

Historie a estetika motion graphic designu

BcA. Stanislav Tomšej, DiS.

Diplomová práce
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

nascannované zadání s. 1

ABSTRAKT

Tato práce se zabývá jednou z disciplín grafického designu – motion graphic designem. Přináší náhled na to, co je motion graphic design, jaké jsou jeho kořeny, kdo jsou předchůdci, jaký je jeho význam v současnosti.

Hlavní část práce je věnována historii motion graphic designu v rámci filmových titulků. Důležité titulkové sekvence jsou společně s jejich autory seřazeny chronologicky, přičemž větší důraz je kladen především na autory posledních dvou desetiletí. Krátce je zde pojednáno o českém motion designu pro televizi a film.

Klíčová slova: motion graphic design, filmové titulky, televizní grafika, písmo, abstraktní animace, Saul Bass, Pablo Ferro, R/GA, Kyle Cooper, Shadowplay studio, MK12, ident, promo

ABSTRACT

This thesis deals with one of disciplines of graphic design – motion graphic design. It brings a preview of what motion graphic is, where does it come from, its origins and predecessors and also its influence on nowadays media.

The main part of this thesis is dedicated to the history of motion graphics considering mainly an area of movie titles. Important movie titles with their authors are displayed in chronological order, while aiming mostly to present those of the last two decades. The short part of this thesis also deals with the Czech motion design made for TV and movie industry.

Keywords: motion graphic design, main titles, broadcast design, typo, abstract animation, Saul Bass, Pablo Ferro, R/GA, Kyle Cooper, Shadowplay studio, MK12, ident, promo

poděkování, motto

OBSAH

ÚVOD.....	7
I TEORETICKÁ ČÁST.....	9
1 MOTION GRAPHIC DESIGN.....	10
1.1 DEFINICE MOTION GRAPHIC DESIGNU.....	10
1.2 TECHNOLOGIE A SOFTWARE.....	10
1.3 PŘEDCHŮDCI MOTION GRAPHIC DESIGNU.....	11
2 VZNIK FILMOVÝCH TITULKŮ.....	13
2.1 TITULKOVÉ KARTIČKY V PRVNÍCH FILMECH	13
2.2 PROFESIONALIZACE TITULKŮ VE DVACÁTÝCH LETECH.....	14
2.3 ZVUKOVÝ FILM.....	15
3 VÝZNAMNÉ OSOBNOSTI A STUDIA TITULKOVÝCH SEKVENCÍ.....	16
3.1 SAUL BASS, PRVNÍ MOTION GRAFIK.....	16
3.2 PABLO FERRO, EXCENTRICKÁ HVĚZDA RANÉHO MOTION GRAPHIC DESIGNU.....	18
3.3 MAURICE BINDER, TVŮRCE VIZUÁLNÍHO TRADEMARKU JAMESE BONDA.....	20
3.4 FRITZ FREELANG A RŮŽOVÝ DETEKTIV.....	22
3.5 RICHARD WILLIAMS, MALOVANÁ A ANIMOVANÁ TYPOGRAFIE.....	22
3.6 TERRY GILLIAM A JEHO LÉTAJÍCÍ CIRKUS.....	23
3.7 STEPHEN FRANKFURT, ZAPOMENUTÝ MISTR.....	24
3.8 R/GREENBERG ASSOCIATES.....	25
3.9 IGINIO LARDANI, SPAGHETTI WESTERNOVÝ GRAFIK.....	25
4 SOUČASNÍ TVŮRCI.....	27
4.1 KYLE COOPER, NEJVĚŠTÍ OSOBNOST TITULKOVÝCH SEKVENCÍ.....	27
4.1.1 Se7en.....	28
4.1.2 Twister.....	29
4.1.3 Fight Club.....	30
4.1.4 Donnie Brasco.....	30
4.1.5 Wimbledon.....	31
4.2 IMAGINARY FORCES.....	31
4.2.1 Karin Fong ve vedení Imaginary Forces.....	31
4.3 PROLOGUE	32
4.3.1 Day of the Dead.....	33
4.4 YU+CO, KOMIKSOVÉ TITULKY.....	34
4.5 MK12	36
4.6 SHADOWPLAY STUDIO.....	36
4.6.1 Thank You For Smoking.....	36

4.6.2	Juno.....	38
4.6.3	Up in the Air	38
4.7	GASPAR NOÉ, FILMAŘ SE ZÁJMEM OD DESIGN.....	39
5	FILMAŘSKY ZAJÍMAVÉ TITULKY.....	41
6	ČESKÉ TITULKY.....	42
7	TELEVIZNÍ GRAFIKA.....	44
7.0.1	TV ident.....	44
7.0.2	Logobug.....	45
7.0.3	Promo.....	45
7.0.4	Lineup.....	45
7.0.5	Show opener.....	45
7.0.6	Lower third.....	45
II	PRAKTICKÁ ČÁST.....	46
	ZÁVĚR.....	48
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	50
	SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ.....	51

ÚVOD

Čas, to je oč tu běží. Grafickým designerům se do rukou dostal mocný nástroj – čtvrtá dimenze. Grafický design už dávno přerostl nádobu statického tiskového média a zasahuje do takových komunikačních typů, jako jsou film, interaktivní média, instalace, web atd. Nezvykle rychlý vývoj motion graphic designu v období informačního věku je příznačný, neboť efektivní komunikace je dnes velmi silnou hodnotou. Tato práce spočívá na bedrech grafiků, jenž jsou schopni ztvárňovat své návrhy ve výstupu pro film, televizi, web a interaktivní formy zábavy a vzdělání. Přichází nový hybridní způsob komunikace, jsou zde nové kreativní výzvy, jenž kombinují tradiční grafický design s dynamickým vizuálním způsobem filmu.

Motion graphic design je vlastně odnoží animace a grafického designu. Od animace jej odlišuje majoritní užití typografie, klasických grafických elementů a také do jisté míry abstraktnost. Nějaká pohyblivá grafika zde existuje už od počátků filmu, nicméně k opravdovému termínu motion graphic design přicházíme až v poslední dekádě.

Domnívám se, že k rozmachu, a v určité míře i vzniku pohyblivé grafiky přispěla éra grafického softwaru, jenž je shodný se softwarem, který užívají animátoři. V současné době je nejužívanějším softwarem pro After Effect, který jako všechny aplikace od Adobe užívá jednotný interface, mezi dokumenty existuje silná kompatibilita. Není tedy divu, že grafický designer zběhlý v softwaru jako Photoshop, Illustrator nebo InDesign si snadno osvojí Flash, After Effects nebo Premieru. Notabene v době, kdy mnoho domácích kameramanů ovládá střihací programy, právě jako Premiera nebo Final Cut, a má technické znalosti dostatečné k tomu, aby sestříhali video a přenesli jej na formát DVD, nebo jej třeba zavěsili na portál Youtube.

Předchůdce motion graphic designu můžeme vysledovat už třeba v experimentální grafice ve dvacátých letech. Tvůrci jako Emil Cohl, Man Ray, později Oskar Fischinger nebo Len Ley předjímalí příchod grafického filmu. Dalším krokem k motion graphic designu je tvorba grafika Saula Base, který je významným předchůdcem právě tohoto odvětví.

V dnešní době můžeme najít motion graphic design nejen v televizním vysílání, nebo ve filmových titulcích – video a animace je už naprostou součástí webových stránek, také v různých prezentacích, nebo velkoformátových projekcích na výstavách či veletrzích. Já jsem se ovšem zaměřil primárně na filmové titulky, neboť jde zřejmě o nejčistější disciplínu pro motion graphic design. Vždyť už samotný základ pro motion položil Saul Bass

právě ve filmových titulcích. Ačkoliv většina studií a osobností, které v této práci uvádím, se zabývá televizní grafikou, práce pro film je brána jako něco více precizního, jako práce, která je více prezentována. Druhým důvodem je pochopitelně také to, že mám blízko k filmovým titulcům, a že jde o typ práce, na které se také občas podílím. Problémy, se kterými se tvůrci při výrobě potýkali, se pak stanou vodítkem pro mne samotného.

U filmů jsem primárně uváděl jejich anglické názvy, české názvy jsou v závorce zároveň s datací. V příloze lze najít obrázky (snapshoty) z titulkových sekvencí. Vodítkem pro výběr příkladů a případových studií mi byla především odborná literatura a portály, se zaměřením na motion grafiku ve filmových titulcích. V selekci z nejdůležitějších titulkových sekvencí jsem se zaměřil především na práce, které vedou ke vzniku motion graphic designu, nebo mají silnou spojitost s grafickým designem a typografií.

Jelikož je motion graphic design velmi mladá disciplína, měl jsem proto problémy s názvoslovím. To, že neexistují ekvivalenty v češtině je asi očekávatelné, problémem ale je, že ani v angličtině není názvosloví plně jednotné. Berte prosím tedy některé výrazy s rezervou, je dosti pravděpodobné, že v horizontu několika dalších let budou ještě přehodnoceny.

V tomto odvětví je ještě větší nedostatek teoretických spisů a publikací mapujících vývoj a osobnosti. Něco takového se uskutečňuje především pomocí portálů na internetu. Největším portálem v oblasti motion grafiky se zdá být v současnosti motionographer.com, který pravidelně přináší novinky a vytváří rozcestník, který vás navede na další autory, studia a stránky se stejnou tematikou. Zdá se, že tištěné publikace nestíhají reflektovat rychlé změny, které v tomto oboru probíhají, a zahraničí, ani česká scéna nemá teoretiky, kteří by se tématem dostatečně zaobírali.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MOTION GRAPHIC DESIGN

Motion graphic design je grafika, která je rozhýbána za pomoci nějaké technologie, tak, aby vytvářela iluzi pohybu nebo přeměny vzhledu. Takovéto rozpohybované grafiky jsou obvykle multimediální, jsou tudíž kombinovány s audio složkou.

Motion graphic design je zpravidla chápán tak, že je zobrazován skrze elektronická, digitální média; nicméně lze k tomu použít i jednoduché manuální prostředky, jako jsou stroboskop, praxinoskop nebo knihu, ve které jdou jednotlivé snímky za sebou. Jde o disciplínu, která je poměrně mladá a její masové rozšíření bylo podmíněno příslušnou technikou a médii. Můžeme sledovat, že výsledky v tomto oboru se stávají stále více komplikované, sofistikované a preciznější.

Dalo by se říci, že Motion graphic design je podskupina grafického designu, ve které jsou užívány principy z filmu jako animace, nebo filmařské postupy. Jako příklad lze uvést filmové a televizní titulky, animovaná loga, webové animace, hudební videa atd. Ve Spojených státech je v průměru 12 minut televizního vysílání z jedné hodiny tvořeno motion graphic designem.

1.1 Definice Motion graphic designu

Ačkoliv je tento pojem hlavním tématem diplomové práce, nemá přesnou definici, a už vůbec ne český ekvivalent. Prvním, kdo použil pojem motion graphic byl John Whitney v roce 1960, když založil svou firmu Motion Graphics Inc. Za faktického otce motion graphic designu je obecně považován grafický designer Saull Bass, o kterém se podrobně rozepisují v kapitole o filmových titulcích. Termín „Motion Graphic“ byl rozšířen především díky knize "Creating Motion Graphics" od Trishe a Chrise Meyerových. Tato kniha je ovšem zaměřena spíše „tutoriálově“, než teoreticky. Věnuje se tématu využití software Adobe s příklady a návody. Jde o video výstupy, ale nejde o filmových střih nebo 3D grafiku.

1.2 Technologie a software

Motion graphic designer je člověk, obvykle vystudovaný tradiční grafický designer, který se naučil své běžné výstupy kombinovat s dalšími elementy jako je čas, zvuk a pohyb. Jiný typ motion grafika může přicházet z prostředí klasické animace, nebo tvorby filmu.

Aby grafik mohl využívat tyto elementy, potřebuje znát příslušný software, který mu to umožní. Nejčastěji užívaným a nejtypičtějším softwarem je Adobe After Effects. Jeho

výhodou je masové rozšíření, zapříčiněné tím, že je součástí některých balíčků Adobe. Velice dobře spolupracuje s dalšími softwary od Adobe jako je Photoshop, Illustrator, Encore nebo Premiera. Součástí Adobe produktů je i Flash, který je nejvýznamnějším, v podstatě monopolním softwarem pro motion graphic design na webu.

Pro software Adobe je hlavním konkurentem Autodesk Combustion a Apple Motion. Pro 3D animaci se užívají programy: Maxon Cinema 4D, Autodesk 3d Studio Max, Autodesk Maya, NewTek Lightwave a Blender software od The Blender Foundation.

1.3 Předchůdci motion graphic designu

Předchůdce motion graphic designu můžeme najít v abstraktním filmu. Abstraktní film nezobrazující a nevyprávějící film založený na pohybu abstraktních forem - bodů, linií, ploch, těles, světel, stínů a barev. Do popředí vystupují vizuální a rytmické kvality obrazu, často ve spojení s hudbou.

Na počátku stáli němečtí vizionářští malíři, kteří chtěli tvořit tzv. absolutní film. Bylo to ve dvacátých letech dvacátého století a tito muži byli Hans Richter, Walter Ruttmann, Oskar Fischinger a také švédský malíř a hudebník Viking Eggeling. Chtěli vytvořit abstrakci v pohybu a zároveň ji tvořit jako analogii k hudbě. Mělo se jednat o jakési malování v čase. U většiny takovýchto filmů šlo o několikaminutové experimenty, v nichž oživaly abstraktní malby. Ve filmovém avantgardním hnutí tvoří osobitou tématickou skupinu také filmy o velkoměstech, jako snímek Waltera Ruttmanna Berlín-symfonie velkoměsta (1927). Hans Richter je znám především pro svůj projekt „Rytmus 21“, Walter Ruttmann pak má zase „Opus 1“. Oskar Fischinger, kterého k filmu přivedl W. Ruttmann, se později stal jedním z nejvýraznějších představitelů čistého filmu. V roce 1928 spolupracoval s F. Langem na filmu Žena na měsíci (Die Frau in Mond). V roce 1935 získal cenu na MFF v Benátkách za film Kompozice v modrém (Komposition in Blau). Bývá také označován za otce vizuální hudby.

Novozélandský animátor Len Lye. Prezentoval se jako umělec 21. století, v čemž měl určitě pravdu - byl průkopníkem animace, tvořené přímo na 35 mm celuloidový pás, který škrábal a maloval na něj. Videá v kombinaci s hudbou tvořily abstraktní hudební klipy. Podobně jako on tvořil i Norman McLaren, kanadský animátor, který dostal přezdívku básník animace. S celuloidem pracoval za pomoci sprejů, škrábání, či zmačkaných látek. Svá díla pravidelně vytvářel od čtyřicátých až do konce osmdesátých let.

Tvůrcem slova motion graphic design je animátor John Whitney. Už po druhé světové válce sestrojil analogový počítač - spirograf, který mu pomohl vytvářet animovanou grafiku. Tu pak kombinoval s hudbou a vytvářel experimentální filmy, které navazovaly na německé abstraktní animátory. Vytvořil digitální triky pro film Westworld, což bylo vůbec první užití počítačových triků ve filmu.

2 VZNIK FILMOVÝCH TITULKŮ

2.1 Titulkové kartičky v prvních filmech

Titulky hrály v počátcích filmu důležitou roli. Jelikož filmy byly němé, musel se děj dovy- světlovat, objasňovat a nastiňovat pomocí krátkých textů, jednoduchých vět na textových kartičkách. Samostatné titulky, prostříhané mezi jednotlivé filmové obrazy v minulosti umožňovaly sdělení verbálních informací v ději němých filmů. Text byl bílý na černém pozadí, jednoduše proto, že to vypadalo lépe, pokud by to bylo obráceně, text by se hůře četl, také místnost s diváky by byla silně osvětlena, což by po čase mohlo být dost nepříjemné.

Postupem času, jak se profesionalizovalo filmařské řemeslo, profesionalizovala se i tvorba „vnitřních titulků“, k jejichž tvorbě byli najímáni specializovaní typografové. Tvůrci titulků dávali přednost jednoduchým písmům s malými serifi a s neproměnlivým duktem. V textech se hojně užívaly iniciály s dekorativními doplňky a rámečky. V příloze můžete vidět typické ukázky takovýchto postupů, pocházející z filmů **The New Janitor** (1914) a **West of Hod Dog** (1924). První z nich je groteska s Charlie Chaplinem, zatímco druhá ukázka pochází z němého westernu.

Nejužívanějšími písmi pro úvodní titulky, i pro ty dějové se staly Pastel, National Old Style a později Photoplay. Písmo Pastel vzniklo v roce 1892 v méně známé písmolijně BB&S. Dodnes poměrně populární National Old Style má na starosti ATF, konkrétně pak mistrovský typograf Frederic Goudy, který je brán vedle Morrice Fuller Bentona jako nejlepší typograf své doby ve Spojených státech. National Old style hodně vycházelo z písma Goulody Old Style, jenž vytvořil o rok dříve a dodnes patří mezi fonty k bestsellerům. Písmový vzor Photoplay se začal užívat až koncem dvacátých let, autorem je Nick Curtis ze Samuel Welo's Studio, lze jej zařadit mezi práce, které vytváří most mezi dekorativním stylem a předchází dekorativnímu písmu. Ačkoliv se jedná o velice stylové, originální písmo, lze je výborně využít k sazbě krátkých textů.

Jelikož pohyb, dynamika, či jakákoliv animace v titulcích před druhou světovou válkou vůbec neexistovaly, musíme posuzovat a kategorizovat titulky výhradně podle typografických aspektů. Zatímco v hollywoodské tvorbě v USA nenacházíme příliš mnoho originálních pojetí, jinak je tomu v Evropě. Evropský film, především pak ve dvacátých letech, byl oproti zámožské tvorbě mnohem více ovlivněn avantgardními směry, expresionismem, ale i secesí a art deco. Což samozřejmě korespondovalo i se situací, která exis-

tovala například v reklamě a obalovém designu. Podle obrazové přílohy snadno můžete rozeznat, že americký filmový průmysl se spíše drží tradiční „sázené“ typografie, která odpovídala přelomu devatenáctého a dvacátého století, často v kombinaci s dekorem a stínováním. Porovnejme například titulky k filmu **Cabinet of Dr. Caligari** (1920) v evropském provedení a hollywoodském. Snadno rozeznáme, že německý originál šel v expresivním výrazu mnohem dále. Podobného výsledku se dobereme, i pokud srovnáme například dva hororové filmy, francouzské *Vampires* a amerického Frankenstein. Obrázky ke všem ukázkám naleznete také v příloze. Další ilustrativní obrázky se pak snaží zobrazit běžnou americkou produkci ve srovnání se dvěma, vizuálně velmi pokrokovými filmy Fritze Langa **Metropolis**(1927) a **M** (1931).

2.2 Profesionalizace titulků ve dvacátých letech

S nárůstem popularity filmů se titulky stále zdokonalovaly a na jejich tvorbu bylo vynakládáno stále více umu, času a prostředků, a to nejenom do jejich vizuální podoby, ale i popisné podoby. Už na přelomu dvacátých a třicátých let spousta filmařů utíká z Evropy, především pak z Německa, před nacisty a útočiště nalézají v novém světě - pochopitelně v hollywoodských filmových studiích. Příchod těchto tvůrců pak vytvořil nové impulzy v tvorbě filmových titulků, které se nyní mnohem více snažily předcházet tónu filmu a napovědět jaký žánr budou diváci sledovat. Například tučné lomené písmo, obvykle variace na frakturu, mělo evokovat horor, zatímco dekorativní, elegantní, květinová písmena pak byla využita ve filmu s motivem zamilovanosti a romantickým dějem. U westernů byl výběr písmena snadný, užívaly se nejrůznější itálieňky, toskáňky, egyptienky a vůbec úpadková písmena z třináctého století, která měla navozovat atmosféru plakátů s nápisem „Wanted“ a podobiznou hledaného psance. Svůj specifický, kreslený písmový styl pak měly animované filmy jako např. Mickey Mouse.

K filmovým titulům let dvacátých se často vrací americký režisér Woody Allen. Ve více jak třiceti svých filmech důsledně navazuje na odkazy filmových typografií dvacátých let. Pro jeho filmy se staly černé obrazovky s bílým písmem a historickou typografií stejně charakteristické, jako jazzová hudba a prostředí New Yorku. Z typografického hlediska je velmi zajímavé, že Allen více jak 30 let stále užívá ve své kinematografii jen jedno písmo - EF Windsor Elongated od písmolijny Elsnér+Flake. Takto důsledné použití vytváří pak jakýsi firemní vizuální styl, který ovšem vyplývá na povrch a odměňuje až diváky, kteří znají větší počet jeho filmových výtvorů.

2.3 Zvukový film

Přidání audio složky do samotných filmů jejich úvodní titulky v podstatě neovlivnilo, interaktivita mezi písmem, výtvarnou složkou a hudbou byla prakticky nulová. Tedy až do příchodu Oskar Fisheringa. Právě on začal experimentovat s abstraktní animací a optikou, v kombinaci s hudbou a zvukem. Tyto animace, které byly vizuálními reakcemi na poslech hudby, se staly silnými inspiračními impulsy pro titulkovou tvorbu Saula Basse a novátorskou tvorbu titulků vůbec.

3 VÝZNAMNÉ OSOBNOSTI A STUDIA TITULKOVÝCH SEKVENCÍ

3.1 Saul Bass, první motion grafik

Saul Bass (1920–1996) byl zcela mimořádným a velmi úspěšným grafickým designerem, filmařem, fotografem a především titulkovým designerem. Rozsah jeho práce je opravdu široký, vyznamenal se v klasických disciplínách jako jsou corporate design (AT&T, Minolta, United Airlines), plakát (Olympijské hry v Los Angeles v roce 1984) a obalový design (Quacker, Alcoa). Dokonce i režíroval krátké filmy (The Searching Eye, Why Man Creates). Jeho parádní disciplínou je ovšem titulkový design (The Man with the Golden Arm, Vertigo, Anatomy of a Murder, Cape Fear, Casino atd.)

Jeho titulky ukázaly nový směr a přerostly tak z pouhého výpisu seznamu lidí, kteří vytvářeli film. Ucelily celý film tím, že dokázaly zachytit prchlivou pozornost publika za pomoci vizuálně úchvatné pohybuující se grafiky. Používal v titulcích mnoho výtvarných technik, od vystřihování papírů, klasického filmování, montáží a stříhu, až po čistě typografická nebo animační řešení. Ve všech jeho pracích lze snadno vystopovat silný smysl pro typografii, grafiku, pohyb, rytmus, kompozici a barvu. Na studiích jej jistě silně ovlivnil maďarský designer György Kepes, který se hlásil k myšlenkám grafiků z Bauhausu a ruským konstruktivistickým typografům.

Bass vytvářel titulky po více jak 40 let, důležitá byla pro něj spolupráce s režisérem. Nejprve spolupracoval především s Otto Premingerem a Alfredem Hitchcockem, později si oblíbil spolupráci s Martinem Scorsesem. Ten o Bassovi prohlásil: „Redefinoval vizuální jazyk titulkových sekvencí. Jeho pohyblivé grafické kompozice spojené s hudbou, fungují jako předmluva k filmu, nastavují atmosféru a předznamenávají akci. Jeho titulky nejdou rozeznat podle nějakých jednoduchých znaků, ale jako celistvé dílo. Když jeho práce vyjede na plátno, film může skutečně začít.“ (Meggs, Philip B., ed., 6 Chapters in Design: Saul Bass, Ivan Chermayeff, Milton Glaser, Paul Rand, Ikko Tanaka, Henryk Tomaszewski; San Francisco, California: Chronicle Books, 1997).

Poté, co pracoval pro několik reklamních agentur, si po přestěhování do Los Angeles, založil vlastní agenturu pod názvem Saul Bass & Associates. Bylo to krátce po válce v roce 1946. Jeho první zakázky se týkaly tiskových výstupů, nejčastěji plakátů a reklamy pro hollywoodské filmy.

První Bassův film, na kterém udělal titulkovou sekvenci, byl *Carmen Jones*. Už v tomto debutu předjímal, že grafický design pro film by se měl brát komplexně, jako by šlo o jakýkoliv jiný komerční výrobek.

Filmy pro Otto Premingera **The Man With the Golden Arm** (1955) a **Anatomy of a Murder** (1959), vyzvedly roli titulků jako předehtu pro samotný film. Ukazoval titulky jako logické rozšíření filmu a jako možnost, jak obohatit příběh. Zároveň však reprezentovaly i znovuzrození abstraktní animace, což vedlo ke vzniku motion graphic designu.

Film **North by Northwest** vznikl v režii Alfreda Hitchcocka v roce 1959. Titulky, jak je u Hitchcocka zvykem, začínají hudbou Bernarda Herrmanna. Stoupající a sjíždějící nápisy emulují pohyb výtahů. Vertikální pohyb pak výborně kontrastuje s rozložením perspektivně uspořádaných horizontálních linií. Po čistě grafické kompozici se obraz prolne do záběru newyorského mrakodrapu, a my zjišťujeme, že horizontální linie jsou opravdu kontury budovy.

Bassovi brilantní titulky k **Vertigo**, snad jeho nejuznávanější práce vůbec, destilují celý dvouhodinový film do 150ti sekund. Saul Bass vše navrhnul tak, aby to odráželo film, který bude následovat. Když na plátně zasvítí jméno hlavní herecké hvězdy Jamese Stewarta, v druhém plánu je zobrazena obrovská ženská tvář, konkrétně záběr na její rty. Kamera pokračuje nájezdem na ženiny oči, které hledí nejprve doleva, pak doprava, a pak přímo vpřed na jméno hlavní herečky Kim Novak, jakožto vizuální naznačení voyeurismu, které se odráží v příběhu. Po nájezdu na jedno oko se barva obrazu zabarví do červena, symbolizující předzvěst krve, či vášně zobrazené ve filmu. Kamera se ještě hlouběji zaměřuje na oči, konkrétně rohovku, ve které se zobrazují geometrické kruhové obrazce. Tyto spirografické obrazce opakovaně reagují na hudební podněty, které jsou součástí hudby Bernarda Herrmanna. Poté, co kamera zabírá již celou ženskou tvář, vychází titulky opět logicky z jejich očí. Titulky tady dokážou nastavit atmosféru celého filmu a připravit diváka na záhady, zmatení, závratě a šílenství.

Psycho (1960) opět začíná s hudbou orchestru pod vedením Bernarda Herrmanna, který s Hitchcockem spolupracoval na devíti filmech. Nejspíše se jedná o jediný film vůbec, kde hrají pouze smyčcové nástroje, jde o jakousi zvukovou metaforu jednoduchého černobílého obrazu. V titulcích vidíme šedé, jednolitě pozadí, horizontální černé linie, hra na pozadí a popředí. Bílé linie mohou evokovat věžeňské mříže, mrakodrapy, jejich pohyb pak nervóznost a rozháranost. Nekoherentnost, schizofrenie a rozdělení jsou pak také typické znaky pro hlavní postavu filmu Normana Batese.

Na této práci je vidět, že v té době měl Bass velmi rád animaci silných, čistých a strukturních forem. Linie, které v titulcích vidíme, jsou ve skutečnosti šest stop dlouhé hliníkové desky, které byly sprejovány černou barvou a rozhýbány před kamerou, která vše snímala seshora. Na této práci spolupracoval Bass s typografem a kaligrafem Haroldem Adlerem, animátorem Williamem Hurtzem a kameramanem Paulem Stoleroffem. Bass využil v této sekvenci dva bezpatkové fonty Venus Bold Extended a News Gothic Bold, přičemž jsou všechny litery vyvedeny jako verzálky. Pohyb typografie byl tvořen na jednoduchých kopírkách, díky kterým mohly být typografické nápisy rozříznuty do tří horizontálních částí. Na závěr se dá říci, že se Bassovi v *Psycho* podařilo pomocí paralelních linií a písma vyjádřit temnou část lidského psyché.

O jeho mimořádné talentu, který se setkal s obdivem diváků i filmařů může svědčit i to, že v roce 1977 byl vytvořen dokumentární film **Bass on Titles** (1977), kde autor popisuje vývoj ve svých projektech a popisuje způsob jakým proměňuje statickou grafiku v motion graphic design.

3.2 Pablo Ferro, excentrická hvězda raného motion graphic designu

V šedesátých letech se objevila jedna z nejzajímavějších postav titulkového filmového odvětví. Byl jí Pablo Ferro, původem Kubánc, který však již ve dvanácti emigroval do Spojených států, přesněji do New Yorku. Záhy po příchodu se stal režisérem reklam, posléze také televizních titulků a trailerů. Nutno podotknout, že ve všech těchto oblastech opravdu vynikl. Již na jeho prvních reklamách bylo vidět, že si opravdu dobře rozumí s písmem, na rozdíl od většiny ostatních reklamních tvůrců padesátých let. O jeho talentu jistě svědčí i to, že pro jeho první titulkovou práci si jej vybral perfekcionismem posedlý, Stanley Kubrick. Hned jejich první spolupráce dopadla natolik dobře, že se dodnes uvádí jako prvotřídně mistrovské zvládnutí úkolu. Jednalo se o práci na filmu **Dr. Divnovláska aneb jak jsem se naučil mít rád bombu** z roku 1964. Děj filmu se snaží do jisté míry banalizovat panický strach z atomové války a zlehčuje důsledky nukleárního holocaustu filmařsky dokonalým způsobem, což jistě není třeba zdůrazňovat, neboť film je všeobecně velmi známý. Kubrick původně zadal Ferrovi práci pouze na traileru, nicméně s ním byl natolik spokojen, že jej poprosil i o spolupráci na titulcích. Už samotný trailer k filmu byl velice novátorský až experimentální – velice rychlý střih (trailer má stopáž asi minutu a čtyřicet vteřin, ve kterých Ferro udělal neuvěřitelných 120 střihů) filmových záběrů v kombinaci s jednotlivými slovy na černém pozadí vytvořilo silný, až hypnotizující efekt na divákovi.

Originální náhled na vizuální pojetí titulků pak ještě tedy zopakoval v samotné práci na titulcích. Původně Kubrick požadoval, aby na záběrech byly modely bombardérů a přes ně Ferro dotvořil typograficky kvalitní nápisy. Ten si nicméně prosadil, že v pozadí budou záběry z reálných letadel, které získal z archívů: atomový bombardér, který čerpá palivo ze zásobovacího letounu, nevypadá vůbec jako nemilosrdný posel smrti a vyhubení, naopak vypadá roztomile a neohrabaně, v určitých chvílích mají záběry úmyslně sexuální smysl (čerpání paliva ve vzduchu od zásobovacího letounu). Absurdita a rozšafnost těchto záběrů pak ještě vygradovala v typografickém řešení, jenž bylo na svou dobu opravdu revoluční. Kombinace extrémně tenkých tahů s velmi tučnými, naivními kresbami jednotlivých liter, jakoby dětská, vytvořená s lehkostí a hravostí, byla pro titulky novým objevem. Povedené je „logo“ filmu, a jelikož nápis je opravdu hodně dlouhý, Pablo Ferro to ještě podtrhnul tím, že v grafické podobě je text na sebe silně namačká a působí nesmyslně hutným dojmem. Již touto svou první prací se Ferro zařadil mezi autory titulkových sekvencí, kteří mohou svým přispěním přidat filmovému dílu novou narativní dimenzi.

Ve stejném roce vytvořil také vysoce kvalitní titulky k filmu *Woman of the Straw* se Seanem Connerym a Ginou Lollobrigidou. S dalším revolučním projektem přichází až v roce 1968. V titulcích pro *Aféra Thomase Crowna* přišel Ferro s dalším filmařsky novým způsobem střihu a zacházení s pohyblivým obrazem. V tomto filmu byl poprvé užit tzv. Multi-screen efekt, který se stal poté hojně užívaný, až specifický pro konec šedesátých let. Na plátně se zobrazovalo několik snímků, které na sebe mohly navazovat nebo ne, přitom byly různě oříznuty. Některé byly ještě monochromaticky kolorovány, přičemž měnily barevný tón. V těchto titulcích můžeme najít opravdu silného předchůdce motion graphic designu, a to jak pohybem jednotlivých grafických fotografických a typografických elementů, tak i působivou souhrou s hudbou. Navíc režisérovi filmu Normanu Jewisonovi efekt v titulcích natolik učaroval, že ve střížně ještě předělal část svého díla, aby jej mohl použít i ve filmu samotném.

I Ferrova další práce patří mezi mistrovské kousky. Steve McQueen, který si zahrál v Případu Thomase Crowna hlavní roli, Ferro prosadil i do dalšího případu s názvem *Bullit*, tedy detektivního thrilleru. Užití negativu, sugestivní atmosféra detektivní práce. Klasický filmový střih byl nahrazen novým postupem – kamera projíždí skrze text. Pronikáme vrstvami podobně jako detektiv, který se snaží proniknout skrze informace k pravdě.

Další kvalitní výkony předváděl Ferro také v 70tých letech, především pak na spolupráci s režisérem Kubrickem. Například v *Mechanickém pomeranči* už samotné logo dobře

vystihuje brutalitu a bizarnost příběhu.

V 80. a 90. letech bylo jméno Paul Ferra spojováno s maximální profesionalitou v kombinaci s neotřelými a inovativními postupy, nelze se tedy divit, že zakázky se jen hrnuly a často šlo o velké filmové hity s vysokým rozpočtem, u nichž se kalkulovalo se silným marketingem, např. *Man in Black*. Z poslední dekády bych upozornil především na úvodní sekvenci pro nízko-rozpočtovou komedii *Napoleon Dynamit*. Pokud uvážíme pověst Paula Ferry a jeho odevzdanost a vysoké nasazení, asi nepřekvapí, že vytvořil více jak 90 titulkových projektů, a v této době také vzniká dokonce celovečerní film, který pojednává o jeho osobnosti. O tom, že se jedná o inspirativní osobnost svědčí i to, že ve filmu mluví celá řada důležitých a slavných postav kinematografie s tím, že zmiňují, jak je tento kubánský excentrický tvůrce ovlivnil.

3.3 Maurice Binder, tvůrce vizuálního trademarku Jamese Bonda

Jedním z největších popularizátorů filmových titulků je americký tvůrce Maurice Binder, jenž se proslavil a realizoval sérii filmových titulků k akčním velkofilmům s agentem Jamesem Bondem.

Ačkoliv je rodák z New Yorku, většinu svého života žil a tvořil ve Velké Británii. Právě zde, v roce 1962 dostal šanci spolupracovat na přelomovém snímku *Dr. No*, historicky prvním filmem s agentem Bondem. Režisér si jej vybral ke spolupráci poté, co viděl jeho úvodní titulkovou sekvenci pro film **Grass is Green**, kde hravě zkombinoval slavná jména akterů s filmovými záběry batolících se dětí. Výsledek pak působil nejen úmyslně roztomile, ale zároveň měl i tvůrčí potenciál.

Ačkoliv byl původně reklamní grafik s výborným smyslem pro marketing, přešel rád k filmu, neboť zde očekával větší výzvy a zajímavější úkoly. **Dr. No** odstartoval sérii 14 filmů, díky nimž pak Binder proslavil své jméno mnohem více, než je u grafika nebo „titulkáře“ běžné. První snímek je vytvořen ve stylu, který odpovídá své době a ovlivnění popartem, podobně jako u jeho předešlé titulkové sekvence v komedii s Audrey Hepburn, **Šaráda**. Pomocí jednoduchých písmových kompozic a kruhových geometrických útvarů vyčaroval Binder iluzi ovládacího panelu v rodícím se atomovém věku. Dalo by se říci, že se jedná o jakousi pop artovou metaforu odpočítávání k nukleární zkáze.

To, co však z titulků k Bondovi udělalo ikonickou záležitostí, je jejich úvodní část s chůzí muže, který přichází zleva, vše je sledováno skrze hlaveň pistole, kde je umístěna kamera. Muž náhle udělá rychlý obrat, a vystřelí směrem na kameru, obraz, který je ohraničen

komorou pistole se závit, se zalije krví. Zde je zjevná velice silná analogie s prací Saula Basse na Vertigu. To vše navíc podbarveno typickou bondovskou hudbou, kterou jistě není třeba představovat. Bezpochyby i toto velmi výrazně napomohlo vytvořit jakousi bondovskou značku, vždyť tato scéna byla zopakována ve všech Bondových filmech a byla hojně napodobována, či parodována v mnoha dalších špionážních snímcích.

Bondovské titulkové sekvence, které předcházely filmu, dokázaly dokonale lapit diváka a upoutat jeho pozornost, Binder v nich dokázal skloubit vizualitu erotiky a typografie. Ve všech titulcích se opakuje téma polonahého, tajemně nasvíceného ženského těla, jitřící fantazií. Sexuální významy má také časté užití zbraně, jenž je zde zaměňována za falický symbol, či předmět fyzické zdatnosti a moci. Pochopitelně Binderovy práce vycházely z děje a témat samotných filmů. Např. Film *Live and Let Die* užil hojně témat woodoo, jako jsou lebky a tarotové karty. V *You Only Live Twice* jsme mohli vidět v pozadí rozteklou lávu, neboť děj se částečně odehrával v sopce. Exploze lávy pak dobře splňovala roli sexuálního dvojsmyslu, a zároveň atmosférické návaznosti na místo děje. Bondovské titulky obvykle z typografického hlediska nejsou dostatečně zajímavé, nicméně standardní typografické řešení je oživeno drobnou animací, nejčastěji rozhybáním jakoby na vodní hladině nebo hořícím ohni. Ovšemže kromě vizuální stránky se silně na výsledném WOW efektu podílela i hudba, která byla vždy svěřena do rukou těch nejlepších profesionálů.

Nutno podotknout, že po *Dr. No* další dva filmy Binder už nedostal, nahradil jej **Robert Brownjohn**, nicméně v roce 1965 vytvořil titulkový mistrovský kousek *pair-exclens* pro *Thunderball*, od té doby dostával práci na Bondovi již zcela samozřejmě, až do konce života.

Další velmi povedenou prací může být i *Barbarella* z roku 1967, kde se Jane Fonda v beztlížném prostoru vysvléká z kosmického skafandru, to vše doplněno písmem, které se také chová jako by bylo ve stavu beztíže, což jistě k tehdejším technickým možnostem muselo být velmi pracné.

Až do své smrti v devadesátém prvním roce vytvořil více jak sto filmových titulků. Jeho odvaha experimentovat s barvami, typografií, fotografiemi, technologiemi i filmovým materiálem v kombinaci s jeho vkusem a smyslem pro vizuální atraktivitu, udělaly z bondovských titulků skutečné zlato ve svém oboru.

3.4 Fritz Freelang a růžový detektiv

Fritz Freelang se do historie motion graphic designu dostal pomocí jednoho titulkového výstřelu, který jistě není třeba představovat, neboť Růžový panter je obecně dosti známý. V 60tých letech znali tohoto autora především díky animovaným groteskám Loonely Tunes a Merrie Melodies, které spadaly pod Warner Bros. A právě Warner Bros produkovala i detektivní komedii The Pink Panther (1963). Podobně jako u bondovské série se i Růžový panter stal popovou ikonou, která se rozrostla o další pokračování a televizní seriál. Freelanguv animovaný, velice trendový styl animace spolu se svéráznou a neposednou typografií, a taktéž v kombinaci s charakteristickým hudebním doprovodem od Henryho Manciniho vytvořily nadčasové dílo, snad nejpopulárnější v oblasti klasických animovaných titulků, které bylo paradoxně vyvedeno velice jednoduchou a především levnou animací.

3.5 Richard Williams, malovaná a animovaná typografie

Vedle Fritze Feelanga přišel na pole titulkové tvorby také další animátor: Richard Williams. Jeho styl plně odpovídal době, v níž animace vznikaly, tedy 60tým letem, kdy byl svět ovlivněn pop artem, komiksem a začal ukazovat svou barevnější tvář nejen na ulicích, ale také v kinech, a posléze i televizorech. Jelikož filmy na nichž pracoval, nemají tak silnou uměleckou kvalitu, a ani diváckou popularitu, jeho jméno i práce vedle Freelanga poněkud zanikají. O to více je osvěžující se k němu vrátit a prozkoumávat velice neotřelé a podnětné postupy, které vznikaly, když tento animátor postupoval způsobem jakoby grafického designéra.

Pro mne osobně je mimořádně příjemné sledovat přístup Williamse k písmu, k jednotlivým literám, které jsou v podstatě malované, nikoliv sázené, jak bychom to mohli běžně očekávat. Malovanými literami však originalita jeho stylu nekončí; používá často iniciály podobně bohaté jako ty v gotických knihách, které jsou však navíc ještě animovány, sice jednoduchým, nicméně velmi efektním způsobem. Williams tak malovanou a animovanou typografii korunuje na hlavní element celé titulkové sekvence, oživuje ji zajímavým způsobem. Zároveň informační hodnota titulků, ač někdy zbytečně, zůstává nedotčena, protože divákova pozornost je opravdu svedena na jména autorů a název filmu, a není odváděna pryč zábavnými animacemi, jako například u kolegy Freelanga.

Tento svůj způsob práce uplatnil už v roce 1965 na filmu What's New Pussycat, kde všechny tyto atributy mohl prezentovat s plnou parádou, v kombinaci se stejnojmenným songem Toma Jonese.

Obdobná práce přišla za dva roky, kdy vytvářel úvodní animovanou sekvenci pro Casino Royal. Ačkoliv šlo o zpracování knižní předlohy Flamigova prvního příběhu s Jamesem Bondem, nešlo o komedii, nýbrž o parodii. Williamsův výtvarně rozšafný, hravý a barevný styl se dokonale hodil k tomuto žánru, což dokázal i v dalších svých sekvencích. Jeho srovnávání s Fritzem Freelangem není náhodné, neboť nejenže byli původně oba animátoři s podobným stylem, ale také oba pracovali na Růžovém panterovi. V roce 1976 pak Williams přešel po Freelangovi práci na animovaných titulcích pro film *The Pink Panther Strikes Again*.

3.6 Terry Gilliam a jeho létající cirkus

Známý režisér, komik ze skupiny Monty Python, ilustrátor a též animátor Terry Gilliam je velice úspěšnou a čínorodou osobností, přičemž ve své tvorbě také inovoval pojetí klasické animace, motion designu a především titulků. Nejlépe je jeho přístup demonstrován na bizarních titulcích pro bláznivou, až dadaistickou show Monty Python.

Gilliam je Američan narozený v Minesotě a už od mládí pravidelně kupoval humoristické, bohatě ilustrované časopisy *Mad* a *Help!*, které jej jednoznačně ovlivnily i na jeho studiích na Occidental College v Kalifornii. Zde také přispíval do časopisu *Fang*; svoje práce pro tento školní fanzin poslal Harveyemu Kurtzmanovi, editorovi časopisu *Help!* A spoluzakladateli *Mad* magazínu. Odezva byla velice pozitivní, Kurtzman pozval Gilliama do New Yorku a zaměstnal jej jako asistenta editora. Právě v redakci *Help!* potkal Gilliam Johna Cleese, který jej vybídnul k připojení se do skupiny Monty Python, pro něž by měl dělat animace, jenž by byly součástí titulků a zároveň by prokládaly jednotlivé skeče. Gilliamovi výborné animace vyřezávaných obrazů zapadly do celého konceptu opravdu výborně a souzněly s komediálním, ztřeštěným pojetím. Jeho zvláštní schopností je proměnit obrazy jakýchkoliv běžných předmětů v úžasné herce, kteří nejen skvěle baví publikum, ale také prezentují potenciál a sílu kolážové stop-motion animace.

Je známo, že Terry Gilliam stále častěji odbíhal od animování a režírování kolážových obrázků k režii hraných filmů, až se to stalo jeho hlavním zaměřením. K několika filmům ještě vytvářel titulky sám, později to však přenechal jiným (např. titulky k filmu *Brazil* od Morriseta z agentury *Thing*, viz. níže), neboť i jeho zaměření se posunulo od bláznivosti směrem k závažnějším tématům.

3.7 Stephen Frankfurt, zapomenutý mistr

„Ponořil nás do příběhu, už od prvního filmového snímku“, vyjádřil se o něm Robert Muligan. Stál ve stínu velkých jmen jako Saul Bass nebo Paul Ferro, dokonce jeho titulky pro film *Alien* jsou často připisovány právě Bassovi (dokonce i v odborné literatuře). Snad je to proto, že oba měli zálibu v minimalistickém opisování děje. Na rozdíl od předešlých dvou zmíněných titulkářů, nebyla tato jeho filmová disciplína primárním zaměřením. Frankfurt byl především reklamním grafikem a dělal obvykle kampaně pro cukrářský průmysl, nicméně se dostal také ke kampaním pro filmové promítání (*Rosemarys Baby* a *Alien*) a odtud ho jeho cesta zavedla nakrátko i k titulkářskému řemeslu. Nutno dodat, že to bylo opravdu štěstí, neboť jeho tři úvodní titulkové sekvence patří do zlatého fondu.

Už první titulky “*To Kill a Mockingbird*” byli velice silnou záležitostí. Kyle Cooper dokonce při jednom interview zmiňuje, že právě tato sekvence jej navedla k tomu, aby začal uvažovat o práci v oboru grafiky nebo filmu. Producent filmu Alan J. Pakula jej najal kvůli jeho zkušenostem s kampaněmi na výrobky určené pro děti. Frankfurtoým úkolem bylo vcítit se do mysli dvou dětí, hlavních hrdinů Jema a Scouta. Brilantní na výsledku bylo především to, že to dokázal bez toho, aniž by musel děti opravdu ukázat. Namísto toho je divákovi předkládána dětská zaujatost a fantazie, promítnutá do pokladů uskladněných v krabičce od cigaret, jako jsou pastelky, panenky, kuličky a hrací harmonika. Jde o inteligentní, velice citlivý a dojemný způsob jak zachytit pocit dětské nevinnosti, což tvoří zároveň i výbornou pozici pro úvod do příběhu.

Další dva filmy, na nichž pracoval Frankfurt, byly zajímavé spíše pojetím plakátů, titulková sekvence, která však dosáhla té nejvyšší mety, byla závěrečná Frankfurtova práce - *Alien*.

Alien je vrcholná ukázka minimalisticky, přesto dokonale zvládnutého a vše říkajícího motion graphic designu. Tuto práci nevytvořil jako autor na volné noze, nýbrž v agentuře R/GAssociates, která se na takovéto projekty specializovala (popis agentury následuje níže). Jak tedy titulky vypadají? Záběr na temný, dunící vesmír, kamera zabírá málo osvětlenou planetu, zahalenou v hnědých mlhovinách. Začínají se vykreslovat jednoduché, lineární, geometrické obrazce, které vyrostou v nádherný nápis *Alien*. Tato animace nádherně sdělí typografickým způsobem oč tu půjde, zlověstný růst v zlověstné sci-fi atmosféře. Vše je zacíleno na střed obrazu, střed je oč tu jde, střed je totiž místo, kde se parazitující vetřelec nalézá - uprostřed vás. Výsledný dojem je silný, ponuré napětí, což z titulků dělá dokonalého uvaděče pro vesmírný příběh Ridleyho Scotta.

3.8 R/Greenberg Associates

V roce 1977 se bratři Greenbergové Robert a Richard rozhodli pro založení vlastní firmy, kterou pojmenovali R/Greenberg Associates. Svou dobu předběhli nejen v tom, že už od počátku plně využívali počítačové, digitální technologie, ale také v tom, že své podnikání pojmenovali jako motion graphic design. Předpoklady pro tvorbu byly ideální také v tom, že se dvoučlenný tým výborně doplňoval, Robert, kterému všichni říkají Bob, je designér, Richard kameraman a zároveň produkční. Z původních dvou zakladatelů/zaměstnanců se firma rozrostla do dnešních obřích rozměrů, přičemž za dobu své existence vytvořila více jak 400 titulkových projektů a více než 4000 reklamních spotů.

Jméno si firma získala už rok po založení, když Richard vytvořil titulkový úvod pro komiksový trhák Superman z roku 1978. V Supermanovi dokázal Greenberg potenciál počítačové grafiky pro filmový průmysl nejen v oblasti triků, ale také při animaci 3D typografie. Nápis na plátno přilétaly dravým způsobem, který kopíroval let nepřemožitelného komiksového hrdiny, pozadí pak tvořil nekonečný vesmír. Jednoduchý motion efekt nepotřeboval už nic přidávat, vše je obsaženo jen v pohybu a písmu.

V osmdesátých letech pak ještě R/GA posilovali svou pověst, jakožto firmy, která je výborná v nových technologiích a dokáže je použít, ať už pro počítačové triky nebo animované titulkové sekvence. Nicméně bratři Greenbergovi neustrnuli pouze na technologiích, jejich práce jsou velice různorodé, už kvůli lidem, kteří se u nich střídali jako zaměstnanci.

Firma R/G Associates má v oboru titulkové tvorby velkou tradici a zřejmě i nejlepší portfolio, vždyť jejich výčet je v podstatě seznam toho nejdůležitějšího, co v tomto oboru vzniklo. Jakkak by ne, vždyť ke spolupráci přizvali vždy špičky svého oboru, na titulech pro Alien to byl Stephen Frankfurt, pro Dead Zone měli Wayena Figeralda, pro titulky k Se7en u nich pracoval začínající Kyle Cooper.

Dnes už jsou titulky pro firmu okrajovou záležitostí, R/GA se přetvořila ve velkou agenturu s tisíci zaměstnanci a přesídlila nedávno z New Yorku do Kalifornie, kde vlastní pro sebe celý jeden mrakodrap. V čem však zůstávají i nadále stejní, je jejich zaměření na multimedia, nové technologie, počítačovou grafiku a zůstávají i v tomto na špici.

3.9 Iginio Lardani, spaghetti westernový grafik

S příchodem nového pohledu na westerny skrze špagetovou optiku Sergia Leoneho, přichází i nový pohled na titulky pro tento žánr. Autorem titulků k „dolarové trilogii“ je ital-

ský designér Iginio Lardani, u jehož titulkových animovaných před-filmů můžeme vystopovat analogie s Leoneho tvorbou. Především je to důraz na hudbu a celkově na audio složku, vždyť když hudbu komponuje a nahrává geniální Ennio Morricone, lze se jistě o co opřít. Jakási klipovitost se odráží i v tom, že hudba hraje v plném rozsahu, nevytrácí se, naopak určuje stopáž animace. Dalším postupem, který najdeme i u Leoneho, je italský smysl pro design; vše je nasnímano z ideálních úhlů, vystylováno a doladěno tak, aby tvořilo vizuálně estetický dojem.

Podobně jako Leone se řemeslná úroveň v každém filmu zvyšovala, zatímco v „Pro hrst dolarů“ jsou titulky ještě poměrně nesmělé, u „Good, bad and ugly“ už jde o rozmáchlý klip, v podstatě by se dalo říct, že už jde o moderně pojatý motion graphic design. Titulky působí velmi současným dojmem, ať už je to celoplošným zacházením se sytými barvami, dobovou animovanou typografií, synchronizací s hudbou i originální animací pohybu.

4 SOUČASNÍ TVŮRCI

4.1 Kyle Cooper, největší osobnost titulkových sekvencí

Režisér Zack Snyder o něm prohlásil, že jeho titulkové sekvence jsou lepší než samotné filmy, pro něž je dělá. Kyle Cooper - není pochyb, že právě on je nejuznávanějším tvůrcem současnosti v oboru filmových titulků. Jeho titulky vyšperkovaly snad všechny filmy na kterých pracoval a to jich bylo více jak 160! Filmy, jako Ostrov Dr. Moreau, Mission Impossible, trilogie Spiderman, Mumie, Superman, Úsvit mrtvých, nebo třeba z novějších horror Orphan, mají různou kvalitu. To, co je spojuje jsou ovšem propracované, atmosférické titulky Kyla Coopera. To, co znamenal Saul Bass pro filmové titulky v padesátých letech, znamenal Cooper pro titulky v druhé polovině let devadesátých a počátkem 21.století. Saula Basse mimochodem považuje za svůj vzor, shlédl se především v titulcích pro film Walk on the Wild Side (1962).

Legendární titulkový guru je příkladem toho, že uspět lze už na škole. Svoji stěžejní práci totiž vytvořil, už když studoval na univerzitě v Yalu, mimochodem jeho vedoucím byl Paul Rand, grafik kterého netřeba představovat. Touto prací byly úvodní titulky pro temný thriller Se7en. Titulky pro Se7en jsou bezkonkurenčně tím nejlepším, co se dá v devadesátých letech najít v tomto oboru: naprosto nový, nekonvenční, temný přístup, vyškrábaná typografie v kombinaci s industriálním duněním v hudbě od Nine Inch Nails vytvořil titulkovou ikonu.

Rok poté, v roce 1996, ho úspěch nakopne, a stává se spoluzakladatelem Imaginary Forces, firmy, která převzala otěže směřování titulkového designu. Firmu zakládá se dvěma kamarády z předešlé firmy R/Greenberg Associates a vydržel v ní až do doby, než založil zcela vlastní studio Prologue. Mezitím ale pomohl Imaginary Forces vyprofilovat se do nejžádanějšího studia v Hollywoodu. V IF byl nespokojen zejména proto, že se stal více manažerem ve filmové fabrice než filmařem/ kreativcem, v Prologue si oproti tomu práce pečlivě vybírá a pracuje v malém kolektivu. Tyto tři firmy (R/GA, Imaginary Forces a Prologue) byly ve svém období leadrem ve výtvarném odvětví filmových titulků.

Pojďme se podívat na Cooperovu tvorbu ještě podrobněji a zaměříme se na několik, pro něj charakteristických projektů, z nichž jsem vybral Seven, Ostrov dr Moreau, Twister, Wimbledon, Fight Club, Neviditelný na útěku, Day of the Dead a Spiderman. Na těchto příkladech se dá velmi dobře ukázat, jak tvůrce titulků pracuje, a jak by měla vypadat spolupráce mezi motion graphic designerem a filmaři.

4.1.1 Se7en

Podle časopisu New York Time Magazine jsou titulky k filmu Se7en, jednou z nejvíce inovativních prací v oblasti výtvarného umění devadesátých let. Bezpochyby jde o jeden ze dvou hlavních impulzů v oblasti titulkového odvětví. Pokud tedy Saula Basse bereme jako grafika, který změnil film v produkt, a určil, že potřebuje corporate design, podobně jako spotřební zboží a vytvořil z titulkových sekvencí něco, jako pomyslný obal, musíme brát Coopera jako inovátora druhé vlny, kdy dokázal z marketingového, řemeslně odvedeného produktu vytvořit umění a posunout tak více tento obor k videoartu.

Abychom pochopili titulkovou sekvenci, musíme vědět něco o scénáři. Obžerství, lakota, lenost, závist, hněv, pýcha a smilstvo. Sedm smrtelných hříchů. Tyto hříchy se objevily jako předloha spousty literárních, výtvarných, či divadelních děl. Se7en je označován jako strhující film o dvojici nerovných detektivů, kteří řeší záhadnou sérii vražd, motivovaných náboženským kázáním.

Díky originálnímu využití uvedených smrtelných hříchů, jako společného jmenovatele děsivé série vražd a vytvoření fascinující atmosféry, představuje americký film Se7en jeden z nejpozoruhodnějších a zároveň neúspěšnějších snímků. Tento neodolatelně mrazivý a působivě-zlověstný film má v sobě magnetismus, který vtahuje diváka do nebezpečného vyšetřování končícího soubojem s jedním z nejinteligentnějších a nejrafinovanějších zločinců filmového plátna.

Poručík Somerset má zaučit mladého a ambiciózního kriminalistu Davida Millse.

Oba jsou nasazeni na případ, který je neodvolatelně vtáhne do pomýleného a zvráceného světa psychicky vyšinutého, ale inteligentního a rafinovaného zločince Johna Doa. John Doe trpělivě plánoval některé vraždy celý rok, vybral si své oběti s nemilosrdnou precizností. Vraždy propracoval až do nejmenšího detailu. Rozhodl se krok za krokem odstraňovat špínu z morálně zkažené společnosti.

Diváci nemají výsadu toho, že rozumí o co jde, nicméně dokážou vycítit atmosféru. David Fincher chtěl už od počátku vytvořit náladu pro film přímým a nepříjemným způsobem. Ve filmu prvních 40 minut nevidíme zápornou postavu – masového vraha, proto musí titulky zaplnit tuto mezeru a snaží se vystihnout svět z vrahova pokřiveného, zlého pohledu. Tato kombinace pak vytváří napětí, které na nás působí silnějším a hrozivějším dojmem, než kdyby se vrah na plátně objevil.

Kyle Cooper říká: „Každý film řeší rozdílné problémy, proto i každé řešení pro film musí být rozdílné.“ Cooper viděl film mnohokrát, než se rozhodl jakým způsobem ztvární titulky. Sekvence se natáčela dva dny, poté se stříhala a upravovala pět týdnů. Zde je dobře vidět Cooperův smysl pro filmový střih. Extrémní přiblížení na deník, papíry, které jsou ručně popsané, vymazaná slova, znovu přepsaná, sbírku vlasů, vymazávání očí z fotek, řezání stránek, řezání otisků prstů a jejich lepení. Rychlé krátké střihy, světelné záblesky, jedno nebo dvou snímkové prostřihy s různými slovy, písmeny či čísly. Pozornému divákovi neunikne, že užívá extrémní přiblížení, poničený filmový materiál, tedy techniky, které jsme mohly vidět už u ranné abstraktní animace u takových tvůrců jako Len Lye a Stan Brakhage.

Nápisy jsou vypsány poškrábaným, trhaně se pohybujícím písmem, které je vypsáno jakoby ručně, či spíše vyřezáno nožkem do stolu. Druhý font, který můžeme vidět, je jakoby ze starého pokaženého psacího stroje. U typografie lze snadno rozeznat zálibu v úpadkových písmech devadesátých let, které však v tomto případě skvěle zapadají do grafického konceptu. Navíc oproti jiným titulkům je písmo vyvedeno ve velmi malé velikosti. Nic z toho mu však příliš neubírá na čitelnosti, viditelnosti a už vůbec ne na zajímavosti.

Promyšlenou vizuální část doprovází též výborné audio: vzdálené mechanické údery, skřeky, pazvuky, šumy, a to vše má na pozadí song od Nine Inch Nails Closer re-mixovaný Coilem a Danny Hydem.

Cooper se o titulcích vyjádřil: “Titulková sekvence k Se7ven je dobrá, především proto, že vychází z celého filmu. Ta sekvence byla vytvořena pro tento film a nefungovala by u žádného jiného filmu.“ Jde o nadčasový snímek, který přišel ve správný čas. Lze říci, že od tohoto zlomu zájem o filmové titulky vzrostl a průměrná laťka filmových titulků se pomyslně zvyšuje. Se7en se stali obdivovanými, vzhlíženými a dokonce napodobovanými titulky. Zároveň si Cooper vytvořil svůj oblíbený styl, který využil ještě v několika dalších pracích (Mimic, The Island of Dr. Moreau, Day of the Dead, The Incredible Hulk)

4.1.2 Twister

K titulkovém projektu filmu **Twister** se váže zajímavá historka z Cooperova života: jako dítě si rád vystřihoval vybraná slova ze slovníku a sestavoval z písmenek ilustrace. To se mu hodilo, když dělal titulky právě k tomuto katastrofickému hitu, ve kterém musí skupina Američanů bojovat s tornádem.

V tomto meteorologickém dramatu už titulky dokážou zjednodušeně odrážet ničivou sílu přírody, vůči níž lidé nemají možnost obrany. Ačkoliv výsledná práce vypadá z dnešního pohledu dosti archaicky, musíme si uvědomit, že použití rozhýbaného 3D písma v titulcích, vytvořilo úplně nový pohled na typografii vytvořenou v CGI. Práce byla na rok 1996 dosti pokrokovou, zajímavostí je, že v tehdejší Imaginary Forces spolupracoval na titulcích i Garson Yu, pozdější zakladatel yU&co. V zuřící bouři vidíme poletující písmena, jenž jsou lapena v osidlech tornáda, najednou se na krátký okamžik složí do smysluplného nápisu Twister, aby v mžiku byly děsivě rozfoukány do všech stran.

4.1.3 Fight Club

Titulková sekvence pro drama **Fight Club** od Davida Finchera připomíná akční adrenalinovou jízdu na atrakci, jako je horská dráha. Titulky beze stříhu nás provází šílenou jízdou po mozku hlavního protagonisty. Funguje tu změna měřítka, nejprve sledujeme obrazy s mikroskopickou velikostí, to jsou nervové dendridy, pak celé nervy a jednotlivé části mozku jako čelní lalok, přes lebku, kůži a póry, až na obličej Edwarda Nortona. Poté ještě pokračuje jízda kamery na mušku zbraně, která míří Nortonovi do obličeje. Tato jízda symbolizuje zrození schizofrenie u hlavního hrdiny.

4.1.4 Donnie Brasco

Lehce podceněné titulky z portfolia Kyla Coopera, mohou být ty ke gangsterce Donnie Brasco. Je tomu snad pro jejich tichost a subtilnost, což je něco, co u gangsterky přímo neočekáváme. Ovšem u příběhu, kde funguje napětí z morálního dilematu, které tkví v sympatiích mladého tajného policisty ke svému gangsterskému učiteli a mentorovi, něco takového funguje velmi dobře. V titulcích dobře rezonuje nálada přátelství, bratrství mezi hlavními aktéry, a to takovým způsobem, že s nimi sympatizujeme a částečně zapomínáme na brutalitu kriminálních činů.

Přepínání mezi fotografiemi a filmovými záběry můžeme snadno brát jako analogii k dualitě hlavní postavy, a zároveň jako jakýsi přepínač mezi morálními hodnotami. V písmu můžeme zaznamenat rozhozený kerning, také jako jakousi primitivní metaforu morální rozhozenosti a pochybovačnosti ve své poslání.

4.1.5 Wimbledon

Wimbledon je romantická komedie z roku 2004, možná nepatří mezi ty nejvíce diskutované, příkladné a výstavní práce Kyla Coopera, nicméně jde o velmi inteligentní, mimořádně zábavné a výborně vyvedené titulky. „Moje práce nemusí být vždy jen o krvi a očních bulvách“ glosuje Cooper dotaz, kterým se novinář ptá, proč je Wimbledon úplně jiný typ práce, než u něj očekáváme. Opět je tu ale dokonalé nastolení atmosféry filmu, přičemž zájem publika je podchycen hned od začátku. Zvuk tenisového míčku, písmo i obraz jsou skvěle načasovány.

Filmoví diváci ve filmu sledují z čelního pohledu diváky tenisu, přičemž o tom, že jde o tento sport vypovídá pouze zvuk míčku odráženého od trávniku a raketových pálek. Vtipné je pak chování diváků, kteří mechanicky a svorně otáčejí hlavu doleva a doprava, podle hry. Jde o velmi rytmické titulky, kdy zvuk míčku následuje pohyb diváků. Na rozdíl od jiných Cooperových prací jde o velmi jednoduché titulky, založené spíše na nápadu, než o efektní a originální vizualizaci. Výborné titulky pro romantickou komedii.

Kyle Cooper o sobě tvrdí, že požívá rád staré filmařské techniky, analogové kamery, stejně tak ale dokáže pracovat i s digitální technikou, např. pro film Spider-Man použil software jako Maya, Cinema4D, AAE a samozřejmě Photoshop. Nyní často pracuje i na titulkových sekvencích a intrech k počítačovým hrám jako Scarface nebo Metal Gear Solid 1, 2 a 3. Jednou si už také vyzkoušel klasické filmařské řemeslo, když režíroval film New Port South (2001).

4.2 Imaginary Forces

V roce 1996 se západní divize RGA/LA změnila na Imaginary Forces. Vůdčí osobností se stal už dříve zmíněný Kyle Cooper, pracoval zde však i Gareth Yu nebo Karin Fong.

4.2.1 Karin Fong ve vedení Imaginary Forces

Jako zakládající členka převzala po odchodu Kyla Coopera pomyslnou korunu v Imaginary Forces právě Karin Fong. Fong je režisérka a designérka pracující v New Yorku, původem je však z Kalifornie. Studovala umění na universitě v Yale, se zaměřením na grafický design, kam se posléze vrátila a v současnosti mimo jiné na fakultě School of Art také vyučuje.

Představuje více komerční stránku designera, který tvoří především pro popcornové velkofilmové projekty jako Daredevil, Ohio, The Mummy III. Pracovala také na titulcích pro americký

film *The Pink Panther 2*, což je záležitost, která je snem pro každého animátora či motion grafika. Podobně je to i s titulky pro film *Terminator Salvation*, kde výborně funguje navázání na filmy této série.

K titulcům se dostala přes Kyla Coopera, který ji nabídl práci v RGA/LA. Předtím slavila úspěch jako grafička i animátorka, především pak při práci pro televizi WGBH, kde ji oslovil motion graphic design a televizní grafika. V současnosti pracuje rovným dílem jak na televizní grafice, tak na filmových titulcích a reklamních spotech.

4.3 Prologue

Jak už jsem zmínil výše, Prologue je agentura, kterou založil Kyle Cooper v roce 2003, a kvůli které odešel z Imaginary Forces. Imaginary Forces dříve platila za největší špičku v oboru motion graphic designu a hlavně filmových titulcům. Nyní se ovšem zdá, že po Cooperově odchodu z Imaginary Forces se pomyslné žezlo přesunulo na Prologue a obě firmy, které Cooper pomáhal zakládat jsou si sobě největšími konkurenty. Původní společnost R/GA, kde Cooper začínal, se transformovala do digitální marketingové a reklamní agentury a jejich pole působnosti už je poněkud jinde.

Nicméně situace nyní je jiná než v devadesátých letech, a na trhu už existuje poměrně velké množství studií, které mají podobný záběr jako právě Imaginary Forces nebo Prologue. Navíc proniknout do tajů animované grafiky je stále jednodušší a příjemnější, takže zde nastupuje jakýsi proces laicizace, kdy každý trochu zkušený grafik může snadno přejít od statické k pohyblivé grafice.

Práce Prologue nám mohou být jistě známé, i když v tomto oboru funguje autorská anonymita. Mezi jejich titulkově silné projekty patří například *Spider-Man 2 a 3*, nebo *Day of the Dead*, *Iron Man*, *Superman Returns*, *Kiss Kiss Bang Bang* nebo *Speed Racer*.

O určitém kreditu ve světě filmu svědčí i to, že od roku 2004 dělá Prologue pravidelně grafické a výtvarné řešení při udílení Oskarů. Studio má ve svém týmu spoustu tvůrčích a talentovaných lidí, o ceny Akademie se starají Seth Kleinberg a Troy James Miller.

Další vycházející hvězdou studia a potažmo motion graphic scény je Danny Yount. Ten dokázal plně předvést svůj potenciál například na komiksovém Ironmanovi. Zde ani tak nenaplňoval splnění atributů pro výjimečné titulky, jako spíše dokázal plně prezentovat zábavnost a efektnost motion graphic designu. Koncové titulky obou Ironmanů se drží konceptu, který se razí několik posledních let u velkých a bohatých filmových trháků, a totiž -

zábavnost i po skončení příběhu. Prologue navíc dělaly ve filmu i některé vizuální efekty, především pak interface počítačů, protože GUI patří též mezi oblasti jejich zájmu.

4.3.1 Day of the Dead

Jedna z nejsilnějších prací samotného Coopera v jeho éře v Prologue je Day of the Dead. V apokalyptickém zombie horroru natočeném podle klasické filmové předlohy George A. Romera, Úsvit Mrtvých, svět zachvátila nevysvětlitelná epidemie, která likviduje světovou populaci. Mrtví se stávají zombiemi, které se potulují po městě a využívají každou příležitost dostat se ke krvi zbylé hrstky živých lidí. Kde a jak to všechno začalo, nikdo neví. Zubožená skupina těch, kteří zatím přežili v jednom městě, našla úkryt ve velkém obchodním středisku. Situace se zdá bezvýchodnou, a tak skupina hledá riskantní cestu z obklíčení.

Tento projekt zde uvádím, protože má mnohá specifika. Film byl natáčen s malým rozpočtem, což se ukázalo jako z nouze ctnost, především pak pro tvorbu titulků. Cooper dostal v titulkových sekvencích tolik prostoru, jako snad v žádném jiném projektu. Úvodní titulková sekvence totiž supluje vyprávění části příběhu. Režisér Zack Snders chtěl v úvodu vyprávět příběh o tom, jak svět zachvátí epidemie, na to ovšem už nezbyly peníze z rozpočtu. Zachránil jej právě Cooper, který to za něj udělal v titulcích, a to svým charakteristickým střihačským/grafickým stylem, který je obdobný jako u filmu The Island of Dr. Moreau, Hulk, The Invisible Man, nebo i částečně Se7ven. Dramatická atmosféra vykreslená hudbou, postupná gradace, velmi rychlé střihy s detaily buněčného štěpení a nejrůznější makroskopické tajuplné záběry. V tomto případě ještě Cooper sesbíral záběry z pouličních konfliktů po celém světě a kombinoval je s vyděšenými komentáři ve zprávách a bezmocností naplněnými výroky vlády. V kombinaci s děsivým audiem, jež vede především píseň Johnyho Cashe „Man`s Walked around“, dává výsledek, jenž je silnější, než v případě klasického filmového vyprávění. Ačkoliv jde o příběhové vyprávění, v titulcích, bez kterých by byl film neúplný, typografická část s nápisy není nikterak zanedbaná. Je vystavěna ve stylu, který bychom mohli označit za Cooperovi vlastní - silná typografie, která je jednu chvíli čitelná, vzápětí se však rozmaže jako krev na skle – tedy efekt, který není vytvořen klasickým digitálním způsobem. Práce s animovaným písmem je v titulcích natolik ikonická, že na internetových stránkách snadno nalezneme nejrůznější tutoriály a návody, které radí, jak napodobit tento efekt.

Nicméně opravdu neslýchaná věc přichází až s koncovými titulky. Příběh filmu končí happy endem, kdy se skupince lidí podaří uprchnout a cestují na bezpečný opuštěný ostrov. V této fázi však udělalo studio Prologue změnu, když do závěrečných titulků přidali největší změnu ve vyznění filmu – na ostrově čeká skupinku zkáza, nikoliv záchrana. Toto je asi největší změna ve vyznění filmu, jen za pomoci titulkové sekvence.

Prologue bez nadsázky dokáže měnit standardy pro výtvarné umění a média. Grafický design v jejich podání dokáže být zábavný, rychlý a mnohofunkční. Dokáže být strhující a elektrizující.

4.4 yU+co, komiksově titulky

Zakladatel tohoto studia, Garson Yu dokončil studium grafického designu na Universitě v Yale v roce 1987, poté podobně jako další designeři (Frankfurt, Perri, Cooper), kteří se věnovali titulkovým sekvencím, pracoval jako externista pro R/G Associates. Potom také nějaký čas pracoval Kyle Cooper v Imaginary Forces, než ve finále zakotvil ve vlastním studiu yU+co. Firma byla založena v roce 1998, a už od počátku byl jejím hlavním tématem motion graphic pro film a televizi.

Za třináct let existence studia si tvůrci stihli udělat velmi kvalitní portfolio, se spoustou úctyhodných titulkových projektů, jak pro film, tak i pro televizi. Spolupracovali na mnoha filmových hitech a se spoustou proslavených režisérů, jak Steven Spielberg, Ang Lee, John Woo nebo Ridley Scott.

Průlomový byl pro ně především rok 2006, kdy Yu vytvořil úvodní scénu s titulky pro komiksový film 300. Později toho roku společnost ještě jednou diváky příjemně překvapila a přibila do sedadel, když vytvořila titulkovou sekvenci k Watchman, opět tedy k filmu podle komiksu. Tyto titulky mají neobvyklou stopáž, trvají 6 minut. Komiks Alana Moorea Watchmen je považován za vůbec nejlepšího zástupce ve svém žánru. Natočit podle něj film bylo proto obrovskou výzvou. Hozenou rukavici nakonec zvednul Zack Snyder, muž, který si vydobyl renomé režii adaptace komiksově verze řecké historie 300: Bitva u Thermopyl. Titulky, které aspirovaly na rekord v jejich délce, jsou v podstatě pro film nepostradatelné. Jde spíše o stylizované vyprávění, které nás má dostat do děje. Ačkoliv písmo se jmény herců a štábu je vyvedeno mimořádně zdařile, pro úvodní sekvenci je jen málo podstatné. Můžeme najít reminiscenci na techniku matte titling, kdy vidíme žluté titulky, ostře odpíchnuté od pozadí, nicméně v tomto případě nejsou primitivně přidány před filmové záběry, ale jsou mezi ně složitě perspektivně zakomponovány.

Film 300 vychází ze stejnojmenného komiksu Franka Millera, který je dravým převyprávěním příběhu bitvy u Thermopyl, kde se spartský král Leonidas a jeho 300 věrných bojovníků utká s mnohonásobnou přesilou Peršanů. Slavný komiks ožívá za přispění nejmodernějších technologií, kombinujících živé herce a metodu modrého plátna, čímž dávný příběh odvahy opět povstává v celé své síle. Film i komiks jsou vizuálně velmi silná díla, která tedy nasadila titulům vysokou laťku. Na druhou stranu měli titulovní designéři usnadněnou práci v tom, že mohli použít kresby z komiksu. Ty, pomocí efektních triků udělaly ještě atraktivnější a rozhýbaly je ve 3D prostoru.

U typografického řešení také nebylo nad čím váhat, neboť komiks užívá písmo vycházející z rukopisu Franka Millera a dokázalo výborně zafungovat i v titulkové animované sekvenci. Nutno dodat, že tyto titulky posílily vlnu cross-overů, kdy si komiks a motion design jdou naproti.

Do firmy nastoupila také další velká osobnost motion graphic designa, totiž Carol Wong. Nejprve pracovala jako executive producer a vytvořila firemní divizi, která se zabývá reklamou. Po této změně přišly i další, společnost se začala orientovat i na grafiku pro televizi, začala dělat více zakázek, jako jsou identity, proma, show openery, nebo zpravodajské informace. S tímto přišel i velký redesign pro televizi CNN. Mimo jiné začali také s vizuálními efekty do filmů a spolupracovali i na tak obtížné záležitosti, jako je katastrofický film Ronalda Emmericha "The Day After Tomorrow." Úspěšná firma mohla expandovat do Hong Kongu i do samotné Číny. Garson Yu si velmi dobře uvědomuje změny, které přináší motion design do filmového umění. Možná i právě proto je zaměřen více než ostatní designéři na koncové titulky. Ty jsou obvykle podceňované vůči otevíracím, úvodním titulům, které byly obsazeny do role jakéhosi „tvůrce nálady nebo atmosféry“. Další jejich role by mohla být jakýmsi vypravěčem před samotným filmem.

Koncové titulky podle Garsona Yu mají člověka ještě na chvíli zachytit v kině a na závěr mu dát jakousi bonusovou zábavu. Koncové titulky mohou být mnohem méně narativní, musí být jasné, že film už skončil a příběh je uzavřen. Jejich výhoda dlí v tom, že poskytují také větší kreativní prostor.

Shrnující může být i jeho výrok: „Více kreativní svobody nalézám při tvorbě koncových titulků, protože u nich je potřeba, aby byly více zábavné.“

4.5 MK12

MK12 je kolektiv filmařů a designérů z Kansas City v Missouri, který tvoří jak v komerčním, tak i uměleckém odvětví. Kolektiv funguje od roku 2000, kdy skupinka kamarádů odešla ze školy, aby se mohla naplno věnovat svým projektům. Takže zatímco Kyle Cooper se prosadil už na škole, lidé z MK12 museli uměleckou školu opustit (Kansas City Art Institute), aby se dostali tam, kde dnes jsou. Zakladatelé Jed Carter, Tim Fisher, Matt Fraction a Ben Radatz k sobě později přizvali ještě designéra a hudebníka Shauna Hamontree.

Je pochopitelné, že v centru jejich zájmu leží televizní grafika, komerční reklamy, klipy a samozřejmě filmové titulky pro filmy jako *Stranger than Fiction*, *The Kite Runner*, *Holy Wars*, nebo nejnovější *James Bond - Quantum of Solace*. Především pak *Stranger than Fiction* posunuje titulkovou tvorbu dál, když některé děje ilustruje grafy, schémata a číselnými údaji. Tato práce výborně spojuje informační design s motion graphic designem.

Krátké a experimentální filmy od MK12 byly k vidění na mnoha filmových festivalech a informace o nich pravidelně zveřejňují časopisy a publikace věnující se designu. Nejčastěji zmiňován pak bývá jejich film, který vznikl ze spolupráce s newyorským malířem Brianem Alfredem, s názvem „Overload“, který byl přibrán do stálé expozice Guggenheimova muzea.

4.6 Shadowplay studio

Jedním z nejprogresivnějších studií v oboru filmových titulků je Shadoplay, kteří kvalitou svých prací několikrát dokázali, že umí hrát první ligu. Zakladatelskou dvojici tvoří Ari Sachter-Zeltzer a Gareth Smith. Oba designéři vystudovali UCLA Design Department. Kalifornii zůstali věrní a v současnosti zde sídlí i jejich studio.

4.6.1 Thank You For Smoking

Divácky velmi oblíbený a kritiky oceňovaný byl už jejich titulkový debut, při práci na *Thank You For Smoking*. Hlavní postavou filmu je Nick Naylor, úspěšný zaměstnanec velké tabákové společnosti a má v popisu práce velebit před veřejností a médií krásy kuřáctví. Díky své pohotovosti, cynickému vtipu a zkušenosti je schopen – jako každý správný ďáblův advokát – každou námitku svých odpůrců interpretovat ve prospěch zaměstnavatele. Autorem hvězdně obsazené satirické komedie je debutující Jason Reitman.

Shadowplay Studio bylo velmi malé, když dostalo tuto zakázku, dokonce sotva můžeme mluvit o studiu, neboť oba tvůrci měli pracovní prostor v obývacím pokoji Ariho matky v západním Los Angeles. Vyjadřují se o tom, že to bylo velmi pohodlné a příjemné, navíc místo bylo vždy provoněno čerstvými sušenkami. Co se dříve muselo dělat v kolektivu několika lidí, s náročnou technikou a s dostatečně velkým a vybaveným ateliérem, dokázali Shadowplay vytvořit ve dvojici v obývacím pokoji. O současné snadnosti přechodu ze statické grafiky na animovanou, svědčí i to, že veškerý software, který pro titulky potřebovali, byl Photoshop a After Effects od Adobe.

Byl to právě režisér, kdo přišel s myšlenkou, že titulky by mohly být poskládány z obalů cigaretových krabiček. Pro tvůrčí proces titulkového designu to byl skvělý výchozí bod.

Započal se tak proces vyhledávání a zpracovávání historických obalů pro cigarety, kterých bylo v USA opravdu pozeňnaně. Postupem času vyšly na povrch atributy, které jsou určující pro většinu cigaretových obalů: kombinace zlaté a červené barvy, tučné linie a grafické tvary a heraldické symboly. Pochopitelně existuje i mnoho výjimek, nicméně jde o hlavní znaky, které dodávají krabičkám jejich důstojnost, vážnost a stylovost.

V titulcích pak divák může zaznamenat i symboliku, kdy jsou krabičky cigaret přiřazovány filmovým postavám, podle jejich charakteru. Například hlavní postava Aaron Eckhard dostává obal s korunou, podle obalu „King of Spin“, jenž byl ze všech nejhonosnější. Robert Du Vall, který hraje starého vůdce firmy, má nejstarší krabičku, která je velmi elegantní až sofistikovaná. Maria Bello, jenž hraje lobistku, která je závislá na alkoholu a neustále pije víno, pak dokonale vystihuje rudý obal se symbolem rudých hroznů. Rob Lowe hraje manažera posedlého japonskou kulturou, logicky tedy dostává obal, jenž vychází z japonské vlajky.

Spolupráce s Jasonem Reitmanem se vyplatila, neboť s Shadowplay spolupracoval na všech svých filmech a vždy k oboustranné spokojenosti a s excelentním výsledkem. Jason Reitman a Gareth Smith se potkali na filmovém festivalu v Japonsku, kde oba prezentovali své krátké filmy, odtud započalo jejich přátelství. Reitman je ideálním klientem, neboť filmové titulky jsou jeho koníčkem a aktivně se o ně zajímá, jsou podle něj dělicí čarou od reklam a trailerů. S nelibostí sleduje trend filmů, které mají velmi rychlé a jednoduché titulky, nebo nemají žádné, podle něj potřebuje divák něco, kvůli čemu by alespoň věděl, že je na správném promítání.

4.6.2 Juno

Druhým jejich dílem je Juno. Juno (Ellen Page) je šestnáctiletá středoškolačka, která se potýká s nečekaným těhotenstvím. Na titulkové sekvenci pracoval opět Smith a s ním ještě výtvarnice Jenny Lee. V těchto animovaných titulcích vidím hlavní postavu, jak kráčí po chodníku a pije pomerančový džus z velké, několikalitrové láhve, což komicky kontrastuje s drobnou a roztomilou dívčí postavou.

Práce na náročných titulcích trvala skoro 8 měsíců. První věc, kterou si tentokrát Smith s Reitmanem stanovili byla hudba, která určila náladu celé sekvence. Inspirací se jím staly především některé punk rockové plakáty sedmdesátých let, které měly texturu a obsah kolem kontur. Hlavní herečka byl snímána vysokorychlostní kamerou ze spousty úhlů, přičemž šla po běžeckém pásu a pila džus. Vybraných 900 fotografií s Ellen Page pak bylo vytištěno a mnohokrát kopírováno přes xeroxovu kopírku, dokud se nedostavil kýžený efekt nízké kvality. Poté byli xeroxové kopie ručně dokreslovány, vystřihovány a následně skenovány do počítače, kde z nich byla vytvořena klasická stop motion animace a zkombinována s pozadím od Jenny Lee.

Titulkové nápisy byly také vytvořeny ručně a dodaly tak filmu velice charakteristickou typografii, což se ukázalo jako velmi dobré řešení, neboť Shadowplay pak mohli vizuál, který vytvořili pro titulky, rozšířit i na plakát, obal od DVD, soundtrack s hudbou a dvd authoring.

Shadowplay započali práce na titulcích ještě před natáčením filmu, což je poměrně neobvyklé. Zároveň jim to ale umožnilo začlenit titulky opravdu velice dobře do celého příběhu. Výsledkem je pak, že vše vypadá velice přirozeně, když sledujeme mladou Juno při její cestě na těhotenský test.

Zajímavé je, že titulková sekvence je zaměřena pouze na hlavní postavu, což napomáhá pochopit lépe její vnímání světa. Na kvalitním výsledku se dozajista podepsalo i to, že práce na Juno musela být pro grafického designéra, který začne tvořit analogovým způsobem, opravdová zábava.

4.6.3 Up in the Air

Třetí a zatím poslední spolupráce mezi Shadowplay a Reitmanem neslevila nic z kvality předešlých projektů, naopak film **Up in the Air** má titulkovou sekvenci, která opět patří do zlatého fondu. Hrdina komedie Lítám v tom, Ryan Bingham (George Clooney), je šťastný

člověk. S hlavou v oblacích neochvějně míří za splněním životního snu. Životní cíl Ryana Binghamu nám může připadat směšný. Chtěl by nalétat 10 miliónů leteckých mil a díky tomu vstoupit do elitní společnosti několika málo vyvolených. Pravděpodobnost splnění tohoto snu je velmi vysoká, protože Ryan prakticky žije v letadle. Jako zaměstnanec společnosti, která se zabývá podnikovou optimalizací, nepřetržitě létá po Spojených státech a snižuje stavy ve firmách, jejichž šéfové nemají dost odvahy na to, aby své lidi propustili sami. Později však začne trochu přemýšlet o tom, jestli by se smysl života nedal nakonec najít i na zemi.

Před prací na těchto titulcích si Gareth Smith vzal svoji spolupracovnici, designérku a ilustrátorku Jenny Lee, se kterou vytvořil kreativní dvojici už na titulcích pro Juno. Od počátku tvůrčího procesu si jasně stanovili, že by chtěli mít záběry mraků. Nejprve uvažovali o velice abstraktní variantě, nicméně ji rádi zavrhli, poté co jim Jason Reitman sehnal vysoce kvalitní záběry krajiny z letadla. V několika interview popisují výborně genezi tohoto projektu: chtěli dosáhnout jakési retro atmosféry tím, že vše navedou do tzv. Vintage stylu. První návrh, který vycházel z leteckých brožurek, byl ve výsledku dosti nezajímavý, proto zkusili experimentovat. Mimo jiné s technikou podobnou té z titulků pro Juno – za pomoci tištění a několikanásobného kopírování všech snímků, čímž chtěli dosáhnout ošuntělého, historického vzhledu.

Časování na hudbu bylo základní už od prvních skic. Proto, když se změnila úvodní píseň od Hanka Williamse na This Land is Your Land, která se sice výborně hodila k tématu filmu, musel se změnit silný retro styl grafiky v titulcích.

Mezitím v postprodukcí doladili barevnost leteckých záběrů tak, že vypadaly jako ze 70tých let. Toto pojetí tvůrce ze Shadowplay nadchlo a přizpůsobili tomu úvodní sekvenci. Inspirace pohlednicemi tedy zůstala, v titulcích najdeme rozdělení obrazovky pomocí tzv. split screenu s bílými okraji, barevné tónování i typografii jakoby z dovolené. Titulky se tedy vrátily do doby počátků levných komerčních letů v Americe, kdy létání znamenalo především romantiku a zábavu.

4.7 Gaspar Noé, filmař se zájmem od design

Gaspar Noé, francouzský filmař, který se ale narodil v Argentině, je znám především pro svůj mistrovský snímek Irreversible (2002). Uznáván je za svůj originální přístup – formální, přesto experimentální, provokativní a zároveň filozofický. Je to režisér, který je ovlivněn příklady Stanleyho Kubricka a Gerald Kargl, se kterými nalézá analogie v boření

tabu, a hledání temné a násilné strany společnosti.

Zároveň však zasáhl do motion graphic designu prostřednictvím filmových titulků ve filmu *Enter the Voith*. Zajímavé je, že režisér si libuje v tom, že opravu titulkové sekvence nepřenechává profesionálům, nýbrž si s „hraje“ sám a zkouší, kam až lze zajít při vnímání, než divák film úplně odvrhne.

Enter the Voith, podmanivý film z prostředí tokijských nočních klubů, který vypráví o životě, o smrti a o lásce. Režisér Gaspar Noé v tomto snímku posouvá hranice filmu a nabízí divákům silný zážitek. Film hraničí s totálními extrémny. Noé jakoby neznal hranic, je maximálně explicitní. Kamera se nebojí detailů, neuhýbá a veze se na současné extrémní francouzské vlně. *Enter the Voith* je hodnocen jako silně znepokojující a těžce stravitelný film. V takovém případě jsou titulky jeho dokonalou metaforou, která se dá popsat jako hypnotický, podprahový pokus na divácích.

Pro mladou generaci, která je zvyklá na rychlý střih, jej zkrátil na naprosté minimum, nápisy se na plátně objevují v délce mrknutí oka, v délce několika desetin sekundy. Střídají se šílenou rychlostí, a namísto opravdu informační funkce mohou diváka nadchnout vizualitou, to v tom lepším případě, nebo mu přivodit epileptický záchvat, to v tom horším případě.

5 FILMAŘSKY ZAJÍMAVÉ TITULKY

V tomto přehledu titulků jsem se při výběru zaměřil na nejznámější filmy, které jsem tipoval a hledal především podle literatury a webových stránek, které se věnují tomuto tématu. Nicméně selekce jednotlivých prací byla ovlivněna tím, že jsem grafický designér a tato práce je obecně o motion graphic designu, proto jsem vybíral titulky, které mají kvality z hlediska této disciplíny, popřípadě vedly k jejímu vzniku či inovaci.

Jiné hledisko by mohl nejspíš zaujímat filmař, pro nějž by nebyla tolik zajímavá typografie nebo animované sekvence, nýbrž jiné atributy. Pokusím se alespoň pro úplnost zmínit o těch nejdůležitějších.

Dejme tomu například legendární titulky k filmu Orsona Wellse *Touch of the Evil*, kdy kamera vše jede na jeden zátaž beze stříhu, a projede s hlavními postavami několik set metrů v dokonale zaranžovaném městském provozu. V takovémto případě není potřeba nějaké vynalézavosti ze strany grafika, který může odvést „pouze“ statickou typografickou práci. Tato nekonečná titulková otevíračka byla samozřejmě vícekrát napodobována, nejlépe snad v poslední době v *JCVD*, tedy životopisném filmovém portrétu Jeana Clauda Van Damma, v podstatě je podobná jako u Wellse, avšak forma je hektická, akční.

Pokud by šlo o filmařské, chcete-li kameramanské postupy, měl bych zmínit o úvodu filmu *Conversation*, u nichž vyniká nápad, že vše bude nahráno nejen na jeden záběr, ale z jednoho pohledu, z vysoké věže za pomoci ultrazoomového objektivu. Takovýto postup vytváří přitažlivý filmový náhled shora, se kterým se divák ve filmech běžně nesetká.

Další kamerový postup, který hrál svou roli při titulkových klipech, je zpomalení, tak jako například u Scosseho boxerském dramatu *Raging Bull*. Tady pro vykouzlení atmosféry stačilo pouze boxerské tancování v ringu v podání De Nira, rychlo-nahrávací kamera z něj udělala zážitek, protože pohyb působí baletní lehkostí a stříkající pot společně s rozhýbanými svaly vytváří něco krásného. To, že typografie je vyvedena v kvalitě, která odpovídá tomu nejnáročnějšímu vkusu, je nyní až druhotné.

6 ČESKÉ TITULKY

Výtvarně i formálně byly české filmové titulky v období první republiky přibližně na stejné úrovni jako v zahraničí. Ztrácat začaly filmové titulky až v období komunistické éry. Zatímco v USA v 50tých letech přišly Bassovy mistrovské práce a v 60tých letech se experimentuje s animovanými a výpravnými sekvencemi, v českých zemích je v situace, z pohledu motion grafika stejná, jak před druhou světovou válkou. Nemluvím tady o celkové kvalitě, ale o využití možnosti animace v titulcích, která zůstává nevyslyšena. Z čistě typografického hlediska jsou titulky na profesionální úrovni a snesou i ta nejvyšší kritéria, nicméně vše zůstává pouze ve statické rovině.

Naštěstí existuje samozřejmě několik výjimek. V období před rokem 1989, jsou zde dva tvůrci, kteří dokázali prolomit stojaté vody a přijít s animovanými sekvencemi jako úvod k filmovému vyprávění. Prvním je Adolf Born, který své ilustrace a malby dokázal dobře přetvořit do podoby animovaných filmů. Toho pak mohli někteří tvůrci využít k tvorbě titulkových sekvencí. Příkladem toho může být komedie Což takhle dát si špenát, klasický případ povedené titulkové sekvence, za použití klasické animace a nápadité, osobité typografie.

Druhým autorem, kterého chci uvést je Kája Saudek. Kdo chce zabít Jessi a „Čtyři vraždy stačí drahoušku“ jsou také výbornou ukázkou originálně výtvarně pojatých titulků s přesahem do motion graphic designu.

Zajímavostí je, že v této době se dělaly české titulky i pro některé zahraniční filmy, podobně jako filmové plakáty. Koncem 80tých let se do televize a do některých filmů dostala první digitální písma. Takovýto postup byl sice jednodušší, avšak na úkor kvality, digitální písma totiž ještě dost technicky zaostávala. Výsledky pak byly často dost nevkusné.

V současné době jsou titulky v ČR na dobré úrovni z hlediska typografického. Filmy mají obvykle kvalitní logo i písmo ve finálních, či koncových titulcích. Co je však stále na velmi slabé úrovni, je právě práce s písmem v rovině animace. U všech filmů, ať už v titulcích či trailerech, se stále dokola opakuje přiblížení po Z ose, nebo prolnutí pomocí průhlednosti. Nemluvě o tom, že text je obvykle umístěn na černém pozadí. Animace je obzvláštněna maximálně blur nebo glow efektem.

I v dnešní době se najdou lepší kousky, nebo práce, které ukazují nějaký posun v této oblasti. Jednoduchý geometrický motion, který lehce rozhybal logo, velmi dobře pomohl

titulkům u Samotářů. Minimalistické pojetí pohybu písma můžeme najít v titulcích Karamazovi. Jeden z lepších příkladů jsou také titulky Vše pro slávu světa a Nošovic, které vytvářelo studio Officina. Z poslední doby jsou kvalitními titulky s malým nasazením animovaného loga i ty k filmu Kuky se vrací. Pokus o efektnější a epičtější titulky nalezneme ve filmu Bathory, což je jistě dobře, protože zde by minimalistické titulky asi moc dobře neobstály. Originálně, ve stylu digitálního art brut jsou řešeny titulky k filmu Pusinky. Bohužel ani zde typografická originalita nebyla podpořena motion graphic designem a výsledek pak působí nenaplněným dojmem. Ze staticky řešených, typografických titulků bych za poslední dobu vyzdvihl především thriller Pouta.

Kvalitní práce, která směřuje k motion graphic designu je u filmu Kdopak by se vlka bál, kde se vypisuje písmo jakoby dětskou rukou. Ve filmu se pak podobným způsobem vykreslují i různé ilustrace, které doplňují děj a znázorňují dětskou fantazii. Originální tvorbu titulků pomocí motion graphic designu můžeme vysledovat u Vratných láhví, kde se text pohybuje kolem své osy, jakoby by byl natištěn na etiketu láhve.

Minimalismus v typografii a celkovém pojetí grafiky možná českému filmu svědčí, možná ne. Přesto si myslím, že české titulky v kreativě mohou jít mnohem dále. Současná situace, vypovídá spíše o naprostém nevyužití potenciálu motion design postupů. Je to snad i tím, že titulkové sekvence patří spíše do propagace filmu a marketingu okolo, takže na ně nezbyvá dostatek zájmu ze strany tvůrců. České titulky mají lyrickou, komorní, minimalistickou náladu, v hudební metafoře by šly přirovnat k jazzu. Problém je to, že v Česku nikdy ještě nezahrál pop nebo rokenrol.

U české scény by něco takového bylo opravdu zapotřebí, neboť úroveň filmových titulků je z hlediska motion graphic designu žalostně zaostalá. U televizní grafiky je situace poněkud lepší, nicméně i zde by větší variabilita a nápaditost nebyla ku škodě.

7 TELEVIZNÍ GRAFIKA

V 60tých letech byla televizní grafika ve spojených státech na vzestupu. Televizní studia už vysílala barevně, dokázala vysílat přímé přenosy, televizní kamery se rapidně zdokonalovaly. Zároveň také přišli první video přehrávače. V tomto období ve Spojených státech existovali tři hlavní televizní stanice: NBC, ABC a CBS, jež mají mimochodem dodnes stejná loga, která patří k tomu nejlepšímu co v oblasti corporate designu vzniklo. Ať už je to oko CBS, stylizovaný barevný páv logu NBS od studia Chermayeff & Geismar, jsou velmi nadčasová loga u nichž nebylo třeba dělat za posledních 50 let žádné větší změny. Stejně tak logo ABC, jež vytvořil zřejmě nejslavnější grafický designer spojených států Paul Rand patří mezi špičkové značky a řadí se k tomu nejlepšímu, co vytvořil.

Právě ve společnosti ABC vznikl nápad na animování loga. S tímto nápadem přišel Harry Marks, viceprezident a kreativní ředitel v této společnosti, později i CBS. Marks oslovil s tímto nápadem Douglase Trumbulla, jenž se proslavil především zvláštními efekty pro film 2001: Vesmírná odysea.

Trumbull vymyslel princip jak propojit grafiku se záběry z kamer. Šlo o primitivní a náročné zařízení, nicméně účinek na divákovy odpovídal náročnost. Můžeme mluvit o jakémsi zrození televizní grafiky, tato menší revoluce v televizním vysílání byla možné shlédnout v pořadu The movie of the Week, samozřejmě na Abc.

Současné televizní stanice musí dělat reklamu samy na sebe. Vždyť televizní reklama je stále ještě pokládána za tu neúčinnější, tak proč nepropagovat i sebe samého. Televizní grafika má několik brandingových způsobů, jak na sebe upozornit. Jsou to především identity, proma, tagy a bumpery.

7.0.1 TV ident

Station identifications, někdy též TV ident, sting, nebo network IDs. V česku se setkáváme také často se zmatenými názvy jako jingl, znělka či předěl. Televizní ident vychází z toho, že identifikuje stanici, která vysílá. Takovéto identity byli původně dány zákonem v USA, kde se měli všechny stanice každou hodinu pravidelně identifikovat. Postupem času to televizní marketing dokázal změnit v propagační klip, v podstatě se z jednoduché informace proměnil ve výtvarnou disciplínu.

Pokud v dnešní době mluvíme o televizním identu, chápeme to jako logo či slogan televize, zasazené do nějakého filmového či grafického motivu. Velmi často se může

jednat pouze o animované logo, jindy jde o krátký klip, kde logo hraje až druhé housle. Délka televizního identu se obvykle pohybuje v rozmezí 5ti až 10ti sekund.

7.0.2 Logobug

Je jednoduchý symbol, který je umístěn v rohu obrazovky a informuje nás o tom, jakou stanici sledujeme. V současné době je trendem dělat tyto loga nenápadné, popřípadě je na určitý čas skrývat. Dnešní moderní televizory mají obvykle názvy stanic uloženy v paměti, a proto tento identifikační symbol ztrácí na významu.

7.0.3 Promo

Jednou z nejdůležitějších součástí televizní grafiky je promo. Jde o informace a filmové ukázky, které upozorňují na nějaký zajímavý televizní pořad či film. Obvykle v nich bývá obsažena informace s názvem pořadu, datem a časem, popřípadě žánrem.

7.0.4 Lineup

Na promo navazuje televizní Lineup. Zatímco promo propaguje pouze jeden film, či pořad, Lineup jich ukazuje více, obvykle pořady pro celé odpoledne nebo večer.

7.0.5 Show opener

Podobně jako magazín má obálku nebo film má titulky, potřebují i televizní pořady tzv. Show opener, který oznámí začátek pořadu a vytvoří mezi ním a předešlým pořadem jakýsi předěl. Mezi všemi televizními pořady by měla fungovat jednotnost v grafickém výrazu.

7.0.6 Lower third

V zahraničí se spodní třetina obrazu často používá k propagaci různých pořadů a filmů. K nám toto ještě příliš nepřišlo a spodní třetina se používá hlavně k vypsání jmen zobrazovaných osob

II. PRAKTICKÁ ČÁST

Praktická část mé diplomové práce spočívá v vytvoření vizuálního stylu pro imaginární televizní stanici. Co se týče programového obsahu, předpokládal jsem, že jde o televizní kanál, kde by převažovala vizuální formální stránka nad obsahovou. V podstatě by to znamenalo, že při výběru filmů, seriálů a pořadů, by hlavní kritérium spočívalo v jejich vizuální kvalitě. Setkávali bychom se tak obvykle s dokumenty z přírody či výtvarného umění, kamerově kvalitními filmy či přitažlivými klipy.

Název pro televizní kanál jsem zvolil Hypno TV, jelikož mou snahou bylo vytvořit co nejatraktivnější obraz, který však odporuje běžným nárokům na televizní grafiku. Televizní stanice s názvem Hypno TV má být experimentem, který posunuj dále vizuální vnímání televizních kanálů. Má být jakýmsi pokusem, který otestuje divákovu zrakovou odolnost a doslova zaútočí na jeho znuděné a běžné vnímání.

Hypno TV si za vzor bere halucinogenní videa, hypnotické spirály a kyvadla, japonské seriály se stroboskopickými efekty které způsobují epileptické záchvaty, formální stránku abstraktních animovaných filmů, gif animace, extrémně rychlý střih a další bizarní použití videa, které stojí na druhém břehu oproti mainstreamové televizní grafika.

Kampaň pro Hypno TV je rozdělena do čtyř kvartálů. První kvartál se shlédnul v klasických hypnotických schématech, které mají přilákat diváka způsobem, který je na hranici se zákonem -pomocí různých hypnotizačních spirál a podprahových efektů.

Druhý kvartál vychází z podobného schématu ale upřednostňuje optické efekty, které zamotají divákovi hlavu a vytvoří mu před očima matoucí iluzi. Třetí kvartál je poněkud jemnější, když se shlédnul v příjemnějších optických iluzích, které vychází z kaleidoskopu. Poslední kvartál je reminiscencí na estetiku gifových animací, které jsou vyvedeny ve 256ti barvách a za pomoci trhané animace.

Každý kvartál má své vlastní identity a proma, pouze linup a hodiny se nemění a zůstávají stejné po celý rok. Zároveň práce obsahuje také standardní části corporate designu, jako je logo a následný design manuál. Výsledek je prezentován na DVD, kde DVD authoring shrnuje veškerou práci v jeden objekt.

ZÁVĚR

V této práci jsem chtěl především odpovědět na některé otázky, které mohou grafického designera napadnout při tvorbě filmových titulků. Přitom jsem si zároveň vytvořil všeobecný přehled v tomto oboru a prozkoumal jeho historii. Druhým cílem je pochopitelně se připravit na praktickou část diplomové práce, kde vytvářím identitu pro imaginární televizní stanici. Tato práce má velký záběr, jde tedy spíše o rozcestník, který může vést k dalším informacím.

Co se týče českého prostředí, nedostalo toto téma adekvátní prostor, z toho důvodu, že česká televizní grafika a filmové titulky používají především postupy filmařské, či klasicky typografické – opravdových motion graphic animací najdeme na tomto poli zatím málo. Musím však konstatovat mnohem lepší situaci v posledních 2-3 letech, a to především na televizních stanicích. Snad tento trend budou brzy následovat i filmové titulky.

Po prozkoumání českých filmových titulků, jsem došel k názoru, že v Česku nejspíš neexistuje dostatečně intenzivní kooperace mezi filmaři a grafiky. Nicméně v tomto bodu vidím opravdu velký potenciál naší fakulty multimediálních komunikací, kde je setkávání grafiků s filmařskými štáby naprosto běžné. Takové spolupráce pak mohou výborně doplňovat filmový výsledek (viz. spolupráce Reitman a Shadowplay studio), a mohou vznikat kompletní vizuální styly pro filmová díla, od titulků až po plakát, či DVD authoring.

Potěšitelné pro grafické designery je to, že zkušenosti, které nabrali, lze snadno přenést do motion grafiky a snadno si tak rozšířit kvalifikaci. Jejich práce mohou být díky spojení s audiem a rozložením do časové osy mnohem emotivnější, údernější a hlavně mohou mít ještě silnější příběh. Příznivý může být také proces laicizace, kdy motion graphic design mohou bez problémů zvládat lidé, kteří nejsou vystudovaní grafici. Na tom se určitě podílí zjednodušení práce s videem a user-friendly stříhačské programy. Běžní uživatelé mohou pak přidávat do svých kamerových záběrů také typografické, nebo jiné animace. Díky serverům jako Youtube, nebo vimeo, mohou všichni tvůrci, (profesionálové i amatéři), své projekty zavěsit na web a zpřístupnit je ihned milionům diváků. Troufám si říci, že toto je v současnosti po televizní grafice asi nejsilnější útočiště grafické animace.

Moje prognóza do budoucnosti z technologického hlediska je taková, že počítačová grafika půjde stále blíže ke svému uživateli, a bude stále jednodušší naučit se pracovat s takovýmto softwarem. Současné přední softwary pro tvorbu motion graphic designu, jako je After Effects nebo Combustion, budou implementovat stále více 3D prvků a součástí počíta-

tečních balíčků se stanou i takové vymoženosti, které se dnes dají získat pouze pomocí draze placených pluginů. Půjde tedy nejspíše od další krok od 2.5D grafiky směrem k 3D. Úroveň jednoduchosti a výkonnosti dnešního softwaru a hardwaru lze vyvodit už z toho, že si v dnešní době můžeme v podstatě na koleně vytvářet filmové triky, které před deseti lety zvládaly jen špičková triková studia.

Jako další, pravděpodobná budoucí prognóza se jeví častější fúze s informačním designem. Motion typografie už ukázala svou sílu, nyní je řada na informačním designu, aby demonstroval, že se lze dostat mnohem dál, než k animovaným volebním grafům.

V této práci jsem se věnoval grafické animaci, kterou můžeme vidět v kinech, popř. v televizi. Dalším velkým polem působnosti bude internet. Zatímco před několika lety, pokud někdo chtěl oživit vzhled webové stránky, musel použít obrázek ve formátu gif. Nyní vidíme na webových stránkách spoustu flashových banerů, videí a javascriptových prvků. Pro tvůrce animací a webdesignu je jistě velkým povzbuzením i to, že nové html také umožňuje mnohem více pracovat s animací a videem.

Další velká naděje pro motion graphic designery je v nové podobě časopisů, které prostřednictvím různých čteček, iPadů a elektronických, nebo oled papírů mohou zobrazovat také videa. Toto je revoluce ve vnímání čteného textu. Je dost pravděpodobné, že se dostaneme do fáze, kdy část světa bude číst magazíny a časopisy prostřednictvím čteček, zatímco technicky zaostalejší státy budou vše vydávat jen na papíře. Může být zneklidňující sledovat, jak se vytvoří další zeď mezi lidmi, po které můžeme svět rozdělit na statický a dynamický. Jeden svět otevřený statickými obrázky a druhý, který prezentuje vše multimediálně. Jistě, k tomu abychom se dostali do fáze, že tu budeme mít elektronické časopisy a noviny, je potřeba nejenom technologická, ale i kulturní úroveň. Pokud se dostaneme do tohoto bodu, bude stále více práce, a větší zájem o lidi, kteří dokáží vytvářet motion graphic design.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] AYNSLEY, J. *Pioneers of Modern Graphic Design*. Londýn: Michael Beazley, 2005. 256 s. ISBN 978-1840009392
- [2] BRAHA, Y., BYRNE, B. *Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web: Dynamic Motion Graphic Title Design*. Focal Press, 2010. 415 s. ISBN 978-0240814193
- [3] DIECKS, B. *Typography in film and video*. New Riders Publishing, 2005. 256s ISBN 978-0500512432
- [4] ERLHOF, M., MARSHALL, T. *Design dictionary*. Birkhauser Verlag, 2007. 472 s. ISBN 978-3764377397
- [5] CHRIS, M., MEYER, T. *Creating Motion Graphics with After Effects 5. vyd.* Focal Press, 2010. 768 s. ISBN 978-0240814155
- [6] KRASNER, J. *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics. 2. vyd.* Focal Press, 2008. 432 s. ISBN 978-0240809892
- [7] WOOLMAN, M. *Type In Motion 2*. Thames and Hudson, 2005. 256 s. ISBN 978-0500512432

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

Forget the Film, Watch the Titles: www.watchthetitles.com

Hill, Steven, Movie Title Screens Page: www.shillpages.com/movies/index2.shtml

The Art of the Title Sequence: www.artofthetitle.com

Internet Movie Database: www.imdb.com

Motionographer: www.motionographer.com

Movie Title Stills Collection: www.annayas.com/screenshots/

Title Design Project: www.titledesignproject.com/

Designová Studia

Kompost: www.kompostnyc.com

Imaginary Forces: www.imaginaryforces.com

Jamie Caliri: www.jamiecaliri.com

Mk12: <http://mk12.com/>

Momoco: www.momoco.co.uk

Picture Mill: www.picturemill.com

Prologue: www.prologue.com

Reel Fx Entertainment: www.reelfx.com

River Road Films: www.riverroadfilms.com

Shadowplay: www.shadowplaystudio.com

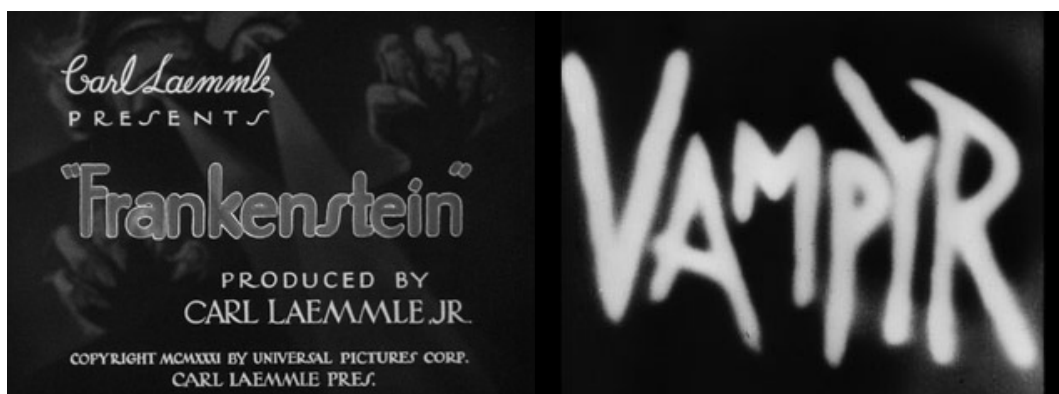
Trollbäck+Company: www.trollback.com

yU+co: www.yuco.com

OBRAZOVÁ PŘÍLOHA



Ukázka obvyklých titulků u němých filmů Intolerance (1916) a Gold rush (1925).



Srovnání expresivnosti typografie v americkém a francouzském hororovém filmu.



Výtvarně progresivní filmy Fritze Langa.



Srovnání výtvarného pojetí písma pro stejný film v americkém a evropském podání.



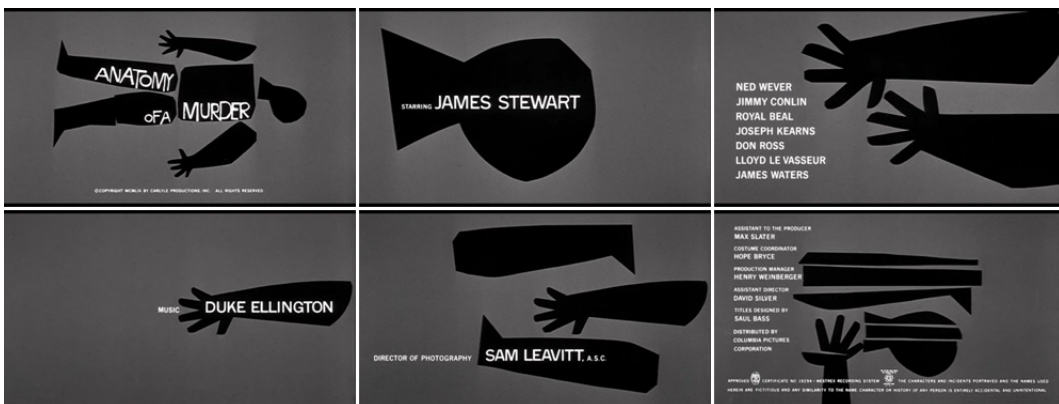
Ukázka žánrových titulků dvacátých let pro western a animovaný film.



Typografie v titulcích ve čtyřicátých letech.



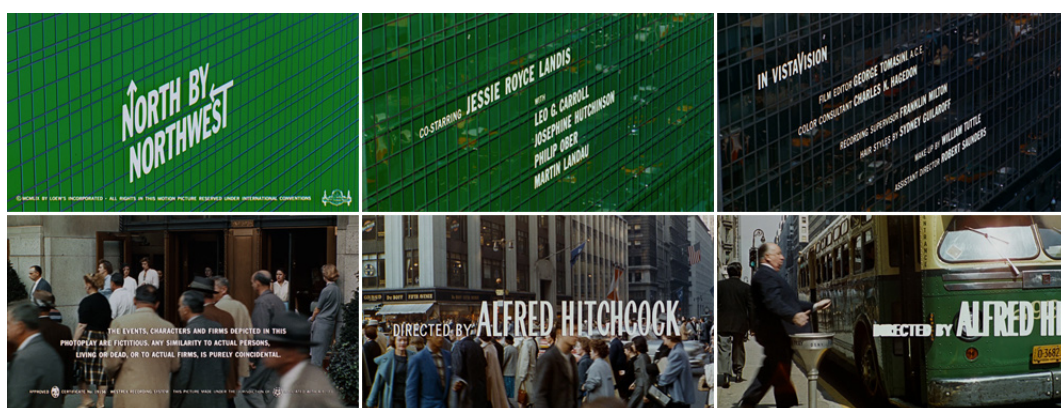
Typografie v titulcích ve čtyřicátých letech.



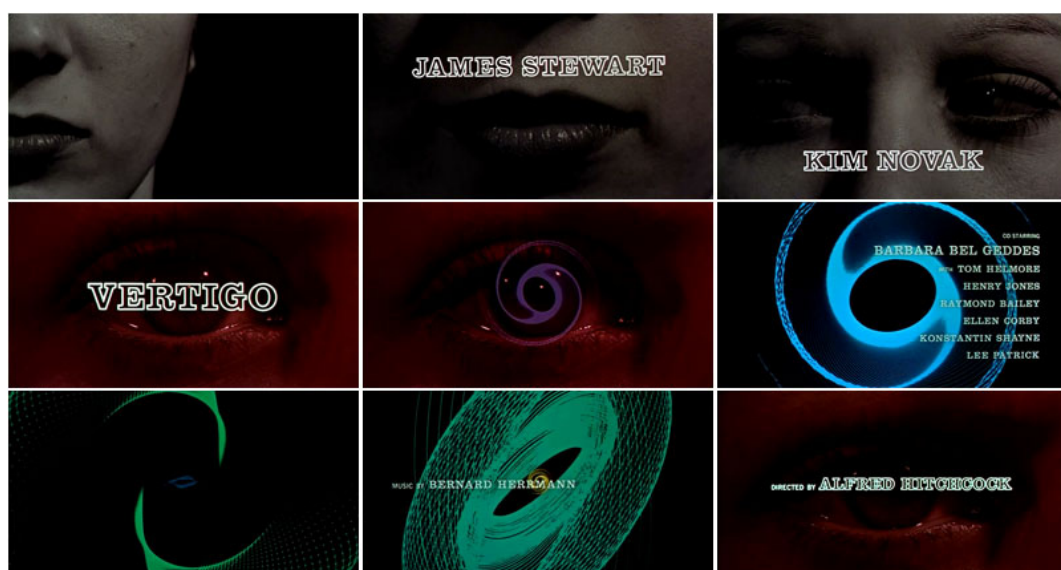
Užití grafických elementů v Anatomy of a Murder (1959) od Saula Basse.



Titulky od Saula Basse pro film Psycho (1960).



Titulková sekvence Sula Basse pro film North by Northwest (1959).



Další spolupráce Saula Basse a Alfréda Hitchcocka. V titulcích Vertiga(1958) vidíme spirgrafické obrazy, které vytvářel John Whitney.



Dr. Strangelove or: How I Learned to Stop Worrying and Love the Bomb (1959) od Pabla Ferra.



Kriminálnka Bullit, Titulky od Pabla Ferra.



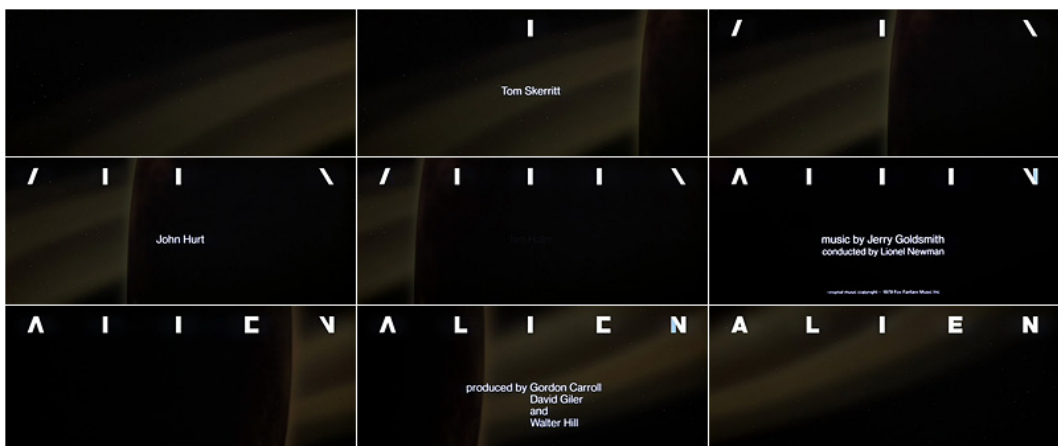
Iginio Lardani vytvořil titulkovou sekvenci pro western Il Buono, il brutto, il cattivo (1966).



Populární titulky k Barbarelle(1968) od Maurice Bindera.



Titulky k To Kill a Mockingbird (1962) od Stephena Frankfurta.



Minimalistické titulky k Alien (1979) od studia R/GA a Stephena Frankfurta.



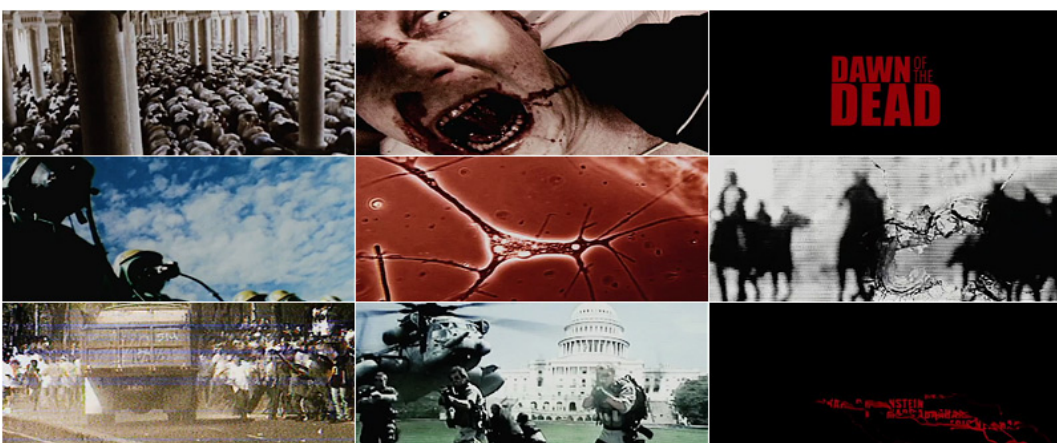
Kyle Cooper - Se7en (1995).



Kyle Cooper - Fight Club (1996).



Kyle Cooper - Donnie Brasco (1997).



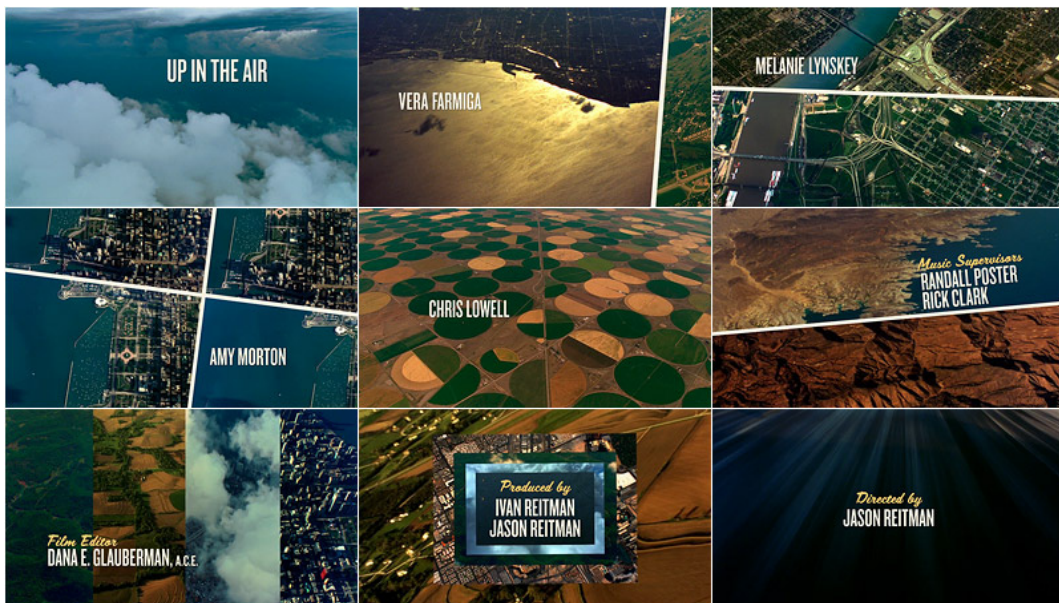
Kyle Cooper - Dawn of the Dead (2004)



Shadowplay Studio - Thank You For Smoking (2002).



Shadowplay Studio - Juno (2007).



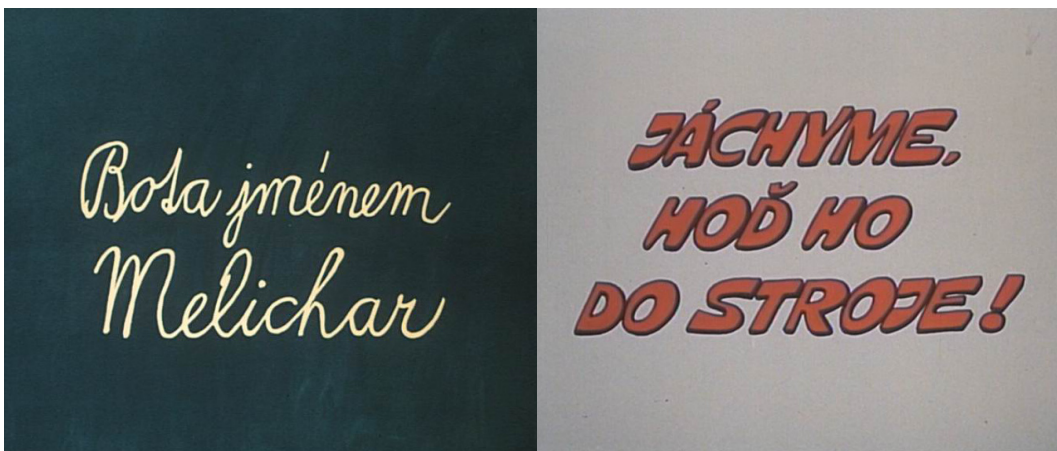
Shadowplay Studio - Up in the Air (2009).



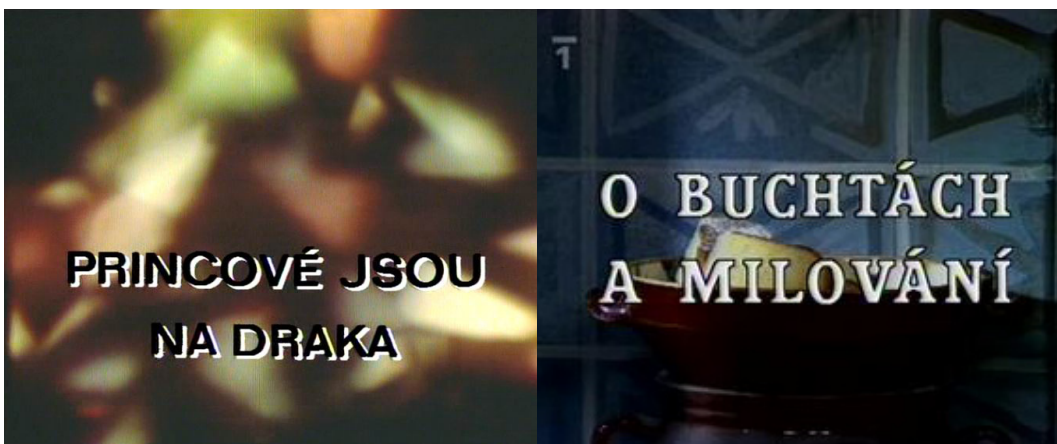
Animované titulky Adolfa Borna pro Což tahle dát si špenát. Klasické titulky Páni kluci za použití Matte Titlingu a žluté barvy v kombinaci s černým stínem.



Komiksově pojaté scény z filmu Čtyři vraždy stačí, drahoušku.



Úkázky z originálních a povedených českých titulků.



Úkázka méně kvalitní typografie v českých digitálních titulech 80tých let.