtenáři něco navíc.

Jako prostředek rozšířené reality využívám možnosti augmentové reality, ve které předkládám videa k různým článkům v magazínu. Video jsem si vybrala proto, že mne jejich tvorba v poslední době zaujala a chtěla bych se v nich postupně rozvíjet dále.

Téma botanika je pak dalším prostředkem, jak nabídnout čtenáři zajímavosti z tohoto oboru, o kterém se v naší společnosti moc nehovoří. Celý magazín koncipuji s cílem, aby se nejednalo pouze o spotřební zboží, které po přečtení odložíme, ale abychom si jej založili do knihovny a mohli se k němu vrátit, protože nás bude vždy něčím lákat. Mým záměrem ale není jen zajímavá vizuální stránka, nýbrž i ta informační. Magazín je určen pro všechny věkové kategorie se zájmem o botaniku či přírodu obecně. Více se už dozvíte v samotné práci.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 GRAFIKA

Tak jako většina slov i slovo „design“ má latinský původ, kde znamenalo „označit“ něco. K nám se tento výraz rozšířil z anglicky mluvících zemí a obzvláště v současném 21. století může mít více významů. Označuje tak například nějakou činnost člověka, který něco kreativního navrhuje, ale také výsledný produkt toho, co bylo vytvořeno. *„Design je postupný proces a designové myšlení je v něm potřeba vyvíjet v každé fázi jeho hledání od klientova zadání až po hotové dílo. Od každého zadání lze dojít k různým řešením a ta se mohou výrazně lišit stupněm kreativity, praktičností či velikostí rozpočtu.“*¹

Grafický designer, zkráceně označován jako Grafik, je kreativní osoba, která předává své myšlenky a nápady dál v takovém zpracování, aby jim i ostatní porozuměli. Snaží se tedy zapůsobit, ovlivnit či přimět ostatní lidi k zamyšlení. Mimo to učí také lidi používat nových materiálů a věcí, které souvisí s jeho výtvoř. K tomu všemu využívá prostředky jako jsou např. typografie, barvy, různé značky a symboly, ilustrace, piktogramy a materiály. Grafický designer ale často pracuje i v digitálním prostředí, kde má možnost naopak využívat práce se světlem, animacemi, videi, zvukem apod. Jeho práce se tak často může prolínat i s jinými obory jako je Digitální design, Animace či 3D design.

Na přelomu 18. a 19. století se začíná grafický design stále více propojovat s reklamním prostředím. Oboje se pak spojilo v hlavní cíl, a to informovat společnost o nabízených službách, o myšlenkách či například různých událostech. Reklama v nás ve většině případů chce vzbudit potřebu si něco pořídit a grafický design ji v tom pomáhá tím, jak danou reklamu odprezentuje. Umělec tak často reaguje na potřeby svých klientů a přizpůsobuje tomu svůj design, což není zrovna šťastné řešení, ale většina designeru se takto žíví.

Samotný koncept je velice důležitý, protože každý grafický design a jeho výstup musí něco sdělovat. Nelze vytvořit pouze věc, která o sobě nic nevyovídá. V tom případě nelze hovořit o grafickém designu. Na vyjádření konceptu se také váže správné znázornění jeho vyjádření. Mnohdy totiž dochází k milnému pochopení celého konceptu, právě kvůli nevhodně zpracované grafické stránce. V designu tedy nejde jen o to, aby vše bylo bohatě

¹ AMBROSE, Gavin a Paul HARRIS. *Grafický design: designové myšlení*. Brno: Computer Press, 2011. Základy designu. ISBN 978-80-251-3245-6.

zdobené a plné grafických prvků ale i sdělení a komunikace s publikem je nanejvýš důležitá. A tak i zde platí pravidlo méně je někdy více. Velice důležité je upoutat pozornost na první pohled. To, zda se tak stane pomocí obrázku, textu, tvaru nebo něčeho jiného je zcela na uvážení grafika. Důležitou roli tu hraje například jeli náš výsledný produkt, tedy design, vystaven například na policích nebo mezi ostatními produkty. Na to bychom jako designeři měli také myslet a přizpůsobit tomu svůj koncept.

Grafický design by také měl být v jistém slova smyslu univerzální. A to zejména jedná-li se o návrhy piktogramů, značek a všeho co má za účel orientaci v prostoru. Příkladem může být i cedulka v nákupním centru s označením „exit“, která navede lidi ven v případě požáru. I obyčejné piktogramy na dveřích toalet jsou pro nás zásadní a je potřeba je udělat srozumitelné. Naše publikum by se nemělo nad těmito výtvary pozastavovat a přemýšlet o jejich významu. Dalším příkladem mohou být i cedule podél dálnice, které nás upozorňují kde sjet, odbočit nebo zkrátka jen pokračovat v cestě. Řidič ve vysoké rychlosti musí během pár sekund rozpoznat kam se má vydat, protože nemůže zastavit své auto a přemýšlet nad danou situací.

1.1 Vývoj písma

Ač si to mnohdy neuvědomujeme, písmo se v době svého vzniku stalo zásadním dorozumívacím prvkem.

Písmo pak nabylo ještě většího významu spolu se vznikem a rozvojem knihtisku. Samotnému knihtisku se již věnuji na dalších stránkách. Nyní bych vás ráda provedla trochou historie a vývojem písma, protože písmo se stalo zcela zásadní pro dnešní svět, aniž bychom si to v běžném životě uvědomovali.

Písmo, ačkoliv v jiných podobách, než jej známe dnes, jsme mohli zaznamenat již několik tisíc let před vynálezem knihtisku. Funkcí písma bylo vždy předávat myšlenky jiným osobám a generacím, třebaže i vzdáleným přes celou zemi.

Jako první se objevilo tzv. písmo obrázkové, a to v době, kdy ještě lidé neuměli psát a vyjadřovali se pomocí obrázků a kreseb. Do jisté míry se jednalo o univerzální písmo, protože mu rozuměli i cizí národy. Dnes bychom tento typ písma mohli označit jako piktogramy se kterými se setkáváme také v mezinárodním měřítku při každodenním životě. Jsou to například různé značky, popisky nebo označení něčeho. Později se začalo vyvíjet slovní

písmo, kde už obrázek stanovuje přesně vyslovené slovo, narozdíl od předchozího, kdy obrázky popisovaly nějaký děj.

S postupným vývojem lidstva, začaly jednotlivé znaky označovat zvuky, později slabiky, souhlásky a samohlásky. Z toho se vyvinulo písmo souhláskové neboli foinické. Tento typ písma byl však neúplný, a tak až teprve Řekové přišli s úplným písmem zahrnující hlásky, souhlásky i samohlásky. Ve srovnání s užitím spousty obrázků, tak stačilo k vyjádření jen několik znaků. Celý systém se tím začal zjednodušovat a zpřesňovat.

První písmo stylizovaných obrázků, které vzniklo v Mesopotamii bylo písmo klínové. To bylo psáno vždy na hliněné destičky. Později docházelo k vypalování desek, čímž se nabylo na jejich trvanlivosti.

Nelze to s určitostí říci ale na základě právě mesopotámského písma vzniklo v Egyptě písmo hieroglyfické. Při psaní na papyrus se začalo písmo postupně zjednodušovat. Tak se dostáváme až k hieratickému písmu.

O malé abecedě neboli minuskách zde ještě nemůžeme hovořit, protože v této době užívalo řecké písmo starověké jen velkých písmen abecedy. V sedmém století před naším letopočtem bylo právě v Řecku zavedeno psaní zleva doprava. Z Řecka se pak písmo dostalo do Středomoří až po Černé moře. V Itálii si poté Etruskové písmo předělali a následně jej převzali ještě Římané a lidé mluvící latinsky. Tím se dostáváme k latince, které se jinak říkalo také písmo římské. Kromě toho už vznikli také další písma jako: arménské, gruzínské, gótské, koptské, hlaholice, cyrilice, azbuka či slovanské.

Kapitálek se užívalo k slavnostním nebo historickým záznamům. S rychlejším způsobem psaní se následně rozvinula tzv. římská kursiva. Písmo se sklonem podle držení ruky. To ovlivnilo další vývoj písma.

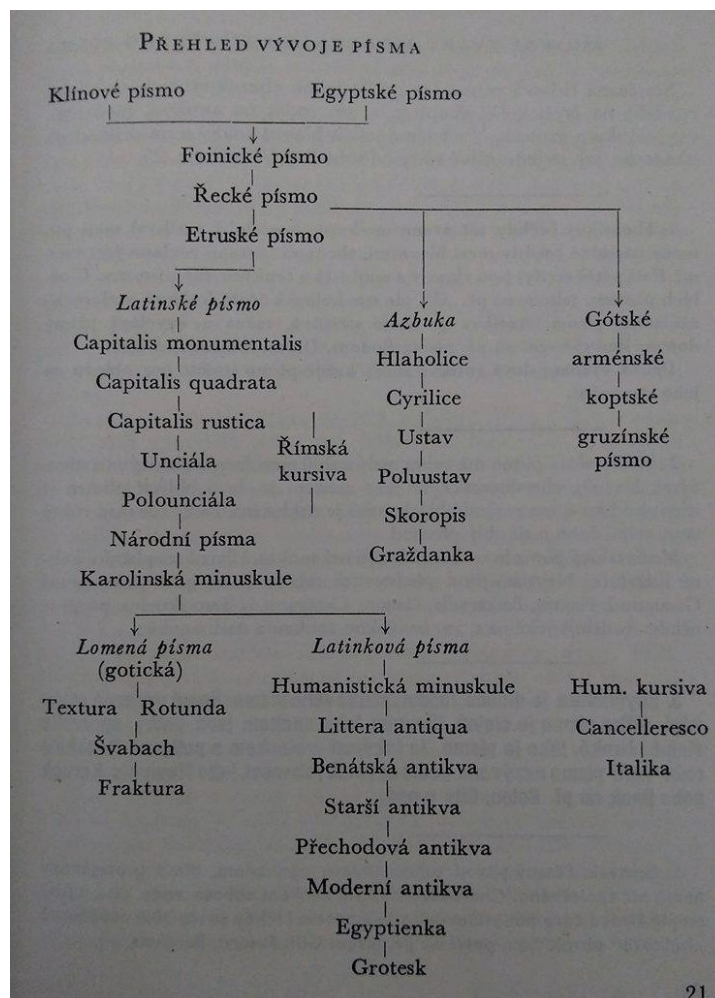
Na tvorbu malých písmen měla vliv irská polounciála, která se projevila na vývoji anglosaských i evropských písem. S myšlenkou jednotného písma přišel Karel Veliký v 8. století. Dal vytvořit karolínské minuskule, což bylo písmo s malými písmeny. To se rozšířilo do dalších částí Evropy.

Podle tvaru můžeme vývoj písma rozdělit do dvou skupin, a to na písma lomená. První skupinu prezentuje gotická minuskule, dále třeba švabach či fraktura. Druhou skupinu představuje tisková antikva.

Podoba tohoto písma pak byla dále individuálně upravována. Například u nás běžně používané háčky, čárky a kroužky zavedl Mistr Jan Hus.

V období renesance se začaly objevovat dva typy kursivy. Tou první je humanistická kursiva, která byla charakteristická tím, že její kapitálky byly stojaté, kdežto zbytek písmen byly šikmé. Dalším typem je kancelářská italika, u níž se inspirovala další tisková písma.

Vývoj písma mne velice zaujal, a tak zde přikládám ještě zkratkovitý přehled vývoje písma.



Obr. 1. Přehled vývoje písma²

² ŠALDA, Jaroslav. *Od rukopisu ke knize a časopisu*. Praha: Státní nakladatelství technické literatury, 1957.

1.1.1 Základy typografie

Typografie je velice zásadním prostředkem při zpracování magazínu. Ze všech faktorů, které nás při jeho prohlížení mohou ovlivnit je písmo právě nejdůležitější.

Je několik základních řezů písma:

- roman;
- italic;
- condensed;
- extended;
- bold;
- light.

Většina rodin písem jich však obsahuje daleko více, záleží na samotném autorovi písma, pro jaké řezy se rozhodne. Nikdy bychom však neměli zaměňovat řez Italic neboli kurziva s nakloněným písmem, ale to jistě znáte.

Spíše zásadou, než pravidlem je používat v tiskovině vždy maximálně dva až tři druhy písma z důvodu přehlednosti i estetiky. I počet druhů písma, které se rozhodnete použít při jedné práci vypoví spoustu o daném konceptu díla. Mohlo by se také stát že příliš druhů, velikostí ale i řezů by mohlo diváka zbytečně unavovat a rozptylovat jeho pozornost. Naopak bychom se ale zase neměli bát kombinovat různé druhy a velikosti písem, vždy však s rozumem a s ohledem na celkovou estetiku díla.

Se spoustou pravidel, která se právě zejména k typografii váží, uvedl typograf David Jury, citaci, která mi přijde velice poučná:

„Pravidla můžete porušovat, ale nikdy ne ignorovat.“³

Podobně jako je tomu u barev i písmo v nás může vyvolat různé emoce a ovlivnit naše vnímání výsledného designu. Stačí když se podíváte kolem sebe na ulici a všimnete si různých druhů písem a jejich použití.

³ SAMARA, Timothy. *Grafický design: základní pravidla a způsoby jejich porušování*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.

1.2 Barvy a jejich vnímání

To, jak vnímáme barvy je velice komplexní záležitost. Naši představu ovlivňuje to jak mozek a oči přijmou odrážené světelné vlny. Avšak pro to, abychom mohli s divákem správně komunikovat je důležité barvy správně kombinovat a využít jejich optických vlastností. Základní faktory v oblasti barev, které působí na publikum:

- odstín;
- sytost;
- jas;
- teplota;
- kombinace barev;
- rozvržení barev.

Volba barevnosti a její použití je více než zásadním faktorem při tvorbě grafického designu. Je potřeba mít na paměti, že barvy a barevné kombinace v nás vyvolávají spoustu psychologických a emocionálních významů, které se můžou různě lišit.

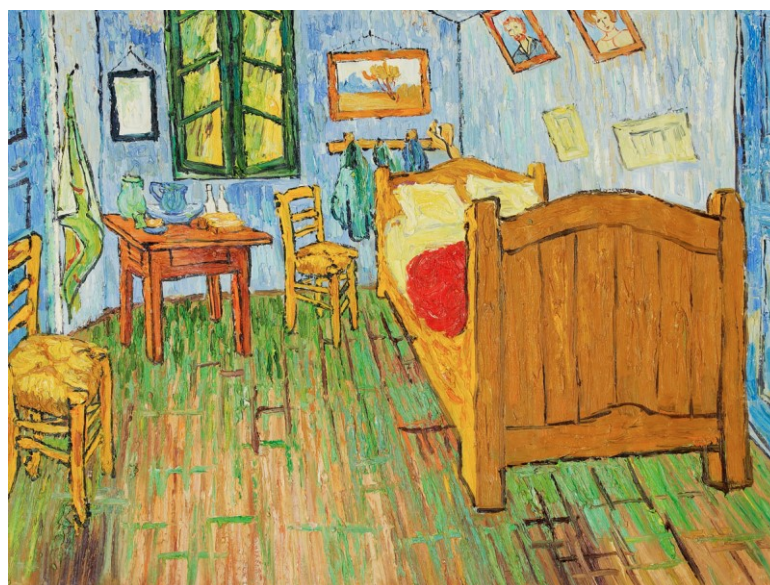
Lze se setkat také s názvem tzv. „barevné kódování“, což lze vysvětlit jako princip, pomocí něhož si člověk propojuje různé části designu. Může nám to také usnadnit a urychlit orientaci např. mezi několika různými chemickými prostředky.

Při svém zahraničním pobytu v Belgii jsem se při kresbě setkala s velice zajímavou knihou, kterou doporučuji i těm, co si myslí že o barvách ví už úplně vše. V Belgii ji najdete pod názvem Kleurenleer od Johannese Ittena. Zkoušela jsem si různé postupy z knihy aplikovat také ručně do svých kreseb nebo si ručně míchat barvy, abych lépe pochopila jejich fungování. Různé barevné principy jsem se pak snažila hledat také v dílech umělců. Nejlepší inspirací pro pochopení fungování barev mi byla díla od Vincenta van Gogha.

Barva je tak nedílnou součástí celého procesu navrhování a utváření dojmů čtenáře a pozorovatele.



Obr. 2. Ukázka barevného schéma z knihy Kleurenleer.⁴



Obr. 3. Vincent van Gogh – pokoj v Arles. Ukázka použití barevných kombinací.⁵

⁴ Hajková, Lucie. [fotografie] 2016. Obrázek z archivu autorky

⁵ Vincent van Gogh. In: *Art* [online]. [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <https://sites.google.com/a/passaic-city.k12.nj.us/art/art-history/vincent-van-gogh>

2 TISKOVINY

Tiskoviny, ať už v podobě novin, magazínů, časopisů či knih, nás neustále obklopují kamkoliv jdeme, mnohdy aniž bychom to vědomě vnímali. Děje se tomu tak i v dnešní digitální době a dle mého názoru je to tak dobře, protože tiskoviny a jejich design v nás utváří úplně jiné vnímání a pocity než jen elektronická podoba publikací.

Od těch příjemných tiskovin, které si samy vybereme se stále více dostáváme k těm méně zdařilým, které nacházíme například v poštovních schránkách v podobě letáků.

Budeme-li se bavit o publikacích jako jsou knihy, katalogy či magazíny, můžeme si všimnout, že jejich prohlížením a čtením se dostáváme do fáze, kdy si rozšiřujeme obzory, a aniž bychom museli vlastnit vše co je v těchto publikacích zobrazeno, snadno dosáhneme pocitu podobajícího se tomuto životnímu stylu, který je v magazínu prezentován.

Dalo by se říci, že náš výběr ovlivňuje formát, typografie, barvy, obálka a obrazy či fotografie.

Jako grafický designer je potřeba si uvědomit že každá publikace má svou určitou životnost. Na rozdíl od novin, které jsou určeny jen pro daný den, při navrhování knih je potřeba myslet na stálost. U magazínů by se pak dalo hovořit o individuálnosti, ale platí že jejich životnost se pohybuje v řádech měsíců. Nicméně právě my jako designeři jsme schopni toto do jisté míry změnit a díky vizuálu přimět zákazníky k prodloužení životnosti zakoupené publikace. I obyčejný magazín, který bude po vizuální stránce zajímavý a zaujme své publikum, může nalézt své místo v knihovnách a policích.

3 MAGAZÍN

Většinu času hovoříme-li o magazínu, jeho definice se bude poměrně shodovat s definicí časopisu. Ne že by tomu u časopisu nemohlo být jinak, ale u magazínu si můžeme dovolit větší odlišnost, rozdílnost ve formátu, ve zpracování i materiálu. Jak jsem již zmínila, po většinou si také najdou místo na našich policích na rozdíl od časopisu, který nemá za cíl být vystavován a uchováván, proto je ztvárňován jen na krátkodobé použití.

V magazínu se také více setkáváme s obrázky či fotografiemi než s texty. Lze jej tedy označit za jakýsi lepší obrázkový časopis. Magazín je určen čtenářům, které spojuje nějaký společný zájem pro něco, proto se zde jen tak nesečkáte s nějakými nahodilými tématy různého typu.

Jeho rozsah je libovolný, od pár stránek po několik desítek stran. Také jeho měřítko neboli velikost je zcela na uvážení grafika. Všechny tyto aspekty jsou zde spíše očekávané než zavrhané.

Zatímco dříve se pod pojmem magazín skrýval nějaký soubor barevných stránek, dnes se tento pojem stal pro čtenáře spíše něčím, co mohou vnímat, cítit, číst ale i jak mohou vypadat.

S nástupem internetu a webových stránek se začali proměňovat i některé magazíny po své fyzické stránce. Uchylovalo se více k ne tak obvyklým formátům a některé magazíny se podobaly spíše knihám. To se projevilo třeba u zahraničního magazínu Monocle. U Monocle magazínů je také zajímavý vzhled obálky. Je navržen tak že každé číslo vypadá téměř shodně, s odlišností odstínu barvy. U tohoto magazínu lze tedy hovořit o jisté serióvosti, nebo minimálně navození tohoto pocitu u čtenářů. Internet ovlivnil i vzhled novin, který se posunul spíše na vizuální úroveň magazínů v porovnání s novinami, které vycházeli před nástupem webu.

Obr. 4. Ukázka různých obálek magazínu Monocle.⁶

⁶ Volume 10. In: *Monocle* [online]. [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <https://monocle.com/magazine/issues/>

Myslím si, že v některých případech se dokonce funkce novin a magazínu začala překrývat. Příkladem může být mimo jiné i týdeník Respekt, který nám přináší aktuální dění z celého světa, kde je dle mého názoru mnohem detailněji, záživněji a zajímavěji podáno to co se právě odehrává ve světě než z běžných novin. Umí tak čtenářům poskytnout daleko větší rozhled a názory na aktuální dění než čtení novin.



Obr. 5. Týdeník Respekt⁷

Vytvořit a dát do oběhu magazin je dnes jednodušší a levnější, než kdy předtím ale stále obtížnějším je přilákat čtenáře a udržet si je. S ohledem na tuto skutečnost bych chtěla svou bakalářskou práci koncipovat právě vizuálně odlišněji, než jsou periodika dostupná v trafikách a stáncích prodejců.

3.1 Formát

Dalo by se říci, že vstoupíte-li dnes do obchodu s novinami a periodiky, všechny budou poměrně shodného formátu. Většina je odvozená od formátu A4, nebo se tomu alespoň přibližuje. Některé se pak vyrábí ve zmenšeném formátu, který bývá často ve velikosti A5, ale mnohdy bývá i o něco menší, hlavně z důvodu praktičnosti. Vychází tedy z toho, při jaké příležitosti lidé periodika otvírají a kam je nosí. Velmi praktické a zajímavé ztvárnění

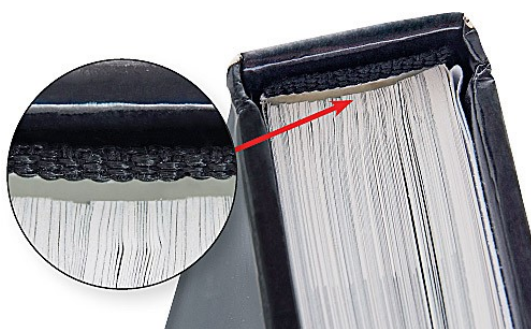
⁷ Týdeník Respekt už vlastní pouze Economia. In: *Mediaguru* [online]. [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/2014/01/tydenik-respekt-uz-vlastni-pouze-economia/>

má například National Geographic. Některá periodika pak dokonce dělají dva shodné výtisky, jeden klasický a druhý zmenšený. Příkladem byl donedávna ještě módní časopis Joy. Poměrně zajímavým prvek, který dodá publikaci na zvláštnosti je také tzv. okénkový sklad. Jsou to stránky navíc, které se lomem skládají směrem ke hřbetu. Může se na něj umisťovat fotografie, grafika, plakáty atd.

3.2 Vazba

Vazba neboli seskupení vícero jednotlivých listů papíru je dalším prvkem tiskovin, který v nás utváří dojem z finálního díla. Existuje celá řada vazeb a je jen na nás designerech si vybrat tu vhodnou, která bude doplňovat naši publikaci. Mezi ty nejpoužívanější řadíme např.:

Lepenou knižní vazbu, kde se složky k sobě pojí pružným lepidlem.



Obr. 6. Lepená knižní vazba v tvrdých deskách.⁸

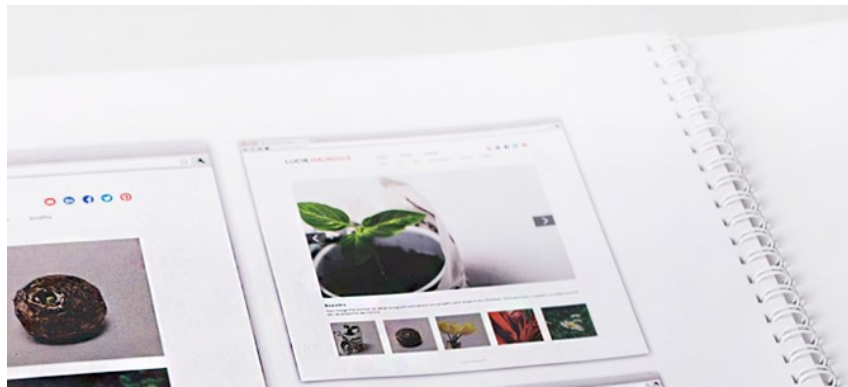
Mechanické nebo spirálové vázání, které známe především z kalendářů, kdy jsou jednotlivé listy spojeny pomocí spirály.

⁸ Technologické limity vazby knih V2, V4, V7 a V8. In: *Expresní knihárna – šitá vazba V4, V7 a V8 pro Vaše knihy!* [online]. [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <http://www.expresnikniharna.cz/technologicke-podminky-v2,-v4,-v8.html>



Obr. 7. Spirálová vazba⁹

Kanadské vázání se provádí spojením stránek publikace dohromady drátem, ale přitom si publikace zachovává hřbet, který zobrazuje název a informace o vydání. Tato vazba není zas tak obvyklá, a proto je svým způsobem zajímavá. Polokanadskou vazbu jsem si vyzkoušela při svém prvním tištěném portfolio.



Obr. 8. Polokanadská vazba¹⁰

⁹ Laminace a vazba. In: *KODAK JAKOUBĚ* [online]. [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <http://jakoube.cz/laminace-a-vazba/>

¹⁰ Hajková, Lucie. [fotografie] 2014. Obrázek z archivu autorky

Různé druhy vazeb, zejména pak ty šité a jiné méně obvyklé mne vždy fascinovaly. Chtěla bych proto některou z nich využít i u své bakalářské práce. Existuje samozřejmě celá řada dalších druhů vazeb, ale můj výběr se směřován k možnostem využití u magazínů.

3.3 Materiály

Není papír jako papír. A i ten se dnes může v tiskovinách prolínat s dalšími materiály pro dosažení větší originality a zajímavosti. A protože i já se chci ve své praktické části bakalářské práce věnovat zajímavým materiálům, je potřeba se seznámit nejdříve s možnostmi různých druhů papíru.

Nejčastěji se setkáváme s novinovým papírem, který jak sám název naznačuje se používá pro noviny či komiksy a jeho výroba je levnější než druhy jiných papírů. Pro publikace typu výroční zpráva se nejčastěji používá ofsetový papír s hrubším povrchem, nazývaný také žlutavý papír antik. Bez dřevý ofsetový papír je další velmi často užívaný papír. Používá se pro komerční tisk, do tiskáren a kopírek. Myslím, že řada z nás se zejména na základních školách setkala i s dřevitým typem papíru, který se vyznačuje tím, že po čase žloutne a barvy se ztrácejí, a tak se zejména v minulosti používal také pro noviny, kde není potřeba dlouhodobého využití. Nenatíraný karton je vhodný spíše pro titulní strany a obálky neobvyklých publikací. Pro časopisy se ve většině případů používá vysoce kvalitní papír s plnidly jako je kaolín nebo křída, které poskytují kvalitní tiskový povrch. Je pro něj typický vysoký lesk a jas. Na nálepky nebo různé obaly se používá chromovaného papíru, který má na jedné straně voděodolný potah. Hrubý papír volíme pro různé textury. Pro dekorativní účely obálek je příhodný také tzv. aksamitový papír, který díky příměsi vlněných nebo rostlinných vláken získává na sametovém vzhledu.

Kromě práce s papírem jako takovým bych chtěla zapojit do své bakalářské práce i práci s technikou prosvítání, a tudíž i průhledných materiálů tak, abych docílila prosvítání potišťené strany na straně nepotišťené. Zajímavou práci, kde je využito průsvitu má třeba francouzská grafická designérka Alexia Roux u své práce zvané „Hyperosmique“.



Obr. 9. Ukázka průsvitu – Design graphique hyperosmique.¹¹

3.4 Obálka magazínu

Obálka publikací, ať už je to kniha, časopis či magazín, hraje velkou roli při čtenářově výběru. Nesmíme ji tedy opomíjet a zároveň bychom měli myslet na to, že je to první věc, která určí naše dojmy z ní. Jak jsem již zmínila, velice zajímavě provedenou obálku má například magazín Monocle.

Téměř u všech publikací hraje velkou roli materiál. A právě u magazínů se očekává, že designer bude využívat rozličnosti materiálů, aby vytvořil něco originálního až zvláštního, a přesto zcela dosažitelného pro všechny.

Velice důležitá část obálky je tiráž, i když ji mnoho lidí opomíjí. U čtenáře vytváří pocit známosti, a tak jej může na první pohled zaujmout. Je zapotřebí tak volit typický druh písma pro danou publikaci, barvu i styl. Ve dnešní uspěchané době to tak může být ještě větší plus, protože spousta lidí přijde ve spěchu k prodejci a očima si letmo prohlédne všechny tiskoviny a zcela jistě je zaujme právě ta, se kterou se již v minulosti seznámili nebo je

¹¹ ROUX, Alexia. Design graphique hyperosmique. In: *Behance* [online]. NYC: Adobe Systems Incorporated [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <https://www.behance.net/gallery/18377841/Design-graphique-hyperosmique>

nějak zaujme. Avšak u magazínu se s tiráží v takové míře nesetkáme. Záleží na druhu magazínu, například magazín, který se vkládá jako součást novin a bývá tak mnohdy zadarmo nemá zapotřebí mít tiráž, jelikož jde vidět až po otevření novin.

I zde tedy záleží, jak se daná tiskovina ve výsledku prodává, tedy jak se vystavená. Vystavuje-li se celá obálka, má designer mnohem více prostoru, na kterém může svou fantazii rozvést.

3.5 Sazba magazínu

Jistě jste si všimli že sazba magazínu je odlišná například od knihy. Samozřejmě záleží na autorovi publikace, jak se rozhodne, zda bude magazín nasázen ve sloupcích či nikoliv ale v 90 % případů je magazín vždy nasázen do sloupců.

Při sazbě do sloupců pak také záleží, jaký obsah je do nich sázen, jaká bude délka a šířka sloupců či druh písma. Vše by ale mělo být provedeno s ohledem na komfort při čtení čtenářem. Je zde ale jedno pravidlo, které uvádí, že na každém řádku by mělo být alespoň 7 slov.

Z vlastní zkušenosti vím, že stejně jako příliš dlouhé linie či řádky čtenáře zbytečně unavují tak i příliš krátké. Proto je vždy dobré myslet na to, jak budu čtenář k tiskovině přicházet.

Stejně jako využíváme nebo bychom měli využívat tzv. gridového systému při sázení textu, mělo bychom jej využívat i při umístování ilustrací, fotek, obrázků, kreseb apod.

3.6 Design vs. Obsah

Zejména u magazínu čtenáři očekávají že design bude prezentovat obsah tiskoviny. Všechno musí být dokonalé. Každé slovo musí být gramaticky správně napsané, každá stránka musí být očíslovaná a mít hlavičku, která se s vámi pohybuje po všech stránkách a provází vás po magazínu. Očekává se jistá hierarchie každé stránky. Všechny tyto zvyklosti či pravidla, jsou jen začátkem celého designového procesu.

Abychom jako designeři odlišili magazín od knihy jsme zodpovědní za to, že správně vybereme formát, barevnost a dokážeme pomocí prvků provázat jednotlivé strany. To vše je dnes rozšířeno ještě o digitalizaci.

Designer musí také dobře komunikovat například s editorem článku, aby došlo ke správnému pochopení a vhodnému navržení designu. Často tak dochází k tomu, že designer mu-

sí mít dobrou znalost psaní, a naopak editor základy designu, aby se dosáhlo perfektního výsledku. Uvedla bych to na příkladu opět zmíněného českého týdeníku Respekt, který nám jasně, někdy i s jistou nadsázkou, sděluje problematiku daného čísla. Je to něco, co jako čtenáři očekáváme. Například toto číslo, které vyšlo v červnu roku 2016.



Obr. 10. Obálka týdeníku Respekt¹²

¹² Zůstaňme spolu. In: *Respekt* [online]. Praha: Economia [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2016/24>

4 OBRÁZKY A VIZUÁLNÍ PRVKY

Zejména u tiskovin jako jsou magazíny nebo módní časopisy, se stává, že nelze slovy jednoduše popsat danou problematiku, a tak je lepší předat čtenáři na první pohled jasnou informaci pomocí obrazu. Myslím, že bez použití fotografií, ilustrací či různých vizuálních prvků už zcela neobejdeme.

4.1 Fotografie v 21. století

Velkým, dalo by se říci, že dnes spíše již problémem nešvarem, je používání fotografií z fotobank na internetu. Zpočátku fenomén něčeho dostupného a univerzálního se dnes stává otřepaným a nudným. Dochází k tomu, že spousta fotografií je používaných neustále dokola na různých designech a divák se tak snadno dostává do situace kdy je znuděný a nevěnuje pozornost sdělení daného designu. V zásadě se tedy nedoporučuje používat fotografie, které jsou vysoce frekventované. Tudíž dnes už lepším řešením je využívat různých grafických prvků, byť jen čar, teček či vlnovek k doplnění vizuální stránky designu.

Rozhodneme-li se ale pracovat s fotografií, je zapotřebí mít jejich zdroje v patřičné kvalitě a rozlišení, aby se předešlo případným problémům při tisku. Základním pravidlem je uvádět vždy rozlišení 300 ppi abychom předešli tzv. *pixelaci*. V dnešní době se nemusíme bát ani experimentů s fotografií. Ba naopak, mnoho lidí to uvítá jako nějaké zpestření. Lze tedy využít různých formátů, barev a velikostí.

Zajímavou ukázkou práce s fotografií v reklamě bývají zpravidla reklamy větších společností, například ta od Volkswagen, kterou příkládám níže.



For the right light in the right situation.
Dynamic Light Assist by Volkswagen.



Obr. 11. Reklamní kampaň – Volkswagen¹³

¹³ Volkswagen Dynamic Light Advertising Campaign. In: *George Fairbairn* [online]. 2013 [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <http://gfphoto.co.uk/2014/05/29/5-best-advertising-photos-may-2014/>

5 JAK TO BYLO S TISKEM

Až do patnáctého století byly ručně psané písemnosti na pergamenu určené jen bohatým lidem. To mohlo být způsobeno i tím, že pergamen byl náročnější na výrobu než papír a několikrát dražší. Bylo tedy běžné, že dílo s obsahem cca 200 stran mělo stejnou hodnotu jako movité věci majitele.

Situace se zlepšila s nástupem papíru, který se do Evropy dostal z Číny. Poprvé se začal papír vyrábět také v Evropě kolem roku 1282 a to v italském městě Fabriano. Záhy byl pergamen zcela vytlačen papírem. Stalo se tak právě díky rychlosti a dostupnosti výroby papíru. Dodnes je papír, který se vyrábí právě v italském Fabriano známí po celém světě, protože se stále používá například pro výrobu bankovek.

Výroba knih ale byla stále velmi nákladná, což bylo způsobeno dřevoryty, které bylo potřeba připravovat na každou knihu nové. Až díky němcovi Johannu Gutenbergovi se produkce tisku stala opět o něco dostupnější. Vynalezl totiž způsob, kdy bylo možné pomocí oddělených jednotlivých znaků tisknout písmena stále znovu, jelikož se dala znovu přeskupit, a tak používat neustále dokola. To způsobilo, že se zrychlil tisk a tím i informovanost lidí. Tištěné publikace tak byly mnohem dostupnější i obyčejným lidem než dříve. Informace se ukládali a předávaly dále. Dle mého názoru byl vynález knihtisku obecně zcela zásadním pro lidstvo.

Na začátku se toho využívalo zejména pro náboženské účely, později už můžeme hovořit o jakémsi předchůdci novin. Vždyť bez knihtisku bychom neznali historii a obyčejní lidé by se nenaučili číst a psát.

Vše se zlepšilo a urychlilo s nástupem průmyslové revoluce. V 19. století jste se tak mohli běžně setkat s prvními katalogy a různými poetickými díly. K ještě většímu rozšíření tiskovin vedl vynález fotografie, které začaly být součástí právě katalogů a propagačních materiálů. To, jak souvisí fotografie s publikacemi a magazíny rozebírám ale už v samotné kapitole tomu věnované.

Mohli bychom říci že knihy a psané publikace jsou jakýmsi spojovacím prvkem mezi generacemi i lidmi po celém světě.

5.1 Tisk

Oproti dřívějšímu je dnes barevný tisk zcela běžný a není tak moc finančně nákladný. Proto se s barevným tiskem setkáme už opravdu všude, není-li to vyloženě záměr používat černobílý tisk.

Nejčastěji používaným barevným model v tisku publikací je CMYK. Pro vysvětlení zkratky: cyan je azurová barva, magenta je odstín purpurové, yellow tedy žlutá barva a keyline tedy černá. Pro digitální prostředí se využívá modelu RGB, které je zkratkou barev pod anglickými názvy red, green a blue.

Máme-li vše potřebné k tisku nachystané můžeme se pustit do tiskových příprav. Já však doporučuji si vždy před tiskem zejména početných stránkových publikací vytvořit malou maketu, třebaže jen z nákresů pomocí ruky. Nejlépe ve formátu 1:1 abychom dosáhli přesné repliky. Můžeme díky tomu odhalit případné chyby či nedostatky a vyhnout se zbytečným tiskovým nákladům.

5.2 Tisk vs. digitál

O tom, že web nahradí tištěné magazíny a tiskoviny obecně slyšíme už spoustu let, ale tento jev se tak docela ještě nedostavil.

Podíváme-li se ale na to, kolik mladých lidí má v dnešní době svůj blog a věnuje se blogování na internetu, zjistíme že jich není zrovna málo. Ale i tito lidé vydávají často nějaké publikace, zejména pak knihy, tudíž i ti se nakonec vrací k tištěným médiím. Ostatně blogy a magazíny se navzájem podporují a vyvíjí se pospolu. Například velké množství publikací o vaření je doprovázena právě taky blogem, který poskytne uživateli detailnější poznatky a rady. Jedním příkladem je třeba dnes mezi mladými velmi oblíbená anglická vlogerka Zoella, která mimo jiné proslula i svými knihami.

Internet také přispěl k podobě dnešních magazínů. Jejich dnešní různé velikosti, formáty a typy nebyli ještě nedávno tak běžné.

5.3 Originalita

Pro ještě větší originalitu je možné využít různých doplňkových technik ve finální fázi práce, jako je například výsek. Výsek má svůj význam hlavně po dekorativní stránce a znamená, že se pomocí raznice odstraní potřebná část materiálu. Může sloužit například

pro prosvítání na další stránku, nebo jen jako ozvláštnění. Každopádně tato technika mi přijde zajímavá a myslím, že bych ji také mohla nějakým způsobem využít ať už u praktické části bakalářské práce nebo v budoucnu na jiných pracích. Zajímavého zpracování této techniky na obálce magazínu využila také Jermaine Boca.



Obr. 12. Knockout od autorky Jermaine Bocy¹⁴

Poměrně zajímavou technikou, která se objevuje vesměs na obálkách a přebalech je tzv. slepotisk neboli vytlačení a vtlačení. Jedná se o nějaký obrazec či text, který se vyražením do podkladu projeví zvýšením povrchu v daném místě. Takto nazýváme vytlačení či emboss. Je možné provést i opačný efekt tedy vtlačení neboli deboss.

¹⁴ BOCA, Jermaine. Knockout. In: *Behance* [online]. NYC: Adobe Systems Incorporated [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <https://www.behance.net/gallery/31374275/Knockout>

6 DIGITÁLNÍ VĚK

Zejména v posledních dvaceti letech můžeme mluvit o digitální revoluci, která bezesporu pomohla i rozvoji publikací. Lidé tak nejen, že publikace a tiskoviny nakupují, ale také si je samy vytvářejí. Z pohledu grafika to může být zavádějící, jelikož právě tyto výtvořky vedou spíše k tzv. grafickému odpadu ale můžeme se na to také dívat jako na pokrok, který opět zpřístupnil i obyčejným lidem možnost se podílet na produktech.

Již nějakou dobu lidé prorokují zánik tištěných věcí, zejména pak knih a dávají to za vinu právě rozšiřujícímu se digitálnímu prostředí. Někteří v tom vidí pokrok, jiní jsou zklamaní. Já jsem ale názoru, že tištěné slovo zde vždy bude mít své místo, protože obrazovka nikdy nedokáže plně nahradit jedinečnost tisku. V současnosti je poměr digitálních publikací a tiskovin dalo by se říci vyrovnaný. Ale většinové nahrazení digitálními nástroji není vyloučeno.

Díky počítačům a patřičným programům mohou grafici snadněji sázet texty a propojovat je s obrazy a grafikou. Dostáváme se tak k lepší vizualitě a urychlení veškerého procesu kolem sazby a tisku.

Publikace ale už nemusí být pouze tištěné ale také v digitální podobě. Což vede ještě k rychlejšímu šíření informací. Je snadné zapnout internet a stáhnout si dílo, které před pár sekundami publikoval někdo z druhého konce světa.

Digitální fotografie také usnadnila, a hlavně zlevnila přístup k fotografiím. Již nemusíme kupovat drahé filmy a čekat na jejich vyvolání. S patřičnými programy je velmi snadné přesunout fotografie do počítače a provést jejich následnou retuš.

Žijeme v úžasné době, kdy jsou nám technologie přístupné na každém kroku a informovanost roste každou sekundou. Ale je potřeba mít na paměti, že žádná technologie není neomylná, podobně jako člověk a vždy je lepší mít alespoň minimální základ znalostí ruční práce.

Zpět k počátkům digitálního věku bych zmínila ještě jednoho významného člověka, a to Ladislava Sutnara. Znáám jej jako malíře, ale teprve díky podrobnějšímu zkoumání v rámci mé bakalářské práce jsem zjistila, že stojí na počátcích rozvoje designu informací. Jedná se o Čecha emigrujícího do New Yorku. Jistě za zrodem tohoto tématu stojí daleko více lidí. Samozřejmě také známý Steve Jobs dal jeden z nejdůležitějších základů pro naši tvorbu, a

to Macintosh počítač v roce 1984. Prostor mezi designem a novými, zejména počítačovými technologiemi, se neustále rozvíjí a narůstá.

6.1 Digitální design – jak jsme k tomu dospěli?

Abychom pořád jen nepředpovídali, jak to může a nemůže jednou být z pohledu tištěného slova, vrátila bych se ještě k začátkům, kdy vznikal hypertext atd. abychom si ujasnili vše co je potřeba pro práci v digitálním prostředí.

Zjednodušeně řečeno, hypertext je nelineárně uspořádaný text v elektronickém zařízení. Hypertext často obsahuje také hyperlinky, což mohou být slova či obrázky, které nám umožní dostat se po jejich kliknutí do jiné části dokumentu. Tohoto principu se využilo při zakládání WWW (World Wide Web). Přistoupíme-li k tomuto objevu v porovnání s knížkou nebo tiskovinami obecně, je zde značný rozdíl v procházení těchto dvou médií. Zatímco knihu musíme prohlížet a číst postupně od začátku do konce, hypertext nám umožňuje přeskakovat z jednoho místa na druhé dle našeho uvážení a potřeb. První reálné využití hypertextu zaznamenáváme kolem 80. letch 20. století. Jednalo se o hypertextovou aplikaci pod názvem Aspen Movie Map. Pomocí kamery přidělané k autu se nasnímkovalo město Aspen a následně byla vytvořena jakási virtuální prohlídka města Aspen v Coloradu. Přirovnala bych tuto aplikaci k dnešním Google Maps, které fungují také na podobném principu a můžete si v nich virtuálně procházet jednotlivá města, vesnice a zákoutí světa. V níže přiloženém obrázku lze vidět reálný obrázek z Aspenu v porovnání s virtuálně nasimulovaným.



Obr. 13. Aspen Movie Map¹⁵

¹⁵ Aspen Movie Map. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2003 [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Aspen_Movie_Map#/media/File:QADAS.jpg

Přes postupné zkoumání hypertextu a jeho následném ovlivnění dalších medií jsem se dostala až k digitálnímu tisku.

6.2 Digitální tisk

Zatímco u různých tiskových technik v minulosti (i když své uplatnění mají i dnes) bylo zapotřebí zdlouhavého procesu pro samotný tisk, u digitálního tisku tiskneme přímo z počítače. To je výhodné zejména u malonákladových tiskovin, kdy digitální tisk nahrazuje ofsetový tisk. Prováděn je dnes už většinou pomocí laseru, nikoli inkoustu.

Tento druh tisku má značné výhody, ať už je to rychlost nebo třeba menší finanční náklady. Nevýhodou může být to, že nelze tisknout v přímých barvách. Digitálního tisku se využívá hlavně pro tisk vizitek, letáků ale i brožur a dalších tiskovin, které nejsou vysoko nákladové.

6.3 Jak je to s POD?

Při svém zkoumání různých technik jsem se seznámila také s POD neboli Print on demand, přeloženo do češtiny jako tisk na požádání. Tento druh tisku má nesporné výhody u tiskovin a publikací, které nemají tak velkou poptávku, aby se vyplatil jejich obrovský tiskový náklad a následné skladování ve skladu. POD tak umožní během pár dnů, zpravidla dva dny, dotisk požadované publikace a její okamžité distribuování zákazníkovi. Může se stát, že výrobní cena takové publikace je sice vyšší než u jiného druhu tisku ale v kontrastu s nenutností skladování a dalšími faktory může být její výsledná cena ještě nižší. Tohoto principu využívá třeba Amazon.

6.4 Elektronický papír

Každý jej dnes známe v podobě elektronických čteček, ale málo kdo si vlastně uvědomuje, jak tento princip funguje. Já sama jsem jej začala zkoumat až postupně s časem a dokonale jsem jej doteď neznala, přitom je to poměrně zajímavá technologie, která se určitě bude dále rozvíjet. Pro snadnější pochopení jsem vybrala tuto citaci z poslechu pořadu na Radio Wave:

„Technologie elektronického papíru je nejčastěji spojována se čtečkami elektronických knih. Displej využívající tuto technologii obsahuje mnoho kapslí, které v sobě mají dvě barvy inkoustu. Pomocí relativně minimálního množství energie dokáže displej přepnout

každou jednotlivou kapsli na barvu, kterou potřebuje. Takto fungující displej tedy sice není tak verzatilní a rychlý jako třeba OLED displeje, ale spotřebuje daleko méně energie, je bytelný a lépe se z něj čte – obzvlášť pak na přímém slunci.“¹⁶

Tento elektronický papír se už ale nepoužívá výhradně u knižních čteček, ale aplikuje se například i na mobilní telefony. Není to sice ještě tak obvyklé, ale určitě nás v tomto odvětví čeká velký posun. Jedním z telefonů, který má právě tento displej je například Siam 7x. Tento mobilní telefon má dva displeje, kdy již zmíněný displej na principu elektronického papíru se nachází na zadní straně telefonu. Využití najde zejména při sledování aktuálního času. Nemusíte tedy neustále zapínat první displej telefonu a tím šetříte také svou baterii a energii při dobíjení. Myslím si, že je to velice zajímavý princip i když by to asi chtělo leccos doladit, ale už se těším až se začnou takové smartphony produkovat ve velkém.

6.5 Rozšířená realita

Při průběžném zkoumání, co vlastně pojem rozšířená realita znamená, jsem se setkala se spoustou různých definicí. Velké množství definic je spíše odborných ale já bych se pokusila vše shrnout a vysvětlit vám její pojem po svém, aby mu rozuměla většina lidí, protože podle mě je důležité, aby mohli významu rozumět všichni, nejen odborníci.

Rozšířenou realitu definuji jako reálný svět, do kterého přidáváme digitální prvky, jež se nám zobrazují v reálném čase. Takovouto upravenou realitu můžeme sledovat pomocí brýlí, přes mobil, obrazovku monitoru a jiných zařízení. Zpravidla nám bývají zobrazovány nějaké informace, ať už v podobě textu či obrázku, nebo i různé ilustrace, animace, 3D objekty a spoustu dalších. Není zde jasná hranice, která by nás omezovala.

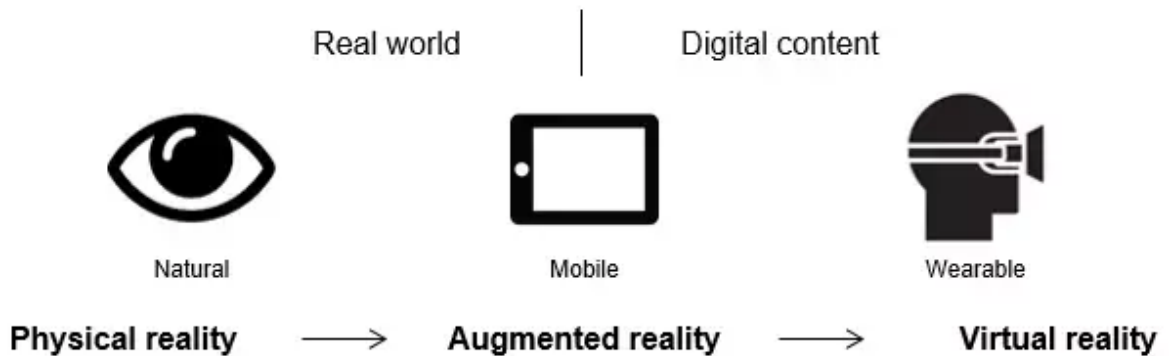
¹⁶ SCHNEIDER, Matěj. Elektronický papír a chytré telefony: hračička pro geeky, nebo budoucnost?

In: *Radio Wave* [online]. Česko: ČRo Radio Wave, 2016 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z:

http://www.rozhlas.cz/radiowave/stitky/_zprava/elektronicky-papir-a-chytre-telefony-hracicka-pro-geeky-nebo-budoucnost--1674379

6.6 Rozdíl mezi VR a AR

Rozšířenou realitu ale můžeme, nebo bychom spíše měli, ještě rozdělit jako VR – Virtuální realitu a AR – Augmentovou realitu, které se rozdílně vážou k rozšířené realitě. Pro ještě lepší pochopení přikládám obrázek, který mi přijde dobře znázorněný.



Obr. 14. VR a AR¹⁷

VR – Virtuální realita je jinými slovy realita sama o sobě. Je to virtuální svět, ve kterém se můžeme pohybovat a dělat věci odlišné realitě. Nejčastěji se k tomu používají VR brýle, jinak nazývané také HMD – head mounted display, spolu s jiným vstupním zařízením, jako je například data glove, tedy rukavice, která nám pomáhá tuto realitu ovlivňovat.

Jedním z takových zařízení jsou Oculus brýle. Používají se zejména pro hraní her. Uživatel po nasazení vidí pouze VR a je plně vtažen do hry. Tyto brýle jsou volně k dostání. Jsou to jedny z nejrozšířenějších VR pomůcek na trhu. Tyto brýle fungují i v režimu off-line.

¹⁷ What is the difference between VR and AR? In: *Quora* [online]. [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <https://www.quora.com/What-is-the-difference-between-VR-and-AR>



Obr. 15. Vstupní zařízení pro VR¹⁸

AR – Augmentovaná realita funguje tak, že vidíme reálný svět, ale jsou do něj přidány digitální prvky. Oproti VR k ní nepotřebujeme nákladná speciální zařízení, ale můžeme si ji prohlédnout přes mobil či jiné běžně dostupné zařízení. Využívá se například pro reklamu, ve vzdělávání apod. Potřebujete pro ni jen patřičnou aplikaci, která vám umožní si AR zobrazit.

AR ale není omezena jen zrakem, můžeme ji rozčlenit ještě do skupin podle smyslů. Podle toho, jak ji vnímáme ji, tak můžeme rozdělit, kromě již zmiňované vizuální, ještě na: Sluchové AR a Hmatové AR. Čichové nebo Chuťové AR zatím ještě nejsou dostupné, ale kdo ví, kam se posuneme a co nám bude zpřístupněno v budoucnu.

6.7 Marker AR a Markless AR

Ještě důležitější dělení je rozdělení rozšířené reality na marker AR a markless AR. Jedná se o rozlišení podle toho, jak aplikace sleduje prostor, to může být buďto pomocí souřadnic GPS nebo na tzv. *značkování* (volně přeloženo).

AR se pak využívá v různých odvětvích, i když největší zastoupení má pochopitelně v umění. Lze ji uplatnit v architektuře, astrologii, reklamě, lékařství, vzdělávání a spousta dalších oborů.

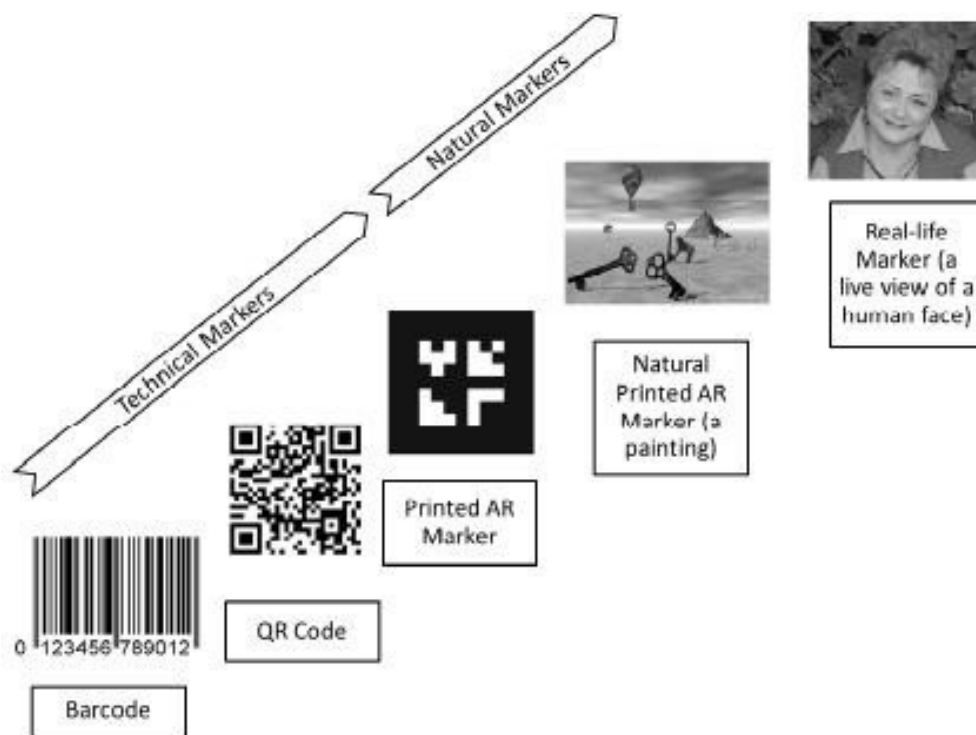
¹⁸ How Virtual Reality Works. In: *HowStuffWorks* [online]. [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <http://electronics.howstuffworks.com/gadgets/other-gadgets/virtual-reality7.htm>

6.7.1 Marker AR

Marker neboli značka sleduje věci v reálném světě. Dělá tak pomocí fotoaparátu (na mobilním zařízení), kdy nasnímá obrázek nebo marker – bod, patřičný software či aplikace tento bod rozpozná a dosadí za něj daný virtuální objekt, který bývá povětšinou zpracovaný ve 3D podobě. Tento objekt si pak lze prohlížet libovolně ze všech stran i vzdálenosti. Využívá se ho často pro komerční účely nebo za účelem reklamy. V takto jednoduché podobě se ale ve svých počátcích *markery* neobjevovaly.

Nejdříve jsme měli *čarové kódy* a *QR kódy*, které si jistě pamatujeme a hojně se s nimi setkáváme i dnes. Dalším typem byl tzv. *Printed AR marker*, kde se nejčastěji zobrazoval jednoduchý černobílý obrázek či znak. Následovaly *Natural Printed AR Marker*, volně přeložené jako Přirozené tištěné markery. U tohoto typu se jedná zpravidla o obrázek, který pochází z reálného (hmotného) světa. Tzv. reálný marker je sice nejvyspělejší ale ještě je na něm co vylepšovat. Zvládne rozpoznat předmět, který měl už dopředu nasnímaný, ale tento předmět se nesmí pohybovat, v tom případě zde nastávají problémy.

I přes posun technologie v této oblasti, stále se dle mého názoru nejvíce využívají čarové a v poslední době hojně se vyskytující QR kódy. S QR kódy se nejvíce z nás setká pak u jízdenek na vlak, které si doma vygenerujeme z portálu sami a poté jen předložíme ke kontrole, ale třeba i na různých vstupenkách či letácích na akce. Tyto nasnímané kódy nás pak přesunou, v mobilním či jiném zařízení, na internetovou stránku či jiný odkazující *link*.



Obr. 16. Vývoj markerů, od tzv. technických po přirozené¹⁹

6.7.2 Markless AR

Jedná se o AR, která nevyužívá *markery* pro sledování objektů. Jedná se o princip založený na GPS, kdy zařízení přesně určí svou pozici a polohu. Hodně se využívají na aplikacích pro chytré telefony.

Rozdíl oproti Marker AR je, že Marker AR zobrazuje zpravidla 3D předměty, kdežto Markless AR díky práci s GPS zobrazuje třeba města, naše oblíbená místa apod. a dělá nám tak jakéhosi průvodce okolím. Podíváme-li se například do Google Play, zjistíme že těchto aplikací existuje opravdu spousta. Jsou zde aplikace jako Layar nebo nově třeba Photomath, který je opravdu přesný, jak jsem si sama vyzkoušela. Sami si vyberete skenovanou plochu daného matematického příkladu, který chcete vypočítat a aplikace vám jej téměř okamžitě vypočítá i nabídne různé alternativy. Což mě přivádí k myšlence, že dnes je pro mladé opravdu snadné něco „vypočítat“.

¹⁹ STEJSKAL, Ondřej. *Rozšířená realita a její využití v umění* [online]. Brno, ©2014, Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Tomáš Staudek Dostupné z: <http://is.muni.cz/th/383921/ff_b/>.

6.7.3 Jak to tedy je

Takže shrnutí na závěr, jak je to s Marker AR a Markless AR. Každá z těchto technologií nabízí něco jiného, a tudíž se sám uživatel může rozhodnout co vlastně chce a k čemu ji potřebuje. Dle mého názoru je více využíváno spíše Markless AR, ale jak známe dnešní dobu, co je dnes populární se může už zítra změnit.

Nechci se zde zabývat tolik do hloubky historií těchto technologií, ale poznamenala bych že začátky AR spadají už do období kolem roku 1901.

6.8 AR v praxi

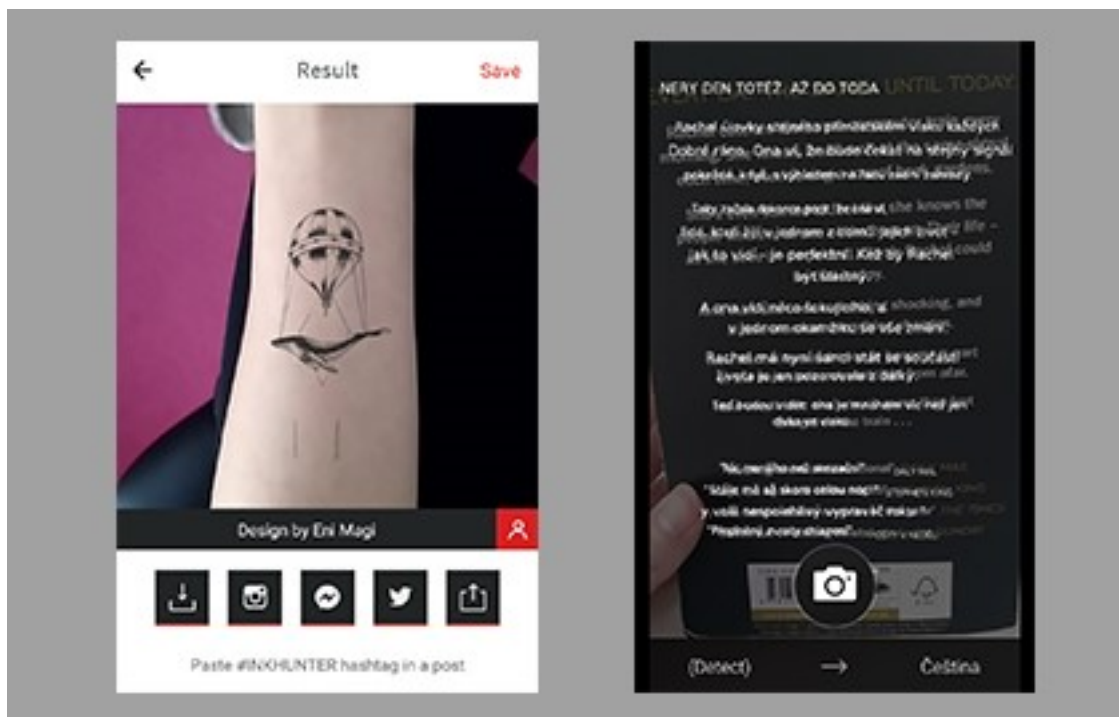
Stejně jako jsem se dotkla už v předchozích řádcích jedné z možných aplikací využití těchto technologií, rozhodla jsem se udělat si menší průzkum a rešerši i mezi dalšími aplikacemi.

Jedna z aplikací, které jsem zkoušela byla například Ink Hunter, která slouží jako vizualizace vybraného potenciálního tetování na vámi zvolenou část. Na tuto část těla si musíte perem nakreslit obdélník ve tvaru smile, který potom aplikace naskenuje a zvizualizuje vám na tomto místě požadovaný výsledek. Některé přednastavené tetování můžete umístit jako 2D jiné právě pomocí AR. Nicméně musím říci, že jsem od této aplikace čekala více. Namísto toho jsem měla ruce pokreslené čarami, protože aplikace ne vždy naskenuje to, co má před sebou. Tuto aplikaci bych tedy doporučovala jen pro zábavu, nikoli pro reálnou představu.

Další aplikací je AR Showcase, kde si můžete prohlédnout různé 3D předměty, sochy a užité umění ze všech stran i z různé vzdálenosti. Je to poměrně zajímavá aplikace nicméně také jsem od ní čekala daleko více.

Po několika dalších marných pokusech o zprovoznění nadějných aplikací jsem se rozhodla tedy vyzkoušet ještě jednu, která by měla být ověřenější a funkčnost jistější. Takže jsem zkusila aplikaci Translator, kde si můžete překládat z libovolného cizího jazyka do češtiny. Můžete to být buď z obrázku, z textu ale i z mluveného slova. Funkčnost byla sice cca 75 % ale přehlednost u výsledku tu zcela chyběla.

Musím říct že v podstatě ani jedna z několika aplikací, které jsem zkoušela mě moc nenadchla a asi bych ji nepoužívala.



Obr. 17. Ukázka AR v praxi²⁰

Samozřejmě ne všechny aplikace jsou dostupné zdarma tudíž jsem nemohla vyzkoušet všechny ale i podle recenzí ostatních uživatelů nefungují zmíněné aplikace podle jejich představ.

Tohle všechno však byly aplikace, které nám už dávají nějaký nastavený obsah. Pro mou potřebu, kde si mohu sama vytvořit AR jich je již méně. Mezi ty nejznámější a nejpoužívanější pak patří Layar a Augment.

Augment je aplikace, kde si můžete vytvořit vlastní AR s vlastním obsahem, především jde ale o zobrazování 3D předmětů. Jelikož já se ve své bakalářské práci nebudu 3D předměty zabývat, bude pro mě nejspíše nejvhodnější využití Layar. Zde si můžete také vytvořit vlastní AR, a na jejich webu najdete dokonce postup jak tak učinit. Avšak nacházím se

²⁰ Hajková, Lucie. [fotografie] 2017. Obrázek z archivu autorky

ještě pořád v teoretické části, a tak nechci předbíhat a o svých opravdu použitých aplikacích vás budu informovat až ve své praktické části této práce.

6.9 AR a magazín Esquire

Rozhodla jsem se zjistit si více i o prvním magazínu vůbec, který začal využívat tyto technologie, protože by mi to mohlo být inspirací v mé praktické části bakalářské práce.

Vůbec prvním magazínem využívající AR byl Esquire magazín, který vyšel roku 2009 a na jeho titulce je Robert Downey Jr.

Mimochodem i předchozí čísla magazínu Esquire, například to z února či května mají velice zajímavý layout, jejich titulky příkládám níže, ale určitě bude lepší, a doporučuji, když se podíváte na jejich ztvárnění ve videu na internetu.



Obr. 18. Obálka magazínu Esquire²¹

²¹ Augmented Reality Comes to Life. In: *Esquire* [online]. New York: Hearst Communications, 2009 [cit. 2017-03-19]. Dostupné z: <http://www.esquire.com/news-politics/a6661/augmented-reality-coming-soon-2/>

II. PRAKTICKÁ ČÁST

7 KONCEPT

7.1 Počáteční úvahy

V první chvíli jsem se do práce s novými technologiemi a postupy nechtěla vůbec pouštět. Ale při svém zahraničním pobytu v Belgii jsem se naučila práci právě s těmito novými technologiemi a novým technikám v mém oboru, tudíž jsem se nakonec rozhodla zapojit jednu z těchto technik i ve své bakalářské práci.

K tomu směřuje i mnou zvolené téma bakalářské práce, a to Tištěný magazín v digitálním věku. V tomto tématu propojuji pro mne známé s neznámým. Tištěný magazín jsem již v minulosti dělala a zaujal mne natolik, že jsem se rozhodla jej udělat podrobněji a zajímavěji právě v rámci mé bakalářské práce. Nechtěla jsem však zůstat pouze u tištěné věci, a tak jsem si zvolila možnost digitálního přesahu. Už od počátku jsem chtěla vytvořit magazín, který bude propojen s videi, i když v počátcích jsem nevěděla, jak toto propojení udělat. Od tématu magazínu, které jsem důvěrně znala jsem tak postupně přešla k něčemu s čím jsem dříve neměla žádné zkušenosti, a to rozšířená realita. Dopodrobna jsem se tomuto tématu věnovala v teoretické části této práce, kde jsem si ujasnila rozdíly právě mezi virtuální a augmentovou realitou, kterými jsem si až doposud nebyla zcela jistá. Prošla jsem si také různé aplikace, které již existují a umožňují právě vytvoření mé vlastní rozšířené reality.

7.2 Výběr tématu

Nad volbou tématu, u mého magazínu, jsem přemýšlela celkem dlouho. Zpočátku jsem se chtěla zabývat vesmírem, jelikož je to okruh, který sleduji již delší dobu a zajímám se o novinky z tohoto oboru. Ale protože je toto téma často používané právě ve studentských pracích, rozhodla jsem se, že jej dělat nebudu a zvolím si raději něco jiného co mě zajímá stejně jako vesmír.

Téměř ihned mi přišli na mysl další dvě témata, a to lifestyle a botanika. Lifestyle mě hodně lákal i z pohledu rozšířené reality ale protože jsem stále měla dojem opakování se a neoriginality, rozhodla jsem se pro botaniku. Botanika mě baví a osobně se jí věnuji možná ještě více než vesmíru. Navíc je to téma, které málokdo zpracovává ve svých pracích, a tak byla volba jasná. Byla to pro mě výzva a příležitost vytvořit něco originálního.

7.3 Rešerše a sběr materiálů

Rešerše je pro mě velice důležitá, zejména na začátku práce, abych si ujasnila, co vše se kolem mě vyskytuje z mého tématu a jak chci svou práci směřovat. Udělala jsem si proto hned několik rešerší. Zpočátku to byla rešerše na magazíny vůbec. Zajímalo mne, jak magazíny vypadají, jaký mají formát, jak jsou vystavovány a co nám nabízí. Dále jaký mají tyto magazíny design a jak k nim lidé přistupují právě z hlediska designu. Prošla jsem si tedy obsahovou i vizuální stránku problematiky.

Když jsem si ujasnila tuto problematiku, zaměřila jsem se na aplikace rozšířené reality. Nejdříve jsem vyzkoušela různé aplikace, které již existují, kde jsem se zaměřila na jejich funkčnost. Podrobnější popis těchto aplikací naleznete v teoretické části mé bakalářské práce. Následoval průzkum aplikací, které mi umožní vytvoření vlastní rozšířené reality, z nichž jsem vyčlenila pouze ty, vhodné pro augmentovou realitu. Došla jsem tedy k závěru, že budu využívat aplikace Layar, která je přehledná, zdarma a funkční.

Následně jsem si udělala průzkum různých formátů a vazeb, které se používají nejen u magazínů ale tiskovin obecně a které by mě tak mohly inspirovat i u mé práce. K tomu jsem si vytvořila i několik moodboardů, tedy velkoformátových tisků s věcmi, které mě zaujali a mohly by mne inspirovat v mojí tvorbě, kterými jsem se následně procházela průběžně během své práce. Používat moodboardy jsem se rovněž naučila během svého pobytu na zahraniční univerzitě a od té doby je využívám prakticky při veškeré své práci.

Jako poslední byla rešerše tématu mého magazínu, a to botaniky. Mnohé jsem o tomto tématu znala již dříve ale nechtěla jsem spoléhat jen na své znalosti, proto jsem se obrátila na Akademii českých věd, obor Botaniky. Byla jsem tedy v kontaktu s panem Františkem Krahulcem, který mi pomohl s výběrem vhodné literatury, o kterou bych se mohla opřít v textové části magazínu, za což jsem mu vděčná. Botanika je totiž téma, se kterým se běžně jen tak nesetkáte, a tak i přístup k literatuře je obtížnější, než je tomu u jiných témat.



Obr. 19. Moodboardy k mé bakalářské práci²²

Prošla jsem si tedy různými články a texty, které se váží k tématu botaniky a byly by vhodné pro můj magazín.

7.4 Analýza

Udělal jsem si také menší analýzu trhu s botanickou literaturou, konkrétně magazínů a časopisů v Česku. Zajímavým, ne však příliš překvapujícím, mi byl fakt, že na trhu existovalo zhruba jen 4-6 periodik tohoto okruhu, z něhož minimálně dva byly vydávány právě Akademií věd ČR. Většina z nich pak svou tvorbu ukončila v nedávné době nebo nabízí již jen elektronickou verzi periodika. Proto jsem se také rozhodla toto téma trochu oživit a ukázat ho zajímavým právě z té vizuální stránky.

7.5 Stanovení cílů

Cílem této práce je vytvoření magazínu, který své zájemce seznámí s tématem botaniky, přiblíží ji a připomene její důležitost. Jelikož se jedná právě o magazín a ne knihu, je mým cílem zaujmout čtenáře hlavně vizuálně, i když obsahová stránka je pro mne taktéž důleži-

²² Hajková, Lucie. [fotografie] 2017. Obrázek z archivu autorky

tá. Většina lidí se s botanikou dozajista již setkala, a tak ví, že ač je to téma ne příliš rozvíjené v naší společnosti, je to téma zajímavé, které zaujme snad všechny věkové kategorie.

A tak, i když není mým cílem zaměřením se na všechny věkové kategorie, jsem si vědoma, že zalíbení si mohou najít děti, dospělí i starší lidé. Neomezují se jen na jednu věkovou kategorii, i když vizuálně se může zdát přiřazena spíše k lidem ve věku 18-30 let.

Některé články budou možná trochu odbornějšího charakteru ale to neznamena, že je tento magazín výhradně pro odborníky a specialisty. Chci jej právě naopak více přiblížit všem zájemcům o botaniku. Může sloužit jako informační nástroj i jako zdroj zábavy. Mým cílem je ztvárnění takové magazínu, který si najde místo i ve vaší knihovně a nebude to tedy jen spotřební zboží.

8 VYPRACOVÁNÍ PROJEKTU

8.1 Formát

Snad od počátku, kdy jsem se rozhodla pro téma své bakalářské práce, jsem přemýšlela, jaký zvolím formát magazínu. Může se zdát, že je to zcela neopodstatněné ale dle mého názoru je každý detail důležitý. Přemýšlela jsem nad netradičními formáty, kdy jsem si dlouho svůj magazín představovala jako čtvercový. Čím více jsem nad tím ale uvažovala, začala jsem přemýšlet více prakticky. Pokud si v trafice koupím nějaký časopis či magazín, hned první věc, která mi v 75 % vadí je špatný formát, protože se mi publikace nevejde ani do větší kabelky nebo tašky. Tudíž ji musím různě přehýbat a když si ji chci poté přečíst vypadá tak nevzhledně, že mě už vůbec neláká.

Došla jsem tedy k závěru, že čtvercový formát sice dělat nebudu ale udělám formát, který bude rozměrově mezi A5 a A4, tedy 190mm x 277mm.

8.2 Písmo

Ve své počáteční tvorbě jsem se držela spíše pravidla, čím méně kombinací různých fontů, tím lépe. V průběhu času jsem se ale naučila, že když se vyberou správné fonty a dobře se nakombinují, může být výsledek stejný nebo i lepší, samozřejmě s ohledem na danou publikaci. A tak jsem už začátku chtěla kombinovat minimálně dva různé fonty, pokud by to bylo možné tak patkový a bezpatkový.

Nad výběrem vhodného písma jsem strávila celé hodiny. Nechtěla jsem používat fonty, které mám již ozkoušené a pracuji s nimi denně ale chtěla jsem si vyzkoušet práci s jinými a jejich kombinací. Přes různé fonty jako Poppins, Futura, Roboto atd. jsem se dostala k HK Explorer. Font, který mám již delší dobu, ale moc jsem jej nevyužívala, a přitom má tak krásné řezy. Jedná se o bezpatkový font, hodící se zejména pro nadpisy a titulky. Tento font jsem doplnila o font Crimson Text, který je naopak patkový.

Botanika

To je příroda a ještě víc, tak se neboj ji s námi objevovat a prolistuj si tento magazín plný zajímavostí ze světa botaniky.

Obr.20. Ukázka zvoleného písma²³

8.3 Barevnost

Nad barevností jsem přemýšlela stejně dlouho, jako nad výběrem vhodného písma. Chtěla jsem využít barvy, které budou částečně netradiční ale zároveň se budou hodit k mému tématu magazínu a to botanice. Proto jsem se rozhodla pro kombinaci barev odstínu zelené a růžovo-fialové, které se perfektně doplňují a magazínu dodávají na zvláštnosti. Objevují se jak v textech, na pozadí, tak i ve fotografiích, zkrátka v celém magazínu.

8.4 Digitální přesah

Na úplném začátku jsem chtěla digitální přesah pojmout formou webové stránky, ale poté co jsem si vyzkoušela práci s videi při svém zahraničním pobytu v Gentu, jsem se chtěla více zaměřit na toto téma. Propojuji tedy různé články v magazínu s jejich vizuálním zachycením pomocí videa, které si díky augmentové realitě může čtenář přehrát. Toto propojení není ještě zcela tak běžné, zejména v periodikách jako jsou magazíny a denní tisky, proto jsem se rozhodla jít tímto směrem. A také proto, že bych se chtěla v budoucnu věnovat více právě videím.

²³ Hajková, Lucie. [fotografie] 2017. Obrázek z archivu autorky

8.5 Materiály – papír

Jak jsem již zmiňovala ve své teoretické části této práce, rozhodla jsem se pro práci s různými materiály a papíry. Vybírala jsem z opravdu široké nabídky papírů, které chodím již dlouho nakupovat do specializované prodejny „graficke-papiry.cz“ v Olomouci, kde jsem si mohla vyzkoušet, jak se s daným papírem pracuje a zkontrolovat celý proces tvorby magazínu. Z papíru, které jsem se rozhodla použít bych zmínila třeba „Silver star“, který mne opravdu zaujal pro svůj charakter a vizuálnost, s gramáží 250 g/m². Oproti tomu ale kombinuji i papíry s lehčí gramáží až s lehkou průsvitností, ale třeba i papíry s recyklovaným charakterem. Všechny mnou zvolené papíry ale vždy vybírám s ohledem na účel jejich použití.

8.6 Vazba

Stejně jako u všech předchozích záležitostí, viz. písmo či barevnost, i zde bylo mým cílem udělat vazbu u magazínu poněkud jinak, netradičně. I když původně jsem vazbu nechtěla dělat nijak složitou a až moc neobvyklou, abych se magazínem nedostala spíše do kategorie kniha, rozhodla jsem se, byť střídavě, tak přece jen udělat ji odlišně od typické vazby, jako je třeba V1, V4, kroužková vazba atd. Ano, takováto vazba by byla naprosto dostačující ale mým záměrem není dělat věci dostatečně ale co nejlépe a netradičně.

Samozřejmě beru v úvahu i finanční stránku projektu, a proto jsem se rozhodla pro několik variant vazeb, jednou z nich je vazba V8 otevřená neboli s odhaleným šitím. Další vazbou v úvahu je vazba švýcarská, která by se dala částečně přirovnat k otevřené V8, jelikož má také poodhalený hřbet. Zajímavou je i finská vazba ale tu bych pro tento projekt volila jen alternativně.

9 ZHODNOCENÍ PROJEKTU

Zhodnocovat vlastní projekt je obtížné ale z pohledu designera bych řekla, že má práce je vizuálně ucelená, neobvyklá ale zajímavá. Svůj cíl, a to originalitu magazínu, si myslím, že jsem poměrně splnila. Práce s monochromním vizuálem v magazínu mne velice bavila a chtěla bych ji rozvinout i v nějakém dalším projektu.

Samotný magazín pro mne nebyl ani tak výzvou po grafické stránce, jako po té digitální. Zkoumání a tvorba digitálního přesahu mi zabralo opravdu hodně času, ale jsem ráda, že jsem se přiučila něčemu novému a mohu to v budoucnu zúročit. Myslím si, že nebýt této bakalářské práce, asi bych si jen tak práci s augmentovou realitou nevyzkoušela.

Při sběru materiálů do magazínu jsem rovněž musela vyjet do botanické zahrady v Praze, ve které jsem byla poprvé a velice mne nadchla, taktéž jsem musela vyrazit i do přírody za což jsem ráda, protože jsem si musela nuceně najít volný čas, abych jej strávila venku. Při tom všem jsem fotila a natáčela, což hodně mě to bavilo, takže jsem opravdu ráda, že jsem si vybrala právě toto téma.

Shrnula bych tento projekt tak, že jsem se přiučila spoustě nových věcí, naučila se propojit tiskové prostředí, které mne vždy bavilo s novým digitálním prostředím, které mne láká čím dál víc a vím, že všechny tyto zkušenosti využiji i v budoucnu.

ZÁVĚR

Těší mě, že se mi podařilo držet se směru, který jsem si vytyčila hned na začátku a nemusela jsem bezradně přemýšlet, co a jak budu dělat. Práci mi velice ulehčili typy od pana Františka Kraulce, který pracuje pro Akademii věd ČR, a doporučil mi literaturu, ze které jsem mohla čerpat články pro svůj magazín, které by se jinak obtížně sháněly.

Záměr, udělat práci odlišně tak, aby se dala uschovat do knihovny či police si myslím, že se také povedl. Již od samotného začátku jsem nechtěla udělat jen magazín pro jedno použití, nýbrž publikaci, ke které se lidé mohou vracet a třeba je i inspiruje.

Když jsem se blížila do finále se svou praktickou částí, řešila jsem otázku papírů a kde je sehnat. Již dlouho jsem chodila do olomoucké prodejny Grafické papíry, ale úplně jsem na ni zapoměla, a snad i zbytečně jsem byla vcelku bezradná, než jsem se na workshopu knižní vazby opět setkala právě s lidmi z této dílny a téměř ihned si u nich našla vhodné materiály pro tisk a vazbu.

Doufám tedy, že tato práce byla inspirující jak pro lidi z oboru botaniky, grafiky tak i digitálního designu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

AMBROSE, Gavin a Paul HARRIS. *Grafický design: designové myšlení*. Brno: Computer Press, 2011. Základy designu. ISBN 978-80-251-3245-6.

AMBROSE, Gavin a Paul HARRIS. *Grafický design: formát*. Brno: Computer Press, 2011. Základy designu. ISBN 978-80-251-2966-1.

AMBROSE, Gavin a Paul HARRIS. *Grafický design: tisk a dokončovací práce*. Brno: Computer Press, 2011. Základy designu. ISBN 978-80-251-2968-5.

AMBROSE, Gavin a Paul HARRIS. *Grafický design: typografie*. Brno: Computer Press, 2010. Základy designu. ISBN 978-80-251-2967-8.

ARMSTRONG, Helen. *Digital design theory: readings from the field*. 2016. ISBN 978-1-61689-308-8.

BHASKARAN, Lakshmi. *Design publikací: vizuální komunikace tištěných médií*. V Praze: Slovart, 2007. ISBN 978-80-7209-993-1.

BLAUVELT, Andrew, Ellen. LUPTON a Rob GIAMPIETRO. *Graphic design: now in production*. Minneapolis: Walker Art Center, 2011. ISBN 978-0-935640-98-4.

MÜLLER-BROCKMANN, Josef. *Grid systems in graphic design: a visual communication manual for graphic designers, typographers and three dimensional designers = Rastersysteme für die visuelle Gestaltung : ein Handbuch für Grafiker, Typographen und Ausstellungsgestalter*. 8th ed. Zürich: Niggli, 2012. ISBN 978-3-7212-0145-1.

SAMARA, Timothy. *Grafický design: základní pravidla a způsoby jejich porušování*. V Praze: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.

ŠALDA, Jaroslav. *Od rukopisu ke knize a časopisu*. Praha: Státní nakladatelství technické literatury, 1957.

Internetové zdroje:

Behind the Scenes of Augmented Esquire. In: *Esquire* [online]. New York: Hearst Communications, 2009 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <http://www.esquire.com/news-politics/news/g371/augmented-reality-technology-110909/?slide=1>

Design. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2011 [cit. 2017-02-25]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Design>

HOMOLA, Jan. Print on demand. In: *InFlow: Informační deník* [online]. Masarykova univerzita: InFlow, 2009 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/print-demand>

How augmented reality works: Difference between augmented reality and virtual reality. In: *Virtual Reality Society* [online]. 2017 [cit. 2017-03-10]. Dostupné z: <https://www.vrs.org.uk/augmented-reality/invention.html>

Hypertextové teorie. In: *Wikisofia: otevřená encyklopedie* [online]. Česko: MediaWiki, 2015 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: https://wikisofia.cz/wiki/Wikisofia:Co_je_Wikisofia%3F

SCHNEIDER, Matěj. Elektronický papír a chytré telefony: hračička pro geeky, nebo budoucnost? In: *Radio Wave* [online]. Česko: ČRo Radio Wave, 2016 [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/radiowave/stitky/_zprava/elektronicky-papir-a-chytre-telefony-hracicka-pro-geeky-nebo-budoucnost--1674379

STEJSKAL, Ondřej. *Rozšířená realita a její využití v umění* [online]. Brno, ©2014, Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Tomáš Staudek Dostupné z: http://is.muni.cz/th/383921/ff_b/.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

POD Print on demand

AR Augment reality

VR Virtual reality

WWW World Wide Web

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1. Přehled vývoje písma.....</i>	15
<i>Obr. 2. Ukázka barevného schéma z knihy Kleurenleer.....</i>	18
<i>Obr. 3. Vincent van Gogh – pokoj v Arles. Ukázka použití barevných kombinací.....</i>	18
<i>Obr. 4. Ukázka různých obálek magazínu Monocle.....</i>	21
<i>Obr. 5. Týdeník Respekt.....</i>	22
<i>Obr. 6. Lepená knižní vazba v tvrdých deskách.....</i>	23
<i>Obr. 7. Spirálová vazba.....</i>	24
<i>Obr. 8. Polokanadská vazba.....</i>	24
<i>Obr. 9. Ukázka průsvitu – Design graphique hyperosmique.....</i>	26
<i>Obr. 10. Obálka týdeníku Respekt.....</i>	28
<i>Obr. 11. Reklamní kampaň - Volkswagen.....</i>	30
<i>Obr. 12. Knockout od autorky Jermaine Bocy.....</i>	33
<i>Obr. 13. Aspen Movie Map.....</i>	36
<i>Obr. 14. VR a AR.....</i>	39
<i>Obr. 15. Vstupní zařízení pro VR.....</i>	40
<i>Obr. 16. Vývoj markerů, od tzv. technických po přirozené.....</i>	42
<i>Obr. 17. Ukázka AR v praxi.....</i>	44
<i>Obr. 18. Obálka magazínu Esquire.....</i>	45
<i>Obr. 19. Moodboardy k mé bakalářské práci.....</i>	49
<i>Obr. 20. Ukázka zvoleného písma.....</i>	52

SEZNAM PŘÍLOH

CD s touto prací ve formátech: .doc, .pdf

CD s obrazovou dokumentací