

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Pedagogická fakulta  
Katedra výtvarné výchovy

Diplomová práce

CTNOSTI A NEŘESTI VE VÝTVARNÉM UMĚNÍ  
VIRTUES AND VICES IN ARTS

Vypracovala: Pavla Luhanová

Vedoucí diplomové práce: doc. Lenka Vilhelmová, ak. mal.

Místo a rok odevzdání: České Budějovice, 2012

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované 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, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne.....

.....

Pavla Luhanová

Ráda bych poděkovala doc. Lence Vilhelmové, ak. mal. za odborné vedení mé diplomové práce a za všechny věcné připomínky a cenné rady.

## **Anotace:**

Cílem této diplomové práce je poukázat na některé z dnešních ctností a neřestí. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se zabývá výtvarným ztvárněním tématu ctností a neřestí v dějinách umění. Další kapitola pojednává o plakátu, jeho základních principech jako je forma, kompozice, barva a písmo. Také je zde zmíněna historie a různé reprodukční tiskové techniky plakátu. Praktická část obsahuje výtvarné zpracování námětu tří neřestí a jedné ctnosti ve formě plakátu. Jedna kapitola je věnována možnosti využití tématu ctností a neřestí v praxi.

## **Annotation:**

The aim of this thesis is to highlight some of today's virtues and vices. The work is divided into theoretical and practical part. The theoretical part deals with the artistic rendition of the theme of virtues and vices in the history of art. The next chapter deals with the poster, its basic principles such as form, composition, color and font. There is also mention history and various reproductive poster printing techniques. The practical part includes the processing of visual theme of the three vices and virtues in the form of a poster. One chapter is devoted to the possibility of using the theme of virtues and vices in practice.

# Obsah

Úvod .....	6
<b>1 Teoretická část .....</b>	<b>7</b>
1.1 Ctnosti a neřesti-průřez dějinami umění .....	8
<b>2 Plakát a jeho úloha .....</b>	<b>18</b>
2.1 Forma, kompozice, písmo .....	20
2.2 Barva .....	23
2.2.1 Psychologie barev .....	24
2.2.2 Barvy v reklamě .....	27
2.3 Technologie .....	28
2.4 Historie plakátu .....	31
<b>3 Praktická část .....</b>	<b>37</b>
3.1 Technologické zpracování .....	38
3.1.1 Práce v Corelu DRAW .....	39
3.2 Závislost .....	40
3.3 Lhostejnost .....	44
3.4 O pomluvě a šikaně .....	45
3.5 Pomoc druhým .....	48
<b>4 Výzkum .....</b>	<b>51</b>
4.1 Dotazník .....	51
4.2 Možnosti využití v praxi .....	52
<b>5 Závěr .....</b>	<b>54</b>
<b>6 Použitá literatura .....</b>	<b>56</b>
<b>7 Přílohy .....</b>	<b>59</b>

## Úvod

V úvodu bych se ráda zmínila, proč jsem si za téma mé diplomové práce vybrala ctnosti a neřesti. Může za to jedna příjemná vzpomínka spojená s návštěvou areálu Kuks, kde se nachází Braunovy alegorické sochy Ctností a Neřestí, které na mě udělaly veliký dojem. A tento hluboký dojem se mi opět vybavil při volbě tématu diplomové práce. Mým záměrem ale nebylo parafrázovat Braunovo dílo. Jeho sochy se pro mě staly pouze inspirujícím prvkem.

Hlavním cílem této diplomové práce je prostřednictvím výtvarného vyjádření poukázat na některé ctnosti a neřesti převažující u dnešní společnosti. Dalším cílem je vytvořit stručný přehled o tom, jak byl námět ctností a neřestí ztvárňován umělci v průběhu vývoje dějin umění.

Problematika ctností a neřestí je především předmětem filozofických a náboženských úvah. Odtud se téma přeneslo do výtvarného umění.

Dnes se slova ctnost a neřest v běžném hovoru téměř nevyskytují. Mnoha lidem mohou tato slova připadat jako něco z moralistické literatury předminulého století. Častěji se místo nich používá pojmu hodnoty.

# 1 Teoretická část

V této části diplomové práce jsem se pokusila vybrat nejzajímavější české i zahraniční autory a jejich výtvarná zpracování námětu ctností a neřestí od antiky až po současnost.

Ctnosti a neřesti se jako téma objevovaly téměř ve všech výtvarných odvětvích. V architektuře byly součástí sochařské reliéfní výzdoby. Nacházely se převážně ve vstupních portálech středověkých chrámů. Často byly také ztvárňovány jako samostatné sochy. Velké zastoupení měly ctnosti a neřesti v plošné tvorbě, tedy v malbě, v kresbě i grafice. V malbě se jednalo jak o nástropní fresky chrámů, paláců a zámků, tak také o závěsné obrazy a knižní malbu. Ani užitému umění se toto téma nevyhnulo. Příkladem mohou být gotické a renesanční závěsy zpodobující morální vzory. Textilní závěsy se nacházely na stěnách uvnitř církevních budov, ale i v obyčejných domácnostech.<sup>1</sup>

Ctnosti jsou v podstatě dobré lidské vlastnosti, které jsou stálé. Podle nich by se měl člověk řídit ve svém morálním jednání. Neřesti jsou naopak špatné mravní vlastnosti, kterých by se měl člověk vyvarovat. Ctnosti i neřesti jsou pojmy nehmotné. V umění bývají většinou vyjádřeny pomocí alegorie, kdy na sebe berou převážně lidskou podobu. Vyskytují se buď jako jednotlivé postavy, nebo ve skupinách, kde obvykle ctnosti soupeří proti neřestem. Častěji se můžeme setkat s ženskou postavou než s mužskou. V renesanci a v baroku, kde byly velmi oblíbené náměty čerpající z antické mytologie, jsou obvykle ctnosti vtěleny do postav bohů či hrdinů. Zde je pak nutné znát širší kontext. Ctnosti a neřesti nemusí mít vždy konkrétní podobu, ale můžeme je odhalit přímo v ději. Tady se jedná hlavně o žánrové výjevy s mravoličným ponaučením, jako je tomu například u Brueghelových obrazů nebo u fantaskních obrazů Hieronyma Bosche.

---

<sup>1</sup>Srov. HALL, J. *Slovník námětů a symbolů ve výtvarném umění*. s. 97, 98.

„Častým námětem výtvarného umění jsou alegorie čtyř hlavních „kardinálních“ ctností, které mají původ v řecké antice: rozvážnost (moudrost), zdrženlivost (uměřenost), statečnost, spravedlnost. Pro křesťanství je základní trojice „božských ctností“: víra, naděje, láska. U neřestí se uvádí většinou „sedmero hlavních hříchů“: pýcha, lakomství, smilstvo, závist, nestřídmost, hněv a lenost.“<sup>2</sup>

Existuje ovšem mnoho dalších známých i méně známých ctností a neřestí zpodobovaných ve výtvarném umění. Do výčtu ctností patří Dobrota, Láska, Čistota nebo Cudnost, Víra, Odvaha, Pravda, Lidskost (Vzdělanost, Pokora), Spravedlnost, Mírnost, Milosrdenství, Poslušnost, Trpělivost, Chudoba (pouze ve spojitosti se středověkými svěťci), Vytrvalost, Rozumnost (Moudrost), Naděje, Umírněnost (Střízlivost, Zdrženlivost) ad.

Mezi neřesti se řadí Lenost, Lakota, Zoufalství, Obžerství, Nesvornost, Modloslužebnost (Nevěra, Věrolomnost), Zbabělost (Slabost), Nestálost, Nespravedlnost, Hněv, Nerozumnost, Pošetilost, Závist, Rozmařilost (Necudnost), Pýcha (považována za začátek všech neřestí), Marnivost, Pomluva ad.

Každá alegorická postava má svůj atribut nebo více atributů. Na určování jejich významu existovaly výkladové slovníky. Příkladem takového slovníku může být *Iconologia Cesara Ripy*, který vyšel roku 1593. Toto dílo bylo velmi oblíbené a svůj vliv mělo i na náboženské a světské alegorie 17. a 18. století.<sup>3</sup>

## 1.1 Ctnosti a neřesti- průřez dějinami umění

S prvním známým výtvarným zpracováním námětu ctností a neřesti bychom se setkali v **antickém Řecku**. Jedná se o obraz nazvaný *Pomluva*.

---

<sup>2</sup> CHODURA, KLIMEŠOVÁ, KŘIŠŤAN. *Slovník pojmů sakrálního výtvarného umění*. s. 20.

<sup>3</sup> Srov. HALL, J. *Slovník námětů a symbolů ve výtvarném umění*. s. 97, 98.



Jeho autorem byl malíř **Apelles**, který žil ve 4. stol. př. l. Přestože se obraz nedochoval, díky popisu od filosofa Lúkiana se jeho sláva šířila dál.

Popis Apellova obrazu velmi zapůsobil na malíře Botticelliho, který v 16. století namaloval stejnojmenný obraz. K Apellovu obrazu se váže historka, že dílo vzniklo jako reakce na jednání jeho současníka a konkurenta malíře Antifila, který se Apellea snažil zaplést do vzpoury proti Ptolemaiovcům. Na obraze bychom našli Pomluvu, Zradu, Žárlivost, Podvod, Nevědomost s Podezřením, Lítost a dva zástupce ctností-ženskou postavu Pravdy a mužskou postavu Nevinnosti.<sup>4</sup>

**Křesťanství ve středověku** využilo personifikovaných ctností a neřestí k moralizování. Ctnost byla často stavěna proti některé neřesti a obvykle v tomto souboji zvítězila. Příslušná ctnost či neřest mohla mít jak podobu člověka, tak i podobu zvířete. Ve středověkém umění je to hlavně gotické sochařství, které s oblibou ztvárňovalo tento námět. Příkladem může být reliéf nazvaný *Ctnosti vítězí nad Neřestmi*, který je součástí výzdoby severního portálu v průčelí **remešské katedrály**. Toto sochařské dílo pochází z konce 13. století.

Mnozí panovníci se s oblibou nechávali vyobrazit se svými ctnostmi. V knižní malbě je to například **Bible Karla Holého** pocházející přibližně z roku 870. Panovníka na trůně doprovázejí alegorické postavy jeho ctností. Také **rukopis z Řezna** pocházející z roku 1165 obsahuje vyobrazení několika křesťanských ctností i neřestí.

Dále se ve středověkém malířství tento námět objevuje především v nástěnné malbě, kde je součástí větších náboženských výjevů. Příkladem mohou být *fresky v kapli Scrovegniů v Padově*, jejichž autorem byl italský umělec **Giotto**. (příloha 1, obr. 1) Na této zakázce pracoval v letech 1303–1305. Giotto v kapli Scrovegniů uplatnil některé své novátorské postupy a nápady. Příkladem mohou být namalované nepravé sokly ze směsi

---

<sup>4</sup> Srov. HALL, J. *Slovník námětů a symbolů ve výtvarném umění*. s. 362.

mramorů, mezi které je do řady umístěno čtrnáct postav *Ctností a Neřestí*. Na klenbě nad nimi se nachází deset tond s Madonou a dítětem, Kristus, Busty světců a proroků, Výjevy ze Starého zákona a Alegorické postavy.

Fresky *Ctností a Neřestí* jsou namalovány monochromaticky a mají působit dojmem basreliéfu. Tvůrčí vrchol představují personifikace *Spravedlnosti, Nespravedlnosti, Hněvu a Nestálosti*. Kompozice je jednoduchá a zřetelná. Postavy vynikají svojí rozmanitostí a emoční charakteristikou. V postavách v kapli Scrovegniů se spojuje obřadnost antického sochařství a křehkost francouzské gotiky. Celek působí vyváženým dojmem.<sup>5</sup>

Postavy několika známých ctností umístil Giotto také na další ze svých obrazů. Jedná se například o deskový obraz *Trůnící Madona s dítětem, světci a Ctnostmi*, který tvoří s obrazem *Ukřižování* diptych.

**V renesanci** se ctnosti vyskytovaly spíše jako jednotlivé postavy. Nejvíce zpodobňovaná byla křesťanská Láska a Spravedlnost. Z neřestí to byla Žádostivost a Lakota, které byly církví nejvíce odsuzovány. Na stropích a stěnách veřejných budov i v sochařské výzdobě kostelů se běžně zobrazovaly různé méně významné ctnosti. Sloužily hlavně k oslavě vládců, papežů nebo veřejných událostí.

Velmi oblíbené bylo v renesanci zpodobování antické mytologie, bohů a hrdinů, kteří se stali představiteli morálních vlastností. Na jedné straně bojovali bohové zastupující různé ctnosti, nejvíce Rozum. Na straně druhé stáli představitelé neřestí, kde převažovala Žádostivost. Častým námětem pak byly Herkulovy skutky. Herkules volící mezi ctností a neřestí byla nejoblíbenější zobrazovaná scéna.<sup>6</sup>

Italský renesanční malíř **Botticelli** namaloval obraz *Pomluva* (příloha 1, obr. 2) v letech 1494-1498 podle dochovaného popisu stejnojmenného obrazu antického malíře Apella. Na obraze se vyskytuje velké množství postav. Vpravo sedí na trůně král Midas s oslíma ušima. Dvě mladé ženy,

---

<sup>5</sup> Srov. TARTUFERI, A. *Giotto: Život umělce*. s. 54-63.

<sup>6</sup> Srov. HALL, J. *Slovník námětů a symbolů ve výtvarném umění*. s. 96.

které ztělesňují Nevědomost a Podezíravost, našeptávají králi špatné rady. K trůnu kráčí Pomluva, která za vlasy táhne nevinnou oběť pomluv. Špinavý muž představující Nenávist a dvě ženské postavy ztělesňující Podvod a Proradnost doprovázejí Pomluvu. Pak je tu ještě Výčitka a na druhé straně obrazu stojí nahá Pravda. Gesto ruky směřující nahoru znamená, že jediná pravda přichází od Boha. Zajímavé na obraze je umístění scény do budovy, která odpovídala svým architektonickým řešením dobovému vkusu za Botticelliho života.<sup>7</sup>

**Nizozemské malířství** se v šestnáctém století zabývalo hlavně třemi tematickými okruhy. Byla to náboženská témata, ztvárnění skutečnosti a morální alegorie. Mezi nejznámější malíře, kteří se řadí právě k alegorickému a moralistnímu proudu, patří Pieter Bruegel st. a jeho předchůdce Hieronymus Bosch.

V madridském Pradu je dnes vystavena dřevěná deska, na které je vyobrazeno *sedm smrtelných hříchů* spolu se čtyřmi posledními věcmi člověka od malíře **Hieronyma Bosche**, k jehož odkazu se hlásili například surrealisté. Neřest *Obžerství* zde Bosch pojal jako scénu z hostince. Hlavní postava je tlustý muž, který pojídá vše, co mu hospodyně přinese na stůl. V podobném duchu jsou namalovány i ostatní hříchy. Námět je zasazen do obyčejného prostředí známého tehdejšími lidmi. Uprostřed kompozice je namalováno boží oko sledující lidské prohřešky. Bosch vytvořil ještě mnoho dalších obrazů s podobnou tematikou.<sup>8</sup>

**Pieter Bruegel starší** byl významný nizozemský malíř 16. století. Byl uznávaným umělcem již za svého života. Jeho tvorba je rozsáhlá a někdy obtížně rozluštitelná po stránce významu. Ve své tvorbě se například zajímal o lidová témata, o vesnický život, alegorie a příběhy s mravním ponaučením. Také se nechával často inspirovat náměty z Bible. V letech 1557-1559 Bruegel vytvořil *kresby sedmi smrtelných hříchů a sedmi ctností*.

---

<sup>7</sup> Srov. RICKETTS, M. *Mistři světového malířství: Renesance*. s. 174.

<sup>8</sup> Srov. Dějiny a současnost [online].

Abstraktní pojmy převedl do žánrových výjevů z lidového života. V tomto i v jiných Bruegelových dílech je patrný vliv Hieronyma Bosche. Podobní jsou si například ve velkém počtu drobných výjevů a fantaskních představ. Bruegelovým cílem nebylo přesné zobrazení dané události, ale spíše mravní ponaučení plynoucí z děje. Například v obraze *Babylonská věž* se snaží diváka varovat před lidskou pýchou (příloha 1, obr. č. 3). Bruegel zde nastínil tehdejší politické a společenské dění a propojil ho s biblickým výjevem. Stejně tak obrazy *Saulova sebevražda* a *Ikarův pád* (příloha 1, obr. 4) zpracovávají téma pýchy. Mladý Ikaros byl příliš pyšný, že dokázal ovládnout oblohu, proto jeho let skončil tragicky. V obrazech *Dětské hry* a *Přísluší* kritizoval Bruegel zase lidskou pošetilost. V obraze *Země blahobytu* symbolicky vyjádřil lenost sedláků, úředníků a vojáků.

Složitě alegorie a morality byly v šestnáctém století v oblibě také na panovnických dvorech v ostatní Evropě. Stejně tomu bylo v Čechách za vlády císaře Rudolfa II., pro kterého pracoval například malíř **Bartholomeus Spranger**. Umělec vytvořil řadu alegorických mytologických oltářních obrazů. Například obraz *Triumf moudrosti*.

**V baroku** bylo alegorické zpodobení ve výtvarném umění na svém vrcholu. Umělecké ztvárnění ctností a neřestí se nechalo inspirovat klasickou antickou filosofií a křesťanstvím. Cykly ctností a neřestí se vyskytovaly jako součásti větších náboženských celků malířské výzdoby církevních i světských budov. Jako příklad tu popisuji část výzdoby zámku Trója v Čechách. Časté bylo toto téma v sochařství, kde se ctnosti a neřesti vyskytovaly hlavně v podobě volných soch. Zde uvádím jméno Matyáše Bernarda Brauna jako autora u nás nejrozsáhlejšího sochařského cyklu ctností a neřestí. Současně se mravoličné náměty vyskytovaly v jednotlivých dílech různých autorů. Za všechny jsem vybrala malíře Petra Brandla.

Na zámku **Trója** v Praze se nachází alegorické postavy ctností a neřestí jako součást velkolepé freskové výzdoby. Nejrozsáhlejší jsou fresky zdobící hlavní sál zámku, které vytvořil malíř vlámského původu **Abraham Godyn**.

Fresky z velkého sálu pochází z let 1691–1697. Na nástrovní malbě je hlavním motivem *alegorický triumf císaře Leopolda I.* Jedná se o nadšení z vítězství nad Turky. Uprostřed nástrovní malby je umístěn křesťanský symbol Nejsvětější trojice. Poblíž se nachází tři teologické ctnosti. Nejvíce prostoru dostala personifikace *Víry*, která je ztotožněna s církví. K ní se otáčí *Naděje* a částečně skryta je *Láska*. Dole, na stěnách naproti sobě, sedí na svých trůnech ženské postavy *Spravedlnosti* (příloha 1, obr. 5) a *Víry*. *Spravedlnost* má u sebe své atributy. V jedné ruce drží váhy a zároveň se opírá o meč. Na zemi pod ní se nachází rozložené knihy. Současně je doprovázena svými protivníky *Hloupostí* a *Vlastním zájmem*.

Na ostatních freskách v dalších místnostech pracovali jiní umělci. Například malby v místnosti v západním křídle jsou dílem italských malířů **Marchettiů**. Jejich datace pochází z roku 1690. Ústředním motivem malby je postava Chrona-Saturna jako Otce Času. Ten odhaluje spící *Pravdu* vtělenou do dívčího těla. *Pravda* má na sobě roušku s vyobrazeným atributem Slunce. *Pravdu* doprovází ještě dvě ctnosti- *Moudrost* se svými atributy přilbou a zrcadlem a *Poslušnost*. Personifikace *Hojnosti* sype ze svého rohu zlaťáky do mísy. Pod ctnostmi jsou vyobrazeny nepřátelé *Pravdy*: *Zloba* a *Závist*, která si vytrhává jazyk. Místo vlasů se jí na hlavě svíjí hadi.<sup>9</sup>

Také v dalších místnostech zámku bychom se setkali s různými vyobrazeními ctností a neřestí, které opět tvoří část většího celku s náboženskou nebo častěji s mytologickou tematikou. Nositelem ctností a zásluh byl myšlen majitel zámku Václav Vojtěch ze Šternberka. Z ctností se nejvíce objevují *Pravda*, *Spravedlnost* a *Mír*.

Malíř **František Xaver Palko** se věnoval náboženské malbě určené převážně pro kostely a kaple. Vytvářel jak závěsné obrazy, tak nástěnné malby. Zmiňuji ho z důvodu, že kolem roku 1751 pro kostel sv. Mikuláše na Malé Straně vymaloval kopuli Apoteózou sv. Mikuláše a na pendentivech pod kopulí vyobrazil církevní ctnosti *Moudrost*, *Spravedlnost*, *Mírnost* a *Sílu*.

---

<sup>9</sup> Srov. PREISS, P. a kol. *Zámek Trója u Prahy: Dějiny, stavba, plastika a malba*. s. 140-159.

V druhém desetiletí 18. století vytvořil sochař **Matyáš Bernard Braun** se svou dílnou *dvanáct postav Ctností a dvanáct postav Neřestí*. (příloha 1, obr. 6, 7, 8) Tento soubor společně s další sochařskou výzdobou si u umělce objednal hrabě Špork pro své panství v Kuksu. Sochy jsou vytesané z tvrdého pískovce v nadživotní velikosti. Původně byly polychromované. Všechny ctnosti i neřesti jsou ženského pohlaví. Každá socha má příslušné atributy vztahující se k dané ctnosti nebo neřesti, kterou tím charakterizují. Sochy Ctností jsou umístěny před levým křídlem špitálu. Uvádí je socha anděla Šťastné smrti a je zde zastoupena: *Víra, Naděje, Láska, Trpělivost, Moudrost, Statečnost, Cudnost, Píle, Štědrost, Uprímnost a Spravedlnost*. Alegorie *Zdrženlivosti* byla přenesena na špitální dvůr. Neřesti stojí před pravým křídlem špitálu za andělem Žalostné smrti. Patří sem *Pýcha, Lakomství, Závist, Smilstvo, Obžerství, Hněv, Lenost, Zoufalství, Lehkomyslnost, Pomluva a Lstivost*. Alegorie *Podvodu* byla zničena a roku 1883 nahrazena sochou od sochaře B. Seelinga.

Braun čerpal inspiraci ke svým sochám z tištěných ikonografií, z Callotových rytin hlavních hříchů a z Ikonologie Cesara Ripy. Braunovi se podařilo převést nehmotné pojmy a vlastnosti do reálné podoby díky své dobré znalosti lidských vlastností a různých temperamentů.

Sochy Ctností a Neřestí jsou určeny hlavně pro čelní pohled. Originály jsou dnes umístěny v bývalém hlavním nemocničním sále hospitálu. Na terase jsou pouze jejich kopie. Braun dokázal sjednotit jejich fyzický vzhled s gesty a s mimikou. Důrazné vybočení v bocích, nakročená noha, figura opírající se o svůj atribut nebo architektonický podstavec jsou některé ze sochařských prostředků, které Braun použil ve své alegorické řadě.

Dalším umělcem, v jehož díle bychom se setkali s vyobrazením ctností a neřestí, byl význačný český malíř **Petr Brandl**. Jeho tvorba spadá do období vrcholného baroka. Velkou část jeho díla tvořily obrazy s náboženskou tematikou určené pro kostely a kláštery. Kromě toho namaloval i mnoho obrazů, kde poukazuje hlavně na lidské neřesti.

Jednalo se o postavy kuřáků, o lidi holdující alkoholu, prostitutky nebo falešné doktory (příloha 1, obr. 9). Přestože tyto obrazy měly tehdejšího člověka nabádat k správnému morálnímu jednání, sám autor se tím neřídil. Prostředí hospod mu nebylo cizí. Obrazy zachycující různé lidské neřesti působí jako scény z běžného života. Jedná se ale o promyšlené kompozice s mnohvrstevnatou symbolikou. Velký důraz kladl malíř na dynamickou hru světla a stínů.

Po období baroka oblíbenost alegorií a mravoličných námětů zvolna upadala. S moralizujícími obsahy bychom se setkali ještě v dílech prerafaelistů a stejně tak v dílech některých klasicistů, kteří myšlenkově kladli důraz na racionalismus a ctnost. Do **období realismu** spadá svojí tvorbou představitel francouzského akademismu **Adolph Bouguereau**. Ten namaloval obrazy *Přejícnosti* a *Milosrdenství*. Na obrazu *Přejícnosti* z roku 1859 je vyobrazena mladá žena, v jejíž laskavé náruči se choulí několik dětí. Z výjevu můžeme číst především lidskost, laskavost a soucit. Pro malířův styl je příznačná přesná linka, důkladná kresba a lokální barva.

Z autorů, jejichž tvorba spadá do **konce 19. a počátku 20. stol.**, jsem vybrala belgického malíře **Jamese Ensora**. Ten se kromě malby věnoval také grafice. A právě v grafice vytvořil cyklus nazvaný *Sedm hlavních hříchů*, který byl publikován v roce 1904 u vydavatele Van Campenhouta v albu *Hlavní hřichy* s doprovodným textem E. Demoldera. Jedná se o lepty. Prvním z řady grafických listů byla Vilnost (Chlípnost) objevující se v roce 1888. Po ní následovala Lenost z roku 1902 (příloha 1, obr. 10) a Obžerství (příloha 1, obr. 11) vytvořené o rok později. V roce 1904 rozšířil Ensor řadu ještě o Hněv, Pýchu, Lakotu, Mlsnost a Závist. Ve stejném roce Ensor vytvořil osmou rytinu, na které je motiv smrti přelétávající nad zosobněními hříchů. Stejně jako ostatní Ensorova díla, i tyto lepty jsou velmi satirické, jsou naplněny zahořklým humorem a ironií. Grafický cyklus je kritikou stavu lidské posedlosti. Ensor byl předchůdcem expresionismu a surrealismu.

Z českých umělců, v jejichž díle se objevují jednotlivé lidské ctnosti či neřesti, uvádím jména tří sochařů. Prvním z nich je **František Bílek** a jeho socha *Zoufalství* pocházející z devadesátých let 19. st. V tomto díle vyjádřil autor pocit zoufalství nad vinami člověka. Dále je to **Břetislav Benda** a dílo *Mateřská láska* z roku 1951 a třetím autorem je **Karel Pokorný**, který za druhé světové války vyjádřil své politické a lidské cítění alegoriemi *Spravedlnost*, *Moudrost* a *Zima*. Z malířů se nabízí například **Jan Preisler** a jeho dílo *Milosrdný Samaritán* (1910-1912). Autor zde v rovině symbolistní zpracoval biblický příběh poukazující na ctnost milosrdenství. Některá expresionistická díla **Antonína Procházky**, **Emila Fily** nebo **Bohumila Kubišty** zpracovávají zase námět hazardních her.

**Ve dvacátém a jednadvacátém století** existuje velká rozmanitost výtvarných stylů a tendencí. Ctnosti a neřesti se stále jako téma objevují, ale už jsou chápány v jiném významu než v předchozích obdobích. Umělci pop-artu koncem padesátých let 20. století zachycovali konzumní styl života. Reagovali na masovost, hlučnost, na rozpínavý svět reklamy a komerce, na erotiku, brutalitu i banalitu tehdejších idolů.

V současné době se někteří autoři uchylují ke zpochybňování tradičních morálních hodnot. Jako například **Jeff Koons**, který vytvořil sérii obrazů a plastik „Made in Heaven“ z roku 1991. Svým dílem i stylem života ilustruje zpochybnění morálních hodnot spojené s kreativním využitím kýče a pornografických motivů. Americký umělec **David LaChapelle** zase vytváří fotografie, kterými kritizuje konzumní materialismus, přesycenost, zmar, zánik lidských hodnot a víry nebo třeba nesmyslnost válek. (příloha 1, obr. 12)

Ze současných českých umělců, v jejichž díle se objevuje námět ctností a neřestí, je to například fotograf **Daniel Šperl** nebo **David Helán**. Ten vytvořil cyklus s názvem *Ani ctnosti ani neřesti*. Jedná se o fotografie. Helán se ve svých dílech a performancích zabývá především otázkou umění samotného, táže se po hranici umělecké skutečnosti či naopak jejího klamu. V jeho tvorbě je přítomna určitá míra experimentu, vtipu a improvizace.



*„Umělec užívá okolního světa jako otevřené dílny, kde je možné se její transformací osvobodit z křeče normality či stagnace.“<sup>10</sup>*

Knihy Daniela Šperla *Všední slavnosti* obsahuje fotografie ukazující obecné lidské hodnoty, lásku, přátelství, vztahy rodičů a dětí nebo vztahy lidí k různým společenským minoritám. Fotografie ukazují všední život venkovských lidí. Na venkově se podle Šperla uchovaly mezilidské vztahy a tradiční hodnoty v krystaličtější podobě než v kosmopolitních městech.<sup>11</sup>

**Jiří David** je malíř, grafik, fotograf a autor různých instalací. Od druhé poloviny 80. let spoluutváří podobu i atmosféru českého výtvarného umění. Je známý i ve světě. V některých svých dílech se vyjadřuje pomocí jednoduchých symbolů, kterými reaguje na okolní realitu. Například známou a současně rozporuplnou se stala instalace patnáctimetrového srdce hořící červeným světlem. Pro výtvarníka představuje symbol srdce dorozumění se, pozitivní komunikaci, odbourání ideologických klišé a zla (příloha 1, obr. 13). Kromě výtvarné tvorby se David zabývá také psaním textů o umění. V článku o mravnosti a umění si například klade otázku, jestli je možné v uměleckém díle konfrontovat morální hlediska a hlediska čistě estetická.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Artlist databáze současného umění [online].

<sup>11</sup> Srov. Daniel Šperl: *Všední slavnosti* [online].

<sup>12</sup> Srov. Jiří David-Artlist-databáze současného umění [online].

## 2 Plakát a jeho úloha

V úvodu této kapitoly se nabízí otázka, proč jsem si vybrala pro svůj záměr výtvarně zpracovat téma ctností a neřestí zrovna plakát. Jedním z důvodů je, že plakát oproti obrazům a sochám má schopnost oslovit širší okruh lidí. V případě poukázání na některé dnešní neřesti a ctnosti se jeví jako vhodný informační a zároveň umělecký prostředek. V předchozí kapitole jsem se zmiňovala, že v období středověku, renesance a baroka byly ctnosti a neřesti chápány hlavně ve smyslu náboženském. Na lidi chodící do kostela působily morální příklady prostřednictvím soch, závěsných obrazů nebo nástěnných maleb. Dalo by se říct, že v dnešní době převzaly toto morální poslání například některé druhy reklamních kampaní, ovšem zde již nehraje náboženství zásadní roli.

Tato kapitola je věnována problematice a výstavbě plakátu takovými pojmy jako je forma, kompozice, font a barva. Zároveň zde popisují historii plakátu a některé reprodukční techniky tisku plakátu.

Plakát, stejně jako leták, pozvánka, vstupenka, vizitka, novoročenka, knižní přebal, obal na CD, apod. patří do oblasti užité grafiky. Pole působnosti užité grafiky je velmi široké. Její produkty slouží k praktickému účelu.

Plakát jako prostředek vizuálního sdělení dokáže proniknout k velkému množství lidí. Zároveň může být považován i za samostatné umělecké dílo. Nápadnost, srozumitelnost, jednoduchost a čitelnost jsou vlastnosti dobrého plakátu. Plakáty jsou tvořeny různými výtvarnými technikami. Výtvarné postupy mohou být jak jednoduché, tak složité. Myšlenka a účel plakátu určují, jak bude vypadat kompozice i forma.

Obecně se plakát dělí na obrazový a textový, informační a šokující, venkovní a interiérový, na reklamní a autorský, politický, revoluční, kulturní, sociální, vzdělávací, obchodní aj. Plakát se také užívá na reprodukci předlohy slavných uměleckých děl.

Kromě tohoto obecného rozdělení plakátů se můžeme setkat s označením secesní plakát, dada, op-art, pop-art plakát aj. Tyto názvy jsou odvozeny z uměleckých směrů, které se do plakátové tvorby promítly nebo byly plakátem dokonce inspirovány a ovlivněny.

Dále existují pojmy typografický, grafický a fotografický plakát. Typografický plakát je založen pouze na úpravě textu. Grafický plakát tvoří obraz, který je doplněný stručným výstižným textem. Fotografický plakát je fotografie na fotografickém papíře i s exponovaným textem. Tento druh plakátu se vystavuje v interiérech. Ještě se můžeme setkat s pojmem bianco-plakát. Ten vedle obsahového a textového sdělení ponechává místo pro dotisk. Užívá se např. pro plakáty putovní výstavy, kde se dotiskuje místo a čas konání akce.

Plakátovací plochy jsou místa určená k výlepu plakátů ve městě. S plakáty se můžeme setkat i v galeriích a muzeích. Největší sbírka plakátů u nás je v Uměleckoprůmyslovém muzeu v Praze. Rozsáhlou sbírku má také Moravská galerie v Brně, jinde v Evropě je to Curych nebo třeba Hamburk. Existují také obchody, které se specializují pouze na prodej plakátů navržených umělci pro interiér. Tyto obchody se nazývají tzv. „poster-shopy“. V neposlední řadě jsou tu ještě soukromé sbírky nadšených sběratelů a obdivovatelů plakátu.

Dříve, když neexistoval internet, televize ani rádio, byl psaný i tištěný text a obraz jediným masově sdělovacím prostředkem. Plakát plnil nejen sdělovací funkci, ale měl i funkci estetickou. Ulice byly v té době „vytapetované“ plakáty. V současnosti běžných plakátů ve městech ubylo a nahradily je jiné formy komunikace. Míst, kde se ještě můžeme setkat s klasickými plakáty, je už velmi málo. Kromě plakátovacích tabulí a sloupů jsou to například zastávky autobusů. Ve městech bývají většinou moderní průhledné zastávky, které si žádají i moderní reklamu. Plakáty se zde nevylepují, ale vyvěšují. Jsou tu k vidění hlavně filmové plakáty. S těmi se můžeme setkat ještě v prostoru nákupních zón, jejichž součástí jsou i kinosály. Plakáty bývají vyvěšené ve světelných skříních, tzv. light boxech.

## 2.1 Forma, kompozice, písmo

Pod pojmem „**forma**“ si můžeme v grafickém designu představit veškeré tvary, čáry, textury, obrázky a písmo. Jednotlivé části formy by měly být určitým způsobem propojeny, aby dílo působilo celistvě. Záleží také na tom, aby divák pochopil to, co vidí a současně, jaký smysl je v díle ukryt. Důležitým faktorem týkající se formy je dobře zvolený tvar formátu a jeho velikost. Například malý objekt bude na velkém formátu působit umírněně. Naproti tomu objekt stejné velikosti na zmenšeném formátu získá na důraznosti. Pro plakát se nejčastěji používá horizontální a vertikální tvar formátu. Horizontální formát si většinou spojujeme s představou horizontu, proto na nás zpravidla působí klidným dojmem. Vertikální formát je komplikovanější tím, že zde dochází ke dvěma optickým pohybům zároveň, tedy dolů a nahoru. Formáty plakátů vychází z normalizovaných forem řady A, B. Mohou mít také rozšířené nebo prodloužené velikosti. Například úzký podlouhlý formát plakátu měl v oblibě Alfons Mucha.

Formu obklopuje pozadí. Forma bývá označována jako pozitivní prostor a pozadí jako negativní. Společně se doplňují. Tento vztah mezi formou a prostorem ovlivňuje například počet objektů v daném prostoru, jejich velikost nebo to, jaká je zde dynamika.

Do forem plakátů zasahují kromě designéra také výtvarné tendence a výtvarné názory doby.

**Kompozice** je v podstatě výběr a uspořádání linií a tvarů v ploše. Rozvržení jednotlivých forem v kompozici se řídí záměrem autora. Pro upoutání divákovi pozornosti je důležité, aby dílo nepůsobilo jednotvárně. Naopak by mělo vyvolávat určité napětí. Toho lze v kompozici docílit různými výrazovými prostředky. Jde především o kontrast různých druhů linií, kontrast tvarů a jejich velikostí, kontrast světlých a tmavých linií a ploch či kontrast rozmanitých nástrojů a materiálů.

Kompozice může být jednoduchá, založená například na vztahu pouze dvou prvků, nebo naopak složitá s mnoha objekty a jejich vzájemnými vztahy. Některé kompozice jsou komplikované zase použitím vizuálních efektů, kdy se například překrývají dva tvary různých velikostí nebo negativní prvek nečekaně překryje prvek pozitivní. Platí zásada, že kompozice by měla být vždy promyšlená a pro diváka srozumitelná a čitelná.<sup>13</sup>

Základními tvary, se kterými pracujeme v kompozici, jsou bod, čára a plocha. Pokud jsou tvary umístěné vůči sobě navzájem v podobných vzdálenostech, jedná se o tzv. statickou kompozici. Ta navozuje pocit klidu, ticha, apod. Pokud bychom změnili vzdálenosti mezi prvky a okraji formátu i mezi prvky navzájem, vznikne kompozice dynamická.

Další rozdělení kompozice je na symetrickou a asymetrickou. Symetrická kompozice staví na stejně vzdálených plochách mezi objekty. Vyvolává tudíž pocit státnosti a může diváka nudit. Proto v tomto směru vítězí asymetrická kompozice, která nutí oči a mozek k větší aktivitě. Divák více zkoumá rozdíly, jednotlivé objekty, prostorové vztahy, a tím vlastně poznává samotný obsah.

Jiné členění kompozice se děje podle proporcí. Kompozice může být geometrická (konstruktivní) nebo intuitivní, ve které se uplatňuje hlavně práce s barvou nebo převažuje autorův rukopis. Geometrická kompozice naopak uplatňuje přesné matematické zákony a vztahy. Asi nejnámější je tzv. „zlatý řez“. Další strategií je vytvoření intervalů na základě matematické metody. Jakákoli číselná posloupnost či zlomek může udávat poměr. Používaným je také tzv. „zákon třetin“. Jakýkoli formát lze rozdělit na třetiny, ať horizontálně či vertikálně. Asymetrie vznikne, když prostor rozdělíme pouze jednou ze dvou čar.<sup>14</sup>

Jednou z důležitých věcí při tvorbě plakátu je **výběr a užití písma**. Písmo je stejně jako ostatní prvky v grafickém designu vizuálním znakem.

---

<sup>13</sup> Srov. SAMARA, T. *Grafický design*. s. 062-065.

<sup>14</sup> Tamtéž, s. 072-076.

Má nejen funkci sdělovací, ale i estetickou. Jeho hlavním úkolem je působit na diváka vyváženým dojmem. Toho lze dosáhnout optimální vzdáleností mezi jednotlivými znaky, snadnou čitelností písma, promyšlenou kompozicí a organizací textu.

Jednotlivá písmena se od sebe odlišují různými vlastnostmi. Liší se například rozměry, tvarem či otevřeností nebo uzavřeností mezer. Některá písmena mohou působit světleji, jiná naopak tmavěji. Grafické programy, které se neustále zdokonalují, nabízí celou škálu písem a dokáží si poradit s menšími či většími úpravami.

U písma rozlišujeme šest základních aspektů. Jedná se o velikost, váhu, proporce, šířku, sklon a styl. U velikosti písma rozlišujeme verzálky, tedy velká písmena a minusky, tedy malá písmena. Váhou se myslí tloušťka písmových tahů. Rozlišuje se tak písmo slabé, normální, tučné a velmi tučné. Díky změnám v tloušťce tahů dochází ke kontrastům. Tučně odlišené písmo vnímáme na rozdíl od normálního textu jako důležitější. Proporcemi písmene jsou myšleny jednotlivé tahy, které mohou mít buď stejnou tloušťku, nebo se mohou výrazně lišit. Podle šířky se písmo dělí na zúžené, rozšířené nebo roztažené. Dále se rozlišuje písmo vzpřímené a kurzíva, která napodobuje sklon rukopisu. Pojem styl v sobě zahrnuje více popisů písma. Jde buď o písmo serifové (s patkami), nebo bezserifové (bezpatkové). Stylem je myšleno také historické období, ve kterém konkrétní písmo vzniklo. Styl písma může být rovněž neutrální nebo stylizovaný. Neutrální typ písma značí, že má svým vzhledem blíže k základnímu typu písma. Stylizované písmo má zase přehnané znaky.<sup>15</sup>

Existuje velké množství různých stylů a typů písem. Výběr vhodného typu písma se řídí účelem práce. Při výběru vhodného písma nám můžou být nápomocny také vlastnosti písma a rozdíly mezi styly nebo se výběr může řídit obrázkem, který text doprovází.

---

<sup>15</sup> Srov. SAMARA, T. *Grafický design*. s. 122-123.

Hlavní titul nebo důležitý text se zpravidla umísťuje do horní části formátu, kam směřuje divákův pohled. Čím níž nápis klesá ve formátu směrem dolů, tím působí negativněji. Také u komponování textu v ploše můžeme využít různých výrazových prostředků. Například kontrastu písma výrazného a drobného, psaného a tištěného nebo kontrastu písma umístěného na okolní prázdné ploše. Barevnost písma nám zase umožňuje měnit význam nebo psychologický účinek slov. Vždy je ale nutné udržet určitý kontrast mezi barvou písma a barvou pozadí, aby bylo písmo pro čtenáře viditelné. Barva může být rovněž použita k propojení souvisejících informačních prvků v rámci kompozice. Přidělení stejné barevnosti určitým textovým informacím na plakátu pomůže divákovi lépe si ujasnit informace nebo se lépe zorientovat na ploše.

Důležitost textu je možné odstupňovat pomocí změny tučnosti, velikosti, linearitu, struktury a rytmu písma. Záleží také na míře intenzity barvy textu. Čím je barva textu intenzivnější než ostatní text na ploše, tím více vystupuje do popředí a stává se důležitějším než ostatní sdělení.

Co se týče vztahu textu a obrazu v kompozici plakátu, text může být výraznější na úkor obrazu, anebo naopak obraz převládá nad textem. Použití stejně dominantního textu a zároveň obrazu se příliš nepoužívá, protože to opět může vyvolat dojem statickosti, klidu. Oko diváka většinou přitáhne kontrast. Text by měl být komponován v souvislosti s pozadím a s ostatními prvky na ploše. Tak se docílí větší provázanosti a celistvosti výsledného díla.

## **2.2 Barva**

Dalším z důležitých výrazových prvků plakátu je barva. Ta zprostředkovává komunikaci mezi dílem a jeho divákem. Každý ovšem vnímá význam, který barva vysílá, subjektivně. Barva má také schopnost podpořit hlavní myšlenku plakátu. Barevně můžeme od sebe odlišit

jednotlivé prvky na ploše plakátu, text i pozadí. U barev se hodnotí čtyři základní vlastnosti. Jedná se o sytost, odstín, teplotu a jas. Různými kombinacemi a obměnami těchto vlastností barev lze dosáhnout požadovaného efektu. Vlastnosti jednotlivých barev se mění v závislosti na tom, jakými dalšími barvami jsou obklopeny. **Odstín** barvy je v podstatě základní „identita“ barvy - žlutá, červená, modrá, atd. **Sytost** barvy znamená intenzitu či zářivost. **Jas** barvy značí světlost nebo v opačném případě tmavost barvy. A konečně **teplota** barvy souvisí s rozdělením barev na teplé (žlutá, červená, oranžová) a studené (modrá, fialová a zelená). Jedním ze způsobů, jak nalézt vhodnou barvu pro písmo, text a jejich konkrétní sdělení, je porovnávání různých alternativ.

### 2.2.1 Psychologie barev

V této podkapitole jsem se zaměřila na psychologické působení čtyř konkrétních barev, které jsem sama použila ve svých návrzích plakátů.

Je známo, že barvy mají na lidskou psychiku značný vliv. Během staletí byly barvám přikládány různé významy. To, co která barva znamená, závisí na kultuře, ve které člověk žije a také na individuální zkušenosti daného jedince. Většina barev má obvykle dvojí význam.

**Bílá** je čistota a nevinnost. Bílý je mír, nový začátek, ale také chlad. V naší kultuře jsou klasikou bílé svatební šaty. Bílé sterilní je nemocniční prostředí.

Průzračné bílé světlo v sobě zahrnuje všechny barvy. Bílá, stejně jako černá patří mezi barvy achromatické, nebarevné.

Bílá je odnepaměti spojována s duchovní čistotou a neposkvrněností. Do bílých tóg se ve starověkém Římě halili uchazeči o státní úřad. Bílý oděv představoval symbol morální čistoty. Místnosti a stáje se bílily vápnem,



kteří má antiseptické účinky. Na bílou barvu byla přenesena tedy i ochranná funkce.

V nejstarších mýtech byla bílá barva spojována s ženským kosmickým principem. Bílá zvířata-albíni byla posvátná a doprovázela antické bohy. Vládce bohů Zeus na sebe bral podobu bílé labutě nebo bílého býka.

V křesťanství má bílá barva velké zastoupení v různých křesťanských symbolech. Příkladem je bílý beránek představující Krista, jednorožec, bílá holubice Ducha svatého, lilie, perla, bílá oblaka, bílé pláště či bílá andělská křídla. Bílá barva je jednou ze základních křesťanských barev z hlediska morální čistoty.

**Žlutou barvu** máme spojenou se sluncem, teplem, s energií a dynamikou. Žlutá působí otevřeně a vesele. Na druhou stranu si lidé tuto barvu mohou spojovat s lidskou závistí.

Žlutá odráží nejvíce světla a nejrychleji prochází lidským zrakovým aparátem. Proto je vhodná pro různá upozornění, výstražné značení, apod. V prostoru vystupuje k ostatním barvám do popředí. Proto se užívá k jejich oživení.

Ve starověkém Egyptě žlutá barva zastupovala zlatou. Z hlediska symboliky měla žlutá význam věčnosti. Světle žlutá barva byla v umění určena ženské pokožce.

V antice byla žlutá přisouzena vyloženě ženské povaze. Do žluté se oblékaly ženy výše společensky postavené. Zároveň byla tato barva přisouzena bohyni lásky Afroditě. Proto je tu jistá spojitost se žlutým oblečením antických nevěstek.

Středověk spojoval žlutou s čarodějnicemi a nevěstkami. Žlutým oblečením se také museli odlišovat židé, bankrotáři, ženy katů nebo svobodné matky. Dále byla žlutá spojena se zradou, smilstvem, pokrytectvím nebo závistí. Nečistá žluť byla také barvou pokání. Naopak čistá žlutá měla kladný význam v křesťanské symbolice pro své vazby ke slunci a světlu.

**Červená** je barva krve, vzpoury, revoluce, síly, energie a lásky. Červený je oheň. Červené je nebezpečí, ale také slunce, když zapadá.

Červená barva je z hlediska povahy a významu považována za vzrušující, energickou, prudkou až náruživou. Může stimulovat, značit změnu a pronikání vpřed. Jako dráždivá a provokující je červená také barvou lidské sexuality. Patří mezi nejnápadnější barvy.

Červená barva byla již od počátku civilizace spojena s krví a životem. Pravěký člověk máčel své lovecké zbraně v krvi k zajištění dobrého lovu. Sošky Venuší, které byly oslavou mateřství a dárkyněmi života, byly barveny červeně.

Ve starověku si lidé mysleli, že je červená barva ochrání před zraněním. Pro staré Egypťany znamenala červená smrt. Ovšem v jiné souvislosti měla zase význam ochranný, to když Egypťané každý rok natírali stromy, zvířata a věci červeně, aby je ochránili před požárem. V antice byl nošen ohnivě červený svatební závoj, který měl mít ochrannou funkci a také měl zajistit plodnost. Do červeného roucha oblékali v antice i své mrtvé. Červená byla také barvou války a boha války.

V křesťanství má červená kladný i záporný význam. Červeně byla například přetírána kacířská díla. Červenou barvou byly označovány čarodějnice, ďáblové nevěstky. Červený byl ale také plamen jako zdroj očištného světla doslovného i duchovního osvětlení. Červeně oděni chodili ti, co vykonávali pozemskou spravedlnost z Boží vůle, tedy světští i duchovní vládci, soudcové a kati.

**Černá** je země, noc, temnota, prázdnota, smrt. Černé je zlo. Černou barvu máme spojenou s různými předměty, zvířaty i s lidskými vlastnostmi (např. má černé svědomí).

V naší kultuře je černá barva chápána jako protipól bílé. Například černá noc x bílý den nebo černá magie x bílá magie. Černá, stejně jako bílá vytváří vysoký kontrast, ale s opačným emocionálním zabarvením. Lidé si

černou barvu spojují většinou se smutkem a se smrtí. Zároveň je vnímána jako barva, která značí eleganci- zvláště v módě, vážnost, autoritu a sílu.

Černá barva vzniká smíšením všech ostatních barev spektra. V prostoru se chová neurčitě, neustupuje do pozadí ani nevystupuje do popředí.

Z hlediska historického byl různý význam černé barvy spojován převážně s božstvem a církví. Ve starověku značila černá barva božstvo sídlící v podsvětí. Také zvířata, která byla těmto bohům obětována, měla černou barvu. V antické barevné symbolice čtyř temperamentů symbolizuje černá barva melancholii.

Ve středověku měli černé šaty lidé obžalovaní z nějakého zločinu nebo ti, co prosili o milost. Do černých šatů se oblékali lidé ve smutku. Černé, popř. šedé nebo hnědé šaty byly určeny chudým lidem, většinou rolníkům. Církev si černou barvu spojovala s pokorou, se skromností a s odmítáním světského bytí. Proto kněží a kazatelé nosili černá roucha.

### 2.2.2 Barvy v reklamě

V reklamní praxi jsou barvy využívány jako nástroje, díky nimž reklama vystupuje z pozadí a stává se figurou, objektem. Je velmi důležité věnovat pozornost celkovému působení, tedy jak reklamě, tak i prostředí, ve kterém bude umístěna. Reklama by měla působit kontrastně.

Malíři a zvláště grafičtí designéři dokáží pomocí barvy působit na divákovi emoce. První, co ovlivní emocionální reakci diváků, je výběr lokální barvy. Dále je důležitá celková vyváženost barev v designu. Zde hrají roli základní vlastnosti barev-sytost, teplota, odstín a jas. Při volbě barev je třeba mít na paměti, pro koho je dílo (plakát) určeno, jaké je jeho poslání, co chce sdělit, na co chce upozornit, co má evokovat, apod.

**Bílá barva** v reklamě značí obvykle čistotu, svobodu a mír. Dokáže propojit všechny ostatní barvy. Ve spojení s jinými barvami může působit autoritativně, nadřazeně. V kontrastu s černou barvou vyniká její čistota

a vyrovnanost. Bílá v kombinaci se zlatou nebo stříbrnou se obvykle používá k propagaci luxusních výrobků. **Žlutá** symbolizuje v rámci psychologie barev v reklamě naději, otevřenost a dynamický rozvoj. Využívá se také z důvodu přilákání pozornosti diváka. **Červená barva** použitá na billboardech, plakátech a v reklamách má většinou za cíl upoutat pozornost. V některých případech je červená cíleně provokující. Někdy může na příjemce působit zneklidňujícím až agresivním dojmem. Předměty a plochy červené barvy se zdají být jako větší, bližší a těžší. Je známo, že červená stimuluje apetit, proto ji využívá ve své komunikaci i mnoho restaurací. **Černá** je v reklamě barvou moci, síly a rozvahy. Je nejlépe využitelná pro tvorbu reklamního písma. Černá barva se často využívá k propagaci luxusních výrobků pro muže. Do svých reklam ji často obsazují také automobilky.<sup>16</sup>

## 2.3 Technologie

Při tvorbě plakátu se uplatňují různé výtvarné techniky a postupy. Ať je to kresba, malba, grafické techniky, klasická a digitální fotografie, fotogram, fotomontáž a jiné fotografické metody, koláž a v neposlední řadě počítačová grafika.

V nedávných dobách profesionální výtvarníci vytvářeli svůj návrh plakátu na kvalitnější papír. Fotografie nebo i barevné plochy si připravili zvlášť, vystřihli je nebo vyřízli a následně přilepili na papír. Písmo se psalo ručně. Drobnější text se obvykle nechal vysázet nebo se mohl obtisknout z propisotu. Většina plakátů se tiskla ofsetem.

V současnosti se plakáty převážně vytváří a upravují v počítačovém programu. Dost často je hlavním motivem fotografie, kterou doplňuje písmo. Plakáty se tisknou obvykle na křídový nebo grafický papír. Barvy by

---

<sup>16</sup> Psychologie reklamy [online].

měly být kvalitnější, aby nedocházelo k jejich rychlému vyblednutí. Při delším vystavení se zvláště venkovní plakáty opatřují ochranným lakem. Další způsob ochrany plakátů proti povětrnostním vlivům nebo proti mechanickému poškození je laminace. Ta se provádí za tepla a pod tlakem, kdy plakát přilne k podkladovému materiálu jako je např. PVC deska různé tloušťky.

Pro reprodukci plakátů se používaly a používají různé techniky a technologické postupy.

Jednou z prvních technik sloužících k rozmnožování plakátu byla **litografie**. Jedná se o tisk z plochy, kdy tisknoucí i netisknoucí prvky jsou na stejné výškové úrovni. Jemně vyhlazený kámen, druh vápence, má schopnost přijímat mastnotu i vodu. Motiv se namaloval nebo nakreslil mastným materiálem. Místa, která se neměla otisknout, se před samotným tiskem navlhčila vodou. Na desku se naválela barva a motiv se vytisknul na papír. Tiskové formy se nejprve zhotovovaly ručně. Po objevení fotografie a světlocitlivých vrstev vhodných ke kopírování vznikla **fotolitografie**. Díky této technice docházelo k přenesení obrazu a textu na kamenné desky jednodušší fotomechanickou cestou. Nevýhodou litografie bylo pomalé tempo při tisku a namáhavá práce při manipulaci s těžkými kamennými deskami. Po čase byla nahrazena produktivnější ofsetovou technikou. Techniku litografie používali pro tisk svých plakátů například Henri de Toulouse-Lautrec nebo Alfons Mucha.<sup>17</sup>

Po roce 1900 se začaly používat i další techniky než jen litografie. Německý expresionistický plakát si oblíbil výrazné **techniky dřevorytu a linorytu**. U nás s těmito technikami pracovali například Josef Čapek nebo Vojtěch Preissig.

Další techniky umožnily zahrnout do plakátu fotografickou reprodukci, knihtisk, hlubotisk a ofset. Později také sítotisk.

---

<sup>17</sup> Srov. Tiskářenské technologie [online].

Dnes se tisková technika volí podle náročnosti návrhu plakátu a počtu výtisků. Vyšší náklady se tisknou ofsetem, nižší sítotiskem a knihtiskem. Stále častěji se uplatňují i další technologie vytlačující ty původní.

**Ofset** patří mezi techniky tisku z plochy. Je nejrozšířenější a nejpoužívanější tiskovou technikou. Na počátku 20. století byl kámen v litografii nahrazen lehkou a ohebnou deskou z plechu. Tato deska se nechá upnout na válec a tím umožňuje zároveň rotační tisk. Princip je stejně jako u litografie založen na vzájemném odpuzování mastné tiskové barvy a vody. Jednoduše řečeno, tisknoucí místa nějakým způsobem přijímají tiskovou barvu a netisknoucí ji odpuzují. Z tiskové formy se nejprve tiskne na gumový válec a z něho teprve na papír. Výhodou ofsetového tisku je, že díky gumovému válci umožňuje tisknout i jemné detaily na papíry s různou strukturou. Existuje také **ofset suchý**. Ten místo vody využívá rozdílných povrchových vlastností dvou vrstev nanesených na tiskovou formu. Jedná se o vrstvu silikonovou a polymerovou. Silikonová vrstva barvu odpuzuje a polymerová ji naopak přijímá.<sup>18</sup>

**Sítotisk** je tisková technika založená na protlačování barvy průchodnými místy obrazové šablony. Existují dva druhy sítotisku. Při prvním z nich se prýtisková šablona přiloží na potiskované médium a přes ni se ručně nebo automechanicky pohybuje stěrač. Při druhém způsobu se barva protlačuje tak, že se pohybuje celá sítotisková forma, včetně tlakové desky s naloženým potiskovaným materiálem. Sítotisk lze využít k potisku celé škály médií (textil, papír, plast, atd.). Při tisku se používá přímých barev. Poslední dobou začíná být sítotisk nahrazován digitálním tiskem.

**Knihtisk** je tisk z výšky. Klasickým knihtiskem je myšleno odlévání jednotlivých liter, jejich sazba a samotný tisk. Dnešní knihtisk tvoří pevná tisková forma. Jako podklad pro tisk se používají polymerové štočky. Knihtisk je vhodný hlavně pro jednobarevný tisk. Je i cenově výhodný, přesto jeho uplatnění v poslední době klesá.

---

<sup>18</sup> Srov. Tiskárenské technologie [online].

Jednou z moderních technologií, kterou se tisknou plakáty dnes, je tzv. **waterbased pigmentový tisk**. Ten je určený přímo pro umělecký, grafický a fotografický reprodukční tisk na fotopapíry nebo speciální papíry do gramáže až 350g/m<sup>2</sup>. Plakáty vytištěné touto technologií jsou určeny na zeď do interiéru. Tisky se realizují na profesionálních tiskárnách, kde jsou kazety se speciálním pigmentovým inkoustem. Ten zaručuje barevnou stálost a dlouhou trvanlivost barev.

**Flexografie** je forma tisku z výšky, která se stále častěji prosazuje v oblasti polygrafie. Ke zhotovení tiskových forem se používají fotopolymerové vrstvy. Jejich velkou výhodou je obrovská výdržnost, jednoduchá výroba a vysoká citlivost. Jsou schopné přenést i velmi jemné odstíny předlohy.

Nejmodernější ze současných forem tisku z plochy jsou **technologie digitálního tisku**. Tisková data jsou přenášena do tiskárny v digitální podobě. Na hladkém tiskovém válci se tvoří tisková forma pomocí elektrostatického náboje, který buď přijímá, nebo odpuzuje barvu.<sup>19</sup>

## 2.4 Historie plakátu

Předchůdci plakátu se objevily již ve starověkém Egyptě. Největší rozmach plakátu pak umožnil vynález reprodukční techniky-litografie A. Senefelderem roku 1798.

Prvním městem, kde se začal masově šířit plakát, byl Londýn. Ve třicátých letech 19. století zde byla založena první plakátovací společnost. Plakáty měly ale hlavně sloužit inzerci a reklamě. Zatím zde příliš nešlo o estetickou funkci. Teprve v Paříži se zrodily první umělecké plakáty. Do tvorby plakátů se vložili profesionální výtvarníci a grafici, kteří podřídili

---

<sup>19</sup> Srov. Tiskárenské technologie [online].

zpracování plakátu moderním estetickým principům. Plakát se stal ve svých špičkových výtvorech skutečným uměním.

Na vznik moderního plakátu měla velký vliv průmyslová revoluce v 19. stol. Vznikaly nové stroje a zařízení, vyvíjela se technologie tisku. Také se vyvíjely nové výtvarné směry a postupy, které ovlivňovaly výsledný vzhled plakátu. Výrobky i zábavní průmysl potřeboval nalákat co nejvíce zájemců a plakát se pro tyto účely výborně hodil. Na konci 19. stol. se plakát stal nejúčinnějším masově komunikačním prostředkem.

Průkopníkem plakátu byl Francouz Jules Chéret. Právě díky němu se k sdělovací funkci plakátu přidala ještě funkce estetická. Zhruba v 80. letech 19. stol. se začaly tisknout výlučně barevné plakáty hlavně technikou litografie, která se také neustále zdokonalovala. Mnoho známých i méně známých umělců si oblíbilo plakát hlavně díky jeho schopnosti oslovit velké množství lidí na rozdíl od obrazů v galeriích.

Na bulvárech velkých měst se vylepovaly převážně plakáty od známých umělců. Většina těchto plakátů zvala na divadelní představení. Ve vedlejších uličkách mohl člověk zase vidět vedle sebe vyvěšené plakáty jak kvalitní, tak průměrné i podřadné, od neznámých i známých výtvarníků, vtipné i vulgární. Se schválením různých vyhlášek se plakáty začaly vylepovat pouze na místa jim určená. Znamé jsou například plakátové sloupy.<sup>20</sup>

V dějinách plakátu je jedním z významných vrcholů období secese. Plakáty z té doby směřovaly k linearitě, stylizaci a také k harmonii mezi obrazem a textem. Barva se nanášela v jasných tónech ve velkých plochách. Hlavním motivem byla ve většině případů žena. Jeden z významných představitelů secesního plakátu byl český malíř Alfons Mucha, který se proslavil svým dílem ve světě. Řada jeho plakátů vznikla v Paříži pro divadlo Sarah Bernhardtové. Umělec často používal úzký protáhlý formát, který byl ovlivněn japonskými svitky. Mucha vycházel ze stojící ženské postavy, kterou obklopil bohatou dekorací.

---

<sup>20</sup> Srov. ŠTEMBERA, P. *Plakát v Evropě / Evropa na plakátech*. s. 7, 8.



Mezi umělce, kteří ovlivnili estetické vnímání plakátu, patří H. de Toulouse-Lautrec, E. S. Grasset, A. Guillaume, E. Bertrand, E. Ch. Lucas a mnoho dalších.

Po roce 1900 začal zájem o plakát upadat. Začalo se mu zase dařit až po první světové válce. Jeho úloha se ovšem změnila. Plakát se distancoval od podpory uměleckých směrů a sloužil zase hlavně reklamě, propagaci výrobků, služeb a zábavy. Plakát nyní zvolil jinou cestu než jeho secesní předchůdce. Nově se používaly velké plochy zářivých barev, většinou bez barevných přechodů. Text se mnohdy omezil pouze na hlavní titul. Zato formát se zvětšoval. Reklama často pokrývala i celé stěny činžáků. Plakát se měnil s měnící se dobou. Tento druhý rozkvět plakátu skončil s druhou světovou válkou.<sup>21</sup>

Moderní umění vedlo v plakátové tvorbě k užití univerzálně platných konstrukčních forem a symbolů. Vývoj meziválečného plakátu ovlivnilo sovětské návrhářství, hlavně práce El Lisického. Také holandský de Stijl a německý Bauhaus a jejich výtvarné myšlenky se promítly do plakátové tvorby. Celosvětový rozmach plakátu a reklamy nastal zase po druhé světové válce.<sup>22</sup>

Během druhé světové války a poválečného období získal grafický design, zahrnující i plakát, další roli. Stal se propagandistickým, zastíracím a informačním nástrojem jednajícím jménem vlád. Například v USA navrhoval **Charles Coiner** během 2. sv. války plakáty pro Office of War Information určené ke zvýšení pracovní produktivity a na podporu národní sebedůvěry. **Tom Eckerley** byl jedním z prvních umělců vytvářející plakáty se sociální tematikou. Ve čtyřicátých a padesátých letech 20. století vytvořil mnoho plakátů zabývajících se otázkou prosperity a bezpečnosti pracujících. Plakáty zadávala Královská společnost pro prevenci úrazů.

---

<sup>21</sup> Srov. POCHE, E. *Encyklopedie českého výtvarného umění*. s. 336, 337.

<sup>22</sup> Tamtéž. s. 336, 337.

Jedním ze současných trendů, kudy se ubírá plakátová tvorba hlavně na západě, je aktivní účast veřejnosti na utváření podoby díla. „The Bubble Project“, který navrhl **Ji Lee** v roce 2001, je hravým útokem na reklamu. Autor vylepil prázdné bubliny na billboardy, autobusové zastávky, apod. s cílem, aby dal prostor lidem pro jejich vlastní vyjádření se. Tímto způsobem vrátil fotografii a plakátům možnost odpovědi. Podobný styl práce zvolili také **Rebecca Rossová** a **Andrew Sloat**. Autoři vylepili na akademické půdě tisíce plakátů s textem *I am* a bílým místem pod ním, kam se mohli studenti volně vyjádřit.

Pro mnohé designéry je dnes důležitá možnost účastnit se na fyzické tvorbě věcí a na kompozici scény pomocí reálných objektů. V současnosti existuje část designérů, kteří dávají přednost rukodělné tvůrčí činnosti před vytvářením designu pouze pomocí počítače. Vznikají tak zajímavé plakáty. Například designér **Stefan Sagmeister** vytvořil plakát pro mezinárodní ocenění mladých designerů pomocí fotografie, která divákovi zprostředkovává pohled z výšky na zinscenovanou scénu, kde jistý návrhář skládá tvar poháru z papírových kelímků s kávou. U těchto typů návrhů se jedná také o vyjádření prostorovosti.

V současné době nelze nezmínit internet, který hraje pro designéry důležitou roli. Je účinnou a levnou metodou distribuce. S jeho pomocí mohou designéři vytvářet a prezentovat vlastní nápady, formy protestu, apod.

**Český plakát** se začal utvářet od devadesátých let 19. stol. Čeští návrháři tíhli k francouzským vzorům. Evropské úrovně dosáhly, kromě již zmíněného díla A. Muchy, také plakáty L. Marolda, A. Hofbauera, J. Preislera, V. Županského, V. Preissiga, ad. Secese vrcholí v českém plakátu v dílech grafiků Artělu J. Bendy nebo F. Kysely.

Dvacátá a třicátá léta 20. stol. u nás jsou spojena se jmény V. Maška, J. Kaplického, F. Tichého, F. Zelenky, ad.

Po druhé světové válce, kdy plakát zažíval opět velký vzestup, se v naší zemi vytvořily dva proudy. První byl založený na klasické typografii. Druhý proud pak kombinoval psané písmo s volným malířským pojetím. Do první skupiny se řadí umělci jako František Muzika, Jan Solpera, Clara Istlerová a mnoho dalších. Druhý proud je spojován zvláště se jmény Karla Svolinského a Františka Tichého. Rozvoj nových výtvarných metod a technických postupů se projevil i v tvorbě plakátů. V roce 1964 bylo v Brně uspořádáno první mezinárodní Bienále užité grafiky, kde se hodnotil i plakát. Zakladateli Bienále Brno byli roku 1963 Jan Rajlich st., Jiří Hlušička a Karel Holešovský. Šedesátá léta s sebou přinesla jména osobností jako Milan Grygar, Karel Vaca, Karel Teissig, Libor Fára, Jiří Balcar a mnoho dalších. Někteří z těchto umělců vnesli do plakátu jako nový prvek koláž, jiní používali velkých fotografií, další dávali přednost lyrickému nebo expresivnímu pojetí. Originální plakáty technikou upravené fotografie vytvářeli pro Divadlo Za Branou Milan Kopřiva, Pavle Brom a Josef Koudelka. Vynikající filmové plakáty tvořili od 60. let manželé Vyleťalovi. Znamé jsou jejich plakáty s názvy *Něžná* nebo *Ptáci*.<sup>23</sup>

Sedmdesátá a osmdesátá léta patřila hlavně filmovému plakátu. Zde se objevují jména výtvarníků jako Petr Poš, Vratislav Hlavatý, Jiří Šalamoun, Zdeněk Vlach, Karel Míšek, F. Bělohlávek, M. Grygar, J. Rajlich, K. Teissig, J. Vyleťal ad.<sup>24</sup>

Československý filmový plakát byl dotován státem. Současně byl i pod politickým dohledem. Ten ovšem nebránil rozvoji jeho estetických kvalit. V rámci mezinárodních festivalů proto slavil československý plakát velké úspěchy.

Devadesátá léta přinesly plakátu velkou konkurenci v podobě neónových poutačů, v reklamě, v televizi nebo také v obrovských reklamách na stěnách domů. Velké billboardy u krajů silnic měly svůj podíl na vytlačení tradičních plakátových ploch.

---

<sup>23</sup> Srov. ČERNÁ, M. *Dějiny výtvarného umění*. s. 191-192.

<sup>24</sup> Tamtéž. s. 191-192.

V dnešní době se potýkáme s přesyceností reklamou. Reklama se nám vnucuje do života, je všudypřítomná a někdy značně nevkusná. Plakát se objevuje na frekventovaných místech, aby tak působil na co největší množství lidí. Hlavně ve velkých městech jsou k vidění obrovské poutače, kde se vylepují převážně reklamy propagující různé zboží či služby nebo zvou na společenské akce.

Zato billboardům u dálnic a silnic 1. třídy už pomalu odzvonilo. Jejich nebezpečnost tkví v tom, že odpoutávají pozornost mnohých řidičů. Na dálnici, kde se jezdí až 130 km rychlostí, má většinou takováto nepozornost řidiče katastrofální následky. Ministerstvo dopravy se proto rozhodlo razantně omezit podnikání reklamních firem.

Dnešní filmový plakát je pod tlakem komerce. Jde pouze o co největší prodejnost. Filmová reklama sází hlavně na mediálně známé tváře filmových herců. Plakát tvoří obvykle fotografie hlavních hrdinů filmu a množství tiskových informací. Nezbytnou součástí jsou sponzorská loga okupující spodní stranu plakátovací plochy. Přes tento komerční tlak se najde několik osobností grafického designu, které se více než na zisky ohlíží na estetickou kvalitu plakátů. Takovou výjimku tvoří u nás například studio Aleše Najbrta a jeho spolupracovníků. Jeho grafický styl je založen na důmyslné a vtipné koncepci, harmonické barevnosti a na autorské typografii.<sup>25</sup>

Kromě komerčního plakátu je tu ještě plakát jako samostatné umělecké dílo, které v poslední době slaví úspěchy. Celkově se obor grafického designu dynamicky rozvíjí a má vliv na utváření současné vizuální kultury. Můžeme se o tom přesvědčit na Mezinárodním bienále v Brně, kde se letos bude pořádat 25. ročník soutěže. Lidé se zde mají možnost seznámit s díly profesionálních grafických designérů i talentovaných studentů grafického designu. V 21. století se z Bienále Brno stal rozsáhlý projekt, který zahrnuje řadu aktivit.

---

<sup>25</sup> Srov. Současný filmový plakát [online].

### 3 Praktická část

V praktické části své diplomové práce se věnuji blíže třem vybraným a výtvarně ztvárněným neřestem a jedné ctnosti, které můžeme podle mého názoru pozorovat u dnešní společnosti. Můj prvotní záměr byl vytvořit soubor plakátů složený ze třech ctností a třech neřestí. Pro zjištění, jakých ctností si dnešní lidé váží a s jakými neřestmi se setkávají, jsem si vytvořila jednoduchý stručný dotazník. Odpovědi respondentů mi měly posloužit také ke srovnání jejich pohledu na toto téma s mým osobním pohledem.

Proč jsem nakonec navrhla plakáty ke třem neřestem a pouze jedné ctnosti? Jeden z důvodů byl, že k jednotlivým neřestem jsem vytvořila velké množství variant, které jsem dále upravovala. Ve výsledku jsem měla dostatek prací, abych z nich mohla vytvořit cyklus plakátů. Dalším důvodem byly reakce dotazovaných lidí. Z dotazníku vyplynulo, že respondenti na otázku: „Jakých ctností si dnes lidé váží?“, nedokázali přesně odpovědět. Několik lidí uvedlo, že dnešní společnost neuznává žádné ctnosti. S těmito reakcemi jsem se setkala zvláště u lidí pracujících, na věku nezáleželo.

Jak jsem uvedla již v teoretické části, existují různé druhy plakátů sloužící svému specifickému účelu. Tolerance, diskriminace, extremismus, nezaměstnanost, to je jen malý výčet aktuálních témat, na které reaguje sociální plakát. Také ctnosti a neřesti by se daly zařadit mezi sociální témata. Tyto lidské přednosti a slabosti se značným způsobem promítají do společenských vztahů.

Při práci na návrzích plakátů jsem přemýšlela, pro jakou cílovou skupinu budou mé výsledné práce určeny. Myslím si, že mé plakáty by mohly oslovit zvláště skupinu mladistvých. Jejich umístění by se dalo realizovat na školách či jiných podobných zařízeních. Tuto svou domněnku jsem se pokusila ověřit v praxi zasláním svých prací několika organizacím, které pracují s mládeží, s prosbou o vyjádření se k plakátům.

V kapitole, kde se věnuji výskytu tématu ctností a neřestí v průběhu vývoje dějin umění, jsem zmiňovala převážně příklady, ve kterých ctnosti a neřesti byly vyjádřeny lidskou postavou nebo byly patrné z jednání lidí na zobrazené scéně. Já jsem se rozhodla ztvárnit téma ctností a neřestí jiným způsobem, a to pomocí jednoduchých čitelných symbolů. Ze všech výtvarných technik nejvíce tíhnu k volné a počítačové grafice. To je i důvod, proč jsem si jako techniku pro svou praktickou část zvolila práci v počítačovém programu. Plakát se nabízel jako možné řešení ke skloubení volné grafiky s počítačovou. A také jako vhodné médium pro šíření myšlenek oslovujících širší skupinu lidí.

### 3.1 Technologické zpracování

Konečná podoba plakátů je vytvořena pomocí grafického programu Corel DRAW a Corel PHOTO-PAINT. Corel DRAW je vektorový program umožňující uživateli vytvářet ze základních tvarů výsledný obrázek. Uplatňuje se hlavně při tvorbě vizitek, letáků, plakátů, log a jiných propagačních materiálů. Naproti tomu Corel PHOTO-PAINT je rastrový program, který umožňuje upravovat fotografie, vytvářet z nich koláže a malovat obrázky pomocí nástrojů v nabídce.

Základem všech mých plakátů jsou ruční tisky vytvořené technikou papírotisku. Konkrétně se jedná o práce s názvy „Strom“, „Spirála“, „Zmar“, „Zkáza města“, „Srdce z papíru“ a „Rozpínání“ uvedené v příloze číslo 2. Podstatou techniky je nalepování a vrstvení rozstříhaných nebo roztrhaných kousků papíru, textilu, provázků nebo jiného materiálu na podkladovou desku. Vznikne nám matrice, kterou po proschnutí naválíme tiskařskou barvou a vytiskneme. Tisky jsem skenovala a následně upravila v grafickém programu. Motiv lebky, masky, injekční stříkačky, lahve, jídla a cigarety jsem si nejdříve nakreslila tužkou na běžnou čtvrtku formátu A4. I tyto kresby jsem uložila a graficky upravila v Corelu. Písmo, pozadí

a barevnost jsou vytvořeny pouze pomocí počítačového programu. Všechny plakáty mají vertikální formát. Výjimku tvoří druhá až čtvrtá varianta plakátů k „Závislosti“. Zde se jedná o horizontální formát velikosti 700x1000 mm. Z důvodu udržení jednotné úpravy plakátů jsem u všech zvolila stejný druh písma. Jedná se o počítačový font Century Gothic. Písmo je vybrané záměrně vzhledem k jeho dobré čitelnosti a heslovitosti. Je to písmo lineární bezpatkové. Svým vzhledem koresponduje s jednoduchým řešením motivů.

### 3.1.1 Práce v Corelu DRAW

K práci ve vektorovém programu bylo zapotřebí převést veškeré rastrové obrazy na vektorové. K tomu jsem použila aplikaci Corel TRACE. V Corelu DRAW jsem potom tyto vektorové obrazy upravovala nástroji pro úpravu a editaci křivek.

Příkaz *Oříznout* mi umožnil vytvořit obrisy v jednotlivých písmenech textu „ZÁVISLOST“ podle tvarů nakreslených objektů. V menší míře jsem tento příkaz uplatnila i u ostatních plakátů.

Některé části lebky jsem nakreslila nástrojem *Bezierův režim*. Hladkost a průběh upravovaných křivek jsem mohla ovlivňovat pomocí tzv. řídicích a uzlových bodů.

Nástrojem *Interaktivní průhlednost* jsem dosáhla požadovaného efektu u hlavního motivu lebky nacházející se na druhé variantě plakátu k závislosti. Právě díky použité průhlednosti se lebka a spirála jeví vzájemně provázané.

Různé typy barevných výplní je možné vytvářet nástrojem *Přechodová výplň*. Tu jsem uplatnila na první a druhé variantě plakátů zaměřených na téma šikany.

Text u mých návrhů plakátů má především sdělovací funkci a doplňuje obraz. Ve vektorovém programu je možné použít dva druhy textu. Jedná se

o text řetězcový a odstavcový. Já jsem pracovala s textem řetězcovým, který se vytvoří výběrem nástroje *Text*. Chová se jako kterýkoli jiný objekt. Má obrys i výplň a převedením na křivky ho lze libovolně tvarovat. Převod na křivky jsem uplatnila v první variantě plakátu k „Závislosti“, kde jsem potřebovala řešit každé písmeno zvlášť. U zbylých variant jsem použila písmo o velikosti 100 bodů, tučné. Písmo u plakátu k „Lhostejnosti“ má velikost 220 bodů a tvoří ho pouze obrysová linie bílé barvy. Obrysovou linii písma jsem zvolila ještě u plakátů k „Šikaně“ a „Pomluvě“. Ostatní texty na zbylých plakátech jsou napsány tučným písmem o velikosti 100 a 150 bodů.

### 3.2 Závislost

Závislost je určitým druhem nestřídmosti. Přesněji řečeno, do nestřídmosti se v širším významu řadí kromě nadměrné konzumace jídla také další nežádoucí závislosti, jako je například závislost na drogách. Podle jednoho z psychiatrických významů je závislost nekontrolované nutkání opakovat své chování bez ohledu na dlouhodobé následky.

Pod pojmem závislost si různí lidé mohou představovat různé věci. Nejčastěji si však vybavíme alkohol, cigarety, drogy a hrací automaty. Věcí, na kterých se člověk může stát závislým, je ale mnohem víc. Existují závislosti, které současná psychiatrie za chorobné nepovažuje. Příkladem je nutkavá potřeba některých lidí hromadit majetek nebo závislost utápět své deprese v chorobném nakupování. Dnešní společnost posuzuje jednotlivce také podle jeho úspěšnosti a výkonu v práci. Tím si pěstujeme lidi závislé na práci, tzv. workoholiky. Další závislostí, která je v kurzu, je závislost na sexu. A v neposlední řadě se čím dál více rozmáhá závislost na počítačových hrách a internetu, která boduje zejména u dětí a mladistvých.



**Obžerství** si často lidé spojují s dnešní konzumní společností. Obžerství je možné definovat jako závislost na jídle. Také křesťanství odsuzuje obžerství jako jeden z hlavních hříchů a zároveň jako jednu ze závislostí. V dnešní společnosti existují dva velké extrémy. Na jedné straně jsou tu lidé a hlavně děti umírající z nedostatku jídla a pitné vody a na straně druhé jsou lidé obézní, kteří trpí různými nemocemi jako následky svého nekontrolovatelného obžerství. Tito lidé se dostali do stavu, kdy nemají nikdy dost. Jídlo je pro ně útěchou i prokletím. Při jídle zažívají pocit euforie, který je později střídán pocitem viny. Vědci zjistili, že přejídání je zčásti podmíněno hormonálními změnami, zčásti je to dáno geny.

**Braní drog, pití alkoholu, kouření a gamblerství** není pouze problémem dospělých, ale mnohem častěji se dotýká dětí a mladistvých. Organismus dospívajícího je stále ještě v růstu a ve vývinu. Mladiství jsou méně vybaveni než dospělí lidé schopností vyrovnat se s účinky alkoholu a jiných drog, jak psychicky, tak emocionálně. Existuje mnoho studií, které zkoumají nárůst nebo pokles počtu mladistvých holdujících alkoholu nebo drogám. Z výsledků evropské školní studie ESPAD vyplynulo, že šestnáctiletí Češi se stále častěji opíjejí, trvale holdují marihuaně a čtvrtina z nich kouří.

V současnosti nelze opomenout také závislost na počítačích, internetu a počítačových hrách. Nezdravé vysedávání u počítače může mít různé dopady. Pokud se jedná o děti, následky se projevují například zaostáváním v sociálních dovednostech, zanedbáváním školních povinností, zvýšením rizika pro zdravý vývoj pohybového aparátu, násilím nebo nezdravým riskováním.

## ROZBOR PLAKÁTU ZÁVISLOST

K plakátům věnujícím se nežádoucím závislostem jsem navrhla celkem čtyři varianty. Všechny tyto plakáty spojuje symbol lebky a spirály. Úloha lebky je zde zřejmá. Lebku si obvykle spojujeme se smrtí, s nebezpečím nebo s hrozbou. Lebka se zkříženými hnáty se třepetala na vlajce pirátů nebo označovala lahvičku s jodem, jehož požití by znamenalo smrt. V případě mých návrhů má lebka varovnou funkci. Ne každá patologická závislost musí nutně vést ke smrti. Ale dlouhodobá a neléčená závislost může k takovému neblahému konci spět.

Spirála, která je odvozená z přírody, byla známá již v pravěku. Je to neuzavřená linie, která nekonečně obtáčí pevný bod. Spirála by se dala označit jako jeden z možných atributů závislosti. Na plakátu vtahuje divákův pohled až na samé dno. Tak je to i s člověkem závislým- pomalu díky své závislosti sklouzává na dno, pokud mu není poskytnuta včasná pomoc a pokud on sám si neuvědomí svoji situaci. Proto ne každý konec musí být bahnitý. Na konci spirály-tunelu je také možné vidět světlo.

Bílá, žlutá, červená a černá jsou barvy, které jsem použila v různých obměnách u plakátů k „Závislosti“. Psychologické působení těchto barev jsem popsala již v teoretické části, přesto se o něm ještě zmíním.

**U první varianty** plakátu jsem zvolila černo-červenou barevnou kombinaci doplněnou žlutou. Kontrast, který barvy vyvolávají, byl zvolen záměrně. Černo-červená spirála může evokovat pekelnou pohlcující jámu, na jejímž dně se nachází žlutá lebka. Ta má zde úlohu výstražnou. Značí pozor, nebezpečné. Nezahrávejte si, nebo skončíte na dně, kde čeká smrt.

Kromě ústředního motivu jsem velkou pozornost věnovala i písmu. Mým záměrem bylo zakomponovat do písma předměty charakterizující závažné patologické závislosti. Injekční jehly zastupují drogovou závislost. Zapálená cigareta značící závislost na tabáku se skrývá v písmenu A. Láhev je symbol pro alkoholismus. Písmeno O představuje prášek, tedy závislost na lécích. Hamburger a smažené hranolky jasně souvisí se závislostí na jídle. Symbol lebky zde opět slouží jako varování. Zároveň mají tyto tři

symboly umístěné v obdélníkových polích představovat displej hracího automatu. Chtěla jsem tak začlenit do textu ještě další nebezpečnou neřest, a to gamblerství.

**Hlavní motiv druhé varianty** tvoří velká lebka umístěná na červeném pozadí. Symbol lebky je zde opět zjednodušen. Tvoří ji pouze obrysová kresba. Pod průsvitnými částmi lebky je vidět černá spirála. Tím se zdají být oba motivy propojeny. Spirála v dolní části plynule přechází v černou čistou plochu. Tato černá plocha může působit dojmem hloubky, nekonečnosti. Porušená je pouze bílým písmem, které na nás svítí z té temnoty. Na druhou stranu bílé písmo koresponduje s bílou lebkou, proto v celkovém vyznění nepůsobí na plakátu rušivě. Ovšem kontrast červeného pozadí v kombinaci s černou plochou může na diváka působit agresivním dojmem.

**Třetí varianta** staví na kontrastu černé a žluté barvy a na opakujícím se motivu spirály. U tohoto návrhu jde hlavně o hru s již uplatněnými motivy, s jejich kompozičním uspořádáním a s opakující se barevností. Užití žluté barvy má své opodstatnění. Jak jsem se již zmínila v kapitole o psychologii barev, žlutá značila v různých významech výstrahu. Žlutou barvou jsou natřeny značky upozorňující na nebezpečí. I v tomto návrhu je možné žlutou chápat jako upozornění na určité hrozby.

**Čtvrtá varianta** k problematice závislosti je nejvíce dramatická. Ponurou atmosféru umocňuje červená lebka, ze které stéká barva na text umístěný pod ní. Text je zdeformovaný, jako by roztékající se.

Tak jako u předchozích variant i zde jsem připojila k původnímu formátu černou plochu o stejné velikosti, kde je jediným kontrastním prvkem červené písmo.

### 3.3 Lhostejnost

Lhostejnost nepatří mezi klasické neřesti. V historii výtvarného ztvárnění cyklů Ctností a Neřestí bychom ji hledali asi marně. Ke grafickému zpracování této neřesti mě původně přivedla kniha J. Dubna *O (ne)ctnostech*. Josef Duben se ve svých úvahách zabývá každý měsíc jednou ctností a jednou neřestí. Kdyby existoval třináctý měsíc, přisoudil by ho právě lhostejnosti. Duben říká, že je těžké dojít s člověkem lhostejným k nějakému dorozumění.

Lhostejnost je v dnešní době také jednou z viditelných lidských neřestí. Ať už se jedná o lhostejnost člověka k jinému člověku, lhostejnost lidí k přírodě či k naší planetě.

Podle mého názoru lhostejnost nejlépe vystihuje maska. Strnulá maska bez jakéhokoli výrazu. Lidé lhostejní se podobají maskám. Nezajímá je dění kolem nich, jdou si svou cestou. Proto, když se před nimi ocitne nějaká překážka například v podobě situace, kdy jiný člověk potřebuje pomoc, nasadí svou masku lhostejnosti. Jen nevybočit, jen se do něčeho nezaplést.

K námětu lhostejnosti mě přivedlo také moje ekologické smýšlení. Rodinný dům, ve kterém bydlím, stojí u městského lesa. Je tu krásná příroda. Najdou se lidé, kterým příroda nic neříká. Mají pocit, že je zde vše povoleno. Kudy projdou, zůstává po nich jen spoušť v podobě poházených obalů od jídla, prázdných lahví od alkoholu, nemluvě o poničené vegetaci. Tito lidé jsou k přírodě lhostejní. A pak je druhá skupina lidí, kteří jsou zase lhostejní k chování těchto vandalů. Ale to jsou pouze drobnosti ve srovnání s celkovým ničením přírody na planetě. Každý bychom měli začít u sebe, zkusit nebýt lhostejný ke svému okolí, k tomu, co se kolem něho děje.

#### ROZBOR PLAKÁTU LHOSTEJNOST

Hlavními prvky první varianty plakátu jsou mužské a ženské tvářemasky nacházející se v popředí. Maska tu má být vnímána jako symbol lhostejnosti. Zde jsem se částečně inspirovala Braunem, který ve svém cyklu

Ctností a Neřestí použil rovněž symbol masky. Ovšem v jeho díle je maska atributem personifikované Lstivosti a Pomluvy. Je brána jako prostředek předstírání. V mém případě je maska na plakátu jakýmsi štítem či obranou před tím, co nechceme vidět a znát. Za maskami se nachází neurčité pozadí, které může v divákovi evokovat rozpad, zmar či pohled na zpusťšenou krajinu.

Text je umístěn v horní části uprostřed plakátu. Písmo tvoří pouze obrysová linie. Písmena bez výplně korespondují s prázdnotou v očních otvorech masek.

Pozadí plakátu má černou barvu, která symbolizuje nicotu, prázdno. Černá vyplňuje i oční otvory masek. Z temnoty vystupují bílé masky jako přízraky. Kontrastují s černým pozadím. Bílá zde symbolizuje citový chlad masek-tváří. V pozadí převládá odstín červené barvy. Křiklavá červená, která by příliš z plakátu vystupovala, je potlačena smícháním s tóny černé barvy.

Na druhé variantě plakátu „Lhostejnost“ vidíme zvětšenou masku přes celý formát. Masku na nás hledí strnulýma tmavýma očima. Přes obličej v její dolní části je rozeznatelná silueta poničených domů. Zobrazená scéna může značit lhostejnost války a vojenských diktátorů k lidem, kteří v důsledku válečných konfliktů přišli o svůj domov. Jsou možná i jiná vysvětlení. Zde ponechávám prostor divákově představivosti.

Červené písmo na čele masky vyznívá jako výkřik do okolní prázdnoty. Barvou koresponduje s červenými liniemi domů.

### **3.4 O pomluvě a šikaně**

Volba neřesti pomluvy vychází z dotazníku, který jsem zadala několika lidem. Právě pomluva společně se závistí zde byly nejvíce zmiňovány. Pomluvu zpodovali umělci již od antiky. Její význam a chápání se od

antických dob v současnosti příliš neliší. Je to citlivá věc, která se může dotknout každého z nás.

Někdy je těžké rozeznat hranici mezi tím, co není a tím, co už je pomluva. Cílená zlá pomluva nevinného člověka pronásleduje a často je obtížné ostatní přesvědčit o opaku. Na pomluvu existuje spousta citátů. Dva z nich si dovolím zde uvést.

*„Pomlouvání je neřest, jíž si každý odpírá, jež však každého baví.“*

Joseph Conrad

*„Směle pomlouvej, vždy něco uvízne.“*

Plútarchos

U tématu šikany by se dalo namítnout, že to není klasická neřest. Nejedná se o vlastnost, ale o úmyslné chování, kdy jeden nebo více lidí slovně nebo fyzicky napadá a tyranizuje svou oběť.

Téma šikany jsem zvolila z důvodu jisté spojitosti se závislostí. O těchto tématech se často mluví v médiích, je možné se s nimi setkat na školách i na pracovištích. Obě témata jsou dosti závažná a boj s nimi se zdá nekonečný.

## ROZBOR PLAKÁTU POMLUVA

Také plakát s názvem „Pomluva“ jsem se pokusila vytvořit pomocí jednoduchých symbolů. Terč a na něj namířené šípy mají spojitost s osobou, která se stala obětí pomluv. Šípy směřující na střed terče evokují vyřčenou pomluvu z úst jiných lidí. Terč je kompozičně umístěn do středu formátu. Odkazují tak na souvislost člověka stojícího v centru pomluv.

Opět jsem zůstala u černého pozadí, které opticky a významově spojuje všechny návrhy neřestí. Žlutozelený kruh a žluté šípy působí vůči černému pozadí agresivně, skoro jedovatě. Tím opět poukazuji na zlý nebo škodolibý úmysl ze strany člověka šířícího pomluvu s cílem pomlouvaného poškodit, ublížit mu nebo se mu za něco pomstít.

Jedovatá žlutá vybíhá v podobě pokrivených ramen do svého okolí. Žlutou barvou je zasažen také text umístěný vpravo dole. Kromě žluté

a černé jsem zvolila ještě odstín fialové barvy. Záměrně je méně intenzivní, aby neodváděl pozornost od žluté, ale pouze ji doplňoval.

## ROZBOR PLAKÁTU ŠIKANA

Plakát k „Šikaně“ používá stejných prvků jako předchozí návrh. Při hledání vhodného motivu jsem opět vycházela z papírotisku. Jedná se o práci s názvem „Strom“. Ten byl původně součástí grafického cyklu „Příroda“. Osekané a poničené části větví ve mně vyvolaly představu pokřivených myšlenek agresorů, které se rozrůstají do svého okolí a šíří atmosféru zlovůle a strachu.

K tématu šikany jsem vytvořila dvě varianty. Na obou se objevuje motiv terče, tak jako u pomluvy. Symbol terče není v žádném případě ničím novým, ale nejvýstižněji poukazuje na osobu šikanovanou nebo pomlouvanou, která se stala „terčem“ útoku.

Kompozice u těchto návrhů vznikala posouváním materiálu po ploše, překrýváním a zesvětlováním či ztmavováním prvků.

**V první variantě** je dominantní žlutý kruh a z něho vybíhající různě pokřivené pahýly. Kruh zde může evokovat centrum neřesti, konkrétně agresora, od kterého se pomalu šíří do okolí jeho zlovůle. Často totiž dochází k tomu, že ostatní šikanu vidí, ale buď z lhostejnosti, nebo ze strachu před útočníky se neozvou. Žlutá na plakátu vyznívá agresivně, což je dáno stejnou intenzitou okolních barev. Fialová barva je šířitelem jedovatých myšlenek a současně doplňuje žlutou barvu. Bílá barva prosvítající z temnoty značí ještě nezkažená místa. Pod tímto hlavním motivem je vidět terč odkazující na oběť šikany. Text je opět jednoduchý, barvou korespondující se žlutým kruhem.

**Druhá varianta** vychází ze stejné kompozice i podobnosti prvků. Odlišuje se pouze barevným odstupňováním uvnitř kruhu. Postupné přecházení žluté v rozpínavou červenou má evokovat rozpínavost a sebejistotu agresorů. Růžovou a bílou zde můžeme chápat jako barvy stojící na druhé straně, vzdorující agresí. Žlutý bod nacházející se na terči

umístěném na levé straně od hlavního motivu může značit zasažení oběti agresorem a její částečné podvolení se. Písmo je tentokrát červené barvy.

### 3.5 Pomoc druhým

Pro plakát vztahující se ke ctnostem jsem si vybrala „Pomoc druhým“. Pod tímto pojmem si představuji více ctností jako například Dobrotu, Lásku, Lidskost, Charitu, Štědrost, Trpělivost. V mém dotazníku ji zmínili pouze dva respondenti. Nejvíce bodů získala Upřímnost, Píle a na třetím místě pomyslného žebříčku se umístila odpověď „žádné ctnosti“. Vyplývá z toho, že sice lidé tuto dobrou vlastnost zmínili, ale zároveň to vypadá, že je poměrně vzácná. Je to vlastnost, kterou bychom si měli uchovat a vštěpovat dětem od útlého věku. Pomoc druhým je krásná v tom, že ji člověk nedělá pro peníze, ale dostane se mu vnitřního obohacení. Má sám ze sebe dobrý pocit, že někomu pomohl v nouzi nebo jen dokázal vykouzlit u druhého člověka úsměv. Existují různé charitativní organizace, dobročinné akce, které mají ve své náplni pomáhat druhým. Ať už se jedná o tělesně či mentálně handicapované lidi. Dále tyto organizace pomáhají lidem v nouzi, obětem války, opuštěným nebo nemocným dětem a starým lidem. Většinou se tedy jedná o společné úsilí více lidí, kteří chtějí pomáhat druhým. Ve školách nebo na ulici můžeme často vidět letáky a plakáty, které vyzývají lidi, potencionální dobrovolníky, kteří by měli chuť a ochotu pomáhat a dělat radost někomu cizímu. To je tedy jedna forma pomoci druhým.

Další formou pomoci druhým mám na mysli pomoc jednotlivců, každého z nás. Aby člověk mohl pomáhat druhým, musí v něm být dobro. V každém z nás se čas od času vzedne vlna solidarity a my přispějeme na nějakou sbírku nebo zašleme dárcovskou sms. Také já se snažím pomáhat ostatním lidem. Přispívám tím, že si kupuji výrobky z chráněných dílen nebo pravidelně daruji oblečení charitě.



Ale nemusí jít pouze o charitativní činnost. Může se jednat o jakoukoli nezištnou pomoc lidem blízkým, přátelům, sousedům, ale i neznámým lidem, které třeba míváme na ulici. Ovšem pouze jeden dobrý skutek nestačí k tomu, aby se z něho stala ctnost. Ctnost není daná, musí se rozvíjet, aby se z ní stala trvalá hodnota.

## ROZBOR PLAKÁTU POMOC DRUHÝM

O výběru vhodného symbolu k této ctnosti jsem dlouze uvažovala. Srdce, které jsem nakonec zvolila, je běžným motivem a mnohdy se objevuje v dílech zavánějících kýčem, ale myslím si, že pro tuto ctnost je nejvýstižnější. Jak se říká: „*Má srdce na pravém místě.*“ To platí u dobrého člověka, který dokáže pomoci druhým. Takový člověk je ochotný nabízet svou pomoc, obrazně řečeno, do všech stran. Lidem potřebným a zároveň lidem, kteří o nabízenou pomoc stojí. Těžko pomáhat člověku, který pomoc odmítá. Od srdce se rozbíhají různými směry čáry a linie (stopy). Znamenají pomoc různými směry, různým lidem. Mají představovat také otevřenost, vstřícné gesto. V divákovi mohou evokovat představu křídel.

Barvu pozadí jsem zvolila záměrně odlišnou od plakátů k neřestem. Většina neřestí má černé pozadí. U „Pomoci druhým“ jsem zvolila červenou barvu pozadí. V tomto významu by měla být červená chápána ve spojení s láskou, s energií, dynamikou nebo s dodáváním síly. Červené pozadí vytváří ve vztahu k zelenému srdci příjemný kontrast. Tyto dvě barvy jsou vzájemně komplementární, tedy doplňující se. Větší plocha červené barvy vyvažuje působení zelené. Zelená barva pouze lehce naznačuje obrys srdce. Měla by v nás vzbuzovat pocit důvěryhodnosti, bezpečí a spolehlivosti. Tento dojem ještě umocňují bílé linie a písmo stejné barvy. Bílá je spojována s čistotou, což zde může být chápáno ve smyslu nabízení pomoci s čistým úmyslem. Bílá barva je rovněž barvou duchovna, čímž chci odkázat na možnost připodobnění linií a křivek stylizovaným andělským křídům.

U předchozích plakátů byla kompozice víceméně tvořená na základě posouvání materiálu v ploše, kdy jsem si vytvořila několik variant, ze

kterých jsem se snažila vybrat tu nejlepší. Plakát ke ctnosti je přímo komponovaný na diagonálu.

Na první pohled by diváka měl upoutat tvar srdce. Obrys netvoří uzavřená linie, ale pouze ho naznačují organické tvary shlukující se do větších celků zelené barvy kontrastující s červeným vnitřkem srdce i celkově s červeným pozadím. Bílé linie různé tloušťky, které se vějířovitě rozevírají na opačných stranách směrem ven z formátu, se v nestejných rozestupech střídají s červenými liniemi. Tvar těchto stop je spíše hranatý. Někde jsem záměrně ponechala jakoby roztřepené konce. To spolu se vzhledem srdce kontrastuje s hladkostí a jednoduchostí ostatních linií.

Ke vzniku konkrétních motivů jsem se dopracovala opět grafickou úpravou šablon z papíru, které jsem zařadila do příloh.

## 4 Výzkum

Můj výzkum se dělí na dvě vzájemně nesouvisející části. V první části jsem se metodou dotazníku pokusila zjistit, jaké mají lidé povědomí o ctnostech a neřestech. Dotazník mi měl hlavně pomoci při výběru a výtvarném ztvárnění ctností a neřestí. Ve druhé části výzkumu jsem zjišťovala účinnost mnou navržených plakátů v praxi.

### 4.1 Dotazník

V praktické části jsem se v úvodu zmínila o tom, že jsem si vytvořila stručný dotazník. Podařilo se mi oslovit 12 lidí z mého okolí, kteří byli ochotni dotazník vyplnit. Věková hranice se pohybovala od 14 let do 72 let. Mezi dotazovanými byli lidé pracující manuálně, lidé pracující s informačními technologiemi, studenti a důchodci. Dotazník obsahoval šest otázek.

U první otázky měli dotazovaní napsat stručně, co znamenají pojmy ctnost a neřest. Osm lidí převážně odpovědělo, že se jedná o dobré a špatné lidské vlastnosti, lidské přednosti a slabosti nebo charakter povahy. Tři respondenti mi tyto vlastnosti pouze vyjmenovali a jeden na tuto otázku neodpověděl.

Ve druhé otázce jsem se ptala, jestli se přímo s těmito slovy-ctnost, neřest setkávají dotazovaní v dnešní době, v běžném hovoru. Výsledkem je, že většina z nich se s těmito pojmy občas ještě setkává.

Třetí otázka se týkala znalostí v oblasti umění. Ptala jsem se na místo a autora největšího souboru alegorických soch ctností a neřestí u nás. Úplnou odpověď znalo sedm lidí. Ostatní věděli buď jen autora, nebo místo.

Ve čtvrté otázce měli respondenti za úkol vyjmenovat tři ctnosti a tři neřesti. Na tuto otázku odpověděli všichni dotazovaní. Nejvíce byla jmenována Spravedlnost, Pravdomluvnost, ale také Moudrost, Laskavost, Upřímnost, Láska a Štědrost. Z neřestí dostala nejvíce bodů Závist, Pýcha, Lakomství, Lež nebo také Obžerství.

Pátá otázka mě velmi zajímala. Dotazovaní měli napsat, jakých ctností si dnešní lidé váží, které hodnoty jsou dnes ceněny. Z odpovědí jsem si vybrala jednu ctnost, a tu jsem se pokusila graficky vyjádřit. Nejvíce lidé zmiňovali Upřímnost, Pracovitost, Pomoc druhým, Spolehlivost a dost často odpovídali, že dnes si lidé neváží žádných ctností.

Poslední otázka se týkala současných neřestí, se kterými se lidé setkávají nebo je vidí kolem sebe. Na špičku žebříčku se dostala Závist, Lenost a Pomluva, následovalo Obžerství, Závislost a Zkorumpovanost.

## **4.2 Možnost využití v praxi, názory lidí**

Své práce jsem zaslala do tří organizací. Jedna z nich nabízí vhodné aktivity ve volném čase pro děti a mládež. Druhé dvě organizace se orientují na lidi závislé na drogách. Zajišťují prevenci pro děti a mládež, radí rodičům, atd. Jedna z těchto organizací specializujících se na drogově závislé mi odpověděla na zasláný email. Zajímalo mě názor lidí z poradny, popřípadě názor samotných klientů na poslané plakáty k „Závislosti“ a jejich využitelnost v praxi. Bylo mi řečeno, že takovéto plakáty a ani jiné podobné materiály se již nepoužívají. Cílem pracovníků v poradně není své klienty děsit, ale pouze jim zodpovědně sdělovat informace.

Názor pracovníků z poradny je jedna věc. Různé kampaně proti kouření, pití a podobným neřestem v cizině je věc jiná. Zde platí, a v podstatě to platí i kdekoli jinde, tedy i u nás, že čím je plakát a reklama děsivější, pobuřující či šokující, tím více přitáhne pohled diváků. Tento trend patrně vyplývá z přesycenosti lidí reklamou, která na nás číhá na

každém rohu. Ze všeho je cítit uniformita. Málokdy se vyskytne něco, co nás vytrhne z jakési letargie. Právě šokující, pobuřující, mnohdy nechutná reklama dokáže ještě lidi zaujmout.

Například australská kampaň proti kouření si dala za cíl varovat a rovněž odradit zákazníky od koupě cigaret. Zaměřila se přímo na cigaretové obaly, na něž umístila děsivé fotografie toho, co člověka čeká, když s kouřením nepřestane. Na obalech se tak objevují černé kuřácké plíce, různé podoby rakoviny, nedonošené děti jako následek kouření v těhotenství, apod.

Odborníci vesměs tuto kampaň schvalují. Pokud se ukáže jako účinná, dočkáme se jí možná i u nás. Kdo je výhradně proti, jsou samozřejmě velké tabákové společnosti, kterým jde pouze o peníze.

Další velmi šokující reklamou se staly billboardy s modelkou nemocnou anorexií, která tři roky po focení zemřela. Autorem fotografie byl italský umělec Toscani. Lidem se zdála tato reklama ošklivá, často odvraceli zrak. Důležitost ovšem nebyla v estetickém hledisku, ale tkvěla v poselství, které se modelka a autor fotografie snažili předat dál. Jejich cílem bylo varovat dívky před touto nemocí a ukázat její následky v nezkreslené podobě.

## 5 Závěr

Ctností a neřestí existuje i dnes velké množství, jako tomu bylo například v období baroka, jen jejich obsah a chápání se změnilo společně s dobou, ve které žijeme. Ve středověku, v renesanci a zvláště v barokní době byly ctnosti a neřesti spojovány s náboženstvím. Dnes, kdy většina lidí u nás nevěří v Boha ani se neřídí Biblií, ztratilo morální poučování prostřednictvím výtvarného ztvárnění ctností a neřestí zásadní vliv. Někteří umělci zpochybňují tradiční morální hodnoty. Ovšem současně existuje mnoho umělců, jejichž snahou je poukazovat na správnost udržování morálního řádu. Většinou nám prostřednictvím své umělecké tvorby ukazují následky uchýlení se k nesprávným morálním hodnotám. Nenávist, hněv, pýcha či závist jsou neřesti, které bývají zčásti příčinou válek, rasistických konfliktů, náboženských konfliktů, apod. Znamý italský fotograf Oliviero Toscani poukazuje prostřednictvím kontroverzních fotografií a reklamních kampaní právě například na absurditu války nebo na problematiku rasismu. Otázkou je, jestli tato část umělců a jejich výtvarná tvorba má na dnešního člověka, v jehož životě hraje hlavní roli vidina úspěchu a hmotného zajištění, nějaký zásadní morální vliv.

Dokud bude existovat lidská rasa, budou se tu vyskytovat i ctnosti a neřesti. Každý člověk má nějaké svoje přednosti a slabosti. Neřesti jako závislost na drogách, alkoholu a cigaretách se vyskytovaly i v dřívějších dobách. Rozdíl spočívá v tom, že tento problém se v současné společnosti masově rozšířil. S novou dobou se objevily i některé nové neřesti. Mám tím na mysli hlavně závislost na hracích automatech, počítačích a internetu. Dalo by se říci, že mezi nové neřesti patří také šikana a rozmáhající se kyberšikana. Na politické scéně je to korupce. Mezi lidmi pak lhostejnost k životnímu prostředí či lhostejnost lidí k sobě navzájem.

S ctnostmi je to o něco složitější. Několik lidí v mém dotazníku napsalo, že dnes si společnost neváží žádných ctností, ale další respondenti

zmiňovali, že lidé si cení hlavně upřímnosti, píle, spolehlivosti a pomoci druhým. Zdá se tedy, že určité platné hodnoty přetrvávají i dnes.

Použití počítačové grafiky v praktické části koresponduje s dnešní moderní dobou ovládanou počítači. Technický pokrok jde velmi rychle dopředu. Svědčí o tom prudký rozvoj výpočetní technologie a digitální technologie. Mladá i střední generace lidí se dnes neobejde bez notebooku nebo chytrých telefonů s internetem, které svému uživateli v mnohém usnadňují komunikaci, jsou mu zdrojem informací, zábavy apod. Mnoho lidí si oblíbilo telefon s dotekovou obrazovkou a také různé druhy tabletů. A i zde jsou důležité piktogramy-obrázky, které jsou čitelné, srozumitelné a třeba i vtipné. Něco sdělují. To je možná ten posun od plakátů 19. století, které informovaly, varovaly, zvaly nebo něco propagovaly, přes světelné reklamy, billboardy až k počítačové technologii a dotykovým telefonům.

Počítačová grafika v mnohém práci člověku usnadňuje, ale na druhou stranu neumí zprostředkovat čichový ani haptický vjem. Ten kontakt s papírem a tužkou nebo štětcem jako nástrojem. Ani šustění tužky či jiného nástroje na papíře vám počítačový program nevykouzlí. Nebo možná časem, kdo ví.

Na závěr se nabízí otázka: „Přetrvají v současném světě digitálních technologií tradiční věci, mezi které se řadí klasický plakát či kniha?“

## 7 Použitá literatura

BIANCO, David. *Život umělce: Bruegel*. 1. Nakladatelství: Knižní klub, 2010. 157 s. ISBN 978-80-242-2768-9.

BALEKA, Jan. *Výtvarné umění: Výkladový slovník*. 1. Praha: Academia, 1997. 429 s. ISBN 80-200-0609-5.

ČERNÁ, Marie. *Dějiny výtvarného umění*. 2. Praha: IDEA SERVIS, konsorcium, 1999. ISBN 80-85970-26-0.

DUBEN, Josef. *O (ne)ctnostech*. 1. Praha: Krigl, 2008. 64 s. ISBN 978-80-86912-23-3.

GRAPHEION. *Evropská revue o moderní grafice, umění knihy a papíru*. 1999, č. 3, 4, s. 11-12.

HALL, James. *Slovník námětů a symbolů ve výtvarném umění*. Praha: Svoboda, 1991. 520 s. ISBN 80-204-0205-5.

HORYNA, Mojmír. PREISS Pavel. ZAHRADNÍK Pavel. *Zámek Trója u Prahy*. Praha a Litomyšl. Ladislav Horáček-Paseka, 2000. ISBN 80-7185-336-4.

HUYGHE, René a kol., *Encyklopedie: Umění středověku*, 1. Praha: Odeon, nakladatelství krásné literatury a umění, 1969. ISBN 01-511-69.

CHODURA, Radko. KLIMEŠOVÁ Věra. KŘIŠŤAN Alois. *Slovník pojmů sakrálního výtvarného umění*. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2001. 102 s. ISBN 80-7192-530-6.

INPRINT. *Academy of Fine Arts in Warsaw*. 2011. 239 s. ISBN 978-83-61558-73-6.

LAMAČ, Miroslav. *Edvard Munch*. 1. Praha: Státní nakladatelství krásné literatury a umění, národní podnik, 1963. 01-512-63.

LANCINGER, Luboš. PREISS Pavel. *Zámek Trója v Praze*. Martin: Tiskárny SNP, ISBN : 80-7010-000-1.

MIRKO, Zdeněk. BUREŠ, Jaroslav. HOMOLKA, Otmar a kol. *Základy výtvarné výchovy*. 1. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987. 14-567-87.



POCHE, Emanuel a kol. *Encyklopedie českého výtvarného umění*. 1. Praha: Academia, 1975. 616 s. 403-22-857.

PROŠEK, Josef. *Kuks*. 1. Praha: Pressfoto, 1977. ČNB 000-417-488.

SAMARA, Timothy. *Grafický design: Základní pravidla a způsoby jejich porušování*. Praha: Nakladatelství Slovart, s. r. o., 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.

TARTUFERI, Angelo. *Giotto: Život umělce*. 1. Praha 5 : Euromedia Group k. s. - Knižní klub, 2010. 160 s. ISBN 978-80-241-2715-3.

TWEMLOW, Alice. *K čemu je grafický design*. Praha: Nakladatelství Slovart, 2008. ISBN 978-80-7931-027-3.

RICKETTS, Melissa. *Renesance: Mistři světového umění*. 1. Čestlice : Rebo, 2005. 480 s. ISBN 80-7234-429-3.

SLEZÁK, Miloš. BRUZEŇÁK, Jan. DVOŘÁKOVÁ, Hana. ELIŠKA, Jiří. *Písmo ve výtvarné výchově*. 1. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1985. 400 s. 14-443-85.

ŠTEMBERA, Petr. *Plakát v Evropě / Evropa na plakátech*. Uměleckoprůmyslové muzeum v Praze a Archiv hlavního města Prahy. 2009. ISBN 978-80-86239-17-0.

## Elektronické zdroje

BIRGUS, V. *Daniel Šperl: Všední slavnosti*. Fotojatka-6. ročník festivalu tvůrčí fotografie [online]. 12. 4. 2012, [cit. 20. 4. 2012]. Dostupné na WWW:<<http://www.fotojatka.cz/>>.

ČT 24 - Česká televize. *Tak pravil LaChapelle* [online]. © Česká televize 1996-2012. 6. 12. 2011 [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/155898-tak-pravil-lachapelle/>>.

JINDRA, P. *Tiskárenské technologie* [online]. 2012. [cit. 31. 3. 2012] Dostupné na WWW: <<http://www.iplaneta.cz/clanky/tiskarenske-technologie/>>.

LANGER, R. *David Helán*. Artlist- databáze současného umění [online]. © 2006-2011. [cit. 5. 3. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://artlist.cz/?id=6826>>.

PETIŠKOVÁ, T. *Jiří David*. Artlist-databáze současného umění [online]. 2006-2011. [cit. 5. 3. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://artlist.cz/?d=885>>.

ROUSOVÁ, Andrea. *Mezi obžerstvím a střídmostí*. Dějiny a současnost [online]. 7/2005. [cit. 2. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <<http://dejiny.nln.cz/>>.

Správa webových stránek. *Jeff Koons*. In Wikipedie [online]. 24. 4. 2012. [25. 4. 2012]. Dostupné na WWW: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Jeff\\_Koons](http://cs.wikipedia.org/wiki/Jeff_Koons)>.

Správa webových stránek. *Psychologie barev*. Rubrika: Psychologie reklamy. 24. říjen 2011. [cit. 13. 12. 2011]. Dostupné na WWW: <[http://marketing.minirady.cz/rubrika/psychologie\\_reklamy/](http://marketing.minirady.cz/rubrika/psychologie_reklamy/)>.

SYLVESTROVÁ, Marta. *Současný filmový plakát*. A2 kulturní čtrnáctideník [online]. 2005-2011, č. 36 [cit. 18. 3. 2012]. Dostupné: <<http://www.advojka.cz/archiv/2008/36/soucasny-filmovy-plakat>>.

## 7 Přílohy

### Příloha 1



Obr. 1- Nevěra (též Modloslužba) a Hněv, Giotto



Obr. 2- Pomluva, Botticelli



Obr. 3- Pýcha, Pieter Bruegel st.



Obr. 4- Ikarův pád, detail, P. Bruegel st.





Obr. 5- Spravedlnost a její odpůrci,  
*Abraham Godyn*



Obr. 6- Obžerství, Láska, Pomluva, z cyklu Ctnosti a Neřesti, *M. B. Braun*



Obr. 7- **Lest**, *M. B. Braun*



Obr. 8- **Láska**, *M. B. Braun*



Obr. 9- **Felčar**, *Petr Brandl*





Obr. 10- **Lenost**, z cyklu *Hlavní hříchy*, James Ensor



Obr. 11- **Obžerství**, z cyklu *Hlavní hříchy*, James Ensor



Obr. 12- **Heaven-to-Hell**, *David-La Chapelle*



Obr. 13- **Srdce**, *Jiří David*



## Příloha 2



Obr. 1- Strom



Obr. 2- Spirála



Obr. 3- Zmar

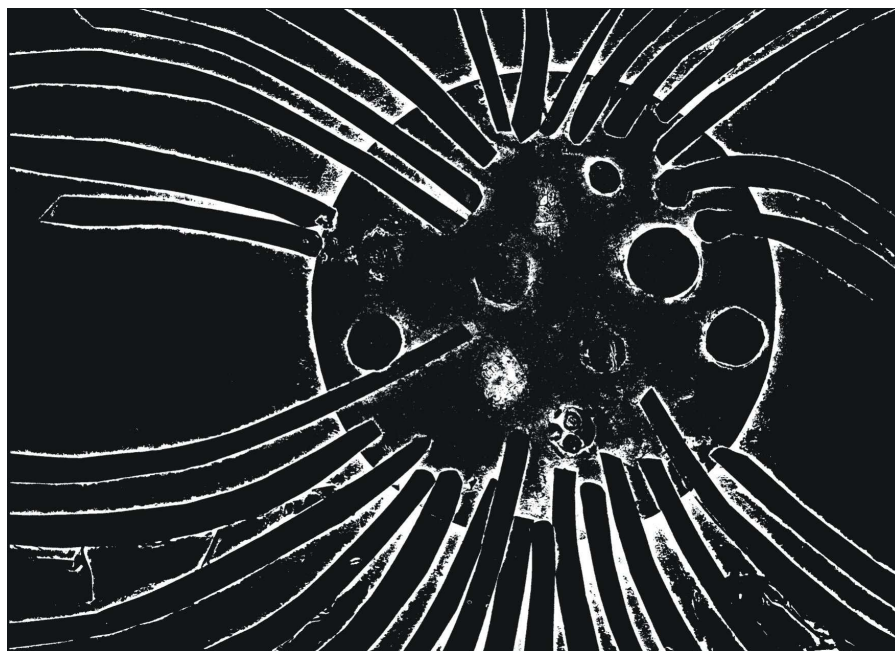


Obr. 4- Zkáza města



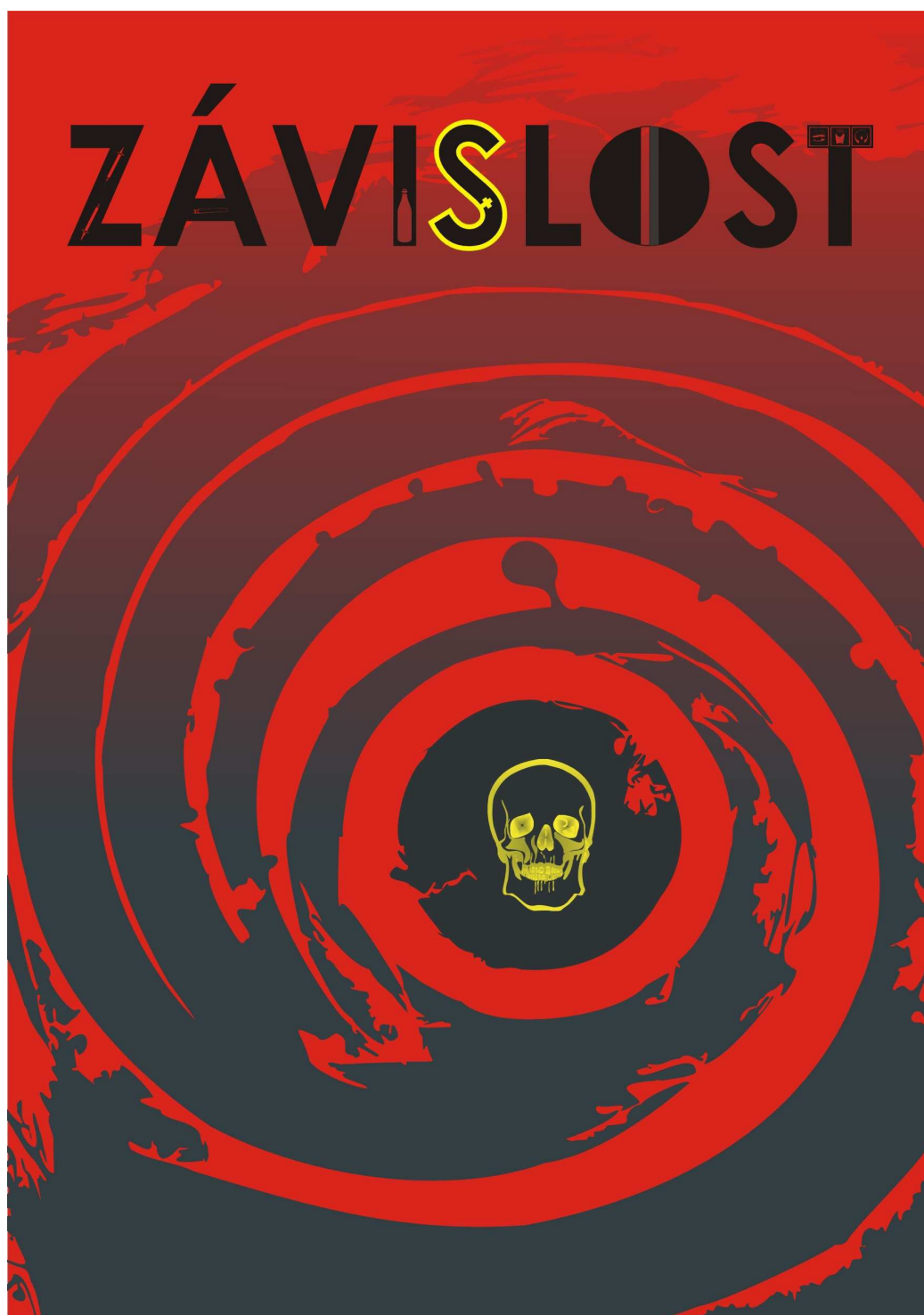


Obr. 5- Srdce z papíru



Obr. 6- Rozpínání

## Příloha 3: Závislost



Varianta 1



Varianta 2



Varianta 3



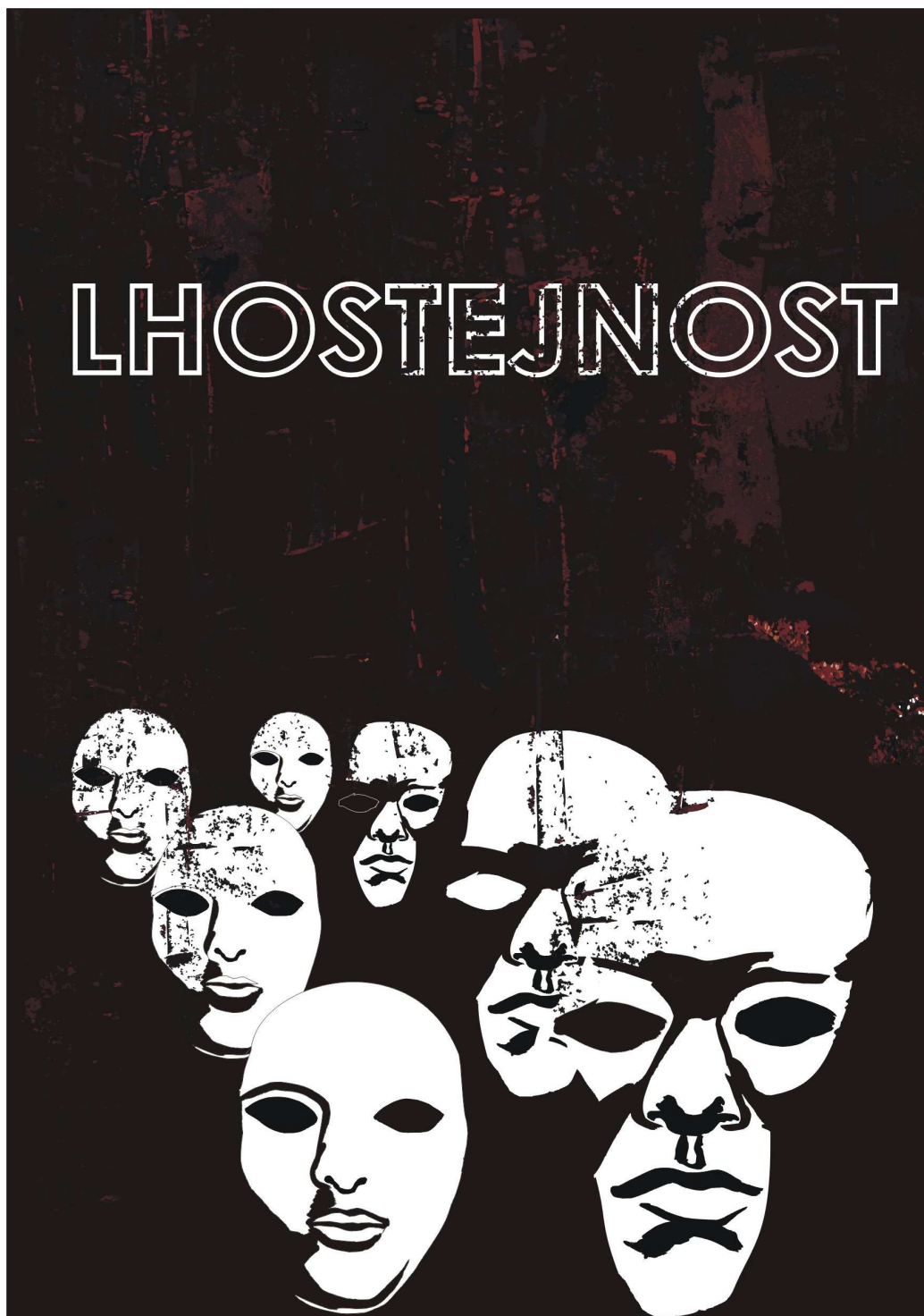
Varianta 4



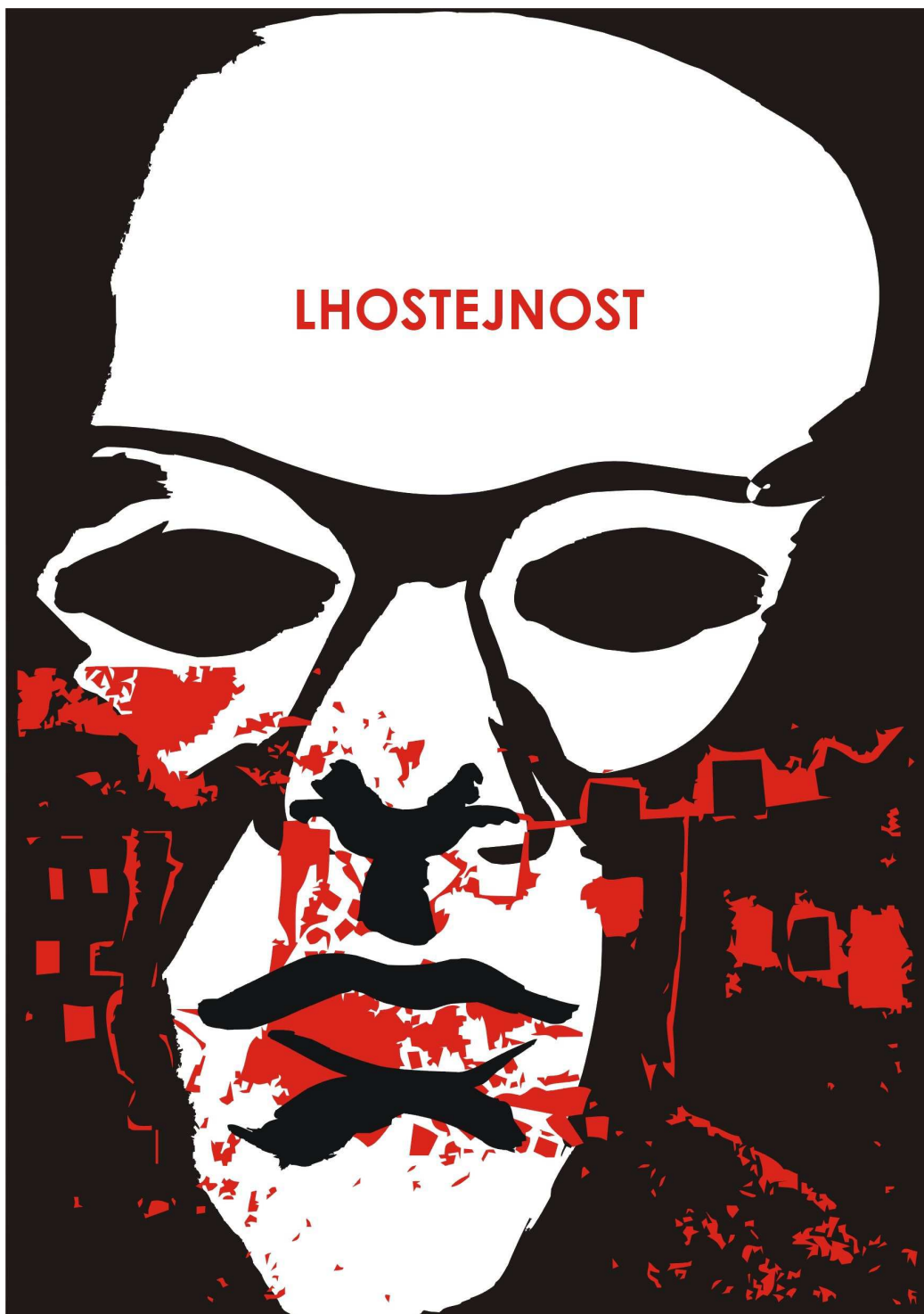
Varianta 5



## Příloha 4: Lhostejnost



Varianta 1



Varianta 2



## Příloha 5: Pomluva



Varianta 1

## Příloha 6: Šikana



Varianta1



Varianta 2



Varianta 3

## Příloha 7: Pomoc druhým



Varianta 1