

Výtvarka + mediálka = 

Blok III | Vizualní smog

# VIZUÁLNÍ SMOG

## DOPROVODNÁ PREZENTACE K LEKCÍM

Tato prezentace je součástí metodiky [Výtvarka + mediálka = !\[\]\(666e09182d4cd268646ea700ea60dcdf\_img.jpg\)](#)

**Autoři metodiky:** Mgr. Kateřina Círová, DiS., Tomáš Titěra BSc

Metodika je výstupem projektu z Operačního programu Praha - pól rústu  
„Rozvoj demokratické kultury na ZŠ Kunratice“, reg. č. CZ.07.4.68/0.0/0.0/19\_068/0001452. Projekt je spolufinancován EU.

**SMOG**

A grayscale photograph of a street shrouded in fog. The scene is dimly lit, with silhouettes of people and a cyclist in the foreground. A white car is visible on the left side of the road. A series of street lamps line the road, their light obscured by the fog. The overall atmosphere is hazy and somber.

**SMOKE + FOG  
= SMOG**

A hazy, low-angle view of a city skyline, likely London, featuring the London Eye and several construction cranes. The scene is obscured by a thick layer of smog or fog, creating a somber and polluted atmosphere. The sky is a uniform, dull grey, and the buildings and structures are silhouetted against it. The overall tone is one of environmental degradation and urban air pollution.

# **ZNEČIŠTĚNÍ ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ**




**OTRAVNÝ**



# ÚTOČÍ NA NÁS

An aerial, high-angle photograph of a city skyline, likely Chicago, showing numerous skyscrapers and a dense urban grid. The image is somewhat hazy or overcast. A white rectangular box is superimposed horizontally across the middle of the image, containing the text 'NELZE MU UNIKNOUT' in a bold, black, sans-serif font.

**NELZE MU UNIKNOUT**

The background image shows an industrial landscape at sunset. The sky is filled with large, billowing clouds in shades of orange, yellow, and grey. Several tall smokestacks are visible, with thick plumes of dark smoke rising from them. In the foreground, there are silhouettes of industrial buildings and structures, some with snow on their roofs. The overall atmosphere is one of industrial activity and environmental impact.

# ZPŮSOBENÝ ČLOVĚKEM



**SVĚTELNÝ**

**SMOG**

A world map at night, showing the outlines of continents and the glow of city lights. The map is centered on the Atlantic Ocean, with North and South America on the left, Europe and Africa in the center, and Asia and Australia on the right. The lights are concentrated in the eastern United States, Europe, and East Asia.

# CELOSVĚTOVÝ PROBLÉM

A wide-angle, high-angle photograph of a city at night. The city is densely packed with buildings, their windows glowing with warm light. A prominent feature is a long, winding road that has been illuminated by streetlights, creating a bright, continuous line of light that curves through the city. The background shows dark, silhouetted hills under a deep blue twilight sky. The overall atmosphere is one of a vibrant, illuminated urban environment.

**S LOKÁLNÍMI DOPADY**

**VIZUÁLNI**

**SMOG**

# DEFINICE

ZNEČIŠTĚNÍ VEŘEJNÉHO PROSTORU  
GRAFICKÝM VYJÁDŘENÍM, KTERÉ NEGATIVNĚ  
OVLIVŇUJE PODMÍNKY K ŽIVOTU

volně převzato z [www.vizualnismog.info/](http://www.vizualnismog.info/)

**CO JE  
ZAČČ?**



# ZNEČIŠTĚNÍ ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ



# ÚTOČÍ NA NÁS





UniCredit Bank



Notebooky,  
to je moje!

POČÍTAČE  
ELEKTRONIKA



alza.cz

JE OTRAVNÝ

MILITARY SHOP



**JE ZPŮSOBENÝ ČLOVĚKEM**



**NELZE MU UNIKNOUT**



**MŮŽE BÝT PŮSOBIVÝ...**





...I ZBLÍZKA A BEZ EFEKTŮ?

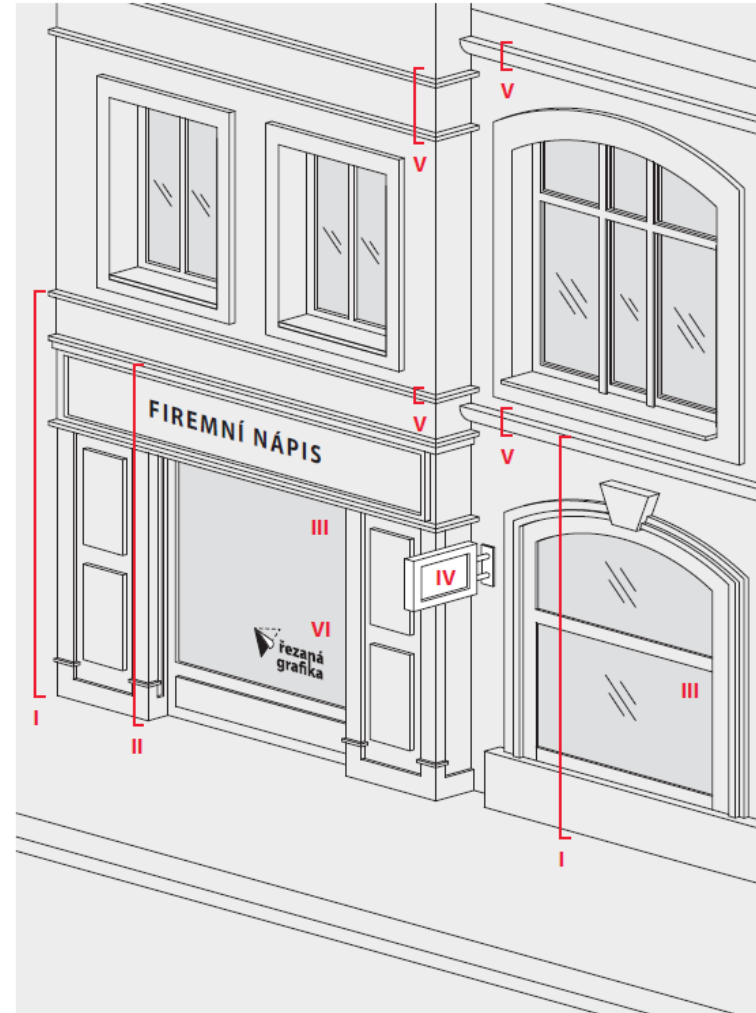
**JAK HO  
POZNAT?**

**SYNKÁČ**

# Na co se soustředit?

## Pojmy

- I PARTER** Přízemní část fasády domu s dveřními otvory a výkladci či výlohami
- II VÝKLADEC** Konstrukce se skleněnou výplní, která je buď předsazena před otvory parteru (předsazený výkladec), nebo do něj vsazena (okenní výkladec)
- III VÝLOHA** Prostor za sklem výkladce, obvykle určený k obchodní prezentaci
- IV VÝSTRČ** Reklamní panel instalovaný kolmo k fasádě, jinak také vývěsní štít
- V KORDONOVÁ ŘÍMSA** Horizontální architektonický prvek, oddělující jednotlivá podlaží
- VI ŘEZANÁ GRAFIKA** Grafika, skládající se z jednotlivých vzájemně oddělených částí (obvykle jde o písmena či logo)





2009

GAME CENTER

Golden Gate

BEER PUB

0,- palivové příplatky +  kapesné |  ALEXANDRIA

2011



Raiffeisen BANK

BAR NONSTOP



PREŠTÍ PŮJČKA  
MŮŽE SI KOUPEL,  
ČI ČINCI

OTEVŘELI JSME PRO VÁS NOVOU Pobočku  
NA ADRESĚ NUSELSKÁ 401/4, 140 00 PRAHA 4  
UniCredit Bank

**EVROPA**  
REALITNÍ KANCELÁŘ

Nejlepší volba  
při prodeji Vaší  
nemovitosti

LUKÁŠ BŮVA  
Realitní specialista pro Vaši nemovitost  
Č 739 388 388  
lukas.buva@evropa.cz

2011

Raiffeisen BANK

BAR NONSTOP



Jazyková škola  
POLYGLOT: mluvit budou všichni  
www.polyglot.cz  
ACERT  
Mečislavova 8  
VŠECHY KURZY  
INDIVIDUÁLNÍ KURZY  
PŘÍJEMNÉ KURZY  
POMATURITNÍ STUDIUM

2014

Raiffeisen BANK

MagicPlanet



2017

PRÁVNÍ SYNKU  
PRAHA - PRAHA 4

300  
NUSLE  
PRAHA 14

15

ZOOT.

ZOOT.

www.zoot.cz

ZOOT.

MUCH ŠE NOVOTNY  
STAVBA OBNOVA  
TEL: 224 401 144  
CZ 460 79 188

111



**DOBŘE TO  
DOPADLO?**

2019



**Raiffeisen BANK**

**vás levný**

**nákup**

ZÓNA  
30

BANKOMAT

vás levný nákup

vás levný nákup

vás levný nákup



**JE KAŽDÁ  
REKLAMA  
VIZUÁLNÍ  
SMOG?**





**Zdroj:** Veronika Rút Fullerová – Diplomová práce  
[www.veronikarut.com/project/vizualni-smog-diplomka](http://www.veronikarut.com/project/vizualni-smog-diplomka)



Svatební salon Star

VCHOD 20m

Raiffeisen  
STAVEBNÍ SPORITELNA

PORADENSKÉ  
CENTRUM KČP  
SPOROVÁNÍ  
ÚVĚRY  
HYPOTEKY  
POJIŠTĚNÍ

UNIQA

PEKAŘSTVÍ Makovec

O<sub>2</sub>

remonte

ZLATNICTVÍ - BIŽUTERIE - HODINKY

Pizza HOT

rieker

**Zdroj:** Veronika Rút Fullerová – Diplomová práce  
[www.veronikarut.com/project/vizualni-smog-diplomka](http://www.veronikarut.com/project/vizualni-smog-diplomka)

**A CO  
KUNRATICE?**

# Naším úkolem na příští hodině bude mapovat vizuální smog v Kunraticích.

V úvodu hodiny si zopakujeme, co všechno můžeme považovat za vizuální smog.

Poté se vydáme na lov. Cílem je vyfotit **co nejvíce příkladů vizuálního smogu v okolí školy**. Další týden pak budeme data analyzovat.

Mějte připravené mobily, nebo si vezměte foťák.

# DVĚ HLAVNÍ PŘÍČINY



# POSUNUTÉ ESTETICKÉ VNÍMÁNÍ



# REKLAMA – NĚČÍ PROSPĚCH

# HŘÍCHY VIZUÁLNÍHO SMOGU

**Zdroj:** Veronika Rút Fullerová – Diplomová práce  
[www.veronikarut.com/project/vizualni-smog-diplomka](http://www.veronikarut.com/project/vizualni-smog-diplomka)





**Duplicita informací**



**Strakaté hurá barvy**

**A<sup>2</sup>**

**Víc než dva  
druhy písma**



A

Deformace písma



**Bez ochranné zóny**



**Epidemie cedulek**



**Despekt  
k architektuře**



**Výrazně nadživotní  
velikost**





**Polep výlohy zvenčí**



**Příliš mnoho světél**

**KOLIK PROSTORU VE  
MĚSTECH REKLAMA  
ZABÍRÁ?**

**...TO ZJISTILI VE  
VÍDNI V ROCE 2005,  
KDYŽ JE VŠECHNY  
V JEDNÉ ČTVRTI  
ZAKRYLI**







**JAK PROTI  
VIZUÁLNÍMU  
SMOGRU  
BOJOVAT?**





Nuselská parta



April 11 · 🌐

To je opravdu "krása". To si opravdu může dát na barák každý co chce? Zná někdo pravidla?



154  
1000  
1000000

**Nuselská parta** Dům je podle KN v památkové ochraně. ...



Like · Reply · 24w



**Milá Len** Napsala jsem památkářům. Zahájili sankční správní řízení. Nuselská parta

Like · Reply · 24w



154  
1000  
1000000

**Nuselská parta** Petr Štěpánek Pane starosto, tohle se vám líbí?

Like · Reply · 24w



Most Relevant is selected, so some replies may have been filtered out.



**Petr Štěpánek** Nuselská parta je to strašně ošklivé a kazí to Náměstí bratří Synků. Předávám stavebnímu úřadu s podnětem, zda s tím lze něco dělat.

Like · Reply · 24w



**Nuselská parta** Nuselská parta díky!

Like · Reply · 24w

Photos from Probuďme Nusle's post

Timeline Photos



**Probuďme Nusle**  
Like This Page · 1 hr · 🌐

Všimli jste si? Vaše nevole vůči nevkusným vývěsním štítům obchodu "Levný nákup" na Náměstí Bratří Synků přinesla reálnou změnu - největší, nejošklivější cedule zmizely. Má to smysl! 🙌

#nusle #praha4 #vizualnismog #pamatkovaochrana — 😊 feeling satisfied at Náměstí Bratří Synků.

👍❤️😮 You and 85 others

❤️ Love    💬 Comment    ➦ Share

Write a comment... 🗨️ 📷 📺 🎭

Love Comment Share

2020

Options Send in messenger

**NEBOJTE,  
MÁ TO JEŠTĚ  
POKRAČOVÁNÍ**

**2021**

**Happy end...?**



2021

SLEVY 90% levné potraviny

Ale kdeže...



**JAK PROTI  
VIZUÁLNÍMU  
SMOGRU  
BOJUJÍ MĚŠTA?**

# Manuál pro kultivovanou Prahu

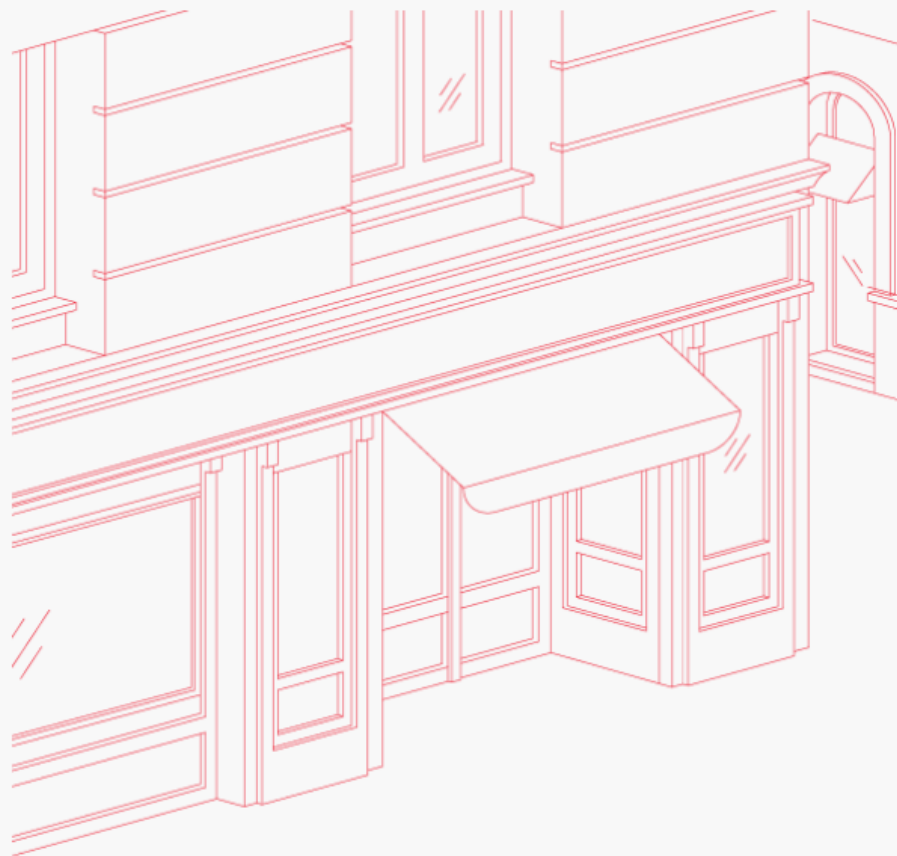
Prahu trápí vizuální smog: křiklavá reklama, všudypřítomná zejména v historickém centru města. Reklama přitom nemusí být nevkusná – krásná výloha či firemní nápis mohou hodnotu místa pozvednout.

Manuál vysvětluje pravidla kultivované reklamy a přináší příklady dobré praxe. Od roku 2021 obsahuje i přílohu, která shrnuje pravidla, jež musí dodržovat provozovatelé restauračních zahrádek v památkově chráněných územích hl. m. Prahy.

Stáhnout manuál



- > Chcete Prahu kultivovanější? [Zapojte se!](#) Dejte o manuálu vědět podnikatelům ve vašem okolí, hlase ilegální reklamu nebo nám posílejte příklady dobré praxe!





# Devatero dobré praxe

01

## Méně je více

Pamatujte, že zákazníka musíte zaujmout během několika vteřin. Text sdělení by proto měl obsahovat minimum informací – lépe tak vyniknou a upoutají pozornost. Je také zbytečné opakovat informace na více nosičích.

02

## Zkuste to bez plastu

Neutrácejte za věci, které budou vypadat levně a rychle se opotřebují! Prvky označení provozovny by měly být zhotoveny z tradičních materiálů (kov, dřevo, sklo...). Lze využít i soudobé materiály, ale jen v případě návrhů s výjimečnou designovou a řemeslnou kvalitou.

03

## Nechte kolemjdoucí nahlédnout

Velkoplošné polepy jsou sice nejlevnější forma reklamy, rozhodně však ne ta nejvhodnější. Provozovna, která nemá zaslepenou výlohu, může zákazníky zaujmout i mimo otevírací dobu a podnítit k pozdější návštěvě.

04

## Bez křiklavých barev

Nepoužívejte reflexní, fluorescenční a jinak křiklavé barevné tóny. Nejenže byste nejspíš nedostali povolení – křiklavým designem možná někoho nalákáte, leckoho však i odradíte.

05

## Svitte s mírou

Myslete na to, že někomu možná svítíte do oken a intenzitu osvětlení volte ohleduplně. A pozor – prvky označení nesmí být nasvětleny přídatným světelným zdrojem osazeným na fasádě nebo na výstrči (reflektory, lampy, LED pásky a podobně). U případného světelného zdroje je třeba, aby byl integrován uvnitř prvku a osvětlení bylo tlumené.

06

## Blikání zakázáno

Vyhnete se sériově vyráběným nápisům (OPEN apod.). Nápis nesmí blikat, rotovat či obsahovat pohyblivé informace. Výjimku tvoří typizované prvky jako pohotovost, lékárna nebo pošta.

07

## Obrazovky do obýváku, ne na fasádu

Na fasádu, do vitrín a menuboxů nemají být umístěny obrazovky s pohyblivými upoutávkami – do památkově hodnotných lokalit nic podobného nepatří.

08

## Pozor na bezpečnost

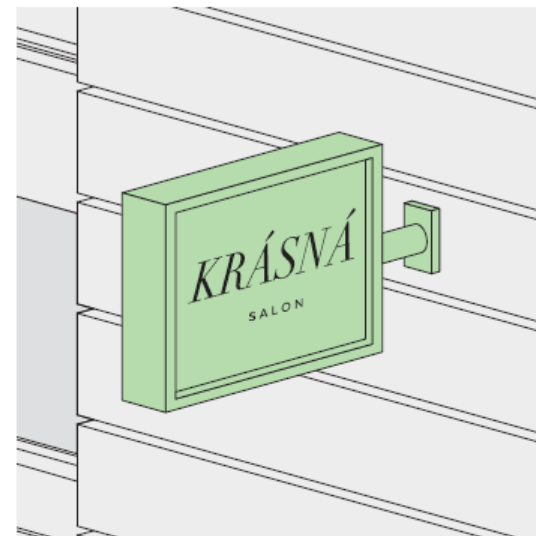
Všechny prvky musí být provedeny tak, aby neohrožovaly chodce a nezpůsobovaly kolize. Elektroinstalace nesmí být vedena volně po fasádě.

09

## Čistota – půl úspěchu

Nezapomínejte na pravidelné mytí skleněných ploch i všech dalších prvků. Provozovna bude v očích zákazníka působit důvěryhodně a lákat k návštěvě.

- XI** Na výstrč nepatří **podrobnosti**, jako jsou telefonní číslo, webová adresa, e-mail apod.
- XII** Není povoleno zobrazovat na výstrči **prodáváný sortiment**.
- XIII** Není vhodné na výstrči aplikovat **celoplošné fotografie, barevné grafické motivy** a další ilustrace.





- ✓ Název je umístěn ve vyhrazeném nápisovém poli výkladce, navíc v provedení, které barevně koresponduje s řemeslnými prvky fasády.



- ✗ Reklamní prvky v arogantní barevnosti a nepřiměřeném rozměru i počtu degradují hodnotu celého objektu.



- ✓ Dvě provozovny v jednom činžovním domě zvolily stejný princip firmsního označení. Výsledek působí přehledným a kultivovaným dojmem.



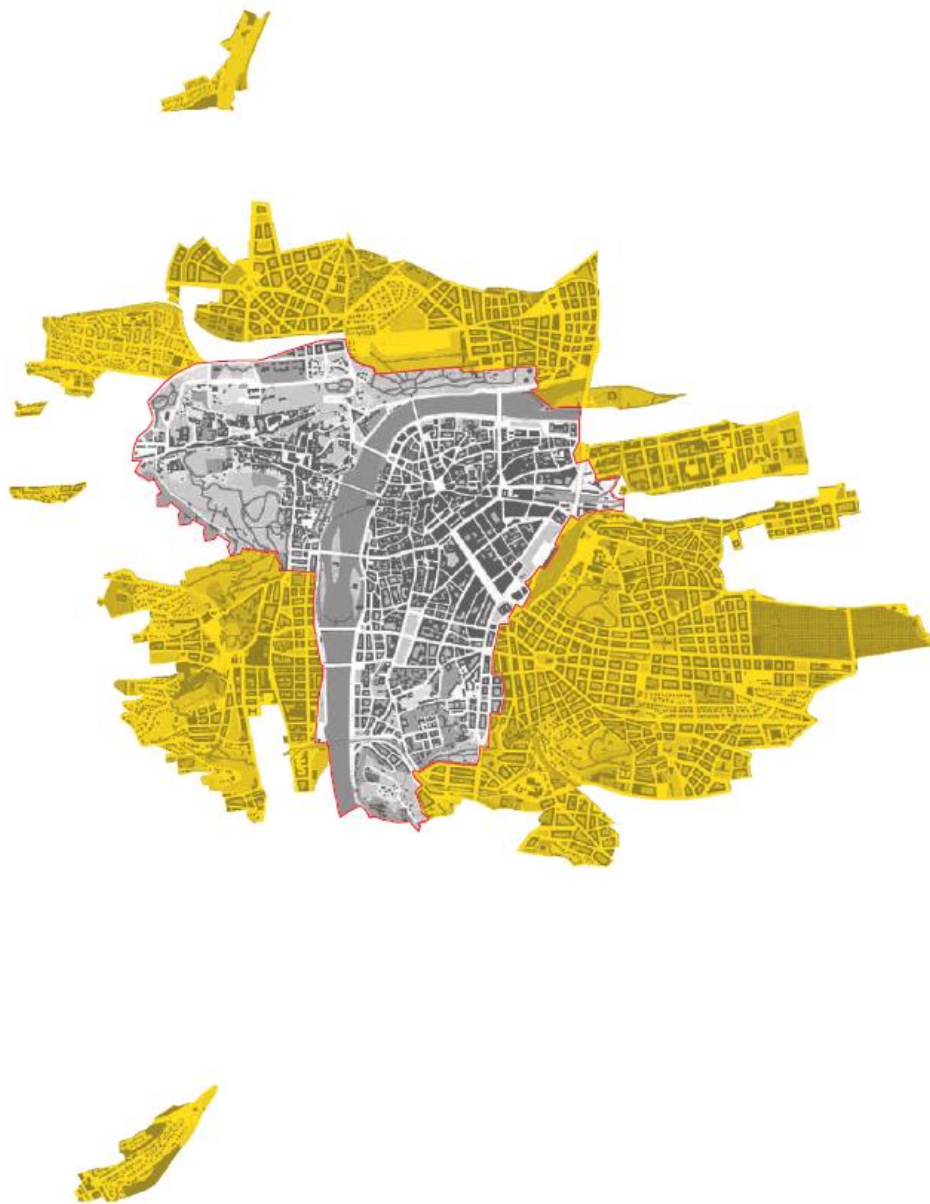
- ✓ Písmomalířský nápis ve vyhrazeném nápisovém poli pod kordonovou římsou.



- ✗ Firmsní nápis není vhodné doplňovat fotografiemi prodáváného sortimentu.



- ✗ Všeho moc škodí: zbytečně se opakuje název obchodu, cedule jsou zahlceny množstvím sdělení, které chodec nepostřehne.



- Pražská památková rezervace
- Městské památkové zóny (kromě Zbraslavi)

### JE MANUÁL ZÁVAZNÝ?

Manuál sám o sobě není závazným dokumentem, pouze shrnuje již existující pravidla. Proto také nenahrazuje rozhodnutí úřadů – vždy je nutné požádat si o závazné stanovisko památkářů, u větších projektů věc řešit se stavebním úřadem. Pokud se však manuálem řídit budete, neměly by vás při projednávání vašeho projektu potkat žádné problémy.

### NA JAKÉ LOKALITY SE MANUÁL VZTAHUJE?

Jde o všechna památkově chráněná území v Praze. V první řadě se jedná o Pražskou památkovou rezervaci, která zahrnuje historické jádro města, a její ochranné pásmo. Kromě toho je v Praze 11 městských památkových zón, 7 vesnických památkových zón a 2 vesnické památkové rezervace. V hlavním městě je také řada jednotlivých objektů, které jsou kulturní památkou – a i u nich platí tato pravidla. Máme ovšem za to, že neuděláte chybu, budete-li se manuálem řídit i v objektech, na které se žádná památková ochrana nevztahuje – kultivované provozovny si zaslouží celá Praha!

**AŽ JEDNOU PŮJDEŠ K VOLBÁM...**

**AŽ JEDNOU BUDEŠ ZAKLÁDAT FIRMU...**

**AŽ JEDNOU BUDEŠ STAVĚT DŮM...**

**VZPOMEŇ SI NA DNEŠNÍ  
HODINU!**



## Duplicita informací

Jde o naprosto nelogické a nesmyslné násobení nápisů, které nesou významově stejnou informaci. Nejde tedy o nezbytný orientační bližší popis zaměření provozovny. Typickým příkladem je provozovna, kde se dvakrát skví nápis „oděvy“ za doprovodu obdobně velkých nápisů „šaty“, „oblečení“, „podkolenky“, „oblečení pro dospělé“ atd. Také sem spadá uvádění příliš mnoha podrobností, které se stává matoucím a vytváří informační chaos.



**Strakaté hurá barvy**

Barva je pochopitelně velmi subjektivní. Rozhodně však není zapotřebí užívat v rámci prezentace obchodu v exteriéru víc než tři výrazné barvy (hodnotila jsem celkový dojem včetně barvy fasády). Jde o předpoklad, že chytrá práce s barvou fasády, markýzou či barvou oken funguje pro jakoukoli cílovou skupinu. Provozovna získala bod, pokud majitel zapojil do prezentace více než tři barvy, zvláště komplementární.





A<sup>2</sup>

**Víc než dva  
druhy písma**

Jde o užití více než dvou druhů písma v prezentaci provozovny, což je dle mého názoru zcela zbytečné a také dezorientující. „Druhem písma“ zde myslím písma z rozdílných písmových rodin, případně s výraznými efekty jako je stínování, outline atp. Provozovna získá bod pokud použije např. Arial, Times New Roman a Comic Sans nebo Arial se třemi různými efekty.



A

**Deformace písma**

Sem spadají nejrůznější „kreativní“ amatérské deformace, které jsou na první pohled patrné a také výrazné typografické chyby. Typický příklad je cedule, na které majitel ve snaze udělat nápis co největší zdeformoval písmo do tvaru cedule. Podobný přístup však paradoxně znesnadňuje čitelnost, orientaci a tedy viditelnost provozovny jako takové.



**Bez ochranné zóny**

Tento bod působí jako detail, ale ve výsledném vizuálním dojmu hraje naprosto zásadní roli kvůli tomu, že jakékoli logo či text, u kterého není dodržena ochranná zóna od okraje cedule nebo podkladu, nemůže vyznít dobře. V případě textu jde často o kombinaci s deformací fontu, tento problém tak vzdor snaze obchodníků zvětšit písmo a být vidět výrazně znesnadňuje čitelnost a také vytváří dezorientující dojem chaosu.



## Epidemie cedulek

Jde o improvizovaný nebo špatně koordinovaný výlep papírových cedulek nebo menších cedulí. Tedy cedulek, které nenesou orientační informaci a ruínují jakoukoli koncepci designu, snad ve snaze zachránit špatný podnikatelský plán. Na první pohled to vypadá, že majitel obchodu tiskne rychleji než myslí. Spadá sem i množství profesionálně či polo profesionálně vyrobených cedulí, kterými je opatřena fasáda nebo výloha a které netvoří vývěsní štít a nesou příliš mnoho aditivních informací.



## Despekt k architektuře

Tento bod kritizuje především vztah cedulí, případně úpravy výlohy vzhledem k fasádě a architektuře. Typickým příkladem je neadekvátně velká cedule, která navíc překrývá prvky či dekoraci fasády nebo dokonce část výkladu. Ideální vývěsní štít je většinou nápis či logotyp bez podkladové cedule, případně cedule, která materiálem ani tvarově nenarušuje styl a tektoniku fasády. Cedule různých provozoven by měly mít jednotné řešení cedulí v rámci jednoho domu.



## **Výrazně nadživotní velikost**

Tento bod často souvisí s polepem, jde většinou o velkoformátovou fotografii nebo ilustraci. Výrazná nadživotní velikost bývá v umění často spojována s diktaturou, v tomto případě jakoby s diktaturou konzumu. U prodeje, který neprobíhá na velmi rušné komunikaci, nemá nadživotní velikost absolutně žádné opodstatnění a jde o zbytečně vizuálně agresivní prvek. Nejde tu o prvky umístěné uvnitř výlohy za sklem, ty mají mnohem menší vizuální agresivitu.



## **Polep výlohy zvenčí**

Jedná se o bezohledný celo polep nebo polo polep výlohy, především zvenčí. Typický příklad je polep, který úplně brání v propojení interiéru a exteriéru a vytváří informačně nehodnotný a vizuálně agresivní prvek. Jde tu pochopitelně o zaměření provozovny, některé typy provozoven ze své podstaty vyžadují zakrytí výlohy (například banky či herny), existuje však velmi mnoho způsobů, některé lepší, některé horší.



**Příliš mnoho světél**

Jedná se ne o malé detaily, ale o vizuálně výrazné světelné prvky nebo jejich neúměrné množství v rámci jedné provozovny. Nadměrné používání lze popsat jako informačně málo hodnotné svítící nebo blikající nápisy (např. duha a skákající želvičky při prodejně potravin), případně příliš velké prvky vzhledem k prvkům fasády a podobně.