

Corporate design imaginárního studia chameleon

Corporate design of imaginary studio chameleon

Ondřej Velebný

Bakalářská práce
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Kabinet teoretických studií
akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ondřej VELEBNÝ**
Studijní program: **B 8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Grafický design**

Téma práce: **Corporate design imaginárního studia chameleon.**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce 25 – 30 stran + přílohy, odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané univerzitní předlohy, viz Směrnice rektora UTB č.12/2009)
na 1 ks CD nosiči, dále odevzdat 2 kusy vytištěné elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované práce, která má volnější autorskou podobu.
Praktická část práce bude odevzdána dle specifických požadavků vztahujícímu se ke konkrétnímu zadání práce.

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Veškeré dostupné knižní zdroje na území ČR (SR) i EU, webové stránky, odborné časopisy a další literatura doporučená po konzultaci vedoucím práce.

Vedoucí bakalářské práce:

MgA. Václav Ondroušek

Ústav reklamní fotografie a grafiky

Datum zadání bakalářské práce:

1. prosince 2009

Termín odevzdání bakalářské práce:

17. května 2010

Ve Zlíně dne 6. ledna 2010


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




Mgr. Markéta Dvořáčková
vedoucí katedry

ABSTRAKT

Bakalářská práce Corporate design imaginárního grafického studia chameleon je rozdělena do dvou částí - teoretická a praktická část.

V teoretické části bakalářské práce je studována motion grafika od počátků po současnost. Z výrazných osobností tvořících motion grafiku jsou představeni z 80. let Saul Bass a ze současnosti Lukáš Veverka. Další část teoretické práce se věnuje studiu barev užitých ve značkách vybraných motion společností současnosti.

Grafický manuál motion studia "Chameleon", reprezentuje konceptuální pojetí značky a její možné aplikování v praxi.

Klíčová slova: Corporate design, grafické studio, motion grafika, grafický manuál.

ABSTRACT

Bachelor's Work "Corporate Design of Imaginary Graphic studio chameleon" is divided into two parts – theoretical and practical.

Theoretical part follows motion graphics in historical perspective. It starts by first attempts during first half of 19th century, and then continues by introduction of Saul Bass, who was taken as preventative of outstanding personalities of 1980's motion graphics and ends by profile of Lukáš Veverka, who was selected from present motion graphics leaders.

Another section of theoretical part is related to study of color schemes used in logotypes of twenty selected graphics studios that are present on actual market.

Brand manual of "Chameleon" design studio and examples of its application in practical business situations represent practical part of this Bachelor's Work.

Keywords: Corporate design, graphic studio, motion design, graphic manual

Poděkování

Tímto bych chtěl poděkovat MgA. Václavu Ondrouškovi, za vedení bakalářské práce.

Dále děkuji své rodině za podporu ve studiu.

Prohlášení

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

1	ÚVOD.....	8
2	TEORETICKÁ ČÁST.....	9
2.1	KOŘENY ANIMACE	9
2.1.1	Počátky optických vynálezů	9
2.1.2	Počátky kinematografických vynálezů	10
2.1.3	Experimentování v animaci	11
2.1.4	Počátky počítačové animace	14
2.1.5	Televizní Motion Grafika	15
2.2	ČESKÝ MOTION DESIGNÉR SOUČASNOSTI LUKÁŠ VEVERKA.....	17
2.3	SOUČASNÁ MOTION STUDIA	21
2.3.1	Hippie House	22
2.3.2	Psyop.....	23
2.3.3	Blur	24
2.3.4	Benny Box	24
2.3.5	Pleix	25
2.3.6	DFORM1	26
2.3.7	LeMob.....	26
2.3.8	Eyeball	27
2.3.9	Digital Kitchen.....	27
2.3.10	WIZZ.....	28
2.3.11	The Ebeling Group.....	28
2.3.12	Logan	29
2.3.13	North Kingdom	30
2.3.14	Oficina.....	31
2.3.15	Proud Creative	32
2.3.16	4Creative	33
2.3.17	Buck	33
2.3.18	Prologue	35
2.3.19	STARDUST.....	35
2.3.20	Studio aka.....	36
2.4	VÝSLEDKY UŽÍVÁNÍ BAREV	37
2.5	VÝZNAM BAREV:	38
2.5.1	Barva bílá:	39
2.5.2	Barva černá:	39
2.5.3	Barva modrá:.....	39
2.5.4	Barva fialová:.....	39
2.5.5	Barva červená:	39
2.5.6	Zelená barva.....	40
2.5.7	Barva oranžová	40
2.5.8	Barva růžová	40
2.5.9	Barva žlutá	40
2.6	PODROBNÝ ROZBOR ZNAČKY HIPPIE HOUSE.....	41
2.6.1	Představní vizuální identity společnosti.....	41
2.6.2	Kvalitativní hodnocení.....	42
2.6.3	Identifikovatelnost značky	42
2.6.4	Výpovědní hodnota.....	42

2.6.5	Estetická kvalita	43
2.6.6	Produkční kritéria.....	43
2.6.7	Světelné podmínky.....	43
2.7	POHLED NA VÝVOJ FIREMNÍCH ZNAČEK V ČESKÉ REPUBLICE.....	45
3	PRAKTICKÁ ČÁST	48
3.1	GRAFICKÝ MANUÁL DESIGN STUDIA CHAMELEON.....	48
3.1.1	Představení Graphic design studia chameleon.....	48
3.1.2	Název chameleon.....	48
3.1.3	Koncept vizuálního stylu	49
3.1.4	Značka.....	50
3.1.5	Název společnosti	50
3.1.6	Konstrukce značky.....	51
3.1.7	Barva značky a doplňkové barvy	51
3.1.8	Konstrukce logotypu.....	52
3.1.9	Černobílé provedení.....	53
3.1.10	Ochranná zóna	53
3.1.11	Minimální velikost značky.....	53
3.1.12	Zakázané užití značky.....	54
3.1.13	Typografie.....	55
3.1.14	Merkantilní tiskoviny.....	58
3.1.15	Aplikace značky.....	61
4	ZÁVĚR.....	67
5	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	68
6	SEZNAM OBRÁZKŮ	73

1 ÚVOD

Na grafického designéra současnosti jsou kladeny nároky přesahující klasické oblasti zájmu designérů z dob minulých. Za rozšířením působnosti designérů stojí rozvoj počítačových programů, rychlejší přísun informací a celosvětový trend vzájemného propojování oborů. Grafický designér stále méně řeší klasické práce jako merkantilní tiskoviny, které začínají být vytlačovány pohyblivým obrazem neboli animací zobrazující se, ať už na internetových stránkách, televizorech nebo přenosných PDA zařízeních.

Tato bakalářská práce se zabývá historií motion grafiky, od prvních technických vynálezů umožňujících vytváření mechanické iluze pohybu, až po digitální zařízení dnešních dnů. V práci jsou zahrnuty subjekty, které se zapsaly mezi významné průkopníky a ikony motion designu. Představeny jsou významné motion společnosti s ukázkou používaných značek a jejich případné užití v animaci. Uvedené texty nejvíce pojednávají o komerčních skupinách, respektive motion studiích a jejich corporate identity.

Praktická část čerpá ze zkušeností získaných studiem současných motion společností a jejich corporate identity, která je popsána v teoretické části. Cílem praktické části je vytvoření design manuálu imaginárního Grafického design studia chameleon. Design manuál zahrnuje, rámcové představení společnosti, koncept design identity, práci s logem a jeho aplikace.

2 TEORETICKÁ ČÁST

2.1 Kořeny animace

Od samých počátků se umělci snažili zachytit pohyb ve svých obrazech. První zachycení pohybu můžeme najít v jeskyních Altamira ve Španělsku, kde se na stěnách jeskyně objevují zvířata s větším množstvím nohou vyvolávající dojem běhu.[1]

2.1.1 Počátky optických vynálezů

Prokazatelné zachycením pohybu nebo vytvoření jeho iluze, se prvně podařilo až v průběhu devatenáctého století, kdy byl vytvořen první animační přístroj. Mezi dřívější vynálezy patřila promítačka (magic lantern), na které se již pohyb dal demonstrovat výměnou skleněných desek.

Okolo let 1820 byl vynalezen Sirem Johnem Herschelem přístroj thaumatrope. Toto jednoduché zařízení vytvářelo iluzi prostoru, za pomoci dvou papírových obrázků umístěných proti sobě na disku. Při rychlém kruhovém točení disku vznikla iluze propojení obrázků.

V roce 1832 Belgičan Joseph Plateau vynalezl phenakistoscope. Přístroj pracoval na principu, dvou disků a zrcadla umístěných v jedné ose. První disk měl při kraji vytvořené díry, přes které bylo možno při rychlém otáčení středovou osou vidět odražený obraz z druhého menšího disku s grafikou rozfázovaného pohybu. Podobně fungující vynález zvaný stroboskope, byl vynalezen v roce 1832 Simonem von Stampferem ve Vídni. William George Horner zastavil rozmach phenakiscopu vynálezem zoetrope. Zoetrope byla nádoba ve tvaru bubnu, kde přes malé škvírky bylo vidět rozfázované obrázky na protější vnitřní stěně. Roztočením bubnu přes středovou osu vznikala iluze pohybu obrázků.

Jan Evangelista Purkyně český rodák z Libochovic byl významný lékař, fyziolog, anatom, básník a filozof. Zkonstruoval přístroj kinesiskop, který použil k demonstraci funkce lidského srdce a oběhové soustavy. Technikou animace se Purkyně zabýval od čtyřicátých let. Z počátku využíval pro animaci pouze kreslených obrázků, později používal fotografii [2, 3, 4].

Vynálezce Praxinoscopu Emil Reynaud vytvořil první přístroj, kde iluze pohybu nebyla rušena průhledem přes špehýrku-kukátko. Praxinoscop využíval odrazu rozfázovaných obrázků z vnitřní stěny bubnu, které byly odraženy k pozorovateli přes zrcadla umís-

těná do kruhu uprostřed bubnu. Roztočením bubnu vznikala iluze pohybu na zrcadlech umístěných uprostřed kruhu. [1]

2.1.2 Počátky kinematografických vynálezů

Fotograf a vynálezce Edvard Muybrige se zabýval zachycením pohybu za pomoci několika fotoaparátů. Roku 1883 vynalezl kameru, která byla schopna zaznamenat více obrazů na jednu desku. Za svůj život shromáždil přes více než 100.000 studií pohybu lidí a zvířat. [5]

V roce 1889 byl vynalezen Američanem Hannibalem W. Goodwinem průsvitný pružný svitkový film, který začal průmyslově vyrábět George Eastman. Poprvé v historii bylo možné zaznamenat nepřetržitý záznam. Dřívější vynálezy umožnily pouze promítat okolo 15 obrázků. [6]

Ve Francii roku 1912 bratři Lumièreové, Auguste Marie Louis Nicholas a Louis Jean vyrobili domácí promítací zařízení zvané kinora. Kinora fungovala na principu zafixovaných fotografií k otočné ose s klikou. Přes čočku bylo při zatočení klikou, možno docílit iluze pohybu [7]. Je zajímavé, že kinora byla velice oblíbená a prodávala se, až do roku 1914 i přesto, že v roce 1894 bratři Lumièreové představili světu kinematograf. Tento přístroj pracoval jako kamera, kopírka a promítačka. Do doby představení kinematografu nebylo možné velkoplošné komerční promítání filmů pro veřejnost [1].

Nové vynálezy vedly kromě rozšíření filmové produkce i k rozvoji kreslených animací. Dnes známe společnosti Warner Brothers a Disney, které oživovali postavičky z klasických komiksů. První rozpoznatelnou animovanou figurkou z promítacích pláten byl Mickey Mouse, vytvořený za spolupráce Walta Disneye a Uba Iwerkse, a Felix the Cat, navržený australským výtvarníkem Patem Sullivanem a rozanimovaný Otto Mesmerem [1].

Roku 1910 použili Earl Hurd a John Bray techniku překrývání obrázků za pomoci průsvitné folie. Pozadí bylo vždy stejné, měnil se pouze středový motiv a tím vznikal dojem pohybu. Vynález této techniky otevřel nové možnosti na poli animace [1].

První, kdo začal experimentovat s technikou stop triku, byl Gerorge Méliès. Pořádal kouzelnická představení pro publikum, překvapené z efektu, že z promítané scény zmizelo například auto nebo postava. Stop trikem se rozumí pouhé zastavení a opětovné spuštění kamery [8].

Emil Cohl a Max Fleischer rozšířili možnosti animace o zasahování do stopáže a o ručně kreslené prvky. Roku 1917 si Max Fleisher nechal patentovat techniku rotoskopu. Rotoskop umožňoval práci s jednotlivými políčky filmu, promítanými na mléčné sklo. Animované postavičky se umístily před sklo a následně byly zachyceny kamerou. Fleischer technikou rotoskopu vytvořil mimo jiné postavičky Pepka námořníka a Supermana [1].

2.1.3 Experimentování v animaci

Motion design stále hledá nové netradiční techniky, kterými by se odlišil a tím upoutal náročného diváka dnešních dnů. Mnoho současných motion technik vychází z těchto průkopnických prací experimentátorů v animaci.

Na přelomu dvacátého století, kdy se měnilo politické složení států, umělci odmítali klasické postupy a strnulost v umění. Začala se objevovat abstrakce, kubismus, futurismus, dadaismus, surrealismus a další výtvarné směry. Umělci se zajímali o pohyb, snažili se svrhnout tradiční omezení, vyzdvihovali spontánnost, povědomí a iracionalitu. Nová doba přinášela nové estetické standardy do všech výtvarných oborů [1].

Pojmem experimentální film se rozumí, film vytvořený jinými netradičními technikami zásahu do filmu, jako škrábání, malba, rychlý střih, expozice atd. Pro experimentální film bývá charakteristický chybějící kontinuální děj. Motivací experimentálních tvůrců nebylo tvořit komerční filmy, ale chápali film jako nové médium, jako výtvarný prostředek vyjádření sebe sama [1].

Švédský hudebník a malíř Viking Eggeling se celý život snažil o zachycení hudby. Byl ovlivněn řadou významných osobností jako Amadeo Modiglianim, Hans Arpem, Tristanem Tzarou, spolupracoval s Hansem Richterem, který ho přivedl k filmu. Roku 1923 představil film Symfonie Diagonále, snímek zachycující hudbu za pomoci abstraktních tvarů, linií. Na Symfonii Diagonále pracoval čtyři roky, těsně po premiéře umírá v Berlíně [9].

Ferdinand Léger jeden z hlavních představitelů kubismu vytvořil roku 1923 energický film Ballet Mécanique bez použití scénáře. Tímto snímkem se zapsal do dějin kinematografické abstrakce.

Film německého tvůrce Hanse Richtera *Ghosts Before Breakfast* z roku 1927 představil světu animaci v kombinaci s filmovými záběry. Richter zde experimentuje se zrychlenými i zpomalenými záběry, pouští film pozpátku a negativně zobrazuje scény [1].

Prvním avantgardním a zcela animovaným filmem promítaným v Německu byl snímek od Waltera Ruttmanna *Lichtspiel Opus 1* z roku 1921. Walter Ruttmann se zajímal o výtvarné umění a hudbu, ve svých dílech kladl velký důraz na propojení obrazu a zvuku [10].

V třicátých letech Alexandre Alexeïeff se svou ženou Claire Parkerovou vynalezli techniku pinboard (pinscreen) neboli špendlíkovou stěnu. Technika fungovala na principu desky s tisíci otvory obsahujícími černé špendlíky, které se dali zatlačovat a vysunovat. Při vysunutí špendlíku se objevil černý stín, při zasunování se stín zkracoval, až zanikl v bílé desce. Za pomoci různých předmětů, kterými vytlačovali obrazy jednotlivých snímků, vznikly zajímavé rastry, přechody, nebo černobílé kompozice. Jednalo se o velice pracnou animační techniku, s jejíž pomocí vytvořili za období 50-ti let pouze šest krátkých filmů, které ale získali řadu ocenění. Mezi nejznámější patří *The Nose* and *Night on Bald Mountain* [1, 11, 12].

Len Lye animátor z Nového Zélandu se proslavil technikou zasahování malbou nebo rytím do 35mm celuloidového filmu. Vycházel z futurismu, abstraktního expresionismu. V roce 1929 vytvořil svůj první animovaný film *Tusalava* znázorňující počátky organického života. Snažil se propojit hudbu s animací, čímž položil základy tvorby videoklipů.

Norman McLaren v Kanadě začal experimentovat podobně jako Len Lye s přímým zásahem do pásu filmu. V roce 1941 založil pod National Film Board of Canada (NFB) oddělení animace, kde experimentoval s řadou technik. Stal se ikonou počátku motion designu, McLaren je znám především díky experimentům s technikami estetického zobrazení zvuku. Tvorba McLarena byla oceněna mnoha světovými cenami [1, 13, 14, 15].

Lotte Reiniger se proslavila díky filmům *The Adventures of Prince Achmed* (1926), vytvořenými technikou stříhaných černých šablon. Šablony byly nasvíceny a sestaveny dohromady, tak aby vytvořily siluety postav. Film vznikl tři roky, animací snímek po snímku [1, 16].

Mary Ellen Bute nepochybně patřila mezi filmové experimentátory. Ve třicátých letech vytvořila svůj první film *Rhythm in Light*. Zajímala se o nové techniky, používala

zrcadel, odrazů přes průsvitné hranoly, vzorů z osciloskopu, šablon a mnohačetných odrazů. Díky vášni pro nové efekty Mary Ellen Bute, často nedokončila své rozpracované filmy[1].

Německý abstraktní animátor, filmový tvůrce, malíř, inovátor, vynálezce Oskar Fischinger vytvořil přes 50 krátkých animovaných filmů. Mezi jeho nejslavnější patří Motion Painting No. 1 vytvořený v roce 1947 za podpory Guggenheimovy nadace. Ve svých projektech používal více kamer, v počátcích experimentoval s uhlím kreslenou animací na papíru, později si osvojil práci s barveným filmem. V roce 1940 vynalezl Lumigraph, přístroj zobrazující škály měnících se barevných odstínů, který byl v 70 letech vylepšen o interakci se zvukem [1, 17].

Harry Everett Smith byl všestrannou osobností, zabýval se sbíráním nahrávek, antropologií, mysticitou a experimentální filmovou tvorbou. Produkoval abstraktní filmy plné mysticity, které často ručně upravoval zásahem přímo do celuloidového materiálu. Používal technik šablon, malby, vazelíny, adhezni gumy, maskovací pásy nebo žiletky. Harry Everett Smith si vybudoval vlastní filmový archiv, ze kterého čerpal v 50. a 60. letech. Archiv mu byl nápomocen při vytvoření jeho nejlepších prací Film #12 a Heaven and Earth Magic [18].

Americký animátor Robert Breer byl ovlivněn abstrakcí, neoplasticismem a De Stijlem. Jeho první filmy byly jednoduchou stop motion animací komiksů. K filmu se dostal při studiu na umělecké škole, když ucítil potřebu posunout se dále a překročit hranice konvenčního umění. Experimentoval s barvou, překrýváním filmů, rychlou montáží, střihem, perspektivou, rytmem a pohybem [1, 19].

Český animátor, výtvarník a filmový tvůrce Jan Švankmajer je řazen k představitelům surrealismu. Vystudoval na VŠUP, pracoval v černém divadle, v Laterně magice a v divadle Semafor. Jeho prvním filmem byl Poslední trik pana Schwarcewallda a pana Edgara z roku 1964. V roce 1970 vstupuje do Surrealistické skupiny. V letech 1972-1979 mu bylo zakázáno natáčení filmů. Po ukončení zákazu natočil Zánik domu Usherů a Kyvadlo, jáma a naděje od Edgara Allana Poe. Filmem Možnosti dialogu z roku 1983 si vysloužil opětovný zákaz natáčení. Švankmajer se vyznačuje rychlým střihem, záběry detailů, modelováním, vyžíval se v ponurých a temných scénách. Zajisté byl obdivovatelem obrazů Giuseppe Arcimbolda. Vytvořil celou řadu dalších filmů, za které obdržel

mnohá ocenění. Jan Švankmajer ovlivnil celou řadu umělců jako Bratry Quay, Tima Burtona, Terry Gilliam [1, 20, 21].

Identická dvojčata bratři Stephen a Timothy Quay, jsou následovníci Jana Švankmajera. V roce 1980 založili Konick Studio v Londýně. Bratři Quay často užívají stop animace s hranými loutkami. Scény jsou temné, tajuplné a plné detailů. Mezi nejznámější práce patří film *Street of Crocodiles*, *The Institute* Benjamenta, *In Absentia* a komerční práce pro Nikon, MTV, Coca-Cola [1, 22].

Frank a Caroline Mouris v sedmdesátých letech uplatnili kolážovou techniku v animaci. Z časopisů vystříhávali obrázky, které následně za pomoci stop motion techniky rozpochovali. Fotografie v kolážích symbolizují západní kulturu. V roce 1973 vyhráli ocenění Academy Award za snímek *Frank Film*. Mourisův kolážový styl ovlivnil řadu dalších tvůrců [1].

2.1.4 Počátky počítačové animace

Animátor, vynálezce a hudebník John Whitney je považován za jednoho z prvních tvůrců pracujících s počítačovou animací. John Whitney ve spolupráci se svým bratrem Jamesem vynalezli přístroj se schopností vytvářet elektronické zvuky, které používali ve svých raných filmech, jako byl *Five Film Exercises*. Během druhé světové války vytvořil John Whitney pro Lockheed Aircraft Factory přístroj zaznamenávajícím trajektorie střel. Vyřazený armádní přístroj později koupil a předělal ho na mechanický analogový počítač „cam machine”. Cam machine vytvářela dosud nevídané obrazce, které byly snímány kamerou rotující v různých osách. Později v padesátých letech spolupracoval se Saul Bassem na sekvencích titulků pro film *Alfreda Hitchcocka, Vertigo*. V šedesátých letech založil studio Motion Graphics Inc., kde produkoval díky cam machine motion-obrazy a televizní sekvence. V roce 1961 publikoval *Catalogue*, soubor doporučených efektů vytvořených na analogovém počítači. V sedmdesátých letech pracoval na digitálním počítači IBM 360 Digital přímo pro něho naprogramovaným firmou IBM . S novou technikou vytvořil celou řadu zajímavých prací, jako například jeho první generovaný film *Homage to Rameau*. Do své smrti v roce 1995 usiloval o ztvárnění hudby pomocí počítače, kde by se obraz a hudba generovala v reálném čase [1, 23, 24, 25, 26].

Mezi další významné průkopníky počítačové animace patřil Stan VanDerBeek, který ve spolupráci s Kenem Knowltonem vytvořil počítačem generovanou grafiku za pomoci rastrové animace.

Con Pedrsonem společně s Robertem Abelem v roce 1971 založili počítačové grafické studio Robert Abel & Associates. Jako jedni z prvních propojili tradiční filmovou techniku s digitálními efekty. Za svou tvorbu Abel získal řadu ocenění [1].

2.1.5 Televizní Motion Grafika

Nové médium, živé televizní vysílání si osvojilo znalosti animačních technik avantgardních filmů a čerpalo ze sekvencí animovaných titulků, které se začaly široce užívat. Šedesátá léta přinesla řadu inovací jako barevné filmy, nahrávací zařízení, studiové kamery a objevuje se satelitní přenos, umožňující šířit obraz po celé zemi [1].

Vznikají první nadnárodní společnosti budující si vlastní design identitu, kterou pro ně navrhovali významní designéři. Prvními světovými společnostmi byly CBS Eye, NBC Peacock a ABC. ABC měla navržené logo od Paula Randi [1].

Za otce motion televizní grafiky je považován Harry Marks. Marks pracoval pro ABC, kde posunul hranice designu televizní grafiky. Jeho požadavky vedly k řadě inovací ve vývoji používané techniky. Společně s Douglasem Trumbullem vytvořili za pomoci nových efektů televizní design identitu, postavenou na pohyblivém logu [1].

Televizní stanice si uvědomily, že bez sofistikovaného design systému se nelze obejít. Dnes téměř každý televizní kanál pracuje s propracovaným televizním corporate identity designem, užitým v reklamních znělkách, upoutávkách pořadů, oznámeních, předělech nebo kampaních [1].

Saul Bass je významným grafikem a motion designérem minulého století, který pozvedl úroveň titulků, motion efektů a světové corporate identity v 50 až 80 letech.

Jeden z nejvýznamnějších designérů a průkopníků motion designu Saul Bass se narodil roku 1920 čtvrti Bronx ve městě New York, vystudoval uměleckou malířskou školu v Art Students League na Manhattnu. V Brooklyn College vyučoval Basse emigrant maďarského původu grafický designér Gyorgy Kepese, který studoval u László-Moholy-Nagy ve třicátých letech v Berlíně. Gyorgy Kepese vedl Basse stylem zavedeným Moholy-Nagy na Bauhausu, který vycházel z ruského konstruktivismu [27].

Po dokončení studia pracoval jako freelancer pro designové firmy v New Yorku. Do Los Angeles se přestěhoval v roce 1946, kde otevřel vlastní reklamní studio Saul Bass & Associates. V roce 1954 vytvořil plakát pro film Carmen Jones pro Otto Premingera,

který byl prací Basse nadšený a rozhodl se proto svěřit Bassovi i výrobu titulků k tomuto filmu. Titulky se tak díky Bassovi staly součástí každého filmu a poprvé navodily jeho atmosféru [27].

Na základě vytvoření titulků z filmu *Carmen Jones*, získal Bass zakázku na výrobu titulků i pro film Roberta Aldriche *The Big Knife* a pro Billy Wildera *Seven Year Itch*. Titulky k filmu *The Man with the Golden Arm* způsobily senzaci. V roce 1956 pracoval na krátkém filmu *Around The World in 80 Days*. Bass dokázal jediným symbolem navodit jedinečnou atmosféru filmu, jak je vidět u titulků filmu Alfreda Hitchcocka *Vertigo*, kde Bass v detailním pohledu na krvavě rudé ženské oko použil točivé spirály od Johna Whitneyho. V titulcích pro film *North by Northwest* se grafické linie s měnícími se titulky promění v pohled na mrakodrap, Bass zde použil filmové záběry ve spojení s grafikou. I nadále spolupracuje s Hitchcockem a natáčí pro jeho film *Psycho*, slavnou scénu ve sprše [27].

Se svou ženou Elaine Bass vytvořil titulky pro mnoho režisérů. V té době se začal také věnovat krátkým filmům, vrcholem tohoto období je film *Why Man Creates*, za který byl oceněn Oscarem. Jeho filmová kariéra končí roku 1974 filmem *Phase IV*, který byl velice neúspěšný. Bass se potom vrací ke grafickému designu a navrhuje korporátní design firmám, jako jsou Bell Telephone, United Airlines, Warner Communications, Minolta, a další. V roce 1984 navrhnul plakát pro Olympijské hry konané v Los Angeles [27].

Roku 1990 začal Bass dlouholetou spoluprací s Martinem Scorsesem na filmech *Good Fellas*, *Cape Fear*, *The Age of Innocence* a *Casino*. Roku 1993 vytvořil titulky pro film Stevena Spielberga *Šindlerův seznam*. V průběhu let 1991 až 1996 navrhl plakáty k udělování cen Oscar. Saul Bass zemřel v roce 1996 v Los Angeles [27].



Obr. 1 Saul Bass plakát k Olympijským hrám v Los Angeles v r. 1984 [27].

2.2 Český motion designér současnosti Lukáš Veverka

Základem motion tvorby Lukáše Veverky je grafický design a experimentování vycházející z klasických výtvarných technik. Jeho práce zahrnují korporátní značky, tiskoviny, design webových stránek, natáčení spotů, tvorbu identity designu televizních společností a mnoho dalších. U všech prací je patrný jeho smysl pro konceptuální designerské řešení.

Lukáš Veverka se narodil 31. května 1982 v Chrudimi. Vystudoval soukromou Střední uměleckou školu v Jihlavě a rok po maturitě nastoupil do atelieru Grafického designu na Fakultě výtvarných umění VUT v Brně. Vysokou školu úspěšně ukončil v roce 2006 bakalářskou prací na téma televizní grafika. Práce byla zaměřena na vizuál studentské televize FAVU TV.



Obr. 2 FAVU TV [28]

Svou praxi začal velkolepě na tříměsíční stáži v interaktivním týmu holandského studia Dumbar v Rotterdamu. Na základě závěrečné školní práce se Lukáš stal Art Directorem kanálu ČT4 Sport a pracoval na projektu redesignu. Přestože je český grafik a výtvarník Lukáš Veverka poměrně mladý, podařilo se mu v roce 2008 získat ocenění RocketAward v uznávané mezinárodní soutěži televizního designu PROMAX BDA, právě za televizní spoty pro ČT 4 Sport.



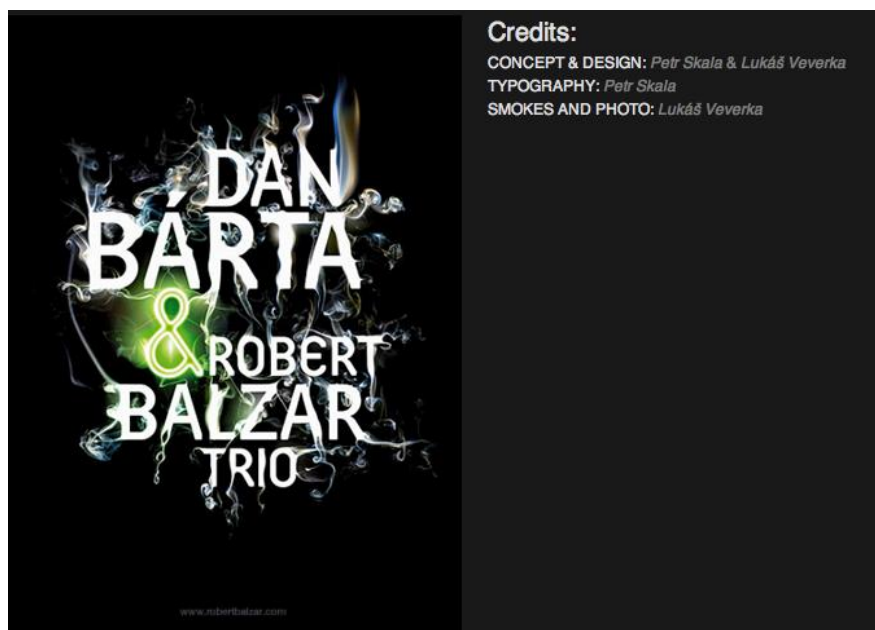
Obr. 3 ČT 24 Sport [28]

K jeho dalším mezinárodním úspěchům patří účast na soutěži pro MTV, jednalo se o vytvoření self promotion, tzv. ident, což je znělka propagující kanál nebo televizi. Na základě této soutěže se zúčastňuje tendrů pro klienty, jako jsou například Nike, Sony nebo Johnnie Walker.



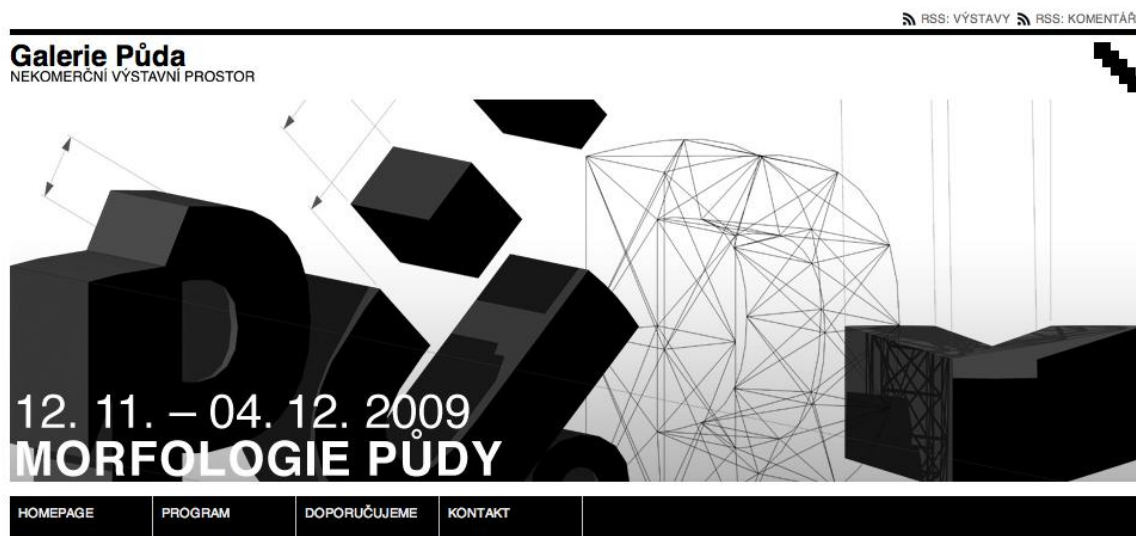
Obr. 4 MTV self promotion [28]

Jeho názory na soudobou grafiku je možné si přečíst na Design portálu nebo Typo.cz. Od roku 2004 je součástí týmu Paskal - Parasite a Skákala (Petr Skala). Jejich práce obsahuje široký rozsah projektů, jako jsou motion grafika, design, webový design pro kulturní události, hudební průmysl a komerční klienty.



Obr. 5 Plakát Dan Bárta a Robert Balzar Trio [28]

Pro jihlavskou galerii Půda navrhl vizuální koncepci, dále pro tuto galerii zpracovává plakáty a další materiály.



Obr. 6 web design galerie Půda [28]

Ve svém bytě v Brně pořádá od roku 2008 program oborových workshopů Pellico5. V současnosti pracuje jako Art Director projektu Altworx, který se zabývá animací, uživatelským rozhraním a grafickým designem.



Obr. 7 Webdesig Altworx [28]

Externě spolupracuje s Českou televizí. Jeho osobní portfolio je možné nalézt na adrese www.parasite.cz



Obr. 8 Diskusní pořad České televize, Máte slovo [27]



Obr. 9 Otázky Václava Moravce [27]

V jeho práci se prolíná užitá grafika s volným uměním, což dává grafice jako takové jiný rozměr. Oponent jeho bakalářské práce, ředitel Ústavu reklamní fotografie a grafického designu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně Václav Ondroušek vystihl Lukášův vztah ke grafice: „Lukáš prokázal jak režiséřské, tak i grafické kvality, cit pro 2D obrazovou kompozici. Ukazuje nám, že drží krok s boomem motion graphic, který k nám ve stále větší míře přinášejí nastupující digitální televize [28].“

2.3 Současná motion studia

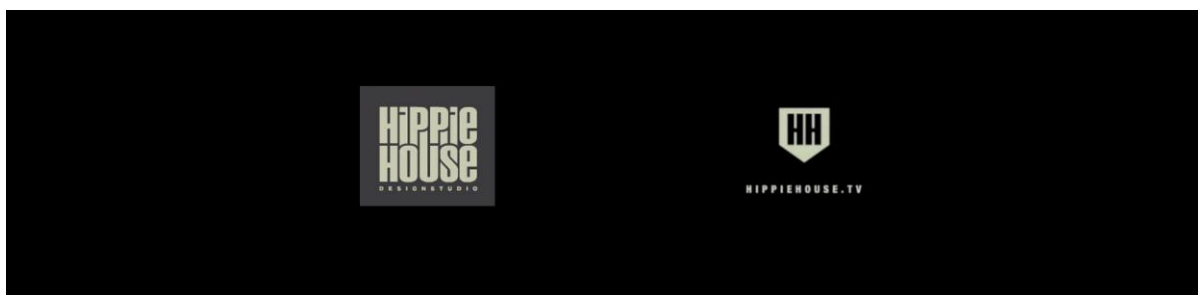
Motion design je dnes vytvářen ve studiích sdružujících řadu odborníků, kteří mezi sebou kooperují, a vytvářejí tak znamenitá díla na hranicích technické proveditelnosti.

V následujících kapitolách jsou představeny současné oceňované špičky motion společností s krátkým popiskem a značkami. Pro praktickou část bakalářské práce jsou

zkoumány barvy studií, které nejvíce používají ve svých značkách. Některé z těchto studií používají u svých log různých animací. Tyto animace jsou v práci popsány a předvedeny.

2.3.1 Hippie House

Studio Hippie House je sdružení grafiků, které založili a vedou od roku 2006 IGNACIO SANDOVAL a CHRISTIAN O'FARRELL. Zaměření společnosti je vizuální umění, motion design a animace. Vytvářejí 3D animace, ilustrace a výtvarnou identitu projektů. Hlavním médiem, pro které tvoří je televize. Dále jsou to on-air produkty jako showrealy, videoklipy, komerční spoty a identita televizních kanálů. Studio je držitelem několika cen za design a prezentuje se prostřednictvím internetové stránky www.hippiehouse.tv [29].

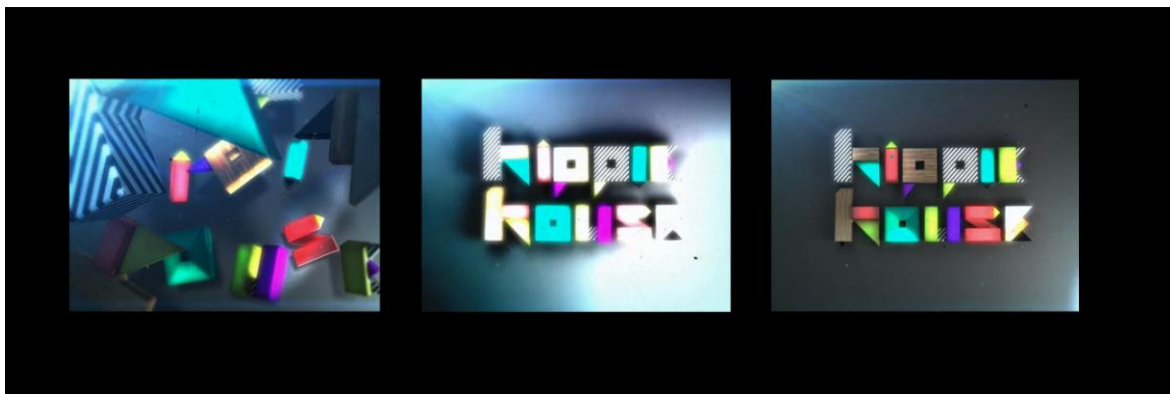


Obr. 10 Logo grafického studia Hippie House [29]

Použitá barevnost: Studio Hippie House používá šedivou podkladovou barvu v kombinaci se světle pastelově žlutou barvou. Barevnost lze zařadit od skupiny černo-bílé.

Animace loga: V animacích a třírozměrných variantách studio užívá nespočetné množství barev, přesná definice barevnosti proto ztrácí smysl.

Animované logo Studia Hippie House je užíváno na začátku showreelu v 3D provedení. Jednotlivé různě barevné prvky loga se skládají k sobě a vytvoří nápis Hippie House. Skládání písmen připomíná pozpátku puštěný výbuch, rozmetávající kousíčky písmen. Užívají rychlého střihu, detailních záběrů, 3D animace, after efektů starého šumu nebo barevného rozostření.



Obr. 11 Animace loga Hippié house [29]

2.3.2 Psyop

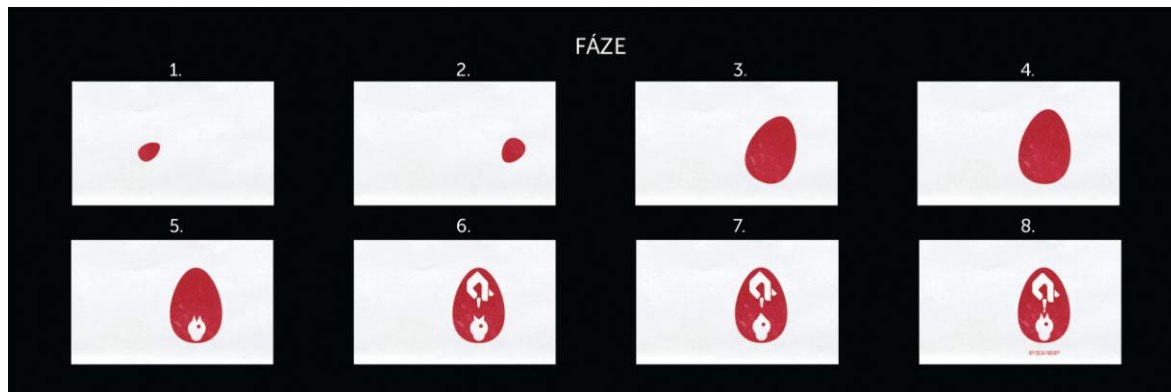
Studio se zázemím v New Yorku, se prezentuje pod sloganem „Persuade change influence“ (volný překlad: přesvědčit, změnit, ovlivnit). Jejich práce je vždy unikátní a nespojuje ji žádný výtvarný styl či technika. Jsou držiteli mnoha ocenění. Práce studia Psyop je možné shlédnout na www.psyop.tv.



Obr. 12 Logo grafického studia Psyop [30]

Použitá barevnost: Ve statickém logu a jeho animacích se prezentují červenou barvou v kombinaci s černou nebo šedivou. Psyop užívá nejvíce červené barvy a kombinace černo-bílé [30].

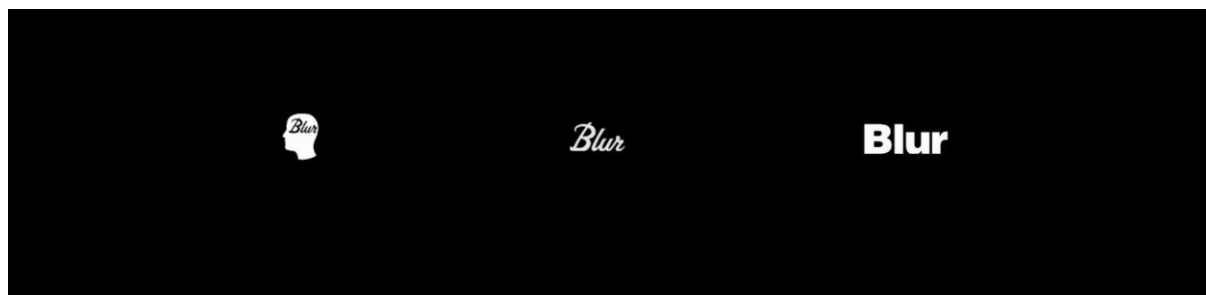
Animace loga: Animované logo se objeví při spouštění internetových stránek studia Psyop. Animace loga spočívá v kutálení vajíčka, ve kterém se následně po zastavení objeví kuřátko krmené kapátkem drženém rukou.



Obr. 13 Animace loga grafického studia Psyop [30]

2.3.3 Blur

Studio sídlící ve Venice v Kalifornii je jedním z nejúspěšnějších motion studií na světě. Práce studia najdeme v komerčních filmech, jako jsou X-Men Origins, Wolverine, A Gentleman's Duel, In The Rough, Gopher Broke. Studio od doby svého založení v roce 1997 získalo mnoho ocenění. Zaměřuje se na animaci, design a hudební klipy. Nalezeno na www.blur.com.



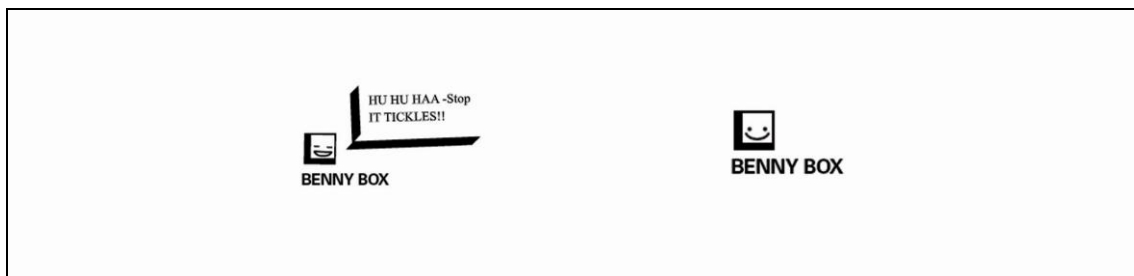
Obr. 14 Logo grafického studia Blur [31]

Použitá barevnost: Studio Blur užívá výhradně černobílé kombinace [31].

2.3.4 Benny Box

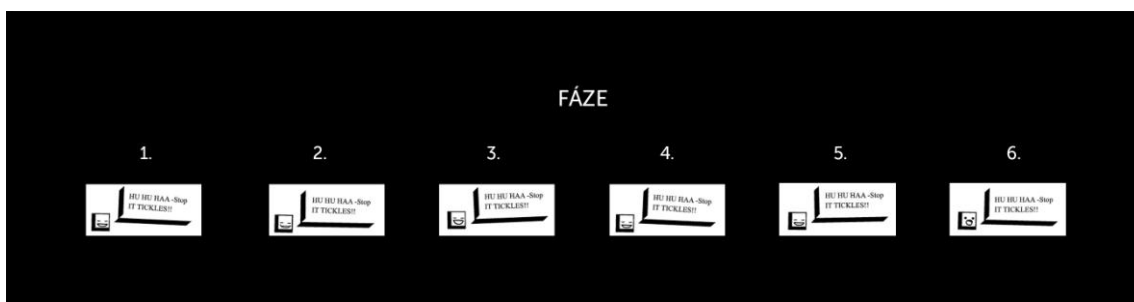
Dánské studio Benny Box založili, bratři Rune Fisker & Esben Fisker. Kromě motion grafiky se věnují tiskové produkci a animaci. Mají podmanivý kresebný styl a profesionální animace, www.bennybox.dk.

Použitá barevnost: Studio Benny Box používá pouze černou a bílou [32].



Obr. 15 Logo grafického studia Benny Box [32]

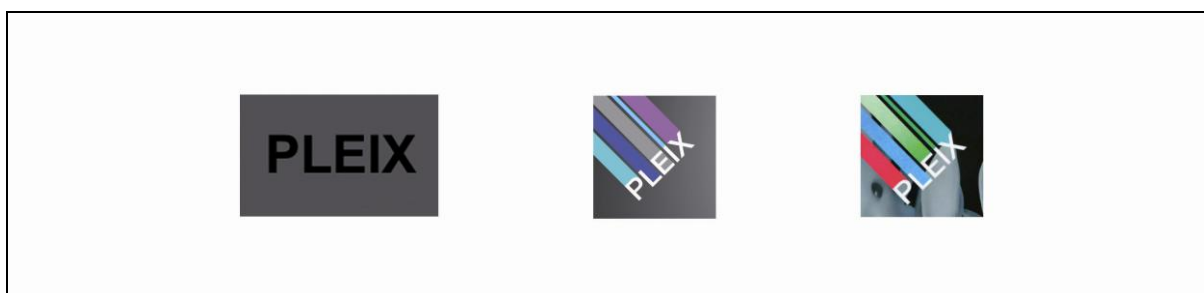
Animace loga: Animace loga se spustí, pokud kurzorem myši označíme krabičku Benny box umístěné na webových stránkách studia Benny Box v horním levém rohu. Krabička se začne smát a natřásat do všech stran. Objeví se také nápis: „přestaň s tím, to lechtá“.



Obr. 16 Animace loga grafického studia Benny Box [32]

2.3.5 Pleix

Studio Pleix je skupina digitálních umělců působících v Paříži. Členy skupiny jsou grafický designéři, hudebníci, animátoři a prostoroví výtvarníci. Jejich práce jsou na hranici volného umění, tímto přístupem rozšiřují oblast motion designu, www.pleix.net.



Obr. 17 Logo grafického studia Pleix [33]

Použitá barevnost: Studio Pleix používá více barevné verze loga [33].

2.3.6 DFORM1

Design Director Anders Schroder založil v roce 1997 vlastní studio DFORM1 působící na poli 2D a 3D designu, kterého využívá v motion grafice. V jeho portfoliu najdeme práce pro řadu významných klientů. V současné době Anders Schorder pracuje na pozici Creative Director ve firmě Flame www.andersschroder.com [34].



Obr. 18 Logo grafického studia DFORM1 [34]

Použitá barevnost: Deform1 užívá barevnosti: zelená, žlutá, červená, modrá, fialová, černo-bílá.

2.3.7 LeMob

Motion design studio LeMob sídlí ve Švýcarsku. Hlavními designéry jsou Bart Wassen & Neil Stubbings, kteří pracují pro řadu významných klientů, jako jsou ARTE, SAT. 1, ZDF, MTV, Red Bull. Jejich práci lze nalézt na www.lemob.ch.



Obr. 19 Logo grafického studia LeMob [35]

Použitá barevnost: LeMob černo-bílá a fialová verze [35].

Animace loga: Logo se objeví na začátku showreelu doslova jako blesk. Přes černou plochu začnou probleskávat fialové čáry, které postupně vykreslí logo LeMob.



Obr. 20 Animace loga grafického studia LeMob [35]

2.3.8 Eyeball

Kreativní studio Eyeball sídlí v New Yorku, zabývá se filmem, vizuální komunikací a 3D modelací. Pyšní se řadou ocenění a množstvím zajímavých klientů v portfoliu. Díky širokému záběru studia od tiskové reklamy, až po filmovou produkci poskytují kompletní vizuální servis pro všechny typy klientů, www.eyeballnyc.com[36].



Obr. 21 Logo grafického studia eyeball [36]

Použitá barevnost: Fialová, žluto- šedivá.

2.3.9 Digital Kitchen

Motion studio sídlící v Seattlu, Chicagu, New Yorku, Lost Angeles tvořící vynikající profesionálně odvedenou motion práci a to především v postprodukční rovině. Vyhráli řadu ocenění z prací pro významné klienty typu HBO, Warner Brothers., TNT, Microsoft, Audi atd. www.d-kitchen.com[37].

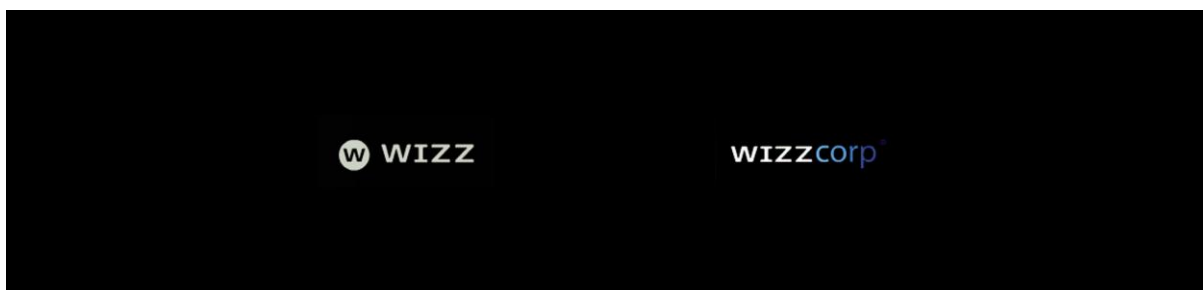


Obr. 22 Logo grafického studia Digital Kitchen [37]

Použitá barevnost: Digital Kitchen používá pouze černo-bílou barevnost.

2.3.10 WIZZ

Wizz production byla založena roku 1999 ve Francii jako dceřiná společnost firmy Quad Production. Z počátku se studio zabývalo vizuálními efekty pro filmy a v současnosti své zkušenosti uplatňuje v motion reklamě. Studio Wizz se skládá z Wizzcorp, Wizz Design, Wizz production. Přičemž Wizzcorp je především reklamní agentura. Mohou se pochlubit oceněním London International Awards 2009, které obdrželi za snímek “A journey” pro klienta Louise Vuittone, www.wizz.fr [38].



Obr. 23 Logo grafického studia WIZZ [38]

Použitá barevnost: Bílá, světle modrá a tmavě modrá.

2.3.11 The Ebeling Group

Úspěšná mezinárodní produkční společnost se sídlem v New Yorku a Los Angeles, sdružuje významné motion designéry, animátory, filmaře. Podílí se na řadě filmových projektů a jsou držiteli ocenění v Cannes za reklamu pro Amnesty International “Everybody against Everybody” [39]. The Ebeling Group je možné nalézt na www.theebelingroup.com.



Obr. 24 Logo grafického studia TEG [39]

Použitá barevnost: Růžová- bílá, při animaci loga fialová a tyrkysová.

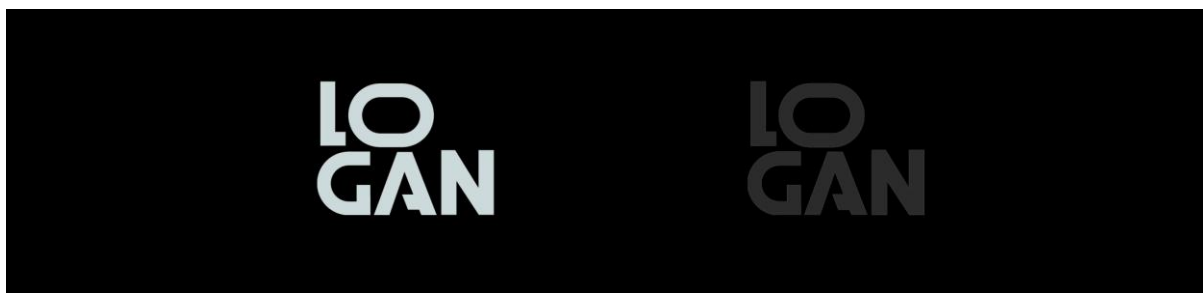
Animace loga: Logo The Ebeling Group se objeví při spouštění webových stránek. Spojením koleček tyrkysové a fialové barvy vznikne třetí růžová barva s nápisem TEG. Nakonec přes logo přeběhne záblesk.



Obr. 25 Logo grafického studia TEG [39]

2.3.12 Logan

Logan je hybridní motion produkční společnost sdružující zkušené umělce nebo produkční libující si v nevšednostech. Firma Logan byla založena v roce 2001 pány Alexeiem Tylevich a Benem Conrad. Do popředí motion designu je vynesly práce pro Apple a jejich inovativní způsob vedení projektů, vizuálních efektů, hudebních klipů a reklam. Logan díky širokému zázemí dokáže obsáhnout široké spektrum zakázek od tištěné reklamy přes módu, hudební tituly, až po herní průmysl. Úzce spolupracuje se svou dceřinou společností Mørk & Lys na vytváření vizuálních efektů, www.logan.tv.

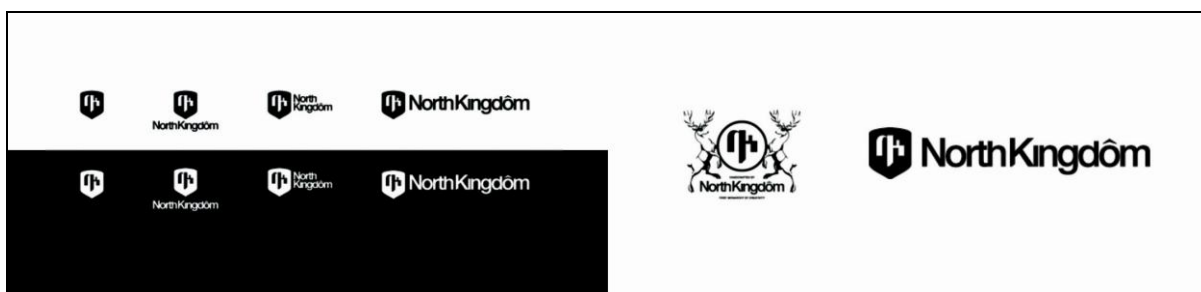


Obr. 26 Logo grafického studia Logan [40]

Použitá barevnost: Logan používá černo-bílou barevnost [40].

2.3.13 North Kingdom

North Kingdom je Švédské digitální studio založené na svobodě kreativity a náhodě, jak o sobě tvrdí na svých stránkách. Studio je držitelem několika světových ocenění. Pracují pro nejvýznamnější klienty z celého světa. Jejich projekty jsou vytvářeny na nejmodernějším technickém vybavení, které by bylo k ničemu bez nápaditosti a netradičnosti, která je jím vlastní. O svých projekty bohatě informují na webových stránkách a diskusních portálech www.northkingdom.com[41].



Obr. 27 Logo grafického studia North Kongdom [41]

Použitá barevnost: Černo-bílá.

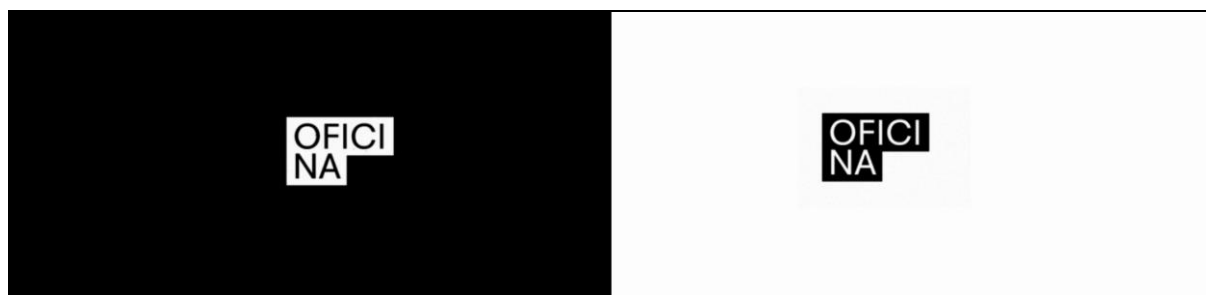
Animace loga: V showreelu Příběh z North Kingdom se objeví znenadání logo studia na obrazovce, nejprve je lehce průhledné, postupně se však zvýrazní.



Obr. 28 Logo grafického studia North Kingdom [41]

2.3.14 Oficina

České motion studio OFICINA, je multioborová společnost založená Lukášem Fišárkem a Markem Cimbálníkem v Praze. Zaměřují se na identitu televizních programů, interaktivní media, grafický a motion design. Pracují především pro českou televizní scénu, jako jsou Prima COOL, Česká televize, Nova TV, Z1. Jsou držiteli ocenění Czech Grand Design 2009 za design pro společnost Prima COOL, www.ofcn.cz [42].



Obr. 29 Logo grafického studia Oficina [42]

Použitá barevnost: Černá- bílá.

Animace loga: Animace loga studia Oficina je založena na vizuálním ztvárnění psaní na počítači blikáním kurzoru a následného psaní nebo mazání písmenek loga Oficina.



Obr. 30 Animace loga Oficina [42]

2.3.15 Proud Creative

Proud Creative je londýnské motion studio zaměřené na vizuální identitu s přesahem do motion designu. Svým klientů nabízejí kompletní servis corporate identity, což prezentují na webových stránkách www.productcreative.com pod odkazem “Full Program”, kde klientům nabízejí služby od strategie značky, přes motion grafiku, až po design tužky. Chloubou studia je několik ocenění za design. Mezi jejich významné klienty patří Getty Images, Promax, S4C [43].

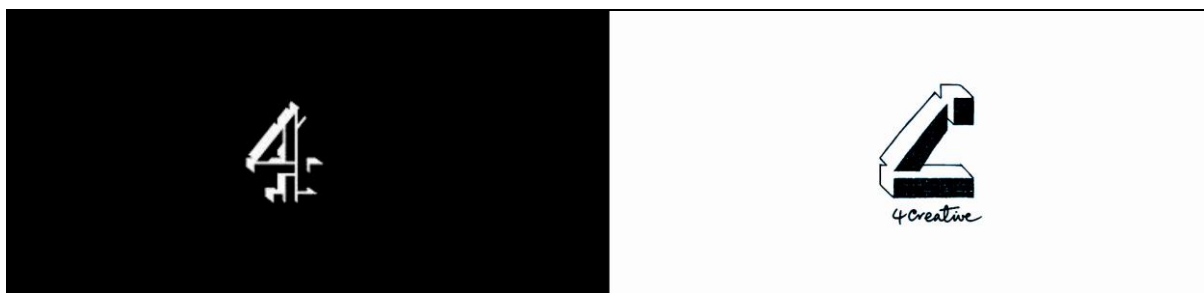


Obr. 31 Logo grafického studia Proud Creative [43]

Použitá barevnost: Fialová, šedá, červená, černá, modrá, zelená a fialová.

2.3.16 4Creative

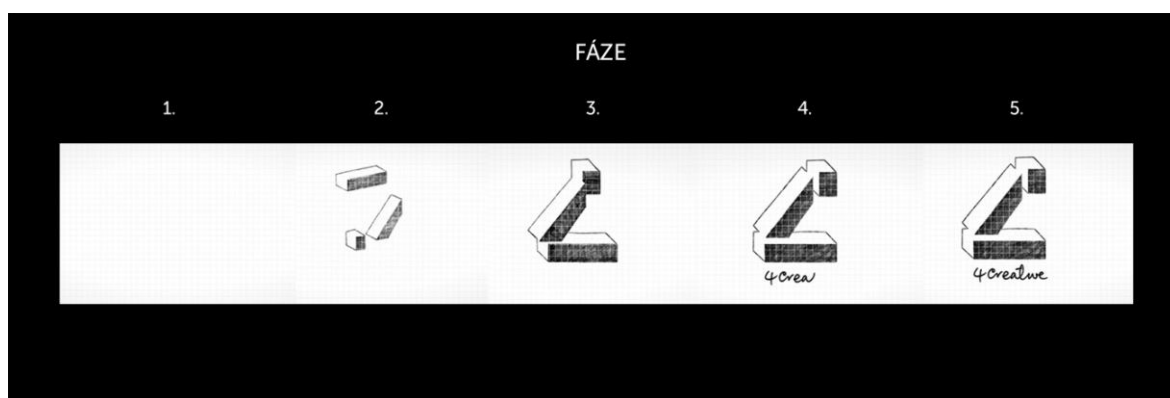
4Creative je zajímavé studio pracující ve středu Londýna, řadí se mezi nejlepší studia na světě. Toto studio vzniklo v roce 2001 jako oddělení vytvářející reklamní spoty, digitální kampaně, identity design pro Channel4, Film4, More4, E4 a 4Music. Vyprodukuje 1200 televizních spotů ročně. V portfoliu mají práce pro externí klienty jako Nokia, Ford, Skydive, Sy Fy, Honda, Stella Artois. Jejich portfolio je na www.4creative.co.uk [44].



Obr. 32 Logo grafického studia 4creative [44]

Použitá barevnost: Černá- bílá.

Animace loga: Logo studia 4creative se skládá z číslice 4, která je neúplná a z nápisu 4creative. Číslice 4 se složí spirálovitým pohybem směrem do středu a pod ní se postupně objeví nápis 4creative. Značka je prvním uvítacím prvkem webových stránek studia.



Obr. 33 Animace loga 4creative [44]

2.3.17 Buck

Buck je mezinárodní kreativní motion studio se zázemím v Los Angeles a New Yorku, které je držitelem řady ocenění za práci v odvětvích animace, vizuálních efektů, rekla-

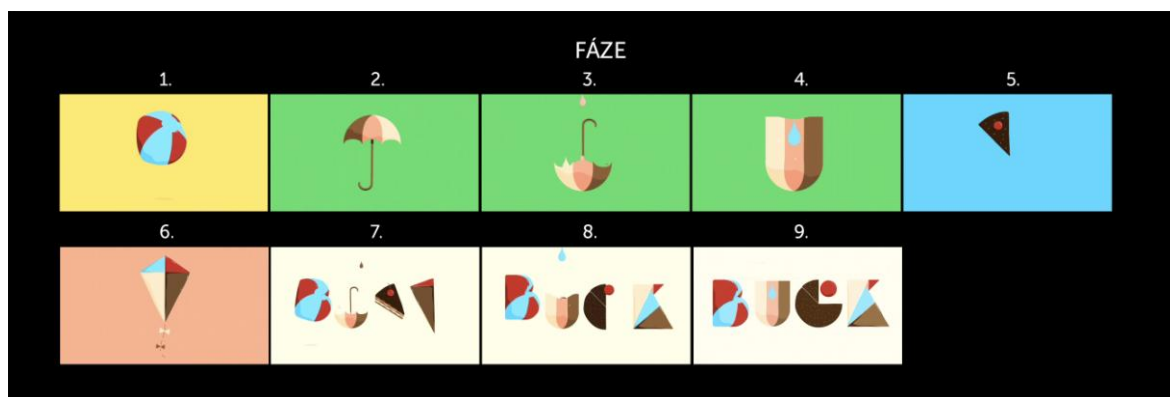
my, televizní produkce a počítačových her. Jejich klientelou jsou mezinárodní společnosti, jakou jsou Fox, Coca-Cola, Times. Ukázky prací je možné shlédnout na www.buck.tv [45].



Obr. 34 Logo grafického studia Buck [45]

Použitá barevnost: Vícebarevné.

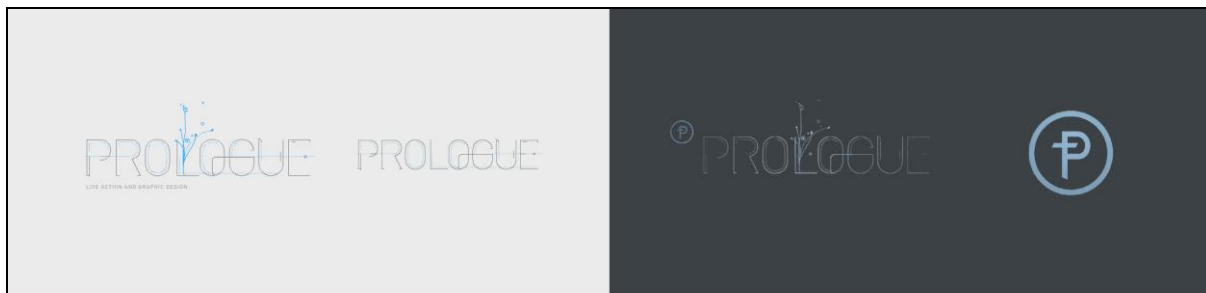
Animace loga: Firma Buck používá více animací a více různobarevných typů svého loga. Jeden typ značky je představen v showreelu studia. Jednotlivá písmena barevného loga BUCK vychází z míče, deštníku, dortu a draka, kdy se všechny tyto předměty postupně promění v celé logo. Tato animace vzbuzuje pocit hravosti a nápaditosti.



Obr. 35 Animace loga studia Buck [45]

2.3.18 Prologue

Jedním z nejproduktivnějších studií na světě je studio Prologue. Firma má dvě sídla, jedno ve Venice v Kalifornii a druhé v New Yorku. Nabízející reklamní servis počínaje od televizních spotů, filmovou postprodukci, elektronická média, herní průmysl, až po tiskovou produkci. Studio Prologue obdrželo řadu významných ocenění. Jejich práci je možné nalézt na www.prologue.com [46].

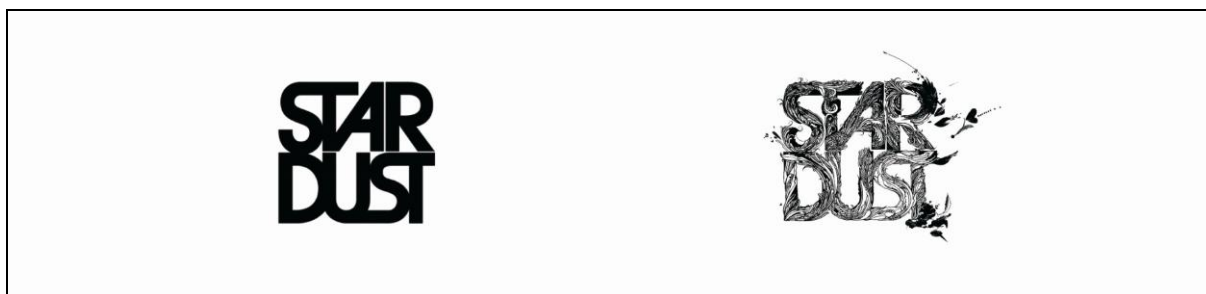


Obr. 36 Logo grafického studia Prologue [46]

Barevnost loga: V logu je užita šedivá a bledě modrá barva.

2.3.19 STARDUST

STARDUST je produkční studio sídlící v Santa Monica a v New York, specializující se na design, motion grafiku a živá vystoupení. Vedoucím a zakladatelem studia je kreativní ředitel Jake Banks. Rádi se zaměřují na nové technologie a nekonvenční tvorbu. Studio pracuje pro největší agentury a zákazníky jako jsou HP, Nike, Sony, AT&T, Honda, Shell, Nissan, Ford, IBM, Nokia, Adidas, BMW, NYSE, LG a Microsoft, www.stardust.tv[47].



Obr. 37 Logo grafického studia STARDUST [47]

Barevnost loga: Černo- bílá.

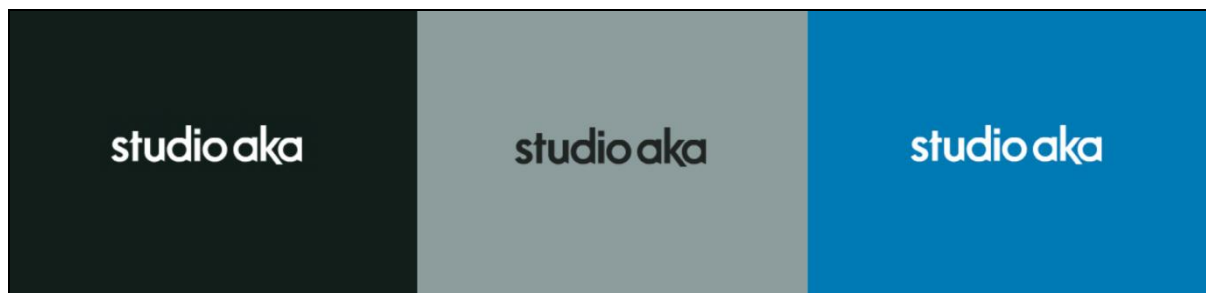
Animace loga: Pro logo Stardust je užíváno více druhů animací. Při otevření webové stránky se objeví logo, které probleskáváním mění svou barevnost. V ukázkovém videu prací studia Stardust se logo postupně vykresluje. Nejprve pomocí poletujících hranolů, které se postupně změní v rostoucí popínavou listnatou rostlinu.



Obr. 38 Animace loga STARDUST [47]

2.3.20 Studio aka

Studio aka sídlí v Londýně, zabývají se animacemi a vyhráváním soutěží. Chlubí se řadou ocenění pro nespočetné množství klientů. Práce studia je možno vidět ve filmech, seriálech nebo v řadě komerčních i nekomerčních spotů [48].



Obr. 39 Logo grafického studia aka [48]

Barevnost loga: černá, bílá, modrá

2.4 Výsledky užívání barev

Každá barva dostane počet bodů rovnající se procentuelnímu zastoupení v užitých barvách daného loga studia. Následně budou sečteny body za každou jednotlivou barvu vyskytující se ve vybraných značkách. Z výsledků bude zpracován sloupcový graf. Černo-bílá varianta je považována za jednu barvu, používá-li studio výhradně tuto barevnou kombinaci. Značka, která nemá pevně definovanou barevnost- vícebarevná, bude hodnocena jako jedna barva. Výsledky v tabulce jsou zaokrouhleny na celá čísla.

Tab. 1 Výsledky užívání barev

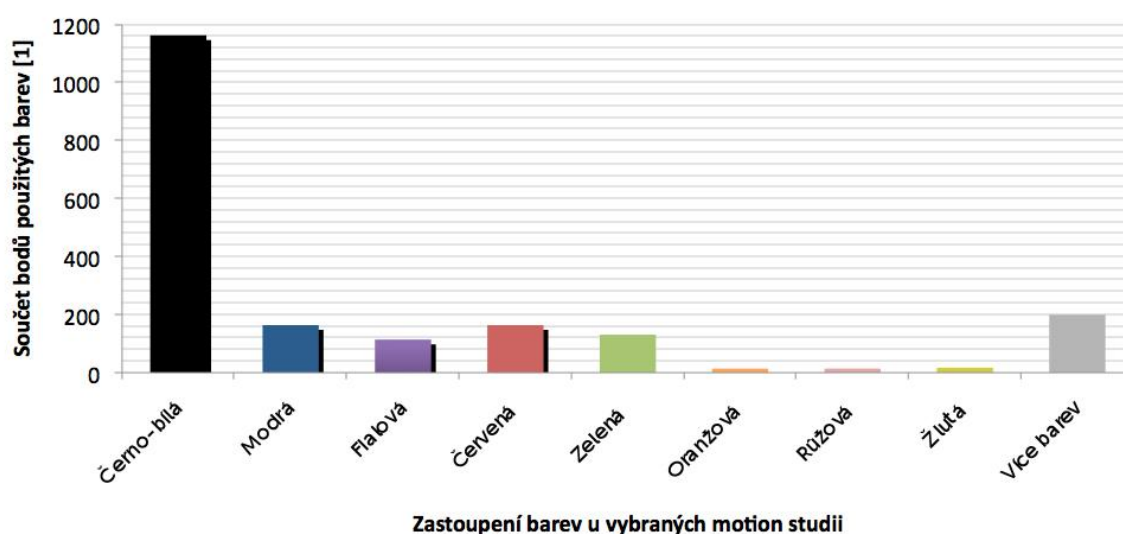
	Název studia	Barevnost	Počet barev	Barevnost [1%=1bod]
1	Hippie House	Černo-bílá	1	100
2	Psyop	Červená, černo-bílá	2	50
3	Blur	Černo-bílá	1	100
4	Benny Box	Černo-bílá	1	100
5	Pleix	Více barevné	1	100
6	Deform1	zelená, žlutá, červená, modrá, fialová, černo-bílá.	6	17
7	LeMob	černo-bílá, fialová	2	50
8	EyeBall	Více barevné	1	100
9	Digital Kitchen	černo-bílá	1	100
10	Wizz	černo-bílá, modrá, fialová	3	33
11	The Ebeling group	Červená	1	100
12	Logan	černo-bílá	1	100
13	North Kingdom	černo-bílá	1	100
14	Oficina	černo-bílá	1	100
15	Proud Creative	černo-bílá, fialová, oranžová, modrá, růžová, červená, zelená	7	14
16	4Creative	černo-bílá	1	100
17	Buck	Zelená	1	100
18	Prologue	černo-bílá, modrá	2	50
19	STARDUST	černo-bílá	1	100
20	Studio aka	černo-bílá, modrá	2	50

Tab. 2 Součet bodů jednotlivých barev [1]

Barevnost	Počet bodů [1]
Černo-bílá	1164
Modrá	164
Fialová	114
Červená	164
Zelená	131
Oranžová	14
Růžová	14
Žlutá	17
Více barev	200

Ze součtů užívání barev byl vytvořen graf nejpoužívanějších barev vybraných motion studií. Z grafu je patrné, že nejpoužívanější barevnou kombinací je bílá s černou.

Nejužívanější barvy ve značkách vybraných motion studií



Obr. 40 graf nejužívanějších barev ve značkách vybraných motion studií

2.5 Význam barev:

Na barvu je třeba se dívat z širšího úhlu pohledu jako například, z kulturního vztahu, psychologického působení a symboliky ustáleného významu. Je důležité brát v potaz, že výklad barvy z hlediska psychologického nebo symbolického se může naprosto lišit v rámci kultur.

2.5.1 Barva bílá:

Bílá barva je barvou čistoty, nevinnosti, neutrality, sterility a mladosti. Bílou barvou se značí mír. Bílá vlajka je symbolem příměří. Barva bílých šatů nevěsty většiny zemí světa je symbolem panenství. V Číně bílá barva znamená naopak smutek a užívá se při smutečních obřadech.

Jako symbol bílá vyjadřuje světlo, vážnost, úctu, čistotu, sterilitu, sních, zimu, chlad, prázdnotu. Ve východních kulturách symbolizuje smrt. V západních kulturách manželství.

2.5.2 Barva černá:

Barva působící kontrastně v kombinaci s jinými barvami, nechává ostatní barvy vyniknout. V západních kulturách užívána jako smuteční barva. Vyjadřuje profesionalitu, eleganci, mysticitu, energii, formálnost, modernost, stylovost, autoritu, strach, tmu, temnotu, zármutek.

2.5.3 Barva modrá:

Modrá barva je vnímána jako barva nejkldnější a je spojována s důvěrou. Modrou barvu mají nejvíce oblíbenou muži.

Symbolizuje, vodu, moře, oblohu, mír, harmonii, moudrost, klid, důvěru, konzervatismus, zimu, chlad, idealismus, deprese, planetu Zemi. Je spojována s řadou náboženských významů.

2.5.4 Barva fialová:

Fialová barva je spojována s mysticitou a tajemstvím, noblesou, tradicí, královstvím a církevní tradicí.

Symbolizuje, moudrost, bohatství, závist, víru, tvořivost, obřady, bisexualitu, pýchu, pokání.

2.5.5 Barva červená:

Červená barva se vyznačuje vlastností působit na okolí výrazně, červený objekt se stává optický větším. Používá se k zviditelnění věcí, na které je kladen důraz. Způsobuje zrychlení krevního pulzu a krevního tlaku. Červená vyvolává pocit hladu. V západních kulturách je spojována s děblem.

Červená barva symbolizuje, krev, srdce, agresivitu, dravost, nadšení, vzrušení, revoluci, zuřivost, ambice, nebezpečí, sílu, energii, rychlost, oheň, lásku, sex, zákaz, komunismus, bohatství (v Číně), manželství (Indie).

2.5.6 Zelená barva

Zelená barva působí uklidňujícím dojmem. V dopravě je zelená barvou volna, jako možnosti pohybu vpřed nebo bezpečí. Zelená je barva upozorňující na ukončení určitého procesu, který čeká na následné zpracování.

Zelená barva symbolizuje přírodu, život, mládí, plodnost, energii, bezpečí, ekologii, životní prostředí, dobro, správné cesty, obnovu, jaro, úrodnost, inteligenci, volnou cestu, lstivost, peníze (v USA).

2.5.7 Barva oranžová

Oranžová barva působí energicky, nadšeně, šťastně, dynamicky, sebevědomě, teple, extravagantně, hravě.

Oranžová symbolizuje podzim, září, oheň, protestantství, královskou rodinu (v Nizozemí). Je symbolem Buddhismu a Hinduismu.

2.5.8 Barva růžová

Růžová barva symbolizuje optimismus, romantiku, lásku, obdiv, jednoduchost, manželství, ženskost, zdraví, flirtování, nevinnost, dětskost.

2.5.9 Barva žlutá

Žlutá barva je symbolem slunce, energie, tepla, léta, optimismu, štěstí, inteligence, slabosti, ženskosti, přátelství, rizika nebezpečí, výstrahy. Žluté se užívá jako zástupné barvy za barvu zlatou.

Volba správné barvy je především na designérovi, který by měl zvážit při výběru barvy lokální a psychologický význam zvolené barvy.

Z výsledků vyplívá, že nejvíce užívanou barvou ve značkách motion studií je barva černá nebo její inverzní provedení v bílé. Zásahu na této volbě mají vlastnosti těchto barev, které tvoří největší kontrast a barevnou neutralitu. Vysoký kontrast však nepůsobí dobře na televizních obrazovkách a tudíž některá studia nahrazují černou barvu, barvou šedivou a zářivost bílé barvy zjemňují slabě neutrálně působícími tóny barev. Většina prací

je prezentována v černé barvě nebo nerušivém prostředí. Barevná neutralita loga má tedy význam z praktického hlediska, kdy se loga užívá pouze jako informačního označení motion studia při prezentacích, zde by barevné logo na sebe příliš poutalo pozornost a prezentované práce by nevynikly [49].

2.6 Podrobný rozbor značky Hippie House

Základní představení studia bylo popsáno v kapitole 2.3.1 Hippie House

2.6.1 Představní vizuální identity společnosti



Obr. 41 Varianty loga grafického studia Hippie house [50]

- 1) Logo číslo jedna pochází z roku 2006, kdy studio vznikalo.
- 2) Logem číslo dvě pocházejícím z roku 2006, se studio prezentovalo v televizní grafice, zejména v titulcích na konci spotů.
- 3) Třetí logo je současná podoba loga užitá na stránkách studia.

- 4) Logo číslo čtyři nyní používá studio v animacích propagujících práce studia a dále jako vstupní obrázek na vlastní webové stránky.
- 5) Páté logo je aktuální inovace druhého loga, které je užívané na konci spotů. Jedná se o **kombinovanou** formu loga.

Další varianty loga studia Hippie House se zatím nepodařilo dohledat.

2.6.2 Kvalitativní hodnocení

V kapitole kvalitativního hodnocení budou jednotlivé značky studia posuzovány dle identifikovatelnosti, vypovídacích hodnot a estetického provedení.

Studio se prezentuje s logy typu:

- a) **Slovní** – dále ho rozvádí do 3D objektů a to hlavně v animacích.
- b) **Kombinované** – složené ze symbolu obráceného domečku s dvěma verzálkovými literami HH připomínajícími okna.

2.6.3 Identifikovatelnost značky

Jedinečnost (originalita) – Loga studia působí originálně a neotřele nikde se nepodařilo dohledat logo, se kterým může být značka zaměněna. Logo číslo dva působí příliš složitě a tudíž má problémy s čitelností, což byl jistě důvod nahrazení loga čitelnější pátou variantou.

Rozpoznatelnost (identifikace) – V dnešní době, kdy téměř vše má svoji značku a přísun informací se zrychluje, je slovní logotyp u malého komerčního subjektu, správně zvoleným druhem komunikace. Zajímavě a nápaditě řešená typografie loga číslo tři, zaručuje, že logo bude bez problémů fungovat i v dalších letech.

2.6.4 Výpovědní hodnota

Název – „Hippie House Design Studio“ - je srozumitelný název vypovídající o kreativě a netradičnímu přístupu k řešení zakázek v oboru motion designu.

2.6.5 Estetická kvalita

Výtvarná kvalita – Logo tři a pět působí výtvarně čistým dojmem. Čtvrté logo studio používá ve velkých proporcích, kde vyniknou jeho kvality.

Stylizace (zjednodušení) – U loga tři a pět se vtipně využívá stylizace, která ikonograficky připomíná obrazovku televize nebo obrácený dům. První logo má stylizační chyby, kdy jednotlivá písmenka jsou těžko čitelná, ale od této značky bylo později ustoupeno. U čtvrtého loga se stylizace nevyužívá.

Barevnost – Hlavními komunikačními barvami jsou šedá a světle šedo-žlutá. Vynecháme-li první variantu, která se dnes již nepoužívá, jsou doplňkové barvy v barvách pastelových.

Kompozice – Z nalezených podkladů vyplývá, že studio používá pouze středové kompozice.

2.6.6 Produkční kritéria

Reprodukovatelnost – Logo číslo pět může mít problémy při zmenšování s čitelností drobných textů. Tento problém by v některých aplikacích vyřešila například, horizontální kompozice nebo zvětšení textu. Musíme přihlédnout k tomu, že tento typ loga studio využívá pro komunikaci na televizních obrazovkách a digitálních médiích. U loga tři dochází k zalévání při zmenšení a text „Design studio“ přestává být čitelný. Je však otázkou, jestli v logu nestačí pouze čitelný nápis „HIPPIE HOUSE“ a drobný text by se v některých případech užití mohl vypustit. Logo číslo 4 je používáno pouze v digitálních médiích, kde hraje spíše roly okázalého prostředníka, na kterém studio demonstruje své animátorské dovednosti, a tudíž není třeba rozebírat jeho další produkční využití.

2.6.7 Světelné podmínky

Studio promyšleně pracuje s jemnějšími tóny barev, tím docílí, že loga nebudou na obrazovkách působit přepáleně a příliš kontrastně.

Design studio Hippie House používá v současnosti vizuálně zajímavých značek. Celkovou vizuální jednotnost narušuje logo (číslo čtyři), jedná se o nápis „HIPPIE HOUSE“ vyskládaný z barevných kostiček, do tvaru fontu, který je odlišný od písma užitého v hlavním logu studia (číslo tři). Používání více druhů značek působí zmatečně

a svědčí o dosavadní korporátní nevyspělosti, studia. Argentinského design studia, jež je držitelem několika cen za design [50].

*„V Čechách se říká, že kovářova kobyly chodí bosa,
ale zřejmě v Argentině kováři své kobyly okovají hned dvakrát.“*

2.7 Pohled na vývoj firemních značek v České republice

Design firemních značek zažil v České republice velký rozmach v devadesátých letech. Téměř každý den byly zakládány stovky společností, které potřebovaly vytvořit firemní značku (logo). Ve většině případů se užívala loga kombinovaná. Logem kombinovaným se rozumí logo složené ze znaku a názvu společnosti. Pro běžné firmy je téměř nemožné vynaložit potřebné množství peněz na to, aby svou značku dostaly do povědomí široké veřejnosti. Logickým krokem tedy byla, tendence tvořit pouze značky textové (logotypy), u kterých si zákazník spojí výtvarnou formu názvu s danou firmou. Odpadá tak nákladný proces zavádění znaku do povědomí.

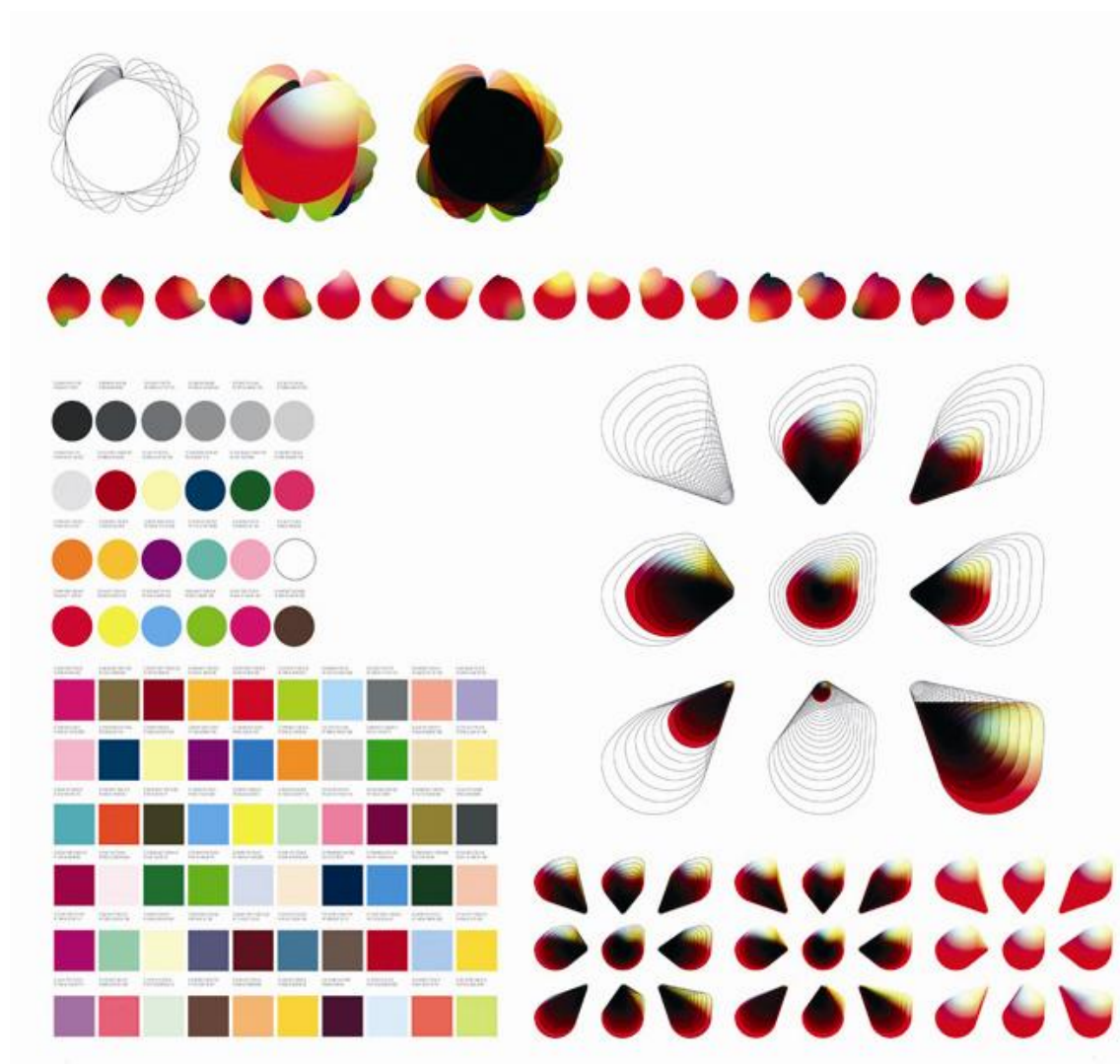
Díky digitálním technologiím, ale i ve většině případů, nízkou vizuální odlišností textových log přichází doba, kdy tvůrci nehledají prostou výtvarně-estetickou formu, ale nahlíží na loga konceptuálně. Pro příklad je uvedeno logo Domu umění města Brna.

Dům umění slaví v letošním roce 2010 své stoleté narozeniny. Počátkem roku 2007 vyhlásil Dům umění soutěž pro studenty uměleckých škol, o vytvoření nové corporate identity. Soutěž vyhráli studenti Robert Jansa a Petr Bosák, kteří vytvořili zcela netradiční logo.



Obr. 42 Značka Domu umění v Brně [51]

Kateřina Nováčková (2010) o novém logu Domu umění města Brna napsala: „Nový vizuální styl Domu umění je ironickou hrou s konvencemi corporate identity, demýtizující firemní značku jako stabilní entitu. Původní sporné body projektu shledávám nyní naopak jeho přednostmi. Vítězí téměř nekonečná barevná a tvarová proměnlivost pohyblivého loga, určeného primárně k videoprojekci, jehož fluidní tvar se následně rozpouští v různých 2D aplikacích. Je to signifikantní příklad toho, jak konvenční, klišé tvar jako kruh může být nápaditě, konceptuálně zpracován. Myslím, že otázka originality je v tomto případě nezpochybnitelná [51].“



Obr. 43 Část grafického manuálu Domu umění v Brně [51]

Dále Kateřina Nováčková ve svém článku píše o ustáleném používání loga a věcí s ním spojených. Donedávna bylo logo neměnné, jednoduché a stabilní, snadno rozpoznatelné a identifikovatelné na trhu. Identitu firmy však neutváří pouze logo, ale veškeré součásti, kterými se daná firma prezentuje. Jako jsou například webové stránky, merkantilní tiskoviny, plakáty a podobně. Logo je pouze součástí prezentace firmy. Paní Nováčková nakonec usuzuje: „Vnímání loga jako obrázku je z hlediska koncepce corporate identity přežitkem.“ [51] Tato skutečnost je však zažitá a student se s ní setkává i při studiu na grafické škole.

Setkat se s takovým proměnlivým logem je možné i ve světě. Například na webových stránkách Tate gallery ve Velké Británii. Název galerie se proměňuje s každým otevřením nové stránky, ať už barevně nebo změnou tvaru nápisu [52].



Obr. 44 Motion logo Tate gallery ve Velké Británii [52]

3 PRAKTICKÁ ČÁST

Studio „chameleon“ bylo nejprve chápáno jako projekt imaginárního motion studia pro vypracování bakalářské práce. V průběhu psaní teoretické části bakalářské práce, byla původní myšlenka vytvoření studia orientovaného pouze na motion design rozšířena o klasické grafické práce. Dále byla upřesněna poloha možného uplatnění studia v případě jeho budoucího užití.

3.1 Grafický manuál design studia chameleon

Manuál je primárně určen jako návod pro používání prostředků jednotného vizuálního stylu. Manuál Grafického design studia chameleon má charakter závazného předpisu pro tvorbu, výrobu a dalších v manuálu popsaných prostředků.

Každý, kdo pracuje na aplikacích vizuálního stylu, musí pracovat v souladu s pravidly obsaženými v manuálu. Je ve vlastním zájmu studia přesně dodržovat tato pravidla.

Některé části manuálu jako merkantilní tiskoviny jsou závazně definovány a nesmí se měnit. Na marketingové materiály je však třeba nahlížet jako na ukázkou stylu, který lze rozvíjet dle konkrétních podmínek a požadavků.

Chybí-li v manuálu potřebný dokument nebo aplikace, inspirujte se některou z podobných prací v manuálu. Vždy dodržujte obecná pravidla typografie a řiďte se dobrým vkusem.

Práce, které nejsou obsaženy v manuálu, konzultujte s designérem.

Ukázky nevhodně použitých variant uvedených v manuálu, nevyčerpávají všechna nevhodná užití.

3.1.1 Představení Graphic design studia chameleon.

Studio chameleon je orientováno na motion design a tiskovou grafiku. Jedná se o malé studio do 5 zaměstnanců. Předpokládané sídlo společnosti je Ústí nad Orlicí, město s 16000 obyvateli.

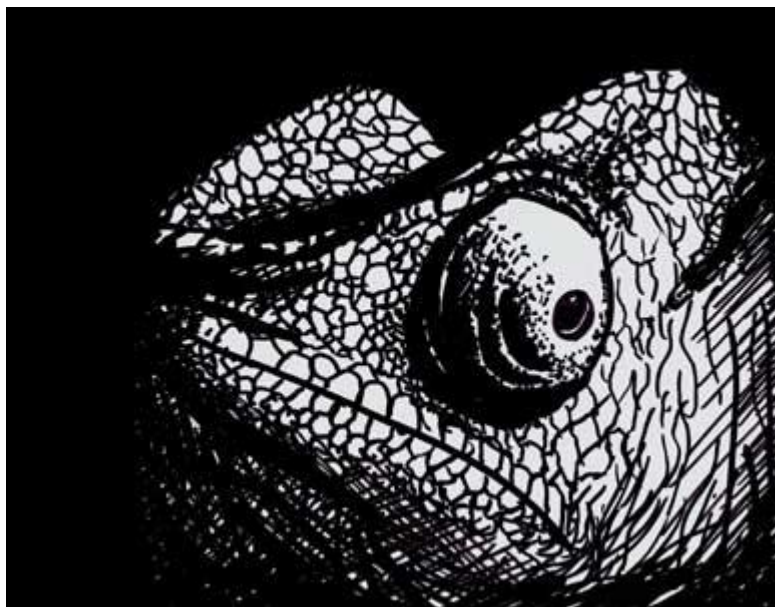
3.1.2 Název chameleon

Zvíře chameleon má řadu zajímavých specifíků, jako jsou: schopnost měnit barvu, dlouhý chapavý ocas nebo lepkavý jazyk, který je schopen cíleného vymrštění na vzdále-

nost délky svého těla. Oči chameleona jsou popisovány, jako jeden z nejdokonaleji vyvinutých zrakových orgánů.

Cituji: “Ataovy dian-tana jerena ny aloha todihana ny afara.

(Buď jako chameleon. Jedním okem se dívej do minulosti, druhým do budoucnosti.) malgašské přísloví [53]”



Obr. 45 detailní pohled na hlavu chameleona

3.1.3 Koncept vizuálního stylu

Konceptem Grafického design studia chameleon je „být viděn, ale jen za určitých podmínek“. Samotná značka je definována pouze určitými znaky a prostorem, kde se může objevit. Koncept umožňuje komukoliv značku chameleon realizovat centropenem za předpokladu, že logo musí být psáno rukou mínuskami a zakončeno spirálovitým tahem vycházejícím z dřívku písmena “n” pod jeho základní účaří.

Značka grafického studia „chameleon“ je značkou proměnnou a nemá ustálenou konkrétní vizuální podobu. Stejně jako zvíře chameleon mění svůj vzhled v závislosti na vlastním rozpoložení a situaci, tak i vizuální podoba značky Grafického studia chameleon může být ovlivněna stylem rukopisu tvůrce. Pro urychlení produkčních záležitostí je možné si vybrat finální podobu loga z připraveného sborníku na přiloženém CD. Ke konceptu jsou vybrány prvky centropen, lepící páska a ruka, které podpoří nezaměnitelnost a ucelený vizuální vzhled.

Centropen – fixa, popisovač

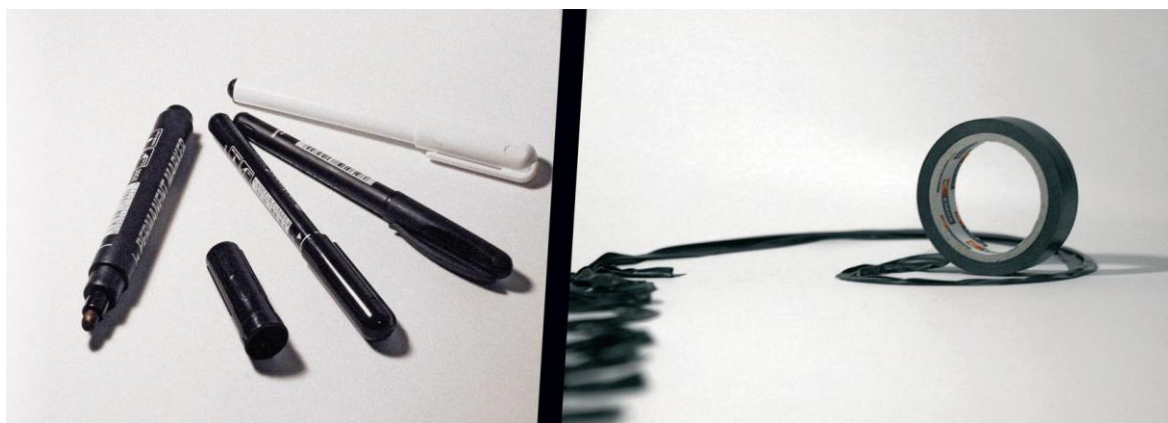
Centropen je dnes zdomácnělý název pro fixu. Centropenem se zapisují a kreslí nápady nebo koncepty na tabuli a lze ho vykládat jako symbol tvořivosti.

Lepicí páska

Lepicí páska se používá k maskování nebo k tvorbě šablon při práci s barvou. Slouží ke spojování věcí nebo k vytváření obrazů. Podobně jako ocas chameleona je páska svi nutá a má mnoho barevných variant. Páska i jazyk chameleona mají lepkavý povrch.

Ruka

Ruka je v konceptu chameleon chápána jako prostředek, který člověku umožňuje tvořit a psát nebo držet předměty.



Obr. 46 potřeby využívané pro tvorbu loga Grafického studia chameleon

3.1.4 Značka

Značka studia chameleon je základním stavebním kamenem celého vizuálního stylu. Konceptuální pojetí měnící se značky evokuje, nekonvenčnost, mladost, tvořivost a přizpůsobivost.

3.1.5 Název společnosti

Celý název společnosti je Graphic design studio chameleon. Je povoleno používat pouze zkráceného názvu „chameleon”. Při ručně psaném názvu “chameleon”, je zakázáno psát verzálkami (velkými písmeny).

Celý název „Graphic design studio chameleon“, je doporučeno psát s velkým písmenem G. Nápis chameleon se píše s malým písmenem ch.

3.1.6 Konstrukce značky

Název studia nemá ustálenou vizuální podobu. Každý si značku může vytvořit sám, při dodržování následujících kritérií.

1. Značka chameleon se píše pouze rukou.
2. Nápis musí být psán centropenem nebo fixou s klasickým hrotem.
3. Volte sílu tahu tak, aby logo bylo čitelné a jednotlivé znaky se neslévaly.
4. Značku pište pouze malými písmeny.
5. Nožička písmene „n“ musí být zakončena spirálovitě pod účařím textu, tak aby připomínala chameleonův ocas.

Můžete využít předpřipraveného sborníku značek uloženého na CD.



Obr. 47 ukázka tvorby značky chameleon

3.1.7 Barva značky a doplňkové barvy

Výchozí barvou je černá PANTONE Process Black:

- RGB 0/0/0
- CMYK 0/0/0/100
- HTML 1E1E1E

Pro vytvoření konzistentní tmavší tiskové barvy je doporučeno složení v poměru CMYK 60/40/20/100.

Jiná barvená provedení:

Jelikož se jedná o studio chameleon, je žádoucí používání termo barev, parciálních laků a jiných prostředků, které jsou viditelné jen za určitých podmínek. Pro digitální media

je možné používat jiné barevné variace značky. Pro tisk vybírejte pouze z předdefinovaných barev.

Výchozí barevnost může měnit pouze grafický designér. Při výběru barvy, je třeba brát ohledy na estetické cítění a zároveň na kulturní nebo psychologický výklad barev viz teoretická část.

Poznámka: Převody barev pomocí softwarových vzorníků a grafických aplikací jsou povoleny.



Obr. 48 barevnost značky chameleon

3.1.8 Konstrukce logotypu

Vyobrazeny jsou varianty logotypů a jeho přesně definovaná konstrukce. Text je vysázen písmem Museo Sans 100. Minimální velikost písma 5 bodů.

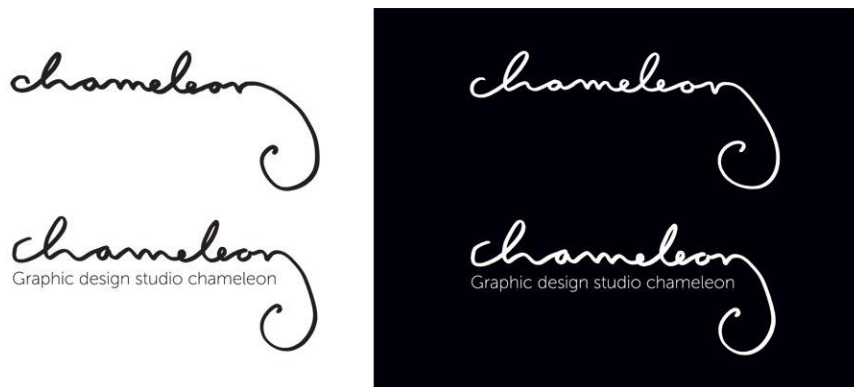


Obr. 49 konstrukce logotypu

3.1.9 Černobílé provedení

Výchozími barvami značky jsou barva černá na bílém podkladu a inverzní varianta těchto barev.

Při použití loga na digitálních zařízeních se doporučuje snížit kontrast bílé barvy.



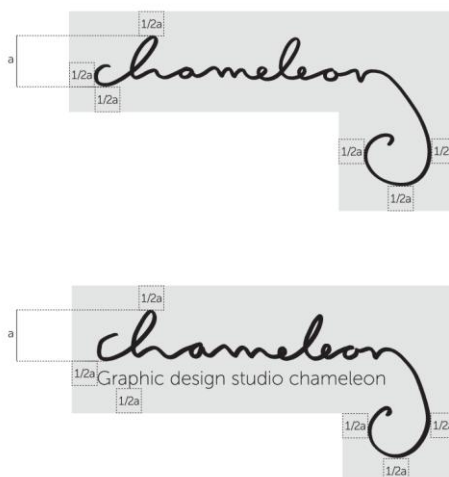
Obr. 50 černobílé provedení značky chameleon

3.1.10 Ochranná zóna

Ochranná zóna je definována polovinou výšky písmena „ch“ (výška „ch“ je rovna délce „a“). Ochranná zóna má účel zajistit dostatečný odstup značky od grafických elementů, které by mohly značku opticky narušit. Značku je třeba používat tak, aby byla v souladu s kompozicí daného materiálu.

3.1.11 Minimální velikost značky

Minimální velikost značky je závislá na čitelnosti. U logotypu nesmí být text „Graphic design studio“ menší než 5 bodů písma Museo Sans 100, což odpovídá přibližně 30 mm.



Obr. 51 ochranná zóna značky chameleon

3.1.12 Zakázané užití značky

Je zakázáno značku používat v rozporu s pravidly. Definice a užití značky jsou popsány v tomto manuálu.

Popis ukázek nevhodně použitých značek:

1. Spirálovitý tah symbolizující ocas chameleona, nesmí zasahovat do značky.
2. Spirála je příliš stočená.
3. Značka smí být napsána pouze centropenem (fixou).
4. Špatná čitelnost a značka není vytvořena centropenem.
5. Není dovoleno používat verzálky.
6. Není vhodné používat příliš velké mezery mezi písmeny, písmové znaky na sebe musí navazovat.
7. Není dovoleno používat podobných efektů jako je vržený stín nebo reliéf.
8. Nepoužívejte žádné linky okolo značky.

Vyobrazenými příklady nejsou vyčerpány všechny nesprávné podoby užití značky.

Doporučení: Inspirujte se grafickým vyobrazením v manuálu a dobrým vkusem.



Obr. 52 zakázané užití značky

3.1.13 Typografie

Kapitola typografii definuje firemní písma a jejich používání.

Firemní písmo

Firemním písmem studia chameleon bylo zvoleno bezpatkové písmo Museo Sans od Jos Buivenga. Museo Sans můžeme dle klasifikace Jana Solpery zařadit jako písmo lineární, bezserifové, statické se svislou osou. Výchozím řezem je Museo Sans 500. Celá rodina písma Museo Sans je vybavena dostatečným počtem řezů.

Textové písmo

Pro textové účely bylo vybráno písmo Museo Sans 300. Museo Sans 300 je určen k psaní základních textů. Má neutrální vzhled a tím na sebe nestahuje pozornost.

Museo Sans 100	AÁBCČDĎEĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ aábcčēēčfghiiĵklmnňopqrřsštŭúůvwxyýžž 1234567890 +`@#\$%^&*{}^°^][`";t";t -><
Museo Sans 300	AÁBCČDĎEĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ aábcčēēčfghiiĵklmnňopqrřsštŭúůvwxyýžž 1234567890 +`@#\$%^&*{}^°^][`";t";t -><
Museo Sans 300Italic	AÁBCČDĎEĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ aábcčēēčfghiiĵklmnňopqrřsštŭúůvwxyýžž 1234567890 +`@#\$%^&*{}^°^][`";t";t -><
Museo Sans 500	AÁBCČDĎEĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ aábcčēēčfghiiĵklmnňopqrřsštŭúůvwxyýžž 1234567890 +`@#\$%^&*{}^°^][`";t";t -><
Museo Sans 500Italic	AÁBCČDĎEĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ aábcčēēčfghiiĵklmnňopqrřsštŭúůvwxyýžž 1234567890 +`@#\$%^&*{}^°^][`";t";t -><
Museo Sans 700	AÁBCČDĎEĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ aábcčēēčfghiiĵklmnňopqrřsštŭúůvwxyýžž 1234567890 +`@#\$%^&*{}^°^][`";t";t -><

Obr. 53 textové písmo

Doplňkové firemní písmo

Ve výjimečných případech lze používat doplňkové písmo Arial. Aplikace typu MS Office nepodporují vkládání písma do elektronického dokumentu a může dojít k jeho rozsypaní. Arial lze používat i pro webové stránky. V reklamních materiálech se musí používat výhradně písmo Museo Sans!

Arial Regular	AÁBCČDĎEĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ aábcčeečfghiijklmnňopqrřsstt'uúůvwxyýžž 1234567890 +`@#\$~^&*{}^°][`“;f”“;†-→<
Arial Italic	<i>AÁBCČDĎEĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ aábcčeečfghiijklmnňopqrřsstt'uúůvwxyýžž 1234567890 +`@#\$~^&*{}^°][`“;f”“;†-→<</i>
Arial Bold	AÁBCČDĎEĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ aábcčeečfghiijklmnňopqrřsstt'uúůvwxyýžž 1234567890 +`@#\$~^&*{}^°][`“;f”“;†-→<
Arial Bold Italic	<i>AÁBCČDĎEĚFGHIÍJKLMNŇOÓPQRSŠTŤUÚŮVWXYÝŽŽ aábcčeečfghiijklmnňopqrřsstt'uúůvwxyýžž 1234567890 +`@#\$~^&*{}^°][`“;f”“;†-→<</i>

Obr. 54 doplňkové firemní písmo

3.1.14 Merkantilní tiskoviny

Kapitola definuje předlohy tiskovin používaných pro každodenní kancelářskou praxi.

Dopisní papír

Dopisní papír 210×297 mm.

Písmo Museo Sans 500, 9 bodů, odsazení 6 bodů.

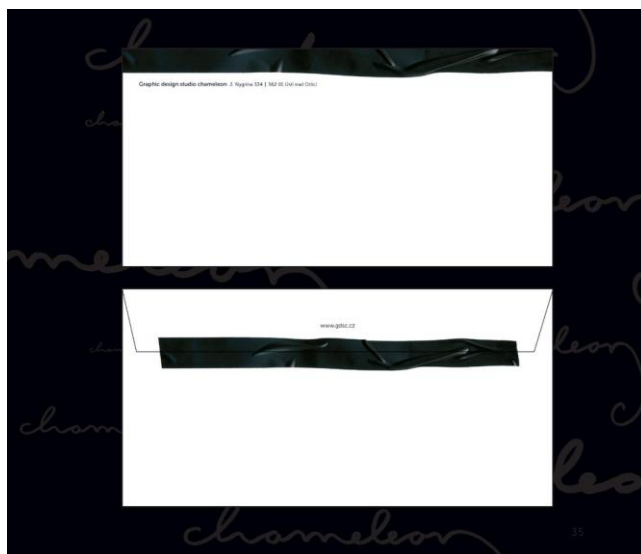
Vlastní text dopisu používá písmo Museo Sans 100, 9/13 bodu.



Obr. 55 dopisní papír

Dopisní obálka DL

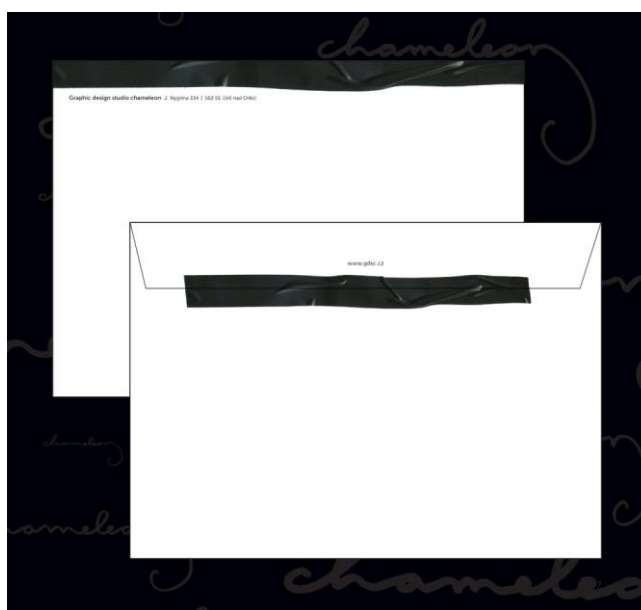
Rozměr obálky je DL 110 x 220 mm. Vyobrazena je přední a zadní strana obálky. Na zadní straně je prostor pro případné vytvoření značky chameleon. Na pozadí stránky je černý podklad se značkami určený pro vnitřní potisk obálky. Rastr se značkami má složení podkladové černé barvy CMYK 60/40/20/100, přičemž značky mají složení CMYK 0/0/0/100.



Obr. 56 DL obálka

Dopisní obálka C5

Rozměr obálky je 162 x 229 mm.



Obr. 57 obálka C5

CD-ROM, DVD

Ukázky použití značky na CD-ROM a DVD.



Obr. 58 ukázky použití značky na CD- ROM a DVD

Vizitky

Vizitky mají rozměr 90×50 mm se zaoblenými rohy o poloměru 3 mm. Vizitky se skládají ze dvou částí, barevného podkladu a průsvitné fólie. Podklad a fólie jsou navzájem spojeny průchodkou tak, aby bylo možné s nimi manipulovat. Barva textu na fólii musí být shodná s barvou podkladu. Při překrytí podkladu fólií se text ztratí v barvě podkladu. Je povoleno měnit barevnost dle doplňkových barev. Výchozí barvou je černá.

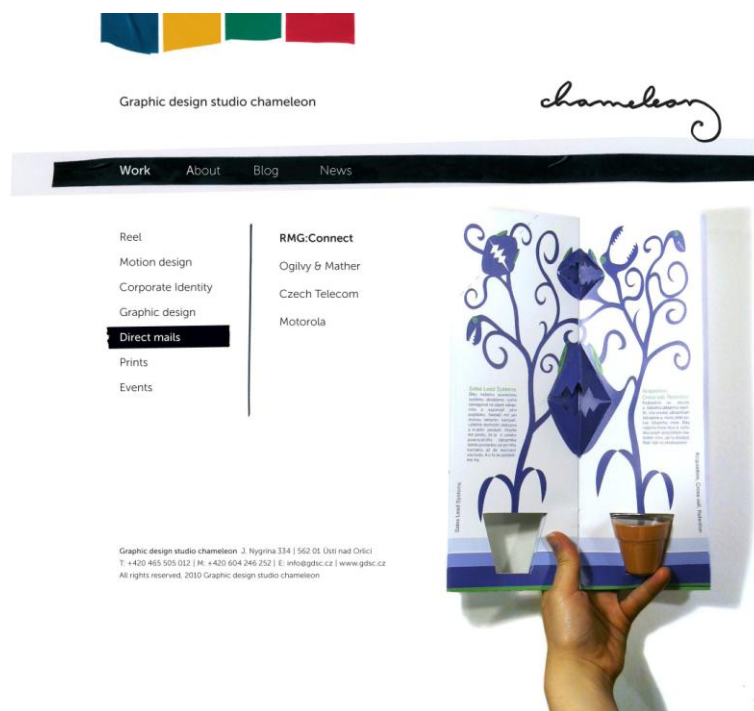


Obr. 59 vizitky

Webová prezentace

Webová stránka Graphic design studia chameleon slouží k prezentaci nejnovějších ukázek prací a informací o studiu.

1. Popis základního schéma stránky. Ukázka má pouze inspirační charakter:
2. Kliknutím na pásku se změní barevnost stránky.
3. Navigační lišta.
4. Generovaná značka mění barvy a písmo dle sborníku přiloženého na CD.
5. Ukázka možné navigace.
6. Zobrazení prací pomocí ruky nebo lepicí pásky tak, aby navozovaly hloubku prostoru.
7. Kontaktní a právní informace.



Obr. 60 webová prezentace

3.1.15 Aplikace značky

Kapitola definuje aplikace značky na propagačních předmětech. Použité značky jsou pouze ukázkou umístění a návodem jak se značkou pracovat. Pamatujte na to, že značka nemá ustálenou vizuální podobu, ale je definována pouze rámcově v kapitole o značce.

Placky

Inspirační ukázky designu placek.

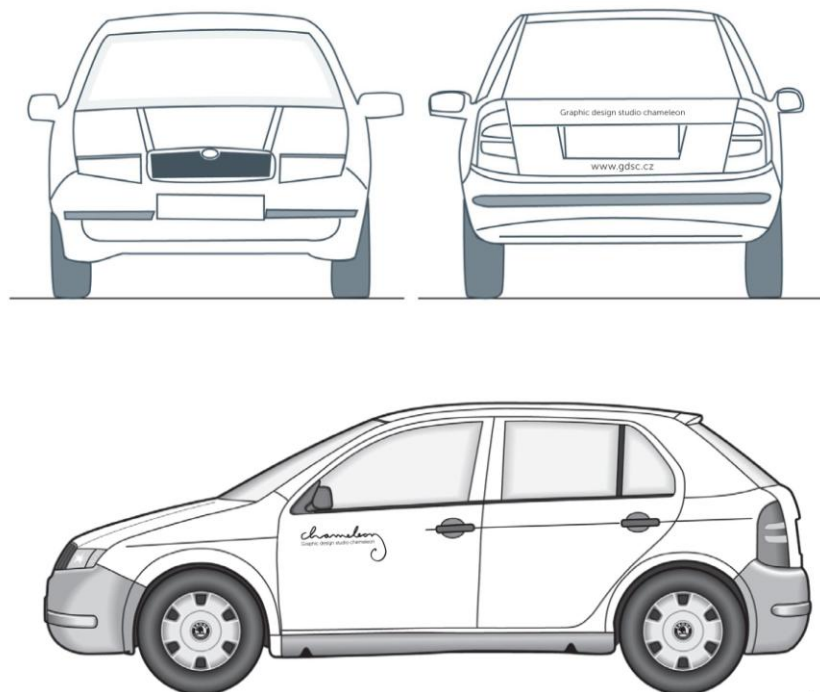


45

Obr. 61 design placek

Automobil

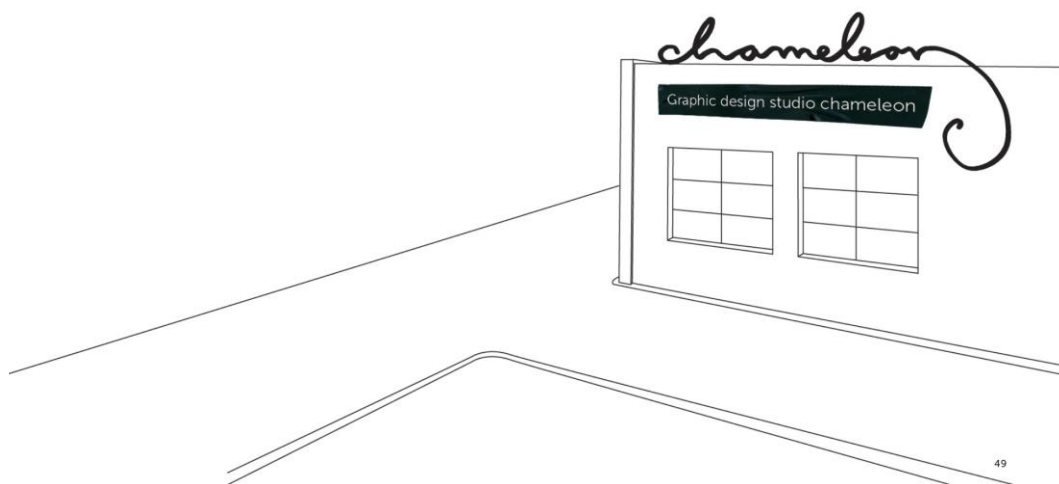
Ukázka aplikace značky na automobil. Doporučuje se pracovat s UV barvou -barva zčerná na slunečním světle. Alternativně lze použít průsvitných nebo termo fólií.



Obr. 62 použití značky chameleon na autech

Aplikace značky na budovách.

Příklad použití značky na budově. K výrobě značky může být použita UV barva, která při slunečním záření ztmavne. Alternativně lze užít průsvitných plastů. Pro označení budovy se používá písmo Museo Sans.



Obr. 63 aplikace značky na budově

Animace, Motion design

V kapitole animace a motion design je rámcově naznačeno, jak pracovat s touto oblastí vizuální identity.

Animace pro budování vizuální identity studia „chameleon“ musí být v souladu s jeho konceptem „být viděn, ale jen za určitých podmínek“.

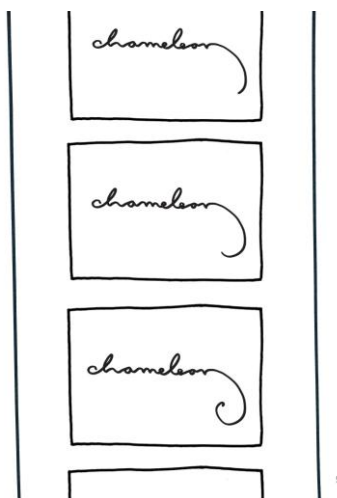
Animace značky společnosti

Obory animace a motion designu se staly nedílnou součástí corporate designu dnešních dnů. Při vytváření motion značky je třeba vycházet ze zkušeností a principů klasické animace.

Na přiloženém CD jsou uloženy animace značky chameleon.

1. Motion značka chameleon na bílém pozadí psané centropenem.
2. Zobrazuje značku v motion barevných variacích. Vychází a zaniká v bílém podkladu.

3. Zobrazuje značku v motion barevných variacích. Vychází a zaniká v tmavém podkladu.

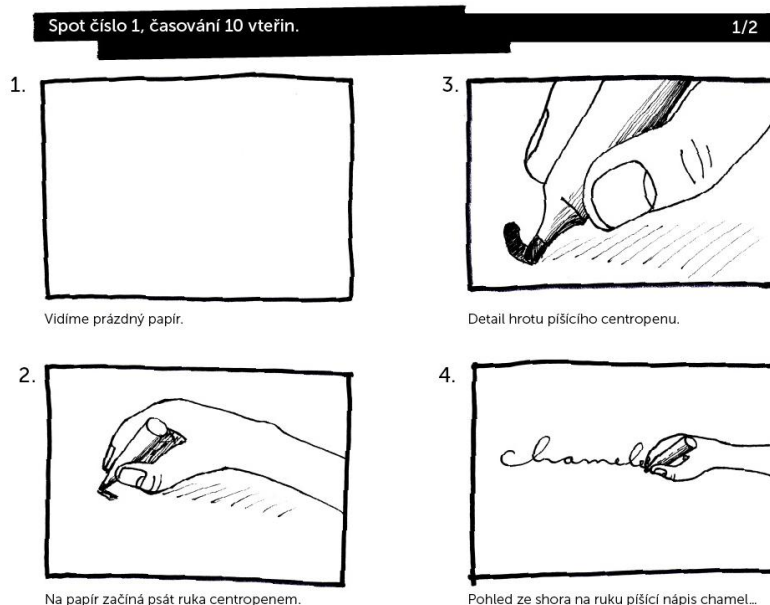


Obr. 64 animace loga chameleon

TV Spot

Ukázány jsou jednotlivé sekvence spotu seřazených ve storyboardu. Při realizaci je doporučeno užívat detailních záběrů s malou hloubkou ostrosti, dále krátkého stříhu a doostřování záběrů při nájezdu kamery.

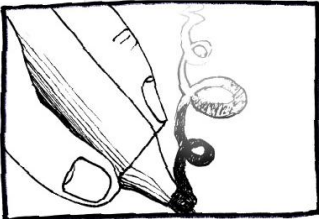
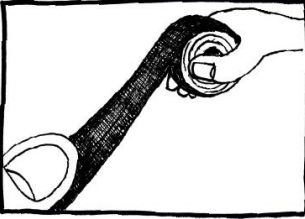


Na přiloženém CD je ukázka časosběrného záznamu spotu.



Obr. 65 spot č. 1 časování 10 vteřin

Spot číslo 1, časování 10 vteřin.

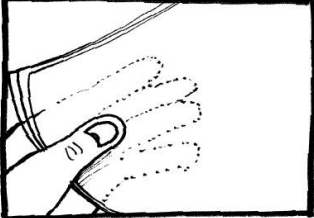
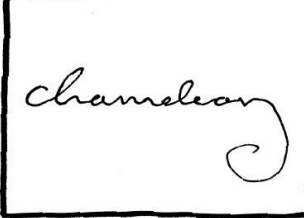
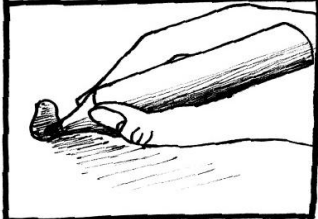
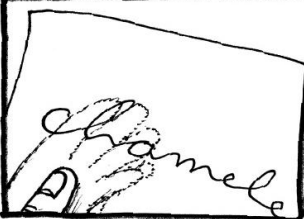
2/2

5.  Detail na hrot pera s rozostřeným textem.
7.  Pohled na ruce odmotávající pásku. V pozadí papír.
6.  Vidíme celý nápis chameleon.
8.  Pásku ruce přilepi pod logo chameleon. Na pásce je nápis GRAPHIC DESIGN STUDIO. Spot ukončí zvuk strihnutí nůžek.

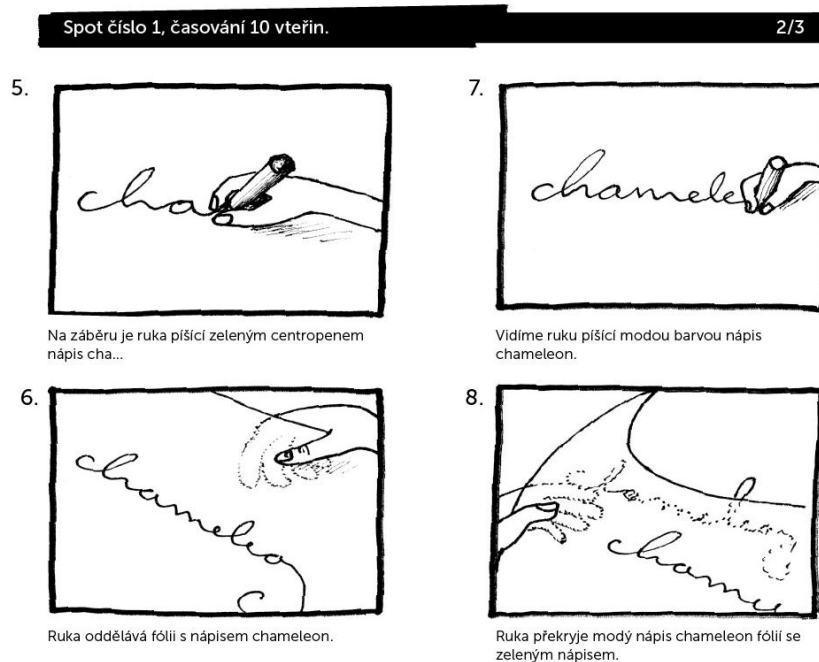
Obr. 66 spot č. 1 časování 10 vteřin

Spot číslo 2, časování 10 vteřin.

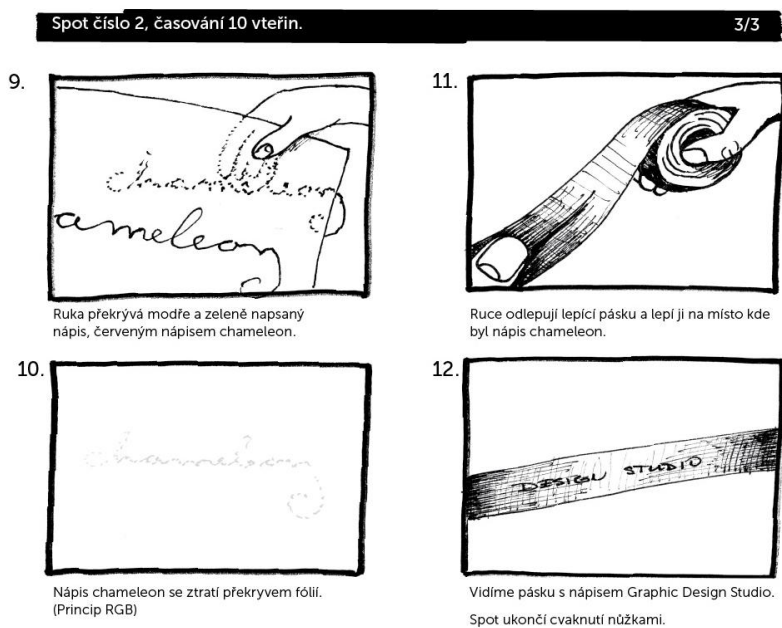
1/3

1.  Vidíme ruku pokládat tři fólie na prosvětlovací stůl
3.  Vidíme červeně napsaný nápis chameleon.
2.  Objeví se ruka, která začíná psát na papír červeným centropenem.
4.  Ruka odělává fólii s červeným nápisem chameleon.

Obr. 67 spot č. 2 časování 10 vteřin



Obr. 68 spot č. 2 časování 10 vteřin



Obr. 69 spot č. 2 časování 10 vteřin

4 ZÁVĚR

V teoretické části jsou představeni tvůrci optických vynálezů vytvářejících první iluzi pohybu, přes vynálezy kinematografických přístrojů a jejich následovného užití v experimentálním filmu. Kapitola experimentálního filmu představuje umělecké osobnosti jako Vikinga Eggelinga, významného kubistu Ferdinanda Légera, experimentátora Normana McLaren, až po práce Jana Švankmajera a jeho následovníků. Navazuje kapitolou počátky počítačové animace s osobnostmi jako John Whitney a Robert Abel. Mezi významné tvůrce představené v kapitole televizní motion grafiky jsou zařazeny osobnosti Harry Marks a Saul Bass. Ze současných tvůrců je představen Lukáš Veverka a výběr z nejlepších motion studií světa. Pro praktickou část je zahrnut podrobný rozbor značky studia Hippie House. U současných studií je zkoumána barevnost jejich značek. Z výsledků vyplývá, že je nejvíce užívaná černo-bílá kombinace a to především díky její neutralitě. Teoretická část je zakončena kapitolou o vývoji značek a jejich tendencích v současnosti.

V praktické části je představeno studio „chameleon“ prostřednictvím grafického manuálu. Vizuální styl studia je postaven na konceptu, „být viděn, ale jen za určitých podmínek“. Logo studia nemá ustálenou podobu, je definováno pouze rámcově: nástrojem pro jeho vytvoření a charakteristickým spirálovitým zakončením dříku písmene „n“. Podpůrnými vizuálními prvky jsou, centropen (fixa), lepicí páska a ruka. Corporate design studia chameleon odpovídá současným nárokům kladeným na jedinečnost značky.

Motion grafika zažívá ohromný rozmach v odvětvích, jako jsou interaktivní média, hudební spoty, video a volné umění. Motion grafika se dá charakterizovat jako určitý trend nebo spíše druh pop kultury, který je na počátku svého rozvoje.

5 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] KRASNER, Jon. Motion graphic design : applied history and aesthetic. China : Elsevier Inc., 2008. 434 s. ISBN 978-0-240-80989-2.
- [2] http://www.scheufler.cz/data-1839-1918/scheufler-fotograf.html?photographer_id=68
- [3] http://cs.wikipedia.org/wiki/Jan_Evangelista_Purkyn%C4%9B
- [4] ŠEBESTÍK, Jiří Animovaná a multimediální tvorba : Animovaný film. In . červen 2004. [s.l.] : [s.n.], červen 2004 [cit. 2010-05-09]. Dostupné z WWW: <http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:U_JP_nA5GhsJ:www.famu.cz/docs/07Anima-ce.pdf+purkyn%C4%9B+animovan%C3%BD+film&hl=cs&gl=cz&pid=bl&srcid=ASg_ZWISBYpVwu6PoOHYZUAPMRz32sdbG8PQeXr6tzUCXi01SstcEbZJgLaeQZGBfdSchkhTPB6F3FXrKdyqI43uhLt-At4oKF--Rwh2EKAOtH0cW6LsLPBvpvjcg1XX5RHhEtFN&sig=AHIEtbRZctzllfx4XVkPMxnBg8Xes-T1Jg>.
- [5] Eadweard Muybridge In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-05]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Eadweard_Muybridge>.
- [6] Hannibal Goodwin In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-05]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Hannibal_Goodwin>.
- [7] courses.ncssm.edu [online]. 2010 [cit. 2010-05-05]. Kinora. Dostupné z WWW: <<http://courses.ncssm.edu/gallery/collections/toys/html/exhibit05.htm>>.
- [8] Georges Méliès In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 17.12.2006, 30.11.2009 [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Georges_Méliès>.
- [9] Viking Eggeling In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 16.8.2005, 17.4.2010 [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Viking_Eggeling>.
- [10] Walter Ruttmann In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, 14. 7. 2007, 14.3.2010 [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Walter_Ruttmann>.

- [11] Pinscreen animation In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Pinscreen_animation>.
- [12] Alexandre Alexeieff and Claire Parker In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Alexandre_Alexeieff_and_Claire_Parker>.
- [13] MCLAREN, Norman . Youtube [online]. 28.4.2008 [cit. 2010-05-06]. Norman McLaren: Pen Point Percussion. Dostupné z WWW: <http://www.youtube.com/watch?v=Q0vgZv_JWfM>.
- [14] MCLAREN, Norman . NFB [online]. 2010 [cit. 2010-05-06]. Start watching. Dostupné z WWW: <http://www.nfb.ca/film/Neighbours_Voisins/>.
- [15] Norman McLaren In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Norman_McLaren>.
- [16] Lotte Reiniger In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Lotte_Reiniger>.
- [17] Oscar Fischinger In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Oscar_Fischinger>.
- [18] Harry Everett Smith In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Harry_Everett_Smith>.
- [19] GARDNER, Robert . Youtube [online]. 28.8.2008 [cit. 2010-05-06]. Screening Room with Robert Breer (1976) - PREVIEW. Dostupné z WWW: <<http://www.youtube.com/watch?v=PSLILtYKkTQ>>.
- [20] Jan Švankmajer In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Jan_Švankmajer>.
- [21] Jan Švankmajer In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Jan_Švankmajer>.

- [22] Brothers Quay In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Brothers_Quay>.
- [23] MORITZ, William . Animation world network [online]. 1.8.1997 [cit. 2010-05-06]. Digital Harmony: The Life of John Whitney, Computer Animation Pioneer. Dostupné z WWW: <<http://www.awn.com/articles/people/digital-harmony-life-john-whitney-computer-animation-pioneer/page/1,1>>.
- [24] MORITZ, William . Animation world network [online]. 1.8.1997 [cit. 2010-05-06]. Digital Harmony: The Life of John Whitney, Computer Animation Pioneer. Dostupné z WWW: <<http://www.awn.com/articles/people/digital-harmony-life-john-whitney-computer-animation-pioneer/page/2,1>>.
- [25] John Whitney (animator) In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW: <[http://en.wikipedia.org/wiki/John_Whitney_\(animator\)](http://en.wikipedia.org/wiki/John_Whitney_(animator))>.
- [26] Siggraph [online]. 1970 [cit. 2010-05-06]. The John Whitney biography page. Dostupné z WWW: <<http://www.siggraph.org/artdesign/profile/whitney/early.html>>.
- [27] VELEBNÝ, Ondřej. Saul Bass : Semestrální práce z předmětu Dějiny designu KTS/KDOT2. Praha, 2010. 7 s. Semestrální práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, FMK.
- [28] VELEBNÝ, Ondřej. PŘEDNÍ ČESKÝ DESIGNER MOTION GRAFIKY LUKÁŠ VEVERKA : Semestrální práce z předmětu Dějiny designu KDOT1. Praha, 2010. 6 s. Semestrální práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, FMK.
- [29] Hippie House [online]. 2006, 2009 [cit. 2010-05-06]. Hippie House showreel. Dostupné z WWW: <<http://www.hippiehouse.tv/motion.html>>.
- [30] Persuade change influence [online]. 2010, 2010 [cit. 2010-05-06]. Psyop. Dostupné z WWW: <www.psyop.tv>.
- [31] Blur [online]. 2008 [cit. 2010-05-06]. Blur Studio. Dostupné z WWW: <<http://www.blur.com/>>.
- [32] Benny box [online]. 2006 [cit. 2010-05-06]. Benny box. Dostupné z WWW: <<http://www.bennybox.dk/>>.
- [33] Pleix [online]. 2001 [cit. 2010-05-06]. Pleix. Dostupné z WWW: <<http://pleix.net/films.html>>.

- [34] DFORM1 [online]. 1997, 2010 [cit. 2010-05-06]. Design † Motion Graphics. Selected Works of Anders Schroder. Dostupné z WWW: <www.andersschroder.com>.
- [35] LeMob [online]. 2010 [cit. 2010-05-06]. LeMob. Dostupné z WWW: <www.lemob.ch>.
- [36] Eyeball [online]. 2010 [cit. 2010-05-06]. Eyeball: graphic design. Dostupné z WWW: <<http://www.eyeballnyc.com/>>.
- [37] Digital kitchen [online]. 2010 [cit. 2010-05-06]. Digital kitchen. Dostupné z WWW: <<http://www.digitalkitchen.tv/>>.
- [38] WIZZ [online]. 1999 [cit. 2010-05-06]. Wizz -Production, animation, motion graphic & VFX. Dostupné z WWW: <<http://www.wizz.fr/>>.
- [39] TEG [online]. 2000, 2010 [cit. 2010-05-06]. The Ebeling group. Dostupné z WWW: <<http://theebelinggroup.com/#>>.
- [40] Logan [online]. 2010 [cit. 2010-05-06]. Logan. Dostupné z WWW: <http://www.logan.tv/reebok_zigtech.html>.
- [41] North Kingdom [online]. 2005, 2010 [cit. 2010-05-06]. North Kingdom. Dostupné z WWW: <www.northkingdom.com>.
- [42] FIŠÁREK, Lukáš ; CIMBÁLNÍK, Marek. Oficina [online]. 2010 [cit. 2010-05-06]. OFCN. Dostupné z WWW: <<http://www.ofcn.cz/>>.
- [43] Proud Creative [online]. 2009, 2010 [cit. 2010-05-06]. Proud Creative. Dostupné z WWW: <<http://www.proudcreative.com/>>.
- [44] 4Creative [online]. 2001 [cit. 2010-05-06]. 4Creative. Dostupné z WWW: <<http://www.4creative.co.uk/flash/#/>>.
- [45] Buck [online]. 2009 [cit. 2010-05-06]. Buck. Dostupné z WWW: <<http://buck.tv/>>.
- [46] Prologue [online]. 2010 [cit. 2010-05-06]. Prologue. Dostupné z WWW: <<http://www.prologue.com/#>>.
- [47] Stardust [online]. 2009 [cit. 2010-05-06]. Stardust. Dostupné z WWW: <<http://www.stardust.tv/>>.
- [48] Studio aka [online]. 2004 [cit. 2010-05-06]. Studio aka. Dostupné z WWW: <<http://www.studioaka.co.uk/>>.
- [49] Wikipedia:Article Incubator In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, , [cit. 2010-05-06]. Dostupné z WWW:

<http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Article_Incubator/Color_symbolism_and_psychology>.

- [50] VELEBNÝ, Ondřej. HODNOCENÍ LOGA DESIGN STUDIA HIPPIE HOUSE : Semestrální práce z předmětu UFG/KCORD - Corporate design. [s.l.], 2009. 8 s. Semestrální práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, FMK.
- [51] NOVÁČKOVÁ, Kateřna. Wwww.vizualnikultura.cz [online]. 2008 [cit. 2010-05-12]. Nový Dům umění. Dostupné z WWW: <<http://www.vizualnikultura.cz/2010/01/04/news/novy-dum-umeni/>>.
- [52] Tate: British and international modern and conterporary art [online]. 2000 [cit. 2010-05-16]. Tate gallery. Dostupné z WWW: <<http://www.tate.org.uk/>>.
- [53] HOŠEK, Pavel. Jak chameleoni vidí svět. Vesmír : 556 [online]. říjen 1995, 1995, 74, [cit. 2010-05-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.vesmir.cz/clanek/jak-chameleoni-vidi-svet>>. ISSN 1214-4029.

6 SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Saul Bass plakát k Olympijským hrám v Los Angeles v r. 1984 [27].	17
Obr. 3 ČT 24 Sport [28].	18
Obr. 4 MTV self promotion [28]	18
Obr. 5 Plakát Dan Bárta a Robert Balzar Trio [28]	19
Obr. 6 web design galerie Půda [28].	20
Obr. 7 Webdesig Altworx [28]	20
Obr. 9 Otázky Václava Moravce [27].	21
Obr. 10 Logo grafického studia Hippie House [29]	22
Obr. 11 Animace loga Hippie house [29]	23
Obr. 13 Animace loga grafického studia Psyop [30].	24
Obr. 12 Logo grafického studia Psyop [30].	23
Obr. 14 Logo grafického studia Blur [31]	24
Obr. 15 Logo grafického studia Benny Box [32]	25
Obr. 16 Animace loga grafického studia Benny Box [32]	25
Obr. 17 Logo grafického studia Pleix [33]	25
Obr. 18 Logo grafického studia DFORM1 [34]	26
Obr. 19 Logo grafického studia LeMob [35].	26
Obr. 20 Animace loga grafického studia LeMob [35].	27
Obr. 21 Logo grafického studia eyeball [36]	27
Obr. 22 Logo grafického studia Digital Kitchen [37].	28
Obr. 23 Logo grafického studia WIZZ [38]	28
Obr. 24 Logo grafického studia TEG [39].	29
Obr. 25 Logo grafického studia TEG [39].	29
Obr. 26 Logo grafického studia Logan [40]	30
Obr. 27 Logo grafického studia North Kongdom [41]	30
Obr. 28 Logo grafického studia North Kingdom [41]	31
Obr. 29 Logo grafického studia Oficina [42]	31
Obr. 30 Animace loga Oficina [42]	32
Obr. 31 Logo grafického studia Proud Creative [43]	32
Obr. 32 Logo grafického studia 4creative [44].	33
Obr. 33 Animace loga 4creative [44].	33
Obr. 34 Logo grafického studia Buck [45]	34

Obr. 35 Animace loga studia Buck [45]	34
Obr. 36 Logo grafického studia Prologue [46]	35
Obr. 37 Logo grafického studia STARDUST [47]	35
Obr. 38 Animace loga STARDUST [47]	36
Obr. 39 Logo grafického studia aka [48]	36
Obr. 40 graf nejužívanějších barev ve značkách vybraných motion studií	38
Obr. 41 Varianty loga grafického studia Hippie house [50]	41
Obr. 42 Značka Domu umění v Brně [51]	45
Obr. 43 Část grafického manuálu Domu umění v Brně [51]	46
Obr. 44 Motion logo Tate gallery ve Velké Británii [52]	47
Obr. 45 detailní pohled na hlavu chameleona	49
Obr. 46 potřeby využívané pro tvorbu loga Grafického studia chameleon	50
Obr. 47 ukázka tvorby značky chameleon	51
Obr. 48 barevnost značky chameleon	52
Obr. 49 konstrukce logotypu	52
Obr. 50 černobílé provedení značky chameleon	53
Obr. 51 ochranná zóna značky chameleon	54
Obr. 52 zakázané užití značky	55
Obr. 53 textové písmo	56
Obr. 54 doplňkové firemní písmo	57
Obr. 55 dopisní papír	58
Obr. 56 DL obálka	59
Obr. 57 obálka C5	59
Obr. 58 ukázky použití značky na CD- ROM a DVD	60
Obr. 59 vizitky	60
Obr. 60 webová prezentace	61
Obr. 61 design placek	62
Obr. 62 použití značky chameleon na autech	62
Obr. 63 aplikace značky na budově	63
Obr. 64 animace loga chameleon	64
Obr. 65 spot č. 1 časování 10 vteřin	64
Obr. 66 spot č. 1 časování 10 vteřin	65
Obr. 67 spot č. 2 časování 10 vteřin	65

Obr. 68 spot č. 2 časování 10 vteřin	66
Obr. 69 spot č. 2 časování 10 vteřin	66

PŘÍLOHA P I: NÁZEV PŘÍLOHY