

Za plakáty modernější, za lepší šíření výsledků vědy! Od „malé publikace“ k vědecké reklamě

Zvolil jsem schválně tento název připomínající neslavná 50. léta 20. stol. Plakát, dnes v češtině většinou otrocky nazývaný podle angličtiny poster, se stal nezanebatelnou součástí všech vědeckých setkání v oblasti přírodních věd (do tzv. společenských věd zatím proniká jen např. v archeologii nebo sociologii).

Klasický plakát se rozvíjel zejména koncem 19. stol., kdy se jeho navrhování věnovalo mnoho předních světových výtvarníků (např. H. Toulouse-Lautrec či Alfons Mucha). Byl to tedy typický plakát secesní. Jeho cílem byla veřejná reklama novým výrobkům, upozornění na současné kulturní podniky, divadelní představení či výstavy apod. Tyto pouliční plakáty byly většinou dokonale výtvarně pojeté a neobsahovaly mnoho textu. Jejich umělecké stránce se dokonce věnovaly specializované časopisy, např. anglický *The Poster*, který vycházel od r. 1897. Další formou plakátu byla úřední sdělení, v tomto případě typograficky strohá, plná textu a výtvarně nezajímavá. Připomenu známé vyhlášky o výjimečném stavu nebo vypořádání války.

Do vědeckých setkání zavedla plakáty od 70. let (a zejména v 80. letech) 20. stol. nutnost. Počty vědců a vědeckých adeptů stále rostly a úměrně tomu se zvyšovalo množství účastníků na domácích i mezinárodních setkáních. Nebylo už tedy možné zařadit do vymezeného času konference (většinou méně než týden) ústní projevy všech účastníků. Neslo ovšem jen o potřebu vědců předvést vlastní nové výsledky. Ti, kdo účastníkům sympozií a kongresů hradili náklady na účast, stále výrazněji vyžadovali, aby žadatelé o příspěvek prokázali svůj vědecký podíl na setkání. Forma i obsah vědeckých plakátů se ovšem od té doby (stejně jako vše ve vědě) vyvíjely. Řada vědců a učitelů však tento vývoj bohužel nezaznamenala, a tak na vědeckých setkáních dodnes vídáme plakáty, které připomínají spíše minulé století než žhavou současnost. Snad tedy tento výklad bude také obecným vodítkem.

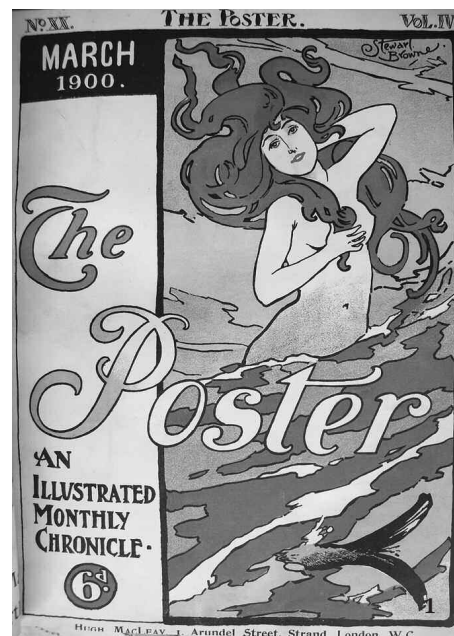
V počátcích vědeckého plakátu převažovala představa, že plakát je malou publikací. To vedlo i k formě prvních plakátů – nezdá se to, ale byly vlastně krátké články, pouze vytištěné větším písmem a slohem někdy připomínající ona úřední sdělení. Z obecné plakátové formy se pak postupně přebíraly prvky výtvarné, až mnohdy převládla forma nad obsahem. Současné pojetí vědeckého plakátu říká, že nejde o malou publikaci, ale o reklamu nejnovějším výsledkům. To samozřejmě neznamená, že autor zveřejní i to, co zatím chce utajit z hlediska priority; předvedení ve formě plakátu nemusí totiž vzít vědecká veřejnost jako skutečnou publikaci, i když mohou být uvedené nejnovější výsledky obsaženy v současně publikovaném ab-

straktu. Nespornými výhodami plakátových sdělení je jejich velká názornost, možnost dobré prezentace i při horší znalosti příslušného jazyka a příležitost k přímé a podrobné diskusi.

Vědecké plakáty musí podobně jako jiné plakáty splnit dva základní požadavky: přilákat zájemce k jejich přečtení a sdělit nabízené informace srozumitelně a rychle. Přehánění prvního požadavku pak obvykle znehodnotí požadavek druhý. Plakát, ve kterém text mizí mezi výtvarnými prvky, nesplní nikdy vědecké cíle autorů.

Na plakátě by mělo být jen to, co je pro pochopení důležité. Nepatří sem tedy dlouhý přehled literatury, stačí citovat jeden poslední přehledný referát (review), nejdůležitější publikaci, jejíž výsledky podporujeme nebo vyvrácíme, a předchozí vlastní článek vydaný nebo už určitou redakcí přijatý do tisku. Optimální celkový počet připojených citací je tedy tři nebo čtyři. Jasně je třeba uvést cíl výzkumu nebo jeho hypotézu a stejně jasně ukázat závěry. Nejlépe je formulovat cíl a závěr vždy jen jednou nebo dvěma nepřilíhajícími větami. Mají-li účastníci k dispozici sešit abstraktů, je zbytečné na plakátě abstrakt opakovat. Materiál a metody stačí uvést heslovitě a jen ty důležité, bez podrobností (samozřejmě nejde-li o metodickou práci). Velmi názorné bývá schéma použitého postupu. Jakékoli detaily je lépe povědět případnému zájemci ústně. Pokud jde o výsledky pokusů nebo pozorování, mají se předvést jen ty zásadní, a to co nejmenším množstvím slov, spíše na obrázcích a grafech, v tabulkách za použití zaokrouhlených čísel. Samostatný oddíl diskuse je nadbytečný, kratičká polemika s jinými hypotézami se dá zahrnout do výsledků. Přitom platí, že tabulky by měly obsahovat ne více než čtyři řádky a čtyři sloupce výsledků. Statistickou průkaznost je třeba uvádět běžným grafickým způsobem (např. hvězdičkami), není nutné připojovat střední chyby apod. Nedoporučuje se uvádět, co se autor teprve chystá udělat nebo vyzkoušet: je totiž velké nebezpečí, že ho potom někdo výrazně předběhne.

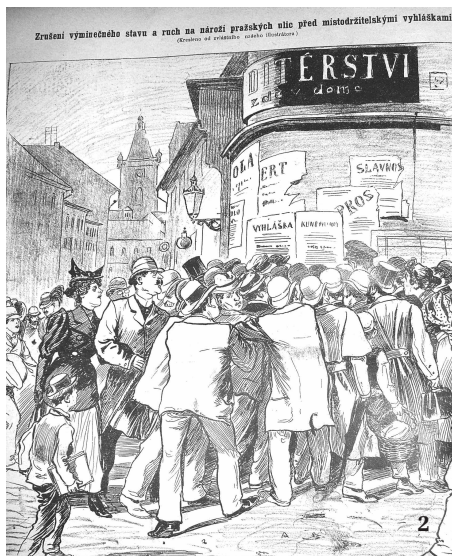
Poučení z reklamních plakátů říká, že čím více textu, tím méně ho někdo čte. I na vědeckých plakátech musí být tedy textu co nejméně a musí se předvést ve snadno čitelné formě. Pro čitelnost platí dávná typografická pravidla, která si každý může ověřit tak, že si nějaký stejně dlouhý text vytiskne pomocí počítače různým způsobem a pak změní, jak dlouho bude různé varianty číst. Obecně platí, že patková písma (např. Times New Roman) se čtou lépe než bezpatková (např. Arial, Helvetica), stojaté typy lépe než kurziva, písmo klasického knižního typu lépe než písmo blížící se písmu psanému (např. Comic), písmo obyčejně lépe než tučné, písmo s normálním proložněním lépe než s roz-



1 Málokoho asi překvapí, že se uprostřed kypící secese na obálkách časopisu *The Poster* objevovaly přírodovědné motivy, zde rozkošné společenství moře, ryb a člověka

šířenými nebo zúženými mezerami, písma obvyklého řezu lépe než úzká nebo široká, text z minusek čili malých písmen (s velkými písmeny jen tam, kde to pravopis přikazuje) lépe než text ze samých verzálek (velkých písmen), písma černá lépe než písma stínovaná, písmo černé na bílém (světlém) podkladu lépe než písmo bílé (ještě hůře barevné) na tmavém (nejhůře světlém) podkladu. Nedoporučuje se v jednom plakátu střídát několik různých typů (řezů) písma. V současném denním nebo časopiseckém tisku najdeme řadu příkladů, kde grafikova zvolně vedla ke špatné čitelnosti textu – např. žluté písmo na šedém podkladu nebo červené písmo v modrém pozadí. Uvedené typografické rozdíly se uplatňují tím více, čím je text delší.

V počátcích éry plakátových sdělení se obvykle počítalo s jejich formátem čtvercovým nebo vodorovným. Nezáleželo tedy příliš na umístění jednotlivých částí na ploše plakátu: všechny oddíly byly po vyvěšení víceméně ve výšce očí, a tedy se dobře četly a sledovaly. Dnes převažují vertikální formáty vyrobené profesionálními tiskárnami, a proto je třeba umístit důležité části do výše očí, aby se zájemce nemusel shýbat, chce-li si přečíst závěr (tzv. take-home message). Je tedy výhodné hned pod nadpis, jména autorů (obvykle podtržené býva jméno toho, kdo plakát představuje na setkání) a adresu pracoviště umístit cíl a vedle něj nebo pod něj závěr. Tyto části by měly být zvýrazněny poněkud větší velikostí písma (obecně platí, že by celý text včetně popisů k obrázkům a tabulek měl být snadno čitelný ze vzdálenosti 1 m). Teprve pod ním by měly být předvedeny výsledky. Zejména v případě cizojazyčných plakátů je důležité zajistit kontrolu jazykové správnosti textu, i když pochopitelně české texty by také měly být bezchybné; s vyloučením všech zbytečných cizích či méně srozumitelných



2 S takovým zájmem o plakáty se setkáme ve vědě jen zřídka – zrušení výjimečného stavu na konci 19. stol. na nároží pražské Vodičkovy ulice a Václavského náměstí, jak je zachytil kreslíř novin Pražský illustrovaný kurýr v č. 291–292 z října 1895. Obrázky z archivu Z. Šestáka

výrazů. Slova se pokud možno nemají rozdělovat (výjimkou mohou být dlouhé názvy chemických sloučenin). Nadpis by měl být stručný (nejlépe do osmi slov) a z písma čitelného ze vzdálenosti 5 m (to je důležité pro orientaci při vystavení pla-

kátů ve větších prostorách), také jména autorů by měla být sice menším písmem než nadpis, ale dobře čitelná. Ještě o něco menší by měla být adresa pracoviště, nejlépe i s uvedením e-mailové adresy. Čitelnost těchto údajů z větší dálky je důležitá, protože mnohý zájemce se snaží rychle najít informaci o pokrocích výzkumu na jemu známých pracovištích. Orientaci prospěje také umístění loga pracoviště do blízkosti adresy. Naopak citace prací a poděkování grantové agentuře a případným pomocníkům stačí uvést až na spodním okraji plakátu. V případě, že se musí z nějakých důvodů představit plakát s nevhodně koncipovaným rozvržením plochy, je třeba ho umístit na stojanu tak, aby na zadání i na závěr bylo dobře vidět i bez shýbání.

Plakát vyrobený pouze černobíle nepřiláká mnoho zájemců. Naopak výtvarně předimenzované plakáty odpuzují kvůli případným obtížím při sledování obsahu. I jednobarevné pozadí je třeba volit jen ve velmi světlých tónech barvy, aby na něm byl černě psaný text dobře čitelný. Negativní (bílé, světlé) texty na barevném, byť tmavším pozadí se pro horší čitelnost nedoporučují. V každém případě všechny obrázky a tabulky mají mít bílé pozadí. V grafech nevolte pro čáry nebo body nevýrazné barvy, např. žlutou nebo světlé odstíny. Počítejte také s barvoslepými (v populaci je jich údajně 5 %), kteří nerozliší červenou a zelenou nebo hnědou barvu. V tabulkách je výhodné zvýraznit nejdů-

ležitější údaje barevně, např. tmavě modře nebo červeně, nebo tučným písmem. Při ekologických studiích se doporučuje připojit názornou fotografii studované lokality. Fotografie či kresba (schéma) méně známého přístroje řeknou obvykle více než slovní popis metody. Kresba zase může někdy poskytnout více informací než fotografie. Názorné bývá přivěšení trojrozměrného objektu (zkumavka s explantátem, vzorek minerálu apod.).

Chcete-li poskytnout zájemci více informací než umožňuje stručná „reklamní“ forma plakátu, bývá nejlepším řešením doplnit ho např. dvoustránkovým černobílým textem psaným ve formě krátké publikace a zavěšeným v průhledném obalu pod plakátem. Pořizovací náklady takového „handoutu“ jsou malé, dá se v případě potřeby dotisknout i v zahraničí.

Jaké jsou obvyklé chyby při prezentaci v plakátové formě? Neměly by se připravovat tzv. salami-postery, v nichž je jedna práce vědeckého kolektivu rozřezána do několika plakátů. Víím, že k tomu nutí požadavek, aby každý účastník na setkání něco představil, i volání grantových agentur po četných prezentacích. Nešvarem je také nepřítomnost reprezentanta plakátu během doby určené pro postery.

Věřím, že věnujete-li pozornost uvedeným doporučením, budou se vaše plakáty řadit k těm nejlepším na celém zasedání a umožní rozšířit vaše výsledky v celé vědecké obci. Nikdy ovšem nenahradí kvalitní a pečlivě připravenou publikaci.