

# Fotografická databáze

Dušan Nečas

---

Bakalářská práce  
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ústav vizuální tvorby  
akademický rok: 2011/2012

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Dušan NEČAS**  
Osobní číslo: **K09118**  
Studijní program: **B 8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimedia a design – Vizuální komunikace**

Téma práce: **Fotografická databáze**

Zásady pro vypracování:

1. Rešerše
2. Analýza
3. Cíl, postup a technologie
4. Vypracování
5. Zhodnocení projektu

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


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

Seznam odborné literatury:

Dějiny fotografie od roku 1839 do současnosti, W. S. Johnson, Taschen  
Encyklopedie českých a slovenských fotografů, Asco Praha  
ThePhotograph, Graham Clarke  
Databáze bez předchozích znalostí, Andrew Opperl  
Information design, An Introduction, Rune Petterson  
Inspirativní webdesign, P. Mcneil

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Richard Vodička**  
Ústav vizuální tvorby  
Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2012**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **18. května 2012**

V Uherském Hradišti dne 5. března 2012

  
doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.  
děkanka



  
M. A. Vladimír Kovařík  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Ve Zlíně 15.2.2012

*Dušan Nábais*  
Jméno, příjmení, podpis

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **ABSTRAKT**

Tato bakalářská práce se zaměřuje na návrh řešení webové databáze o fotografii s názvem Czech Photo. První část se zabývá způsoby prezentace fotografií, od dob nejstarších až po malou vizi budoucnosti. Další část poskytuje analýzu čtyř webů o fotografii, a poukazuje na obecné zásady kvalitního designu. Praktická část využívá získaných znalostí z předchozích kapitol a předkládá nové řešení.

Klíčová slova: databáze, webová databáze, fotografie, Česká fotografie, databáze umělců, fotografická databáze, Czech Photo

## **ABSTRACT**

This bachelor's thesis is focused on design of photographic web database named Czech Photo. The first part of the thesis deals with the topic of presentation of photographs, since oldest period till the vision of future. The next part provides the analysis of four chosen websites about photography and emphasize basic principles of good design. The practical part make use of knowledge from previous chapters and presents new resolution of design.

Keywords: database, web database, photography, Czech photography, database of artists photographic database, Czech Photo.

Tímto bych chtěl poděkovat vedoucímu bakalářské práce Mgr. Richardu Vodičkovi za odborné vedení při konzultacích. Rovněž bych chtěl poděkovat mému oponentovi MgA. Václavu Skácelovi za stejně cenné rady při konzultacích. Další speciální poděkování patří MgA. Bohuslavu Stránskému za věcné a užitečné rady

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně, uvedl jsem všechny odborné a literární zdroje, které jsem při práci použil a řídil se zásadami publikační etiky. Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>5</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>6</b>
<b>1 FOTOGRAFIE</b> .....	<b>7</b>
1.1 VÝVOJ A PREZENTACE FOTOGRAFIE .....	8
1.2 DALŠÍ MOŽNOSTI PREZENTACE.....	11
1.2.1 Vize budoucnosti.....	12
<b>2 ANALÝZA WEBU</b> .....	<b>14</b>
2.1 DESIGN INFORMACÍ .....	14
2.2 SVĚTOVÉ WEBY .....	16
2.2.1 Web 1 .....	16
2.2.2 Web 2 .....	17
2.3 ČESKÉ WEBY .....	18
2.3.1 Web 1 .....	18
2.3.2 Web 2 .....	19
2.4 URČENÍ CÍLOVÝCH SKUPIN.....	21
2.5 ZHODNOCENÍ ANALÝZY .....	22
2.5.1 Zásady kvalitního designu.....	22
<b>3 ZÁVĚR TEORETICKÉ ČÁSTI</b> .....	<b>23</b>
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>24</b>
<b>4 DATABÁZE</b> .....	<b>25</b>
4.1 MOŽNOSTI DATABÁZE .....	25
4.2 DATABÁZE UMĚNÍ.....	25
<b>5 DATABÁZE FOTOGRAFŮ – NOVÉ ŘEŠENÍ</b> .....	<b>26</b>
5.1 OBSAH A STRUKTURA .....	26
5.2 DRÁTĚNÝ MODEL .....	27
5.3 HLEDÁNÍ ŘEŠENÍ A POSTUP .....	29
5.4 LAYOUT.....	30
5.5 LOGO.....	31
5.6 TYPOGRAFIE .....	32
5.7 BARVY.....	34
5.8 FOTOGRAFIE .....	35
5.9 TECHNOLOGIE .....	36
5.7.1 HTML .....	36
5.7.2 CSS.....	36
5.7.3 PHP .....	36
5.7.4 JAVASCRIPT.....	36
5.7.5 Rozlišení.....	36

<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>37</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>38</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>39</b>



## ÚVOD

Fotografie je bezpochyby vynález, který změnil svět i nazírání na něj. Fotografie se za svůj krátký čas existence stala pro mnohé vášní, komentátorem událostí, odrazem pocitů, zachycením neopakovatelného či zachycením krásy. Stala se pro nás tak přirozenou součástí běžného života a soudobé společnosti, že už ji bereme spíše jako samozřejmost. Pár generací zpět však byl fotoaparát ještě nadstandardním zbožím.

„Už dobrých 150 let existuje fotografie jako zdánlivě autentické zobrazení skutečnosti. To je krátká doba ve srovnání s tradičními způsoby zobrazování malířstvím a grafikou. A přesto měla a má nesmírný vliv na naši schopnost vidění. Fotografové svými díly naše vidění zostřili, možná dokonce změnili“ [1]

Fotografie si své místo ve světě už našla, ale její první kroky nebyly vůbec lehké. Její samotný vynález a technologický vývoj byl předmětem konkurenční soutěživosti a mnoha sporů. Dalším otazníkem bylo, čemu fotografie bude sloužit, k čemu je lidem prospěšná. Neméně zásadní spory se týkají toho, zda fotografii považovat za umění.

„Fotografické obrazy mají už dlouho stálé místo v naší obrazové paměti. Zatímco dlouho byla fotografii přisuzována funkce pouze ilustrační, ale v žádném případě umělecká, dnes požívá toto médium dalekosáhlé mezinárodní reputace. Její muzeální postavení je dokumentováno díky rozsáhlým fotografickým sbírkám tak významných muzeí jako je Museum of Modern Art v New Yorku nebo londýnské Victoria and Albert Museum. „ [2]

Časem se měnilo jak postavení fotografie ve společnosti, tak i její technologický vývoj, a s ním i její podoba a konečné užití. Dnešní podoba fotografie, i její uplatnění jsou velmi rozmanité, a přístupnost potřebné techniky již není jen výsadou nejbohatších. Dnes užíváme plody vytrvalé práce, kterou před námi odvedli nadšenci, vědci, umělci, obchodníci ad. Momenty, jako objevení camery obscury, první chemické pokusy, první zhotovení fotografie na cínové destičce či uvedení prvního fotoaparátu na trh, jsou neopakovatelné a jedinečné. Technologie i výtvarný aspekt fotografie se bude určitě vyvíjet dál, ale nejdůležitější okamžiky v historii fotografie jsou již zapsány v dějinách. Můžeme však své znalosti zdokonalovat, rozšiřovat, třídit a učit se s nimi pracovat. Právě to má být cílem mé bakalářské práce. Chci najít, seskupit i roztrždit, a co nejlépe předat informace o kořenech naší České fotografie a udělat z ní přitažlivější předmět veřejného zájmu.

Tato bakalářská práce slouží účelu, co nejlépe a nejkomplexněji pojednat o České fotografii. Pro náš národ má sloužit jako doplněk znalostí o naší kultuře a české jedinečnosti v oboru fotografie, pro ostatní země především jako přehledná encyklopedie České fotografie a našich nejvýznamnějších autorů. Mým největším přáním je udělat z naší fotografie předmět nejen odborného, ale i veřejného zájmu, a poukázat na vysoké výtvarné kvality, které nás řadí mezi světovou špičku. Národní poklady, kterým naše fotografie bezpochyby je, bychom měli s úctou chránit, prezentovat doma i v zahraničí a upozorňovat na jejich přednosti a jedinečnost.

Mou snahou je zprostředkovat velké množství informací přehlednou, působivou a zábavnou formou. Aby práce splnila svůj účel, musí čtenář z webu odcházet vzdělanější, poučenější, nadšenější pro fotografii a s chutí se k ní stále vracet a rozšiřovat své znalosti. Práce chce obnovit úctu k tradici, ale také motivovat k hledání nových pohledů na obor fotografie či inspirovat k vlastní tvorbě.

„Zájem o fotografii objevil se u nás současně s jejím zveřejněním. Prvou zprávou o novém vynálezu do České Včely nadšeně píše dr. V. Staněk v r. 1839. Průkopníky počátků naší fotografie byli u nás kněží, učitelé fyziky na církevních školách. Fotografie zajímala je jako nový objev z oboru fyziky a chemie a sloužila jim k vědeckým účelům „ [3]

Z této ukázky z knihy: Česká fotografie 1938–2000 vyčteme, s jakým entuziasmem se čeští průkopníci fotografie snažili držet krok se světem a v mnohém být i unikátní.

Tato bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. První kapitola se věnuje prezentaci fotografií, jejich možnostem a pohledem do budoucnosti. V další kapitole se už zaměřuji na způsob prezentace, který jsem si vybral: web. Analyzuji dva světové a dva české weby, abych prozkoumal jejich výtvarnou kvalitu, uživatelský komfort, rozsah a odbornost obsahu. Určuji, pro jakou cílovou skupinu jsou weby zaměřeny, hodnotím pozitivní i negativní stránky designu. Pro lepší poučení z nedostatků jsem si vytyčil obecné zásady kvalitního designu, a podle nich hledal nové, lepší řešení.

V praktické části se snažím využít všech získaných znalostí z předchozích kapitol a popisuji postup a jednotlivé aspekty tvorby webové databáze. Po obecných informacích, připomínám důležitost vhodné struktury, layoutu, typografie, barvy a technologie webu, a přicházím s vlastním řešením designu.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 FOTOGRAFIE

Fotografie vždy byla a je vynález, který komunikuje, promlouvá k nám obrazem. Stejně jako tvůrce, zhotovitel fotografie, je důležitý i divák, který se na ni dívá. Fotografie nás může oslovovat stejně intenzivně, i když neznáme jejího autora. Obraz komunikuje sám o sobě, nebo s námi vede pomyslný dialog. Autorství ale stále zůstává důležitou informací z historického, uměleckého, i osobního hlediska. Autor, jako umělec i osoba, s námi totiž může skrze fotografické obrazy sdělovat určitý postoj či estetické hodnoty. Proto je důležitá přesná a vytrvalá archivářská činnost s důrazem na osobitost díla. Vrcholem archivační práce pak je presentace autorských fotografií a jejich konfrontace s divákem. Ta může mít v současné době mnoho podob.

„ Jak to vypadá, fotografie stojí s příchodem do 21.století před radikální změnou. Její veškerá potvrzená věrohodnost je ohrožena elektronikou. Neboť nyní můžeme každou fotografii nepoznatelně změnit a zfalšovat, ba dokonce viditelně a trvale vytvořit reálně vůbec neexistující světy. Ve skutečnosti však není takto vzniklý digitální obrázek snímkem obvyklé a osvědčené povahy, nýbrž výsledkem zcela jiného samostatného média. “ [4]

Přes tyto sporné, až negativní, stránky příchodu digitální éry, máme možnost pomocí internetu sdílet fotografie téměř s kýmkoliv na světě. Je to i příležitost, jak docenit práci našich fotografických předchůdců a analyzovat, i obdivovat jejich dílo.



## 1.1 Vývoj a prezentace fotografie

Pro vývoj fotografie byl důležitý objev camery obscury, později také laterny magiky, a položení chemických i optických základů fotografie. Nejstarší předchůdce fotoaparátu, camera obscura, byla zpočátku jen zatemněná komora s otvorem, která sloužila jako kreslící pomůcka. Výsledkem byla tedy jen ruční, nepřesná reprodukce, světelného výjevu. Větším krokem k dnešním projekcím byla Laterna magica, která pomocí zdroje světla promítala na plochu obrázky na průsvitných pásech. Snaha o perfektní imitaci skutečnosti přišla s vynálezem panoramatu, které sloužilo v 19. Století jako zábava. Vylepšení přinesl L. J. M. Daguerre s jeho diorámatem, které iluzi ještě stupňovalo. Okolo roku 1840 W. H. F. Talbot našel metodu, jak zachytit otisk předmětů na citlivé vrstvě, také později objevil první ustalovač, jenž byl podmínkou k uchování obrazu. V této době však byl obraz vždy jen jeden, a to originál. Den 19. srpna 1839 byl vyhlášen v Akademii věd a Akademii krásných umění v Paříži za den vzniku fotografie. Prvenství bylo uděleno L. J. M. Daguerrovi, který se později proslavil i svou fotografickou technikou daguerrotypií. J. C. Niépce zase přispěl svou heliografií, která se stala základem mnohých pozdějších fotochemických metod.

„ Tím, že Daguerre jako podklad používal postříbřené měděné desky, byl každý snímek unikátem a ještě k tomu zrcadlově obrácený. Rozmnožovat tyto snímky ještě nebylo možné. Každý stříbrný lesklý snímek, na kterém byla jemná kresba neobyčejné ostrosti, se musel uchovávat zarámovaný do skla. V roce 1837 byl pořízen první dochovaný snímek: zátiší se sádrovými odlitky. Praktickému využití heliografie už prakticky nic nestálo v cestě. Horlivě a s vyhraněným smyslem pro obchod se Daguerre pustil do rozšiřování svého vynálezu. “ [5]

Nyní bylo možné obraz vyvolat, a doba osvitů se zkrátila z hodin na minuty. Možnost fotografovat přinesl lidem až Daguerre prodejem přístroje le Daguerrotype. Do kontrastu s dnešní masovou produkcí digitálních fotografií, je zajímavé uvést, že daguerrotypie byli představované v bohatě zdobených paspartách, v sametěm vykládaných pouzdrech. Nový vynález je vždy vzácný objekt zájmu, a je mu připisována vysoká hodnota, která se může s časem měnit.

„ Zájem o fotografii nemohl být větší, především proto, že byla okamžitě díky novinám a jiným publikacím rozšířena v Evropě a také v Americe. Daguerre sám publikoval svou metodu už v roce 1839 ve více než třiceti vydáních. Na konci roku 1839 byla fotografie

natolik známá, že se jí vážně zabývaly tisíce lidí nalákaných jejími fascinujícími možnostmi. Přesto byla zpočátku využívána jen nemnohými, především těmi, kteří se zabývali profesionálně výrobou portrétů. Vysoké ceny přístrojů mnohé zájemce odrazovaly. Teprve snížení prodejní ceny, zkrácení dob osvitů Petzvaldovým objektivem a další rozvoj metody záznamu vedly pozvolna k masovému požívání “ [6]

Kolem roku 1850 byla v popředí zájmu portrétní fotografie, která začala prorůstat do společenského života. Nová, lepší technika umožňovala dělat kvalitnější fotografie a naplnit touhy lidí, mít svou vlastní podobiznu. Z anonymní fotografie se také stává prostředek obchodování, výtvarnými kvalitami zase vynikají nové osobnosti jako Nadar, Carjat, Cameronová ad. Mánie masově rozšířených Disdériho fotografických vizitek se možná nevyznačovala estetickou dokonalostí, ale zasloužila se o komerční úspěch fotografie, a stála tak u zrodu šíření fotografie mezi běžné obyvatelstvo. Objevovali se další náměty jako krajina, akt, zátiší. V některých oblastech se fotografie nechala přímo inspirovat malířstvím, jindy to byla zase fotografie, která posunula malířství jiným směrem. Připomeňme si impresionistu Degase, který své kompozice přizpůsobil estetice fotografie, ale i jiné umělce, kteří byli fascinováni zastavením a zachycením prchavých momentů. Vývoj a podobu fotografie silně ovlivňovali nejen požadavky společnosti, ale i umělecké a technické prostředí. Přelom 19. a 20. století byla doba sporů o vážnosti a postavení fotografie vůči umění. Někteří malíři se dokonce obávali, že fotografie malířství úplně vytlačí, to se však stalo jen z části. Na atraktivitě fotografie ještě získala, když okolo roku 1900 bratři Lumiérové přišli s barevnými autochromovými deskami, které se daly i reprodukovat barevným tiskem. Všeobecně se však barevná fotografie prosadila až od roku 1935, díky světové firmě Kodak. S rozvojem technologií a kvality záznamu rostly i nároky na reprodukci obrazu. Vznikají nové techniky jako barevné tisky, platinotisk, pigmentový tisk, gumotisk, olejotisk atd. 20. léta přinesla do fotografie více pohybu a lidského aspektu. Věnuje větší pozornost i velkým detailům, nebo naopak celým scénériím zachycujícím ruch velkoměst. Zejména Amerika měla velký vliv na novou estetiku moderní fotografie a představila umělce, jako byl A. Stieglitz, Paul Strand, Edward Weston ad. Jedna z odnoží fotografie začala sloužit průmyslu jako nový, účinný nástroj propagace. Reklama, jako propagace produktu je velkým důvodem k rozšíření a viditelnosti fotografie. I když v této oblasti slouží hlavně jako prostředek, který plní svůj marketingový účel, její estetika často dosahuje vysokých kvalit. Fotografové jako André Kertész, Alexander Rodčenko či Man Ray povyšují i veřejné zakázky na umělecká díla a zvyšují tak prestiž fotografie, ukazují její velký estetický i sdělo-

vací potenciál. 30. léta přináší do fotografie nový silný prvek, spojený s reklamou: typografii, a stává se tak silným sdělovacím prostředkem, zasahujícím do sociální, politické i kulturní sféry. Dalšími velkými obory, které postupně pronikali na stránky tištěných médií, jsou móda, sociální fotografie či dokument, který je bezpochyby také doménou našich českých fotografů. Byli to právě fotografické obrazy, které nás věrohodněji informovali o událostech, které se dějí mimo náš dohled. Uspěla jak na poli uměleckém, když konkurovala malířství v uměleckých směrech jako piktorialismus, surrealismus, existencialismus, pop-art, tak i na poli technologickém v oboru lékařství, kriminalistiky či astronomie, nebo když přímo přispěla k vynálezu filmu. Fotografie, za svou krátkou existenci, získala mnoho rozmanitých podob i forem. Díky tomu se stala předmětem zájmu odborníků i nadšenců na celém světě, a počet jejich příznivců stále roste. S digitalizací fotografie se změnil celý svět, média nás každodenně doslova zahlcují fotografiemi. Ze starších médií, jako jsou tisk či televize se za posledních deset let pozornost přesunuje především na internet, který může být dynamický obsahem i formou. Spojení obrazu s textem už bereme jako samozřejmou součást denní informovanosti o světě. Vlastnit fotoaparát již také není nic zvláštního, zaznamenává naše životy a uchovává naše vzpomínky. Dá se říct, že internet je největší světovou galerií fotografie. Je to však galerie kolísavé kvality, pochybného vkusu a nevelké důvěryhodnosti. To však neznamená, že dnes nevznikají originální umělecké projekty, nebo že internet není nejlepším dosavadním způsobem prezentace fotografií. Pouze je důležité si uvědomit, že vše nové vyžaduje pečlivost a sebekritiku tvůrců fotografií i webů, které je prezentují.

## 1.2 Další možnosti prezentace

Dnes nacházíme fotografie prakticky na každém kroku. Plní svou propagační, sociální i estetickou funkci. Fotografii můžeme nejjednodušeji rozdělit na užitou a volnou, obě však mohou přinášet hodnotné sdělení. Fotografii užitou, která plní svou konkrétní funkci, můžeme vidět ve všech časopisech, magazínech, reklamních plochách, na internetu, v módním katalogu. Takové obrázky slouží především jako ukázka produktů, životního stylu, nebo jsou doplňkem různého textu. Jsou součástí nosičů, médií, které fotografie prezentují většinou za jiným účelem, než jsou fotografie samotné. Novinářská konkurence zvyšovala kvalitu a aktuálnost sociální fotografie či dokumentu. Vznikali edice a knižní nakladatelství, které byli zárukou kvalitní a důvěryhodné prezentace fotografií. Naproti tomu volná umělecká fotografie může vypovídat sama o sobě, nebo o autorovi, aniž by měla komerční účel. 21. Století již bere médium fotografie jako ceněný svébytný vizuální obor, který si zasluhuje být vystavován, diskutován, odborně kritizován či analyzován. Po celém světě existují muzea vlastníci sbírky s historickými fotografiemi, které vypovídají o minulosti jednotlivých států nebo o estetické podobě fotografie v určitých dobách. Galerie nás zase mohou seznámit s novými autory a novými přístupy k tvorbě. Galerie, jako veřejné zařízení, nadále plní svou funkci a zprostředkovává přímý zážitek z viděných fotografií. Výstavy bývají většinou doplněny vernisáží s osobní účastí autora, který může svou tvorbu obhájit vlastními slovy, což je výhodou oproti publikaci v tiskovinách či na internetu. Internet nabízí více možností, jak publikovat své fotografie. Můžeme je prezentovat na již zřízených doménách, účastnit se soutěží, vytvářet vlastní weby či blogy, sdílet fotografie na sociálních sítích nebo soukromých fotoalbech. Možností je velmi mnoho. Pokud hledáme kvalitní obsah a velké množství kvalitních fotografií, shromážděných na jednom místě, hledání je už náročnější. Například celosvětové weby, jako Magnum photo, National Geographic nebo World Press Photo, jsou dobrým příkladem důležitých webů s minimem nekvalitního obsahu. Českých webů o fotografii je také mnoho, a to s různým zaměřením. Některé jsou čistě soukromé, soutěžní, technologicky zaměřené nebo sbírkové. V této bakalářské práci se zaměřuji především na vzdělávací, encyklopedický web o fotografii, který prezentuje důvěryhodný kvalitní obsah.



### 1.2.1 Vize budoucnosti

Co je dnes pokládáno za běžné, snad nebylo století zpět ani v představách největších snů. Digitalizace změnila svět, posléze ji globalizace ještě více umocnila. Denně čteme, nebo alespoň můžeme, o životě cizích lidí, v cizích zemích. Takový stav společnosti může působit až schizofrenně či neosobně. Diskuze o pozitivních a negativních dopadech na jednotlivce by byla na dlouho. Stačí si jen uvědomit, kolik času jsme dnes ochotni trávit vzájemným prohlížením fotografií na sociálních sítích, jako např. Facebook, a jak se naše rozdíly na soukromí liší. Fotografie přinesla úžasný dar, zastavit čas, a stala se na dlouhou dobu důvěryhodným médiem sdělujícím realitu. V době digitalizace se však zdá vše relativní až podezřelé. Ať už jde o autorství, manipulaci či politický podtext, nedůvěřujeme fotografiím tak, jako před stoletím. Na druhou stranu jsme pořizováním fotografií ochotni trávit mnoho času a pečlivě je archivovat ve svých počítačích či na externích úložištích. Digitální fotografie vypalujeme na nosiče jako CD, DVD, a na výzkumu nových nosičů a zařízení se ve světě denně pracuje. Výstupem fotografií už nemusí být jen vyvolaná zvětšenina či tisk, stačí se na ni dívat na monitoru svého počítače, televize, nebo ji promítat na plátno. Oblíbeným výstupem je kombinace fotografií s hudbou, mluveným slovem, virtuální prezentace atd. Profesionálním fotografům dnes slouží internet jako úspora času. Místo fyzického kontaktu, stačí poslat soubory přes email, sociální sítě, či uložit na webové úložiště s velkou kapacitou. Doba se pomyslně zrychluje, a podstivost v profesním životě vyžaduje sebekritický postoj a zásadovost jednotlivců. I dnes mohou vznikat, a vznikají, úžasné fotografické cykly, připomínající nám podstivý přístup starých mistrů. Velkou nezodpovědností je, nechat se jen unášet euforií technického pokroku, a zapomínat na bohatství myšlenkové, umělecké a výpovědní hodnoty díla. Tak, jako dnešní vyspělejší technologie umí lépe číst v historických událostech, tak by měla sloužit i nadále v objevování a prezentaci našeho kulturního bohatství. Digitalizace stále rozšiřuje naše možnosti, díky nimž můžeme snímky více oživit, udělat je prostorovými atd. Zda-li fotografie, jak ji známe teď, za pár let vymizí, bude už jen nefyzická nebo bude mít úplně jiné společenské funkce, můžeme jen odhadovat. Častokrát jen jeden okamžik, někdy i omyl, nebo jen jedna odhodlaná osoba, může změnit směr toku určitého odvětví. Jako Daguerre učinil z fotografie zábavu pro lidi, bratři Lumiérové posunuli hranice obrazu až k filmu, tak může s něčím přelomovým přijít člověk i ve 21. století, které

je teprve na začátku. Další vývoj fotografie bude určitě zajímavý, tak jako byl doposud a názory na ni se budou různit a přetahovat. To je dobrou útěchou, že nadále zde bude prostor pro analýzu a kritiku tohoto mutujícího média.



## 2 ANALÝZA WEBU

### 2.1 Design informací

„V prehistorickém období, musela nějakým způsobem skupina lidí komunikovat. Snažili se předávat si informace i když k tomu měli omezené možnosti - gesta, posunky. Ukázalo se, že uchovat informace a předat je, bylo životně důležité. Protože vyslovené nebylo trvanlivé (lidská paměť nebyla spolehlivá nikdy), pomohly paměťové pomůcky (zářezy, uzly, značky, řetězy mušlí kresby a malby). Ani to však nebylo ono. Jednoznačnost a přesnost myšlenky je jemný duchovní materiál, háklivý na mnohoznačnost, neurčitost a nepřesnost danou interpretem i časovým posunem. Tisíce let vývoje artikulované řeči nakonec přivedly lidstvo k vynálezu písma. Písmo je ryze pragmatický produkt člověka. Pro měnlivé hodnoty - počty kusů dobytka, množství obilí, daně, rozměry pozemků atd. si nemohl nikdo přesně pamatovat. Vývoj od obrázkové, symbolické nebo znakové formy informace ke znaku, kterému byl pevně přiřazen zvuk, je dokladem toho, jak člověk hledal, uvažoval, abstrahoval, jak duševně vyzrával. Akcelerace společenských formací, které písmo objevily a užívaly, byla zjevně rychlejší, kde se vývoj formoval pomaleji, nebo jen zprostředkovaně. Jen nepatrný zlomek historických civilizací vytvořil původní písmo. Egypt, Mezopotámie, Čína a Yukatán. Dvěma národům vděčí novověk za skutečnou hláskovou abecedu, Féniciánům a Řekům.“ [7]

Design informací je prostředkem komunikace, je nositelem informací. Komunikace je prastarou potřebou a touhou lidí sdílet své poznatky, analyzovat je a uchovávat. Dějiny písma jsou dobrým důkazem toho, kolik času a trpělivosti lidé věnovali vypracování písemných systémů. Je zajímavé si uvědomit, že do vynálezu knihtisku, naprostá většina literatury byla psána formou poezie. Dnes můžeme mít pocit, že se plýtvá slovy, a že máme potřebu vše převádět do psaného projevu. To je dobré k uchování paměti lidstva, či učení se z chyb, ale může také docházet k tzv. informačnímu šumu. Nadbytek informací nás okrádá o drahocenný čas, který nám nikdo nevrátí. Právě pro urychlení hledání důležitých informací vznikl design informací, jako odnož grafického designu.

Design informací, Information design, se nedá úplně přesně definovat, je také často označován jinými názvy, jako informační architektura, vizualizace informací atd. Design informací především slouží k nejlepší možné prezentaci konkrétního obsahu. Zabývá se

zpracováním dat, jejich analyzováním, tříděním, organizováním a výslednou podobou. Může se jednat jen o typografii, ale také o obrázky, multimedia. Obecně design informací souvisí s jazykem, estetikou, psychologií, obchodní strategií, chováním a poznáním. Jde především o jasnost a srozumitelnost sdělení konkrétní myšlenky.

Velký vliv na přesné členění textu měl nesporně vynález knihtisku Johannem Gutenbergem roku 1448. Hlavní význam knihtisku spočívá v rozšíření písemné kultury mezi širší vrstvy obyvatelstva. Knihy vydané v mnoha tištěných exemplářích byly daleko dostupnější a lépe odolaly hrozbě úplného zániku než unikátní rukopisy. Vytváření identických kopií mělo i velký normotvorný význam. Díky knihtisku například došlo ke sjednocení liturgických textů, zásadní roli hrál knihtisk i při utváření závazných jazykových pravidel.

Každá doba měla své požadavky na zpracování informací. Přes zeměpisné mapy, ceníky zboží, telefonní seznamy, až po módní katalogy, ceníky či přehledy umělců, grafici se snažili hledat účinné nové cesty sdělení. Naše oko často na první pohled rozezná design 30., 50., či 70. let, protože je zvyklé na určité estetické archetypy, opakující se schémata. Dnešní doba je ovlivněna internetem a počítačovou estetikou, např. podobnými uživatelskými rozhraními. Dnes je potřeba přehledného grafického designu stejně jako dříve, kvůli většímu množství obsahu možná ještě více. K rozvržení prvků na ploše monitoru by měl být stejně kritický a promyšlený přístup, jako k sazbě odborné knihy. Práce s písmem tvoří největší část práce grafika, proto je znalost typografických pravidel nezbytná. V renesanci byli písmaři schopni vysázet text působivě, jen za pomoci jednoho fontu. Takové estetické cítění je v rámci informačního designu nutné i v dnešní digitální době.



## 2.2 Světové weby

### 2.2.1 Web 1: Smarthistory

Webové stránky Smarthistory jsou volnou, světovou databází umění. Stránka je zaměřena především na historii umění a jejím cílem je vzdělávat zábavnou formou. Autoři webu si uvědomili, že obrovské množství suchého textu je pro studenty umění často odrazující. Proto se autoři rozhodli obsah z knih přepracovat pro internet, a sdílet k volnému užívání. Web je inovativní ve vzdělávacích krátkých videích, v kterých odborníci umění diskutují o konkrétních dílech, a učí tak argumentaci a podrobné analýze. Smarthistory je web neustále se rozvíjející a rozrůstající, již oblíbený na mnoha celosvětových univerzitách. Chce zahrnout celou historii umění, s tím, že některým obdobím se věnuje více podrobněji než těm, které např. zahrnují málo děl, nebo se o nich tolik neví.

Vizuální styl Smarthistory je na první pohled velmi čistý, elegantní a profesionální. Logo je umístěné standardně v levém horním rohu. Logo, díky své neutrální barevnosti neruší a je velmi decentní. Na webu je vhodně použita kombinace serifového a bezserifového fontu. Barevnost je hlavně potlačena světle modrá a reflexní světlá zelená, sloužící jako výběrová a doplňková barva. Layout je jednoduchý, vhodný pro svůj účel. Domácí stránka nás automaticky navede na rozcestník, abychom si vybrali podle času, stylu, umělce, nebo tématu obsah, který nás zajímá. Pod hlavičkou je umístěná velká časová osa, doplněna čtvercovými náhledy děl, které působí také čistě. Na druhé úrovni webu je layout rozdělen do tří částí. Levou část tvoří menu, prostřední text s obrázky či videem a pravá zahrnuje mapku, tzv. Kde a Kdy. Text je zarovnán na levý praporek, někdy je dokonce, pro lepší a rychlejší orientaci, zarovnán více vpravo. Je vhodně dělen odstavci na menší části textu. Font je velmi dobře čitelný, působí knižně a neunavuje oko.

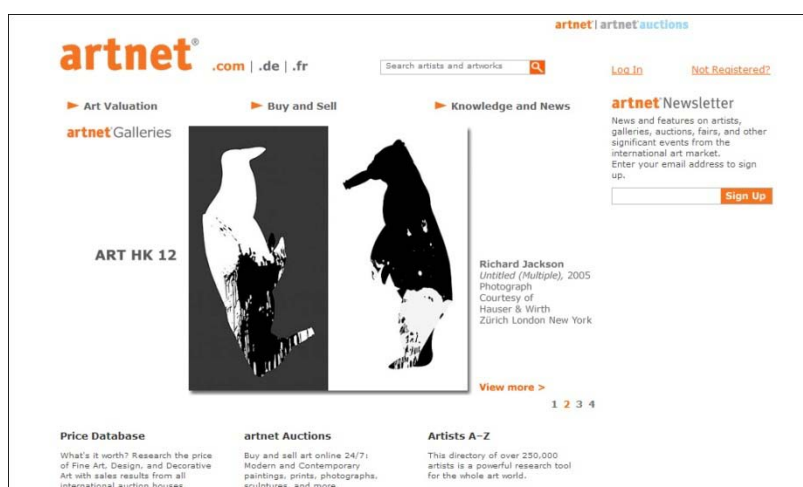
Web má dobrou navigaci a svou funkci, vzdělávacího webu o umění, plní dobře. Nabízí návody, jak se efektivně učit a také nabízí různé aplikace ke stáhnutí. Na web se neustále znovu rád vracím, protože jeho design, obsah a navigace jsou v harmonii.

## 2.2.2 Web 2: Artnet.com

Artnet je celosvětový ambiciózní projekt. Je to místo, kde se vyhledává, nakupuje a prodává umění online. Je to největší web svého druhu s více než 2 200 galeriemi, v minimálně 250 městech celého světa, s více než 166 000 díly, a 39 000 umělci z celého světa. Slouží především pro obchodníky, jako cenová databáze, ale i pro znalce umění. Dokumentuje výsledky z aukčních síní, přináší tak zajímavý pohled na dnešní ohodnocení uměleckých děl. I přes svůj obchodní záměr, web přináší ucelený přehled umělců, a jejich profilů.

Vizuální styl je nepřehlédnutelný pro svou výraznou oranžovou barvu. Všude je použitý jednoduchý bezpatkový font v různých řezech. Vhodně je použitý především velmi tenký řez písma, který neruší při velkém množství textu. Web je profesionální ukázkou designu, který se řídí pravidly jednoduchosti a dobré čitelnosti. Písmo slouží jako seznam, jako nosič informace, a neruší či nepřebíjí obrázky, které chce prezentovat. Všechny dlouhé seznamy jsou srozumitelně členěny odstavci nebo různými řezy fontu či rozdílnými barvami.

Web je možné zobrazit ve třech jazycích: anglickém, německém a francouzském. Přímou můžeme vyhledávat konkrétního umělce nebo umělecké dílo. Hlavní menu se dělí do tří částí: ocenění uměleckých prací, nákup a prodej, vzdělání a novinky. Členění kategorií se pak různě větví, ale i přes obrovské množství obsahu, napříč celým webem najdeme jednotný layout, logický systém a vynikající navigaci.



## 2.3 České weby

### 2.3.1 Web 3: Artmuzeum

Artmuzeum je unikátní projekt paní Martiny Glennové. Vypracovala celý web sama, což je pro mě velkou inspirací a motivací pro můj web Czech Photo. Je to soukromý projekt, nad kterým jako jednotlivce strávila přes deset let. Takové práce jsou srdcovou záležitostí, na kterých jsme většinou ochotni dále pracovat. Artmuzeum je databáze umělců, především malířů, která zahrnuje již přes 2000 životopisů a 100 uměleckých směrů.

Dovolím si citovat paní Martinu přímo ze stránek Artmuzea:

„Přesně před deseti lety jsem začala psát ArtMuseum.. Nikdy by mě nenapadlo, že naroste do takových rozměrů a úplně naplní můj život, že z něj vznikne tolik dobrých věcí, že obohatí nejen mě, ale i hodně lidí kolem. S ním jsem hodně získala i ztratila, ale celých těch deset let stálo za to. A pořád stojí...

Malá myšlenka, vzniklá kdysi dávno na pláži na Long Islandu, mě nasměrovala dál, vedla mě tím správným směrem, dodávala mi nadšení i energii - ArtMuseum bylo právě v mých těžkých obdobích velkou pomocí, podporou, světýlkem ve tmě, dodávalo mi naději. Hodně lidí moje nadšení dělat věci pro ostatní sama, zadarmo a ve svém volném čase nechápalo, ale měla jsem štěstí na pár nadšenců kolem mě a mou rodinu, která chápala, že daleko radši sedím doma zavřená s notebookem na kolenou a píšu si svoje věci, než se účastním sklizně brambor na jejich zahrádce...

Ano, vím, ArtMuseum není dokonalé, sama jsem si vědomá hromady chyb a nedokonalostí, daleko víc než jeho běžný návštěvník, ale často bojuji se zoufalstvím a panikou, že se se svou prací ani nepřiblížím konci.. Moje práce je osamělá, nijak neodměněná, ale přesto mě baví - cílem člověka nemusí být osobní štěstí, které je pomíjivé, ale užitečnost, která trvá..“

Web je v českém i anglickém jazyce. Hlavičku tvoří vkusné historizující logo v podobě serifového fontu a abecední seznam pro hledání autorů. Dalšími možnostmi třídění autorů je hledání podle zemí původu, nebo klasický vyhledávač. Hlavní menu tvoří UMĚLECKÉ SMĚRY a MUZEA A GALERIE. Oceňuji seznamy umělců, které jsou přehledné díky pruhovanému pozadí pro rychlejší orientaci a tenkému řezu písma. Stránka je členěná podle pevného layoutu, a působí velmi čistým dojmem.



### 2.3.2 Web 4: Artlist

Artlist je projekt Centra pro současné umění Praha, o.p.s, který zaznamenává vývoj českého umění od 2. poloviny 20. století do současnosti. Zahrnuje umělce, skupiny, teoretiky, galerie atd. Databáze si klade za cíl sloužit jak odborné, tak laické veřejnosti, a to na místní i mezinárodní úrovni. Internetová verze Artlistu byla spuštěna roku 2006 jako pokračování dokumentace Sorosova centra pro současné umění-Praha budované od roku 1992. Artlist se tak připojil k dalším obdobným projektům mapujícím české umění na internetu.

Na první pohled grafika webu působí zastarale. Největší podíl na tom má nevhodná barevná kombinace. Subjektivně si myslím, že tyto barvy nejsou pro umělecký web nejvhodnější a jejich kombinace zde nemá opodstatnění. Logotyp je rušivý, bílá příliš září na černém podkladě. Navíc odvádí pozornost od obsahu pod ním. Písmo v hlavním menu má spoustu chyb v prostkání, je to esteticky rušivé. Hlavní menu by mělo být více výrazné, přístupné, zde černá typografie splývá se zeleným pozadím. Jako webový font byla vybrána Helvetica, což mi přijde jako násilná snaha o uniformitu, namísto podtržení národní jedinečnosti. Jako pozitivum vidím dobrou čitelnost seznamů se správným řádkováním a velkými postranními písmeny pro rychlou orientaci.

Na menu oceňuji jednoslovné názvy kategorií, které jsou seřazeny podle pomyslné důležitosti. Vyhledávání funguje pouze v rámci celého webu a nelze ho více specifikovat. Layout uměleckých profilů je dělen na obrazovou a textovou část. Obrazová část nechává obrázkům volnější kompozici, což někde vypadá lépe než pevná mřížka. Na typografii mi nejvíce vadí velké bloky textu bez odstavců a sazečské chyby, jako samostatné spojky na konci řádku. To vše jsou nedostatky designu informací, který chce být srozumitelný a čistý.







## 2.4 Určení cílových skupin

Je důležité vždy vědět, pro koho je nový projekt určen. Buď designér přizpůsobuje obsah na míru uživatelům, což je více marketingový způsob, nebo udělá design a teprve poté zjistí, kdo jej nejvíce užívá. Můj web Czech Photo by mohl existovat i sám o sobě, není komerčně zaměřen, tudíž není na žádné skupině závislý. Je to osobní web, který má za cíl určitým skupinám prokázat službu, ale je otevřen pro všechny bez výjimky. Cílovou skupinou jsou v první řadě uživatelé internetu, potenciálním návštěvníkem může být kdokoliv.

Speciální skupinou jsou samotní fotografové, kteří zaujmají velkou část obsahu webu. Stránka prezentuje jejich osobní data a jejich dílo. Web je propaguje a snaží se zaručit za pravdivost obsahu, zatímco fotografové zvyšují atraktivitu webu. Největší cílovou skupinou budou zřejmě zájemci o fotografickou historii a teorii. Velký důraz je také kladen na studenty uměleckých škol, na rozšíření znalostí o stručný přehled naší české fotografie. Web tedy může být užitečný i pro celé instituce, jako školy, knihovny, galerie, muzea atd. Dalšími cílovými skupinami mohou být učitelé, odborníci na fotografii, či historikové.

Co člověk, to jiný uživatel webu. Proto musí kvalitní design vyhovovat všem požadavkům. „Někteří lidé (Jakob Nielsen jim říká „vyhledávači“) se budou vždy po vstupu na nějakou stránku pít po vyhledávacím poli. (Stejní lidé možná ihned po vstupu do obchodu kontaktují nejbližšího prodavače.) Jiní lidé (podle Nielsena „odkazovači“) se budou téměř vždy nejprve snažit objevit nějaký odkaz a začnou vyhledávat teprve až vyzkouší všechny pravděpodobné odkazy, na které lze klepnout. Anebo budou stránkami značně frustrováni. U všech ostatních bude záviset rozhodnutí, zda mají začít prohlížením nebo vyhledáváním, na jejich aktuálním rozpoložení, na tom, jak moc spěchají a zda jim stránky připadají přehledné.“ [8]

## 2.5 Zhodnocení analýzy

Průzkum, již vytvořených webových designů, mi pomohl ujasnit si priority vlastního projektu. Kdyby zadání znělo jednoduše: databáze umění, každý z deseti designérů vytvoří web jinak. Poznal jsem mnoho přístupů k problematice a zjistil, že zaostává-li jeden aspekt designu za ostatními, na celkovém dojmu to jde vždy znát. Vytváření kvalitního webu je organický proces, neustálé se vracení a opravování chyb, které jsme si na začátku procesu neuvědomovali. Největší chybou designerů je spokojit se s nedostatky, nebo neschopnost vidět práci jako celek. Práce by měla být konzistentní, a být podpořena silným vizuálním stylem. Jako grafičtí designéři nikdy nesmíme podceňovat písmo, které je na designu informací nejdůležitější. Jeho správné použití je podmínkou spokojenosti uživatele.

### 2.5.1 Základy kvalitního designu

Hlavní rozdíl mezi uměním a grafickým designem je funkce. Dobrý grafický design musí na prvním místě plnit svou funkci, estetická hodnota dělá zase práci atraktivnější a nezaměnitelnou. Ideální řešení kloubí dohromady funkčnost, uživatelský komfort a krásu. Dobrý design je také inovativní, nebojí se lišit od ostatních a využívat nejnovějších technologických poznatků. Musí co nejlépe prezentovat svůj obsah, ať už se jedná o informační databázi, nebo prodej produktů. Musí být vkusný, vizuálně přitažlivý na první pohled, jinak návštěvníci budou hledat jinde, a sebelepší obsah to už nezachrání. Také je důležité si uvědomit, že pokud usilujeme o seriózní vzhled a image spolehlivosti, design nesmí být vtíravý, nevkusně vybízející. Dobrý design musí být komplexní ve vizuálním stylu a vypracovaný v detailech, které by jinak celkový dojem rušili. Dobrý design by měl být nadčasový a dlouhotrvající, zvláště u prací s cenným obsahem. Srozumitelnost u webových stránek se často odvíjí od základních aspektů, jako barva, kontrast, tok, vyváženost. Dobrý design musí působit nenásilně, samozřejmě a být intuitivně ovládán a především sloužit uživateli. Grafický designer je zodpovědný za kvalitu a spokojenost uživatelů. Odměnou kvalitního designu je jeho časté, oblíbené a někdy i všeobecné užití.

### 3 ZÁVĚR TEORETICKÉ ČÁSTI

V teoretické části jsem si ujasnil téma fotografie, kterému má práce sloužit. Zaměřil jsem se na vývoj fotografie a změny v jejím poslaní, i změny ve společnosti. Prozkoumal jsem možnosti, jak lze fotografie prezentovat v dnešní době, s malým zamyšlením nad tím, kam se může fotografie dál ubírat.

Další téma, které souvisí s mou prací, je odvětví grafického designu, design informací. V dnešní době, kdy jsme s informacemi různého druhu konfrontováni denně, je důležité umět tuto masu třídit, řadit, zjednodušovat atd. Zdůraznil jsem důležitost odborné práce s písmem, textem, znalosti typografických pravidel.

Na čtyřech analýzách rozmanitých webových databází, jsem si uvědomil pozitiva, negativa a nejdůležitější prvky designu informací. Zaměřil jsem se na zvládnutí množství obsahu, přehlednost, intuitivní navigaci, atraktivitu vizuálního stylu atd. Poučil jsem se z pozitivních i negativních stránek cizího designu, a poznatky použil pro můj vlastní návrh. Analyzoval jsem potencionální cílové skupiny. Na nich jsem si uvědomil, zda bude web sloužit svému účelu. Ujasnil jsem si obecné zásady kvalitního a funkčního designu.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 DATABÁZE

### 4.1 Možnosti databáze

Databáze je vnitřně organizovaný soubor informací, dat. Slouží k jejich následnému zpracování. Za první databáze můžeme považovat papírové kartotéky. Databáze obsahuje data uložená na paměťovém médiu. Tato data mají mezi sebou určité vztahy, např. mohou být chronologicky řazeny. Jsou také určitým způsobem členěna, od obecnějšího až k individuálnímu obsahu. Internet používá databázi při tvorbě webových aplikací. Databáze urychlují práci, bývají optimalizovány pro více uživatelů a obsahují mechanismy, usnadňující práci s daty. Redakční systémy či internetové obchody se bez databází neobejdou. Mezi nejznámější databáze používané na internetu patří MySQL, PostgreSQL a Oracle.

### 4.2 Databáze umění

Databáze umění se v podstatě neliší od jiných databází. Musí umožňovat rychlé nalezení potřebných dat, údajů, informací. Musí třídit obsah do logických a lehce srozumitelných kategorií a sekcí. Důležité je víceúrovňové vyhledávání, které činnost urychlí. Protože databáze umění nabízí zajímavý a esteticky přitažlivý obsah, musí počítat s návštěvníky, kteří se na něm budou procházet bez konkrétního cíle. Vyžaduje vynikající propojenost jednotlivých částí a intuitivní opakování vyhledávacích postupů. Databáze umění je nosičem uměleckých děl, které nesmí svým designem přebíjet, ale naopak podtrhnout, zvýraznit. Vizuální část musí být v souladu s obsahovou, a velký důraz musí být kladen na perfektní čitelnost textu a využití negativního prostoru. Kromě textu musíme také počítat s barevnými obrázky, proto není vhodné web barevně překombinovat. Je důležité udržet jednotný vizuální styl napříč celým webem a nepoužívat příliš velké množství prvků.

Mým cílem je vytvořit databázi českých fotografií. Databáze fotografií by měla plnit všechny obecné požadavky správně fungující databáze a prezentovat svůj obsah ve srozumitelné podobě. Přehlednost, rychlé intuitivní ovládání, jasný layout, zapamatovatelný vizuální styl, vhodná typografie, barevnost, proporce, to jsou jedny z parametrů, kterým ve své práci věnuji velkou pozornost.

## 5 DATABÁZE FOTOGRAFŮ – NOVÉ ŘEŠENÍ

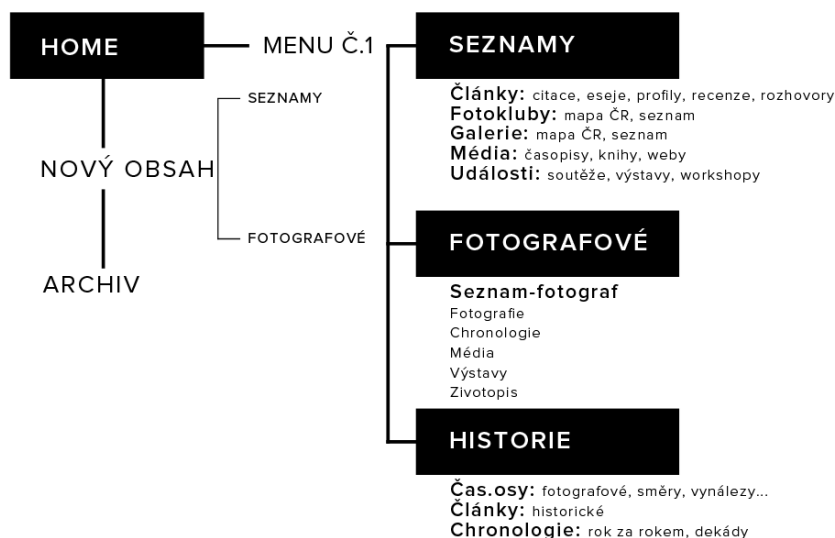
### 5.1 Obsah a struktura

Obsahem fotografické databáze Czech Photo jsou texty, obrázky, grafiky. Celý obsah je rozdělený do tří hlavních kategorií: SEZNAMY, FOTOGRAFOVÉ a HISTORIE. Na hlavní home stránce lze také zobrazit nejnovější vložený obsah, dělený do dvou skupin: seznamy a fotografové. Obsah je dynamický, neustále se rozrůstající a všechny nové data se systematicky archivují do databáze. Poté je lze vyhledávat pomocí různého seřazení či rozšířeného vyhledávání. Czech Photo se zaměřuje především na trvanlivější obsah, teorii a historii české fotografie, neustále se předbíhající technologické novinky nechává stranou. Najdete zde spíše obsah, který má pro českou fotografickou tradici trvalou vypovídací hodnotu.

Kategorie SEZNAMY je dále dělena na Články, Fotokluby, Galerie, Média a Události. Záměrně není podkategorií moc, aby se uživatel v menu neztrácel. Tyto podkategorie se ještě dále dělí na přesnější části: např. Články: citace, eseje, profily, recenze, rozhovory. Jednotlivé položky lze řadit podle data a názvu v různě velkých blocích.

Další kategorií jsou FOTOGRAFOVÉ, významní reprezentanti české fotografie. Cílem webu není pojmout co největší množství autorů, ale udělat přehledný a stručný výběr těch historicky nejvýznamnějších. Konkrétního fotografa lze najít podle jmenného rejstříku, data narození, žánru, klíčových slov nebo přes vyhledávání. Abecední seznam fotografií lze zobrazit celý, nebo jen s autory, jejichž příjmení začíná stejným písmenem. Menu konkrétního fotografa se dělí na: Autorský profil, Fotografie, Chronologii, Média, Výstavy a Životopis. Dále se dělí do více částí jen média o autorovi: články, knihy, rádio, televize, internet. Důležitou součástí je samotná foto galerie autorských fotografií, kterou můžeme řadit podle jednotlivých cyklů, podle data, názvu atd. Některé fotografie jsou přístupné v obrovském rozlišení a otevírají se ve speciálním okně.

Třetí kategorie HISTORIE zahrnuje nástroje jako časové osy a slovníček pojmů. Pojednává o jednotlivých dekádách fotografie, nabízí chronologii různých esejí, jak vznikaly rok za rokem. Nabízí historický pohled na vývoj technologií a fotografických žánrů u nás.



## 5.2 Drátěný model

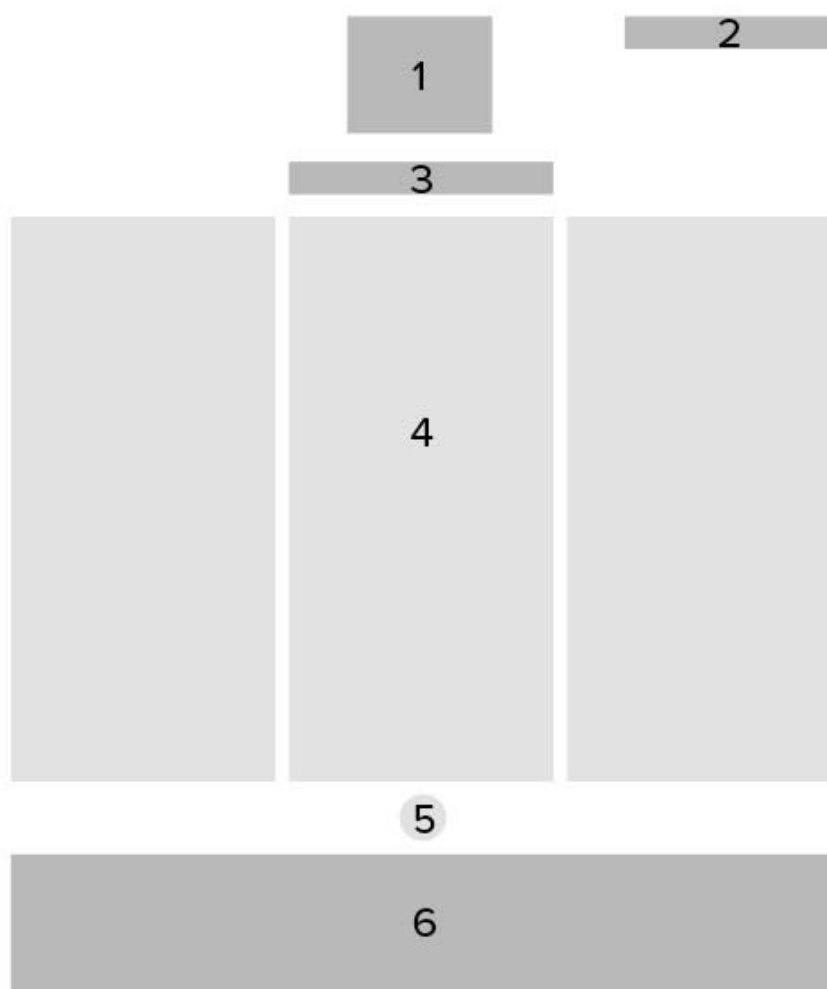
Začátkem tvorby každé webové prezentace by měl být tzv. wireframe, neboli drátěný model. Pro znázornění celé struktury webu, musíme udělat wireframe pro každou stránku zvlášť. Určuje rozmístění jednotlivých navigačních grafických a informačních prvků na webové stránce. Při tvorbě drátěného modelu využíváme poznatky o použitelnosti a přístupnosti webových stránek. Díky wireframu si uvědomíme chyby v designu dříve, než se pustíme do zdlouhavé grafické práce. Je to užitečná skica grafického designéra, která slouží k chápání celku a funkčnosti návrhu.

Shrnutí cituji z [www.comerto.com](http://www.comerto.com):

1. V drátěném modelu definujeme základní prvky, které musí každá stránka obsahovat – divili byste se, kolik webů neobsahuje podstatné části a funkce.
2. V drátěném modelu určujeme správné a konzistentní rozmístění obsahových a funkčních prvků na stránce.
3. V drátěném modelu definujeme využití prvků a obsahu k podpoře hlavního cíle dané stránky – každá stránka má svůj cíl, důvod proč existuje.
4. V drátěném modelu specifikujeme funkce každého prvku v rámci rozložení stránky.
5. Drátěný model využíváme jako nástroj modelového testování webu na uživateliích – zde lze odhalit problémy v použitelnosti webu.
6. Za pomoci drátěného modelu řešíme odkazovou provázanost jednotlivých stránek.



Wireframe je funkční model webu, bez finální grafiky a obsahu.



### Drátěný model

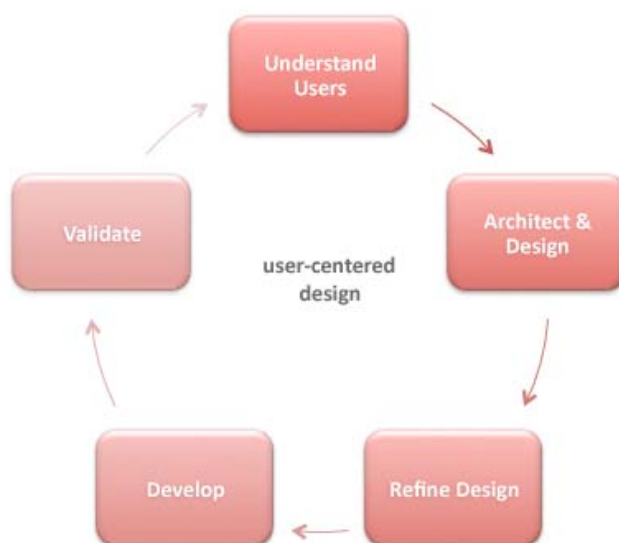
1. Logo
2. Vyhledávání
3. Menu
4. Obsah ve 3 blocích
5. Tlačítko zpět
6. Lišta odkazů

### 5.3 Hledání řešení a postup

Prvním krokem při tvorbě nového webu je ujasnit si zadání, co má být výsledkem snažení. Musel jsem si vyhradit rozsah práce, vytřídit zbytečnosti a nechat jen důležitý obsah. Po dlouhých úvahách jsem celý obsah rozdělil jen do tří hlavních kategorií. K dobrému sdílení vybraného obsahu, jsem musel dojít přemýšlením o rozvržení jednotlivých prvků. Nejdříve jsem si vypsál, co vše musím do designu zahrnout, a potom začal skicovat různé grafické řešení. Neustálé porovnávání, kritika a předělávání mi začali napomáhat k novému designu mé databáze.

První se musíme vcítit do role uživatele, který na stránky přijde poprvé. Jak se bude orientovat? Najde hledané texty dříve, než v obyčejné tištěné kartotéce? Bude spokojený s velikostí prezentovaných fotografií? Bude se na stránky znovu vracet a proč? Položíme-li si mnoho otázek podobného typu, vždy najdeme, co jde ještě vylepšit. Až jsem si ujasnil potenciální požadavky uživatele, zaměřil jsem se na architekturu webu. Web není malířské plátno, ale logicky řešená plocha, sloužící obsahu a uživateli. Jasná struktura a navigace jsou nezbytné. Design jsem postupně zbavoval všech zbytečností, a naopak kde jsem viděl nedostatek, neustále jsem zkoušel nová řešení.

Posledním krokem bylo zkoušení webu, jak funguje jako celek, zda jsou všechny stránky správně propojené. Sebekritický přístup je důležitý až do posledního publikování na síti.

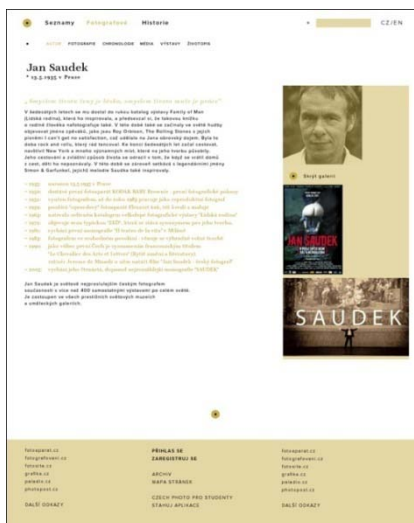
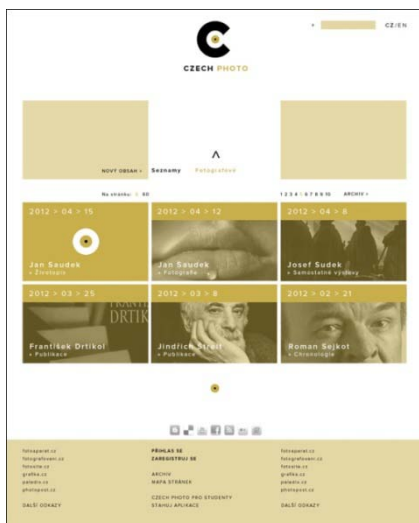


## 5.4 Layout

„ Pro většinu grafiků a kreativních vedoucích je layout stadiem projektu, kdy se nápady a plány začínají dávat dohromady. Text, fotografie a ilustrace jsou dokončeny nebo alespoň v hrubém návrhu a vy můžete všechny části vidět jako souvislý celek. Tato fáze ale také může být největší zkouškou po grafika, protože skvělá fotografie nebo koncept může být špatným layoutem zcela zničen.

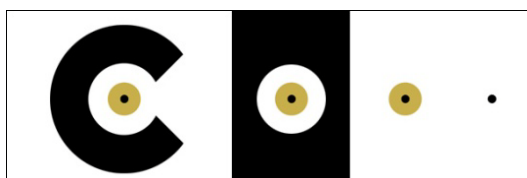
Nastavení mřížky pro stránku je často posledním krokem v úvodní fázi grafického procesu, ale první částí při tvorbě použitelných šablon. Jakmile je rozhodnuto o všech fontech, sloupcích, obrázcích atd., pak může být všechno zkomponováno dohromady jako mřížka. Všechny elementy stránky mohou být vyváženy a detaily dodělány, aby byl výsledek perfektní.“ [9]

Layout mého návrhu je tvořen hlavičkou, kde se nachází logo a hlavní menu. Největší obsahová část plochy je rozdělena do tří pomyslných částí. To je vhodné pro různorodý poměr textu a fotografií, lichý počet může vytvářet více dynamické kompozice. Na konci obsahové části je vždy symbol zlatého oka, které urychlí vrácení zpět na hlavičku webu. Zápatí je jasně odděleno jinou barevností a nachází se zde užitečné odkazy včetně ikonek sociálních sítí. Dále jsem použil, ne příliš častou metodu měnící se hlavičky, která na druhých úrovních umožňuje větší prostor a čistotu celkového layoutu.



## 5.5 Logo

Logo fotografické databáze Czech Photo je záměrně geometricky čisté. Má podobu dokonalého tvaru kruhu. Jeho výseč vytváří velké písmeno C odkazující na název Czech. Tvarosloví písmena C koresponduje i s nápisem CZECH PHOTO pod symbolem. Je totiž vysázen fontem Proxima, konstruovaným groteskem, zdůrazňujícím zlatou dobu české fotografické avantgardy. Další symboly, které logo ztvárňuje jsou: objektiv, oko, zostřená čočka, navíjecí mechanika, časová výseč, šíření světla, a možná by se našly i jiné. Interpretaci loga nechávám na divákovi, protože jsem přesvědčen, že logo dobře funguje i bez přesného identifikování. Má především působit technicistně, historicky, elegantně a slavnostně. Tomu napomáhá i zlatá, či sépiová barva, která zdůrazňuje tradici a kulturní bohatství. Záměrně jsem se vyvaroval podpěrných prvků, jako národní trikolory, protože věřím ve svébytnost české fotografické tvorby, která svou jedinečnost obhájí méně nápadnou formou. Logo Czech Photo je také příkladem využití negativního prostoru, které bylo populární zejména v polovině 20. století, což koresponduje s ostatními prvky a mým záměrem. Logo je určeno především pro použití na webových stránkách, výjimkou mohou být jen tištěné propagační materiály. Odvážil jsem se použít symboly z loga ve třech dalších variantách: oko, čočka, bod, pro lepší orientaci a pohyb na webu, a podporu vizuálního stylu. Takový rozklad tvaru může odkazovat zase na mechanismy fotografických přístrojů.



## 5.6 Typografie

„Způsob, jakým jsou v současné době vytvářeny webové stránky, zatím bohužel neumožňuje přesně definovat výslednou podobu návrhu na obrazovkách různých počítačů. Z typografického hlediska mají webové stránky několik zásadních nedostatků: není možné jednoznačně určit typ a velikost písma, jakým má být zobrazen text, není známo rozlišení monitoru, typ prohlížeče a operační systém počítače, na kterém budou stránky prohlíženy. Obvykle to bývá Times New Roman, resp. Times, ale uživatel si sám může nastavit libovolné písmo. Z pohledu web designera je dalším faktorem znesnadňujícím jeho práci to, že každý browser interpretuje některé příkazy po svém, a tak stránky, které vypadají skvěle v aplikaci Internet Explorer, nemusejí být v Netscape Navigátoru čitelné a naopak. Při volbě písma pro texty na webové stránce v zásadě můžeme volit pouze mezi antikvou a groteskem, popř. nějakým systémovým písmem. U ostatních písem si nemůžeme být jisti, zda se někomu korektně zobrazí. Všechny texty, u kterých je požadováno, aby byly z přesně definovaného písma, je nutné předem vytvořit v nějakém grafickém editoru a uložit jako obrázky. Nápisys tohoto typu ale znesnadňují práci s textem, neboť textem de facto nejsou.“

[10]

Zvolil jsem dva rozdílné fonty. Základní font, který je použitý i v logu je Proxima v mnoha svých řezech. Jedná se o konstruovaný, kulatý grotesk, a je to písmo na monitoru výborně čitelné. Písmo pro větší eleganci a čistotu používám s velkým prostrkáním. Jako doplňkové písmo jsem do kontrastu zvolil český font Teimer, inspirovaný písmys jako např. Didot. Je to font serifový, který používám spíše u citací, nebo zvýraznění textu. Teimer naopak používám s malým prostrkáním, navazující rovné serify fontu zrychlují četbu textu.

# PROXIMA

PROXIMA JE ZÁKLADNÍ FONT PRO WEB CZECH PHOTO  
PROXIMA JE ZÁKLADNÍ FONT PRO WEB CZECH PHOTO

# TEIMER

Teimer je doplňkový font pro web czech photo  
*Teimer je doplňkový font pro web czech photo*

„Prostrkání souvislého textu by mělo být především řízeno požadavkem na maximální čitelnost textu. Jakákoliv úprava by tedy měla čitelnost zlepšit. Pokud se tak nestane, nechte raději text bez prostrkání. Platí zásada, že vámi zvolené mezery mezi písmeny budou mít vliv na celkovou „barvu“ vytištěného dokumentu: čím těsnější prostrkávání, tím černější řádky a naopak, čím volnější vzdálenost mezi písmeny, tím budou řádky světlejší. Pokud se přece jenom rozhodnete použít těsné prostrkání, dejte pozor, kdy se začnou jednotlivá písmena dotýkat nebo dokonce překrývat. Nejdříve se to pozná u kulatých písmen, např. „c“ nebo „o“. Možnosti úpravy pomocí prostrkávání jsou přímo závislé na použitém typu písma. Zúžené písmo může, dokonce i musí být sázeno těsněji, než normální písmo. Široké písmo je zase nutné vysadit volněji. I zde platí zásada „dvakrát měř a jednou řež“.

Proklad řádků je dalším faktorem, kterým máme možnost ovlivnit poměr popsané a nepopsané plochy. Spočívá ve zvětšování nebo zmenšování mezer mezi řádky a má výrazný vliv na čitelnost textu. Řádkový proklad určujeme ve vztahu ke stupni a kresbě písma a šířce sazby. Volba správného řádkového prokladu ovlivňuje celkový dojem ze stránky, její tmavost nebo světlost a spolu s prostrkáním písma i rovnoměrné vybarvení.

Nezarovnaný text je způsob úpravy sazby, kdy jeden okraj odstavce je zarovnaný a druhý okraj je nezarovnaný. Písmo je vysázené tak, že řádky mají rozdílnou délku a rovnoměrné mezery mezi slovy. Nezarovnaný text je druhým nejběžnějším způsobem uspořádání sazby a jeho hlavní výhodou je stejná vzdálenost mezi slovy a tím vyvážené zabarvení textu, takže sazba působí klidnějším dojmem. V této odstavcové úpravě je možné použít i některé typy odstavcových zářezů. Je to zároveň vhodná metoda pro sazbu úzkých sloupců i tam, kde malý formát nedovolí správné vyrovnání sazby a také v poznámkách a popiscích. Bez ohledu na šířku sloupce budou mezery i prostrkání stále stejné. Je možné sázet bez dělení slov s volnými východovými řádky, které mohou být kratší než je celková šířka odstavce.“

## 5.7 Barvy

Barevnost má velký vliv na uživatele webu, hlavně z psychologického hlediska. Kdo podceňuje význam barev a používá je bezmyšlenkovitě, ochuzuje se o účinný grafický nástroj. Barva představuje náladu, zaměření webu. Barvy nás mohou uklidňovat, upozorňovat, působit spolehlivě, energicky, starodávně, moderně atd. Jsou jeden z aspektů, který je viditelný na první pohled, a vyvolává naši důvěru či nedůvěru.

Zvolil jsem barvy decentní, vyzařující úctu k tradici, spolehlivost. Mají navodit dojem muzea, kde můžete trávit hodiny, a nemusíte nikam jinam spěchat. Jako řekl kdysi H.Matisse, že jeho umění má být jako pohodlná pohovka, v které můžete odpočívat, podobné pocity může vyvolávat i grafický design. Celý web se nese v jednom barevném koloritu, od zlaté po mírně zelenou. Používám barevných ploch také jako masek pro překrývání fotografií.



## 5.8 Fotografie

Dnešní doba nabízí spoustu možností manipulace fotografií, však při této archivační práci je nejdůležitější, se co nejlépe přiblížit originálu. Na fotografii můžeme upravit jas, kontrast, barevnost, a mnoho dalšího. Důležité je dbát také na prázdný prostor okolo fotografií, aby nebyly někde násilně vměstnané či špatně čitelné. Stejně jako v prostorech galerií a muzeí, tak i na webu musí být fotografie pečlivě adjustovaná.

Fotografie je silným doplňkem textu. Ve své práci používám fotografie na dvou úrovních. Tou první viditelnou, úrovní, jsou náhledy nového obsahu: seznamů a fotografií. Rozhodl jsem se, kvůli zvýraznění osobité vizuální identity, používat co nejvíce fotografických detailů, výsečí. Tento přístup má navodit dojem, že něco zkoumáme do detailu, že tomu chceme tzv. přijít na kloub. Tyto fotografie jsou i lépe použitelné v kombinaci s typografií, protože nemají tak chaotické přechody odstínů, nýbrž jsou čistší.

Další úrovní jsou samotné fotografie prezentovaných českých fotografů, černobílé i barevné. Velký důraz je kladen na čistou adjustaci a vkusné doplnění drobným textem.





## 5.9 Technologie

„V rámci Internetu mohou uživatelé využívat mnoho služeb. Služby jsou zajišťovány počítačovými programy a programy navzájem komunikují pomocí protokolů. Protokoly jsou obvykle definovány v dokumentech RFC, které nejsou normami, ale spíše doporučeními, která se všichni snaží dodržovat, aby dosáhli bezproblémové komunikace. Dobrovolnost dodržování těchto dokumentů a jejich snaha o jejich naplňování odpovídá podstatě svobodného fungování samotného Internetu.“ [11]

### 5.9.1 HTML

HTML je zkratka anglického Hypertext Markup Language - „Relativně jednoduchý značkovací jazyk používaný k vytváření formátovaných dokumentů webových stránek. Používá tzv. tagy, značky pro formátování těchto dokumentů. Je možné, že brzy bude HTML zcela vytlačeno novějšími značkovacími jazyky XHTML a XML. Hlavní nevýhodou je nepřehlednost a pracné předělávání programu.

### 5.9.2 CSS

CSS je zkratka anglického Cascading Style Sheet - Kaskádové styly definují vzhled (barvu, písmo, velikost písma) HTML, XHTML a XML dokumentů. CSS styly jsou kaskádovací styly, používají se k vytvoření stylu webu. S CSS styly můžete pomocí jednoho souboru ovlivňovat design celého webu.

### 5.9.3 PHP

PHP je skriptovací programovací jazyk. Je určený především pro programování dynamických internetových stránek a webových aplikací například ve formátu HTML, XHTML či WML. PHP podporuje mnoho knihoven pro různé účely - např. zpracování textu, grafiky, práci se soubory, přístup k většině databázových systémů

### 5.9.4 JAVASCRIPT

JavaScript je programovací jazyk, určený pro vytváření interaktivních webových stránek.

### 5.9.4 Rozlišení

Responsive web design se zabývá přizpůsobením webu pro různé prohlížeče.

## ZÁVĚR

Ve své práci jsem se zabýval analýzou uměleckých databází a obecně designem informací. Čerpal jsem inspiraci z již vytvořených webových stránek, a z knižních publikací o fotografii a grafickém designu. Zopakoval jsem si obecné zásady kvalitního grafického designu, které jsem se snažil uplatnit v mém komplexním řešení databáze. Problematika databází mi přišla velmi zajímavá a užitečná. Sám mnoho webů, podobného zaměření jako má Czech Photo, téměř denně používám, takže oceňuji jejich existenci. Dobrý grafický design nám usnadňuje vzdělávání i přináší radost. Někdy přináší radost už jen samotná tvorba webu. Dobrým příkladem toho je paní Martina Glennová, která pro svou lásku k umění, se již přes deset let stará o svůj web Artmuzeum. Takový projekt se může stát vášnivým koníčkem na dlouhé období.

Podobnou představu jsem měl i já. Jako bývalý student fotografie, a její zarytý průzkumník, jsem již delší dobu v hlavě nosil nápad, udělat databázi českých fotografů. Byl jsem nemile překvapen, že ani po dlouhém hledání na internetu jsem nenašel žádnou stránku o našich fotografem, která by mě skutečně něčím zaujala. To se stalo mou hlavní motivací, vyplnit místo na internetu mou srdcovou záležitostí. Mou vizí je web stále vylepšovat, rozvíjet a rozšiřovat, sloužit tak českému kulturnímu prostředí a seznamovat především studenty s našim národním bohatstvím.

Prvotní myšlenka, nápad a impulz jsou velmi důležité, však ještě důležitější je dovést své představy zdárně do konce. Jsem rád, že v rámci bakalářské práce jsem se k mému dlouhodobému snu konečně odhodlal. V této práci jsem zkombinoval své dvě profesní zaměření, to jest fotografii a grafický design. Zkušenost to byla velmi obohacující a doufám, že přinese plody českému fotografickému okruhu, ale také každému, kdo má o fotografii zájem.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] BAATZ, Willfried. *Fotografie*. Edice Malá encyklopedie. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2004. 192 s.
- [2] BAATZ, Willfried. *Fotografie*. Edice Malá encyklopedie. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2004. 192 s.
- [3] POSPĚCH, Tomáš. *Česká fotografie 1938–2000: v recenzích, textech, dokumentech*. Vyd. 1. Hranice: DOST, 2010. 375s.
- [4] POSPĚCH, Tomáš. *Česká fotografie 1938–2000: v recenzích, textech, dokumentech*. Vyd. 1. Hranice: DOST, 2010. 375s.
- [5] BAATZ, Willfried. *Fotografie*. Edice Malá encyklopedie. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2004. 192 s.
- [6] BAATZ, Willfried. *Fotografie*. Edice Malá encyklopedie. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2004. 192 s.
- [7] ELIŠKA, Jiří. *Vizuální komunikace-Písmo*  
Vyd. 1. Olomoučany, CERM, 2005
- [8] *Citrinitas.Elif.Ayiter.aka.Alpha.Auer* [online]. 2006 [cit. 2010-03-25].  
The History of Visual Communication.
- [9] SIMMONS, Jason. *Kompletní příručka pro designéry*.  
Vyd. 1. Praha, Slovart, 2009. 256 s.
- [10] SIMMONS, Jason. *Kompletní příručka pro designéry*.  
Vyd. 1. Praha, Slovart, 2009. 256 s.
- [11] KOČIČKA, Pavel, BLAŽEK, Filip. *Praktická typografie*  
Vyd. 1. Brno, Computer Press, 2007. 288 s.

**DALŠÍ ZDROJE:**

<http://artlist.cz>

<http://www.artmuseum.cz>

<http://www.artnet.com>

<http://smarthistory.khanacademy.org/>

<http://cs.wikipedia.org>

[http:// www.comerto.com](http://www.comerto.com)

**SEZNAM OBRÁZKŮ:**

<i>Obr. 1 Joseph Nicéphore Niépce.....</i>	<i>7</i>
<i>Obr. 2 Gregory Crewdson, fotografie budoucnosti.....</i>	<i>13</i>
<i>Obr. 3 Ladislav Sutnar, design informací .....</i>	<i>15</i>
<i>Obr. 4 Artnet.....</i>	<i>17</i>
<i>Obr. 5 Artlist.....</i>	<i>19</i>
<i>Obr. 6 Databáze umění.....</i>	<i>20</i>
<i>Obr. 7 Struktura webu.....</i>	<i>27</i>
<i>Obr. 8 Drátěný model webu.....</i>	<i>28</i>
<i>Obr. 9 Strategie orientovaná na uživatele.....</i>	<i>29</i>
<i>Obr. 10 Layout webu.....</i>	<i>30</i>
<i>Obr. 11 Logo Czech Photo.....</i>	<i>31</i>
<i>Obr. 12 Typografie webu.....</i>	<i>32</i>
<i>Obr. 13 Barvy webu.....</i>	<i>34</i>
<i>Obr. 14 Fotografie na webu.....</i>	<i>35</i>







