

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra výtvarné výchovy

DIPLOMOVÁ PRÁCE

VYUŽITÍ PROPAGAČNÍ GRAFIKY V PRAXI

THE USE OF PROMOTIONAL GRAPHICS IN PRACTICE

Vedoucí diplomové práce: Doc. PaedDr. Matouš Vondrák, CSc.
Autor diplomové práce: Jana Charvátová
Studijní obor: ČJ-VV/ZŠ

České Budějovice 2010

Prohlašuji, že jsem svoji diplomovou práci na téma „Využití propagační grafiky v praxi“ vypracovala samostatně pod vedením doc. PaedDr. Matouše Vondráka, CSc. K práci jsem použila literatury a pramenů, které cituji a uvádím v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu s §47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích 21. 4. 2010

.....

Podpis

Poděkování

Velmi ráda bych na tomto místě poděkovala všem, kteří mi pomáhali při vzniku této práce. Především doc. PaedDr. Matouši Vondrákovi, CSc. za cenné připomínky a podněty. Zvláštní poděkování patří mé rodině za poskytované zázemí. Dále Tiskárně David za darované ofsetové plechy.

V Českých Budějovicích 21. 4. 2010

Jana Charvátová

Anotace

Diplomová práce se skládá ze dvou částí. Teoretická část pojednává o užité a počítačové grafice, písmu a propagaci. Praktická část je cíleně zaměřená na užitou grafiku vycházející z grafiky umělecké pomocí kombinované techniky. Matrice z pozinkovaného plechu byly leptány v kyselině dusičné. Na akvarelové papíry byl vytištěn soubor grafických prací. Jednotlivé grafiky jsou umístěny v informační brožuře pro firmu Tiskárna David. Brožura pojednává o vybavení tiskárny jako návrh k její realizaci. K vypracování brožury byl použit program CorelDraw. Fotografie pořízené v Tiskárně David jsou tématicky zaměřené na „tiskařské stroje“ a upravované v grafickém programu Adobe Photoshop. Vzniklé fotografie byly přiloženy do přílohy jako skicy.

Klíčová slova

Grafika, užitá grafika, umělecká grafika, počítačová grafika, písmo, propagace, propagační materiál – brožura.

Abstract

The master thesis consists of two parts. In the theoretical part, applied and computer graphics, fonts, and promotion are discussed. The practical part is aimed at applied graphics based on the graphic art extended by mixed media. Matrices made of zinc-galvanized sheets were etched in nitric acid. A set of graphic works was printed on watercolour papers. Individual graphics were placed at a promotional brochure of the company Printing House David. The brochure promotes the printing house equipment. When prepared the brochure, the software CorelDraw was used. Photos taken on the Printing House David and edited with the use of Adobe Photoshop software package are thematically focused on "printing machines" of the company. The photos are attached to the thesis in a form of sketches.

Keywords

Graphic, applied graphics, graphic arts, computer graphics, font, promotion, promotional material - brochure.

Obsah

| | |
|---|----|
| 1. Úvod..... | 7 |
| 2. Užitá grafika | 8 |
| 2.1 Dělení grafiky | 8 |
| 2.2 Historie tisku | 9 |
| 2.3 Grafické techniky | 10 |
| 2.4 Užitá grafika v praxi..... | 11 |
| 3. Písmo a jeho využití v propagační grafice..... | 12 |
| 3.1 Písmo ve zkratce..... | 12 |
| 3.2 Typy písem a fonty | 14 |
| 3.3 Textová kompozice..... | 15 |
| 4. Počítačová grafika..... | 16 |
| 4.1 Ovlivňující faktory | 16 |
| 4.2 Kompozice a barva..... | 18 |
| 4.3 Rastr a vektor..... | 20 |
| 4.4 CMYK a RGB | 21 |
| 5. Propagace ve společenské praxi | 23 |
| 6. Realizace tématu diplomové práce | 24 |
| 6.1 Technické údaje a provedení | 25 |
| 6.2 Brožura | 26 |
| 7. Závěr | 30 |
| Literatura | 31 |
| Internetové zdroje..... | 31 |
| Přílohy | 32 |
| Seznam příloh..... | 79 |

1. Úvod

Vyslovíme-li dnes pojem grafika, většina z nás si představí grafiku vytvořenou na počítači. Grafik figuruje mezi dvěma světy. Jednou z nich je zákazník a informace, které má sdělit veřejnosti ve formě propagace, ať už se jedná o jakoukoliv podobu jako je např. brožura, leták či webová stránka. Cílem je zaujmout potenciální zákazníky a dosáhnout tak nějaké odezvy na danou propagaci. V první kapitole je vysvětlen termín „grafika“ a pojmy s ním spjaté.

Otázka zní, proč dříve umělci, tiskaři či písmolitci museli projít učním, školami a měli tak patřičné zkušenosti a výtvarný cit, zatímco dnes se grafikem může stát v podstatě každý v případě, že zná grafické programy. V současnosti se zapomíná na význam originálního uměleckého přístupu ve zpracování propagačních materiálů, jelikož počítače usnadňují práci při velkém počtu nákladů, jak u ofsetového, tak i u digitálního tisku. Cíl mé práce spočívá ve využití a zakomponování grafik tištěných kombinovanou technikou do výsledného propagačního materiálu, jímž je informační brožura na téma „Tiskařské stroje“ pro firmu Tiskárna David, a dokázat tak možnost využití kreativity v oblasti „volné“ grafiky. Průběh je popsán v samostatné kapitole „Realizace diplomové práce“.

Každý grafik či designer si vytváří návrh nejen v ruce, ale i na počítači. Tvoří-li v ruce, jednou z možností je použít techniku koláže, či užít samotných skic apod. Využila jsem tištěnou grafiku, která se dříve ale i dnes používá zcela běžně jako předloha pro grafiku realizovanou na počítači, o níž pojednává kapitola „Počítačová grafika“. Zároveň do přílohy přikládám fotografie, které jsem v programu Adobe Photoshop upravila do formy podobného vzhledu jako grafiky vytištěné kombinovanou technikou pro možnost porovnání. Jelikož se dnes bez polygrafického průmyslu neobejdeme, umístila jsem „volné“ grafiky na počítači do brožury a zpracovala tak návrh na brožuru pro firmu Tiskárna David.

2. Užité grafika

Ve své diplomové práci se zabývám grafikou, proto pokládám za nutné uvést alespoň základní fakta k pojmům „grafika“, „užitá grafika“ a „propagační grafika“¹ (o termínu „počítačová grafika“ píše níže v samostatné kapitole).

Prvně objasním slovo „grafika“, od kterého se poté odvíjí a vysvětluje pojem užitá grafika. Původně tento název označoval všechny způsoby kreslení a psaní, neboť vychází z řeckého *grafein* (psát, kreslit). Později se význam změnil a vyjadřoval pouze reprodukci kresby nebo textu. Podstatou grafiky je převést kresbu nebo text do podoby, která je použitelná k tisku, a tím i následného šíření většího množství stejně kvalitních výtvarných děl.

2.1 Dělení grafiky

Grafiku lze rozdělit na dva základní žánry: grafika volná a grafika užitá. Grafika volná vzniká spontánně, kdy umělec tvoří pouze podle vlastní „volné“ představy. Umělecká grafika zpracovaná řemeslným způsobem má předem daný počet grafických výtisků, poněvadž záleží na typu desky, ale i výběru grafické techniky. Každý vytištěný grafický list musí být podepsán autorem. Na výtisku se uvádí, o kolikátý tisk se jedná a z kolika výtisků pochází, název a podpis autora.

Užitá grafika se využívá spíše k praktickým účelům. Můžeme do ní zařadit například novoročenky, *ex libris*, pozvánky, plakáty, knižní obálky a přebaly. Jak lze z výše uvedených příkladů vyvodit, jedná se o tisky, které vznikají např. v tiskárnách, reklamních agenturách, desktop publishing (DTP) studiích a ve většině případů slouží k propagaci. Původně vznikaly „uměleckou“ rukou grafika, a poté až realizací v tiskárnách.

J. Marco ve své knize (1981; 17-20) rozděluje grafiku na: **(i)** původní uměleckou grafiku (volnou grafiku), **(ii)** reprodukční grafiku, **(iii)** užitou grafiku a **(iv)** dekorativní grafiku. Za reprodukční grafiku označuje grafiku, jež vznikla podle cizí předlohy a stává se tak jakousi reprodukcí. Dekorativní grafika sloužila dříve jako obrazová součást nějakého knižního díla (doprovázela daný text). Název tak můžeme považovat za nepřesný, neboť jak uvádí autor, jde o ilustraci.

Pojem „propagační grafika“ lze odvodit z jednotlivých slov. Termín „grafika“

¹ V této kapitole, ale i podkapitolách, hlavními zdroji informací byli autoři: Jindřich Marco (1981), David Bann (2008) a Aleš Krejča (1981).

jsem vysvětlila výše. Pod slovem „propagace“ se ukrývá kontakt mezi zákazníkem a grafikem/designerem. Tento pojem se dá téměř ztotožnit s pojmem užitá grafika, neboť mají stejný záměr, a to oslovit cílovou skupinu. Blíže tuto problematiku rozvádím v podkapitole „Užitá grafika v praxi“ a v kapitole „Propagace ve společenské praxi“.

2.2 Historie tisku

V této a následující podkapitole („Grafické techniky“) popisuji ve zkrácené podobě historii tisku, neboť má realizace diplomové práce pojednává o návratu k dříve proslulým tiskařským technikám. Čerpám především z knihy „*Polygrafická příručka*“, jejímž autorem je Bann, D. (2008).

Bann (2008; 8) zjednodušeně popisuje rozvoj tisku², který dle jeho slov: „...probíhal nepravidelně a v některých staletích jeho historie se žádný skutečný pokrok neodehrál...“. Zmiňuje se o prvních tiscích z dřevěných bloků, které vytvořili Číňané v 6. století. Kolem 11. století Číňané používali výměnné litery z pálené (při vysoké teplotě) neglazované hlíny. Ve 13. století se tisk rozšířil i na Dálný východ, kde se tisklo pomocí kovových liter.

„*Od první vytištěné litery přes fotochemické technologie až k úplné digitalizaci procesu proběhlo několik staletí.*“ (Tůma 2007; 10)

Ve čtyřicátých letech 14. století Johannes Gutenberg zavedl převratnou novinku v tisku – vyměnitelné litery. Před tiskem tak bylo možné text zkontrolovat, případně i upravit. Bann píše, že tisk na dřevěném lisu podle Gutenberga se rozšířil po celé Evropě (do Anglie přivezl William Caxton), později se dostal i do Severní Ameriky (přivezl jej Stephen Daye). Následovalo období dynamických změn ve vývoji tiskařských lisů. Bann uvádí některé známé lisy: lis Columbian (konstruktérem byl George Clymer), válcový lis s parním pohonem konstruktéra Fredericha Koenina (noviny The Times), rotační stroj Američana Williama Bullocka sázecí stroj (linotyp) Otomara Mergenthalera.³

„*Do roku 1796, kdy v Německu Alois Senefelder vynalezl litografický tiskový proces, se ilustrace tiskly pomocí dřevorytů a leptů.*“ (Bann 2008; 11) Poté autor

² Z tohoto důvodu čerpám právě od stejného autora, poněvadž nejjednodušeji popisuje nejen rozvoj tisku, ale i celkový pohled doby, ve které se konkrétní událost odehrála.

³ BANN, D. (2008; 11): uvádí, že koncem 19.století se ruční sazba značně prodražovala, a proto vynález Otomara Mergenthalera značně přispěl k vývoji tiskařských strojů. Zároveň v této době byla také rozvinuta technika hlubotisku.

hovoří o roce 1904, kdy byl prvně proveden „nepřímý“ litografický tisk ofsetovou technikou. Společnost Monotype Corporation začala ve čtyřicátých letech 20. století rozvíjet koncept fotosazby (přístroj Intertype Photosetter). Dále se Bann zmiňuje, že v šedesátých letech minulého století vlivem komerce přivádí společnost na trh stroje typu jako je Monophoto (Lumitype – Photon, Kinofilm, Monotype Lasercomp, Linotype VIP, Compugraphic). Pak píše o rozvoji fotosazby, která zapříčinila vznik nových technologií (např. separace barev, umístění stránky na film atd.). Na konci osmdesátých let se stala základem pro technologii ofsetu, a přitom náklady na ni byly srovnatelné s knihtiskem. V této době se také pracovalo s tzv. kotoučkovými stroji.

Ke značnému vylepšení barev přispěl elektronický barevný skener z konce šedesátých let minulého století. V době nástupu osobních počítačů byl zlomovým okamžikem vynález firmy XEROX zvaný WYSIWYG, který umožnil, aby různě zformátovaný text mohl být také vytištěn (tehdy na kopírkách⁴) tak, jak byl zformátován v textovém editoru. Bann (2008) uvádí, že v devadesátých letech došlo k rozšíření grafických aplikací do všech tiskáren a DTP studií. E-maily, textové soubory atd. zrychlily komunikaci a přenos souborů na dlouhé vzdálenosti. V současnosti se začal používat tzv. desktop publishing (DTP) pro komerční design a tisk. Velmi podstatný (pro nynější uspěchanost doby) je vznik digitální sazby a následně i digitální tisk.

Krátký přehled vzniku tisku a jeho rozvoje si dovoluji ukončit citací z knihy *Počítačová grafika a design*, která zlehčeně vystihuje celkový rozvoj tisku. „*Počítačová grafika představuje však zároveň tak vyjimečný evoluční skok ve zpracování tiskovin, že již v dnešní relativně mladé době svého nástupu inspiruje řadu grafických prvků tiskovin.*“ (Tůma 2007; 10)

2.3 Grafické techniky

Po specifikaci pojmu grafika a stručné historii tisku budu pokračovat v popisu grafických technik, které jsou důležité pro pochopení podstaty tohoto termínu. Grafické techniky tisku můžeme dělit podle toho (Krejča 1981):

- s jakým materiálem pracujeme,
- zda je materiál zpracováván mechanickým nebo chemickým postupem,
- jakým způsobem se provádí otisk ze zpracovaného štočku.

Podle způsobu otisku pak dělíme grafiku na:

⁴ Kopírka se stala jakým si předchůdcem současných digitálních tiskových strojů.

- i. *Tisk z výšky*, kam řadíme dřevořez, dřevoryt (tzv. xylografie), tzv. Mässerova deska, linoryt, tzv. kovoryt apod.
- ii. *Tisk z hloubky*, zde si uveďme alespoň mědiryt, oceloryt, techniku suché jehly, mezzotinta, lepty jako je čárový lept, akvatinta, rezerváž.
- iii. *Tisk z plochy*, kamenotisk, neboli litografie, později byl však kámen nahrazen hliníkovou deskou (tzv. algrafie) a poté zinkovým plechem, došlo tak ke vzniku dnes již známého ofsetu;
- iv. *Sítotisk neboli serigrafie*.

V knize *Základy výtvarné výchovy*⁵ se uvádí, že výraz „užitá grafika“ je vžitě označení pro grafické práce, které mají praktické určení, tedy plní nějaký účel (viz níže). Je zřejmé, že hlavním smyslem užití grafiky je propagace. Proto některé práce užití grafiky můžeme rozdělit do dvou skupin podle toho, komu propagace slouží. Do první skupiny bychom mohli zahrnout například instituce, firmy, větší kulturní akce aj., zatímco do druhé skupiny drobné práce, které slouží k potřebě jedinců (např. oznámení sňatku, promoce aj.). Jednotlivé grafické práce, chceme-li propagační materiály, jsou závislé na požadavcích zákazníka.

2.4 Užitá grafika v praxi

Do užití grafiky jako takové řadíme, jak už jsem zmínila výše, novoročenky, ex-libris, pozvánky, plakáty, knižní obálky a přebaly, dále vizitky, loga/logotypy, značky či piktogramy, vstupenky, letáky, billboardy, různé druhy prospektů apod.

V knize *Polygrafická příručka*, kapitola „Pracovní postup tiskové produkce“, Davida Banna (2008; 27) lze z jednoduché tabulky lehce vydedukovat průběh a realizaci „grafiky“ od prvopočátku (tzv. předtisková příprava), tedy od zadavatele, až k úplnému konci. Zde autor knihy uvádí, že na počátku je zadavatel (jak klient zastupující určitou instituci, tak i samostatný jedinec), který dodá materiál, jenž chce zpracovat pro propagaci. Specifikuje, jaký druh propagace zvolil, vyloží pokud možno stručně své požadavky na design a zadá objednávku (kolik kusů požaduje – náklad, na jaký materiál se bude tisknout, formát, barevnost propagace).⁶

⁵ ZDENĚK, M. a kol. (1983) v části „Užitá grafika“, jejímž autorem je Jaroslav Bureš, str. 106

⁶ Beru v úvahu, že jde o propagaci v tištěném podání, neboť podobná struktura řešení by mohla následovat i v elektronické podobě např. pokud by klient požadoval pouhé zpracování od určité reklamní agentury a tisk by si chtěl obstarat sám u jiné firmy či společnosti. Další variantou by mohla být propagace například na Internetu v podobě webových stránek.

Zákazník od reklamní agentury či tiskárny obdrží odhad ceny, předběžné návrhy, návrh na úpravy sazby, dále nátisky, případně i maketu, jde-li například o propagační brožuru.⁷ Jakmile grafik dostane objednávku do rukou, postupuje následovně (dle zmíněného autora): vytvoří předběžné návrhy, případně i návrhy úpravy sazby (jde-li např. o katalog), nátisky apod., které dodá zadavateli. Poté obdrží od objednavatele stručné požadavky na úpravu, nakonec i úplné odsouhlasení konečného návrhu či realizaci zadaného propagačního materiálu. Při zhotovení návrhu se grafikovi otvírá celá škála možností jak postupovat. Jednou z nich je, že si může naskicovat výtvarný nápad. Jakmile najde vhodný motiv, zvolí formu jeho zpracování, které by mělo odpovídat účelu zadání.⁸

3. Písmo a jeho využití v propagační grafice

V úvodu kapitoly začnu netradičně citací: *V soustavě našich smyslů má zcela dominantní postavení zrak. Ze všech informací o světě, které nám naše smysly zprostředkují, připadá podle soudobých výzkumů na zrak 70-80% a všechny ostatní smysly se v různé proporci podílejí na zbytku.*“ (Slezák 1985; 8) Z uvedeného úryvku vyplývá, že nejen písmo, ale i celkový dojem z obrazu či předmětu na nás působí buď kladně, anebo záporně (záleží na příjemci, jeho zkušenostech, popřípadě vědomostech).

Vzhledem k tomu, že písmu se věnovala celá řada autorů, uvádím níže pouhé základy a to hlavně z 15. století, kdy došlo k rozvoji tisku (knihtisku), neboť své „volné grafiky“ vkládám do počítačové grafiky a za její pomoci vytvářím propagační materiál – brožuru, jejíž součástí je i písmo, zároveň i typ písma/font, textová kompozice a text ve formátu.

3.1 Písmo ve zkratce

V této podkapitole se zabývám písmem, kde čerpám především z knihy Miloše Slezáka a kol. (1989). Zpočátku se zmiňuji o jeho prvních podobách a následně přecházím k 15. století. Po vynálezu Gutenbergova dřevěného lisu a následném rozšíření tisku po celé Evropě (i Severní Americe) tiskaři z různých zemí

⁷ Po dokončení spolupráce klienta se společností si může objednavatel zažádat i o archivní soubory daného reklamního již zpracovaného materiálu v podobě elektronické.

⁸ Předpokládám, že návrh ke schválení by měl být realizován na počítači v nějakém grafickém programu (např. Adobe InDesign). Ve většině případů návrhy ke schválení a k tisku se zasílají elektronickou poštou tzv. e-mailem přes Internet.

vyvinuli mnoho odlišných typů písma, jejichž verze se používají dodnes.

„K našemu dnešnímu písmu vede řadou tisíciletí dlouhá cesta, na jejímž začátku jsou pokusy jeskynního člověka o záznam myšlenky pomocí obrazu...“ (Slezák 1985; 20) Nejstaršími „předtypy“ písma jsou memogramy, piktogramy a ideogramy. Poté se ideogramy změnilly ve fonogramy, které už znázorňovaly skupiny hlásek vycházející ze zvuku (bez vztahu k předmětu). Poté následuje rozvoj psaného písma od Řeků, kteří ho převzali od Féníčanů. Římané pak pro změnu od Řeků. Takto bych mohla pokračovat i v obdobích následujících.⁹ V této podkapitole uvedu příklady písem vzniklých od 15. století, které můžeme považovat za počátek vývoje tiskového písma, neboť se ve své práci zabývám uměleckou a užitou grafikou, jež je v dnešní době rozvíjena převážně na počítačích.

V 15. století se jedny z nejdůležitějších tiskových typů písma staly: tisková textura z „Gutenbergovy dílny“ a antikva (verzálková) Nicolase Jensonova z roku 1470, jež bylo pokládáno za jakýsi vzor. Z Jensonových následovníků můžeme zmínit Alda Manutia (italika z r. 1501). V období vzestupu italských tiskařů vyniká písmo „královského písmolijce“ Claude Garamonda. V této době se o písmo zajímá celá řada tvůrců např. francouzští písmáři Robert Granjon (modifikace italiky) a Jean Jannon. Pozdně renesanční typ řady dynamické antikvy vytváří v Anglii William Caslon a v Nizozemí J. F. Rosart. K tvorbě přechodové (barokní) antikvy 18. století zmíním nejznámější autory jako je Phillippe Grandjean, Pierre Simon Fournier (písmo rokokového charakteru) a John Baskerville. V době klasicismu vzniká statická antikva, jejímž autorem byl italský písmář Giambattista Bodoni. Ve Francii se statickou antikvou zabývali členové rodiny Didotů. Dále můžeme jmenovat G. B. Bodoniho (Itálie) a J. E. Walbauma (Německo), kteří vytvořili písmo obdobného řezu statické antikvy. S rozvojem průmyslové výroby v 19. století se tiskařství a písmolijectví stalo součástí průmyslu, neboť řemesla byla vytlačována výrobou. V knize „Písmo ve výtvarné výchově“ autor (Slezák, M. a kol. 1989; 58) píše o tzv. úpadkových písmech 19. století. Až ve 20. století se písmáři vrátili a inspirovali starými vzory. Rozvíjejí se především lineární bezserifová písma označovaná jako grotesk (například u nás Maršův grotesk) dále konstruovaná písma (Avant Garde). S vycházející fotosazbou se uplatnilo písmo zvané Univers od Adriana Frutigera (Švýcarsko) atd. U propagační grafiky se vyvinuly tzv. tiskové skripty, které v knize

⁹ Více z historie písma: SLEZÁK, M. a kol. (1989), str. 20 - 124

Slezák, M. a kol. (1989) dělí na kaligrafická a volně psaná písma. V této době vznikají zdobná písma a používá se technika suchých obtisků (Propisot, Letraset).

Mohla bych jmenovat další písma a jejich autory, ale to není podstatou této práce. Jak jsem napsala výše, v této kapitole jsem nastínila vývoj písma pro představu, poněvadž v kapitole „Realizace diplomové práce“ na ni navazuji.

3.2 Typy písem a fonty

Rozdíl mezi pojmem typ písma a font shrnu do této podkapitoly citací (viz níže), neboť v současnosti se tyto pojmy zaměňují. Zde čerpám převážně od autora Davida Banna (2008) a dále Tomáše Tůmy (2007). Řez písma je v podstatě návrh sady znaků a bývá často pojmenován po svém původním návrháři (viz kapitola „Písmo ve zkratce“). „*Kromě základního fontu typu roman může mít několik rozdílných řezů, např. kurzívu, tučné písmo, zhuštěné nebo slabé. Font je sada znaků konkrétního druhu písma uloženého ve formě počítačového souboru.*“ (Bann 2008; 52)

Tomáš Tůma (2008; 119–120) uvádí, že bylo vytvořeno několik klasifikací, ale že neexistuje jednotnost ani v pojmenovávání řezů písem, neboť tisková písma vycházejí z historických vývojových skutečností a navíc má každý stát vlastní klasifikaci tiskových písem. Nejjednodušeji, dle autora, můžeme rozdělit písma na latinková a nelatinková. Autor se odkazuje na Jana Solperu a jeho dělení podle kresebných prvků, které zároveň třídil na základě historického vývoje následovně:

- i. *Dynamická antikva* (Times Roman);
- ii. *Přechodová antikva* (Baskerville);
- iii. *Statická antikva* (Bodoni);
- iv. *Lineární písmo serifové* (Clarendon);
- v. *Lineární bezserifové statické písmo* (Helvetika);
- vi. *Lineární bezserifové geometricky konstruované písmo* (Futura);
- vii. *Lineární bezserifové dynamické písmo* (Frutiger);
- viii. *Lineární antikva* (Optima);
- ix. *Kaligrafická písma* (Englische Schreibschrift);
- x. *Volně psaná písma* (Brod);
- xi. *Lomená písma* (Cloister).

Dále bych mohla pokračovat jinými děleními písma od jednotlivých autorů, ale v této práci se mi jedná o nástin a možnost jednoduchého zařazení typů písma, jež

jsem použila ve své realizaci – v brožuře (viz kapitola „Realizace diplomové práce“).

3.3 Textová kompozice

V propagační grafice je jednou z nejdůležitějších součástí nějaké konkrétní práce volba formátu,¹⁰ text ve formátu, plocha a její vlastnosti a v neposlední řadě písmo a jeho výběr. V této kapitole čerpám hlavně z Tůmy (2007) a Slezáka a kol. (1989).

V knize „*Písmo ve výtvarné výchově*“ (Slezák, M. a kol. 1989) je uvedeno, že po tisíciletích se jako naprosto ideální stává poměr zlatého řezu a to nejen v propagační grafice, ale ve všech odvětvích výtvarného umění vůbec. Poměr zlatého řezu můžeme vysvětlit jako poměr kratší strany (a) k delší (b), jenž se rovná poměru součtu obou ke kratší, tj. $a : b = (a + b) : a$. Dají se využít i jiné poměry jako jsou například 3:4. V menších proporcích se používá poměr 1:2 a jemu blízký 5:9. Další možnosti umístění do plochy jako jsou například zakomponování na střed, kompozice do trojúhelníku nebo kompozice do diagonály popisují v kapitole „Kompozice a barva“.

Při umisťování textu nebo obrázků, fotek, log atd. (záleží na typu propagace) bychom měli mít na zřeteli umístění písma a celkový vzhled, neboť se ve většině případů grafické práce vyskytuje větší počet objektů o různých velikostech, tvarů, barevných textur. Můžeme se držet danými pravidly, kompozicemi, o kterých píše níže. Nebo se jimi držet nemusíme, ale měli bychom dbát na už zmíněný celkový vzhled. Samara (2008) ve své knize popisuje koncepty, které se můžou v moderním grafickém designu porušovat (viz níže).

Dále budu pokračovat nynějšími aplikacemi, se kterými se setkáme v reklamních studiích, tiskárnách apod. Z počítačových aplikací určených pro zlom sazby převládá na trhu především: QuarkXPress a InDesign. Ale i grafické aplikace, např. Illustátor či Freehand, si dokážou poradit s úkoly vyskytujícími se při zlomu sazby. Do těchto jmenovaných aplikací lze importovat soubory mnoha různých formátů a dále s nimi manipulovat tak, aby konečným výsledkem byl jediný digitální už připravený dokument k tisku.

¹⁰ Slezák, Miloš a kol. (1989). na str. 128: Při volbě formátu papíru máme k dispozici dvě řady formátů. Jednak je to řada A, například A3 = 297 x 420 mm, se kterou se setkáváme nejčastěji, a řada B. Volba formátu papíru často ovlivňuje celkový vzhled dané práce. Například formát na výšku působí na příjemce důstojněji, protože má větší šířkovou převahu.

4. Počítačová grafika

V této kapitole pronikneme do historie grafického designu, kde především čerpám od Tůmy (2007) a Banna (2008). Zásadní vývoj proběhl v rychlosti zpracování zakázky, ať už jde o zpracování návrhu či technologii tisku.

„Přestože v některých větších firmách lze najít pracovní stanice pro práci na konkrétních aplikacích, většina grafiků pracuje na příručních počítačích nebo noteboocích. Počítače mohou být typu PC (např. Dell, Hewlett-Packard, IBM a mnoho dalších značek) nebo Apple Macintosh (Mac).“ (Bann 2008; 56) Rozvoj v oblasti počítačů přispěl ke vzniku aplikací pro zlom stran jako je QuarkXPress a PageMaker, InDesign, FrameMaker apod. Níže porovnávám grafiku s grafikou počítačovou. Počítačová grafika se neustále vyvíjí jednak jako technologie v oblasti tisku, ve zpracování tiskovin a propagačních materiálů, nebo ve využití jiných materiálů a technik. I v budoucnosti se jistě rozšíří další možnosti jejího využití v této oblasti. Grafika je stále založena na „ruční“ práci, ve většině, tedy na grafiku volnou, uměleckou.

Grafika vytvořená na počítači má širokou oblast použití, ať už jde o webové stránky, „... přes vytištěný leták, multimediální CD, elektronický papír, displej mobilního telefonu až třeba k laserem řízené holografické projekci...“ (Tůma 2007; 10) Nese s sebou potřebu řady softwarových nástrojů, dále specifikací a norem, které se neustále vyvíjejí rozvojem už zmíněných nových technologií.

Grafické aplikace mají nevýhodu v tom, že musíme mít neustále na zřeteli velikost datového souboru z důvodu zátěže hardwaru a delší doby zpracování návrhu či realizace.

4.1 Ovlivňující faktory

Návrh propagačního materiálu ovlivňuje hned několik faktorů. Jedním z nich je připravenost grafika, který návrh zhotoví, v jeho výtvarném cítění a zvolené technice. Pak je to jeho znalost v oboru, neboť vývoj počítačové grafiky jde stále kupředu. Dalším faktorem, a to zásadním, je zákazník, který ovlivňuje průběh připravované propagace (brožura, leták, logo apod.) zejména tím způsobem, že usměrňuje, ale i částečně omezuje grafika, ať už je příčinou finanční stránka, nebo chtivost klienta změnit či přímo realizovat návrh podle jeho představ. Ve většině případů to bohužel nebývá zrovna ideální řešení, neboť ne vždy má zákazník vkus či zkušenosti v této oblasti.

Vrátím se zpět k otázce financí, které zadavatel hodlá uvolnit grafikovi pro přípravu a celkovou výrobu propagace. Tiskárny nebo grafická studia předloží zákazníkovi cenovou nabídku podle množství, barevnosti, materiálu, který si klient zadal do požadavku, zda se bude jednat o tisk digitální či klasicky ofsetový. Celkový vzhled a dojem z propagačního materiálu může ovlivnit i použitý materiál.

Podstatou grafiky je, aby plnila svůj účel a to především informovat a zaujmout pozorovatele do několika vteřin. Nesplňuje-li podmínky, grafická práce se tak stává nenaplněna. Lze říci, že zde grafik může ve svůj prospěch uplatnit své znalosti v oblasti psychologického vnímání, sociologii či marketingu.

Samara ve své knize (2008; 8) cituje Paula Randa¹¹: „*Anglické slovo „design“ je nejen sloveso, ale i podstatné jméno. Označuje jak začátek, tak i konec; nazýváme jím jak samotný proces, tak i jeho výsledek.*“

Dále Samara ve své knize stanovuje (2008; 18-28) dvacet základních konceptů, kterých by se měl grafik držet, přičemž na konci knihy přikládá ke konceptům názory, za jakých podmínek se mohou porušovat. Stručně uvedu pět vybraných koncepcí z této knihy.

- i. *Stanovte koncept.* Zde autor píše o sdělení myšlenky, kterou musí brát každý grafik v úvahu ve své práci, jinak se nebude jednat o grafický design. Oproti tomu uvádí, že se může koncept porušit, pokud se tak nechá vyniknout obsah.
- ii. *Komunikujte na úkor efektivní zdobnosti.* Samara se odkazuje na první koncept a dále tvrdí, že design nese nějaký význam a to může mít dopad na obsah sdělení, jež by mělo působit srozumitelně.
- iii. *Mluvte jedním vizuálním hlasem.* Celkový design by měl být v souladu s ostatními detaily. Koncepce může být porušena, jestliže je účelem přitáhnout pozornost k určitému prvku.
- iv. *Používejte maximálně dva nebo tři druhy písma.* Výběr písma by se měl shodovat s účelem propagace. Příliš mnoho druhů písma rozptyluje čtenáře a působí v celku designu rozpačitě.¹²
- v. *Barvy vybírejte s určitým záměrem.* Na každou barvu můžeme nahlížet jednak z psychologického, nebo z emočního působení na příjemce. Zároveň ovlivňuje členění práce, ať už mluvíme o čitelnosti písma či o celkovém dojmu.

¹¹ Paul Rand – grafik; úryvek z jeho knihy *Design, Form and Chaos*, Yale University Press, 1993

¹² Samara ve své další koncepci s názvem „*Písmo musí být na pohled příjemné*“ se odkazuje na principy typografie.

Autor ve svých dalších patnácti koncepcích zmiňuje, že v jednoduchosti je krása, a proto by grafik neměl vnášet příliš mnoho nápadů, které odpoutávají pozornost. Zabývá se působením jednotlivých předmětů (kruh, čtverec apod.) na diváka, ale i možnostmi využití fotografie pro inspiraci a hlavně pro přehled grafika, pokud jde rozvržení plochy – tmavost a světlost.

4.2 Kompozice a barva

V této kapitole popisují přístupy komponování předmětů a zmiňují se o barvě. Čerpám od autorů: Tůma (2007), Samara (2008). Na „Kompozici a barvu“ navazují ve své praktické části.

Začneme-li slovem barva, měli bychom vzít v úvahu základní fakta. U barvy můžeme hovořit o její sytosti, jasů či světlosti apod. Barva se dá pojmout i z hlediska, jak na nás působí, tedy barvy „teplé“ a „studené“. Dále je důležité zmínit i odstín barvy, kam patří nejen základní barvy, které uvádím níže („CMYK a RGB“). Řadí se sem barvy vzniklé smícháním barev základních. Označení „sytost“ barvy se definuje jako její intezita nebo zářivost. Jasněji se označuje stupeň tmavosti, nebo naopak světlosti.

„Různé odstíny (bez ohledu na jejich jas či sytost) mohou spolu působit různě, (...) Čím jsou blíže u sebe (znak příbuznosti), tím jsou si vizuálně podobnější a dohromady působí harmoničtěji...“ (Samara 2008;). Poté autor uvádí, že pravým opakem jsou ve vztahu k sobě barvy vzdálené, tedy kontrastní. Zároveň autor v knize (Samara 2008; 81) uvádí citaci od Josefa Albers¹³: *„Řekne-li se “červená“ a je u toho padesát lidí, dá se očekávat, že jim na mysli vytane padesát červených a všechny budou velmi rozdílné. Barvy vnímáme v jejich průběžných proměnách v závislosti na jejich okolí: na sousedních barvách a podmínkách, ve kterých se nacházejí.“*

Samara ve své knize píše o barvě jako o kódovacím prostředku, kdy se barvy přiřazují k opakujícímu se prvku a mají tak jakousi logiku. Na barvu můžeme nahlížet i z psychologického hlediska a ze symboliky, kterou vyjadřuje jednotlivý odstín.

Vracím se opět k pojmu barva, ale z pohledu počítačové grafiky. Chceme-li

¹³ Josef Albers – umělec, teoretik, pedagog; výrok z jeho knihy *Interaction of Colour*, Yale University Press

vycházet z barevné skladby, musíme vzít v potaz stavbu lidského oka a jeho vnímání. Důležitý je ale i cit pro barevnost, pokud ho máme, což je otázka nejen zkušeností, ale i vnitřních dispozic. U počítačové grafiky například v programu Adobe Photoshop lze u fotografie nastavit sytost barvy, složení barvy (CMYK, RGB atd.), chromatickou teplotu světla. Důležitým prvkem je už zmíněná správná vyváženost bílé barvy.

Geometrická konstrukce se používá už spoustu let. Přispěla ke vzniku tzv. kompozice, která má jako hlavní účel nasměrovat příjemce na nejdůležitější části propagace. Rozděluje hlavní motiv obrazu, nebo jeho plochy na důležité a méně důležité či estetické části. Konstrukce používali umělci při rozmístění předmětů do plochy, tedy při komponování obrazu. Výsledkem hledání vhodné kompozice, ať už vezmu v potaz historii či nynější dobu, je konstrukce směřovaná k tzv. zlatému řezu. Kompozice vhodné pro propagační materiál uvádím následovně (Tůma 2007; 13-16):

- i. už zmíněná kompozice na tzv. zlatý střed;
- ii. kompozice na střed;
- iii. kompozice do trojúhelníku;
- iv. kompozice do diagonály.

Kompozice na tzv. zlatý řez (viz podkapitola „Textová kompozice“) působí efektivněji oproti umístování motivů na střed. Umístění na střed je charakteristické svým dojmem z klidu či vystižení symetrie, jestliže se neztotožňuje s obsahem, vyvolává zdání přílišné statiky a zároveň dává pocit celkové propagaci, že padá z plochy (tzv. padající dojem). V dnešním grafickém designu se setkáváme s kompozicemi, od kterých se opouští. Vždy záleží na obsahu propagace, tedy o čem má vypovídat.

Dále lze využít zmíněné kompozice podle starých mistrů, kompozice do trojúhelníku, objekty směřované na křivku, elipsu, anebo linie. Kompozice na diagonálu připomínající pohyb může při neuváženém použití dávat dojem nepřehlednosti. V knize *Počítačová grafika a design* (Tůma 2007; 14) autor doporučuje zakomponovat do obrazu další linii či linie v opačném směru, pokud chceme zrušit dojem z její nerovnováhy. Důležitý je také prostor jak vyplněný, tak i prázdný (negativní), kdy základním prvkem se stává bílá plocha, neboť účelem je vystihnout vyváženost a harmonii propagace.

Podkapitolu ukončím netradičně citací z knihy „*Grafický design*“, jejímž

autorem je Samara (2008; 30) a sám v ní cituje Katherine McCoy: „*Jsem přesvědčená, že abstraktní tvar, obraznost, barva, textura a materiál mohou vysílat sdělení stejně dobře nebo dokonce lépe než slova.*“

4.3 Rastr a vektor

V úvodu této podkapitoly vysvětlím základní zkratky LPI a DPI. První zkratka LPI vychází z anglického slova Lines Per Inch, čímž vyjadřuje počet linek tiskových bodů. Definuje hustotu polotónového rastru a tím i jeho kvalitu. Obecné pravidlo praví, že, čím nižší je LPI, tím výraznější budou tiskové body na vytištěném obrázku. Jednotka DPI (Dots Per Inch) popisuje potřebné rozlišení pro výstupní zařízení, jež používáme pro zobrazení. „*Především pro ofsetový tisk se často používá jednoduchá pomůcka pro přepočet: rozlišení obrázku (v DPI) by mělo mít dvojnásobnou hodnotu, než LPI zamýšleného rastru.*“¹⁴

Základními stavebními kameny počítačové grafiky jsou pojmy rastr (viz výše), vektor a další termíny, které jsou důležité pro práci s grafickými programy. Rastrový oproti vektorovému obrázku bude mít jiné zobrazení v rámci barevnosti. Vezmeme-li fotografii například černobílou, rastr bude obsahovat jiný počet šedí, tedy jinou stupnici rozhraní mezi barvou bílou a černou. Každý bod má k dispozici počet barev, tzn., že je dán tzv. bitovou hloubkou.¹⁵ Jeden bit se rovná barvě černé a bílé, kdy s touto paletou pracuje např. formát WBMP, určený pro mobilní aplikace apod. Mnohem širší paleta k zápisu obsahuje 256 odstínů šedí, což se zapisuje jako 8 bitů. „*U barevných obrázků se obvykle setkáváme s bitovou hloubkou 8 bitů na barevný kanál*“ (Tůma 2007; 26), který vychází při režimu RGB na 24 bitů ($8+8+8=24$), tedy více než 16 milionů barev atd. „*S bitovou hloubkou narůstá datový objem souboru, a proto se zvětšují i časové nároky na zpracování.*“ (Tůma 2007; 26). Výše se zmiňuji o snížení kvality obrázku – dojde ke snížení velikosti souboru.

Ve slovníčku Bann (2008; 185) uvádí, že bitmapa je jedním ze způsobů prezentace obrazu paměti počítače a každý bod bývá v dané mřížce vyjádřen určitým počtem bitů. Zároveň píše o termínu bit: „*Binární číslice (0 a 1), základ binárního systému. Je základní a zároveň nejmenší jednotkou informace, používanou především*

¹⁴ <http://www.grafika.cz/art/polygrafie/lpi001.html> [28.3.2010, 18.00]

¹⁵ V článku http://www.grafika.cz/art/polygrafie/bar_hloubka.html [28.3.2010, 20.00] se zabývá Jan Březina (autor) barevnou hloubkou při použití u všech digitálních zařízení pracujících s barevnou informací, ale i ve všech programech sloužících k manipulaci s barevným obrazem.

v číslicové a výpočetní technice...“. Zároveň se zmiňuje, že se jedná o početní operace ukládané v řetězcích, jež se nazývají bity. Počet 24 bitů označuje data uložená v počítači v řetězcích binárních číslic o délce 24 znaků.

„Vektorová grafika může evokovat jednoduché zobrazení sestávající ze základních geometrických tvarů a křivek.“ (Tůma 2007; 41) Z citace vyplývá, že geometrické prvky lze vytvořit (i velmi komplikované) v programech Adobe Illustrator či Corel Draw apod. V některých aplikacích jako je například Adobe Indesign (sloužící spíše k sazbě dokumentů) můžeme také pracovat s křivkami a objekty. Vektory podporuje i program Adobe Photoshop, ve kterém se pomocí vrstev dá pracovat s rastrem a s vektorovým písmem. O grafických programech a jejich formátech byla napsána celá řada knih.

Pro vytváření rastrové (bitmapové) grafiky se nejvíce používají následující programy: Photoshop, Paint SHOP PRO, GIMP (Linux), ART Rage, Corel Painter a další. Nejčastější nepochopení pojmu „rozlišení obrázku“ spočívá v tom, že jej mnozí uživatelé zaměňují s pojmem „velikost obrázku“. Pro kvalitní tisk stačí rozlišení obrázku 300 dpi na délku 2,54 cm. *„Jednotka dpi (dots per inch) popisuje potřebné rozlišení pro výstupní zařízení, které použijete pro zobrazení. Je to počet bodů na délku jednoho palce (2,54 cm).“* (Tůma 2007; 36) Autor dále uvádí, že nejspolehlivějším vodítkem pro posouzení velikosti obrázku je znalost rozměru obrázku v jednotlivých bodech (pixelech), kterou vypočítáme tak, že šířku v pixelech vydělíme požadovaným rozlišením a tím získáme velikost v palcích. Pro převod jednotky palců na centimetry palce vynásobíme číslem 2,54. Neobsahuje-li obrázek správný počet pixelů, je lepší ho do tisku nepouštět. Z praxe vím, že pokud zákazník lpí na tom, aby se stejně obrázek na propagaci objevil, upravuje se v grafickém programu, například v prostředí Adobe Photoshop.

4.4 CMYK a RGB

V této podkapitole uvádím nejzákladnější termíny, které jsou používány nejen v reklamních agenturách či DTP studiích při změně RGB kanálu na CMYK barvy. Převážně zde čerpám od Tomáše Tůmy (2007), poněvadž popisuje ve své knize základy, které má ověřené z praxe.

V polygrafické a počítačové terminologii se uvádí slovo gamut (rozsah barev). Termín vysvětlím následovně. Každý monitor zobrazuje jistý počet barev a jiný rozsah barev bude při výstupu tiskem. V praxi se lze setkat se situací (dle Tůmy

2007; 29), kdy tiskárna není schopna vytisknout konkrétní tón, poněvadž ten leží mimo její rozsah, vymění tedy barvu za co nejvíce podobnou barvě požadované.

Nejen přeměna RGB na CMYK při tisku je důležitá, ale i tzv. kalibrace monitoru, poněvadž ulehčí grafikovi práci při výběru barev a též jednání se zákazníkem. Mohlo by se totiž stát, že na monitoru vidíme bílou plochu, ale jakmile dané dílo vytiskneme, zjistíme, že plocha obsahuje například světlý odstín šedé.

„Při analýze barev a jasových hodnot částí obrázku se nespolehejte jen na monitor. Důležité hodnoty si ověřujte pomocí histogramu (...) nebo přečtením barvy v daném místě.“¹⁶ (Tůma 2007; 29) Dále je důležité překontrolovat pro jaký kanál (tedy jedná-li se o RGB, CMYK apod.) je výstup tiskoviny vhodný.

Nyní se vrátím ke zmíněným pojům jako je RGB, CMYK a další barevné moduly (kanály), například LAB či duplex. Označení vychází z anglických názvů barev. Zatímco zkratka RGB se skládá ze slov Red (červená), Green (zelená), Blue (modrá), zkratky CMYK jsou základními barvami Cyan (azurová), Magenta (purpurová), Yellow (žlutá) a black (černá). Každý z těchto modulů míchá ze základních barev širokou paletu odstínů. Model RGB se zobrazuje na monitoru a neslouží k tisku. Při sloučení základních barev vzniká bílé světlo – tzv. aditivní barvy. Nulové hodnoty barvy červené, zelené a modré vytvářejí černou barvu.

Bann ve své knize (2008; 36) uvádí, že: *„... Bílé světlo, jehož zdrojem je Slunce nebo některé přírodní zdroje, je tvořeno kombinací všech barev spektra a takové světlo lze rozložit do tří „základních“ barev – červené, zelené a modré...“*

Smícháním barvy purpurové, azurové a žluté v jejich maximální intenzitě, vzniká barva černá, jedná se o modul CMYK, který se používá při tisku. Zároveň bychom měli brát v úvahu, že bílá barva je zde nahrazena barvou papíru. V tiskařské praxi dojde k tomu, že v tisku ofsetem se využijí zmíněné základní barvy (CMY¹⁷) a tiskařská čern, která je značená právě písmenem K.

Ať už se jedná o poskript nebo jiný soubor, který slouží k výstupu pro tisk, podstatou je právě základ znalostí míchání barev, a to nejen z teoretického hlediska. Dalšími barevnými modely, se kterými se můžeme setkat u počítačových programů, jsou LAB či duplex (např. Adobe Photoshop).

Na téma počítačová grafika bychom mohli hovořit dále. V této kapitole jsem

¹⁶ Například u aplikace Adobe Photoshop je to nástroj kapátko.

¹⁷ TŮMA, T. (2007; 31) uvádí, že při dopadu světla na vytištěné barvy bývají některé složky pohlceny či odrazeny, a proto se model CMY označuje jako substraktivní.

nastínila problematiku barev a jejich použití v praxi, neboť se tímto tématem nadále zabývám ve své praktické části.

5. Propagace ve společenské praxi

V této kapitole¹⁸ nastíním, co představuje slovo propagace, co je jejím účelem apod. Hlavním prostředkem v dnešní komunikaci se zákazníkem je především počítač, ať už slouží jako prostředek k vytvoření „propagace“ (leták, vizitka, logo apod.) nebo prostředník prezentace ve formě webových stránek. Účelem je oslovení dané skupiny lidí, která musí pochopit, co jim grafik chce sdělit. Nepochopí-li, jedná se o špatně zhotovenou či špatně zvolenou formu propagace.

Samara ve své knize (2008; 18) uvádí, že grafický design a reklama vznikla na přelomu 18. a 19. století. Umělecká práce byla vnímána jako služba tehdejší společnosti až do 19. století. *„Až ve třicátých letech 19. století našla veřejnost kouzlo bohémského malíře jako někoho, kdo ve svých dílech vyjadřuje především „sám sebe“. Od 70. let 20. století jsou již označováni za „tvůrce“.“* (Samara 2008)

Dále Samara (2008) píše, že reklama sděluje informace veřejnosti o nějakém produktu nebo události z důvodu zvýšení prodeje. Grafický design nám předává své poselství a emotivní zážitek. Podstatou grafické práce¹⁹ je zaujmout zákazníky nebo alespoň dosáhnout nějaké odezvy. Termín propagace můžeme definovat jako cílené oslovení nakupujícího či oslovení skupiny lidí, kterou chceme informovat o nějaké události apod.

Samara ve své knize v kapitole s názvem „Svět obrazů“ uvádí, že pod pojmem obrazy se ukrývá práce designera a jeho schopnosti se vypořádat nejen s celkovou kompozicí, s písmem, s předměty v ploše, ale i se zvoleným tématem a jeho obsahem. Zároveň pohlíží na obraz z pohledu designu, zda je vhodným komunikačním prostředkem. Autor v úvodu ke kapitole cituje Rona Burnetta²⁰, který se vyjadřuje k obrazům následovně: *„...Staly úhelným kamenem každého činu, který navzájem propojuje lidi... vztažným bodem informací a vědomostí, jenž je vizuálním znázorněním lidské tvořivosti.“* (Samara 2008; 164)

V současnosti dochází k renesanci tvorby grafického designu na úrovni řemeslné výroby. U většiny návrhářů se objevil proces rukodělné tvorby, neboť se

¹⁸ V této kapitole čerpám od autorů: Samara (2008), Twemlowová (2008).

¹⁹ Více v kapitole „Počítačová grafika“.

²⁰ Ron Burnett – Pedagog v oblasti designu a autor knih, úryvek z „How Images Think“, Tje MIT Press, Cambridge, MA, 1993

jim odcizil přístup a produkty vytvořené v prostředí softwarových aplikací. „*Vztah mezi řemeslnou výrobou, dekorací a ornamentem trvá již odnepaměti a jsou to oblasti navzájem si blízké. Hnutí Arts and Crafts pomáhá oživit řemeslnou dovednost s důrazem na sociální hodnotu na jejím pozadí.*“ (Twemlowová 2008; 68) Zájem o rukodělnou práci je patrný nejen v grafickém designu, ale i v designu výrobků, v architektuře a módě. Dnešní společnost vnímá pracovně náročné technologie jako originálnější přístup k dílu než ve zpracování na počítači.

V knize *K čemu je grafický design?* Twemlowová (2008; 64) uvádí: „*Mnozí designeři opouštějí své počítačové monitory, aby oprášili nyní již zastaralé technologie, jako je třeba tisk z výšky, aby si opět vychutnali fyzickou tvůrčí práci.*“ Dnes se na toto téma pořádají výstavy, píšou se knihy pojednávající o rukodělné tvorbě a výrobě apod. Dále autorka píše, že designérka Lorraine Wildová předpověděla mnohé z trendu návratu k rukodělné tvorbě už v roce 1998 v článku nazvaném „*The Macrame of Resistance*“ (Makramé odporu; časopis *Emigre*) „... *hovoří o jistém druhu znalostí, které se vyvinuly díky technice rukodělné výroby předmětů.*“ Příkladem je designérská firma *thomas.matthews*, která ve svém studiu, jak uvádí autorka, vlastní malou sestavu pro tisk z výšky. Proto se ve své práci zabývám uměleckou grafikou, o níž pojednávám v kapitole níže.

6. Realizace tématu diplomové práce

V této kapitole je popsána praktická část mé diplomové práce. V úvodu se hovoří o souboru grafických prací na téma „*Tiskařské stroje*“ pro firmu Tiskárna David. Grafiky jsem zpracovala grafickými postupy pomocí kombinované techniky. Poté byly jednotlivé práce vyfotografovány a vloženy do výsledného propagačního materiálu – informační brožury pro firmu Tiskárna David. V programu Photoshop (od firmy Adobe) byly fotografie tiskařských strojů upraveny, popřípadě jejich detaily tak, aby byl zřejmý pohled na fotografie jako na grafiku „*volnou*“, ale v počítačové podobě. Ke srovnání jsou použity stejné fotografie, které byly pořízeny v Tiskárně David a které jsou uvedeny v příloze. Majitel tiskárny mně poskytl potřebné informace, které jsou přiřazené v brožuře pouze jako náhled řešení textu, pokud by došlo k její realizaci.

V předchozích kapitolách jsem nastínila termíny: grafika, užitá grafika, umělecká grafika, dále písmo, propagace aj., poněvadž v této praktické části na ně budu postupně navazovat. Výše jsem se hovořila o tom, že zákazník vždy stanovuje

náklad, na jaký materiál se bude tisknout, barevnost apod. V Tiskárně David jsem dříve pracovala a ve většině případů mi majitel tiskárny jako zadavatel nechal tzv. „volnou ruku“, například v návrhu na billboard, který asi po dva roky vítal zákazníky u vstupu nad dveřmi. V této práci tedy není zohledněn přístup „zákazník – náš pán“. I přesto jsem v předchozích kapitolách popisovala jakýsi základ ke vzniku veškeré propagace včetně ovlivňujících faktorů.

Vrátím se zpět k uvedené citaci autorky Twemlowové (2008; 64): „*Mnozí designeři opouštějí své počítačové monitory, aby oprášili nyní již zastaralé technologie, jako je třeba tisk z výšky, aby si opět vychutnali fyzickou tvůrčí práci.*“ Motivací, která mě přiměla se zamyslet nad vzestupem počítačů usnadňujících práci oproti „ruční dělbě“, byla skutečnost, že se dnes užitá grafika vytváří zpravidla právě na počítači a opouštějí se techniky, které dříve napomáhaly grafikovi při zhotovení díla (například koláž, frotáž atd).

6.1 Technické údaje a provedení

Ve své práci se navracím taktéž (viz citace výše) ke starším grafickým technikám tisku. Pro návrh realizace souboru grafických prací s tematikou "tiskařské stroje" byly využity fotografie pořízené ve firmě Tiskárna David. Tiskárna mně věnovala hliníkové ofsetové desky²¹, jež jsem zprvu testovala nezdařenou technikou akvatinty, následně pak kombinovanou technikou. Ofsetový plech byl odmaštěn. Na kovovou desku se v krabici naprášila kalafuna. Poté byla deska nahřáta na svíčke. Kalafuna jemně přilnula k desce. Poté byla deska natřena krytem, asfaltovým lakem. Použila jsem kyselinu dusičnou (65%-ní vodný roztok HNO₃). Kyselina nevyleptala žádnou část matrice, poněvadž hliníkové desky se speciálně upravují pro ofsetový tisk. Příprava těchto kovových desek k tisku ofsetem je postavena na principu fotochemické cesty a kyseliny k tomu určené jsou v běžných obchodech neprodejně.

Druhým pokusem byl lept z měděného plechu v roztoku chloridu železitého (FeCl₃). Desky jsem nejprve zabrousila šábrem pro znemožnění případného poranění, poté odmastila. Připravené měděné matrice jsem nejprve ponechala v chloridu železnatém patnáct minut. Další leptání jsem prodlužovala vždy o přibližně pět minut. Leptání proběhlo celkem třikrát. Poté jsem opět provedla zkušební tisky. Tisk se stále nedařil tak, jak bych si představovala.

²¹ S deskou lze jednoduše manipulovat, poněvadž je lehce ohybatelná a tenká, můžeme ji rozstříhat nůžkami. Není třeba ji zabrušovat šábrem. Podle mého názoru se dá použít spíše pro techniku suché jehly.

Rozhodla jsem se proto využít pozinkovaných plechů leptaných v kyselině dusičné. Kvalita povrchu pozinkovaných plechů však nebyla stejná: Některé plechy měly na svém povrchu jakousi strukturu. První dva plechy byly leptány pět až sedm minut, další dva plechy deset až patnáct minut. Po druhém leptání, v rozmezí u prvních dvou leptů dvacet až dvacet pět minut a u druhých dvou plechů deset až patnáct minut, byl proveden zkušební tisk. Tisková plocha byla však ve výsledku nekontrastní, od šedé škály barvy až k bílé nečitelné ploše. Poté jsem leptání prodlužovala, aby výsledkem bylo nejen šedé „zabarvení“, ale i kontrast mezi barvou černou a bílou. Vliv na prodloužení doby leptání měla kyselina následovně: (i) jakou měrou byla během leptání znehodnocena, (ii) v jakém poměru byla zředěna.²² Při dalším zkušebním tisku byl kontrast mezi bílou plochou a černou barvou docílen.

Zde naváží na kapitolu „Užitá grafika“ a její podkapitoly, kde jsem uvedla dělení grafiky a její charakteristické rysy. Hovoříme-li o technice, musím poznamenat, že se jedná o kombinovanou techniku z důvodu jejího vzniku, ale i výsledku. Neboť kyselina vyhloubila prostor pouze pro černou barvu a ponechala pouze zakrytované bílé místo. V příloze jsem uvedla dvě verze souborných grafických prací.²³ První soubor je vytvořen technikou hlubotisku. Druhý soubor prací byl zpracován technikou tisku z výšky. Všechny pozinkované desky mají jinou strukturu. Při technice hlubotisku byla barva na každé matici vytírána jiným způsobem. Proto každý jeden výtisk ze stejné matrice představuje vždy jeden originál.

Grafiky jsem ořízla, zapaspartovala a přikládám je zvlášť ke své diplomové práci. Stejně grafiky jsem použila pro finální brožuru, které bude věnována následující podkapitola.

6.2 Brožura

Výše jsem se zmínila o rozdílu grafiky umělecké a užití. V brožure jsem využila volné grafiky (grafiky ze souboru prací), které jsem poté umístila do brožury. Jedná se tedy o užitou grafiku, která vychází z grafiky umělecké. Záměrem užití grafiky je její možnost vícenákladovosti v oblasti polygrafie.

²² Dle návodu na skleněné láhvi s kyselinou dusičnou jsem ji zředila s vodou 1:4. Dbala jsem na bezpečnostní pokyny, jež jsou při práci s kyselinami spjaté.

²³ Vyjímkou je grafika s názvem „Pohled přes sklo č. 2“, která byla zhotovena pouze v jedné verzi, poněvadž kyselina dusičná po několikátém leptu na pozinkovaném plechu nevyhloubila dostatečný prostor pro tisk s výšky (jako tomu bylo u předchozích matic).

Výtisky byly vyfotografovány, jelikož při skenování může dojít k nechtěným odleskům na grafických tiscích. Pomocí aplikace CorelDraw jsem vytvořila návrh obálky z fotografií upravených v programu Photoshop²⁴. Jednotlivé fotografie a jejich „proměna“ je rovněž přiložena v příloze diplomové práce. Změněné fotografie v příloze zároveň slouží jako porovnání mezi užitou grafikou a grafikou počítačovou. Grafiky jsou použity ve výsledné brožuře. Zvolila jsem formát papíru postavený na výšku brožury o velikosti přibližně A4 (210 x 297 mm).

V realizaci diplomové práce, konkrétně v brožuře, jsem kromě fotek použila také písmo, o kterém jsem se zmínila výše (kapitola „Písmo a jeho využití v počítačové grafice“). V brožuře bylo do celkového obsahu zakomponováno jednoduché bezserifové písmo „Arial“ se stejnou tloušťkou jednotlivých tahů. Na obálce bylo použito písmo o velikosti přibližně 22 pt²⁵ a 10 pt, na listech pak 18 pt a 12 pt. Na obálce přední strany je použit stejný font z důvodu jednoduchosti, aby nesrážel, ale naopak podtrhl celkový vzhled původního návrhu i realizaci. Důvodem je fakt, že by si písmo nemělo odporovat s grafickým tiskem, který byl do obálky (i jednotlivých listů) vložen. Poté jsem na obálku umístila logo Tiskárny David a jednoduché dva nápisy rozmístila na ploše. Jeden z nápisů na obálce je zabarven modře. Důvod je prostý. I v logu je obsažena modrá barva, proto byla použita, aby spolu se základní tiskovou černou barvou (viz „CMYK a RGB“) vyzdvihla celkový dojem z obálky. Podobným způsobem byla utvořena zadní strana obálky a následně i listy v brožuře. Listy v brožuře jsou očíslované v jakémsi malém rámečku, jenž byl vytažen z loga²⁶, aby plocha nezůstala prázdná a zároveň pohled na list byl přehledný a srozumitelný. Na jednotlivých listech je uveden jeden grafický výtisk a na většině z listů je i text, který doplňuje grafiky, o které převážně v této práci jde. Text zde slouží pouze jako vzor, ne konečný stav. V pozadí listů se nachází polovina zmíněného rámečku (součásti loga tiskárny), jenž leží po pravé straně, jako by vystupoval z plochy. Při umisťování objektů na plochu jsem ve většině případů dodržovala princip kompozice na tzv. zlatý střed (viz podkapitoly pojednávající o kompozici: „Textová kompozice“ a „Kompozice a barva“).

Realizovala jsem dvě verze brožury, které mohou být následně použity Tiskárnou David k její propagaci. Obě varianty byly zařazeny do přílohy. Listy

²⁴ Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges.

²⁵ Pt se uvádí pro označení velikosti písma.

²⁶ Stejný rámeček nelezeme i na webových stránkách tiskárny. Rámeček byl zvolen z důvodu udržení identity a charakteristiky Tiskárny David.

k brožurě včetně obálky byly vytištěny digitálně a následně oříznuty. Brožuru jsem ponechala v kroužkové vazbě pro možnost lepší manipulace, proto jednotlivé listy brožury (i obálka) nebyly zapaspartovány.

V realizaci brožury č. 1 jsem se nedržela původního barevného schématu. Modrá barva byla změněna a to následovně: Rámeček je černomodrý, kde byla barva rozvržena pro tisk dle loga, tj. C:70, M:41, Y:2, K:0. U poloviny rámečku, která je součástí plochy v pozadí grafik, jsem stupně jednotlivých barevných kanálů ubírala, až jsem dospěla k tmavší a naopak světlejší barvě modré (oproti logu). U realizace brožury č. 2 byla využita stejná barevnost dle původního návrhu, kde se nedržím barevnosti loga tiskárny. Obálky a listy byly uloženy pro tiskový soubor, obsahují už zmíněné kanály CMYK (viz „CMYK a RGB“).

Pro přehlednost zopakuji citaci, kterou Samara (2008; 81) uvádí ve své knize od Josefa Alberse: *„Řekne-li se “červená“ a je u toho padesát lidí, dá se očekávat, že jim na mysli vytane padesát červených a všechny budou velmi rozdílné. Barvy vnímáme v jejich průběžných proměnách v závislosti na jejich okolí: na sousedních barvách a podmínkách, ve kterých se nacházejí.“*

Ve své práci popisuji barevnost nejen na obálce brožury, ale i v jednotlivých listech, kdy jsem v realizaci č. 1 použila barevnost vycházející z loga tiskárny (černá a modrá barva), zatímco u realizace brožury č. 2 jsem se sice nechala inspirovat (viz citát) modrou barvu z loga, ale změnila jsem odstíny.

Opět se vrátím k už zmíněné citaci, kterou jsem uvedla výše, neboť zde je podstata pro pochopení celé barevnosti brožury: *„Různé odstíny (bez ohledu na jejich jas či sytost) mohou spolu působit různě, (...) Čím jsou blíže u sebe (znak příbuznosti), tím jsou si vizuálně podobnější a dohromady působí harmoničtěji...“* (Samara 2008; 94)

Písmo jsem převedla v aplikaci CorelDraw na křivky z důvodu možných problémů s ním spjatých. Zároveň jsem tento soubor uložila v nižší verzi téže aplikace. Záleží totiž na verzi jednotlivých programů a na obsahu fontů, které má tiskárna či reklamní agentura k dispozici. Při otevření souboru může dojít ke změně fontu a tím i k narušení celkového vzhledu.²⁷ Fotografie či nafotografované grafické výtisky byly vloženy už jako rastry, proto nepotřebovaly žádnou úpravu (viz kapitola „Rastr a vektor“). Jednotlivý obrázek či fotografie obsahuje 300 DPI.

²⁷ Do křivek se převádějí objekty či fonty z důvodu uchování vlastností, rozměrů k poměru velikosti aj.

U všech propagačních materiálů je třeba počítat s tzv. ořezem, kdy grafik zvětší fotografii nebo barvu na stránce tak, aby přesahovala 3-5 mm mimo rozměry požadované velikosti stránky. Při ořezu stránek totiž může dojít k posunutí papíru a na okrajích stránky se pak objeví původně nezamýšlený čistý pruh papíru (tedy bez barvy).

Mojí prací i dosaženými výsledky jsem chtěla demonstrovat své přesvědčení, že každý grafik by měl být především kreativní, a to nejen v oblasti počítačové grafiky, kterou lze využít jen jako prostředek realizace celkového nápadu či jako podpůrný nástroj k odstranění určitých nežádoucích prvků. Samozřejmě беру v úvahu i oblast polygrafie sloužící k velkonákladovému tisku, bez níž se v současnosti neobejdeme. Konkurenční boj na poli společenském dokazuje, že originalita se stále žádá. Toho příkladem jsou i reklamní a designerské společnosti jak v České Republice, tak i ve světě. Ve své práci jsem, myslím, doložila, že při práci s „volnou“ grafikou lze dosáhnout záměru, jenž byl na počátku vytyčen.

7. Závěr

V teoretické části diplomové práce byla uvedena propagace v procesu od návrhu či záměru grafikovy práce až k její realizaci. Na teoretickou část navazuje realizace z praktického pohledu. Dále v praktické části je popsán průběh a zároveň i celkové provedení grafických výtisků pomocí kombinované techniky. Grafické tisky byly nafoceny a umístěny do informační brožury.

Cíl mé práce byl využít grafické techniky, konkrétně v kombinované technice, a dále ji použít v počítačové grafice k realizaci propagačního materiálu – brožury pro firmu Tiskárna David. Jestliže porovnáám grafiky vytištěné tiskařským lisem a počítačově upravované fotografie, grafiky vypadají daleko lépe, jsou výraznější s šedou škálou barev. Porovná-li celkový průběh realizace úpravy fotografií na počítači a práci s kombinovanou technikou, nikdy bych nedocílila stejného výsledku, jenž dokládám právě v brožuře a v příloze.

Otázkou stále zůstává, zda směřovat k tvorbě pouze v počítačové grafice, nebo se nechat inspirovat dříve běžně používanými grafickými technikami a ty poté šířit v počítačové podobě, neboť vyspělost doby je v „rukách“ budoucnosti a společnosti. Dnes najdeme světoznámé designerské a reklamní společnosti, které využívají řemeslné práce jak pro návrh, tak i pro zpracování celkové propagace, které následně vkládají a upravují v počítačových grafických aplikacích.

Literatura

- BANN, D. *Polygrafická příručka*, 1. vydání. Praha: Slovart, 2008, s. 224, Překlad z originálního vydání „The ALL NEW print“; ISBN 978-80-7391-029-7.
- BAUER, A. *Grafika: Knížka pro každého*, 1. vydání. Olomouc: Rubico, 1999, s. 248; ISBN 80-85839-34-2.
- HEALEY, M. *Co je branding?*, 1. vydání. Praha: Slovart, 2008, s. 256, Překlad z originálního vydání „What is Branding?“; ISBN 978-80-7391-167-6.
- MARCO, J. *O grafice (Kniha pro sběratele a milovníky umění)*, První vydání. Praha: Mladá fronta, 1981, s. 503.
- MIRKO, Z. a kol. *Základy výtvarné výchovy*, 1. vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1983, s. 291.
- KREJČA, A. *Techniky grafického umění*, 1. vydání. Praha: Artia, 1981, s. 203.
- PARKER, R. C. *Profesionální design v reklamě*, 4. vydání. Brno: SoftPress, 2000, Překlad z originálního vydání „Looking good in print“, s. 304; ISBN 80-902824-0-7.
- SAMARA, T. *Grafický design: Základní pravidla a způsoby jejich porušování*, 1. vydání. Praha, Slováry, 2008, s. 272, Překlad z originálního vydání „Design Elements: A Graphic Style Manual: Understanding the Rules And Knowing When to Break Them“; ISBN 978-80-7391-030-3.
- SLEZÁK, M. a kol. (Dvořáková Hana, Bružeňák, Jan, Eliška, Jiří) *Písmo ve výtvarné výchově*, Upravené vydání. Praha: SPN, 1989, s. 408; ISBN 14-337-89.
- TŮMA, T. *Počítačová grafika a design*, 1. vydání. Brno, Computer Press, 2007, s. 156; ISBN 978-80-251-1784-2.
- TWEMLOWOVÁ, A. *K čemu je grafický design?*, 1. vydání. Praha: Slovart, 2008, s. 256, Překlad z originálního vydání „What is Graphic Design for?“; ISBN 978-80-7931-027-3.

Internetové zdroje

- www.grafika.cz/art/polygrafie/bar_hloubka.html; Autor: Jan Březina; 06.02.2002;
[28.3.2010, 20.00]
- www.grafika.cz/art/polygrafie/lpi001.html; Autor: Šárka Wohlmuthová; 31.01.2002;
[28.3.2010, 18.00]

Přílohy

Příloha č. 1



„Kolečko č. 1“

Fotografie tiskařského stroje (detail)

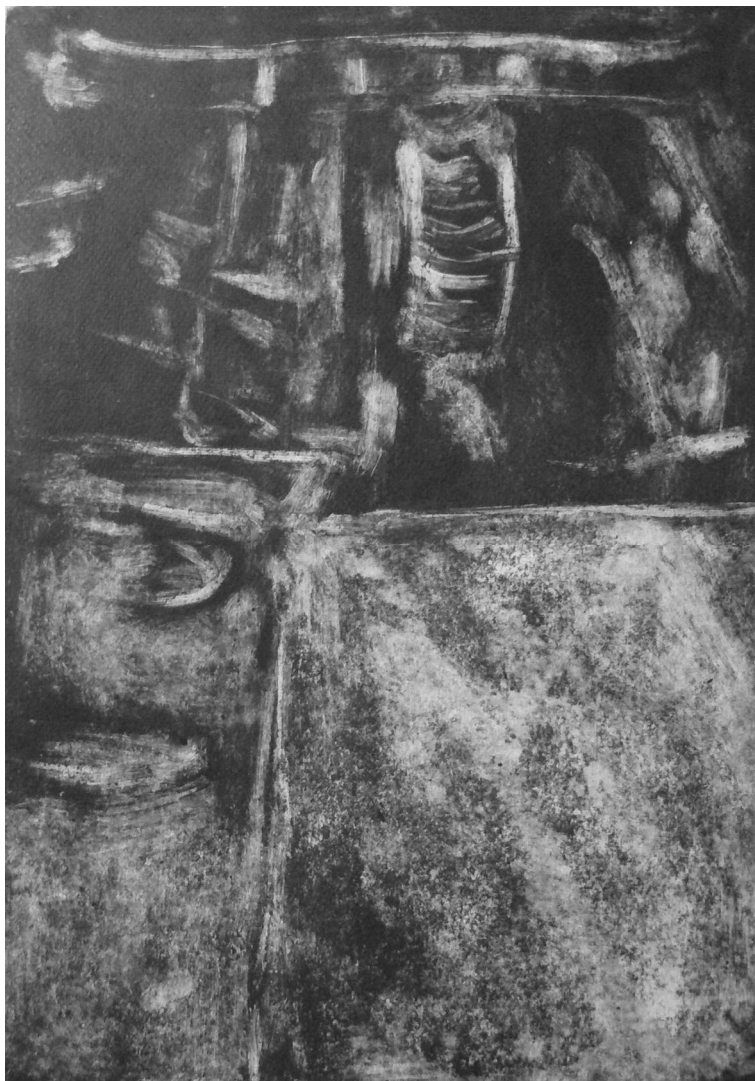
Příloha č. 2



„Kolečko č. 1“

Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges

Příloha č. 3



„Kolečko č. 1“

Realizace č. 1

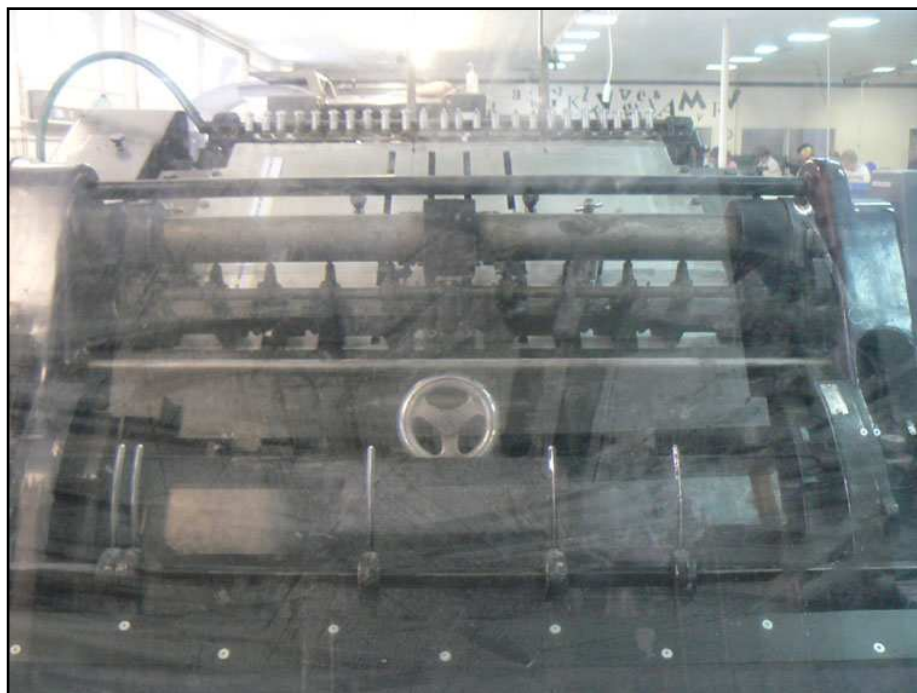
Příloha č. 4



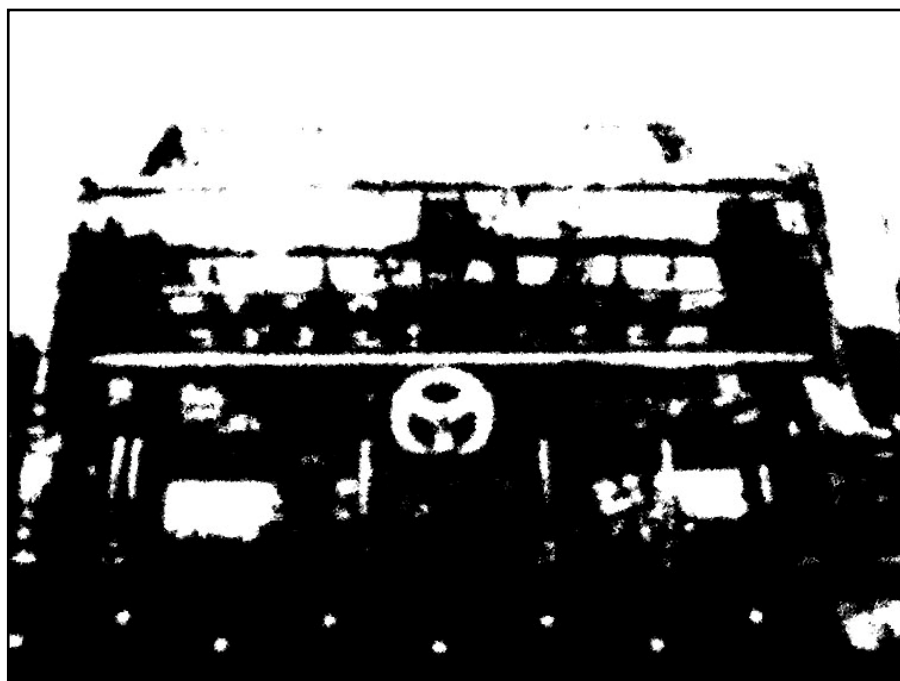
„Kolečko č. 1“

Realizace č. 2

Příloha č. 5



„Pohled přes sklo č. 1“
Fotografie tiskařského stroje (detail)



„Pohled přes sklo č. 1“
Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges

Příloha č. 6



„Pohled přes sklo č. 1“

Realizace č. 1



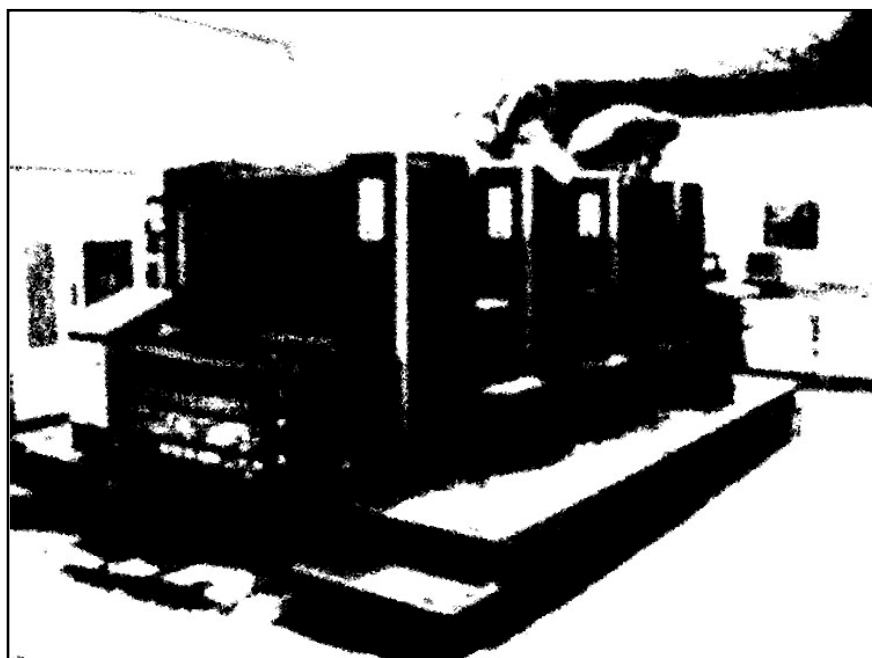
„Pohled přes sklo č. 1“

Realizace č. 2

Příloha č. 7

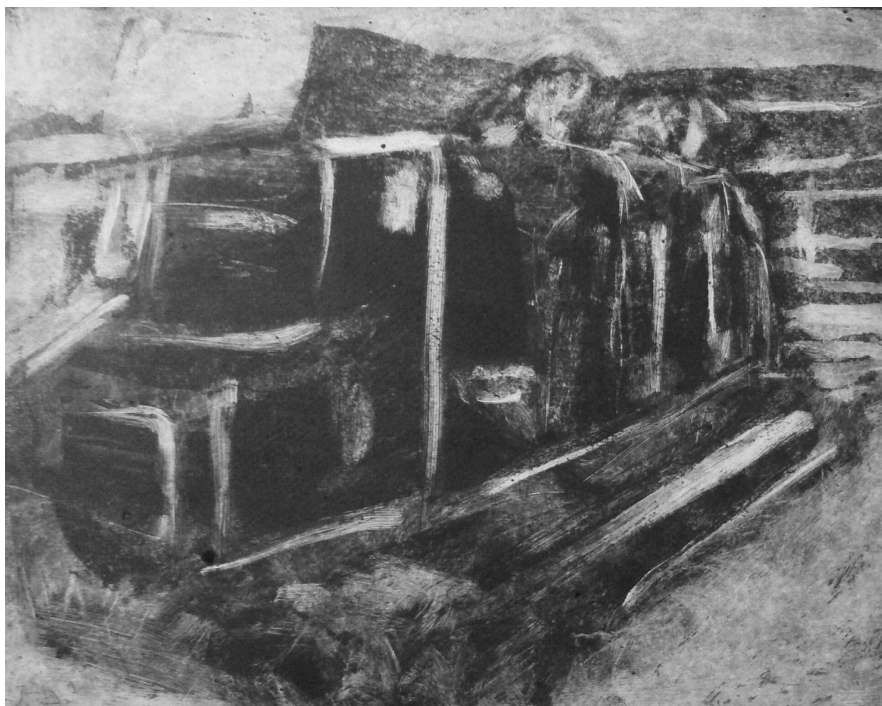


„Čtyřbarevka“
Fotografie tiskařského stroje

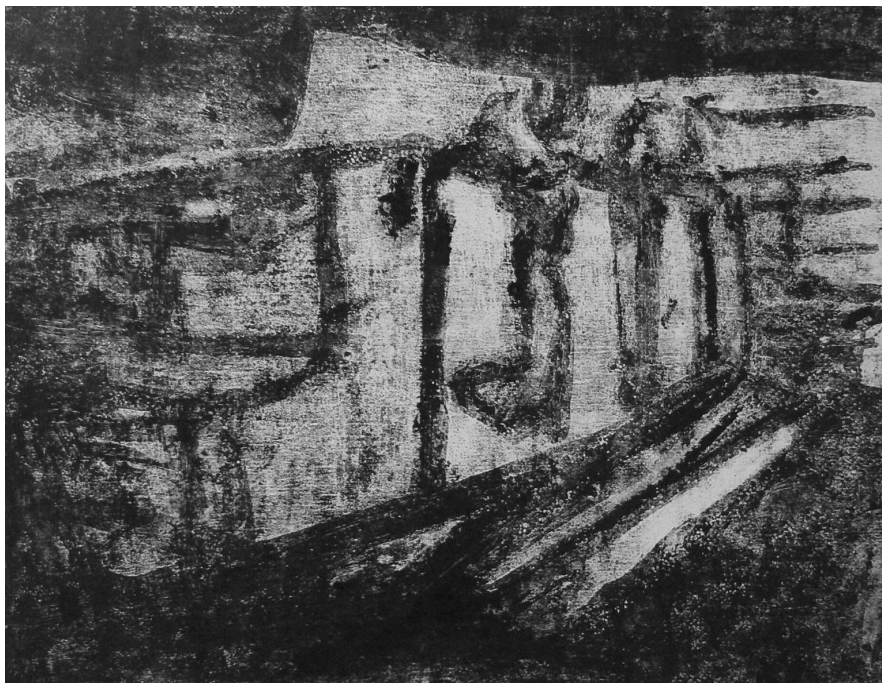


„Čtyřbarevka“
Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges

Příloha č. 8



„Čtyřbarevka“
Realizace č. 1



„Čtyřbarevka“
Realizace č. 2

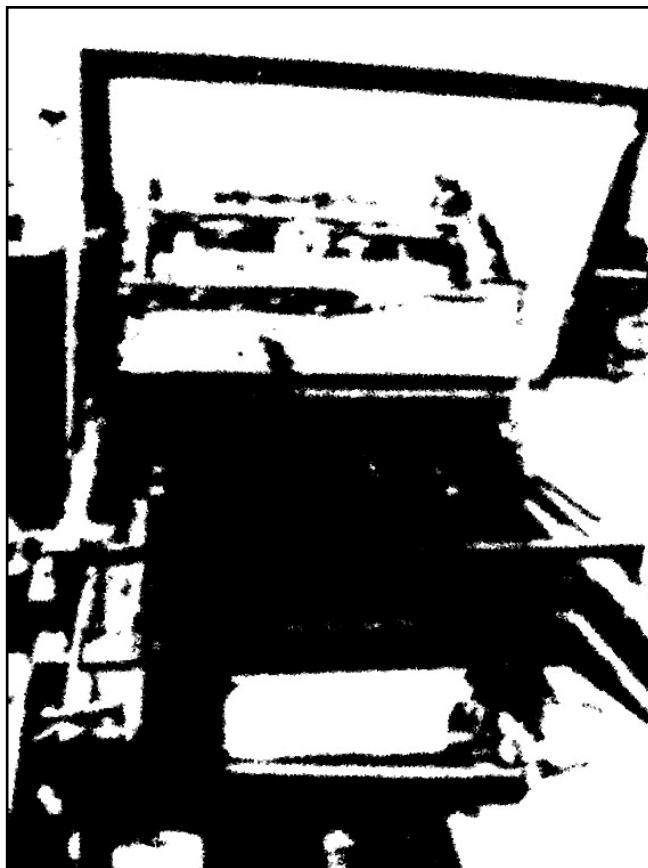
Příloha č. 9



„Jednobarevka“

Fotografie tiskařského stroje

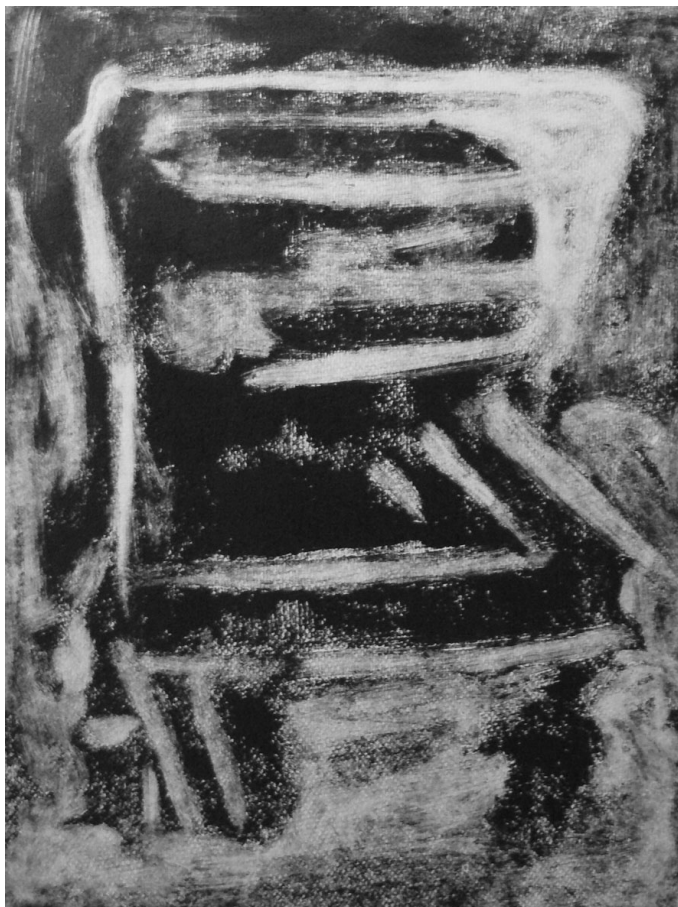
Příloha č. 10



„Jednobarevka“

Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges

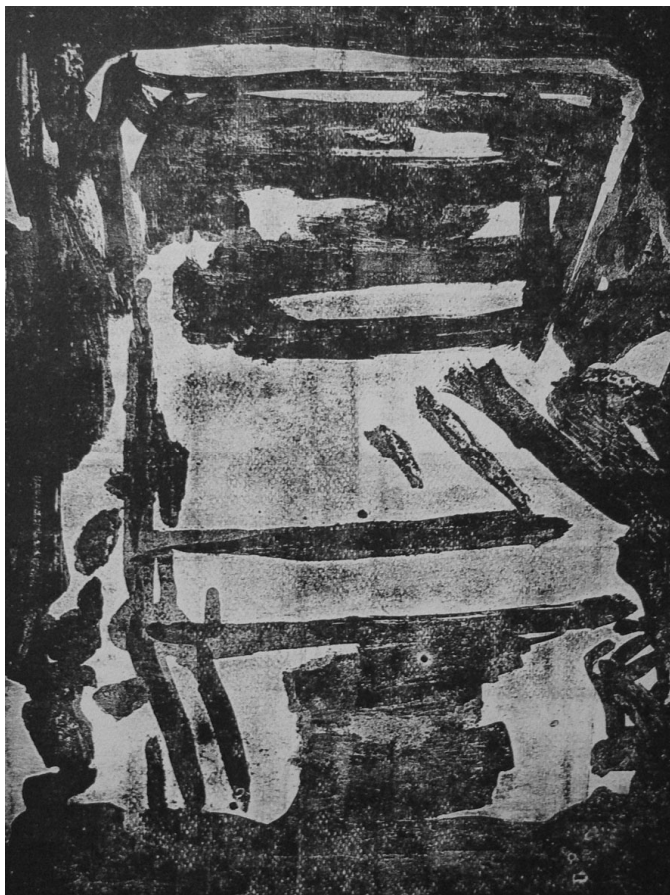
Příloha č. 11



„Jednobarevka“

Realizace č. 1

Příloha č. 12



„Jednobarevka“

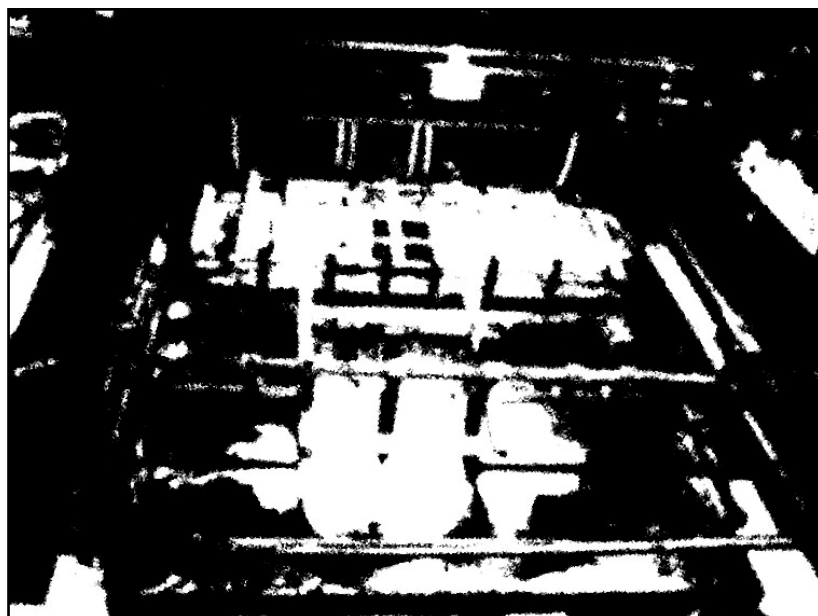
Realizace č. 2

Příloha č. 13



„Podávač“

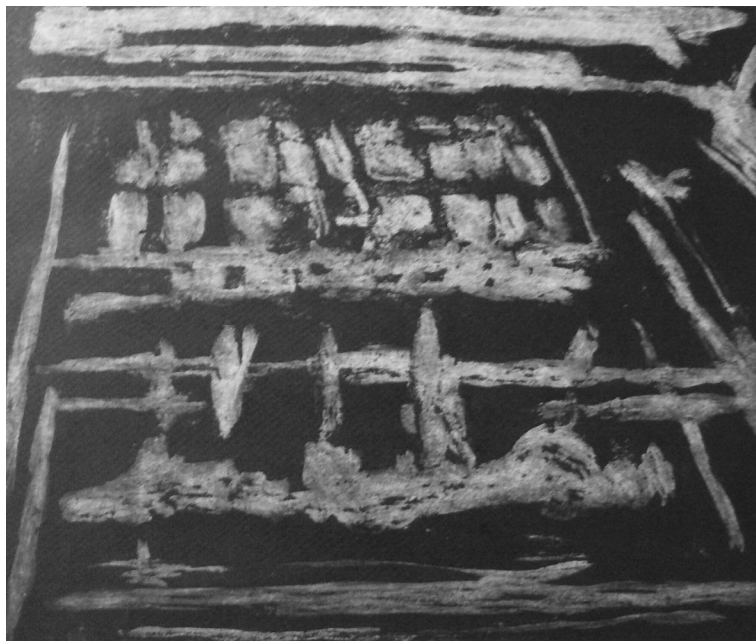
Fotografie tiskařského stroje (detail)



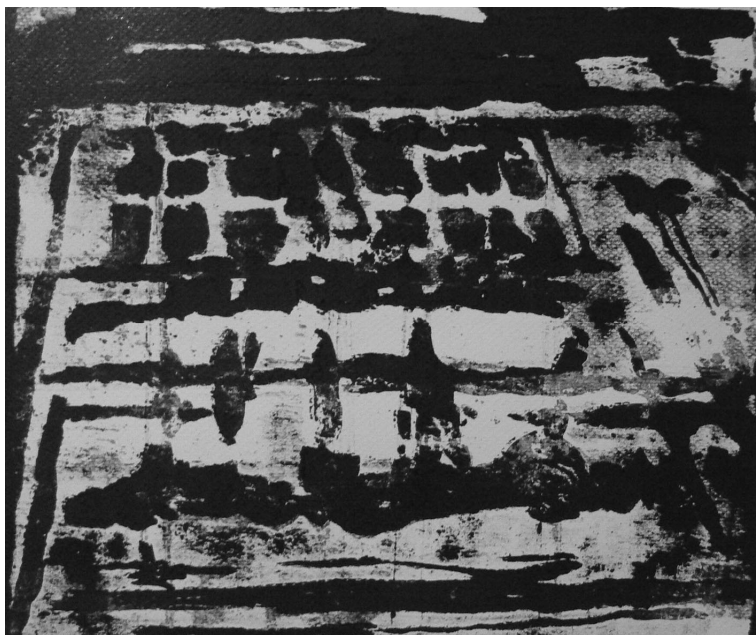
„Podávač“

Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges

Příloha č. 14



„Podáváč“
Realizace č. 1



„Podáváč“
Realizace č. 2

Příloha č. 15



„Pohled přes sklo č. 2“

Fotografie tiskařského stroje (detail)



„Pohled přes sklo č. 2“

Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges

Příloha č. 16



„Pohled přes sklo č. 2“

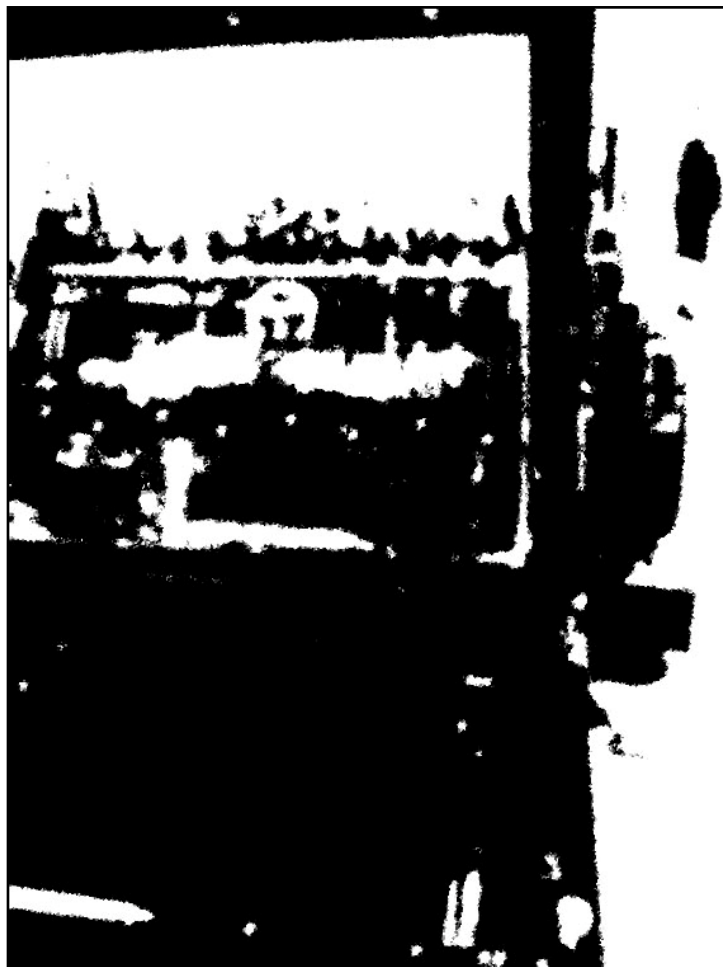
Realizace

Příloha č. 17



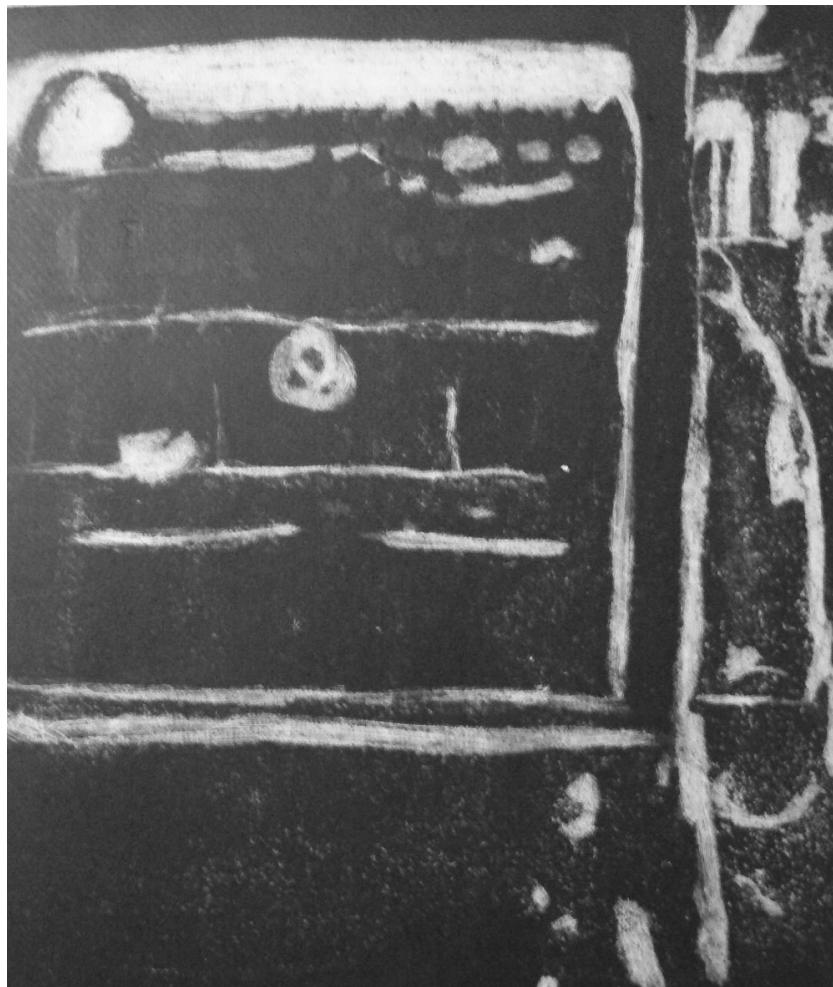
„Pohled přes sklo č. 3“

Fotografie tiskařského stroje (detail)



„Pohled přes sklo č. 3“

Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges



„Pohled přes sklo č. 3“

Realizace č. 1

Příloha č. 20



„Pohled přes sklo č. 3“

Realizace č. 2

Příloha č. 21



„Kolečko č. 2“

Fotografie tiskařského stroje (detail)



„Kolečko č. 2“

Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges

Příloha č. 22



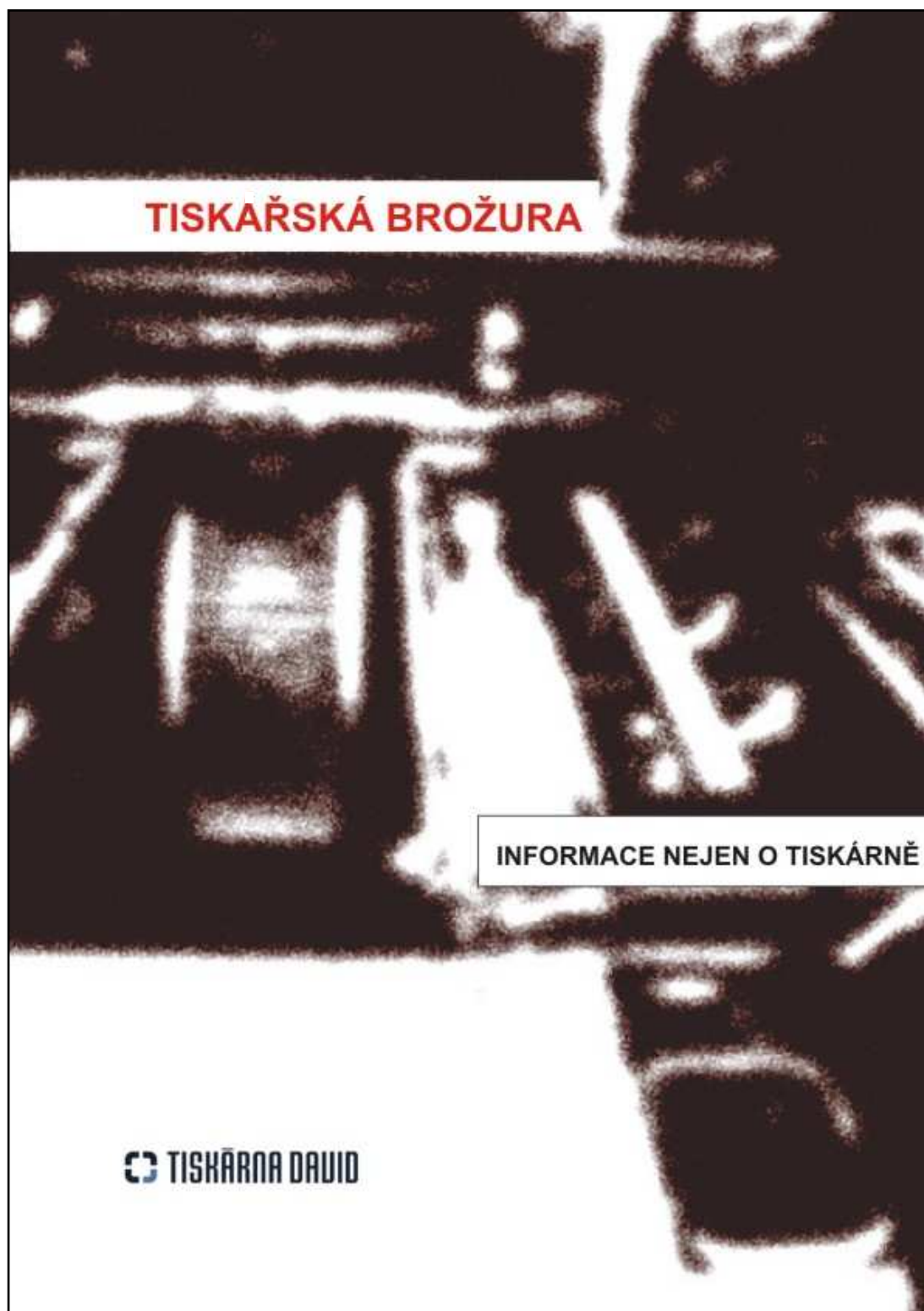
„Kolečko č. 2“

Realizace č. 1



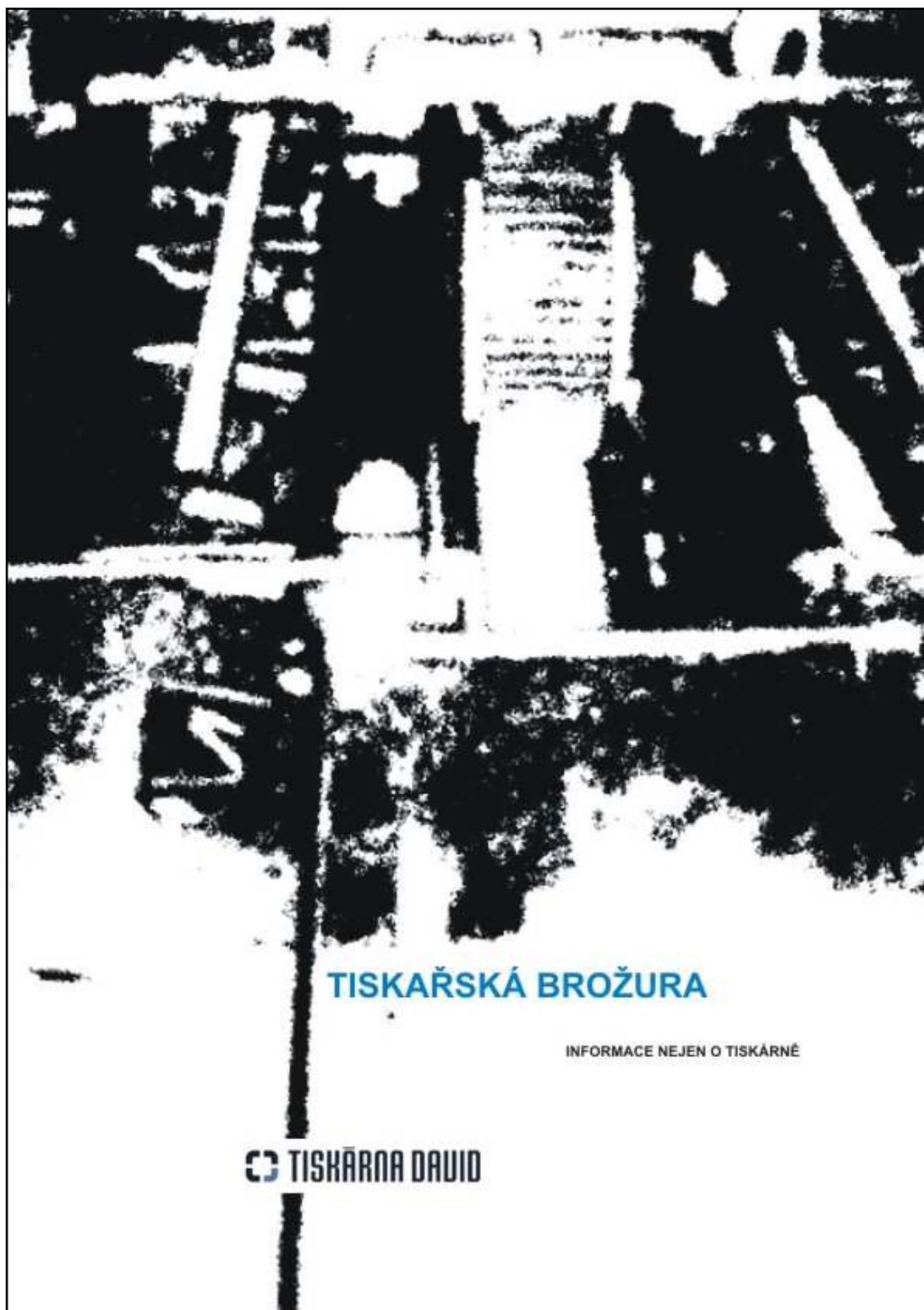
„Kolečko č. 2“

Realizace č. 2



Návrh obálky brožury č. 1 – v programu CorelDraw

Příloha č. 24



Návrh obálky brožury č. 2 – v programu CorelDraw

Příloha č. 25



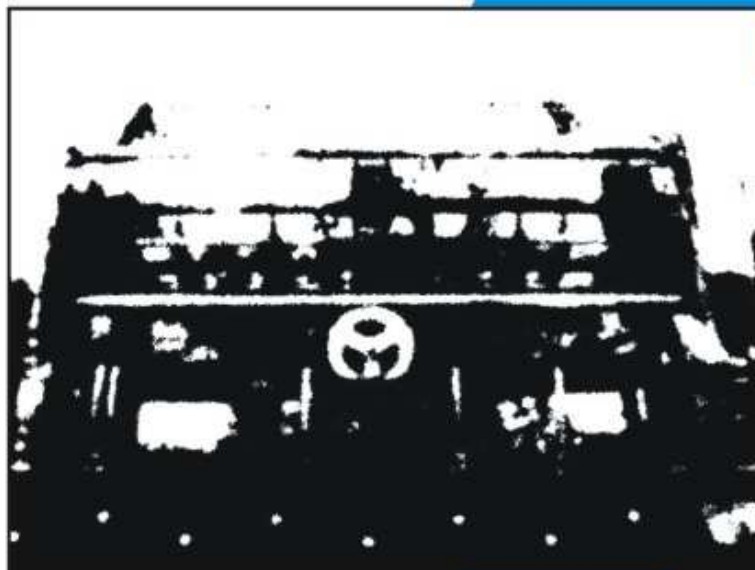
Návrh obálky brožury (zadní strana)



Změna loga Tiskárny David

Humpolecká tiskárna David patří mezi skalní zákazníky společnosti Heidelberg. Postupně se totiž tato tiskárna vybavovala technologiemi se značkou Heidelberg prakticky ve všech oblastech výroby. V segmentu předtiskové přípravy se zde zpracovávají desky pomocí CIP systému Heidelberg Prosetter 74, tisk je prováděn na čtyřbarvovém ofsetovém stroji Heidelberg Speedmaster SM 74 s obracením, na dvoubarvovém stroji Printmaster PM 74 s obracením a také na dvoubarvovém stroji Quickmaster QM 46. S dalšími produkty se můžeme setkat v oblasti dokončujícího zpracování, kde tiskárna David disponuje jednořadovou řezačkou POLAR 92 X, doplněnou o zařízení na střásání stohů a zdvihací zařízení. V tiskárně se přitom neklade důraz pouze na strojní vybavení, ale také na implementaci výrobního workflow. V současnosti právě tato rodinná firma patří k absolutní špičce v oblasti propojení a správy výroby prostřednictvím systému Prinect. Navíc se tiskárna David jako druhá v České republice vybavila manažerským informačním systémem Prinect Prinance. Dnes patří tiskárna David mezi specializované polygrafické podniky, má 15 zaměstnanců a roční obrát 28 mil. Kč.

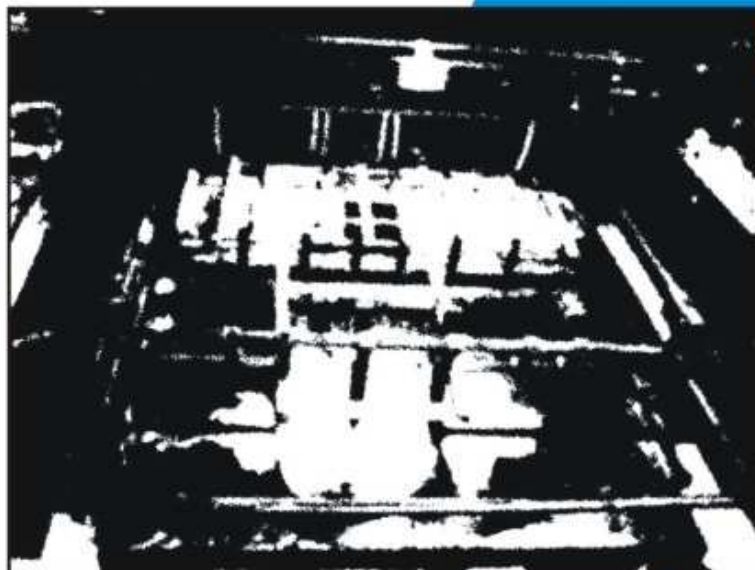




V nedávné době tato tiskárna, působící na polygrafickém trhu již od roku 1993, prošla další nemalou změnou, která se stává jakýmsi mezníkem v její historii. Představitelé tiskárny David se totiž rozhodli kvalitativní posun, jímž tiskárna v nedávné minulosti prošla, zohlednit rovněž v marketingové komunikaci a dát najevo postupné změny jak zákazníkům, tak i odborné veřejnosti. Proto také bylo vytvořeno nové logo a změněna celková vizuální podoba komunikačních materiálů. Nové logo je, narozdíl od původního obrázkového znázorňujícího Velorex, silněji spjata s polygrafií a má za úkol dynamickou formou symbolizovat provázanost výrobních fází v tiskárně, stejně jako nezaměnitelnost jednotlivých operací. Forma loga též asociuje pasovací značku jako základní prvek přesnosti a dokonalosti tiskového produktu.

<http://www.heidelberg.cz/hdnew/hdinfo/clanek.asp?id=070102> [28.3.2010, 10.00]





O Tiskárně David

Historie domu, v kterém se dnes nachází tiskárna, začíná v roce 1937. Samotný start a vznik tiskárny se datuje od roku 1993. Na této stránce najdete historické fotografie, které mapují celou rekonstrukci budovy a její přestavbu na provozovnu tiskárny. V roce 2001 byla přikoupena přílehlá hala, která se s původní budovou propojila a byla přestavěna na moderní tiskárnu o cca 1500 m² výrobní plochy.

Příprava – to je sazba, skenování, retuše, vyřazení do tisku a barevná reprodukce. V celém procesu předtiskové přípravy a tisku je správná reprodukce barev nejobtížnější. Barvy dnes představují nepostradatelný prvek většiny tištěných materiálů. V řadě případů jsou nositeli základních informací, které se mají čtenářům sdělit. Jejich správná reprodukce je proto velmi důležitá.



Návrh stránky (s. 4)

Příloha č. 29



Návrh stránky (s. 5)

Naše tiskárna prošla od roku 1993 velkou změnou. Naše služby se profilují jako komplexní dodávky. To znamená od zpracování textu a obrazu až po dokončující zpracování. Vedle kvality se staly rozhodujícími faktory ve stále tvrdší konkurenci spolehlivost, servis a schopnost rychlé reakce. K tomu jsme se rozhodli pro nákup strojního tiskového parku od renomovaného výrobce značky Heidelberg.

Pokud chcete zajišťovat komplexní dodávky, tak nestačí pouze tisknout, ale je třeba nabízet perfektní dokončující zpracování. Nejvíce k zajištění těchto služeb napomáhá uzavřený strojní park schopný reagovat na jednotlivé požadavky zákazníka. V našem případě je to: linka na vazbu V1, stroj na lepenou vazbu V2, výsekové automaty a poloautomaty, číslovací a perforovací zařízení, falcovací stroje a především formátové řezačky.

V původním významu znamená typografie "umění úpravy tiskovin podle estetických měřítek". Slovo má svůj původ v řeckých výrazech typos – výraz a graphein – psát. V průběhu staletí se význam změnil a dnes, v době rozmanitých médií a přebytku informací, se stala typografie klíčovým pojmem vizuální komunikace. S její pomocí je možno obsahy a pojmy znázornit a prožít především v netradičně upravené tištěné formě.

Expedice – podle naučného slovníku lze pojem vyložit jako „odeslání, výprava, vypravení atd.“ To vše skutečně platí i v našem provozu. Zboží od nás odchází pečlivě zabalené do papíru, smrštitelné folie nebo přepravních krabic. Naši snahou je, aby se finální výrobek dostal na místo určení bez poškození. K přepravě používáme osobní, dodávkové a nákladní automobily. U expresních a menších zakázek využíváme služeb přepravních společností garantujících doručení do 24 hod.

Na webové stránce najdete všechny klíčové osoby, které s Vámi komunikují při přebírání Vašich požadavků a zakázek. Celá strategie firmy je postavena na minimálním počtu administrativních pracovníků a jejich kompetence jsou ve většině případů stejné. Nechceme, abyste měli při komunikaci s námi pocit, že jste mluvili s někým nekompetentním.

Od roku 1993 nás mnoho našich přátel a zákazníků zná jako tiskárnu, která má ve znaku speciálně upravenou tříkolku Velorex. Zde si můžete prohlédnout některé netradiční úpravy na tomto vozítku. Dále zde naleznete odkazy na zajímavé stránky jako jsou sportovní stránky, stránky zabývající se designem, reklamou, hudbou, a spousty dalších zajímavých odkazů, které stojí za shlédnutí.

www.tiskarna-david.cz

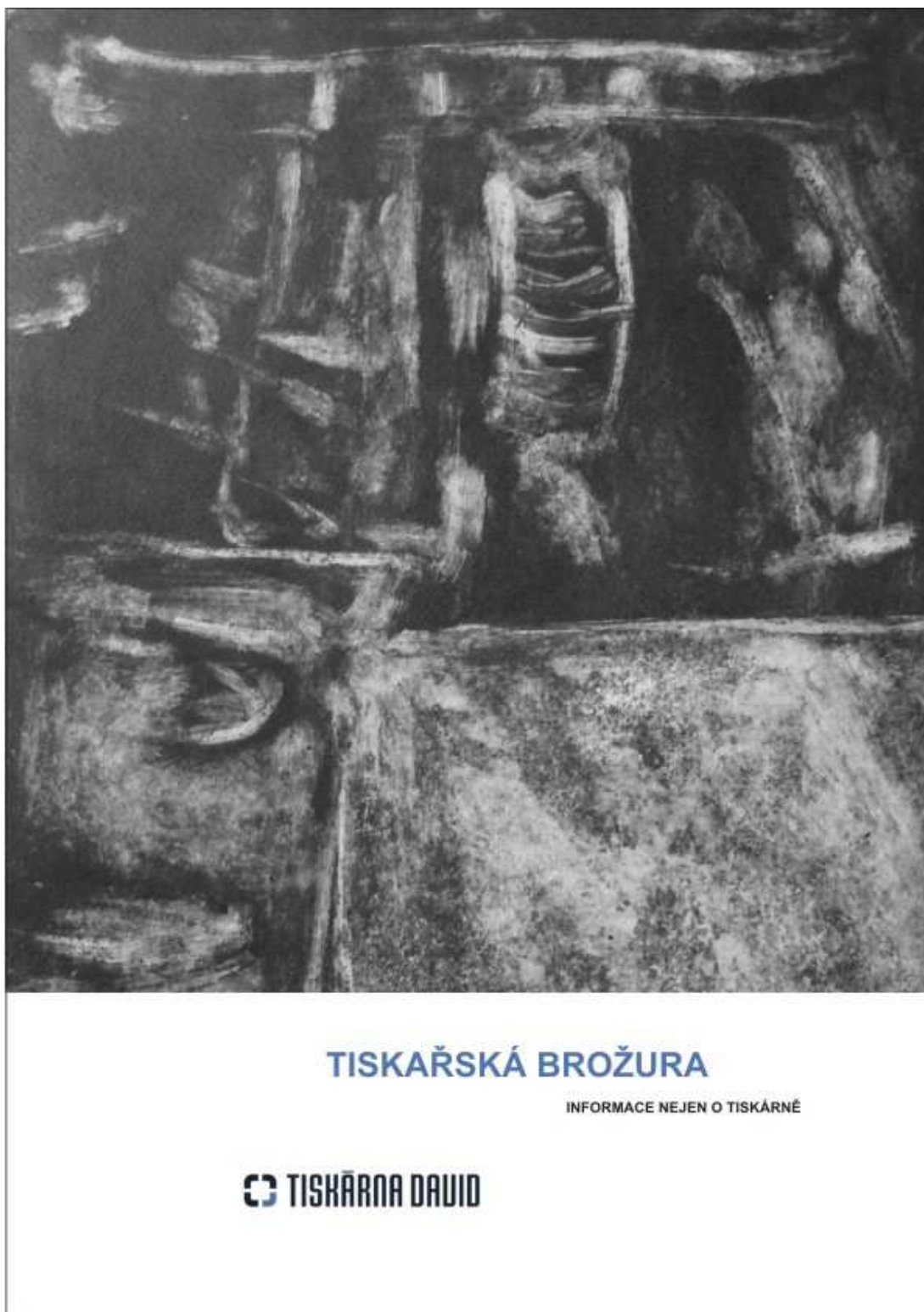


Příloha č. 31



Návrh stránky (s. 7)

Příloha č. 32



Realizace brožury č. 1 - obálka

Příloha č. 33



Tiskárna David Humpolec s.r.o.

5. května 525
396 01 Humpolec
IČO: 260 78 945
DIČ: CZ 260 78 945

tiskarna-david@tiskarna-david.cz

 TISKÁRNA DAVID

Realizace brožury č.1 - obálka (zadní strana)



Změna loga Tiskárny David

Humpolecká tiskárna David patří mezi skalní zákazníky společnosti Heidelberg. Postupně se totiž tato tiskárna vybavovala technologiemi se značkou Heidelberg prakticky ve všech oblastech výroby. V segmentu předtiskové přípravy se zde zpracovávají desky pomocí CIP systému Heidelberg Prosetter 74, tisk je prováděn na čtyřbarvovém ofsetovém stroji Heidelberg Speedmaster SM 74 s obracením, na dvoubarvovém stroji Printmaster PM 74 s obracením a také na dvoubarvovém stroji Quickmaster QM 46. S dalšími produkty se můžeme setkat v oblasti dokončujícího zpracování, kde tiskárna David disponuje jednožárovou řezačkou POLAR 92 X, doplněnou o zařízení na střešení stohů a zdvihací zařízení. V tiskárně se přitom neklade důraz pouze na strojní vybavení, ale také na implementaci výrobního workflow. V současnosti právě tato rodinná firma patří k absolutní špičce v oblasti propojení a správy výroby prostřednictvím systému Prinect. Navíc se tiskárna David jako druhá v České republice vybavila manažerským informačním systémem Prinect Prinance. Dnes patří tiskárna David mezi specializované polygrafické podniky, má 15 zaměstnanců a roční obrát 28 mil. Kč.





V nedávné době tato tiskárna, působící na polygrafickém trhu již od roku 1993, prošla další nemalou změnou, která se stává jakýmsi mezníkem v její historii. Představitelé tiskárny David se totiž rozhodli kvalitativní posun, jímž tiskárna v nedávné minulosti prošla, zohlednit rovněž v marketingové komunikaci a dát najevo postupné změny jak zákazníkům, tak i odborné veřejnosti. Proto také bylo vytvořeno nové logo a změněna celková vizuální podoba komunikačních materiálů. Nové logo je, narozdíl od původního obrázkového znázorňujícího Velorex, silněji spjato s polygrafií a má za úkol dynamickou formou symbolizovat provázanost výrobních fází v tiskárně, stejně jako nezaměnitelnost jednotlivých operací. Forma loga též asociuje pasovací značku jako základní prvek přesnosti a dokonalosti tiskového produktu.

<http://www.heidelberg.cz/hdnew/hdinfo/clanek.asp?id=070102>
[28.3.2010, 10.00]





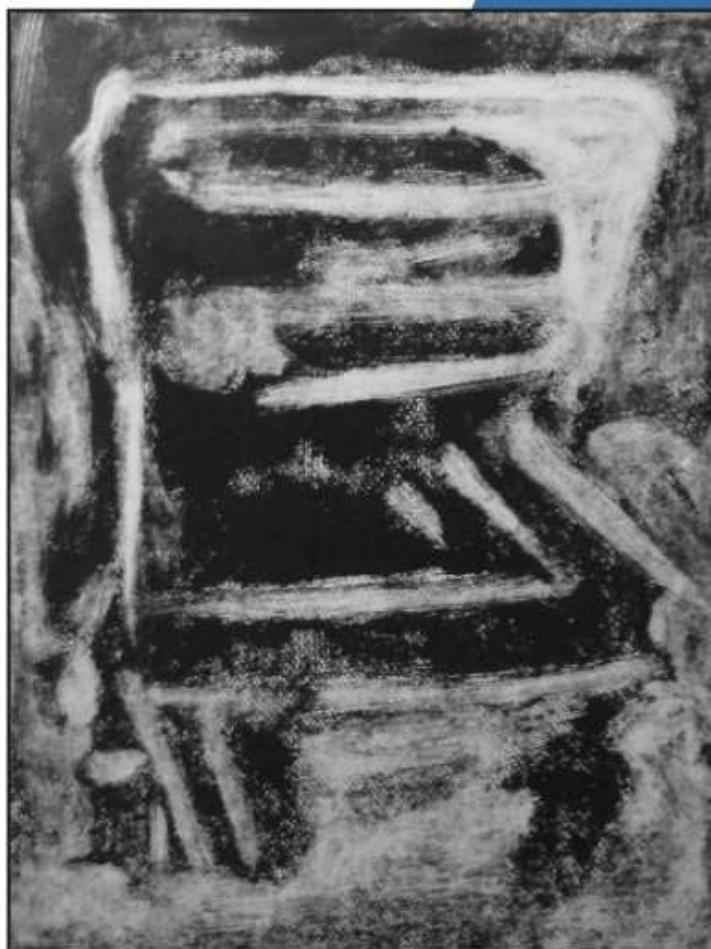
O Tiskárně David

Historie domu, v kterém se dnes nachází tiskárna, začíná v roce 1937. Samotný start a vznik tiskárny se datuje od roku 1993. Na této stránce najdete historické fotografie, které mapují celou rekonstrukci budovy a její přestavbu na provozovnu tiskárny. V roce 2001 byla přikoupena přilehlá hala, která se s původní budovou propojila a byla přestavěna na moderní tiskárnu o cca 1500 m2 výrobní plochy.

Příprava – to je sazba, skenování, retuše, vyřazení do tisku a barevná reprodukce. V celém procesu předtiskové přípravy a tisku je správná reprodukce barev nejobtížnější. Barvy dnes představují nepostradatelný prvek většiny tištěných materiálů. V řadě případů jsou nositeli základních informací, které se mají čtenářům sdělit. Jejich správná reprodukce je proto velmi důležitá.



Příloha č. 37



Realizace stránky č. 1 (s. 5)

Naše tiskárna prošla od roku 1993 velkou změnou. Naše služby se profilují jako komplexní dodávky. To znamená od zpracování textu a obrazu až po dokončující zpracování. Vedle kvality se staly rozhodujícími faktory ve stále tvrdší konkurenci spolehlivost, servis a schopnost rychlé reakce. K tomu jsme se rozhodli pro nákup strojního tiskového parku od renomovaného výrobce značky Heidelberg.

Pokud chcete zajišťovat komplexní dodávky, tak nestačí pouze tisknout, ale je třeba nabízet perfektní dokončující zpracování. Nejvíce k zajištění těchto služeb napomáhá uzavřený strojní park schopný reagovat na jednotlivé požadavky zákazníka. V našem případě je to: linka na vazbu V1, stroj na lepenou vazbu V2, výškové automaty a poloautomaty, číslovací a perforovací zařízení, falcovací stroje a především formátové řezačky.

V původním významu znamená typografie "umění úpravy tiskovin podle estetických měřítek". Slovo má svůj původ v řeckých výrazech typos – výraz a graphein – psát. V průběhu staletí se význam změnil a dnes, v době rozmanitých médií a přebytku informací, se stala typografie klíčovým pojmem vizuální komunikace. S její pomocí je možno obsahy a pojmy znázornit a prožít především v netradičně upravené tištěné formě.

Expedice – podle naučného slovníku lze pojem vyložit jako „odeslání, výprava, vypravení atd.“ To vše skutečně platí i v našem provozu. Zboží od nás odchází pečlivě zabaleno do papíru, smrštitelné folie nebo přepravních krabic. Naší snahou je, aby se finální výrobek dostal na místo určení bez poškození. K přepravě používáme osobní, dodávkové a nákladní automobily. U expresních a menších zakázek využíváme služeb přepravních společností garantujících doručení do 24 hod.

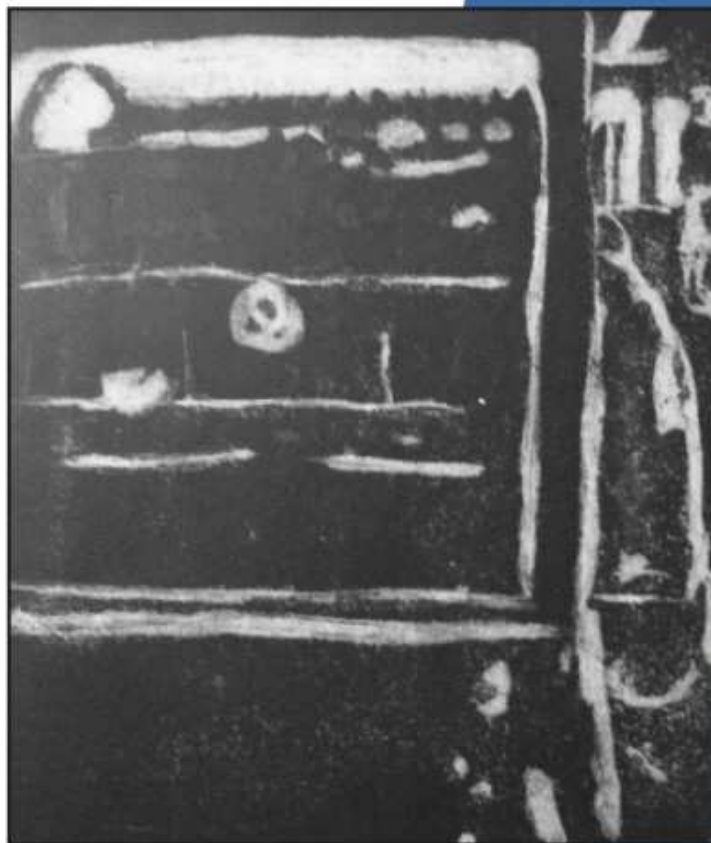
Na webové stránce najdete všechny klíčové osoby, které s Vámi komunikují při přebírání Vašich poptávek a zakázek. Celá strategie firmy je postavena na minimálnímu počtu administrativních pracovníků a jejich kompetence jsou ve většině případů stejné. Nechceme, abyste měli při komunikaci s námi pocit, že jste mluvili s někým nekompetentním.

Od roku 1993 nás mnoho našich přátel a zákazníků zná jako tiskárnu, která má ve znaku speciálně upravenou tříkolku Velorex. Zde si můžete prohlédnout některé netradiční úpravy na tomto vozítku. Dále zde naleznete odkazy na zajímavé stránky jako jsou sportovní stránky, stránky zabývající se designem, reklamou, hudbou, a spousty dalších zajímavých odkazů, které stojí za shlédnutí.

www.tiskarna-david.cz

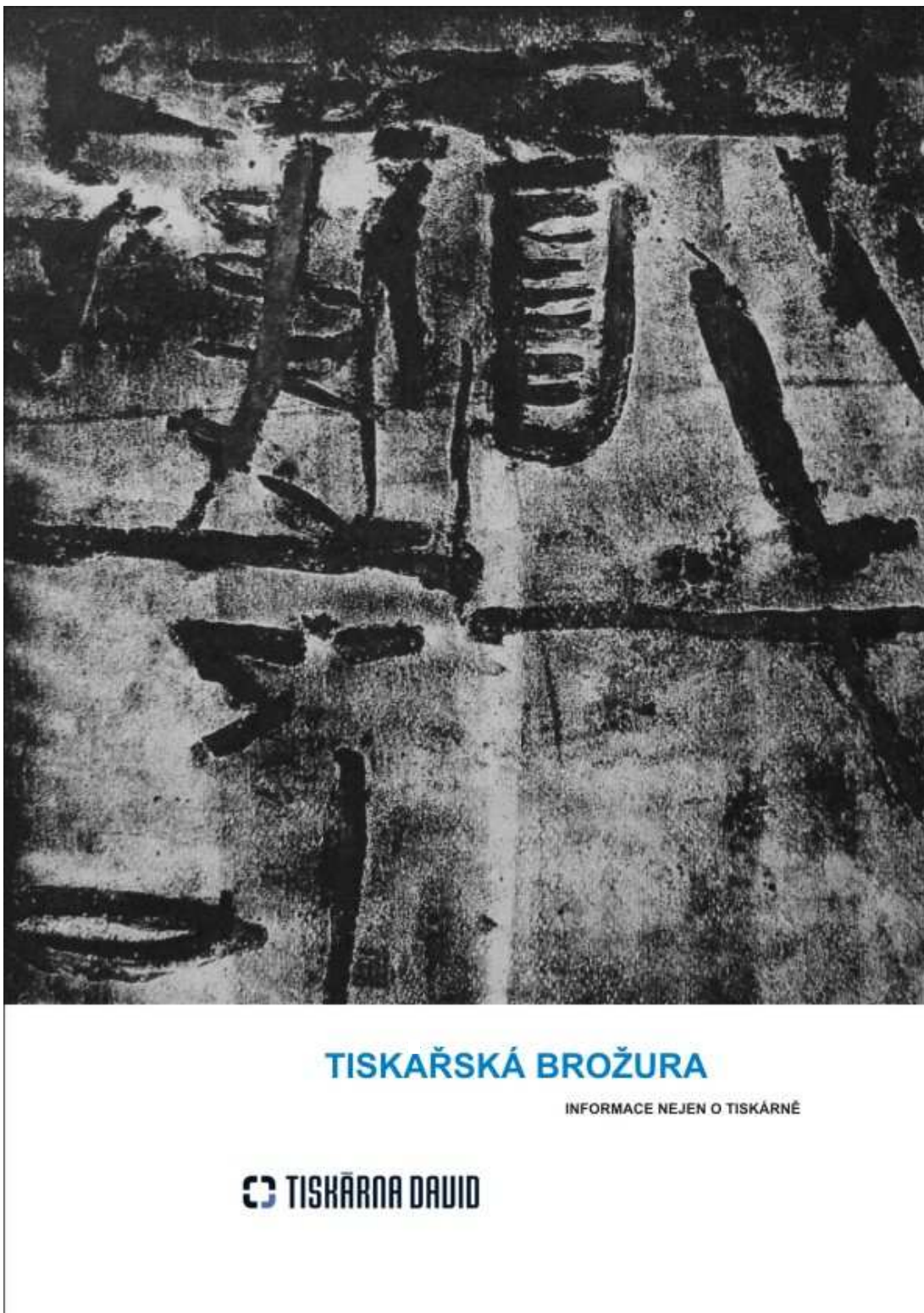


Příloha č. 39



Realizace stránky č. 1 (s. 7)

Příloha č. 40



Realizace brožury č. 2 - obálka

Příloha č. 41



Tiskárna David Humpolec s.r.o.

5. května 525
396 01 Humpolec
IČO: 260 78 945
DIČ: CZ 260 78 945

tiskarna-david@tiskarna-david.cz

 TISKÁRNA DAVID

Realizace brožury č.2 - obálka (zadní strana)



Změna loga Tiskárny David

Humpolecká tiskárna David patří mezi skalní zákazníky společnosti Heidelberg. Postupně se totiž tato tiskárna vybavovala technologiemi se značkou Heidelberg prakticky ve všech oblastech výroby. V segmentu předtiskové přípravy se zde zpracovávají desky pomocí CIP systému Heidelberg Prosetter 74, tisk je prováděn na čtyřbarvovém ofsetovém stroji Heidelberg Speedmaster SM 74 s obracením, na dvoubarvovém stroji Printmaster PM 74 s obracením a také na dvoubarvovém stroji Quickmaster QM 46. S dalšími produkty se můžeme setkat v oblasti dokončujícího zpracování, kde tiskárna David disponuje jednořadovou řezačkou POLAR 92 X, doplněnou o zařízení na střešení stohů a zdvihací zařízení. V tiskárně se přitom neklade důraz pouze na strojní vybavení, ale také na implementaci výrobního workflow. V současnosti právě tato rodinná firma patří k absolutní špičce v oblasti propojení a správy výroby prostřednictvím systému Prinect. Navíc se tiskárna David jako druhá v České republice vybavila manažerským informačním systémem Prinect Prinance. Dnes patří tiskárna David mezi specializované polygrafické podniky, má 15 zaměstnanců a roční obrát 28 mil. Kč.

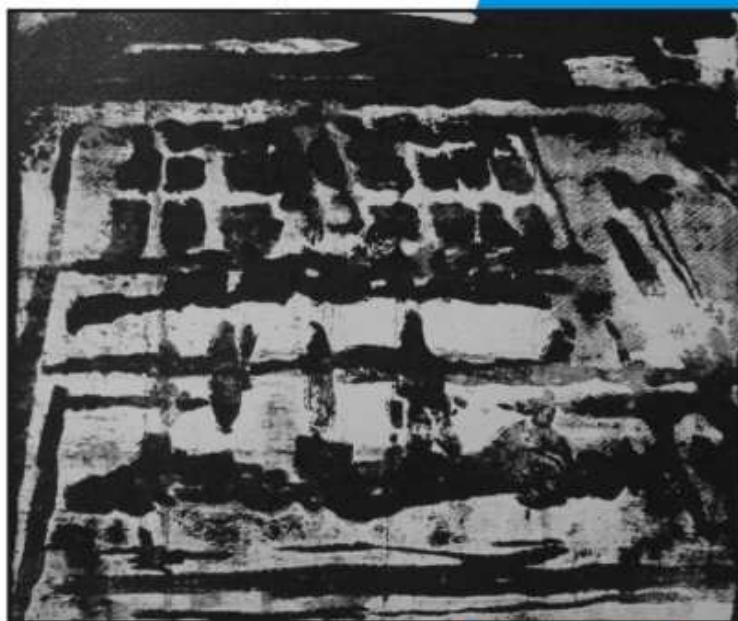




V nedávné době tato tiskárna, působící na polygrafickém trhu již od roku 1993, prošla další nemalou změnou, která se stává jakýmsi mezníkem v její historii. Představitelé tiskárny David se totiž rozhodli kvalitativní posun, jímž tiskárna v nedávné minulosti prošla, zohlednit rovněž v marketingové komunikaci a dát najevo postupné změny jak zákazníkům, tak i odborné veřejnosti. Proto také bylo vytvořeno nové logo a změněna celková vizuální podoba komunikačních materiálů. Nové logo je, narozdíl od původního obrázkového znázorňujícího Velorex, silněji spjato s polygrafií a má za úkol dynamickou formou symbolizovat provázanost výrobních fází v tiskárně, stejně jako nezaměnitelnost jednotlivých operací. Forma loga též asociuje pasovací značku jako základní prvek přesnosti a dokonalosti tiskového produktu.

<http://www.heidelberg.cz/hdnew/hdinfo/clanek.asp?id=070102> [28.3.2010, 10.00]





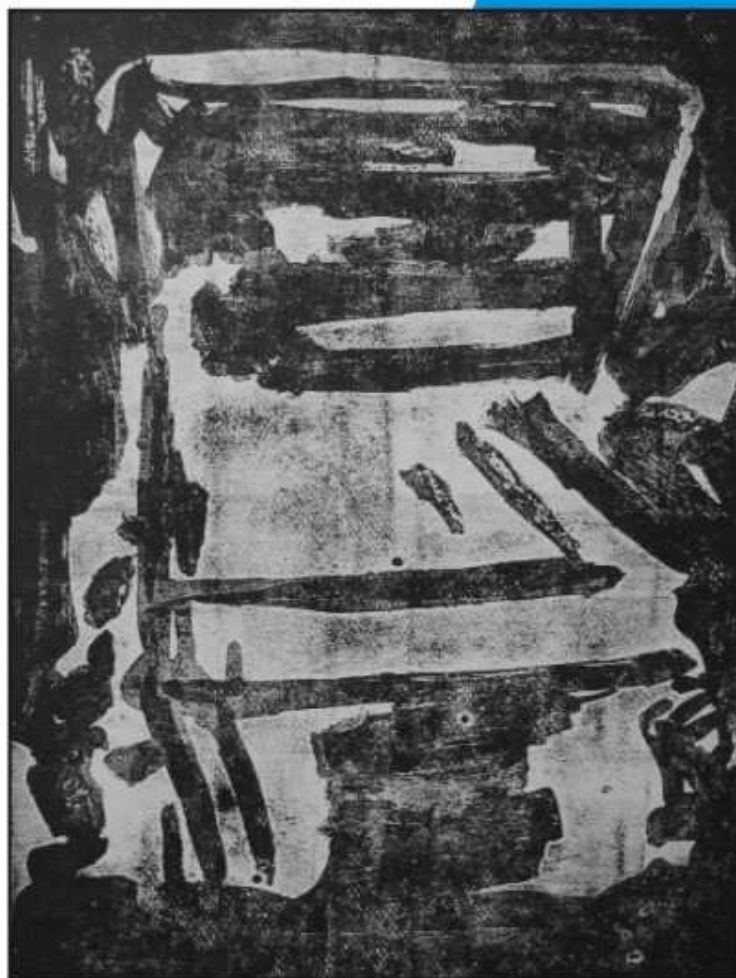
O Tiskárně David

Historie domu, v kterém se dnes nachází tiskárna, začíná v roce 1937. Samotný start a vznik tiskárny se datuje od roku 1993. Na této stránce najdete historické fotografie, které mapují celou rekonstrukci budovy a její přestavbu na provozovnu tiskárny. V roce 2001 byla přikoupena přilehlá hala, která se s původní budovou propojila a byla přestavěna na moderní tiskárnu o cca 1500 m² výrobní plochy.

Příprava – to je sazba, skenování, retuše, vyřazení do tisku a barevná reprodukce. V celém procesu předtiskové přípravy a tisku je správná reprodukce barev nejobtížnější. Barvy dnes představují nepostradatelný prvek většiny tištěných materiálů. V řadě případů jsou nositeli základních informací, které se mají čtenářům sdělit. Jejich správná reprodukce je proto velmi důležitá.



Příloha č. 45



Realizace stránky č. 2 (s. 5)

Naše tiskárna prošla od roku 1993 velkou změnou. Naše služby se profilují jako komplexní dodávky. To znamená od zpracování textu a obrazu až po dokončující zpracování. Vedle kvality se staly rozhodujícími faktory ve stále tvrdší konkurenci spolehlivost, servis a schopnost rychlé reakce. K tomu jsme se rozhodli pro nákup strojního tiskového parku od renomovaného výrobce značky Heidelberg.

Pokud chcete zajišťovat komplexní dodávky, tak nestačí pouze tisknout, ale je třeba nabízet perfektní dokončující zpracování. Nejvíce k zajištění těchto služeb napomáhá uzavřený strojní park schopný reagovat na jednotlivé požadavky zákazníka. V našem případě je to: linka na vazbu V1, stroj na lepenou vazbu V2, výsekové automaty a poloautomaty, číslovací a perforovací zařízení, falcovací stroje a především formátové řezačky.

V původním významu znamená typografie "umění úpravy tiskovin podle estetických měřítek". Slovo má svůj původ v řeckých výrazech typos – výraz a graphein – psát. V průběhu staletí se význam změnil a dnes, v době rozmanitých médií a přebytku informací, se stala typografie klíčovým pojmem vizuální komunikace. S její pomocí je možno obsahy a pojmy znázornit a prožít především v netradičně upravené tištěné formě.

Expedice – podle naučného slovníku lze pojem vyložit jako „odeslání, výprava, vypravení atd.“ To vše skutečně platí i v našem provozu. Zboží od nás odchází pečlivě zabaleno do papíru, smrštitelné folie nebo přepravních krabic. Naší snahou je, aby se finální výrobek dostal na místo určení bez poškození. K přepravě používáme osobní, dodávkové a nákladní automobily. U expresních a menších zakázek využíváme služeb přepravních společností garantujících doručení do 24 hod.

Na webové stránce najdete všechny klíčové osoby, které s Vámi komunikují při přebírání Vašich poptávek a zakázek. Celá strategie firmy je postavena na minimálním počtu administrativních pracovníků a jejich kompetence jsou ve většině případů stejné. Nechceme, abyste měli při komunikaci s námi pocit, že jste mluvili s někým nekompetentním.

Od roku 1993 nás mnoho našich přátel a zákazníků zná jako tiskárnu, která má ve znaku speciálně upravenou tříkolku Velorex. Zde si můžete prohlédnout některé netradiční úpravy na tomto vozítku. Dále zde naleznete odkazy na zajímavé stránky jako jsou sportovní stránky, stránky zabývající se designem, reklamou, hudbou, a spousty dalších zajímavých odkazů, které stojí za shlédnutí.

www.tiskarna-david.cz



Příloha č. 47



Realizace stránky č. 2 (s. 7)

Seznam příloh

| | |
|---|----|
| Příloha č. 1 | 32 |
| „Kolečko č. 1“ - Fotografie tiskařského stroje (detail) | |
| Příloha č. 2 | 33 |
| „Kolečko č. 1“ - Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges | |
| Příloha č. 3 | 34 |
| „Kolečko č. 1“ - Realizace č. 1 | |
| Příloha č. 4 | 35 |
| „Kolečko č. 1“ - Realizace č. 2 | |
| Příloha č. 5 | 36 |
| „Pohled přes sklo č. 1“ - Fotografie tiskařského stroje (detail) | |
| „Pohled přes sklo č. 1“ - Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges | |
| Příloha č. 6 | 37 |
| „Pohled přes sklo č. 1“ - Realizace č. 1 | |
| „Pohled přes sklo č. 1“ - Realizace č. 2 | |
| Příloha č. 7 | 38 |
| „Čtyřbarevka“ - Fotografie tiskařského stroje | |
| „Čtyřbarevka“ - Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges | |
| Příloha č. 8 | 39 |
| „Čtyřbarevka“ - Realizace č. 1 | |
| „Čtyřbarevka“ - Realizace č. 2 | |
| Příloha č. 9 | 40 |
| „Jednobarevka“ - Fotografie tiskařského stroje (detail) | |
| Příloha č. 10 | 41 |
| „Jednobarevka“ - Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges | |
| Příloha č. 11 | 42 |
| „Jednobarevka“ - Realizace č. 1 | |
| Příloha č. 12 | 43 |
| „Jednobarevka“ - Realizace č. 2 | |
| Příloha č. 13 | 44 |
| „Podáváč“ - Fotografie tiskařského stroje (detail) | |
| „Podáváč“ - Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn | |

| | |
|---|----|
| Edges | |
| Příloha č. 14 | 45 |
| „Podáváč“ - Realizace č. 1 | |
| „Podáváč“ - Realizace č. 2 | |
| Příloha č. 15 | 46 |
| „Pohled přes sklo č. 2“ - Fotografie tiskařského stroje (detail) | |
| „Pohled přes sklo č. 2“ - Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges | |
| Příloha č. 16 | 47 |
| „Pohled přes sklo č. 2“ - Realizace | |
| Příloha č. 17 | 48 |
| „Pohled přes sklo č. 3“ - Fotografie tiskařského stroje (detail) | |
| Příloha č. 18 | 49 |
| „Pohled přes sklo č. 3“ - Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges | |
| Příloha č. 19 | 50 |
| „Pohled přes sklo č. 3“ - Realizace č. 1 | |
| Příloha č. 20 | 51 |
| „Pohled přes sklo č. 3“ - Realizace č. 2 | |
| Příloha č. 21 | 52 |
| „Kolečko č. 2“ - Fotografie tiskařského stroje (detail) | |
| „Kolečko č. 2“ - Úprava fotografie v programu Adobe Phototshop: Filtry - Sketch Torn Edges | |
| Příloha č. 22 | 53 |
| „Kolečko č. 2“ - Realizace č. 1 | |
| „Kolečko č. 2“ - Realizace č. 2 | |
| Příloha č. 23 | 54 |
| Návrh obálky brožury č. 1 – v programu CorelDraw | |
| Příloha č. 24 | 55 |
| Návrh obálky brožury č. 2 – v programu CorelDraw | |
| Příloha č. 25 | 56 |
| Návrh obálky brožury (zadní strana) | |
| Příloha č. 26 | 57 |
| Návrh stránky (s. 2) | |
| Příloha č. 27 | 58 |
| Návrh stránky (s. 3) | |

| | |
|---|----|
| Příloha č. 28 | 59 |
| Návrh stránky (s. 4) | |
| Příloha č. 29 | 60 |
| Návrh stránky (s. 5) | |
| Příloha č. 30 | 61 |
| Návrh stránky (s. 6) | |
| Příloha č. 31 | 62 |
| Návrh stránky (s. 7) | |
| Příloha č. 32 | 63 |
| Realizace brožury č.1 - obálka | |
| Příloha č. 33 | 64 |
| Realizace brožury č.1 - obálka (zadní strana) | |
| Příloha č. 34 | 65 |
| Realizace stránky č. 1 (s. 2) | |
| Příloha č. 35 | 66 |
| Realizace stránky č. 1 (s. 3) | |
| Příloha č. 36 | 67 |
| Realizace stránky č. 1 (s. 4) | |
| Příloha č. 37 | 68 |
| Realizace stránky č. 1 (s. 5) | |
| Příloha č. 38 | 69 |
| Realizace stránky č. 1 (s. 6) | |
| Příloha č. 39 | 70 |
| Realizace stránky č. 1 (s. 7) | |
| Příloha č. 40 | 71 |
| Realizace brožury č.2 - obálka | |
| Příloha č. 41 | 72 |
| Realizace brožury č.1 - obálka (zadní strana) | |
| Příloha č. 42 | 73 |
| Realizace stránky č. 2 (s. 2) | |
| Příloha č. 43 | 74 |
| Realizace stránky č. 2 (s. 3) | |
| Příloha č. 44 | 75 |
| Realizace stránky č. 2 (s. 4) | |

| | |
|-------------------------------|----|
| Příloha č. 45 | 76 |
| Realizace stránky č. 2 (s. 5) | |
| Příloha č. 46 | 77 |
| Realizace stránky č. 2 (s. 6) | |
| Příloha č. 47 | 78 |
| Realizace stránky č. 2 (s. 7) | |