

Univerzita Hradec Králové

Pedagogická fakulta

Katedra výtvarné kultury a textilní tvorby

Motion design začínající společnosti

Bakalářská práce

Autor: Pavlína Bělecká

Studijní program: B7507 Specializace v pedagogice

Studijní obor: Grafická tvorba – multimédia

Vedoucí práce: Mgr. et MgA. Pavel Trnka, Ph.D.

Oponent práce: MgA. Michal Čepelka, Dis.

Univerzita Hradec Králové

2023



Zadání bakalářské práce

Autor:	Pavína Bělecká
Studium:	P19P0084
Studijní program:	B7507 Specializace v pedagogice
Studijní obor:	Grafická tvorba - multimédia
Název bakalářské práce:	Motion design začínající společnosti
Název bakalářské práce AJ:	Motion design of a start-up company

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

V teoretické části práce je sledována historie a vývoj oboru motion design se zaměřením na jeho komerční využití. V praktické části autorka řeší dílčí vizuální kampaň pro reálnou společnost působící v oblasti instalatérství a kovovýroby. Výstupem bude série animovaných sekvencí vhodných pro firemní propagaci.

1. KAFKA, Jiří a KOTYZA, Michal. 2014. Logo & Corporate Identity. Praha: Kafka Design, s.r.o., 2014. ISBN 978-80-260-6771-9.
2. KRASNER, Jon. 2008. Motion Graphic Design-Applied History and Aesthetics. Burlington: Focal Press, 2008. ISBN 978-0-240-80989-2.
3. Shaw, A., & Shaw, D. (2020). *Design for motion: Fundamentals and techniques of motion design*. Focal Press, Taylor & Francis Group.
4. Stone, R. B., & Wahlin, L. (2018). *The theory and practice of motion design critical perspectives and professional practice*. Routledge, Taylor & Francis Group.

Zadávací pracoviště:	Katedra výtvarné kultury a textilní tvorby, Pedagogická fakulta
Vedoucí práce:	Mgr. et MgA. Pavel Trnka, Ph.D.
Oponent:	MgA. Michal Čepelka, DiS.
Datum zadání závěrečné práce:	20.10.2021

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala pod vedením vedoucího Mgr. et MgA. Pavel Trnka, Ph.D. samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne ...

Podpis

Poděkování

Touto cestou bych chtěla poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce Mgr. et MgA. Pavlu Trnkovi, Ph.D. za cenné rady, odborné vedení, podporu a trpělivost při jejím zpracování. Děkuji též rodinně a přátelům za podporu.

Anotace

BĚLECKÁ, Pavlína. *Motion design začínající společnosti*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2023. 35s. Bakalářská práce.

Tato bakalářská práce je zaměřena především na obor motion design. V teoretické části vysvětluje, co přesně tato disciplína obnáší, dále se zde rozebírá její historie. Práce dále popisuje komerční využití motion designu a způsoby propagace na sociálních sítích, jako jsou Facebook a Instagram. V praktické části se pak zabývám konkrétní vizuální kampaní pro společnost působící v oblasti instalatérství a kovovýroby. Výstupem jsou animované sekvence, které jsou vhodné pro firemní propagaci na sociálních sítích.

Klíčová slova: Motion graphics design, instalatérství, kovovýroba, Motion design, Motion Graphics

Anotation

BĚLECKÁ, Pavlína. *Motion design of start-up company*. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 35 pp. Bachelor Thesis.

This bachelor's thesis is primarily focused on the field of motion design. The theoretical part explains exactly what this discipline entails, and further analyzes its history. The thesis also describes the commercial use of motion design and ways of promoting it on social media platforms such as Facebook and Instagram. In the practical part, the thesis deals with a specific visual campaign for a company operating in the field of plumbing and metalworking. The output of this part are animated sequences suitable for corporate promotion on social media platforms.

Keywords: Motion graphics design, plumbing, metal production, Motion design, Motion graphics

Obsah

Úvod	8
Teoretická část	9
1 Co je Motion design	9
1.1 Motion design a animovaný film	10
1.2 Návrh definice motion designu	11
1.3 Pohled do historie	12
1.4 Zlatá éra analogového motion designu	18
2 Motion Design nyní	19
2.2 Motion designové studia v České republice	21
3 Motion design na sociálních sítích	22
3.1 Motion design na Facebooku	22
3.2 Motion design na Instagramu	23
4 Komerční využití motion designu	23
5 Software	24
5.1 Adobe After Effect	25
5.2 Adobe Premiere Pro	25
5.3 3Ds Studio Max	25
5.4 Adobe Animate	26
5.5 Maya	26
5.6 Powtoon	26
Praktická část	27
6 Cíl práce	27
7 Stadvsteel	27
7.1 Logo a logotyp	27
8 Postup	28
Závěr	29
Seznam obrázků	31
Citovaná literatura	32
Přílohy	35

Úvod

Lidská fantazie nezná mezí. Umělecký impuls experimentovat a inovovat hoří uvnitř každého z nás. Snaha experimentovat je hlavním hybatelem na poli inovace obchodních strategií. Na současném trhu existuje mnoho trendů, které podléhají změnám, jež jsou cílené na rychle rozrůstající se technologie, především na jejich uživatele. Není proto překvapením. V současné době dochází na trhu k mnoha trendům a změnám, jsme nuceni vyrovnávat se s nástupem technologií. Není proto překvapením, že i grafický design se už dávno stal pohyblivým a interaktivním.

A došlo k tomu přímo před našima očima – na webových stránkách, sociálních sítích, na pódiích konferencí po celém světě. Značky zde našly nové, moderní a revoluční způsoby, jak pozvednout svou identitu na efektnější úroveň. Přijetí pohyblivé grafiky a videa zřejmě přineslo zlepšení v marketingu obecně, protože výhody pohyblivé grafiky a její využití v obchodních strategiích přitáhly pozornost výzkumných pracovníků a podniků po celém světě. Je nesporné, že jejím prostřednictvím se daleko lépe vysvětlují složité procesy, proměny hodnot různých veličin a jakékoliv další informace. Jen využití gifů (krátkých, cyklických animací v jednom obrázku) se v oblasti infografiky zvyšuje o několik procent ročně ¹

Ve své bakalářské práci vás seznámím s tím, co je to motion design. Popíši vám jeho podstatu, historii, využití i vývoj. Přiblížím základy a princip animace a grafického designu. Provedu vás tím, jak se motion design vyvinul a jaké má dnešní možnosti využití nejen v reklamě, ale celkově v marketingu. Mým cílem je seznámit čtenáře této práce s podstatou motion designu a ukázat jeho v užším smyslu krátkou, v principu však docela dlouhou historii.

¹ <https://venngage.com/blog/visual-content-marketing-statistics/>

Teoretická část

1 Co je Motion design

Pojďme si představit *motion design*, který se stále vyvíjí a je všude okolo nás. Vlastně by bylo přesnější používat tříslavný termín *Motion Graphic Design*, avšak ten je zřejmě na ústupu, neboť je příliš dlouhý. Ještě se můžeme setkat s názvem *Motion Graphics* jako aplikaci pohybu na grafiku, zkráceně *MoGraph*², ale tato poslední varianta je asi zase příliš krátká. Jeho existenci jsme každopádně mnozí zaznamenali díky fantastickým identům televizního kanálu Netflix nebo Prima COOL, díky znělkám slavných filmových společností: Disney Pixar, DreamWorks, nebo díky všem těm malým, drobným, pulzujícím, poskakujícím, přesypajícím se a točícím se ikonkám, které se objevují při startu aplikací, jako je například Discord. Těmto obrázkům se říká různými jmény podle toho, jestli mají blíže k logotypu, vzdělávací animaci nebo pouze k předskokanovi, který nás jen informuje, že aplikace se už načítá: „*ident, motion logo, preloader, intro, loading icon, animated pictogram, infographic animation*“ apod. Motion design dnes vidíme tam, kde se dá něco promítat na plátno nebo na televizní, počítačovou obrazovku, na displej mobilního telefonu. Patří sem asi i led display na elektrických spotřebičích, dokonce i ten nejjednodušší číslicový na nás bliká dvojicí teček v neúprosném rytmu času.

*„Motion design vychází z klasického grafického designu, využívá jeho principy v kontextu s filmovou produkcí nebo samotným videem, či jiným vyvíjejícím se médiem, za pomoci animace nebo filmových technik. Jako příklady lze uvést kinetickou typografii a grafiku používanou ve filmových a televizních úvodních sekvencích a rotující trojrozměrná loga stanic některých televizních kanálů, ale vyskytuje se i v reklamním průmyslu, a to v dnešní době velmi často. Tato umělecká forma je velmi mladá, ale její posun je neuvěřitelně rychlý, ovšem to vše jen díky modernizaci nejrůznějších technologií, jako jsou počítače, fotoaparáty, kamery, dataprojektory, VR technika, či mocapy. To znamená, že vývoj Motion designu se odvíjel vždy ruku v ruce se zlepšujícími technologiemi dané doby.“*³

Citáty z Wikipedie, jako je tento, jsou často velmi užitečné pro základní orientaci, ale zároveň jsou v detailech nepřesné. Rozhodla jsem se jej zde zmínit z důvodu, aby nám

² TIERNAN, Jonny. What Does a Motion Graphics Designer Do?. Vectornator.io [online], March 24, 2022 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.vectornator.io/blog/motion-designer/>

³ Motion graphic design. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2021-04-18]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Motion_graphic_design

zprostředkoval lidový pokus o definici složitého jevu, jakým motion design bez pochyby je. Využiji toho a podrobím jej částečné kritice. Již nyní ale zmíním, že jeho nepřesnost, spočívá zejména v tvrzení, že motion design je disciplína mladá bez dlouhé tradice závislá pouze na moderních technologiích. Také je nutné ihned podotknout, že animované televizní logotypy jsou součástí její propagace, kam patří i reklama v marketingově užším slova smyslu.

1.1 Motion design a animovaný film

Animovaný film, zkráceně animace je klíčovou disciplínou, o jejímž vlivu nás napadne uvažovat, pokud hledáme, čím především se motion design vyznačil od designu grafického. Jako poměrně zásadní komponent ji vidí i odborná literatura: „...*graphic design has evolved from a static publishing discipline to a practice that incorporates a broad range of communications technologies including film, animation, interactive media, and environmental design.*“⁴ „*Motion design is an emerging field that combines both motion*

media and graphic media. Motion media includes disciplines such as animation, film, and sound.“ (Shaw, 2019)

Podíváme-li se ale blíže na obsah, který běžně animované filmy komunikují, je daleko bohatší a směřuje převážně k dramatizovanému vyprávění, což vytváří mezi animací a motion designem zásadní rozdíl. Tzv. nenarativní animace, kterou můžeme mezi animovanými díly regulérně najít, sice existuje, ale je daleko méně četná a vyskytuje se spíše jako okrajový jev mimo hlavní narativní proud. Naopak k motion designu má nenarativní animace velice blízko, ale ani ona není přesně totéž. Motion design se zpravidla vyznačuje tím, že výslovně jmenuje instituci, která stojí za následujícím obsahem. Primárně tedy identifikuje (odtud slovo „*ident*“) producenta, televizní kanál, firmu, fyzickou osobu či jinou myslitelnou entitu, případně jen tlumočí jméno startující aplikace. V jiných případech může jít o rozpohybovanou infografiku, nebo má motion design za úkol pouze informovat o načítání aplikace nebo o přípravě pořadu, aby příchozí (divák, hráč, uživatel...) nikam neodcházel, aby věděl, že se vše již chystá, že je to v progresu. Tomuto typu se říká: „*intro*“ nebo třeba: „*preloader*.“ Jestliže už takovouto užitečnou animaci máme, můžeme ji úspěšně nasadit i kdekoli jinde, kde je třeba uživatele uklidnit při čekání. K tomu se motion design také výborně hodí a snad je tak i nezbytný.

Pohyblivá grafika je ale natolik atraktivní, že nemusí být vždy užita jen přísně účelově, může existovat ve formě dekorativní, a i s takovými případy se velmi často setkáváme

⁴ KRASNER, Jon. Motion Graphic Design. In: KRASNER, Jon. *Motion Graphic Design: Applied History a Aesthetics*. 2013. [cit. 2021-04-18] Velká Británie: Taylor & Francis, 2013, s. 14-15. ISBN 9780240821139.

například u takzvaných šetřičů obrazovky nebo třeba u animovaných ekvalizérů, jejichž funkce je pouze estetická a bohužel se dá často popsat i jako nadbytečná. Největší vizuální smog však představuje motion design reklamní, který unavuje naše oči i mysl a u něhož není výjimkou, že si platíme, aby se nám co možná nikdy nezobrazoval.

Ve srovnání s tím je nenarativní animovaný film dílo časově rozsáhlejší, nijak nemusí pracovat pouze s principy typickými pro grafický design. Jde obvykle o dílo rozvíjející nějaké vizuální myšlenky a principy, rytmus, a ten je velmi často provázán hudební stopou, i když to není přímo podmínkou.

1.2 Návrh definice motion designu

Po konzultaci s vedoucím práce zde uvádím tento návrh definice: *Motion design mezi ostatními time-based medii zaujímá zpravidla kratší časové úseky. Jeho nejvýraznějším a hojně sponzorovaným účelem je identifikovat. Až příliš často má motion design propagační účel a z toho důvodu bývá zákonitě vybaven i textovou složkou. Motion design se dá využít pro oživení informativní a edukativní grafiky. V mnoha případech má ale motion design pouze funkci intra nebo mezihry, obecně vzato pak informuje o aktivitě probíhající na pozadí, a tím uklidňuje čekající. Nezřídka kdy motion design nabývá formy dekorativní s tendencí se cyklicky opakovat. Motion design není striktně vizuální, využívá ruchy, hudbu i mluvené slovo. A je velmi pravděpodobné, že jakmile to technologie dovolí, využije i ostatní potenciální smyslové podněty. Pokud máme na mysli „motion graphic design“, pak má vizuální tvarosloví nejbližší ke stylizaci, geometrii, jasně ohraničeným tvarům, plošnosti a samozřejmě k písmu, což jsou prvky charakteristické pro grafický design.*

Jakmile si ujasníme funkci, účel i výskyt současného motion designu, musí nám být jasné, že **pohybující se výtvarně zpracované vizuální prvky, které měly buď identifikační, propagační, informativní, kratochvilnou nebo dekorativní funkci musely existovat už hluboko v minulosti.** A že tedy i odborné názory na tuto problematiku nejsou přesné, viz například kniha Jon S. Krasnera „*Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*“, kde autor za počátek motion designu považuje až pozdní sedmdesátá léta: „*Since the late 1970s, graphic design has evolved from a static publishing discipline to a practice that incorporates a broad range of communications technologies including film, animation, interactive media, and environmental design. The field of motion graphics has captured the imagination of designers and viewers in the twenty-first century.*“.

Domnívám se nicméně, že i tento názor je opodstatněný, pokud si autor všímá jen vnějškové proměny možností dříve tištěného grafického designu v porovnání s masovým nástupem televizního vysílání a později počítačové grafiky. Tento progres je však patrný ve všech mediálních odvětvích nejen v oblasti motion designu. Všechna média v minulosti startovala spíše jako komplexní a postupně se rozvětvovala a specializovala. To však ještě neznamená, že tato současná média nemohou mít vývojové fáze v hluboké historii, pouze je tam najdeme více či méně propojená s médii ostatními.

Navíc, jak už to tak bývá, zažívají boom spíše ta média, která na to mají finance, technické podmínky a existuje společenská objednávka, aby byla rozvíjena. Motion design tyto požadavky začal velmi výrazně plnit až s rozvojem televizní a počítačové grafiky, to však neznamená, že před tím vůbec neexistoval.

1.3 Pohled do historie

Jakmile se tedy náš úhel pohledu na motion design tímto způsobem obohatí, začneme konečně vnímat jeho historické vazby a souvislosti.

Identifikačních značek, které se pohybovaly, máme v historii tu nejširší možnou škálu. Potřeboval je v minulosti každý sociálně integrovaný, později politický subjekt, který se jejich prostřednictvím vymezoval a identifikoval oproti jiným subjektům. Už na úsvitu dějin, o kterém hovoří kulturní antropologie, se můžeme setkat například s tzv. totemismem. Kmeny měly tendenci volit si totemické zvíře či jiný objekt, totem, který jim dodával pocit, že mají jeho nejlepší vlastnosti, napovídal jim určitou charakteristickou životní strategii, čerpali z něj sílu, pomáhal je integrovat a nezřídka kdy měl i odstrašovat ostatní. Proto se postupně stal něčím mystickým, s čímž se kmen identifikoval a což uctíval. Totem byl zobrazován v různých výtvarných i nevýtvarných formách, s ním se nevyhnutelně cestovalo a ovšemže i bojovalo.

V Evropě je existence totemů pouze spekulativní záležitostí, avšak máme k dispozici heraldiku, pomocnou vědu historickou, která se zabývá studiem a designem erbovních znamení, nejčastěji rodových, městských, regionálních ale i státních znaků. Jejich znalost byla vždy velmi důležitá, zejména v dobách rytířských turnajů a válečných konfliktů, kdy bylo nezbytné jednoznačně identifikovat příslušnost k určitému rodu, městu nebo státu.

Heraldické znamení se skládá z určitých prvků, jako jsou štít, helmice, klenot a heslo. Každý z těchto prvků má svůj význam a symbolizuje různé aspekty, jako jsou rodinná historie, teritoriální nárok, společenské postavení a vlastnosti jednotlivce nebo instituce. Heraldické

znaky se používaly nejen na štítech a pancířích rytířů, ale také na vlajkách, pečetích a dalších oficiálních dokumentech.⁵

Erbovní znamení jsou tradičně uznávána za předchůdce logotypů, a i ona se používala v pohyblivých variantách. Nezřídka byla spojována i s určitým zvukovým nebo hudebním doprovodem. Pro příklad nemusíme chodit daleko. V Jistebnickém kancionálu se zachovala slova i melodie písně: „*Ktož jsú boží bojovníci*“ a husitskou vlajku s kalichem včetně pochodujícího vojska máme zase zachycenu v kodexu Jenském.

Právě pruhy látky s namalovaným nebo vyšívaným znakem jsou zcela jednoznačně jedním z dosud nerozpoznaných projevů tehdejšího motion designu. Měly dokonce rysy charakteristické pro grafiku – stylizované motivy, výrazné barvy, plošnost a někdy i použití písmových znaků. Vlály nad hlavami zpívajícího a hlučícího vojska zcela záměrně, aby byly zdaleka vidět a pomáhaly nepříteli nejen informovat, ale také ohromit. Šlechtic paralelně nosil výstroj rovněž v barvách svého rodu a možná i dynamicky se chovající barevná péra na helmici svého brnění.

Pro ilustraci a doložení tohoto jevu jsem vybrala dnes již archaicky působící odborný text, který dokládá jednotu barevnosti v heraldice: „*Peček Smržický z Radostic. Císař Maximilian dovolil (1571. 29. března) Janovi Pieczkovi Smržickému, rychtáři v Chrudimi a Jiříkovi Pivničkovi, kterého za strýce přijímá, aby se psali z Radostic a dal jim tento erb: Štít červené barvy, v němž pštros pták, máje hlavu s krkem zdvičenou a podkovu zlatou v ústech drže, bílé barvy stojí, kolčí helm s točenici a přikryvadly bílé a červené barvy a nad tím 3 péra pštrosová, dvě po stranách červená a prostřední bílé...*“⁶

Dalším příkladem pohyblivých značek byly vývěsní štíty obchodů. Jediným důvodem, proč je těžké tyto pamětihodnosti zařadit do analyzovaného oboru je moderně znějící slovo motion design. Pokud jej ale přeložíme a trochu rozvedeme na popis, zdá se to vlastně docela přirozené: dobře viditelná a všem srozumitelná značka přitahující zájem a pozornost, jak ji čechrá nebo otáčí vítr. Původně bývala znakem pohostinství, kde se podávalo víno a šlo o svázaný věneček, někdy snopek zelených ratolestí, tedy takzvanou „*viechu*“, Jak se města vyvíjela a přibývalo konkurence, bylo nutné do vývěsních štítů investovat více peněz. Když se dnes projdete historickými uličkami Salzburku, zjistíte, že nakonec přibýly i kované ozdoby, zvonky, textové nápisy a mechanické pohyblivé prvky, ke kterým prodavač mohl v posledku přidat i hlasitý pozdrav a pozvání, tedy nejstarší formu reklamy vůbec. Toto odvětví designu

⁵ BUBEN, Milan. *Heraldika*. 1986. 317: Albatros, [cit. 2021-04-18], 1986. ISBN 8594050420397.

⁶ Českomoravská heraldika. In: SEDLÁČEK, August. *Českomoravská heraldika*. 2. Praha: Česká akademie věd a umění, 1997, s. 561. ISBN 80-7203-062-0.

má dnes jméno sign-making a vyvíjí se dál, ovšem i samostatnost oboru ještě nevyklučuje někdejší společnou cestu historií – viz příbuzný vztah divadla a filmu či rovnou raději odkažme na teorii médií Marshala McLuhana. (2000)

A můžeme jít ještě o krok dál. Pohyb objektu nemusí být vždy skutečný, může se nám ale jako skutečný jevit. Tento fakt nám detailně popisují objevy tvarové psychologie nebo jej prakticky demonstrují díla op-artu. Náš zrak se totiž velmi často nechává liniemi obrazu vést. Dílo se nám pak jeví „živé“ a „dynamické.“ To ale jinými slovy znamená, že se nám zdá být v pohybu, a o to jde.

Iluzivní pohyb určitých grafických struktur vytvořený autorem záměrně je s námi také od nepaměti. Nejprve se trochu anachronicky podívejme na raně středověkou knižní grafiku, kde je tento jev více markantní. Například na skvosty, jakými jsou Evangeliář z Kellsu nebo z Durrow ze sedmého a osmého století, jejichž spirálovité motivy před očima rotují a ožívají. I dnes jsou nádherné, ale tehdy musely na čtenáře působit v podstatě stejným dojmem jako působí animované piktogramy dnes na nás. Lidé tehdy neznali vizuální reklamní smog, a proto byly evangeliáře daleko mocnějším zážitkem, než jak je současníci vidí dnes.

Pruhy s meandry či spirálami můžeme doložit i mnoho tisíc let před naším letopočtem. Nacházíme je už na pravěké keramice (například šareckého typu) nebo na sponách a náušnicích. Dnes nevíme, zdali symbolizovaly slunce nebo ženství a není to ani důležité. Jejich funkce byla alespoň z části dekorativní, měly okouzlit a také se jim to dařilo, protože přirozeně evokovaly pohyb, na který je naše oko velmi citlivé.

I kdybychom však chtěli ignorovat památky, jejichž pohyb vychází z optické iluze, dochovala se i řada jednoznačně grafických děl, jejichž autoři cíleně s pohyblivými prvky pracovali. Asi nejstarší dochovanou grafikou tohoto typu je tzv. „*Lullyho kruh*“ složený z několika soustředných papírových kotoučů osazených slovy a moudrými výroky, které spolu v různých konstelacích tvoří logické významové celky. Tato středověká filosofická pomůcka je součástí knihy: „*Ars generalis ultima or Ars magna*,“ která byla napsána na Mallorce roku 1305 křesťanským učencem Ramonem Llull. Jde o první dochovaný exemplář z později stále čtenějších pop-up books, které fungují na principu papírových konstrukcí a skládanek. Jde jimi pohybovat prostřednictvím papírových proužků, perforací a jiných složitějších metod. Mohou se také vyklápět do prostoru v momentě, kdy se kniha otevírá.

Zprvu byla nejčastějším účelem demonstrace různých vědeckých objevů a principů. Šlo například o anatomické atlasy, které sloužily vzdělávání lékařů. Jakmile se stal papír

dostupnější, zbylo i na dětské hračky, které se prodávaly na poutích. Oba tyto způsoby použití (při vzdělávání a při hře) zůstaly těmto papírovým objektům dodnes.

V období barokního iluzionismu využil jezuitský mnich Athanasius Kircher velmi kreativním způsobem možnost projekce pomocí laterny magiky. Šlo o primitivní projektor kombinující zdroj světla, optickou soustavu a drážku na vkládání na skle malovaných i mechanických komponentů, jejichž prostřednictvím šlo vytvářet opravdu neobyčejné vizuální efekty. Kircher byl inteligentní, výtečně vzdělaný, výtvarně, hudebně, i literárně nadaný vědec a dramatik. Dokázal využít všech vynálezů té doby, aby oslnil tehdejší církevní i politickou elitu. Byl v tom tak dobrý, že v osmnáctém století byla už laterna magika běžnou kratochvílí na nejednom šlechtickém dvoře. A protože dokázal kombinovat tolik uměleckých druhů, považuje jeho působení za milník vlastního vývoje nejedna umělecká věda. Cení si ho historikové hudby, filmu, animace, divadla, tak proč ne motion designu?

Ve druhé polovině 19. století se objevily flip booky, tedy sešité, někdy i nesešité bločky fázovaných kreseb nebo fotografií, které promítaly pohybující se postavičky, předměty a struktury. Ostatně toto století, které fotografii vynalezlo, bylo tak plné objevů, jako žádné před ním. Některé z nich můžeme směle řadit i k našemu motion designu. Znovu objevený a již v pravěku známý Thaumatothron byla oboustranně pokreslená destička na nitce zobrazující dvě pohybové fáze, Phenakistiscope (1833) – kruh s fázemi po obvodu měl uprostřed ryze abstraktní geometrizující motion design. I Zoetrope Milтона Bradleyho (1866) měl svou zapomenutou paralelu ve starověké Číně. Šlo o perforovaný válec s pásem fází vložený na vnitřní stranu a prohlížený štěrbinami. Některé vynálezy se zkrátka dějí opakovaně nebo se o nich neví. Nepovšimnut natočil roku 1874 francouzský astronom Jules Janssen unikátním fotografickým revolverem, jak planeta Venuše přešla přes sluneční disk. Dílo je tak abstraktní a poškrábané, až je nádherné. Animátor Charles-Émile Reynaud roku 1877 vylepšil Zoetrop o vložená zrcadla a dal přístroji jméno Praxinoscop (1877), později jej ještě zdokonalil, takže mohl promítat v divadle na velkou bílou matnici odděleně pozadí a pohyb figur. Bohužel jeho animátorské dílo historikové animace často ignorují, protože všechny promítané snímky ručně maloval a nepoužíval fotografický proces. Přesto mezi lety 1888 až 1894 vytvořil okolo devíti narativních filmů, než ho od další práce odradil objev filmové kamery (tohoto už si svět všiml). Reynaud ji bohužel pochopil jako konkurenci.

Pro nás je to ovšem také významný milník, protože od této chvíle je ve hře médium filmového pásu a na něm už není existence motion designu nikým výrazně zpochybňována. Navíc i zde máme evidentní souvislost s propagačními účely a použitím písma či grafiky.

Poslední desetiletí 19. století přineslo vskutku bouřlivý vývoj filmového média a s ním i všech jeho příbuzných disciplín. Badatel se nemůže ubránit dojmu, že jako by vše podstatné pro toto odvětví bylo vynalezeno už jeho průkopníky na samém začátku.

Thomas Alva Edison a jeho zaměstnanec William Dickson nejprve uvedou kinetoscop (1889–1890) v New Yorku, kterým návštěvníci prohlíží pohyb skrze kukátko zamířené dolů na smyčku filmového pásu. Dickson zprostředkovaně pomůže s konstrukcí kamery a projektoru Lumiérům, kteří svůj film promítají 1895 v Paříži. Nadšený divadelní režisér Georges Méliés shlédne jejich představení a neúspěšně je žádá o kopii kamery, ale je odmítnut. Přesto ji ani ne za rok získá od jiného konstruktéra jménem George William de Bedts. Méliés začne experimentovat, a ještě týž rok promítá vlastní narativní film *Zmizení dámy* (1896), ve kterém šokuje vynálezem stop triku, tedy možností nechat někoho zmizet prostřednictvím zastavení kamery, odchodem herce a opětovným spuštěním natáčení. Možnost natáčet a promítat se bleskově šíří, dokonce i u nás už se poprvé natáčí roku 1897.

První doložený animovaný film přichází 1899 z dílny mladého šestnáctiletého učně kinematografie Arthura Melbourn-Coopera (1874–1961) a jmenuje se: „*Matches, an Appeal*.“ Tento autor, který se později stane uznávaným fotografem a průkopníkem stop-motion, zde v jediném díle vynalezl jak stop-motion, tak kreslenku a motion design naráz. Ačkoliv existují pochybnosti, jedná se podle historika Tjitte de Vriese o skutečně autentické dílo (Vries, 2004). Mladý Cooper měl štěstí, že jej otec fotograf vyučil řemeslu v tak raném věku, a zároveň měl obchod, kam si pro filmový materiál přicházeli průkopníci filmové tvorby. Byl to Brit Acres, který mladého Arthura od roku 1894 zaměstnal a naučil další potřebné know-how včetně toho, že mu zapůjčil filmovou kameru.⁷

Námětem filmu *Matches an Appeal* je realizace agitačního nápisu: "FOR ONE GUINEA, MESSRS BRYANT & MAY WILL FORWARD A CASE CONTAINING SUFFICIENT TO SUPPLY A BOX OF MATCHES TO EACH MAN IN A BATTALION: WITH NAME OF THE SENDER INSIDE." Tento nápis je kompletně animovaný. Píše ho (jakoby) panáček ze sirek, takže nápis postupně přibývá, až je vidět celý. Že jde rovněž o motion design podtrhuje to, co výše zmíněný nápis říká. Jde o propagaci požadavku na finanční válečnou sbírku či spíše příspěvek, ke kterému se firma Bryant & May zavazuje poskytnout zápalky pro regimenty

⁷ DE VRIES, Tjitte. 2004. *Arthur Melbourne-Cooper (1874-1961). A Documentation of Sources Concerning A British Film Pioneer*. In: Frank Kessler, Sabine Lenk, Martin Loiperdinger (Hg.): *Wort und Bild*. Frankfurt am Main: Stroemfeld/Roter Stern 2004 (KINtop. Jahrbuch zur Erforschung des frühen Films 13), S. 146176. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16022>.

Britských vojáků v zámoří. Animovaný text a název firmy za účelem propagace je provedený tak, aby tato vizuální novinka zesílila efekt sdělení, to je jasný případ raného motion designu, ačkoliv tím nikdo neupírá animovanému filmu v tomto díle vidět i první animátorský debut.

Další nepopíratelně animovaný nápis můžeme vidět ve snímku *Humorous phases of funny faces* (1906), o němž mnoho historiků tvrdí, že teprve zde šlo o první animovaný film ignorující tak nejen dílo Melbourne-Coopera, ale i vzácně dochovaný film *Pauvre Pierrot* Emile Reynauda z roku 1892. Animátorem a režisérem *Humorných fází směšných obličejů* byl John Stuart Blackton a úvodní nápis je pozoruhodný grafickým záměrem, který se nespokojuje s pouhou animací psaní. Je postupně sestavován jako grafická mozaika z horizontálních a vertikálních čárek, jež se postupně doplňují až se text stane kompletním a čitelným.

Motion designu se logicky dařilo vždy více v titulcích animovaných filmů, protože animátoři byli takřkajíc po ruce. Můžeme však do našeho odvětví zahrnout i něco z filmů hraných?

V úvahu přichází statické titulkové předěly, které pomáhaly vysvětlovat děj. V době němého filmu na nich bývaly napsány dialogy, ale byly tu i jména producentů a jiné informace. Jejich pohyb zaviněný ranou nedokonalostí média, které se chvěje, bliká a zrní by ale asi nebylo vhodné považovat za motion design, i když se později stal velmi populárním a s nadšením napodobovaným historizujícím efektem. Má své nepopíratelné kouzlo. Nicméně do motion designu patří třeba efekt kukátka, a to bez ohledu na jeho jednoduchost. Otevírající se a zavírající se clona má jasnost grafiky a vizuálně poutavý charakter.

Paradoxně bylo takových doplňkových efektů mnohem víc, ne všechny se ale promítaly. Filmy na počátku a na konci obsahovaly části, kterým se říká „film leaders.“ Šlo o jakési zaváděcí pruhy, které zavinutý film jednak chránily a jednak se používaly k zavedení filmu do mechanismu promítačky. Jeden jejich typ se nakonec stal velmi slavným. Jde o sestupnou řadu čísel, tedy tzv. „*countdown numbers*“ Tato škála promítače upozorňovala, kdy má kameru rozjet nebo zastavit, šlo tedy o jakýsi preloader počátku dvacátého století. Kromě těchto čísel ale vstupní i výstupní filmové pásy obsahovaly daleko více statických i pohyblivých grafických prvků, například údaje o copyrightu. Jejich analýzou se zabývá kanadský vědec Matt Soar, professor Univerzity Concordia v Montrealu.

1.4 Zlatá éra analogového motion designu

V této práci není prostor k rozboru všech úvodních a závěrečných motion designů rostoucí filmové produkce následujících let, ale jmenujme si tu alespoň pár zajímavých případů, abychom poukázali na určité milníky.

Předně je třeba říci, že nejméně atraktivnější byly už od počátku hrané filmy, tzv. němé grotesky. Dokonce i animace: *“...zůstávaly v jejich stínu a byly i nadále uváděny ve vaudevillových představeních nebo přilepené k filmovým žurnálům jako legrácka nakonec.”*⁸

Finančně však studia často držela reklamní tvorba, kam si chodili vydělat nejen nadšení animátoři, ale také mnozí ostatní.

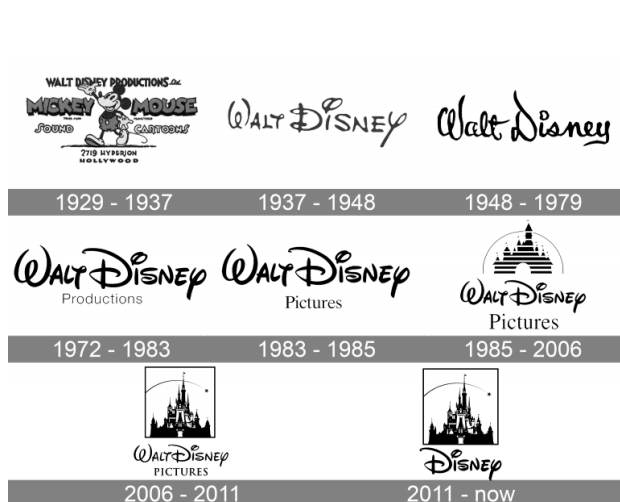


Obrázek 1: Decla Film 1920

Filmovému průmyslu také nějakou dobu trvalo, než si uvědomil, jaký potenciál skrývají filmové titulky. Tento úhel pohledu byl pozměněn až extravagantním dílem nevalného námětu, kterým byl horor s názvem *„Das Cabinet des Dr. Caligari.“* Tento německý film z roku 1920 natočený režisérem Robertem Wiene inspirativním dílem rozhodně byl. Podílela se na něm totiž řada výtvarníků z okruhu expresionistického časopisu *Der Sturm*, který vedl mecenáš a všestranný umělec Herwarth Walden. Tento muž mimo jiné stál i za úspěšnou existencí německého expresionismu. Finančně podporoval už před první světovou válkou obě slavné expresionistické umělecké skupiny: *Der Blue Reiter* i *Die Brücke*. Film *Kabinet doktora Caligariho* měl nejen velmi originální výpravu, jeho tvůrci si dali také záležet na titulcích. Už v úvodu upoutá animované logo společnosti DECLA. Přilétající orlice usedne na nápis a zobákem prohodí písmenka E a D do správného pořadí. Další titulky nejsou animované, ale představují hotovou malířskou koláž. Tento film se stal v oblasti titulků velmi vlivným.

⁸ DUTKA, Edgar, 2004. *Minimum z dějin světové animace*. 1. vyd. V Praze: Akademie múzických umění. ISBN 80733101-0

Od dvacátých let převážně v USA sílila konkurující si filmová studia, která si také postupně uvědomovala vlastní význam a začínala řešit jednotný vizuální styl vlastních děl. Filmy byly dobrým obchodním artiklem, takže bylo brzy standardem, aby je zahajoval reklamní ident s obřím nápisem a logem. Mě osobně vždy fascinoval logotyp společnosti MGM (Metro Goldwyn Mayer) a kruhovým otvorem, ze kterého zíral živý lev a potom, co se dostatečně rozhlédl, otevřel tlamu a zařval. Nemohu se při myšlence na tento efekt zbavit dojmu přímé příbuznosti těchto logotypů s výše zmiňovanými erby či totemy. Že nějaká skutečně existovala můžeme vidět nejen na volbě motivu, ale i na tradiční heraldické kompozici.



Obrázek 2: Walt Disney – historie loga



Obrázek 1: Vývoj loga Metro-Goldwyn-Mayer

Ta je ostatně výborně vidět i u identu společnosti The Warner Brothers. Jejich znak je tvořen iniciálami WB uzavřenými ve středověké pavěze. Jistě nebude od věci poznamenat, že v době uměleckých avantgard založených na čistotě a geometrii (škola Bauhaus, švýcarský grafický design, konstruktivismus apod.) šlo vlastně o nepříliš umělecky zdařilá díla. Funkcionalistickému minimalismu se ale v populárních vodách málokdy dlouhodobě daří. Vidíme to na mnoha pokusech modernizovat tato stará loga, která vždy končí opět u tradičních monumentálních forem.

2 Motion Design nyní

Využití motion designu je v současnosti velmi rozšířené a uplatňuje se v mnoha různých oblastech. Tyto oblasti zahrnují zejména reklamní průmysl, televizní a filmovou produkci, ale i vzdělávací videa, animované titulky, loga, aplikace, webové stránky a mnoho dalších. Motion

design se stal neodmyslitelnou součástí moderního marketingu a komunikace, především proto, že umožňuje vytvořit vizuálně atraktivní a interaktivní obsah. Dokáže urychlit proces přenosu informace, upoutat divákovu pozornost a akcentovat sdělení klíčových informací, které pak dokáže divák vstřebat v relativně krátkém čase. V reklamním průmyslu se nejčastěji motion design používá k vytvoření reklamních spotů nebo informačních videí. Velmi rozšířené je použití motion designu k vytvoření animovaného loga a titulků, které umožní efektivně představit obchodní značku, produkt nebo službu. Dnešní svět je přeplněný reklamami a nápisy, které nás doslova bombardují svou snahou soupeřit o pozornost diváka, potenciálního konzumenta či zákazníka. Motion design se stává zajímavým nástrojem, který pozornost diváků v přeplněném poli podnětů dokáže získat.

Například automobilka ŠKODA auto a.s., jedna ze zásadních firem podílejících se na současné české ekonomice, používá motion design ve svých konferencích, prezentacích a interních školeních pro své zaměstnance.

„Důležitým aspektem při tvorbě díla je smysl pro detail a cit pro správné načasování. Motion designér musí znát alespoň základní principy animace, typografie a pravidel grafického designu. Zkušený designér by měl umět využívat kombinaci 2D a 3D technik. Dále je zapotřebí znalost práce se zvukem, který je nesmírně důležitý pro ztvárnění díla.“⁹

Celkově lze říci, že využití motion designu se neustále rozšiřuje a je nezbytným nástrojem pro komunikaci a prezentaci v dnešní digitální době.

2.1 Designéři a Designerky

Motion designéři jsou ti, kteří dokáží nejen vytvořit vizuálně atraktivní a kreativní animace, ale také umí skvěle pracovat s různými nástroji a technologiemi v oblasti animace.

Motion designéry jsou lidé, kteří mají kromě talentu také vysokou úroveň technických dovedností v oblasti animace, jako jsou například znalosti softwaru pro animaci, schopnost pracovat s 2D a 3D animací, znalost postprodukčních procesů a schopnost kreativního myšlení. Kromě toho jsou nejlepší motion designéři schopni se rychle přizpůsobit novým trendům a požadavkům trhu.

⁹ Co je to motion design a jak si stojí na české scéně?. *Digichef* [online]. Praha, 2022, 15. 2. 2022 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: <https://digichef.cz/co-je-to-motion-design-a-jak-si-stoji-na-ceske-scene>

Mezi nejznámější a nejtalentovanější motion designéry patří například Kyle Cooper, který je znám pro svou práci na filmech jako "Seven", "Spider-Man" nebo "The Walking Dead", nebo James Curran, který se proslavil svými animovanými videi a reklamami pro společnosti jako Google, Facebook nebo Adobe. Dalšími vynikajícími motion designéry jsou například Eran Hilleli, Gmunk, Ash Thorp nebo John Likens.

V této oblasti najdeme i talentované motion designérky, které jsou schopné vytvářet kvalitní a esteticky působivé animace. Mezi nejlepší motion designérky patří například Rachel Yonda, která má zkušenosti s tvorbou animací pro významné značky jako je například Google nebo Airbnb. Další talentovanou motion designérkou je například Bee Grandinetti, která vytváří abstraktní a barevné animace, které jsou inspirativní a vizuálně zajímavé. Dále stojí za zmínku například Erica Gorochow, která má zkušenosti s tvorbou animovaných videí pro značky jako je například Google nebo Dropbox. Tyto a další motion designérky se vyznačují svou kreativitou, technickou zručností a schopností vytvářet pohyblivé prvky, které jsou schopné přenést požadovanou zprávu a emoce na diváka.

2.2 Motion designové studia v České republice

*„Mezi přední česká studia v oblasti motion designu se určitě řadí studio Oficina, které vytvořilo mnoho známých televizních identit (např. Prima COOL). Stojí také za **mezinárodním motion design festivalem Mouvo**, který odstartoval poprvé v roce 2016 a dnes je **jednou z hlavních událostí v kreativním prostředí**. Na festivalu se vystřídalo mnoho českých a hlavně zahraničních tvůrců v této oblasti, kteří zde představili svoji tvorbu a předali mnoho inspirace všem divákům zmiňovaného festivalu.“¹⁰*

Dále bych mezi přední česká motion designová studia zařadila Motion House, které sídlí v Brně. Podíleli se i na velkých projektech a jejich práci všichni známe. Specializují se na animace a ilustrace pro reklamu, filmy a televizi. Jeden z jejich projektů bylo vytvoření motion designu pro firmu Avast.

¹⁰ Co je to motion design a jak si stojí na české scéně?. *Digichef* [online]. Praha, 2022, 15. 2. 2022 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: <https://digichef.cz/co-je-to-motion-design-a-jak-si-stoji-na-ceske-scene>



Obrázek 3: MOTIONHOUSE – Motion design pro firmu Avast

3 Motion design na sociálních sítích

Se vznikem a rozšířením sociálních sítí došlo k zásadní změně ve způsobu, jakým lidé konzumují média a jak s nimi komunikují. Lidé nyní tráví značnou část svého času na sociálních sítích, sdílením fotografií, videí, hledáním inspirace, propagací své práce, vytvářením obsahu pro digitální platformy a nyní i vzděláním. Velká část této interakce se odehrává na telefonech, tabletech, počítačích. Pozornost lidí se dělí na různé platformy, z nichž každá platforma má svá specifická omezení a požadavky, které se neustále vyvíjejí.

Motion design má na sociálních sítích stále větší význam, protože umožňuje vytvářet vizuálně poutavé a nápadité příspěvky, které zaujmou pozornost uživatelů a zvyšují zájem o určitou značku, produkt nebo službu.

Sociální sítě jako Instagram, Facebook, Twitter, YouTube a další, jsou plné různých druhů motion designu, který může mít různé formáty, jako jsou animované gify, videa, sekvence, infografiky atd.

Motion design může být použit k vytváření videí a animací, které prezentují produkt nebo službu a zdůrazňují jejich klíčové vlastnosti. Vizuálně atraktivní motion design může pomoci zvýšit povědomí o značce a zaujmout pozornost uživatelů na sociálních sítích

3.1 Motion design na Facebooku

Motion design na Facebooku lze využít k vytváření poutavých reklam, videí nebo obrázků, které mají za cíl oslovit a zaujmout uživatele. Facebook umožňuje nahrávání videí a animovaných obrázků, které se automaticky přehrávají při scrollování, což zvyšuje pravděpodobnost, že si uživatel daný příspěvek prohlédne a stráví u něj více času.

Podobně jako na Instagramu, i na Facebooku lze vkládat krátká videa o délce do 60 sekund. Krátká videa lze využít k prezentaci produktů nebo služeb, vytváření reklamních kampaní nebo k pobavení uživatele.

Lze vytvářet carousel příspěvky, pre-roll reklamy, infografiky. I u infografik je využití motion designu velmi účinné, neboť umožňuje zvýraznit klíčové informace a vizuálně je vysvětlit. Dále se tvoří živá videa, která se přehrávají v reálném čase. Motion design lze využít k vytváření vizuálně atraktivního pozadí nebo k vytvoření poutavých grafických prvků.

3.2 Motion design na Instagramu

Instagram je sociálních sítí, kde se motion design často využívá k vytváření vizuálně poutavých a nápaditých příspěvků. Umožňuje vkládat krátká videa o maximální délce 60 sekund, což dává dostatek prostoru pro kreativní využití motion designu.

Boomerang je speciální funkce na Instagramu, která umožňuje vytvářet krátká videa, která se opakují v nekonečném smyčce. Tuto funkci lze využít k vytváření poutavých a zábavných motion design videí, které jsou ideální pro reklamní kampaně. **Instagram Stories** jsou krátká videa nebo obrázky, které mohou být zobrazeny po dobu 24 hodin. Tyto příspěvky mohou obsahovat motion design prvky, jako jsou animace, texty a grafika, které zvyšují vizuální atraktivitu a interaktivitu.

Carousel příspěvky jsou speciální typ příspěvku na Instagramu, který umožňuje sdílet více obrázků nebo videí v jednom příspěvku. Motion design lze využít k vytvoření vizuálně poutavých prezentací produktů nebo služeb, které uživatele zaujmou a motivují k interakci.

Funkcí představenou v roce 2018 je IGTV, která umožňuje vkládat delší videa až do délky jedné hodiny. Tuto funkci lze využít k vytváření vzdělávacích materiálů nebo k prezentaci produktů a služeb.

4 Komerční využití motion designu

Značky a marketing se musí přizpůsobovat rychlému tempu sociálních sítí a hledat nové revoluční způsoby, jak odlišit jejich identitu od konkurence a zvýšit náklonnost zákazníků k jejich značce, případně značku dostat do jeho podvědomí. Jak zmiňuji výše v podkapitole Motion design na sociálních sítích, motion design je zaváděn v širokém měřítku a v mnoha podobách na všech sociálních platformách právě z těchto důvodů. Takto vytvořený obsah je vizuálně atraktivní a komunikačně efektivní. Jeho využití může být velmi rozmanité, od reklamních spotů a animovaných bannerů na webových stránkách, přes vysvětlivky a návody na použití produktů, až po vytváření animovaných seriálů a filmů.

“V dnešní době se totiž video obsah stává prioritou číslo jedna u obchodníků a firem, aby upoutali pozornost publika během prvních 3 sekund, protože průměrná pozornost člověka trvá byla zkrácena pouze na 8 sekund, kvůli množství prezentovaných informací nás.”¹¹

„Kromě nesčetného využití v reklamě, marketingu a brandingů se pohyblivá grafika používá v softwaru, designu uživatelského rozhraní, při vývoji videoher a v mnoha dalších oblastech. V posledních letech ho rádi využívají i UX a UI designéři při prototypování a vývoji mobilních aplikací.“¹²

Motion design se často využívá v různých filmových a televizních projektech, včetně reklamních spotů, titulků, animovaných sekvencí, vizuálních efektů a dalších. Může být také využíván v herním průmyslu k vytváření animací postav, prostředí a speciálních efektů. Také pomáhá při vizualizaci návrhů staveb, interiérů a produktů, a to prostřednictvím animací, videí a dalších interaktivních prvků. Také bývá součástí online kurzů a vzdělávacích programů, aby byla předána složitá a abstraktní témata způsobem, který je pro studenty snadno srozumitelný. Také se používá k vytváření vizuálních prvků a animací pro virtuální a rozšířenou realitu, což umožňuje uživatelům interakci s virtuálním světem pomocí pohybů a gest.

Další možnosti využití motion designu jsou, díky jeho schopnosti vizuálně vysvětlovat, v oblastech, jako jsou edukace, zdravotnictví, věda, umění a kultura. Motion design může pomoci vysvětlit složité koncepty a procesy, zlepšit interakci s uživateli, nebo vytvořit atraktivní vizuální prezentace a výstavy.

5 Software

Existuje celá řada různých programů, které jsou vhodné pro tvorbu motion designu. Běžně používaný software pro motion design je Maya, 3Ds Studio Max, Adobe After effect, Adobe Premiere, Adobe Flash, Adobe Animate, Adobe Photoshop, Apple Final Cut Pro. Tyto programy jsou nejběžnější software pro motion design, který se používá pro postprodukci. Pár z nich bych si chtěla více přiblížit.

¹¹ Motion graphic design. *Wikipedia: the free encyclopedia*. 2001 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z https://en.wikipedia.org/wiki/Motion_graphic_design.

¹² Co je to motion design a jak si stojí na české scéně?. *Digichef* [online]. Praha, 2022, 15. 2. 2022 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: <https://digichef.cz/co-je-to-motion-design-a-jak-si-stoji-na-ceske-scene>

5.1 Adobe After Effect

Tento nástroj je považován za jedem z nejvýkonnějších kreativních nástrojů v historii. Adobe After Effects je 2,5D animační software používaný pro animaci, vizuální efekty. Používá se při tvorbě filmů, TV a webových videí a je známý svou všestranností a práce vytvořené pomocí tohoto programu jsou všude.

Tento software se používá v postprodukční fázi a má stovky efektů, které lze použít k manipulaci se snímky. To vám umožní kombinovat vrstvy videí a obrázků do stejné scény. Tvorba motion grafiky funguje tak, že manipuluje s vektorovým a rastrovým uměním. After Effects používá různé nástroje, kódování a uživatelský vstup k manipulaci s médii používanými v projektu. Svě obrázky a videa můžete posouvat, kroutit, otáčet a mnoho dalšího. Kromě fotografií a vektorových kreseb můžete manipulovat se slovy pomocí textových funkcí v After Effects a videa, která lze importovat, a mnoho dalšího.

5.2 Adobe Premiere Pro

Adobe Premiere Pro je softwarová aplikace pro úpravu videa od společnosti Adobe Systems. Premiere Pro se používá pro úpravu videí, reklam a dalších filmů, televize. Obsahuje také funkce pro úpravu zvuku. Jedná se o komplexní softwarovou aplikaci pro úpravu videa a je k dispozici samostatně nebo jako součást sady aplikací Adobe Creative Cloud. Premiere Pro se často používá ve spojení s After Effects a Photoshopem na kreativních projektech. Premiere Pro lze použít na počítačích Mac OS nebo Windows.

Premiere Pro lze použít pro všechny běžné úlohy úpravy videa nezbytné pro produkci videa s vysokým rozlišením ve vysílací kvalitě. Lze jej použít k importu videa, zvuku a grafiky a používá se k vytváření nových, upravených verzí videa, které lze exportovat na médium a formát nezbytný pro distribuci. Při vytváření videí pomocí Premiere Pro lze společně upravovat různá videa a statické obrázky.

5.3 3Ds Studio Max

3Ds Max je počítačový grafický program pro vytváření 3D modelů, animací a digitálních obrázků. Je to jeden z nejpopulárnějších programů v průmyslu počítačové grafiky a je dobře známý tím, že má robustní sadu nástrojů pro 3D umělce. Jako jeden

z nejrozšířenějších 3D balíčků na světě je 3ds Max nedílnou součástí mnoha profesionálních studií a tvoří významnou část jejich výrobního potrubí pro hry a filmy.

5.4 Adobe Animate

Adobe Animate je kreativní aplikace pro 2D digitální animaci. Najdete zde všechny obvyklé věci, časovou osu, snímky, klíčové snímky, pracovní oblast a knihovnu. Adobe Animate podporuje animace téměř všech možných druhů – tradiční 2D bezpapírové animace, motion graphics design, animace pro webové stránky, hry a další.

5.5 Maya

Maya je profesionální 3D software pro vytváření realistických postav a efektů, které stojí za senzaci. Dokáže oživit realistické postavy pomocí poutavých animačních nástrojů. Dají se zde tvarovat 3D objekty a scény pomocí intuitivních modelovacích nástrojů. Vytváříte zde realistické efekty – od výbuchů po simulaci látek.

5.6 Powtoon

Software obsahuje vysoce kvalitní šablony s různými znaky. Díky funkci drag-and-drop se snadno používá i bez předchozích znalostí. Powtoon nabízí trvale bezplatnou verzi, ale ne v HD kvalitě a pouze se značkou Powtoon. Tato aplikace je dostupná na webových stránkách.

Praktická část

6 Cíl práce

V rámci praktické části mé bakalářské práce jsem vytvořil sekvenci 10 motion designů, které jsou součástí prezentace firmy Stadvsteel. Cílem této práce bylo vytvořit atraktivní vizuální prezentaci firmy, která bude zaujímat a upoutávat pozornost diváků.

V dalších kapitolách se věnuji popisu použitých prvků a postupů vytváření motion designů, včetně toho, co se podařilo a co ne. Představím zde také samotnou firmu Stadvsteel, pro kterou byly motion designy vytvořeny a podrobněji popíši průběh celého projektu.

Cílem celého projektu bylo vytvořit profesionální a moderní prezentaci firmy, která bude dokonale vyjadřovat charakter této společnosti a zároveň bude atraktivní a zajímavá pro diváky.

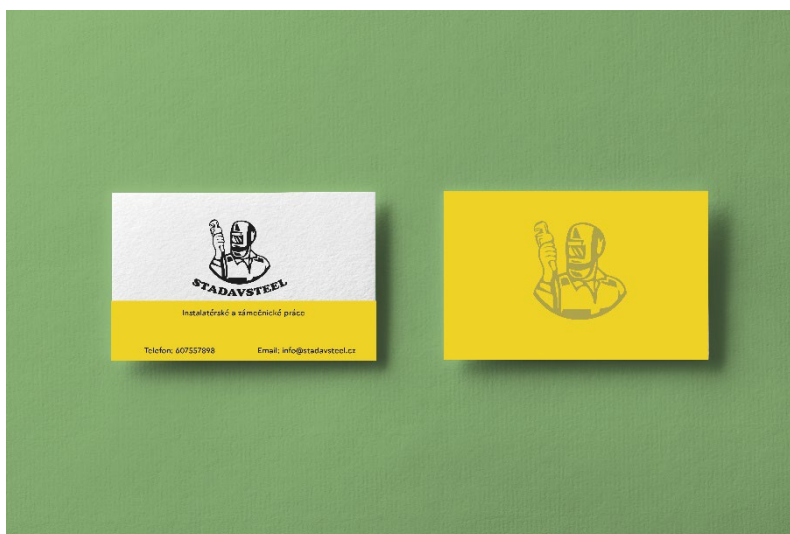
7 Stadvsteel

Firma Stadvsteel sídlící v Jičíně je rodinnou společností, která se specializuje na zakázkovou kovovýrobu a instalátérské práce. Kvůli narůstajícímu počtu zakázek se v roce 2020 rozhodli transformovat z fyzické osoby na společnost s ručením omezeným. Hlavní oblastí jejich činnosti je kovovýroba a zámečnictví, nicméně nabízejí také profesionální služby v oblasti instalátérství, a to od drobných úkonů až po kompletní rekonstrukce. Název firmy je složen z jmen zakladatelů, Standy a Davida, kteří jsou otec a syn. Firma se více zaměřuje na instalátérské práce, což se odráží i v navrženém motion designu, který obsahuje prvky vody.

7.1 Logo a logotyp

V roce 2022 logo firmy Stadvsteel prošlo redesignem. Při návrhu nového loga jsem se zaměřila na propojení dvou oborů, a to zakázkové kovovýroby a instalátérství. Nové logo zahrnuje postavu muže v pracovním oblečení se svářečskou kuklou na hlavě a s hasákem

v ruce. Tento symbolický design má představovat kovovýrobu (znak svářečské kukly) a instalatérství (znak hasáku) v jednom logu.



Obrázek 4: Vizitka Stadvsteel

8 Postup

V průběhu tvorby mé bakalářské práce jsem se nejvíce spoléhala na programy Adobe After Effects a Adobe Premiere Pro, které mi umožnily vytvářet animace a stříhat videa. Kromě toho jsem použila i program Adobe Illustrator, kde jsem tvořila abstraktní prvky.

Původně jsem chtěla vytvořit 3D logo firmy Stadvsteel v programu Blender a animovat ho, avšak tento počín se mi nepovedl přesně podle mých představ. Podařilo se mi sice převést logo do 3D podoby, ale musela jsem se zaměřit i na to, jak vytvořit kovový vzhled a nasvítit scénu, což bylo pro mě poměrně náročné. Nakonec se mi sice podařilo vytvořit kovový vzhled loga a osvětlit scénu, ale výsledný motion design nebyl dostatečně moderní.

Proto jsem se rozhodla přistoupit k tvorbě motion designu z jiného úhlu a zaměřit se na to, jak nejlépe přiblížit divákovi, co firma Stadvsteel vyrábí. Snažila jsem se proto zakomponovat kovový vzhled do celého designu a zahrnout prvky, které jsou pro firmu charakteristické. Postupem času se mi podařilo vytvořit několik zdárných pokusů, které se však stále ještě neslučovaly s celkovou identitou firmy.

Proto jsem se zaměřila na to, jak co nejvíce propojit motion design s tím, co firma Stadvsteel skutečně vyrábí, opravuje. Snažila jsem se proto co nejvíce využít kovové prvky,

které jsou pro firmu charakteristické a vytvořit tak animaci, která divákovi přiblíží, čím se firma zabývá. Po nezdárném pokusu o kovový styl, jsem od tohoto nápadu opustila.

Vyzkoušela jsem i kreslenou animaci, kterou bych využila do motion designu, ale nebyl to dobrý pokus. Nakonec jsem se rozhodla, že motion vytvořím v Adobe After Effects, kde jsem nejdříve tápala, jak vytvořit daný motion design. Nakonec mě napadlo propojit nějaké prvky z té mé nepovedené kreslené animace.

V programu After Effects jsem si vytvořila kompozici s parametry 1920×1080px a zvolila 25fps. Snažila jsem se držet co nejvíce vody, a zároveň nedělat motion design nijak složitý. Chtěla jsem, aby motion design této firmy zaujmul hned na první pohled, proto tam jsou tak výrazné barvy jako třeba žlutá, která nesedí k řemeslu instalatérství, ale ke kovovýrobě. Při sváření můžeme přes svářečskou kuklu vidět žlutou barvu. Snažila jsem se v animaci vytvořit proud, výr vody a k tomu jsem použila barevné vrstvy. Většina létajících prvků jsou animované pomocí efektu stroke, pouze jeden šum na pozadí je vytvořen pomocí kreslené animace. Finální střih jsem dělala v Adobe Premiere Pro.



Obrázek 6: Motion design pro Stadvsteel_1

Obrázek 5: Motion design pro Stadvsteel_2

Závěr

Motion design je odvětví, které stojí za naši pozornost. Měli bychom jej ale především povýšit z mladé disciplíny na odvětví s velmi rozsáhlou tradicí. Díky jeho zakotvení v historii můžeme vidět jeho nejtypičtější znaky, kterými zdaleka nejsou jen pohyb a principy grafického designu. Patří sem funkce identifikační, informativní, propagační, dekorativní a v neposlední řadě kratochvilná – díky němu vydržíme i několik minut čekat, aniž bychom podlehlí panice. Dává nám vědět, že objednávka se připravuje, že máme trpělivě vyčkat.

Skrze tuto jeho hlubší analýzu a definici principů jsme proto schopni nahlédnout jeho možný vývoj i do budoucnosti. Stejně tak, jako byl v minulosti mnohdy prostorový, jako voněly zavěšené svazky slámy, jako byl doprovázen fanfárami, stejně tak bude smyslově plnohodnotný v blízké budoucnosti v digitálním virtuálním prostředí. A to ihned, jakmile to okolnosti dovolí, a když bude sloužit k propagaci finančně dobře zajištěných společností.

Tato jeho budoucnost ale bude mít zřejmě tu slabou stránku, že nebude právě nejvkusnější. Motion design má ve své nejrozvinutější formě bohužel nevyhnutelně sklon k určité barokní opulentnosti. I u něho ale můžeme narazit na díla vynikající kvality, například mezi nejtalentovanější motion designéry patří mnoho umělců, kteří vynikli svými inovativními projekty a technikami. Kyle Cooper se proslavil svou prací na slavných filmech, jako jsou "Seven", "Spider-Man" nebo "The Walking Dead". James Curran získal světovou pozornost díky svým animovaným videím a reklamám pro společnosti jako Google, Facebook nebo Adobe. Eran Hilleli je známý svými kreativními projekty, které kombinují různé prvky jako jsou ilustrace, animace a vizuální efekty. GMUNK, Ash Thorp a John Likens jsou dalšími umělci, kteří svými pracemi dokázali zaujmout publikum svým talentem a tvůrčími schopnostmi v oblasti motion designu. Každý z těchto umělců má svůj unikátní styl a přístup k tvorbě, což jim umožňuje být úspěšní v této oblasti.

Seznam obrázků

Obrázek 1: Decla Film 1920	18
Obrázek 2: WaltDisney – historie loga	19
Obrázek 3: MOTIONHOUSE – Motion design pro firmu Avast	22
Obrázek 4: Vizitka Stдавsteel	28
Obrázek 5: Motion design pro Stдавsteel_2	29
Obrázek 6: Motion design pro Stдавsteel_1	29

Citovaná literatura

DE VRIES, Tjitte. 2004. *Arthur Melbourne-Cooper (1874-1961). A Documentation of Sources Concerning A British Film Pioneer*. In: Frank Kessler, Sabine Lenk, Martin Loiperdinger (Hg.): Wort und Bild. Frankfurt am Main: Stroemfeld/Roter Stern 2004 (KINtop. Jahrbuch zur Erforschung des frühen Films 13), S. 146176. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16022>.

KOLÁŘ, Martin, SEDLÁČEK, August, ed. *Českomoravská heraldika*. Praha: Česká akademie císaře Františka Josefa pro vědy, slovesnost a umění, 1925.

MCLUHAN, Marshall, 2000. *Člověk, média a elektronická kultura: výbor z díla*. Brno: Jota. Nové obzory (Jota). ISBN 80-7217-128-3.

BUBEN, Milan. *Heraldika*. Ilustroval Julie BUBNOVÁ. Praha: Albatros, 2007. Oko (Albatros).

TIERNAN, Jonny. What Does a Motion Graphics Designer Do?. Vectornator.io [online], March 24, 2022 [cit. 2023-04-19]. Dostupné z: <https://www.vectornator.io/blog/motion-designer/>

DUTKA, Edgar, 2004. *Minimum z dějin světové animace*. 1. vyd. V Praze: Akademie múzických umění. ISBN 80733101-0.

SHAW, Austin. *Design for Motion Fundamentals and Techniques of Motion Design*. 2. US: Taylor and Francis, 2019, ISBN 9780429841224.

KASNER, Jon. *Motion Graphic Design Applied History and Aesthetics*. 3. Taylor and Francis, 2013. ISBN 9781136146619.

Innes z Learney, Thomas (1978). *Innes z Edingight, Malcolm (ed.). Skotská heraldika (3. vyd.)*. Londýn: Johnston & Bacon. [ISBN 9780717942282](https://www.isbn-international.org/product/9780717942282).

KAFKA, Jiří a KOTYZA, Michal. 2014. *Logo & Corporate Identity*. Praha : Kafka Design, s.r.o., 2014. ISBN 978-80-260-6771-9.

HORNÝ, Stanislav a KRSEK, Libor. 2009. Úvod do multimédií. Praha : Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1608-0

Praxinoskop. *Národní technické muzeum* [online]. Praha: Enter Media, 2016 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://www.ntm.cz/heslar/praxinoskop>

Motion graphic design. *Wikipedia: the free encyclopedia*. 2001 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z https://en.wikipedia.org/wiki/Motion_graphic_design.

Grafický designer [online]. Creative Commons, 2011 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: https://wiki.knihovna.cz/index.php/Grafick%C3%BD_designer

Animac. *Animacka* [online]. Czech Republic, 2017, 14.3. 2017 [cit. 2022-04-01]. Dostupné z: <https://www.animacka.cz/jaka-je-idealni-delka-animovaneho-vida/>

Přispěvatelé Wikipedie, Marketing [online], Wikipedie: Otevřená encyklopedie, c2021, Datum poslední revize 10. 08. 2021, 06:53 UTC, [citováno 04. 04. 2022] <<https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Marketing&oldid=20377080>>

Přispěvatelé Wikipedie, Vexilologie [online], Wikipedie: Otevřená encyklopedie, c2021, Datum poslední revize 4. 08. 2021, 18:46 UTC, [citováno 18. 04. 2022] <<https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Vexilologie&oldid=20286376>>

Přispěvatelé Wikipedie, Heraldika [online], Wikipedie: Otevřená encyklopedie, c2021, Datum poslední revize 25. 02. 2021, 19:52 UTC, [citováno 18. 04. 2023] <<https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Heraldika&oldid=19549840>>

Co je to motion design a jak si stojí na české scéně?. *Digichef* [online]. Praha, 2022, 15. 2. 2022 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: <https://digichef.cz/co-je-to-motion-design-a-jak-si-stoji-na-ceske-scene>

What is Digital Marketing?. *Digichef* [online]. Praha: Madhuri Thakur, 2022 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: <https://www.educba.com/what-is-digital-marketing/>

BRAHA, Yael a Bill BYRNE. *Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web: Dynamic Motion Graphic Title Design*. 1. New York: v, 2010. ISBN 978-0240814193.

In: *AVIDProjects* [online]. Germany, 1920 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: [https://avid.miraheze.org/wiki/Decla_Film#/media/File:Decla_Film_\(1920\).jpeg](https://avid.miraheze.org/wiki/Decla_Film#/media/File:Decla_Film_(1920).jpeg)

Disney logo evolution. In: *Logomyway* [online]. US, 1928 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: <https://blog.logomyway.com/wp-content/uploads/2017/03/disney-logo-evolution.jpg>

MGM Logo history. In: *AVIDProjects* [online]. Beverly Hills, California, US: Marcus Loew, Louis B. Mayer, 1924 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: <https://logos-world.net/wp-content/uploads/2022/01/MGM-Logo-History.jpg>

Přílohy

Příloha A: DVD s animací