

Jednotný vizuální styl akce

Petr Procházka

Bakalářská práce
2014



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav vizuální tvorby

akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petr Procházka**
Osobní číslo: **K11071**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Vizuální komunikace**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Vizuální styl akce**

Zásady pro vypracování:

1. Rešerše
2. Analýza
3. Stanovení cílů
4. Sběr materiálů
5. Řešení
6. Shrnutí, závěr

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

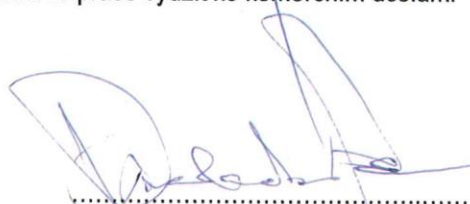
PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Ve Zlíně

05.05.2014



Jméno, příjmení, podpis

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Seznam odborné literatury:

Logo design, Julius Widemann
Beatifull evidence, Edward R. Tufle
American corporate identity, David E. Carter

Vedoucí bakalářské práce: **MgA. Václav Ondroušek**
Kabinet teoretických studií
Datum zadání bakalářské práce: **2. prosince 2013**
Termín odevzdání bakalářské práce: **16. května 2014**

Ve Zlíně dne 2. prosince 2013


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




M. A. Bohuslav Stránský
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Tato práce se zabývá vizuálním stylem sportovního a hudebního festivalu Bmxtreme Telč. Je rozdělena na dvě části, a to teoretickou a praktickou část.

Teoretická část vysvětluje problematiku grafického a motion designu. Zabývá se historií a vývojem BMX a MTB, typickými znaky pro tyto sporty a jejich vývojem. Dále rozebírá vizuální propagaci těchto sportů.

V praktické části беру v úvahu poznatky získané z teoretické části, zužitkovávám je k vytvoření nového vizuálního stylu, který zahrnuje tvorbu logotypu, microsite, sérii propagačních videí a tiskových materiálů.

Klíčová slova: Grafický design, Motion design, Video, BMX, MTB, Sport, Hudba, festival, Závody

ABSTRACT

This work deals with the visual style of the sport and music festival Bmxtreme from Telc.

It is divided into two parts: theoretical and practical. The theoretical part explains the issue of graphic and motion design. It deals with history of BMX and MTB, typical characteristics for these sports and their development. Secondly, it analyzes the visual promotion of these sports.

In the practical part I take into account the lessons learned from the theoretical part and I try to exploit to create new visual style, which includes the creation of a logo, microsite, a series of promotional videos and printed materials.

Keywords: Graphic design, Motion design, Video, BMX, MTB, Sport, Music, Festival, Competition

Poděkování:

Rád bych poděkoval svému vedoucímu práce MgA. Václavu Ondrouškovi za trpělivost, cenné rady a v neposlední řadě dobré nápady. Dále bych chtěl poděkovat Romanovi Čermákovi za cenné informace o festivalu Bmxtreme. Velké díky patří i mé rodině za podporu v mém dosavadním studiu. V neposlední řadě bych chtěl poděkovat všem svým pedagogům a spolužákům, díky kterým jsem si získal větší rozhled v mém oboru, ale i mimo něj.

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

OBSAH

| | |
|--|-----------|
| ÚVOD | 8 |
| I TEORETICKÁ ČÁST | 9 |
| 1 VIZUÁLNÍ KOMUNIKACE | 10 |
| 1.1 GRAFICKÝ DESIGN..... | 10 |
| 1.1.1 Písmo a typografie..... | 10 |
| 1.1.2 Funkce grafického designu | 11 |
| 1.1.2.1 Prosperita designu..... | 11 |
| 1.1.2.2 Komunikace designu..... | 12 |
| 1.2 MOTION DESIGN | 13 |
| 1.2.1 Historie motion design | 13 |
| 1.2.2 Motion design v současnosti | 14 |
| 1.2.3 Programy používané v oblasti motion designu | 14 |
| 1.3 JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL | 15 |
| 1.3.1 Logo | 15 |
| 1.3.2 Manuál jednotného vizuálního stylu | 15 |
| 2 BMX - BICYCLE MOTORCROSS | 17 |
| 2.1 ROZDĚLENÍ DISCIPLÍN | 17 |
| 2.1.1 Dirt (bikros)..... | 18 |
| 2.1.2 Freestyle BMX | 18 |
| 2.1.2.1 Street | 18 |
| 2.1.2.2 Flatland | 18 |
| 2.1.2.3 Dirt..... | 19 |
| 2.2 SVĚTOVÁ HISTORIE | 19 |
| 2.3 ČESKÁ HISTORIE..... | 19 |
| 2.4 ZÁVODY BMX..... | 20 |
| 3 MTB – MOUNTAIN BIKE | 21 |
| 3.1 HISTORIE..... | 21 |
| 3.2 DISCIPLÍNY MTB | 22 |
| 3.2.1 Cross country | 22 |
| 3.2.2 Maraton | 22 |
| 3.2.3 Downhill..... | 22 |
| 3.2.4 Trial..... | 23 |
| 3.2.5 Freeride | 23 |
| 3.2.6 Freestyle | 23 |
| 4 BMX A MTB ZÁVODY A JEJICH VIZUÁLNÍ PODOBA | 24 |
| II PRAKTICKÁ ČÁST | 26 |
| 5 ANALÝZA A ZPRACOVÁNÍ PROJEKTU | 27 |
| 5.1 HISTORIE BMXTREME FESTIVALU..... | 27 |
| 5.2 VIZUÁLNÍ STYL FESTIVALU | 28 |
| 5.2.1 Logotyp festivalu | 28 |
| 5.2.2 Historie plakátů festivalu | 28 |
| 5.2.3 Webová stránka festivalu | 31 |
| 6 NOVÝ VIZUÁLNÍ STYL | 32 |

| | | |
|-------|--|-----------|
| 6.1 | LOGOTYP..... | 32 |
| 6.2 | PÍSMO..... | 34 |
| 6.3 | BAREVNOST | 34 |
| 6.4 | MICROSITE | 35 |
| 6.5 | PROPAGAČNÍ VIDEO..... | 36 |
| 6.5.1 | Technika..... | 36 |
| 6.5.2 | Zpracování videa | 37 |
| 6.5.3 | Motion design v propagačním videu..... | 38 |
| 6.5.4 | Export videa | 38 |
| 6.6 | DOPROVODNÝ VIZUÁLNÍ STYL | 39 |
| | ZÁVĚR | 40 |
| | SEZNAM ZDROJŮ | 42 |
| | SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK..... | 44 |
| | SEZNAM OBRÁZKŮ | 45 |
| | SEZNAM PŘÍLOH..... | 46 |

ÚVOD

Pro svoji bakalářskou práci jsem si zvolil téma Jednotný vizuální styl akce. Vybral jsem si vizuální identitu Bmxtreme festivalu, který se koná již šestým rokem v Telči. S tímto festivalem mám osobní zkušenost a blízký vztah s organizátory celého projektu, Romanem a Danielem Čermákem. To byl jeden z hlavních důvodů výběru tématu.

Náplní festivalu je spojení adrenalinových sportů freestyle bmx, freestyle mtb a následné after party v podobě hudebních koncertů a tanečního stanu. Festival trvá podobu jednoho dne a je doplněn o bohatý doprovodný program.

Festival Bmxtreme jsem si vybral proto, abych redesignoval současný vizuální styl, který už není aktuální. Dávám si za cíl vytvořit jednotný a moderní design, který pomůže festivalu s propagací. Stávající vizuální styl je neaktuální a nepůsobí na cílovou skupinu. Nerezonuje se současnými trendy grafického designu a shazuje kvalitu celkového vyznění festivalu. K adrenalinovým sportům mám velice kladný vztah, jak aktivně, tak pasivně, což byl také jeden z důvodů výběru tohoto tématu.

V teoretické části budu analyzovat grafický design, jeho funkce a druhy. Zaměřím se na vztah písma, typografie a estetiky, s celkovým působením a komunikací s divákem. Dále budu rozebírat historii a charakter motion designu a jednotného vizuálního stylu, kde si popíšu logo, jakožto důležitý prvek komunikace a obecně jej zahrnu v manuálu grafického designu. V 2. kapitole obecně popíši vztah grafiky a festivalu, charakter tohoto vztahu a jejich vzájemné propojení. V 3. a 4. kapitole teoretické části popíši a charakterizují jednotlivé disciplíny adrenalinových sportů, jejich prostředí a prostředky.

Praktická část je rozdělena na analýzu samotného festivalu, jeho historii a rozbor vizuálního stylu. Věnuji se zde každému ročníku a porovnávám je mezi sebou. V další kapitole obhajuji svůj vizuální styl Bmxtreme festivalu a popisují pracovní postup tvorby jednotlivých propagačních materiálů.

Z důvodu nedostatku knih a materiálů jsem čerpal především z internetových zdrojů, propagačních stránek jednotlivých festivalů. Opírám se i o osobní zkušenost s Bmxtreme festivalem a aplikuji ji v samotném návrhu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VIZUÁLNÍ KOMUNIKACE

V této kapitole vysvětluji výtvarné obory, principy a nástroje, které užívám v praktické části bakalářské práce k vytvoření jednotného vizuálního stylu festivalu.

Komunikace je činnost, bez které si život nedokážeme představit. Její význam se stále zvyšuje. Moderní doba se neobejde bez připojení k internetu, televizního vysílání, tisku a dalších médií, které se dnes považují za samozřejmost. Samotná vizuální komunikace se projevuje hlavně prostřednictvím vizuálních médií, především ve sféře grafického, informačního a motion designu.

1.1 Grafický design

Grafický design můžeme definovat jako užívání vizuálních plošných projevů. Spadá do kategorie užitého umění a je nedílnou součástí všedního života. Zabývá se tvorbou loga, inzerátů, plakátů, typografií knih či časopisů, počítačů, tvorbou obalů a webových stránek. Téměř veškerá statická reklama spadá pod obor grafický design. Samotný grafický design se dělí na dvě základní části, tiskový a digitální. V dnešní době význam digitálního grafického designu stále stoupá, a to hlavně díky internetu, který již nabízí většinu služeb. Téměř veškerá dnešní grafika vzniká v grafických programech na počítačích. Mezi společnostmi distribuující grafický software patří firmy Adobe a Corel. Firma Adobe disponuje nejširším pokrytím produktů, které zasahují do oboru fotografie, animace, motion designu, typografie, web designu, tvorbu zvuků a editaci videa. Samotný digitální grafický design se nejčastěji dělí na vektorovou a bitmapovou grafiku. Mezi nejčastěji používané programy pro vektorovou grafiku patří Adobe Illustrator a Corel Draw. Vektorová grafika je vhodná pro tvorbu log, logotypů, ilustrací, plakátů, letáků a billboardů. Nejrozšířenější program pro tvorbu bitmapové grafiky se nazývá Photoshop, který spadá do portfolia společnosti Adobe. Je vhodný k úpravě fotografií, tvorbě bitmapové grafiky, k ilustraci a postprodukcí. Další velmi často používaný program grafického designera je Adobe Indesign, který se používá zejména k tvorbě rozsáhlejších textů a k samotné sazbě knih a časopisů.

1.1.1 Písmo a typografie

Součástí oboru grafický design je písmo a typografie. Písmo má podobný vliv jako značka k identifikaci firmy. Je velmi důležité, aby si určitý subjekt zvolil svojí rodinu písma, která ho bude reprezentovat. Rodina písma je skupina řezů odvozených z jednoho typu písma (například light, regular, bold, heavy). Používání řezů písma z jedné rodiny pomáhá

zachovat jednotný vzhled sazby. Nabízí mnoho možností k zvýraznění informací v textu, ale i k jejich potlačení. Tím se výsledný text stává čitelnější a přehlednější. Proto je vždy důležité vybrat takovou rodinu písma, která disponuje vhodným počtem jednotlivých řezů v závislosti na typu a rozsahu textu.

1.1.2 Funkce grafického designu

Kvalitní grafický design šetří peníze, ale i přírodní zdroje. Například u obalů je velmi důležité použití vhodného materiálu, lze podpořit ekologii, šetřit s materiálem i lidskými zdroji. Kvalitní grafika zvyšuje prosperitu firem a pomáhá propagovat značku. Úspěšné logo tak funguje i v jiném kontextu, než v samotné reklamě, divák si jej okamžitě spojí s daným produktem. Kvalitní uživatelské rozhraní zlepšuje mezilidskou komunikaci, která se stává přehlednější, rychlejší a efektivnější.

V přehlacení reklamou v současných městech je důležité podpořit sdělení kvalitním grafickým vizuálem, který může odlišit produkt od konkurence, zlepšit jeho prodej a vybočit z průměru.

Podstatou grafického designu je co nejlépe vyhovět danému produktu. Úhledná sazba usnadňuje čtení i šetří samotný zrak. Intuitivně navržená webová prezentace pomůže návštěvníkovi rychle a efektivně najít požadované informace. Přehledný a dobře rozříděný internetový obchod vychází vstříc zákazníkovi a jeho potřebám. Majiteli tím získá více realizovaných obchodů a rostoucí finanční efekt. Sjednocené vystupování firmy pomáhá srozumitelně komunikovat se spotřebiteli, kteří se s ní dostanou do styku.[9]

Prezentace designových produktů, jejichž množství na trhu pokrývá širokou škálu, se stává konkurenční výhodou, znakem profesionality, progresu a péče o vlastní dílo. Pokud je prezentace kvalitní, roste díky ní i prestiž firmy a tím se zvyšuje také povědomí o značce a službách, které s ní souvisí. [9]

1.1.2.1 Prosperita designu

Stejně jako v jiných oborech, tak i v průmyslovém designu prodává produkt jeho obal a vzhled. Zaměříme se například na koupi vína, podstatným faktorem je právě viněta na lahvi. Je-li grafika dobře promyšlená, zvyšuje důvěryhodnost produktu. Tím působí správně na zákazníky, protože každý chce jíst, pít nebo pracovat s důvěryhodnými a plnohodnotnými partnery. Nejen v prodeji produktů, ale také při poskytování služeb usnadňuje

design cestu ke spotřebiteli. Úměrná a vizuálně kvalitní reklama například umožňuje jednodušší komunikaci neziskových sdružení s potencionálními sponzory.

Mnoho lidí žije v domněni, že investice vložená do kvalitně zpracované prezentace, nepomáhá k růstu jejich prestiže na trhu. Není však pravidlem, že grafický design zvyšuje náklady firmy. Mnohdy je tomu právě naopak. Například úsporné písmo šetří papír i ostatní zdroje a celkově se díky němu zmenší obsah publikace. Zároveň se díky dobře navrženému obalu usnadňuje skladování, zlepšuje manipulace a také zlevňuje transport. V rámci výzkumu nových technologií a materiálů, může kvalitní design přinést i efektivnější využívání surovin, a tím zdůrazňovat moderní ekologické materiály. [9]

1.1.2.2 Komunikace designu

Prvním aspektem při plánování předávání informace designem je výběr vhodné cílové skupiny. Projevy grafického designu by měly být přizpůsobeny dané cílové skupině. Například sportovní časopis použije jiné výtvarné prostředky než portál státní správy, knížka určená pro děti použije jiný typ a velikost písma než odborná publikace. Pro každý typ produktu je požadován odlišný autorský přístup a také znalosti problematiky, odbornost a praxi, výtvarné cítění a analytickou zkušenost. Výstupem má být efektivní komunikace zaměřená na cílovou skupinu lidí, kterou chceme oslovit.

Pokud se zaměříme na okolí, zjistíme, že nás neustále obklopuje informační design. Je uváděn formou piktogramů, jako dopravní značky, informace v nemocnicích, výstrahy a upozornění aj. Většinou jsou piktogramy čitelné na první pohled tak, až si lidé ani neuvědomují, že jsou výstupem odborníka a jejich smyslem je pomáhat se orientovat, varovat před nebezpečím nebo urychlovat předání informací. Kdyby byly tyto piktogramy nevhodně a neodborně navrženy, mohl by informační systém nebo dopravní značení mást a předávat nepravdivé informace.

Produkty špičkových grafických designérů přináší lidem také estetický zážitek, který jim působí radost, zpříjemňuje každodenní život a obohacuje je o nové vizuální podněty. [9]

1.2 Motion Design

Motion design slouží k rozlišení statické grafiky od dynamické a posouvá tradiční design do rozměru času. Tento typ designu obsahuje širokou škálu produkce médií, jako jsou například filmové titulky, reklamy, hudební klipy nebo videomapping. Používá prvky videa, animace, typografie, grafiky i zvuku.

Motion design lze zobrazit pouze pomocí elektronického displeje nebo projekto-rem. Téměř všechny výstupy motion designu jsou videa, která jsou téměř vždy spojeny se zvukovou stopou. Samotná audio stopa hraje v motion designu obrovskou roli a tvoří okolo padesáti procent výsledného efektu. V současné době začíná motion pronikat přímo i do jazyka html stránek jako css3 animace, díky tomu vznikají nádherné a interaktivní weby plné pohybu. Motion design je brán za vrcholný projev grafického designu a jako jedno z nejefektivnějších medií na internetu. I díky rozvoji a rozšíření tabletů a jiných zařízení, které disponují čím dál větším displejem, se motion design stává stále aktuálnější. V tomto oboru spatřuji obrovský potenciál do budoucna, především díky zvyšující se technické úrovni elektronických spotřebičů.

Grafici, kteří s tímto designem pracují, musí ovládat dovednost práce s časem, prostorem a zvukem. Kromě grafiků se v tomto oboru angažují také animátoři a tvůrci filmů. Tyto techniky animace a filmu již nejsou nijak vyhraněny, naopak se díky neustálým posunům v technologiích prolínají. Téměř veškerá filmová postprodukce se vytváří na počítačích, v animovaných filmech se stále více projevuje posun k trojrozměrnému zobrazení postav i prostředí a snaha co nejlépe napodobit realitu. Velký trend je i interaktivita a angažování diváka do finálního výstupu.[21]

1.2.1 Historie motion design

Video a film jsou založeny na rychlém sledu obrazů za sebou a na lidské oko působí tak, že je člověk vnímá jako plynulý pohyb. K dosažení plynulého obrazu je potřeba dosáhnout rychlosti minimálně 24 snímků za sekundu.

První fotografie umožnila fotografovi zachytit a uchovat jedinečný obraz pohybu. Obrovským skokem v historii bývá udávaná doba, kdy bratři Lumierové vynalezli první filmový projektor. Filmy jsou od té doby promítány veřejně, z čehož vznikla první kina. Zpočátku se promítalo černobíle a bez zvukové stopy. Zhruba v první polovině 20. stol. se filmy změnilly na barevné a ozvučené.

Za první předchůdce motion grafiky považujeme různé animace vznikající ve 30. a 40. letech. První firmou, která se touto technikou zabývala, byla Motion Graphics Incorporated. Počítačovou motion grafiku produkovala v podobě televizní grafiky, titulků a reklamy. Byla využívána pouze ve finančně nákladných filmech.[21]

1.2.2 Motion design v současnosti

V současné době je motion design přirozenou součástí grafické tvorby. Jeho vliv na populaci stoupá díky médiím a internetu. Trh se stává stále rozmanitějším, a o to větší je poptávka po originalitě projektů a produktů, jejichž tvorba ovlivňuje směr vývoje motion grafiky. Podstatnou část produkce motion studií přináší televizní grafika. Televizní stanice jsou doslova přeplněné motion designem. Výsledný projekt, které může být kombinací 3D animace, motion designu a videa patří mezi nejefektivnější a nejzábavnější prostředek prezentace na internetu vůbec, který stále roste díky rychlejšímu internetovému připojení, které umožňuje rychlé zobrazení videa. Dává to prostor například k použití videa jako podkladu webové stránky. Samotné video prezentace patří mezi nejatraktivnější metody, jak propagovat produkt, firmu, webovou stránku apod.

1.2.3 Programy používané v oblasti motion designu

Mezi nejrozšířenější programy k tvorbě motion design patří Adobe After Effects a Apple Motion. Tyto programy se používají k tvorbě titulků, motion grafiky a k postprodukcí videí či 3D animací. Jelikož se motion design silně prolíná se samotnou tvorbou videí, zařazují mezi tyto dva programy ještě Adobe Premiere a Adobe Speedgrade. První zmiňovaný program se používá ke střihu videa, i když samotný střih videa lze provést v AfterEffects či Apple motion. Adobe Premiere funguje mnohem rychleji v načítání videa a samotný střih, tak probíhá za běhu spuštěného videa. Adobe Speedgrade slouží k barevné korekci videozáznamu. I když k barevné korekci můžeme použít již zmiňované programy, Adobe Speedgrade pracuje intuitivněji a rychleji. Velkou výhodou společnosti Adobe je propojení jednotlivých programů. Další často používaný program v tomto oboru je 3Ds Max od společnosti Autodesk. Je to profesionální program pro 3D grafiku, vizualizace a tvorbu 3D animace. Bývá používán při výrobě reklam, v televizním průmyslu, pro architektonické a konstrukční vizualizace a často slouží i k tvorbě grafiky do počítačových her.[10][11][12]

Většina motion designerů tyto programy různě kombinuje. Každý z výše zmíněných programů se specializuje na něco jiného, a tak je vhodné používat programy podle zvoleného tématu či samotné zakázky.

1.3 Jednotný vizuální styl

Do jednotného vizuálního stylu spadají všechny výše zmíněné obory, jako je grafický a motion design. Jednotný vizuální styl je velmi důležitý nástroj pro rozlišení jednotlivých subjektů. Úroveň a kvalita vizuální prezentace má obrovský vliv na image subjektu. Každý si přeje být originální, a tím se odlišit od zbytku konkurence, tak se stává snadno zapamatovatelný. Aby dal najevo široké veřejnosti svou filozofii, musí vystupovat jednotným a především dobře zapamatovatelným způsobem. Společnost nebo organizace musí vybudovat systematicky zpracované principy vizuální komunikace, k tomu slouží manuál vizuálního stylu. Tento manuál slouží k přípravě veškerých vizuálních prostředků, jimiž firma komunikuje s veřejností. Prvním systémem jednotného vizuálního stylu bylo vizuální schéma vytvořené Peterem Behrensem pro německou společnost Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft (AEG) v roce 1907. [13]

1.3.1 Logo

Pro jednotný vizuální styl je nejdůležitější prvek, samotné logo. Na základě loga se většinou staví celý vizuální styl firmy. Hlavní funkce loga je reprezentovat a propagovat. Logo je nejčastěji kombinace symbolu a písma. Mělo by být jednoduché, snadno zapamatovatelné a srozumitelné pro danou cílovou skupinu. Důležitá je i schopnost aplikovat logo na různé materiály, za pomoci navzájem odlišných postupů.

Tvorba loga je dlouhodobý a složitý proces. Samotné vizuální ztvárnění je velmi důležité. Logo pomáhá k rychlejší identifikaci značky. Vyvolává v nás vzpomínky spojené se samotnou značkou. Nejčastěji se můžeme setkat s logy se slovním názvem (např. Nokia), s logy, které jsou doplněné o symbol (např. Lufthansa) anebo s čistě abstraktními logy.

1.3.2 Manuál jednotného vizuálního stylu

Manuál jednotného vizuálního stylu slouží jako návod k použití vizuální identity. Uvádí příklady, jak používat logo firmy, kde ho umístit, jakou má mít maximální a minimální velikost a spoustu dalších aspektů, které mají pomoci udržet jednotu celého vizuálního

stylu od jeho vzniku až do jeho konce. Manuály se liší samotným rozsahem. Jiný manuál bude mít čajovna, kde se logo bude používat při vchodu do provozovny, na vizitce, dopisním papíře, v nápojovém lístku nebo na webových stránkách, než u firmy Shell, kde je třeba definovat použití loga od vizitek, přes olejové produkty, až k totemům umístěných na benzínových pumpách. Při tvorbě manuálu jednotného vizuálního stylu je třeba dbát na jeho smysluplnost a rozsah.

2 BMX - BICYCLE MOTORCROSS

V nadcházející kapitole popisují sporty, které jsou zastoupeny na Bmxtreme festivalu. Snažím se vysvětlit termíny, které se v těchto sportech užívají a pak jejich následné dělení do různých kategorií.

BMX (zkratka z anglického překladu Bicycle Motorcross) se řadí mezi disciplíny cyklistiky. Při tomto druhu sportu se používají speciálně sestavená kola většinou průměru dvacet palců (padesát centimetrů), ale také se můžeme setkat s koly o menší velikosti. Záleží však na kategorii, ve které jezdec závodí.



Obrázek 1: Freestyle BMX [14]

BMX se velmi podobá skateboardingu, co se týče typu sportu. Jedná se o adrenalinový sport, spojený se skupinou lidí se stejným zájmem, kteří se navzájem podporují a užívají si relaxaci z vykonaného sportu. Věnují se jízdě podle svého individuálního zájmu, neexistují žádná ustanovená pravidla, podle kterých mají trávit čas na kole. Sport se dá provozovat ježděním čistě pro zábavu, nebo také profesionálně. Člověk provozující tento druh sportu se nazývá „biker“ nebo také i „rider“, v překladu jezdec.[1]

2.1 Rozdělení disciplín

Bmx se dělí na spoustu disciplín. Mnoho z jezdců závodí ve více disciplínách zároveň. Někteří se však specializují na jednu disciplínu. Samotné disciplíny se však vzájemně prolínají a jsou si velmi podobné. Níže popíši jen ty nejrozšířenější.[3]

2.1.1 Dirt (bikros)

Jezdí se na uměle vytvořených skocích postavených převážně z hlíny. Většinou jsou postaveny pro sérii více skoků postavených převážně za sebou. Dirt se nejvíce podobá motocrossu, v podstatě je naprosto stejný, snad s jediným rozdílem, nejedí se na motorce, ale na bmx kole. Kolo určené na dirt se pozná tak, že je bez pegů¹, má jenom zadní brzdu a twister². Ten slouží k tomu, aby jezdec mohl kdykoliv zabrzdít, aniž by musel pokládat nohy na zem nebo mohl víckrát za sebou protočit řídítka. Jako jediná kategorie bmx byl bikross zařazen na letní olympijské hry. [3]

2.1.2 Freestyle BMX

Freestyle Bmx se často plete právě s již zmíněnou disciplínou bicros. Hlavní rozdíl je v tom, že v bicrosu jezdí několik jezdců zároveň a vyhrává ten, který dorazí do cíle první. Na rozdíl od toho ve freestylu BMX jede každý jezdec sám a na překážkách, které se liší podle jednotlivých disciplín, tam se snaží předvést co nejvíce triků, u nichž se hodnotí technická obtížnost, výška, styl a čistota s jakou byl trik proveden. Ve všech níže popsaných kategoriích se na Bmxtreme festivalu závodí. [3]

2.1.2.1 Street

Street je nejnámější kategorie, se kterou se můžeme setkat a zároveň nejvíce se rozvíjející. Jezdí se ve skateparcích na rampách, lavicích, plošinách, zábradlích, apod. Jezdci, kteří nemají ve městě skatepark, nebo dávají přednost jízdě na veřejných prostranstvích, používají k jízdě schody, zábradlí, lavičky a mnohé další překážky, které můžeme najít v moderních městech. Záleží jenom na představitosti jezdce. Jezdí se bez brzd nebo jenom se zadní. Pegy se nachází jen na jedné straně, kterou jezdec grinduje³. [3]

2.1.2.2 Flatland

K této disciplíně člověk nepotřebuje skoro nic, kromě kola a rovného, pevného povrchu. Zde se provádí různé triky, které vyžadují přesnost, stabilitu, trpělivost a hlavně nadšení hrát si s kolem. K tomu se využívají pegy (vpředu i vzadu po každé straně).

¹Pegy jsou speciální stupačky, které jsou umístěné na osách kol.

² Je to zařízení, které slouží k neomezenému protáčení řidítek, aniž by se poškodila brzdová lanka.

³ Grindovat znamená jezdit např. po zábradlí za použití pegů

Flatlandová kola se mírně liší od ostatních. Mají více místa pod rámem a za předním kolem (aby se zde vešla noha při odšlapování) a vozí jak přední, tak zadní brzdu. [3]

2.1.2.3 *Dirt*

Dirty jsou hliněné skoky, staví se jich většinou několik za sebou a mohou být různě dlouhé a vysoké. Tato disciplína se řadí mezi ty nejnebezpečnější. Jezdci se při svých skocích dostávají velmi vysoko a následné pády jsou velmi bolestivé. Pro zpestření se v poslední době začínají objevovat různě upravené skoky, například transfer – skok, který má dopad posunutý o několik metrů do strany, nebo corner – dopad je proti odrazu otočený o 90°. [3]

2.2 Světová historie

Vznik BMX se datuje od počátku 70. let 20. století. Tehdy značka Schwinn začala vyrábět model SchwinnSting-Ray, který byl jeden z prvních dostupných kol. V té době mladí lidé chtěli napodobovat motokrosové hvězdy, ale neměli ještě dostatečný věk na motorku, a tak si začali stavět vlastní tratě a upravovat svoje kola. Převážná většina závodů se odehrávala v Jižní Kalifornii, odkud se to dále šířilo do ostatních států USA, až se z toho sportu stal celosvětový fenomén.

Původně pojem BMX představoval hlavně Bikros. Bikros je druh disciplíny, kde se jezdí na uzavřené speciální trati, na které se nachází mnoho skoků, vln a klopených zatáček. Jezdí se zároveň ve větším počtu jezdců a vyhrává ten, kdo dojede první. Ovšem když se dnes řekne BMX, tak si mnoho lidí představí právě Freestyle BMX disciplínu, která se ve většině věcí liší. Na první pohled by člověk, který se o BMX nezajímá, nepoznal podle kola, o kterou disciplínu se jedná. Ale právě freestyle BMX v dnešní době udává směr a dělí se na mnohé kategorie.

Ve světě můžeme najít plno závodů, ale mezi největší se považují každoroční X Games závody dále pak ETNIES Backyard Jam, který se koná na obou pobřežích Spojených států.

2.3 Česká historie

Počátky BMX v České republice sahají k roku 1992-93. Většina jezdců z té doby přecházela na BMX ze skateboardu nebo z bruslí. Jezdilo se převážně na bikrosové kolech, která si každý upravoval podle svého. Oproti dnešním kolům měla původní kola

prapodivně tvarovanou stavbu rámu, plnou různých ohybů a navařených částí. Většina kol byla univerzální na všechny disciplíny. Velký průlom proběhl ve chvíli, kdy se synovi dřívějšího ředitele ČT Ivoška Matého povedlo odvysílat Hoffmanův kultovní film "Head-first". Od té doby bylo možné se inspirovat od ostatních, a tím se zvýšila celková úroveň BMX u nás. Předtím se jezdila směs flatlandu, streetu a dirtu. Jediná skupina jezdců, která se vydala vlastní cestou, byli jezdci bikros. Bikros měl v tu dobu dostatek informací ze světa, pořádaly se různé závody, například King of Dirt, na němž se objevila budoucí první česká esa freestylu, jako např. Leoš Pavlič, který už v té době ovládal salto pozadu i popředu, Milan Bartůněk, Michal Mároši, Pavel Černý a několik dalších.

Co se dnes považuje za samozřejmost je sponzoring. V začátcích si toto privilegium mohlo dopřát nemnoho bikrosových šampionů. Nebyla možnost být sponzorován hlavně proto, že ani nebylo kým. Byli sice jezdci, kteří už v té době převyšovali průměr, ale nebyly závody, kde by bylo možné zjistit, kdo je lepší a kdo horší. S prvním nástinem možného sponzorování BMX jezdce, přišel Kamil Feifer. Dostával tenkrát kolo značky Black Horse, u kterého pomáhal s vývojem a začal jezdit exhibice, díky nimž získal ostatní sponzory.

I když byl tento sport v minulé době opovrhován, představoval určitou cestu, kterou následovalo spousta jezdců, kteří chtěli do jízdy na kole přidat akrobacii a adrenalin. V roce 2000 Kamil Feifer pomohl scéně i pořádáním závodů v dirtu za pomoci Red Bullu a prvního MČR ve streetu. BMX freestyle scéna od svého vzniku již urazila velmi dlouhou cestu a stala se obecně známou.[2]

2.4 Závody BMX

Závodů ve Freestyle bmx se v České republice koná celá řada. Mezi největší patří Český pohár Xcup, který se minulý rok konal pod záštitou Bmxtremafestu v Telči. Xcup má v České republice tradici od roku 2002. Koná se na různých místech v ČR a to v těchto kategoriích, street, dirtjump a vert ramp. V roce 2005 se v České republice konalo mistrovství světa ve Freestyle bmx. Nejznámější a nejvýznamnější mezinárodní závod freestyle BMX pořádá X games. Tato akce je svátkem adrenalinových sportů, který sdružuje mladé a z většiny neolympijské disciplíny. Jeho letní část se pořádá od roku 2005, a je to projekt americké sportovní televize ESPN. [4][5]

3 MTB – MOUNTAIN BIKE

Horské kolo, často též označované zkratkou MTB z anglického mountain bike. Mtb kolo je navrženo pro jízdu v terénu, a to jak z hlediska terénu, tak z hlediska sklonu. Posledních dvacet let se stává horské kolo velmi populárním prostředkem pro trávení volného času. Pomáhá tomu stále větší provoz na silnicích, které se pro cyklisty stávají nebezpečnými.[6]



Obrázek 2: Freestyle MTB [15]

3.1 Historie

Horské kolo a závody na něm jsou relativně nový sport. Hlavní kořeny sahají do USA. Zřejmě první název horské kolo se objevilo v roce 1966, kdy si D. Gwynn z Oregonu postavil terénní speciál. U počátků této cyklistické disciplíny stojí jména jako Gary Fisher, Joe Breeze, Tom Ritchey nebo Charles Kelly. Převládá zde i názor, že s myšlenkou horského kola přišel na přelomu 70. a 80. let dvacátého století Gary Fisher v Kalifornii. Fisher je spoluzakladatelem první firmy, která horská kola vyráběla sériově. V posledních dvou desetiletích dvacátého století prožívá mountain biking ohromný boom a stává se z něho masová zábava bez hranic.

Hlavním rozdílem od kola silničního je robustní a menší rám, široké pneumatiky pro lepší zvládnání terénních nerovností a kratší převody. Většina dnešních horských kol disponuje odpružením předního a často i zadního kola.

3.2 Disciplíny MTB

Níže popíšeme základní disciplíny, na které se dělí MTB. Pro každou z těchto disciplín je vyvinuto jiné kolo mnohdy naprosto rozdílné.

3.2.1 Cross country

Cross country je jednou z nejoblíbenějších disciplín MTB. Cross country se dokonce stala v roce 1996 olympijskou disciplínou. Závody se odehrávají v terénu, převážně na hrbolatých lesních pěšinách, úzkých cestách a velmi často s prudšími kamenitými sjezdy. Závody trvají většinou okolo dvou hodin a během závodu není přípustná cizí pomoc. Na rozdíl od downhill, kde startují jednotliví závodníci v časových intervalech, mají závody v cross country tradičně hromadný start, výjimkou je velké množství startujících zejména v amatérských soutěžích, kde závodníci startují v několika velkých skupinách, které jsou od sebe dostatečně odděleny. V této disciplíně se konají také etapové závody, zejména ve velmi náročných terénech. [8]

3.2.2 Maraton

Jedná se o stejnou disciplínu jako je cross country, ale tratě pro maraton mají větší délku, pohybují se většinou mezi 70 až 120 km. Tato disciplína je velmi oblíbená mezi amatérskými cyklisty a tomu odpovídá také množství závodů a seriálů konaných prakticky po celé Evropě. Velmi oblíbeným místem pro konání závodů jsou Dolomity. [8]

3.2.3 Downhill

Jedna z prvních disciplín MTB. Podstatou této disciplíny je co nejrychleji projet určenou trasu, na které se může pohybovat pouze jeden závodník. Délka trasy bývá dlouhá od 1 do 4 km. Většinou se nachází v přírodním terénu, někdy s uměle vybudovanými překážkami popř. skoky. Trať bývá umístěna na svahu až s dvanáctistupňovým klesáním, s absencí rovných a stoupavých úseků. Tato disciplína patří mezi jednu z nejnebezpečnějších. Trať pro downhill mají velmi vysokou technickou náročnost a jediným kritériem určujícím pořadí jezdce je dosažený čas. [8]

3.2.4 Trial

Disciplína, při které musí jezdec prokázat dobrou rovnováhu, pevné nervy a šikovnost. Soutěží se ve dvou třídách podle průměru kol - 20 a 26 palců. Závodníci musí zdolávat překážky, aniž by se nohou dotkli země. Pro zvládnutí tratě je nutné umět manévry jako nadskočení s kolem, jízda po jednom kole nebo stání na místě. Hodnotí se jezdcův styl, dovednost a nápaditost. Za doteky nohou se udělují trestné body. Vítězem se stává jezdec s nejmenším počtem trestných bodů. Jedná se o obdobu motocyklového. [8]

3.2.5 Freeride

Tato disciplína je typická právě pro horská kola (z anglického překladu freeride – jízda ve volném terénu). Tratě pro tuto disciplínu se nacházejí většinou mimo upravené a vyznačené cyklistické stezky a obsahují klopené zatáčky a skoky, na kterých se jezdec snaží předvést efektivní jízdu s triky. Čas se většinou nepočítá, ale hodnotí se styl jízdy. [8]

3.2.6 Freestyle

Disciplína poměrně mladá, která využívá horského kola k různým trikům. Samotné kolo je oproti horskému velmi upraveno. Sedačka kola je co nejnižší, aby nepřekážela jezdci při tricích. Kola používají nejčastěji pouze přední odpružení. Přehazovačka se nachází jenom na zadním kole. Tato disciplína se velmi podobá freestyle BMX, jezdí se na stejných nebo velmi podobných překážkách. Nejčastěji se potkají jezdci freestyle BMX a MTB v disciplíně dirt ,⁴ kde je dostatek místa k užití freestyle mtb kola. Tato disciplína se také objevuje na Bmxtreme festivalu. [8]

⁴ Dirty jsou hliněné skoky různé velikosti.

4 BMX A MTB ZÁVODY A JEJICH VIZUÁLNÍ PODOBA

V této kapitole se budu zabývat vizuální podobou závodů. Velký vliv na ní má nedostatek financí, který je zvláště v České republice velkým problémem a tomu pak odpovídá výsledná grafická úroveň plakátů a dalších propagačních materiálů.

BMX a MTB závody nemají žádný ucelený vizuální styl. Většina plakátů využívá velké fotky na pozadí, aby daly najevo, v čem sport spočívá a jaké je jeho kouzlo. Písmo bývá používáno nejčastěji v tučném řezu. Barevnost je křiklavá nebo agresivní. Mnoho plakátů působí chaoticky a nepřehledně, a to díky množství použitých druhů písma. Další problémem většiny závodů a festivalů je velikost sponzorů, kteří bývají i výraznější než pořádaná akce.

Níže jsem vybral čtyři ukázky různých závodů, kde každý z nich je vyveden v jiném duchu. První plakát disponuje velmi kvalitní typografií, která je výborně umístěná. Na pozadí plakátu byla použita kvalitní fotografie, která se drží výborné kompozice a je zajímavě barevně natónovaná. Celková kompozice plakátu a výsledný dojem působí velmi dobře. Druhý příklad je také poměrně povedený. Disponuje obrovským názvem samotné akce a hlavním sponzorem, v tomto případě značkou Vans. Část s informacemi je oddělená efektem roztrženého papíru. Vše vypadá ještě poměrně kultivovaně. Myslím si, že tyto dva plakáty by se na plakátovací ploše neztratily.



Obrázek 4: Plakát 01 [18]



Obrázek 3: Plakát 02 [19]

Na dalších dvou příkladech je to o poznání horší. První z plakátů je typograficky naprosto chaotický a nesrozumitelný. Není zde promyšlená hierarchie informací a vše splývá. Pozadí je zde také vyřešeno fotografií, která se úplně rozbíjí díky písmu, které je umístěno ve vrstvě nad ní. Na druhém příkladu můžeme vidět silně rozrastrovanou fotografii v pozadí, přes níž jsou různě umístěné obrázky, které jsou oříznuté do mnohoúhelníkového tvaru. Ten je obehnán silnou bílou outlineovou linií. Toto řešení mi připadá naprosto nekultivované a chaotické.



Obrázek 5: Plakát 03 [16]



Obrázek 6: Plakát 04 [17]

Většina plakátů je tvořena amatérskými nadšenci, kteří nemají dostatek zkušeností s oborem grafického designu. Výsledky jejich práce postrádají cit pro kompozici, typografii a barevnost.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ANALÝZA A ZPRACOVÁNÍ PROJEKTU

Rozhodl jsem se vytvořit nový vizuální styl pro bmxxtreme festival, který zahrnuje vytvoření loga, plakátu, microsite, propagačního videa a trička. Poslední design fungoval v podstatě bez žádné větší změny tři roky, ale už je zastaralý, a proto jsem ho chtěl obměnit.

5.1 Historie Bmxxtreme festivalu

V této kapitole shrnu pětiletou historii festivalu. Historie festivalu sahá do roku 2009, kdy se uskutečnil první ročník této akce. Celý program probíhal v bikeparku Telč. Hlavní náplní festivalu byly závody ve freestyle BMX a MTB, po kterých následovaly koncerty kapel a afterparty v klubu Metro. Rok poté následoval druhý ročník festivalu, který byl zahájen dvěma warm up akcemi⁵. Tyto akce měly za úkol nalákat na festival větší počet lidí. Festival probíhal na stejném místě a byl doplněn o exhibici break dance, inline a skateboardingu. Na akci přibyla dvě pódia. První pódium bylo určené pro kapely. Druhé, pak pro elektronickou hudbu. Třetí festival měl hned čtyři warm up akce, které se již tradičně konaly v klubu Metro. Další novinkou tohoto ročníku bylo graffiti, které probíhalo v bikeparku. Oproti předchozímu ročníku byl festival rozšířen o exhibici fixedgear kol⁶ a kategorii BMX street, pro kterou byly vybudovány speciální překážky. Večerní program probíhal také na dvou pódíích. Na tom hlavním se objevila mimo jiné známá kapela The Prague Conspiraci. Druhé pódium bylo věnováno elektronické hudbě. Jako ukončení hlavní sezóny proběhla akce s názvem Bmxxtreme photo&video session, ze které vnikl exkluzivní fotografický materiál. Čtvrtý ročník festivalu probíhal podobně jako ty předchozí. Velkou změnou byl vstup zdarma, díky programu Think Big od telefonní společnosti O2. Premiérově se zde představil BMX flatland. Na festival dorazilo více jak 1500 návštěvníků. Pátý a doposud poslední ročník se tradičně konal v bikeparku v Telči. BMX závod byl poprvé pod záštitou České freestyle BMX asociace v rámci poháru X Cup. Ve flatlandu se jelo dokonce mistrovství České republiky. Tento ročník byl, co se týče počasí, počtu a kvality jezdců, účinkujících kapel a návštěvnosti, ten nejlepší. Diváci si nově mohli vyzkoušet jízdu na paddleboardu na přilehlém Ulickém rybníku, ale i půjčit longboard.

⁵ Je to výraz pro hudební akci, která má podpořit hlavní akci.

⁶ Jsou kola s jedním převodem bez brzd, která se řídí pouze pohybem nohou.

Večer následovalo vystoupení Afarastafy, kapely Zakázaný Ovoce, The Prague Conspiracy a Paulieho Garanda. Druhé pódium hostilo trojici DJs a to jmenovitě Nimanda, NZyma a Lucky Boye. V rámci večerního programu již potřetí proběhly zápasy v bahně za účasti 6 zápasnic.

5.2 Vizuální styl festivalu

V této kapitole se budu zabývat vizuálním stylem festivalu. Snažím se zde popsat jeho vývoj od počátku až po současnost. Začátek kapitoly je věnován logotypu festivalu, následuje rozbor plakátů a končí zhodnocením webových stránek.

5.2.1 Logotyp festivalu

Na logotypu nahrazují písmeno x dvě vzájemně překřížené pneumatiky. Text je pak inverzně znázorněn do dvou přílehajících tvarů, které jsou zapuštěny do písmena x. Na pravé straně je logo doplněno o zkratku fest. Bohužel jsou v logotypu použity dva



Obrázek 7: Původní logo Bmx Xtreme [20]

odlišné typy písma. Písmo, kterým je vysázen název festivalu, je do logotypu nevhodné, protože při větším zmenšení se stává nečitelným. Celý logotyp je nakloněný doleva a působí rozborceným dojmem. Symbolika dvou navzájem překřížených kol není úplně špatná, ale evokuje ve mně spíše pneumatiky městského skútru, a to jak proporcí, tak i samotným vzorkem. Prostrkání jednotlivých písmen je neucelené a působí dost chaoticky.

5.2.2 Historie plakátů festivalu

První dva roky festival nedisponoval celkovým vizuálním stylem. K propagaci sloužil pouze plakát, který byl nepřehledný a naprosto chaotický. Bylo zde použito spoustu navzájem nefungujících efektů a druhů písma. Samotný název akce bmx Xtreme zde téměř zaniká. Ani jeden z plakátů není barevně sladěn.



Obrázek 8: Plakát 2010 [20]



Obrázek 9: Plakát 2009 [20]

Třetí ročník festivalu už disponoval jednotným vizuálním stylem. Základem jednotného vizuálního stylu se stal logotyp. Plakát je založen na vektorových obrysech, které se snaží zobrazit průběh festivalu. V horní levém rohu je věž telčského Kostela



Obrázek 11: Plakát 2011 [20]



Obrázek 10: Plakát 2012 [20]

Jména Ježíš, která má symbolizovat město, kde se festival koná. Jinak zde vidíme obrysy jezdců na bmx kolech a kapely. Plakát působí mnohem lépe než samotné logo. Bohužel použitá vektorizace na obrysech jezdců a kapely je velmi nepřesná a plná zbytečných tvarů, které narušují celkový vzhled. Samotný text je výrazný a poměrně dobře čitelný, ale chybí mi zde použití více řezů písma k rozlišení hierarchie v programu.

Vizuální styl čtvrtého ročníku byl v téměř stejném duchu jako ročník předtím. Hlavní změna byla v barevnosti ze zelenkavé na žlutou. Rozmístění textu a loga zůstalo zachováno. Změny se dotkly siulet kapely a jezdců. Ty byly nahrazeny jinými, avšak podobné kvality.



Obrázek 13: Plakát 2013 [20]



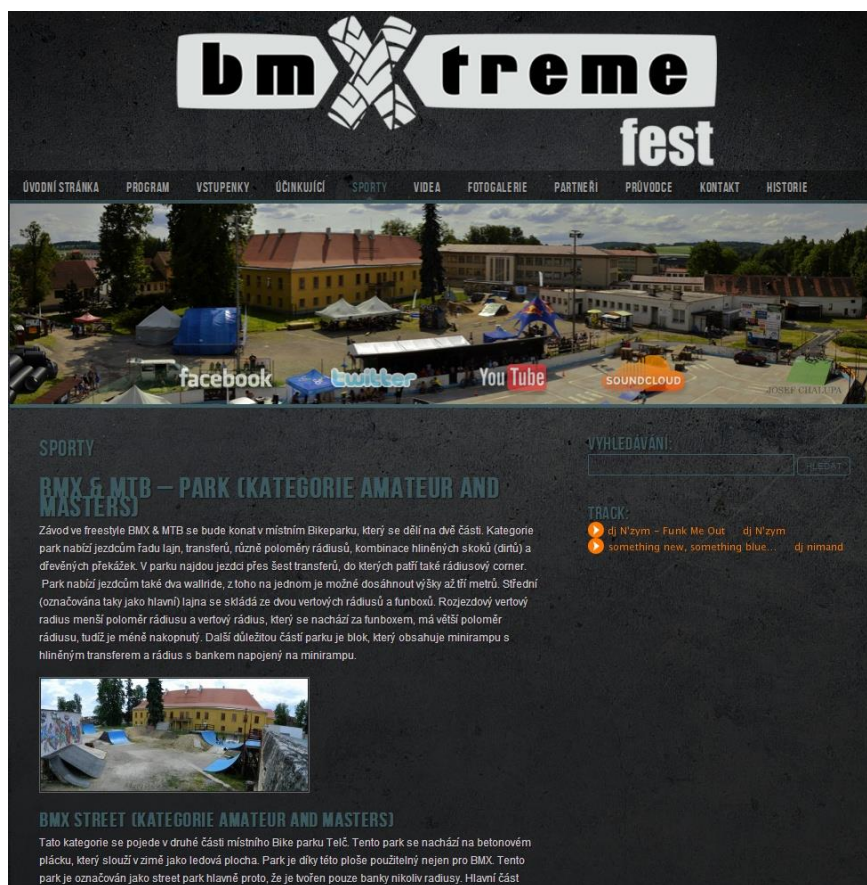
Obrázek 12: Billboard 2013 [20]

Poslední plakát festivalu je také velmi podobný těm předcházejícím. Stále tu jsou siulety kapely, jezdců na kole a kostel jako symbol města Telče. Pozadí je složeno ze stříkanců barvy ze spreje. Barevnost se mírně vrátila k třetímu ročníku festivalu. Text je uspořádán a zarovnán na pravou stranu plakátu. Písmo již využívá různých řezů. Všechny důležité informace jsou umístěny v jakémsi erbu v levém horním rohu a jsou mírně nakloněné jako logotyp. Velkou změnou oproti předešlým ročníkům byl vznik více propagačních materiálů, jako například billboard, který byl umístěn v City parku v Jihlavě.

5.2.3 Webová stránka festivalu

Co se týká designu, stránka vypadá zastarale a nevyužívá žádný ze současných webových trendů jakou jsou fullscreen weby s animací nebo s přímo implementovaným videem. Webové stránky nepoužívají barev vizuálního stylu. Jediným společným prvkem je samotné logo, které je zde ve vodorovné poloze oproti všem reklamním materiálům a je naprosto zbytečně obrovské. Celá webová stránka je založená na šabloně wordpress. Rychlost načítání stránky je velmi pomalá. Pozadí je tvořeno texturou zdi. Celková navigace je sice přehledná, ale je zde zbytečně mnoho informací, které mohou potencionálního fanouška obtěžovat. Sice webová stránka funguje po stránce informační, ale nedokáže propagovat sebe samu, protože není ničím výjimečná.

Stránka, která používá současné trendy a nebojí se použít jiné ale i intuitivní ovládání a svěží design, se stává výjimečnou, inspirativní a dokáže se propagovat svojí originalitou. Jako ideální řešení jsem navrhl použití microsite⁷, kde by byly veškeré potřebné informace jako je datum, místo, program, prezentační video a fotografie festivalu.



Obrázek 14: Webová stránka [20]

⁷ Je to webová stránka se stručným obsahem. Často se používá pro sezonní akce.

6 NOVÝ VIZUÁLNÍ STYL

U tvorby nového vizuálního stylu jsem vycházel z nasbíraných informací o bmx a mtb sportu. Nechal jsem se inspirovat vizuálními styly podobných akcí, jako je Bmxtre-me festival. Jeden z hlavních a velmi důležitých faktorů, které ovlivnily výsledek, byl samotný festival, který jsem měl možnost třikrát navštívit a dvakrát jsem se na něm podílel jako kameraman. Díky tomu mám množství vlastních záběrů přímo z festivalu, které použiji k tvorbě propagačních videí.

6.1 Logotyp

Na začátku jsem upustil od možnosti redesignovat původní logo, protože jsem s ním velice nespokojený. Takže jsem se od samotného počátku snažil vytvořit něco nového. Při tvorbě loga jsem kladl důraz na to, aby bylo atraktivní pro návštěvníky i samotné jezdce, kteří by jej rádi měli nalepené na svých kolech nebo vytisknuté na tričkách. Při tvorbě mi šlo hlavně o dobrou čitelnost a jednoduchost logotypu. Vznikla spousta návrhů, které jsem následně konzultoval s vedoucím bakalářské práce i s organizátory festivalu. Níže popíši stěžejní návrhy, které měly vliv na finální výsledek.

U prvního návrhu jsem se soustředil na tvorbu vlastního písma, které jsem použil při tvorbě logotypu. Při tomto návrhu vznikala spousta problémů, které mě nakonec od této koncepce odradily, a tak jsem se vydal jiným směrem.



Obrázek 15: logo návrh 01 [zdroj vlastní]

U dalšího návrhu jsem se soustředil na písmeno x, které je symbolem extrémních sportů, nebezpečí a adrenalinu. Využil jsem tvar písmene x jako základní stavební prvek celého vizuálního stylu. Symbol x jsem zkonstruoval do poměru stran 16:9, konce symbolu x jsou tvarovány do ostré a hranaté špičky. Poměr stran použitý u logotypu mi otevírá spoustu možností v motion designu, který bude použit u propagačních videí ve standardním rozlišení pro webovou prezentaci 1920x1080 pixelů. K symbolu jsem se snažil zkonstruovat vlastní písmo, které by se symbolem x tvořilo název festivalu. Tento výsledek byl po delší dobu konečným. Avšak největší nevýhodou byla nečitelnost a problém s tvorbou písmena b. Nakonec jsem se rozhodnul toto písmo vypustit a ponechal jsem jen symbol písmene x, který se stal základem pro moje konečné řešení.



Obrázek 16: logo návrh 01 [zdroj vlastní]

Finální logotyp disponuje symbolem x a je doplněn o název festivalu, umístěný pod ním. Dlouho jsem hledal písmo, které by respektovalo tvar symbolu. Nakonec jsem se rozhodl pro písmo Replica, které má vhodné proporce, čitelnost i množství jednotlivých řezů od light až k bold. Dříky jsou zakončeny shodně jako u symbolu. Písmo je produktem písmolijny Lineto. Tím, že fond má ostré hrany, působí agresivněji, ale i vyváženě, což podtrhuje celkovou koncepci samotného sportu bmx a mtb. Do logotypu jsem použil dva řezy Bold pro písmena BMX, abych zvýraznil hlavní podstatu festivalu, a light pro zbytek. Celý název je vysázen verzálkami pro dosažení co nejlepší čitelnosti na různých materiálech.



Obrázek 17: Logotyp finální návrh [zdroj vlastní]

6.2 Písmo

Jako hlavní písmo celého projektu jsem zvolil již zmiňovaný font Replica od písmolíjny Lineto. Toto písmo je použito i v samotném logotypu. Je velmi dobře čitelné, jak v tištěné podobě, tak v elektronické. Pro rozsáhlejší texty jsem vybral doplňkové písmo Segoe UI, které disponuje také velkým množstvím řezů. Tato zvolená písmena se k sobě proporce hodí a navzájem se neruší.

6.3 Barevnost

Po dlouhém průzkumu jsem vsadil na barevnou kombinaci téměř černé podkladové barvy, na které bude logo umístěno v jemně šedém odstínu. Toto řešení jsem zvolil, abych mírně snížil obrovský nelichotivý kontrast mezi černou a bílou hlavně v elektronické prezentaci.

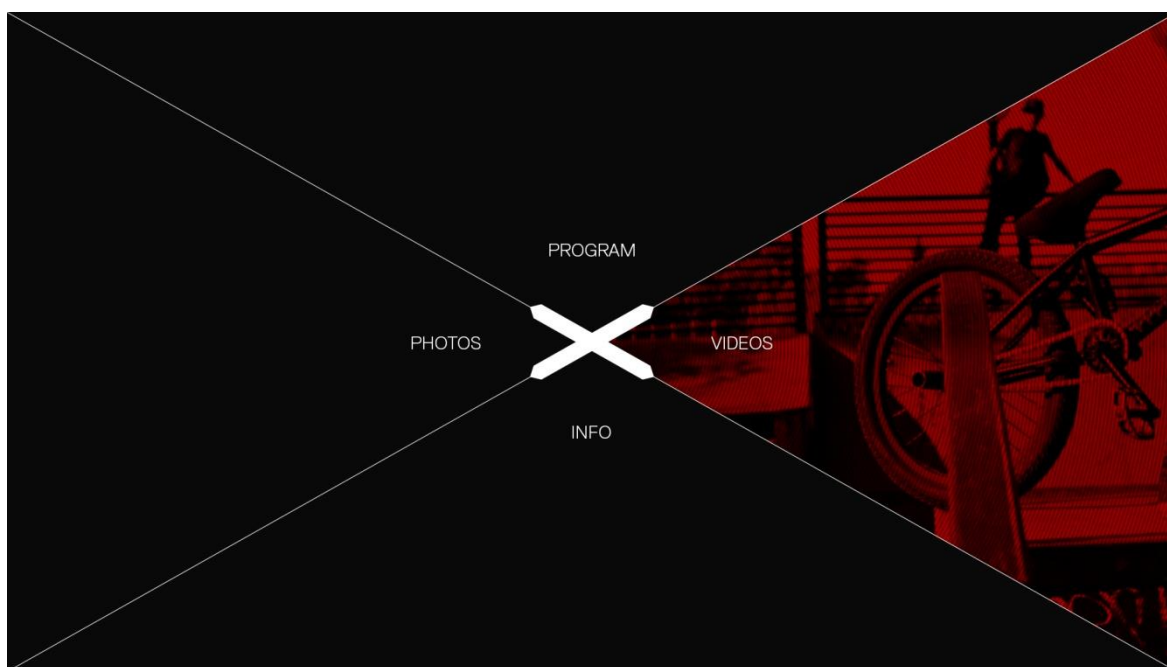


Obrázek 18: Logotyp barevné kombinace [zdroj vlastní]

Další barvu, kterou jsem zvolil, je červená, která doplňuje celý vizuální styl. Červená barva má mnoho významů, které zapadají do mé práce. Je to barva energická, prudká, sebevědomá, výstražná a je často spojována s nebezpečím a zdoláváním různých překážek. Člověku dodává energii, povzbuzuje ho a motivuje k lepším výkonům. Povzbuzuje emoce a přináší chuť do života. Výsledná barevná kombinace je téměř černá barva, světlá šedá a červená až rudá. Červená a šedá je použita jako barva podkladová i jako barva logotypu. Tyto dvě barvy jsou zároveň využity jako doplňkové.

6.4 Microsite

Původní webové stránky byly zbytečně přehlceny informacemi, které návštěvník festivalu jen těžko ocení a jenom mu stěžují najít informace, které jsou pro něho zásadní. Nakonec jsem se rozhodl, že nahradím původní webové stránky micrositem, kde budou veškeré důležité informace lehce k nalezení. Microsite bude v duchu celého vizuálního stylu, který je založen na dvou diagonálních a vzájemně překřížených liniích. V místě překřížení bude umístěno logo. Celková koncepce umístění "vše na střed" nebude působit klidně, jak je tomu zvykem. Díky vzájemně překříženým diagonálním liniím, které dělí plochu na čtyři základní části, dostane výsledná kompozice ráz dynamiky a bude korespondovat s celkovou myšlenkou festivalu.



Obrázek 19: Microsite [zdroj vlastní]

Ve čtyřech plochách se nachází základní odkazy sloužící jako hlavní menu microsite. Pod prvním odkazem se bude nacházet program festivalu. Při kliknutí na odkaz *Program*, který je umístěn na domovské straně, přejde obraz směrem nahoru, kde se zobrazí program festivalu. Tento animační princip bude použit i na všech ostatních odkazech v hlavní nabídce, a to s tou změnou, že samotný obraz bude odjíždět do všech čtyř stran podle umístění odkazu. Při najetí kurzorem na jednu ze čtyř ploch se poodkryje obrázek, který má s tímto odkazem něco společného. Když se otevře odkaz *Video* přejedeme na fullscreen video, které bude uloženo přímo na webových stránkách. Při tvorbě návrhu microsite jsem se soustředil na jednoduchost, rychlou navigaci a na neotřelou kompozici, která přímo navazuje na zbytek vizuální stylu.

6.5 Propagační videa

Jako další možnost propagace jsem vytvořil propagační videa, která budou reprezentovat festival na serverech youtube a vimeo. Následné sdílení videí na sociálních sítích pomůže propagovat festival. Na propagační videa jsem kladl velký důraz, protože si myslím, že je to nejsilnější nástroj reklamy, který dokáže spoustu potencionálních zákazníků ovlivnit. Základem pro vytvoření propagačních materiálů se staly videozáznamy, které jsem natáčel poslední dva ročníky festivalu. Z těchto záznamů jsem vybral ty nejlepší a sestříhal je do finálního videa.

6.5.1 Technika

Všechny záběry jsem natáčel na Canon EOS 7D. Velká výhoda natáčení videa na fotoaparát je výsledný obraz, který kvalitou předčí amatérské, ale i poloprofesionální videokamery. Další obrovskou výhodou fotoaparátu je velký snímací čip a vyměnitelné objektivy, které rozšiřují jeho využití např. u teleobjektivu můžeme natáčet zvířata ve volné přírodě na obrovskou vzdálenost aniž bychom je vyplašili. Výstupní formát videa je zapsán do formátu .mov s kodekem h 264, který disponuje datovým tokem 45 000 kilobitů za sekundu. Pro představu videa uložená na youtube disponují datovým tokem okolo 8000 kilobitů za sekundu. Datový tok určuje výslednou kompresi videa. Čím větší je, tím je menší výsledná komprese. Valná většina záběrů je pořízena objektivem sigma EX DG 24-70mm f2,8. Tento objektiv se díky proměnlivé ohniskové vzdálenosti hodí na většinu běžných záběrů. Další objektiv, který jsem při natáčení festivalu využil je také od výrobce sigma s ohniskovou vzdáleností 10-22 mm. Tento extrémně širokoúhlý objektiv je vhodný

při natáčení extrémních sportů z velké blízkosti nebo při nedostatku místa. Na některé noční záběry jsem použil objektiv aus JENA Pancolar 50mm f 1,8. Díky velké světelnosti objektivu jsem měl možnost natáčet i při nedostatku světla. Veškeré videozáznamy jsem pořídil v padesáti snímcích za vteřinu, tím jsem získal možnost výsledná videa zpomalovat, aby vynikly náročné triky na kolech. Před samotným filmováním jsem nastavil do fotoaparátu neutrální obrázkový styl ,abych zachoval co nejširší dynamický rozsah videa.

6.5.2 Zpracování videa

Výsledná videa jsem sestříhal v programu Adobe Premiere, při stříhu videa jsem použil několik pluginů⁸, které jsou nainstalované přímo do Premiere. Jeden z nich se nazývá Twixtor Pro tento plugin se používá k dopočítání snímku ve videosekvenci, zejména při tvorbě slowmotion (zpomalený pohyb). I když byli videosekvence točené v padesáti snímcích za sekundu, dovolovalo by mi to snížit jejich rychlost pouze o polovinu. Při větším zpomalení by se výsledné video zasekávalo. V tomto případě je jeho použití výhodné, postrádající snímky doplní a výsledný obraz je pak plynulý. Tímto pluginem se dá dosáhnout obrovského zpomalení až postupného zastavení. Další plugin, který jsem použil při úpravě videí, se jmenuje Neatvideo. Odstraňuje digitální šum z videosekvencí. Lze jej nainstalovat jako doplněk do programů Adobe Premiere a After effects. Plugin jsem použil pouze na videa, která jsem natáčel v noci, kde se vyskytovalo hodně digitálního šumu. Tento plugin pracuje jednoduše, stačí ve videu označit jednobarevnou plochu, na které identifikuje šum, který následně odstraní z celého videa.

Po sestříhání a upravení vad ve videu jsem se pustil do barevné korekce. Pro tento účel jsem použil program Adobe Speedgrade. Pro export videa z Premiere do Speedgrade jsem použil bezztrátový formát DPX, který dokáže zapsat polohu jednotlivých stříhů. V programu speedgrade jsem si nejprve všechny záběry barevně sladil a poupravoval expozici, dokud na sebe tyto stříhy nenavazovaly. Poté jsem přidal další vrstvu úprav, kde jsem aplikoval finální barevný tón. Výsledek jsem exportoval do formátu DPX.

⁸ je software který nepracuje samostatně, nýbrž jako doplněk jiné aplikace

6.5.3 Motion design v propagačním videu

Při tvorbě motion grafiky pro video jsem používal program Adobe After Effects. Sestříhané a upravené video jsem importoval do After Effects pomocí formátu DPX, abych se vyvaroval vzniku komprese. Na začátek videa jsem zkomponoval infografiku, která zobrazuje místo konání festivalu. Poté následuje samotná animace loga, po které navazuje zbytek sestříhaného videa. Na konec celého festivalu bude umístěn logotyp, datum konání a odkaz na webové stránky.



Obrázek 20: Ukázka infografiky ve videu [zdroj vlastní]

6.5.4 Export videa

Export videa jsem prováděl v Adobe After effects. Exportoval jsem dva soubory jeden v lepší kvalitě a druhý v kvalitě přizpůsobené na internet. Oba dva soubory jsem exportoval do formátu mp4 s video kodekem H 264. Soubory se liší pouze v datovém toku. U kvalitnějšího jsem použil 45 000 kilobitů za sekundu. U videa, které je určeno na web je datový tok v rozmezí 8 000 až 10 000 kilobitů za sekundu. Pro audio byl použit formát AAC s datovým tokem 320 kilobitů za sekundu.



Obrázek 21: Ukázka animace loga [zdroj vlastní]

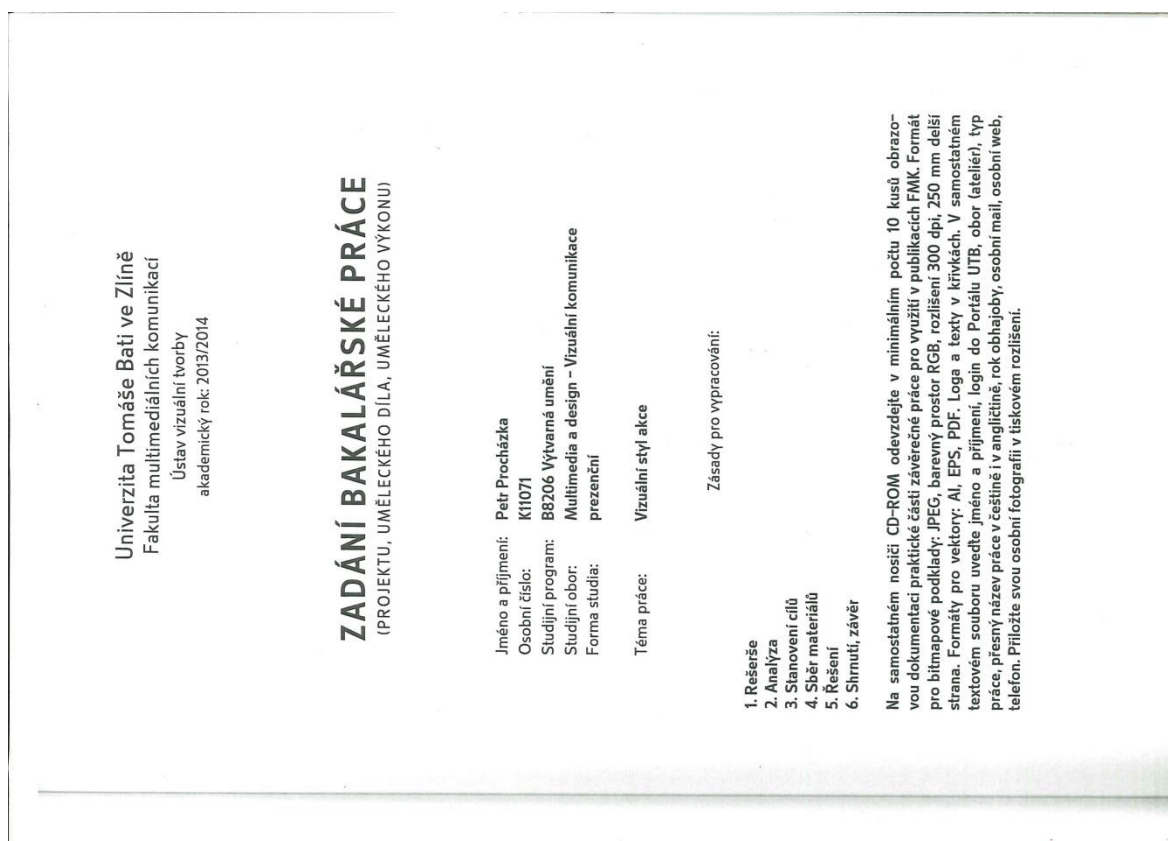
6.6 Doprovodný vizuální styl

Jako další možnost propagace festivalu jsem zvolil trika a samolepky, které by se prodávaly na festivalu, ale i na jeho doprovodných akcích. Byly by obměňovány každý rok a nesly by typické znaky festivalu doplněné o logotyp s rokem, kdy se festival konal. Trika jsem zvolil po předběžném výzkumu na minulém ročníku festivalu, kde byl o ně velký zájem. Při samotné tvorbě jsem dbal na jeho vzhled a snažil jsem se vyvarovat klasickému reklamnímu triku, které se na festivalu prodávalo poslední tři ročníky. Toto triko disponovalo logem na přední straně a na rukávech trika se nacházely webové stránky a hlavní sponzoři, bylo vyrobeno v několika barevných kombinacích. Jako hlavní motivy trika jsem zvolil náměty bmx a mtb závodů. Myslím si, že trika patří mezi silný propagační produkt, který si návštěvník festivalu nekupuje jen na chvíli, ale nosí jej po delší dobu, a tak festival propaguje na různých místech. Samolepky by se na festivalu rozdávaly bezplatně. Je to výborná a levná reklama, zvláště v okruzích samotných jezdců, kteří je nejčastěji umísťují na svoje kola nebo na ochranné helmy. Na nálepce je zobrazen logotyp festivalu.

ZÁVĚR

Bakalářská práce v začátku vymezuje základní terminologii, která je nezbytná pro orientaci v problematice grafického designu, motion designu a jednotného vizuálního stylu. Dále popisuje sporty BMX a MTB, které jsou stěžejní náplní Bmxtreme festivalu. Dělí je podle disciplín a zabývá se jejich historií. Plynule práce navazuje na samotné závody a festivaly a popisuje jejich vizuální podobu.

V praktické části je kladen důraz na základní seznámení se zkoumaným festivalem. Práce analyzuje vývoj vizuálního stylu festivalu a jeho historii, kde hodnotí a vysvětluje jednotlivé propagační materiály festivalu. Po zhodnocení návrhu



je novou variantu pro řešení těchto materiálů.

Na základě těchto skutečností byl vypracován nový vizuální styl pro festival Bmxtreme. Práce popisuje vývoj samotného logotypu od prvních návrhů až po konečné řešení, i jeho barevné varianty. Snaží se vysvětlit základní postupy při vytváření propagačních videí. Popisuje techniku, která byla použita pro zhotovení videosekvencí a následně zmiňuje programy, které se staly stěžejním nástrojem k úpravě a střihu jednotlivých záběrů.

Nevynechává ani tvorbu motion designu, kterým budou videa disponovat. Zobrazuje tvorbu návrhů microsite a ostatních propagačních materiálů.

V dnešní uspěchané době přehlčené reklamou není lehké vytvořit něco originální a vizuálně zajímavého, protože konkurence v podobě ostatních designérů je obrovská a díky prudkému rozvoji informačních technologií, které propojují celou planetu, není lehké si najít své místo na trhu a správně zacílit výslednou práci.

Snažil jsem se vytvořit design, který co nejvíce zasáhne cílovou skupinu a bude reprezentovat tento festival po nastávající období.

SEZNAM ZDROJŮ

- [1] Dirtbiker.cz [online]. 2009 [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://dirtbiker.cz/category/technika/>
- [2] Freeride [online]. [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.freeride.cz/bike/clanky/>
- [3] Abicko [online]. 2005 [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.abicko.cz/clanek/casopis-abc/6521/paradni-jizda-freestyle-bmx.html>
- [4] Xcup [online]. 2012 [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://xcup.cz/>
- [5] X games [online]. 2014 [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://xgames.espn.go.com/>
- [6] Mountain bike hallofFame [online]. 2014 [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.mtnbikehalloffame.com/page.cfm?pageid=4>
- [7] Mtbs [online]. 2013 [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://mtbs.cz/kategorie/ostatni>
- [8] Kolemkola [online]. 2012 [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.kolemkola.cz/discipliny-mtb.html>
- [9] Proč je grafický design užitečný. Unie grafického designu [online]. 2012 [cit. 2014-05-03]. Dostupné z: http://unie-grafickeho-designu.cz/proc-je-graficky-design-uzitecny/#.U2UCBvI_t8E
- [10] ADOBE. Adobe [online]. 2014. vyd. 2014 [cit. 2014-05-04]. Dostupné z: <http://www.adobe.com/cz/index.edu.html>
- [11] AUTODESK. Autodesk [online]. 2014. vyd. 2014 [cit. 2014-05-04]. Dostupné z: <http://www.autodesk.cz/>
- [12] APPLE. Apple motion[online]. 2014. vyd. 2014 [cit. 2014-05-04]. Dostupné z: <https://www.apple.com/final-cut-pro/motion/>
- [13] Unie grafického designu [online]. 2012 [cit. 2014-05-04]. Dostupné z: http://unie-grafickeho-designu.cz/corporate-identity-jako-nastroj-budovani-image/#.U2ZdSvI_t8E
- [14] Gallery hip. [online]. [cit. 2014-05-14]. Dostupné z: <http://galleryhip.com/freestyle-bmx-bike-parts.html>
- [15] Krossbike. [online]. [cit. 2014-05-14]. Dostupné z: <http://www.krossbike.cz/dirtova-kola/>

- [16] Expresión Bace. [online]. [cit. 2014-05-14]. Dostupné z: <http://expresionbace.blogspot.cz/2009/11/flyer-barquisimeto-metro-bmx-contest.html>
- [17] TBB bike. [online]. [cit. 2014-05-14]. Dostupné z: <https://www.tbb-bike.cz/articles/hardcore-x-day-6-bmx-contest-24-4-2011/932>
- [18] Freedom BMX. [online]. [cit. 2014-05-14]. Dostupné z: <http://freedombmx.mpora.de/bmx-terminen/dissfeldlissfeld-bmx-contest.html>
- [19] BMX transworld. [online]. [cit. 2014-05-14]. Dostupné z: <http://bmx.transworld.net/1000124372/news/vans-bmx-am-contests-2011/>
- [20] Bmxtreme festival [online]. 2014 [cit. 2014-05-14]. Dostupné z: <http://www.bmxtreme.cz/historie/>
- [21] HUČKOVÁ, Olga. Vizuální styl vysílání televizní stanice [online]. Zlín, 2011 [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: <http://dspace.k.utb.cz/handle/10563/15109>. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Baťi Zlín.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

| | |
|------|---------------------------|
| BMX | Bicycle Motorcross |
| MTB | Mountain bike |
| DPX | Digital Picture Exchange |
| ACC | Advanced Audio Coding |
| HTML | HyperText Markup Language |
| ČT | Česká televize |
| DJ | Diskjockey |

SEZNAM OBRÁZKŮ

| | |
|---|----|
| Obrázek 1: Freestyle BMX [14] | 17 |
| Obrázek 2: Freestyle MTB [15]..... | 21 |
| Obrázek 3: Plakát 02 [19] | 24 |
| Obrázek 4: Plakát 01 [18] | 24 |
| Obrázek 6: Plakát 03 [16] | 25 |
| Obrázek 5: Plakát 04 [17] | 25 |
| Obrázek 7: Původní logo Bmxtreme [20]..... | 28 |
| Obrázek 9: Plakát 2010 [20] | 29 |
| Obrázek 8: Plakát 2009 [20] | 29 |
| Obrázek 10: Plakát 2012 [20] | 29 |
| Obrázek 11: Plakát 2011[20] | 29 |
| Obrázek 12: Billboard 2013 [20] | 30 |
| Obrázek 13: Plakát 2013 [20] | 30 |
| Obrázek 14: Webová stránka [20] | 31 |
| Obrázek 15: logo návrh 01 [zdroj vlastní] | 32 |
| Obrázek 16: logo návrh 01 [zdroj vlastní] | 33 |
| Obrázek 17: Logotyp finální návrh [zdroj vlastní] | 34 |
| Obrázek 18: Logotyp barevné kombinace [zdroj vlastní] | 34 |
| Obrázek 19: Microsite [zdroj vlastní] | 35 |
| Obrázek 20: Ukázka infografiky ve videu [zdroj vlastní] | 38 |
| Obrázek 21: Ukázka animace loga [zdroj vlastní] | 39 |

SEZNAM PŘÍLOH

CD

