

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta umění a designu**

**Diplomová práce**

**PLAKÁTY PRO HUDEBNÍ SKUPINU**

**BcA. Jan Špunda**

**Plzeň 2014**

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta umění a designu**

**Oddělení designu**

Studijní program Design

Studijní obor Ilustrace a Grafický Design

Specializace Grafický design

**Diplomová práce**

## **PLAKÁTY PRO HUDEBNÍ SKUPINU**

BcA. Jan Špunda

Vedoucí práce: Akad mal. František Šteker

Fakulta umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2014

Prohlašuji že jsem práci vypracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů literatury.

Plzeň, Duben 2014

# OBSAH

<b>1. MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE.....</b>	<b>3</b>
1.1. Specializace grafický design.....	3
1.2. Studium na Fud.....	3
<b>2. TÉMA A DŮVODY JEHO VOLBY.....</b>	<b>5</b>
2.1. Kulturní plakát.....	5
2.2. Důvod volby tématu.....	7
2.3. O skupině Dva.....	9
<b>3. CÍL PRÁCE.....</b>	<b>10</b>
4. Proces přípravy.....	11
4.1. Inspirace.....	11
4.2. www stránky.....	11
4.3. Nezávislá hudební vydavatelství.....	13
<b>5. PROCES TVORBY.....</b>	<b>13</b>
5.1. Úvod.....	13
5.2. Skici.....	14
5.3 kresby.....	14
5.4.4 Předěšlé návrhy.....	15
<b>6. POPIS PRÁCE.....</b>	<b>16</b>
6.1. Plakáty.....	16
6.2. Obaly CD.....	20
6.3.	
Barva.....	20
6.4. Texty skupiny DVA.....	22
6.5.	
Vizualizace.....	24
6.5.1. www stránky.....	25
6.5.2 Plakátovna.....	25

<b>7. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA.....</b>	<b>25</b>
<b>7.1 PLAKÁTY A OBALY.....</b>	<b>26</b>
<b>8. SILNÉ STRÁNKY.....</b>	<b>26</b>
<b>9. SLABÉ STRÁNKY.....</b>	<b>26</b>
<b>10. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>	<b>27</b>
<b>11. SUMMARY.....</b>	<b>28</b>
<b>12. SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>29</b>

# **1. MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE**

## **1.1. Specializace grafický design**

Studium grafického designu na Fakultě Umění a Designu jsem zahájil po ukončení bakalářského studia Ostravské Univerzity ve Zlíně, kde jsem studoval volnou grafiku. Během studia ve Zlíně jsem si uvědomil, že volná tvorba vytváří velký prostor, ve kterém jsem se čím dál více ztrácel a nebyl si jistý svojí prací.

Postrádal jsem praktické využití. Výtvarná práce odrážející osobnost a duši autora mi je nenabízely. Oproti grafickému designu, který má kromě vizuální podoby i funkční v podobě předávání informací. Přesto dává prostor pro kreativitu. Není omezen galerijním prostorem a je tak vnímán mnohem širším publikem. Má tvorba by byla v kontaktu s mnoha lidmi oproti volné grafice.

## **1.2 Studium na FUD**

V podobě konkrétních úkolů jsem se učil vytvářet různé prostředky grafického designu. Od novoročních přání po webové stránky. Úkoly se tak od sebe vzájemně lišily obsahem i formou zpracování. Mohl jsem si tak zjistit, co mi jde lépe a v čem mám mezery. Konečné práce měli převážně

minimalistický charakter. Minimalismus a stylizace se projevovala i v knižní ilustraci. Například v ilustracích La Fontanových bajek<sup>1</sup>, kde jsem stylizoval zvířata do čtvercového formátů knihy.

Kromě ateliéru jsem se podílel na některých větších projektech jako bylo akvárium v Chrástu. Poprvé během studia jsem musel vytvořit několikametrový objekt umístěný v prostoru. Při realizaci jsem si zároveň uvědomil, jak moc mohou výsledek ovlivnit finanční prostředky a nepředvídatelné problémy během realizace. A také jsem objevil, jak moc se dá pracovat s konkrétním prostorem. Během práce jsem mohl také nahlédnout do organizace neobvyklého a velkého projektu mnoha studentů.

Neocenitelnou zkušeností pro mě byla praxe v grafickém studiu, jež mi pomohla porovnat školní prostředí s běžným provozem firmy. Práce v grafické firmě mi přinesla realistický pohled na samotný obor, nové kontakty a zkušenosti. Také důležitost dobré organizace práce pro rychlost a efektivitu práce, která mi vždy scházela. Zároveň mi ukázala, že větší svobodu v tvorbě a prostor pro individuální řešení úkolů mi nabízí právě škola. Proto jsem na každý školní úkol nahlížel z několika úhlů pohledů a používal různé výrazové prostředky jako kresbu, otisky a fotografie. Zároveň jsem si tak mohl uvědomit, jakou formou nejlépe dokáži ztvárnit svoji myšlenku, která jde vidět hlavně na mých plakátech.

Angažovanost je důležitou složkou profesního růstu a osob

---

<sup>1</sup> Příloha č. 1

ního rozvoje. Zároveň je příležitostí, jak se zviditelnit a získat nové zkušenosti nejen v oblasti komunikace se zákazníkem. Jako příklad bych chtěl uvést práci pro bluesovou skupinu Stan The Man's, pro kterou jsem po domluvě se Stanem Wolarzem vytvořil plakáty a letáky.

Samotná práce mi přinesla nové zkušenosti v oblasti komunikace se zákazníkem a prodeje své práce, kterou v mnoha firmách dělá marketing bez účasti designéra, který může svými odbornými argumenty přispět k větší důvěře zákazníka a následně jeho přesvědčení. Dále jsem přišel k zjištění, jak je důležité připravit si argumenty a nenechat rozhodovat o kvalitě a využitelnosti práce laika. Stejně jako s mnoha dalšími službami je grafika spojena s reklamou. *„Reklama je psychologický nástroj k získávání konzumentů, která slouží k manipulaci a přesvědčení pro co možná největší množství lid.“*<sup>2</sup> Přesto je odedávna součástí lidské společnosti. Další funkci reklamy je být viděn, která je spojena s produktem.

## **2. TÉMA A DŮVODY JEHO VOLBY**

### **2.1. Téma kulturní plakát**

*„Účelem, smyslem plakátu může být propagovat, sdělovat, interpretovat či informovat. Jednotlivé pojmy se od sebe liší, ale všechny spojuje skutečnost, že plakát něco propaguje,*

---

<sup>2</sup> VYSEKALOVÁ Jitka, RUŽENA Komárková. *Psychologie reklamy, Havlíčkův Brod: Tiskárny Havlíčkův Brod, 2002. s .21*



*něco sděluje a něco interpretuje. To něco je autorova, umělcova vize, jež se vztahuje k určité události a k určitému časovému úseku.*<sup>3</sup> Existují také plakáty, které jsou definované z hlediska užití formálních prostředků, mluví se potom tak o autorském plakátu.

U kulturních plakátů dochází *„k propagaci umění uměním.“*<sup>4</sup> Plakát jen neinformuje, ale také popisuje kulturní historii konkrétního národa. *„Stává se tak zrcadlem doby.“*<sup>5</sup>

Plakát by měl působit esteticky a přitom informovat. Esteticky proto, aby přitáhl diváka a informačně proto, aby se kolemjdoucí informoval o konkrétní události. *„Důležitá je i osobnost příjemce. Různí lidé mohou na konkrétní zprávu reagovat velice různorodě.“*<sup>6</sup> Kulturní plakát nabízí větší tvůrčí volnost, prostor kreativity autora, který není svázán materiálními potřebami, jaké se odráží v dalších podobách grafického designu, jako jsou prospekty, katalogy, tištěné adresáře, časopisy pro různé zákazníky, atd. Zmíněné produkty jsou vyráběné pro konkrétní okruh lidí. Například pro firmy ve stavebním průmyslu. Volnost, kterou zde uvádím, nebyla jen jedním z důvodů, proč jsem se rozhodl vytvořit plakáty pro hudební skupinu. Plakát v dnešní době zdaleka není jediným informačním zdrojem. Díky rozvoji digitální techniky je dnes

---

<sup>3</sup> <http://culture-management.blog.cz/0704/kulturni-plakat-v-cem-spociva-jeho-jedinecnost>

<sup>4</sup> <http://culture-management.blog.cz/0704/kulturni-plakat-v-cem-spociva-jeho-jedinecnost>

<sup>5</sup> <http://culture-management.blog.cz/0704/kulturni-plakat-v-cem-spociva-jeho-jedinecnost>

<sup>6</sup> <http://culture-management.blog.cz/0704/kulturni-plakat-v-cem-spociva-jeho-jedinecnost>

možné rychle dodávat aktuální informace téměř kamkoli. Lidé jsou tak dennodenně zahlcováni množstvím vizuálního materiálu obsahujícího převážně fotografie, barvy, nápisy. Zaujmut městského člověka proto není jednoduché. Díky internetu se každý může pohodlně a rychle informovat, co se hraje v divadle, nebo získat přehled o aktuálních výstavách a jiných akcích pro volný čas.

Existují přímo specializované stránky, zaměřující se na vyhledávání podobných informací, jako je například webová stránka *www.nejlepšíadresa.cz*. Zde získáváme jen relevantní informace, které jsou ovšem ochuzeny právě o výtvarný projev. Ale také formát tištěného plakátu, který na nás působí nejen vizuálně, ale i fyzicky. Tištěné plakáty můžeme najít i na internetové stránce *www.plakátovna.cz*, kde si můžeme vyhledat aktuální plakáty určitého regionu, které jsou ovšem ochuzeny o již zmiňované aspekty. Proto plakát svojí fyzickou přítomností zaujímá nenahraditelné místo.

## **2.2. Důvod volby tématu**

Sám hraji na hudební nástroj, sleduji hudbu a navštěvuji koncerty. Na koncertech kromě poslechu hudby zjišťuji, jak se skupiny vizuálně prezentují, protože se často setkávám s tím, že ač dobré, ale méně známé skupiny, jsou prezentovány narychlo vytvořenými plakáty někým z místa konání hudebního vystoupení. Nemají jednotný vizuální styl a tím ztrácí svoji konkurenceschopnost vůči ostatním hude

bním skupinám.

Myslím si, že je to škoda, protože hudba je někdy kvalitní a pokud ji reprezentuje nekvalitní plakát, který na ulici nezaujme kolemjdoucího, skupina se tím ochuzuje o potenciální publikum a v neposlední řadě i o peníze.

Stejně tomu bylo i u bluesové skupiny Stan The Man's Bohemian Blues Band, kde jsem frontmanu kapely Stanovi Wolarzovi nabídl vytvořit plakáty pro jejich skupinu. Viděl jsem příležitost, jak si vytvořit reklamu a upozornit na sebe, což je u studenta velice důležité a přínosné. Práce mě bavila natolik, že jsem nakonec vytvořil jednotný vizuální styl objevující se na plakátech, tričkách, CD obalech a vstupenkách.

Vycházím ze značky vytvořené z názvu skupiny Stan The Man's a odlišné barevnosti, objevující se na plakátech, obalech pro CD nosiče, ale i na vstupenkách a ostatních reklamních předmětech.<sup>7</sup>

Při výběru skupiny jsem si sám pro sebe ujasnil, pro koho bych chtěl plakáty vytvářet. Došel jsem k názoru vytvořit plakáty pro mladou českou hudební skupinu, s českým názvem, nemající vlastní vizuální styl. Skupinu hrající alternativní hudbu, která by vytvářela volnost ve formě ztvárnění. Skupinu, ke které se po ukončení studia nemusím dostat.

Na internetu jsem narazil na českou alternativní hudební skupinu DVA manželů Jana a Báry Kratochvílových. Líbila se

---

<sup>7</sup> Příloha 2

mi jejich žánrová nezařaditelnost, která se podle Bány pohybuje mezi Freefolkem, šansonem a popem. Skupina splňovala moje požadavky a zároveň umožňovala, abych navázal na svoji předešlou práci pro skupinu Stan The Man's Bohemian Blues Band.

### **2.3. O skupině DVA**

Skupinu DVA tvoří duo manželů Bány a Jana Kratochvílových. První úspěch skupiny přišel po debutovém albu *Fonók*, které vyšlo v září roku 2008 a jež má představovat folklór neexistujících národů. Album zároveň získalo nominaci na cenu Anděl. Sama Bára svoji hudbu popisuje jako kombinaci nejrůznějších hudebních stylů obsahujících freefolk, šanson, cirkus, kuchyňský beatbox. Skupině výrazně pomohl internetový účet na stránkách MySpace, díky kterému získala skupina důležité kontakty a začala být tak známá v zahraničí dříve než u nás. Manželé Kratochvílovi pokračovali v nahrávání své hudby v improvizovaném nahrávacím studiu vytvořeném z kuchyňského prostoru a postupně si vytvořili relativně velkou základnu fanoušků. To dokládá seznam koncertů po republice viditelných na stránkách skupiny.

Bára svoje texty zpívá v cizích jazycích znějící podobně jako norština, švédština, francouzština. Texty popisují převážně humorné smyšlené události. Věty a slova jsou často náhodně kladeny vedle sebe a postrádají smysl. Jsou poskládané podle zvukomalby, ne podle smyslu slov nebo

věty. Texty doprovází krátké melodické rify klarinetu a saxofonu v rytmickém doprovodu elektroakustické kytary a různých dalších hudebních i nehudebních nástrojů jako jsou činely a megafon.

Hudbu skupiny dobře vystihuje i dodatek k názvu alba *Fonók - Hudba neexistujících národů nebo pop neexistujících rádií*. DVA nepracují jen na hudbě do svých alb, ale vytváří také doprovodnou hudbu, kterou můžeme slyšet například ve filmu *Kabinet doktora Calignariho* nebo videohře *Bezděčné vítězství* vytvořenou Jaromírem Plachým z Amanta design, za kterou získali cenu Excellence in Audio Award na Festivalu nezávislých her v San Francisku za nejlepší hudbu ke hře (tzv. „herní Oscar“). Poslední nahrávkou skupiny je album *Nipomo*. (název alba podle malého města Nipomo mezi San Francisco a Los Angeles).

### **3. CÍL PRÁCE**

Cílem práce bylo vytvořit plakáty splňující všechny požadavky, které má plakát obsahovat. Zaujmout kolemjdoucího, rychle a jasně informovat o zobrazené informaci. Záměrem také bylo informaci vyjádřit formou, která by oslovila určitou skupinu lidí.

## 4. PROCES PŘÍPRAVY

### 4.1. Inspirace

Vždycky jsem byl vědomě i nevědomě někým nebo něčím inspirován. V následujících odstavcích proto uvádím jen část své inspirace, která mě pomáhala hledat cestu k výsledným plakátům. Zmiňuji se především o internetu, ale i asociacích, které mě během práce napadaly například Období Dadaismu a plakáty pro Sex Pistols.

### 4.2. WWW stránky

Na internetu se nachází mnoho stránek, které vytváří prostor pro prezentaci prací umělců. Můžeme zde najít portfolia grafických designérů, fotografů a umělců z různých zemí světa a různých věkových kategorií. Lidé tak mohou společně sdílet množství nápadů, myšlenek a forem zpracování s ostatními. Chtěl bych zde zmínit alespoň [www.designinspiration.net](http://www.designinspiration.net) a [www.benhance.net](http://www.benhance.net). Dále také komunitu *I love posters*. Zmíněné stránky umožňují i komunikaci s autorem.

Na stránce *I Love posters* jsem také narazil na plakáty pro portugalský jazzový festival Guimare Jazz<sup>8</sup> vytvořený portugalským grafickým studiem Martina a Jany. Na

<sup>8</sup> Příloha 3

plakátech se objevuje ručně psaný název festivalu s dalšími informacemi na černobílé fotografii, informující o skupině s datem konání, které doplňují názvy jednotlivých účastníků koncertu. Texty se spirálovitě točí vzhůru. Líbila se mi uvolněná forma a kompozice, která mi zároveň připomínala hudbu skupiny DVA.

V průběhu práce se mi vybavily i práce anglického umělce (anarchisty) Jimma Reida, který se proslavil plakáty pro známou punkovou skupinu Sex Pistols. Kromě koláží a ručně vystřihávaných písmen používal ručně psané texty. Například na plakátě.<sup>9</sup>

### 4.3. Nezávislá hudební vydavatelství

Moderní technologie přispěla k masivnímu rozšíření malých nezávislých vydavatelství, jako je například Indie-scope, vytvářejících zázemí začínajících alternativních skupin. Kromě ukázek hudby se zde objevuje množství obalů převážně českých interpretů.

Hledal jsem zde obaly, které využívají podobných výrazových prostředků, jaké se objevují na obalech a dalších předmětech skupiny. Narazil jsem na některé kreslené obaly české hudební skupiny Vltava a alba *Komedianti se vracejí domů*, nebo obal skupiny Traband - *Traband přítel člověka*, zobrazující naivisticky nakreslené vlaštovky. Dále také obaly hudebníka Daniela Hogse pro jeho album s názvem

---

<sup>9</sup> Příloha 4

*Devotional songs*.<sup>10</sup> Jedná se o oranžový obal nadepsaný ručně psaným názvem *Devotional songs*. Vizuální podoba obalu zobrazuje Danielovu minimalistickou hudbu.

IndieScope vydává skladby i známějším skupinám, jako je elektronická skupina Ohm Square nebo známá skupina Midi Lidi hrající elektronickou hudbu. Skupině Midi Lidi vytváří vizuální podobu Filip Čeněk a Magdaléna Hrubá s Janem Šrámkem. Trojice vytváří grafický design komunikující s obsahem a přitom dostatečně poutavý a odlišující se od ostatních obalů. Jejich tvorba je spojena i s hudbou pro počítačovou hru Bontonimo.

## **5. PROCES TVORBY**

### **5.1. Úvod**

Proces tvorby obsahuje předešlé návrhy, skici, fotografie, poznámky, které názorně dokumentují postup práce při vytváření plakátu a obalů pro hudební skupinu DVA (fotodokumentace).

Při vytváření návrhů jsem přemýšlel nejen nad tím, jak vytvořit poutavý design, ale i nad tím, jak zároveň vytvořit design, jež by svojí formou a obsahem vypovídal o hudbě a duchu skupiny.

---

<sup>10</sup> Příloha 5



## 5.2. Skici

První, co jsem vytvořil byly skici, kde jsem si ujasňoval kompozici na plakátu s písmem a texty skupiny. Kresba hudebních nástrojů z různých úhlů mi pomohla při focení hudebních nástrojů.<sup>11</sup> Kresby mi pomohly uspořít čas při práci s modelem, kde jsem si potřeboval ujasnit úhel focení a umístění nadpisu na fotografii s detailem hry na hudební nástroj.

## 5.3. Kresby

*„Žádná náhlá inspirace totiž nemůže nahradit dlouhý postup: ten je nezbytný, aby se zrak seznámil s tvary a proporcemi a aby se ruka naučila poslušně tlumočit příkazy citu.“<sup>12</sup>*

Kromě skic se v mé příloze objevují kresby hudebních nástrojů, které jsem vytvářel v ateliéru Jiřího Kornatovského, kde jsem si také osvojoval tvarosloví nástrojů. Jedná se o ukulele a mandolínu.

---

<sup>11</sup> Příloha 6

<sup>12</sup> KULKA Jiří, Psychologie umění, Praha, Grada Publishing, 2008. s.

## **5.4. Předešlé návrhy**

### **5.4.1. Hudební nástroje (Kresba)**

První návrh vycházel z kreslených hudebních nástrojů<sup>13</sup> saxofonu, klarinetu a kytary, které se objevují v hudbě Jana a Bány. Kreslil jsem tuží na balící papír. Svoji použitou formou jsem reagoval na homemade Bány a Jana a jejich filozofii „vytvoř si sám“ kterou uplatňují ve svém projevu.

### **5.4.2. Hudební nástroje (Vektor)**

Ve svém druhém návrhu kresby vektorizují a barevně upravují na počítači. Pracuji zde tentokrát jen s detaily jednotlivých hudebních nástrojů a s různými barevnými kombinacemi. Začínám vyjadřovat hudbu pomocí barvy.<sup>14</sup>

### **5.4.3. Hudební nástroje (Fotografie)**

Ve třetím návrhu pracuji opět se zvětšeninami nástrojů, navazuji na předešlý druhý návrh, ale zvektorizovanou kresbu nahrazuji fotografií. Na každém plakátu se objevuje černobílá fotografie s detailem hry na hudební nástroj. Plakáty se vzájemně odlišují nejen jinými hudebními nástroji na fotografiích, ale i jinou barvou písma použitého pro název skupiny a informací místa a času konání vystoupení<sup>15</sup>

### **5.4.4 Konečný návrh**

I od tohoto návrhu jsem nakonec upustil, protože dostatečně nepopisoval charakter skupiny. Ten jsem se snažil vyjádřit poslední finální prací, kde jsem zkombinoval prvky z

---

<sup>13</sup> Příloha 7

<sup>14</sup> Příloha 8

<sup>15</sup> Příloha 9

předešlých prací a to fotografii s ručně psaným písmem textů skupiny. Psané texty z více směrů různě barevnými a širokými fixy. Zkombinoval jsem tak předešlé použité formy.<sup>16</sup>

## **6. POPIS PRÁCE**

### **6.1. Plakáty**

Na deseti plakátech se objevují fotografie hry na saxofon klarinet a akustické kytary. Nástroje jsou foceny z různých pohledů a kolorovány barvami v počítači. Všechny jsou popsány ručně psanými texty z různých alb skupiny, které se objevují i na CD obalech. Informace o místě konání koncertů jsem převzal ze seznamu vystoupení dostupného na internetových stránkách skupiny. Některé plakáty informují o koncertech v jiných městech a jiné by byly vyvěšené v konkrétním městě a informovaly by pouze o konkrétním místě konání koncertu.

#### **Modrý plakát kytara**

Modrá fotografie zobrazuje detail držení akordu na hmatníku kytary. Pod prsty se nachází název skupiny s datem konání koncertu koncertu v plzeňském hudebním klubu Anděl Music Bar. Horní a dolní část vyplňují ručně psané texty skladby Dua Dua z Alba Fonók.<sup>17</sup>Ve spodní části texty ze skladby meteor. Všechny jsou provedeny v červené barvě. Na plakátech se objevuje několik barev oranžová, červená, zelená, modrá, žlutá.

---

<sup>16</sup> Příloha 10

<sup>17</sup> Příloha 11

### **Oranžová kytara**

Fotografie kolorovaná oranžovou barvou opět zobrazuje držení akordu na hmatníku za kapodastrem. Fotografie je záměrně otočená modrý název DVA vystupuje z pravého horního rohu plakátu. Spolu s datem konání v Brněnském Kabinetu Múz. Jako u všech plakátů formát nerovnoměrně pokrývají modré ručně psané texty Nuncky z alba Nipomo.u

18

### **Žlutý plakát saxofon**

Z pohledu focený žlutý saxofon na žlutém pozadí označuje vystoupení skupiny DVA v prostorách Metal Factory v Praze. Upravený kontrast fotografie, způsobuje částečné zapuštění kontur nástroje do pozadí a zároveň zvýrazňuje červený nápis DVA a texty skupiny. Přes sebe ručně psané červené texty skupiny vyplňují spodní část plakátu. Vyskytují se zde různé typy psacího písma. Nad nimi název skupiny s datem a místem konání.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Příloha 12

<sup>19</sup> Příloha 13

## **Zelený plakát saxofon**

V následující práci kombinuji dvě doplňkové barvy zelenou a červenou. Zelenou barvu fotografie se saxofonem a červenými texty. U fotografie se tentokrát nejedná o detail hry na saxofon, ale zobrazení skoro celého těla nástroje. Kontrast a jas fotografie je opět upravený tak, aby zvýraznil informace o koncertu a texty skupiny. Jedná se o jednotlivé části textů různých velikostí, které by se objevovaly v předešlých plakátech.<sup>20</sup>

## **Tmavě modrý plakát**

U plakátu pro koncert v Olomoucké divadle hudby používám modrou fotografii saxofonu zkombinovanou žlutými texty písně Mulatu. Nacházející se v prostřední a spodní části plakátu. Nakloněný žlutý název skupiny a datum vystupují v prostřední části plakátu. Informace o místě konání je uvedena v levém horním plakátu.<sup>21</sup>

## **Plakát zelený klarinet**

Následující zelený plakát informuje o koncertu v Německém Bambergu. Zeleně kolorovaná fotografie zobrazující boční detail hry na klarinet nástroj překrývají ručně psané modré texty písní Mulatu, Dua Dua, Mínius celsius

---

<sup>20</sup> Příloha 14

<sup>21</sup> Příloha 15

nerovnoměrně rozprostřeny po celé ploše. Rozprostřeny v diagonále od dolního levého okraje k hornímu pravému okraji formátů. V pravém dolním rohu můžeme vidět žlutý název skupiny s datem vystoupení a v protějším levém horním rohu název místa konání.<sup>22</sup>

### **Fialový plakát klarinet**

Fotografie kolorovaná fialovou barvou zobrazuje klarinet. Opět texty skladby Nunóvo Tango . Název se tentokrát není zelená a text se objevuje v dolní polovině formátu žluté texty se otáčí různými směry jako u plakátu pro koncert v Olomouckém divadle.<sup>23</sup>

### **Oranžový plakát klarinet**

Oranžový plakát zobrazuje stejný pohled na nástroj jako u zelené verze. <sup>24</sup>Texty skupiny jsou zde z písně Mumie. Stejně jako text bílou barvou.

### **Červený plakát klarinet**

Kolorovaná fotografie zobrazuje čelní pohled na trubku klarinetu. Plakát je po sté popsán texty jako u všech deseti

---

<sup>22</sup> Příloha 16

<sup>23</sup> Příloha 17

<sup>24</sup> Příloha 18

## Světle modrý saxofon

Poslední fotografie saxofonu je kolorovaná stejnou barvou jako první plakátu s akordem. Text je rovnoměrně rozprostřen po celé ploše. Opět posázen ručně psanými několika texty ze všech alb skupiny v červené a žluté barvě.

### 6.2. Obaly CD

Vedle plakátů jsem zhotovil i obaly na CD. Obal se liší od plakátu formátem i funkcí. Formát je daný rozměrem zbožím zároveň. *Je objektem mezi balený výrobkem a spotřebitelem. Nesmí být důležitější ani méně důležitý.*<sup>25</sup> Na obalech se nachází název skupiny spolu s texty skupiny vytvořených stejnou formou jako na plakátech.

Obal Nipomo je ve dvou barevných variantách. Černé písmo na bílém pozadí a bílé písmo na černém pozadí. Nad názvem skupiny se nachází název autorů skupiny Jana aBáry Kratochvílových. Pod názvem skupiny se objevuje název obal Nipomo Ostatní prostor vyplňují texty jedné písně Disco tango z alba Obal pro album Fonók<sup>26</sup> je psané ve dvou barvách červenobílé a bíločervené. Písmo Din je zde použito pouze pro autory alba a název alba Fonok objevující se pod názvem DVA. Texty jednotlivých skladeb zde opět vyplňují prostor okolní plochy obalu

<sup>25</sup><http://unie-grafickeho-designu.cz/video/>

<sup>26</sup> Příloha 9

### 6.3. Barva

Protože ve své diplomové práci využívám účinků barvy, rozhodl jsem se ji v kontextu své tvorby věnovat samostatný odstavec. „*Barva upoutává pozornost, vytváří náladu. Je definována odstínem, sytostí, teplotou a jasem.*“<sup>27</sup> „*Barva je jeden z nejmocnějších prvků grafiky. Ovlivňuje naše chování a naše pocity.*“<sup>28</sup> Stejně jako hudba působí na naše emoce. Proto jsem barvě věnoval samostatnou část.

Plochu mých deseti plakátů vyplňují jak teplé tak studené barvy. Oranžová, červená, žlutá, tak chladné barvy jako modrá, tmavě modrá, zelená a fialová). Jejich vzájemný kontrast, který má vyjadřovat energii a barevnost Freefolku. V některých případech využívám kombinaci doplňkových barev. Jako u plakátu pro Brněnský Kabinet múz, kde používám barevnou kombinaci oranžové a modré barvy. U plakátu pro koncert v Žilině zase používám kombinaci tří primárních barev. červené žluté a modré, které se objevují jak v textech tak v názvu skupiny. U plakátů s dominujícími studenými barvami jako je modrá fotografie akordu na hmatníku akustické kytary, nebo žluté.

Doplňkové barvy tak vytváří velký barevný kontrast vyjadřují tak energii, sílu a živý rytmus Freefolku Bány hudební skupiny. Na působení barev má vliv i jejich umístění v prostoru. Studené tóny, jako jsou fialová, modrá, zelená, jsou více zřetelné v temnějším místech. Naopak syté teplé tóny

---

<sup>27</sup> Citace 8 - doplnit

<sup>28</sup> Citace 9 - doplnit



vyniknou více na prosvětlených plochách. Proto by se měly pro plakáty lepit také podle osvětlení.

Na obalech pro CD nosiče jsem původně kombinoval podobné odstíny jako na plakátech, ale po vytištění jsem zjistil, že barevný kontrast na malé čtvercové ploše obalu není dostatečný. Proto jsem se rozhodl použít ještě kontrastnější kombinaci barev a to černou s bílou a červenou s bílou. Výsledek byl mnohem uspokojivější. Červená s bílou a černá s bílou vytvořily mnohem větší kontrast. Dominující název skupiny ještě více vystoupil. Stejně zvýraznil čitelnost jednotlivých názvů skladeb se stopáží skladeb na zadní straně papírového obalu.

#### **6.4. Texty skupiny a dadaismus**

Písmo se stává značkou, která se opakuje. Texty skupiny mi svou nesmyslnou stavbou připomínají básně Tristana Tzary. Pro příklad přikládám jeho krátkou písničku DADA v porovnání s textem TANC TANC.

*PÍSEŇ DADA*  
(Tristan Tzara)

*Ale v ten den manžel jeden*

*poznal vše a podle plánu*

*těla složil do tří beden*

*poslal je do Vatikánu.<sup>29</sup>*

*ANC TANC (DVA)*

*Náš pes se chová jako kocour v botách*

*Mává ve vzduchu blýskací tkaničkou*

*Krávy se na to dívají otevřeným oknem.<sup>30</sup>*

Dadaismus se neprojevil pouze v literatuře svojí hrou se slovy, ale i v grafickém designu a to v kompoziční uvolněnosti záměrným chaosem a deformací písma, podobně jako futurismus. Proto jsem se snažil vytvořit na plakátu a CD obalu také určitou nesrozumitelnost.

Stejně jako v literatuře se Dadaismus projevoval v typografii např. na plakátech Thea Van Doesburga, a to právě záměrnou nepřehledností, neuspořádaností, kombinací. A deformací více typů písem, které tak reagovaly na dadaistický manifest namířený proti válce a zabíjení. K uvolnění v typografii se projevoval i futuristický manifest Básně Zang Tumb Tumb od italského umělce Filippa Tomasa Marinettiho. Neuspořádaná forma mě inspirovala u ztvárnění textů skupiny DVA.

<sup>29</sup> [http://cs.wikipedia.org/wiki/Tristan\\_Tzara](http://cs.wikipedia.org/wiki/Tristan_Tzara)

<sup>30</sup> <http://www.2dva.cz/en/lyrics/>

Ve svém psaném projevu jsem chtěl vyjádřit hravost a energii hudby skupiny, kterou podtrhává i výrazný barevný kontrast dvou barev mezi fotografií a písmem na mých plakátech. Stejného záměru se snažím docílit i u obalů CD nosičů, které sjednocuje výrazný název skupiny DVA umístěný vždy doprostřed, kde je název. Texty skupiny jsou ručně psané. Název skupiny je umístěný centrálně a zabírá tak největší plochu formátu. Snažil jsem se tak využít jeho krátkou a jasnou formu. Pod názvem skupiny je umístěný název alba a nahoře autoři. Prostor kolem vyplňují úryvky textů skladeb CD uvnitř obalu.

Texty tak vyplňují okolní prostor na přední i zadní straně obalu. Na přední straně se nachází text v různých jazycích a na zadní je jeho překlad ze stránek skupiny. Texty jsou napsané v různých sklonech a velikostech bez předem připravené kompozice. Šlo mi o to, vyjádřit bezprostřednost a energii hudby, se kterou koresponduje i velký barevný kontrast. Například u obalu pro album Fonók je červeně napsaný text Nunóvo Tancó na bílém pozadí, který vytváří velký kontrast (červená barva charakterizuje energii).

Obaly svojí formou mají připomínat styl „ready made“. Snažím se tak navázat na již existující obaly skupiny, na kterých se objevují Bářiny kresby z cest. Tuto myšlenku má podporovat i druh papíru.

## **6.5. Vizualizace**

Součástí přílohy diplomové práce je vizualizace plakátů a CD obalů na internetu a v prostoru které jsem vytvořil po realizace celé práce.<sup>31</sup>

### **6.5.1 WWW stránky**

V příloze přikládám i náhled plakátu na internetových stránkách skupiny DVA, který se rozbálí po rozkliknutí konkrétního koncertu v seznamu vystoupení.<sup>32</sup>

### **6.5.2 Plakátovna**

Plakátovna<sup>33</sup> slouží jako vývěska tištěných plakátů na internetu. Je tak místem, kde se nachází množství plakátů pro různé kulturní akce ze všech regionů České Republiky. Objevují se zde různé plakáty pro divadelní představení, filmy, výstavy, ale i koncerty pro různé věkové kategorie. Plakátovací plocha nabízí možnost ukázat odlišnost samotného plakátu oproti ostatním.

## **7. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA**

První, co jsem vytvořil, byly skici, kde jsem si ujasňoval kompozici na plakátu s písmem a texty skupiny. Také jsem kreslil hudební nástroje. Kreslil jsem je z různých pohledů, tak

---

<sup>31</sup> Příloha 10

<sup>32</sup> Příloha 11

<sup>33</sup> Příloha 12

jsem si mohl ujasnit jakou část a úhel hudebního nástroje budu fotit. To mi pomohlo uspořít čas a práci ve fotoateliéru, kde jsem fotil hudební nástroje.

### **7.1. Plakáty a CD obaly**

Plakáty byly navrženy na formát B1 (1000 mm x 707 mm), jsou vytištěny barevným digitálním tiskem. CD obaly byly vytištěny barevným digitálním tiskem na formát B1 a potom vyřezány. (rozměry obalu 12,5 cm x 12,5 cm strukturovaný papír Ricoh tisk: barevný digitální lepidlo na papír.

## **8. SILNÉ STRÁNKY**

Za pozitivní věc na mé práci považuji jednoznačně odlišnost od ostatních plakátů informujících o koncertech ostatních hudebních skupin. Výraznou barevnost. Nápad zobrazení textů písní na plakátech, který umožňuje obměňovat texty z různých alb střídajících se na plakátech a obalech CD. Současně mají tak obě formy společné vizuální znaky.

## **9. SLABÉ STRÁNKY**

Slabou stránku vidím trochu ve zvolené formě designu upomínajícího na začátek 80. let designéra Jimma Reida, jež vytvářel plakáty pro skupinu Sex Pistols. Design mých

plakátů má tak jiný charakter než těch, které můžeme vidět běžně kolem nás. To může právě někoho zaujmout a jiného odradit. Záleží na úhlu pohledu.

Slabou stránku vidím v textech charakterizujících skupinu, protože jednotlivým slovům nejde někdy moc rozumět a dominuje melodie, která ve výsledku působí jako další melodie střídající některý z dechových nástrojů.

## **10. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ**

### **a) Knižní a periodická literatura**

1. *VYSEKALOVÁ Jitka, RUŽENA Komárková. Psychologie reklamy, Havlíčkův Brod: Tiskárny Havlíčkův Brod, 2002. s .21 ISBN 80-247-0402-1*
2. *KROUTFOR Josef, Poselství Ulice, Praha ,COMET 1991 s.5*
3. *KULKA Jiří, Psychologie umění, Praha, Grada Publishing, 2008. s. ISBN 978-80-247-2329-7*
4. *VYSEKALOVÁ Jitka, RUŽENA Komárková. Psychologie reklamy, Havlíčkův Brod: Tiskárny Havlíčkův Brod, 2002. s .21 ISBN 80-247-0402-1*

5. KULKA Jiří, *Psychologie umění*, Praha, Grada Publishing, 2008. s.  
ISBN 978-80-247-2329-7

### **b) Internetové zdroje**

*Unie Grafického Designu* [online] [cit.2014 2-30] Dostupné z:  
<http://unie-grafickeho-designu.cz/video/>

*Wikipedie Filip Čeněk* [online] [cit.2014 3-20] Dostupné z:  
[http://cs.wikipedia.org/wiki/Filip\\_Cenek](http://cs.wikipedia.org/wiki/Filip_Cenek)

*Wikipedia Midi Lidi* [online]. [cit. 2014-03-20]. Dostupné z:  
[http://cs.wikipedia.org/wiki/Midi\\_lidi](http://cs.wikipedia.org/wiki/Midi_lidi)

*Barvy a jejich kombine* [cit. 2014-02-12]. Dostupné z:  
<http://www.jinudy.cz/clanky/barvy-a-jejich-kombinace/>

*Píseň Dada Tristan Tzara* [cit. 2014-3-15]. Dostupné z:  
[http://cs.wikipedia.org/wiki/Tristan\\_Tzara](http://cs.wikipedia.org/wiki/Tristan_Tzara)

*Kulturní plakát* [cit.2014-30-12]. Dostupné z:  
<http://culture-management.blog.cz/0704/kulturni-plakat-v-cem-spociva-jeho-jedinecnost>

## SUMMARY

In my thesis, I focus on cultural poster and visual presentation of a music band. I first outline reasons for topic choice, my sources of inspiration and describe the preparation phase. I see inspiration as a key factor, since it helped me to execute the realization in the right format. Further, I describe content and visual format followed by visualization of the whole project in real space.

In the first chapter - my previous work in the context of my specialization I – I refer to my previous studies at the University of Ostrava and the reasons for changing from free graphics to graphic design. I compare the study environment of the University of Ostrava with Ladislav Sutnar's Faculty of Design and Art at the University of West Bohemia, where I am currently studying.

I continue with the characteristic of the cultural poster, which is in my case represented by the posters for a music band DVA. The two main drivers for my topic choice are the following - my deep interest in music and my previous work for a blues band Stan the Man's.

The goal I have set for my thesis is a creation of a functional graphic design that would successfully compete with the visual graphic styles of other music bands. As part of the preparation phase I mention the sources of my inspiration. These came mainly from information about small independent music labels supporting alternative art, portal associations of graphic designers, as well as from various books about graphics.



The process of creation follows the whole lifecycle of the work to the final printed posters. I make the reader familiar with the process of creating various versions that guided me to the final product.

In the closing part, I deal with the specific message, character and texts of the band, which I try to express through colours and handwritten texts of the particular songs. All these components appear on the posters and CD wraps.

## **SEZNAM PŘÍLOH**

### **Příloha 1**

ilustrace bajky Ezop

### **Příloha 2**

vizuální styl Stan The Man's

### **Příloha 3**

plakát Guimaraes Jazz

### **Příloha 4**

Plakát Jim Reid

### **Příloha 5**

Obal David Hoges Devotional songs

### **Příloha 6**

skici

### **Příloha 7**

PLAKÁT (KRESBA)

### **Příloha 8**

PLAKÁT (VEKTOR)

### **Příloha 9**

PLAKÁT (FOTOGRAFIE)

### **Plakát 10**

PLAKÁT (FINÁLNÍ)

### **Příloha 11**

Plakát modrá kytara

### **Příloha 12**

Oranžový plakát kytara

### **Příloha 13**

Žlutý plakát saxofon

### **Příloha 14**

Žlutý saxofon

### **Příloha 15**

Zelený plakát

### **Příloha 16**

Plakát zelený

**Příloha 17**

Fialový plakát klarinet

**Příloha 18**

Oranžový plakát klarinet

**Příloha 19**

Oranžový plakát saxofon

**Příloha 20**

Červený plakát klarinet

**Příloha 21**

Světle modrý saxofon

**Příloha 22**

obaly CD

**Příloha 23**

obal CD