

Reklamní kampaň na vybranou knihu s využitím motion graphics

BcA. Simona Sasinová

Diplomová práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav vizuální tvorby
akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Simona SASINOVÁ**
Osobní číslo: **K10350**
Studijní program: **N 8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design - Vizuální komunikace**

Téma práce: **Reklamní kampaň na vybranou knihu s využitím motion graphics.**

Zásady pro vypracování:

- 1.Rešerše
- 2.Analýza současného problému/stavu
- 3.Postup práce, volba technologií
- 4.Vypracování projektu
- 5.Závěrečné zhodnocení projektu a jeho uplatnění v praxi

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

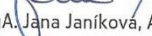
Rozsah diplomové práce: viz. Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz. Zásady pro vypracování
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:


- 1.KRASNER,Jon.Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics.Focal Press,2008
- 2.HEALEY,Matthew.Co je branding?.Slovart,2008
- 3.WIGAN,Mark.Vizuální myšlení: Umění ilustrace.Computer Press,a.s.,2010
- 4.Great New Characters.Feierabend Unique Books,2008
- 5.<http://motiongraphics.nu/>
- 6.GLEBAS,Francis.Directing the Story.Focal Press,2009

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Art. Ivan Pecháček**
Ústav vizuální tvorby
Datum zadání diplomové práce: **15. února 2012**
Termín odevzdání diplomové práce: **18. května 2012**

V Uherském Hradišti dne 5. března 2012


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




M. A. Vladimír Kovařík
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Ve Zlíně 15. 3. 2012.....

SIMONA ŠABINOVÁ 
Jméno, příjmení, podpis

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ABSTRAKT

Náplní této diplomové práce je reklamní kampaň pro knihu Abarat, kterou napsal americký spisovatel Clive Barker, s využitím fenoménu současnosti, motion graphics. Pro tento typ propagace jsem se rozhodla na základě neustávajícího rozvoje nových médií a technologií. Teoretická část se zaměřuje na postupný vývoj knihy od písma až po současné čtečky knih tzv. Ebooky. Popisuje současný stav propagace knihy. Zabývá se historií traileru a filmy, které vznikly na základě knih. Poslední, ne méně důležitá část vymezuje pojem motion graphics, popisuje jeho vývoj, současný stav a možnosti, které nám nabízí.

V praktické části jsou veškeré teoretické poznatky zpracovány a převedeny do praxe. Popisuje práci na vlastní reklamní kampani a její řešení. Výsledkem je animovaný trailer pro knihu Abarat.

Klíčová slova: Abarat, kniha, film, trailer, motion graphics, ilustrace, knižní trailer

ABSTRACT

The fill of this thesis is advertising campaign for a book Abarat that was written by American writer Clive Barker, using today phenomenon, motion graphics. I have decided for this method of propagation because of incessant development of new media and technologies. Theoretical part is focused on books development starting with font and going to E-books, new electronic readers. It describes actual state of books propagation including the history of trailer and movie that were based on this book. The last but no less important part defines the concept of motion graphics, its evolution, actual state and possibilities that it offers.

In practical part all the theoretical data are processed and transformed into practice. It describes my own advertising campaign and its solution. Result is animated trailer for the book Abarat.

Keywords: Abarat, book, movie, trailer, motion graphics, Illustration, book trailer

Čestné prohlášení

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

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně a je mým autorským dílem. Veškeré zdroje jsou řádně uvedeny v příloze.

BcA. Simona Sasinová

V Uherském Hradišti dne 18. května 2012

Vedoucí práce: Mgr. Art. Ivan Pecháček

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala svému vedoucímu diplomové práce, Mgr. Art. Ivanu Pecháčkovi, za veškerý poskytnutý čas a péči, kterou mi při plnění této práce věnoval.

Velké dík patří také všem pedagogům Univerzity Tomáše Bati, především MgA. Bohuslavu Stránskému, za odborné vedení v průběhu celého studia.

OBSAH

ÚVOD	10
I.	11
TEORETICKÁ ČÁST	11
1 URČENÍ CÍLE	12
2 KNIHA	13
2.1 HISTORIE KNIHY	13
2.1.1 <i>Pravěk a starověk</i>	13
2.1.2 <i>Středověk</i>	14
2.1.3 <i>Novověk</i>	15
2.1.4 <i>Konec novověku, počátky moderní soudobé společnosti</i>	16
2.2 SOUČASNÝ STAV A BUDOUCNOST KNIHY	18
2.2.1 <i>Kniha vs. e-books</i>	19
3 FILM A JEHO PROPAGACE	21
3.1 KRÁTKÝ ÚVOD DO HISTORIE FILMU	21
3.1.1 <i>Animovaný film</i>	24
3.1.2 <i>Motion graphics</i>	30
3.2 JAK SE DĚLÁ FILM	32
3.3 FILMOVÝ TRAILER	33
3.3.1 <i>Ocenění filmových trailerů</i>	36
4 PROPAGACE KNIHY	37
4.1 KNIŽNÍ TRAILER.....	39
4.1.1 <i>Vývoj</i>	39
4.1.2 <i>Propagace</i>	39
4.1.3 <i>Způsoby zpracování knižního traileru</i>	41
4.1.4 <i>Kde můžeme zhlédnout knižní trailery</i>	41
4.1.5 <i>Book trailers awards</i>	43
4.1.6 <i>Knižní trailery v České republice</i>	45
5 ZÁVĚR	46
II.	47

PRAKTICKÁ ČÁST	47
6 PŘEDSTAVENÍ LITERÁRNÍ PŘEDLOHY	48
6.1 CLIVE BARKER	48
6.2 ABARAT-SYNOPSE	49
7 KNIŽNÍ TRAILER.....	52
7.1 CÍLOVÁ SKUPINA	52
7.2 STORYBOARD.....	52
7.3 VÝTVARNÉ ZPRACOVÁNÍ	55
7.3.1 <i>Ruční kresba</i>	55
7.3.2 <i>Finální zpracování v PC</i>	57
7.4 LOGOTYP	60
7.5 TYPOGRAFIE	60
7.6 ANIMACE A ZVUK	61
8 DALŠÍ MOŽNOSTÍ PROPAGACE KNIHY	63
8.1 OBAL KNIHY	63
8.2 MICROSITE.....	64
8.3 ZÁLOŽKA DO KNIHY.....	65
8.4 POTISK NA TRIČKO	66
9 TECHNOLOGICKÉ ZPRACOVÁNÍ.....	67
9.1 SKENOVÁNÍ.....	67
9.2 ADOBE PHOTOSHOP CS5	67
9.3 AUDACITY	67
9.4 ADOBE AFTER EFFECTS CS5	68
ZÁVĚR	69
SEZNAM CITACÍ.....	70
SEZNAM OBRÁZKŮ	73
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	75
SEZNAM PŘÍLOH.....	76

ÚVOD

V současné době se střetáváme s různými formami propagace. Reklama již dávno není záležitostí pouze tisku, či televize. Obzvláště důležitou roly zde hraje internet. Vzhledem k tomu, že žádný produkt, nebo služba se bez kvalitní propagace neobejde, je třeba neustále přicházet s novými nápady. Především my, grafičtí designeři, jsme pod nesmírným tlakem, který na nás doléhá ze stran konkurence. Jednou z cest, jak na sebe upozornit a vymanit se z davu je motion graphics design. Tento, dalo by se říci, fenomén doslova zaplavil internet. Video se stalo efektním a účinným způsobem komunikace. Nahrává tomu fakt, že sledovanost videí jenom na Youtube měla v roce 2010 2 miliardy lidí za den. Na základě výše zmíněných údajů jsem se rozhodla svou diplomovou práci založit na motion graphics designu. Technologii, která drží krok s dobou.

Pro svou reklamní kampaň s využitím motion graphics jsem si vybrala knihu Abarat, od amerického spisovatele Cliva Barkera. Tato forma propagace knih u nás, v České republice, je stále horkou novinkou. Proto jsem se rozhodla vyzkoušet si, co všechno obnáší knižní trailer. A zdali sama dokáži zpracovat tak rozsáhlé téma, které vyžaduje znalosti a schopnosti nejen v oblasti grafického designu, ilustrace, typografii, ale i animace, střihu a zvuku. Tato práce je pro mě zcela novou zkušeností a zároveň výzvou, zdali jsem schopná vymanit se z davu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 URČENÍ CÍLE

Cílem této diplomové práce je vytvořit konkurenceschopný animovaný trailer na knihu Abarat. K tomu, abych dosáhla co nejlepších výsledků, je třeba získat dostatek informací z ověřených zdrojů. Základem jsou odborné a elektronické publikace, které by měly přispět k osvětlení dané problematiky, stejně jako kreativní myšlení a fantazie.

V této práci je především potřeba zaměřit se na způsob propagování knih u nás, v České republice. Nezbytnou součástí je také analýza historie knihy, její současný stav a budoucnost. Neměla bych opomenout vznik traileru a motion graphics designu, bez kterého by má diplomová práce nemohla vzniknout.

Hlavní výstup diplomové práce:

- Cca 1-3min. dlouhý animovaný trailer na knihu Abarat

Řešení této práce může přinést jakékoliv výsledky. Očekává se však profesionální přístup a maximální úsilí.

2 KNIHA

Co je to kniha? Jaká je její definice? Na tyto otázky se nabízí nespočet odpovědí. Dle mého názoru je kniha jedním z nejstarších přenosných prostředků pro zaznamenání a sdělování myšlenek. V současné době má kniha svou určitou podobu a každá její část svůj specifický název.

„Knihami mrtví poučují živé.“ - Francois René de Chateaubriand¹

2.1 Historie knihy

Než se začneme věnovat propagaci knihy, měli bychom si nejprve vyjasnit, co předcházelo jejímu vzniku.

2.1.1 Pravěk a starověk

Na samém počátku stojí písmo a psací látky, které byly předpokladem pro vznik knihy do podoby, jakou známe dnes. Předchůdcem byly tzv. mnemotechnické značky, které byly prvním pokusem lidstva o sdělení myšlenky svému okolí. Nejstarší písmo jako takové, které lze číst i dnes, vzniklo ve starověku v Egyptě a Mezopotámii 4000 let př.n.l. V Mezopotámii používali písmo sumerské klínové, ryté dřevěným rydlem do hliněných tabulek, které podle potřeby vypalovali. V Egyptě to bylo písmo hieroglyfické, které tesali do kamene. Ten asi o 2000 let později nahradil papyrus. Jednalo se o svitky vyráběné z dřevě rostliny *Cyperus papyrus*, které měly obrovský vliv na pozdější vývoj knihy.

Dalo by se říci, že klíčový význam zastali Féničané a to vynálezem hláskového písma. „Fénický vynález abecedy je čin světového významu. Z fénické abecedy je odvozeno zhruba 80 procent dnes známých abecedních systémů.“ [1] Féničané naučili psát i samotné Řeky, kteří zprvu fénickou abecedu přijali, ovšem postupem času ji nahradili vlastní řeckou. Tato reforma zapříčinila, že dnes píšeme a čteme zleva doprava. Řekové používali stejně jako Egyptané papyrus, později pergamen. Pergamen je vyrobený z jemné zvířecí kůže a název získal podle města Pergamon. Řekové své knihy bohatě ilustrovali. Umění ilustrace se od nich učili i samotní Římané. A jelikož si svých svitků vážili, během tří století vybudovali několik knihoven, kde své rukopisy uchovávali. „Řecké písmo a řecká kul-

¹ Zdroj: <<http://citaty.net/autori/francois-rene-de-chateaubriand/>>

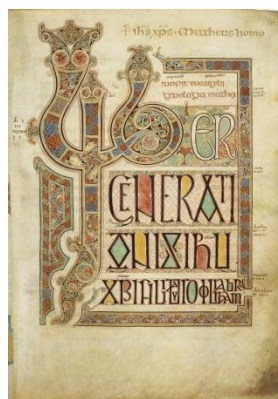
tura jsou pramenem vzniku písem i kultur řady dalších vesměs německých národů.“ [2] Na jeho základě vzniklo staroslověnské písmo hlaholice, které na území Velké Moravy přinesli bratři Konstantin a Metoděj.

„Římané poznali písmo a naučili se psát prostřednictvím Etrusků.“ [3] Etruská abeceda se poté nepřímo vyvinula k latině. Zajímavostí je, že na rozdíl od egyptských písařů, kteří měli ve společnosti vysoké postavení, ti římské byli pouze vzdělanými otroky. Tito písaři, či opisovači za sebou zanechávali mnoho úchvatných děl, přesto jen málokdy jsou signována.

2.1.2 Středověk

Počátky středověku jsou datovány kolem roku 476, kdy padla Západořímská říše. V té době začaly být pergamenové svitky nahrazovány kodexy. Což znamená, že se listy pergamentu začaly vrstvit a vázat. Tyto kodexy byly velice vzácné a práce na jednom kodexu trvala několik desetiletí. Kromě písařů se na vzniku kodexu podíleli také iluminátoři², kteří knihy zdobili iniciálami³. Iluminátoři byli ngramotní. Neuměli a ani nemuseli umět číst a psát, jejich úkolem bylo pouze malovat. Kodexy měly mnohdy hodnotu domu, protože vazby knih se bohatě zdobily zlatem a drahokamy. Tady je jasný důkaz toho, že už ve středověku měla vizuální stránka knihy svůj význam.

Na pergamen se psalo seříznutými husími brky, nebo perem z rákosí a inkoustem. Písmo, které se nejčastěji vyskytovalo, byla latinka, která měla různé odnože podle kraje, a také unciála. Mezi nejvýznamnější iluminované knihy patří Book of Kells, Book of Durrow a Book of Lindisfarne.



² (z latinského *iluminare* - osvětlovat, vysvětlovat) malíři, kteří zdobili knihy iniciálami

³ (z latinského *litera initialis*) počáteční písmeno

Obrázek 2-1: Book of Kells, Book of Durrow a Book of Lindisfarne

Ve 12. století si našel svou cestu do Evropy papír, který následně nahradil pergamen, díky levnější výrobě. Papír vznikl již cca 3000 let př.n.l. v Číně, kde postupně procházel vývojem. Papír, takový jaký známe dnes, se nejčastěji vyrábí z buničiny.

Ve 12. století, v období gotiky vzniká v Německu písmo fraktura a švabach, „ písma, která ve střední Evropě přijal knihtisk a jimiž jsou psány i tištěny naše české psané literární a knižní památky téměř až do poloviny 19. století. Odklon evropských národů od latiny a pěstování literatury ve vlastním národním jazyce si vynutil úpravy abecedy podle potřeby vlastní řeči.“ [4] Vznikají diakritická znaménka.

2.1.3 Novověk

Období novověku je pro lidstvo zásadní. Kdy nastal onen zlom, není možné s přesností na den určit. Ovšem traduje se, že počátek novověku nastal objevením Ameriky v roce 1492. Začíná nová éra ve výrobě knih. Již to není rukopis, který otevírá lidem cestu poznání, ale tištěná kniha. Za objevitele knihtisku je považován Johannes Gutenberg. Ovšem tato domněnka je mylná. Skutečný vynálezce knihtisku je čínský kovář a alchymista Pi-Šeng, který žil na počátku 11. století. „Oddělené znaky modeloval z hlíny, po vypálení je dával do železného rámu a upevňoval je horkým voskem. Později místo hlíny použil i dřevo, ale příliš neuspěl stejně jako jeho následovníci, kteří ve 13. století dělali pokusy s odléváním písmen do kovu.“ [2]

První doklad o tisku je z roku 868. Tehdy vznikl první otisk na papír, za pomoci rytého, inkoustem potřeného kamene. Tento způsob tisku byl i přesto velice složitý. Vždyť písař nejprve musel text přepsat na papír, který později otiskl na dřevo, výjimečně na kámen, a takto vytvořený, zrcadlově převrácený obraz, vyřezal z dřevěné plošky. Jakmile měl formu připravenou, mohlo se tisknout. Tudiž i přesto, že Johannes Gutenberg nebyl první vynálezce knihtisku, měl co dočinění s vylepšením této techniky. Tu dovedl k dokonalosti za pomoci jednotlivých kovových liter⁴, které sázel vedle sebe na připravenou mřížku. Původně se jednalo jen o jeho další experiment, kterým hledal cestu, jak rychle zbohatnout. První tištěnou knihu na světě vydal J. Gutenberg v Mohuči v roce 1454, tzv. 42 - řádkovou

⁴ Litera - písmeno

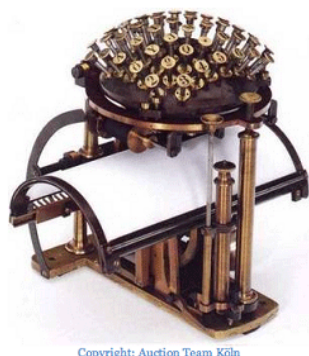
Gutenbergovu Biblii. Ta byla psána latinsky a byla bohatě zdobená. První českou tištěnou knihou byla Kronika trojánská z roku 1470.



Obrázek 2-2: Kronika trojánská

2.1.4 Konec novověku, počátky moderní soudobé společnosti

Během několika staletí došlo k rozvoji psacích nástrojů a knihtisku. V roce 1714 sestrojil Angličan Henry Mill první psací stroj, bohužel se nedochoval. V roce 1808, „vyrobil Ital Pellegrino Turri psací stroj pro svou slepou přítelkyni komtesu Carolinu Fantoni da Fivizzano, aby na něm mohla psát dopisy. Ani tento stroj již neexistuje. Zachovaly se však zmíněné dopisy, důkaz, že stroj skutečně psal.“ [3] První, komerčně prodávaný psací stroj byl od Mallinga Hansena z Kodaně, z roku 1870. Významným datem se stal rok 1873. „Mužem, který způsobil obrat ve vývoji moderního psacího stroje, byl Christopher Latham Sholes z Milwaukee ve Wisconsinu v USA. Sholes určil pořadí písmen na klávesnici, které bylo ovlivněno skutečností, že se jednotlivé klávesy často zasekávaly. Proto v angličtině nejčastější skupiny písmen jsou na klávesnici co nejdál od sebe. Sholesovo uspořádání do tzv. „qwerty“, je na klávesnicích psacích strojů a počítačů užíváno dodnes.“ [3] Sholes je také vynálezcem tzv. „shift“ klávesnice, která umožňuje psaní malými i velkými písmeny.



Copyright: Auction Team Köln

Obrázek 2-3: První, komerčně prodávaný psací stroj

V letech 1796 byl vynalezen plošný tisk, tzv. litografie. Vynálezcem byl pražský ro-
dák Alois Senefelder. Po roce 1880 se litografická technika stala základem pro tzv. ofseto-
vý tisk. Jedná se o nepřímou techniku tisku, která patří do kategorie tisku z plochy. Nejpr-
ve se připraví tiskové formy, ty se vytisknou na válec potažený pryží, až poté se může tisk-
nout na papír. Tato technika tisku je levná a umožňuje tisk i na méně kvalitní papír.

Největší úskalí stále přinášelo ruční sázení stránek. „To odstranil roku 1886 německý emi-
grant Ottmar Mergenthaler, který se v roce 1872 usadil ve Spojených Státech.“ [4] Jeho
myšlenka spočívala v tom, že by sázeč mohl psát stejně jako na psacím stroji. „Tak vznikl
první řádkový sázecí stroj, pro který se vžil název, linotype.“ [4]

Díky postupné mechanizaci docházelo k zrychlení vydávání knih, což vedlo i k zlevňování.
Knihy se vydávali nejprve jen v pevných vazbách. Později v letech 1930-31 se začali vyrá-
bět tzv. paperbacky⁵. Pro tento typ knih postupem času vzniklo mnoho termínů: Pocket
Books, Harlequin, Comic books. „Dnes podle britské asociace vydavatelů je 81% beletrie a
populárně naučné literatury vydávané jako paperbacky.“ [5] Jelikož u nás v České republi-
ce není razantní cenový rozdíl mezi knihou s pevnou vazbou a paperbackem. Upřednostňu-
jeme při koupi knihy s vazbou pevnou.

Vydavatelství u nás začalo vzkvétat díky, proměně „politického klimatu po listopadu
1989.“ [6] V bývalém Československu bylo 50 státních nakladatelských domů, dnes je v
České republice více než 2700 nakladatelství. „První soukromé nakladatelství vzniklo v
prosinci 1989. Stal se jím dnes již renomovaný nakladatelský dům Paseka.“ [6]

V první polovině 20. století nedošlo k výraznému pokroku v oblasti tisku. Zato v druhé
polovině nastává revoluce. Do hry vstupuje digitalizace a sním postupný vznik elektronic-
kých čteček., tzv. e-book reader. Tyto čtečky slouží jako čtecí zařízení pro e-books, což
jsou digitální knihy.

S prvním nápadem vzniku E-books přišel v roce 1971, Michael S. Hart, kte-
rý založil „Projekt Gutenberg.“ Vznik digitálních knih podpořil také rychlý rozvoj interne-
tu, díky kterému bylo možné publikace sdílet. Hlavně nelegálně. První čtečky elektronic-
kých knih vznikly v roce 1998. V roce 2007 se na trhu objevila elektronická čtečka knih
Amazon Kindle, která se v roce 2009 stala nejpoužívanější čtečkou na světě. Trh se rychle

⁵ Paperback – kniha s měkkou brožovanou vazbou

přizpůsobil tomuto fenoménu a jeho vývoj rychle stoupl. Za rok 2009 bylo prodáno pouze 900 tisíc e-čteček, ale v roce 2010 už to bylo cca 14 milionů, v roce 2011 cca 18 milionů.

A kde vlastně shánět e-knihy? Kamenné knihovny se tomuto trendu přizpůsobují zatím minimálně. Některé e-knihy je možné zdarma stáhnout na <http://palmknihy.cz/free/index.php>. Jiné, zvláště nové tituly je třeba nakupovat na specializovaných stránkách, <http://www.kosmas.cz/eknihy>.

Nyní zažívají e-books obrovský boom, ale pořád jsou mezi námi čtenáři, kteří dají přednost vůni papíru.

„Čteš-li knihu napoprvé, poznáš nového přítele, čteš-li ji podruhé, potkáš starého.“

- čínské přísloví⁶



Obrázek 2-4: E-books

2.2 Současný stav a budoucnost knihy

V dnešní uspěchané době se může zdát, že kniha již ztratila svou hodnotu. Ovšem opak je pravdou. Stále můžeme spatřit knihovny plné lidí, kteří si rádi přečtou knihu, která už sama o sobě má výpovědní hodnotu. A nejsou to jen staří lidé, kteří zde tráví svůj čas. Jsou to děti, teenageři, dospělí i lidé v důchodovém věku. Zkrátka, kniha je zde stále pro všechny věkové skupiny. Otázkou však je v jaké podobě.

⁶ Zdroj: <<http://citaty.net/citaty-o-knihach/>>

2.2.1 Kniha vs. e-books

Díky technologickým pokrokům se v současné době rozšířil trend elektronických čteček. Ty mají podle všeho nahradit klasickou knihu. Ale je to opravdu možné? Může být kniha, která si prošla tak dlouhým vývojem, zcela vymýcena?

Mají knihy stále budoucnost? Já si myslím, že určitě. Ano, dneska se možná můžou všichni utlouct po tom, aby vlastnili svoji vlastní čtečku knih. Vždyť je to tak strašně „in“ a „cool“. Brzy však přijdou na to, že ta chladná věc bez duše, jejíž životnost je omezená na hodiny, nám nemůže dát stejný pocit jako kniha. Vždyť to je tak něco úžasného, když si můžete koupit svoji vlastní knihu. Nejprve si celý nedočkaví představujete, jak bude vypadat, a odpočítáváte dny, kdy se dostane do prodeje. A pak. Ten pocit, když listujete stránkami, kterých se nikdo před Vámi nedotkl. Ta vůně novoty. Kniha je jenom Vaše. Tyto hřejivé pocity jsou pro ne jednoho čtenáře důležité.

„Vlastnictví papírové knihy je obecně považováno za něco víc než vlastnictví souboru.“
[7] Kniha má hodnotu trvalou, můžeme si ji vystavit v knihovně a kdykoliv si ji přečíst znova. Bylo by tohle možné i e-booků? „Bude za dvacet let vůbec k dispozici zařízení, které bude umět se současnými elektronickými knihami pracovat? Ne nadarmo odborníci tvrdí, že elektronická kniha je taková kniha, kterou si už nikdy více nepřečteme. Pokud si chceme zakládat na hodnotě knihy, budeme si kupovat knihu papírovou, jejíž cena může mimochodem s časem narůstat.“ [7]

Tyto zásadní fakta jasně ukazují, proč e-booky nemůžou knihu z poctivého papíru zcela nahradit. Možná, že se na nějaký čas její prodej omezí, ale my věrní, budeme stále statečně přenášet ty „stokilové“ knihy ve svých taškách.

Nicméně se nedá popřít fakt, že tyto čtečky existují a postupně ovládají český trh. I když stále ne tak výrazně jako je tomu v zahraničí. I přesto je třeba s tímto trendem počítat do budoucna. Zatím nás však může uklidňovat fakt, že podle průzkumu je Česko stále rájem knih.

Rozvoj e-booků byl jeden s faktorů, který mě přiměl zabývat se touto závěrečnou prací. Hlavní příčinou, proč jsou elektronické čtečky tak populární, je to, že jde o něco nového. Něco co má jen málo z nás. Ne každý si toto zařízení stále může dovolit. Tento fakt tomuto fenomenu přidává na exkluzivitě. Ke všemu v médiích o nich neustále slyšíme, jako o novém nástupci klasické knihy.

Ruku na srdce. Obyčejná, papírová kniha zůstane papírovou knihou. Už nás ničím novým překvapit nemůže. V současnosti je dokonalá ve všech ohledech. A tak nám nezbývá nic jiného, než využít moderní technologie k její propagaci. Zasáhnout do světa internetových čtenářů a připomenout jim, co je kniha a jaké je její kouzlo. K tomu nám kromě jiného může pomoci stále se více rozvíjející knižní trailer. Je totiž dobře známo, že video je jedna z nerychlejších forem komunikace.

3 FILM A JEHO PROPAGACE

Stejně jako jsme si v první kapitole definovali knihu, v této bychom si měli říci co je to film. Film tvoří sekvence obrázků zachycujících pohyb, sestříhaných do souvislého děje, zaznamenaná na přenosném médiu, určenému k promítání.

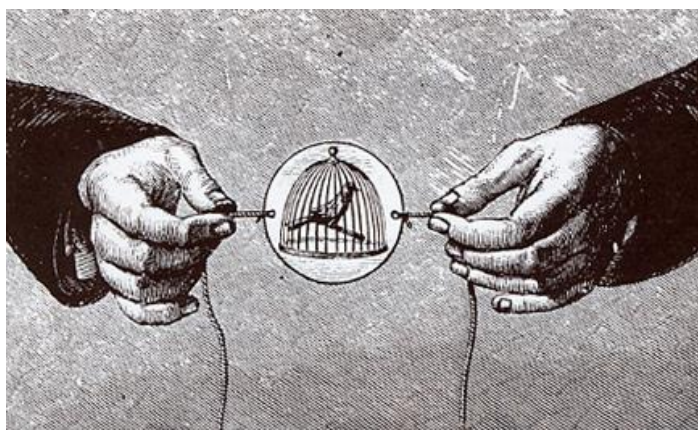
Dříve, než se začneme zabývat tím, proč je výhodné propagovat knihu za pomoci pohybu, bylo by příhodné, věnovat chvilku jeho historii.

„Má-li film úspěch, je to byznys. Nemá-li úspěch, je to umění.“ - Carlo Ponti⁷

3.1 Krátký úvod do historie filmu

Film je dnes běžnou součástí našich životů. Díváme se na něj v televizi, chodíme do kina, stahujeme z internetu a místy kupujeme na DVD. Ale není tomu tak dávno, co byl film pouze krátkým záznamem pohybu.

Fascinace pohyblivým obrazem a zájem o mechanické hračky zde byl odjakživa. Již v 17. století se objevily první jednoduché pohyblivé obrazy. Mezi vynálezy, které měly vliv na vývoj filmu, patří tzv. thaumatrop, „znamenající „kroužící kouzlo“. Byl vynalezen v roce 1826 a skládal se z lepenkového kruhu“ [8], ten byl po stranách upevněn provázky. Jakmile se uvedl kruh do pohybu, obrázky, které byly po obou stranách kruhu, se sloučily v jeden.



Obrázek 3-1: Thaumatrop

⁷ <http://citaty.kukulich.cz/temata/film>

Phenakistoskop, vynálezce byl v roce 1832 Belgičan Joseph Plateau. Phenakistoskop „tvořil kruh se zářezy po jeho vnějším okraji, pod nimiž byla řada obrázků.“ [8] Jakmile se tento kruh rozpochoval, pohledem do zrcadla skrz zářezy se obrazy proměnily v animaci.

V roce 1834 přišel anglický vynálezce William George Horner s vylepšenou verzí stroboskopu, tzv. zoetropem. Přístrojem, který, nahradil kruh se zářezy phenakistoskopu pruhem kreseb, které se při pohledu otvory otáčejícího se bubnu zdánlivě pohybovaly.“ [8]

Rok 1877 je připsán praxinoskopu. Dalo by se říci, že to byl předchůdce dnešního projektoru. Autorem tohoto vynálezu byl Francouz Charles Emil Reynaud.

Ovšem zásadní vliv na film měla fotografie (1826) a Laterna magica. Jednoduchý přístroj, který má své kořeny již v 17. století a za jehož pomoci je promítán obraz diapozitivu. Právě tento vynález zapříčinil vznik kinematografu. Přístroje, díky kterému mohli bratři Lumiérové 28. prosince 1895 v Grand Café v Paříži představit první filmové promítání. I když se ve skutečnosti jednalo o projekci deseti několika sekundových dokumentů, můžeme říci, že tehdy se zrodil film.



Obrázek 3-2: *Laterna magica*

V průběhu let se film rozšířil do dalších zemí světa. Jeho obliba rostla. Což vedlo k jeho postupnému rozvoji a vzniku filmových studií. Už se netočily filmy, které jen zaznamenávaly určitý pohyb. Film se začal vyprávět. Autorem prvního filmu s příběhem byl George Méliés, průkopník hororu a science fiction. Mezi jeho nejznámější film patří *Cesta na Měsíc* z roku 1902. Filmy byly z počátku němé, děj byl mnohdy doprovázen jednoduchým textem vloženým do filmu, pomocí titulkových kartiček. Tyto kartičky, se staly předchůdci filmových titulků. Kulisou byla živá hudba pianisty, linoucí se do sálu.

Avšak v říjnu roku 1927 nastala filmová revoluce. Film *Jazzový zpěvák* přinesl obecnstvu první mluvené slovo. Co se týče barevného filmu, ten se pro své vysoké náklady nejprve neuchytil, a tak mnoho režisérů dávalo přednost černobílému filmu až do sedmdesátých let.



Obrázek 3-3: Záběr z filmu Cesta na Měsíc a Jazzový zpěvák

S rostoucím počtem filmů a především filmových studií, vznikaly nové pracovní funkce a odvětví spojené s jeho tvorbou. Filmový průmysl se rozšiřoval a postupné zdokonalování techniky a vznik nových technologií odboural veškeré jeho zábrany. V dnešní době si můžeme vybírat na co půjdeme do kina. Nejsme již odkázáni na jeden film, či žánr. Filmová studia natáčejí jeden velkoilm za druhým. Ceny těchto filmů šplhají do nekonečných výšin a jejich výdělek mnohdy předčí veškerá očekávání.

Mezi nejdražší filmy světa patří:

5. Letopisy Narnie: Princ Kaspian (2008) a Piráti z Karibiku: Truhla mrtvého muže (2006) – s rozpočtem 225 milionů dolarů
4. Avatar (2009) – s rozpočtem 237 milionů dolarů
3. Harry Potter a princ dvojí krve (2008) – s rozpočtem 250 milionů dolarů
2. Spider-man 3 (2007) – s rozpočtem 258 milionů dolarů
- 1. Piráti z Karibiku: Na konci světa (2007) – s rozpočtem 300 milionů dolarů**

Mezi nejúspěšnější filmy světa patří:

5. Transformers 3 (2011) – tržba 1,114,558,779 dolarů
4. Pán prstenů: Návrat krále (2003) – tržba 1,119,102,868 dolarů
3. Harry Potter a Relikvie smrti-část 2. (2011) – tržba 1,327,655,619 dolarů
2. Titanic (1997) – tržba 1,835,300,000 dolarů
- 1. Avatar (2009) – tržba 2,781,505,847 dolarů**



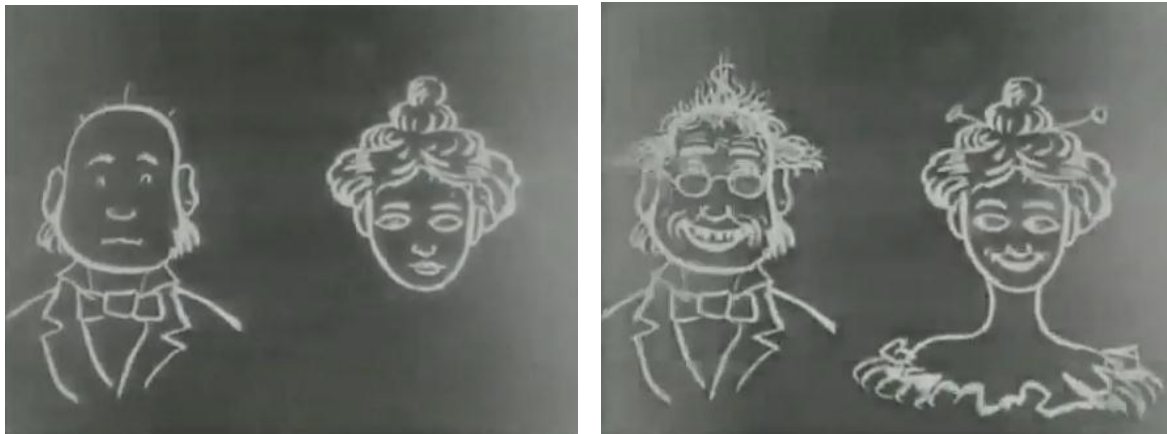
Obrázek 3-4: Scéna z nejúspěšnějšího filmu světa, Avatar

3.1.1 Animovaný film

„Animovaný neboli kreslený film je nejstarší formou pohyblivého obrazu,“ [8] neboť před vynálezem fotografie nebylo možné docílit pohybu jinak, než ruční kresbou. Kouzlo animovaného filmu spočívá v jeho volnosti a svobodě autorova vyjádření. Kreslený film nepodléhá žádným pravidlům či zákonům. Ilustrátor si neláme hlavu nad tím, zdali pohyb, který svou kresbou vyjádřil je podle skutečnosti. Jeho způsob výtvarného projevu je bez omezení a dělá autora jedinečným.

První animované představení se konalo 28. října roku 1892. Tehdy představil, Francouz Emile Reynaud, vynálezce praxinoskopu, v pařížském muzeu Grévin své Optické divadlo.

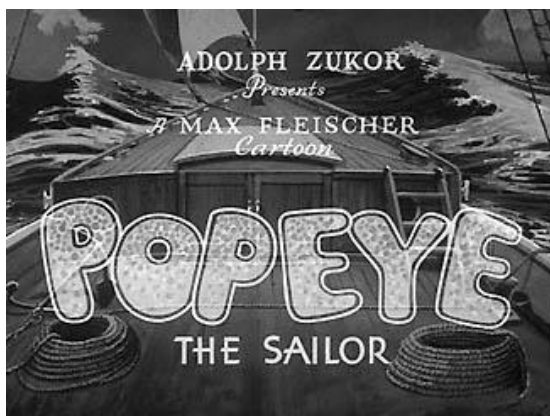
Kreslené filmy byly zpočátku velice jednoduše kresleny, tzv. čárové kresby se ovšem těšily velké oblibě. V roce 1906 to byl J. Stuart Blackton, který představil kreslený film, Humorous phases of funny faces, který líčil pouze komické výrazy.



Obrázek 3-5: *Humorous phases of funny faces*

Mezi významné rané animátory také patřil Émil Cohl nebo Geogrese Mélièse, kteří zkoumali možnosti nových technologií. „Émile Cohl začínal jako novinový kreslíř, později spolupracoval se studiem Gaumont jako autor hraných, kreslených a trikových snímků. V roce 1907 natočil populární trikový snímek Závod dýní (La course aux potirons).“ [9]

Až do příchodu počítače byl animovaný film časově velice náročný. Když si představíte, že jedna sekunda se rovná dvaceti čtyřem jednotlivých obrázků, tudíž desetiminutový příběh potřebuje 14 400 obrázků, nebylo pochyb, že vytvořit kreslený film stálo obrovské úsilí. „Tato technika se velmi zjednodušila vynálezem ultrafánů.“ [8] Což jsou průhledné celuloidové fólie. Ty fungovaly tak, že se jednotlivé sekvence pro gesto, či okamžik nakreslily na fólie a ta se poté vyfotografovala na určitém pozadí. Tuto techniku ve své tvorbě používali také bratři Dave a Max Fleischerovi. Ti si po první světové válce založili filmové studio a „ od roku 1925 natáčeli zvukové filmy. Zejména kreslené populární písničky tzv. screen song a grotesky s oblíbeným hrdinou Pepkem námořníkem.“ [9]



Obrázek 3-6: Animovaný seriál, *Pepek námořník*

Mezi významné kreslené postavičky patřil kocour Felix od Australského kreslíře Patricka Sullivana, kterého později nahradil Mickey Mouse od Walta Disneyho.

„Dívky mě nudily a stále nudí. Miluji Mickey Mouse víc, než kteroukoli ženu, již jsem kdy poznal.“ – Walt Disney⁸

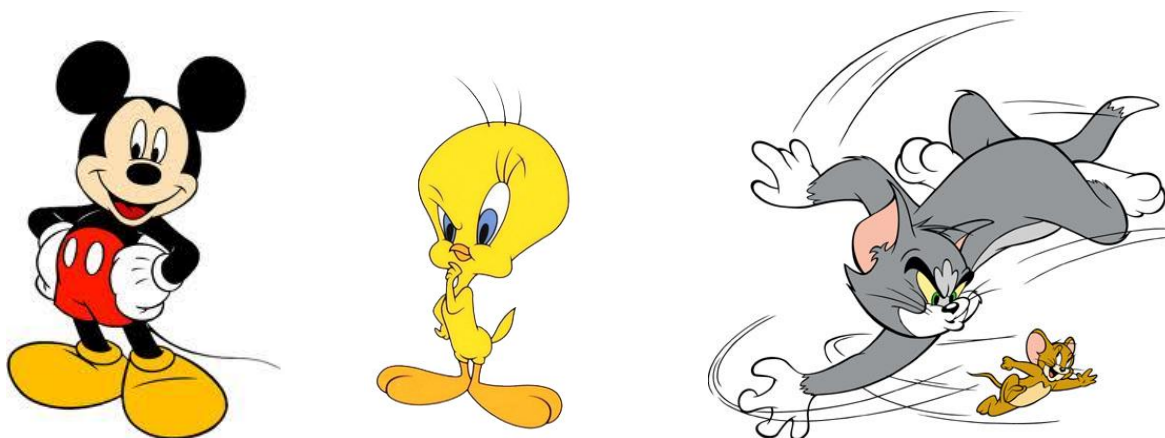
Walt Disney, o tomto americkém filmovém producentovi by se dala napsat celá kapitola. Postavička Mickeyho Mouse byla vytvořena jako náhrada za „ukradeného“ králíka Oswald⁹. Podobu tomuto animákovi dal Disneyho přítel, americký animátor Ub Iwerks. Mickey Mouse známý také jako Myšák Mickey se zrodil a proslavil v květnu 1928, kdy měl premiéru v němé, černobílé grotesce s názvem *Plane Crazy*. Zde se rovněž poprvé objevila jeho partnerka Minnie Mouse. V roce 1928, 18. listopadu mu propůjčil svůj hlas samotný Walt Disney.

Z dílny studia Walt Disney Production se zrodily další slavné postavičky, jako byl pes Pluto, Kačer Donald atd. „V roce 1937 Disney natočil první celovečerní barevný kreslený zvukový snímek *Sněhurka a sedm trpaslíků*, který zahájil výrobu dalších dlouhometrážních animovaných titulů.“ [9]

Mezi další významné studia zajisté patří Warner Brothers. Zde vytvořili autoři jako Tex Avery, Friz Freleng a Chuck Jones potrhle postavičky Králíka Bugse, Kačera Daffyho, Sylvestra a Tweetyho atd. Nesmíme opomenout hvězdy animovaného filmu *Toma a Jerryho*. Jejimi stvořiteli byli William Hanna a Joseph Barbera.

⁸ <http://citaty.net/autori/walt-disney/>

⁹ Předchůdce Mickeyho Mouse, v roce 1927 uvedlo filmové studio Disney grotesky o králíku Oswaldovi



Obrázek 3-7: Mickey Mouse, Tweety, Tom a Jerry

Animovaný film se tvořil nejen v USA, ale i v Evropě. Kde se zrodila spousta významných autorů. Za zmínku zajisté stojí bratři Oskar a Hans Fischingerovi, pocházející z Německa, věnující se filmové abstrakci. Jejich experimentální animace byly propojené se zvukem a stali se velkou inspirací pro následující generace. Režisérka a výtvarnice Lotte Reiniger, taktéž z Německa, která tvořila jedinečnou, do detailu propracovanou animaci, evokující stínohru.



Obrázek 3-8: Lotte Reiniger

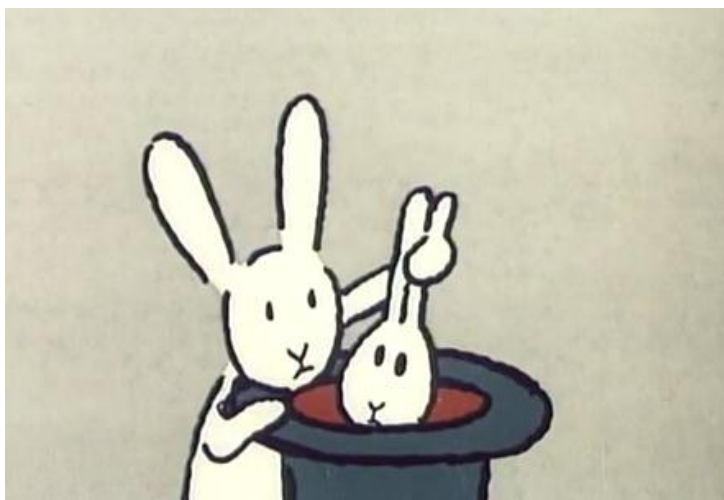
„Karel Dodal byl prvním českým filmařem, který se specializoval jako kreslíř, animátor, trikový kameraman a režisér na animovaný, zvláště kreslený film.“ [10] Troufám si říci, že v České republice se stali takovým Mickeym Mousem nebo Králikem Bugsem, postavičky jako Krteček od Zdeňka Milera, Mach a Šebestová od Adolfa Borna, či Boba a Bobek od Vladimira Jiráňka.



Obrázek 3-9: Zdeněk Miller



Obrázek 3-10: Adolf Born



Obrázek 3-11: Vladimír Jiránek

Mezi další přední animátory patří Hermína Tyrlová, mimochodem bývala manželka Karla Dodala, Jiří Trnka, Jan Švankmajer a Karel Zeman. Z těch současných je to například Aurel Klímt, autor filmu *Fimfárum*. Tyto animátory spojuje především loutka. Ta se totiž stala hlavní formou vyjádření jejich animací. Za zmínku zajisté stojí Trnkovi *Staré pověsti české*, Švankmajerův surrealistický horor *Otesánek*, či Zemanova *Cesta do pravěku*.

S nástupem počítačových technologií dostala animace druhý a ve své podstatě i třetí rozměr. Mezi nejúspěšnější počítačem vytvořené filmy patří *Doba ledová*, *Lví král*, *Shrek*, nebo *Toy Story 3*. Tyto animované filmy mnohdy konkurují svým rozpočtem, ale i tržbou, klasickým hraným filmům.

Mezi nejdražší animované filmy světa patří:

5. How to Train Your Dragon / Jak vycvičit draka (2010) – s rozpočtem 165 mil.dolarů
4. Up / Vzhůru do oblak (2009) a Monsters vs. Aliens / Monstra vs. Vetřelci (2009)
– s rozpočtem 175 mil.dolarů
3. WALL-E / VALL-I (2008) – s rozpočtem 180 mil.dolarů
2. Toy Story 3 / Příběh hraček 3 (2010) a Cars 2 / Auta 2 (2011) – s rozpočtem 200 mil.dolarů
- 1. Tangled / Na vlásku (2010) – tvořil se 6let. – s rozpočtem 260 milionů dolarů**

Mezi nejúspěšnější animované filmy světa patří:

5. Finding Nemo / Hledá se Nemo (2003) – tržba 867,893,978 dolarů
4. Ice Age 3: Dawn of the Dinosaurs / Doba ledová 3: Úsvit dinosaurů (2009) – tržba 886,686,817 dolarů
3. Shrek 2 (2004) – tržba 919,838,758 dolarů
2. The Lion King / Lví král (1994) – tržba 951,583,777 dolarů
- 1. Toy Story 3 / Příběh hraček (2010) – tržba 1,062,984,497 dolarů**



Obrázek 3-12: Tangled



Obrázek 3-13: Toy Story3

3.1.2 Motion graphics

Jelikož součástí mé diplomové práce je technologie motion graphics. Je nutné vysvětlit si, co tento pojem znamená.

Motion graphics je úzce spjatá s filmem a animací. Přesto jde zcela o samostatnou techniku. Slovo motion graphics se do češtiny překládá jako „motion grafika“. Doslovně motion graphics znamená „pohyblivá grafika“. Ve své podstatě jde o odnož grafického designu a animace. Tato kombinace tradiční grafiky s dynamickou je velkým přínosem pro efektivní komunikaci. Jako motion grafiku můžeme označit reklamu, televizní titulky, videoklipy, nebo také velké projekce známé jako mapping. Nejčastějším softwarem používaným pro vytváření pohyblivé grafiky je After Effects od společnosti Adobe. Mezi jejich konkurenty patří Autodesk Combustion a Apple motion. Motion grafika se stala čtvrtou dimenzí pro grafický design.

Říci, kdy přesně došlo ke vzniku motion grafiky není zcela možné. Ovšem prvním, „kdo použil pojem motion graphic, byl John Whitney v roce 1960, když založil svou firmu Motion Graphics Inc.“ [11]

Jako předchůdce můžeme považovat výše zmiňované animátory dvacátých let, jako byl ěmil Cohl, Hans Richter, Oskar Fishinger. „Dalším krokem k motion graphics designu je tvorba grafika Saula Basse, který je významným předchůdcem právě tohoto odvětví.“ [11]

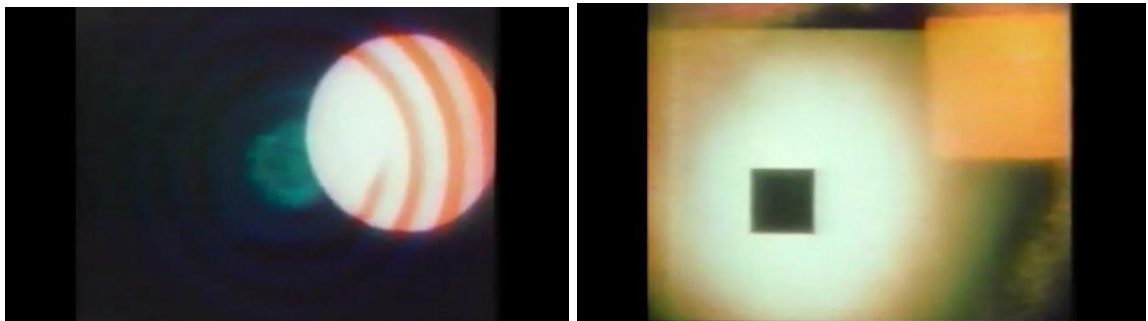
I když víme, že se první titulky objevily v němém filmu. Postupem času s rozvojem filmu, se tvorba titulků zprofesionalizovala. A byl to právě Saul Basse, jenž položil v 50. letech 20. století základ pro filmové titulky. Mezi další úspěšné animátory patří Maurice Binder,

který se proslavil sérií titulků pro filmy o Jamesu Bondovi a Richard Williams. K těm současným nejúspěšnějším patří Kyle Cooper, který založil firmu Prologue, která patří mezi světově nejúspěšnější motion studia. Stejně jako Imaginary Forces , yU+co a MK12.

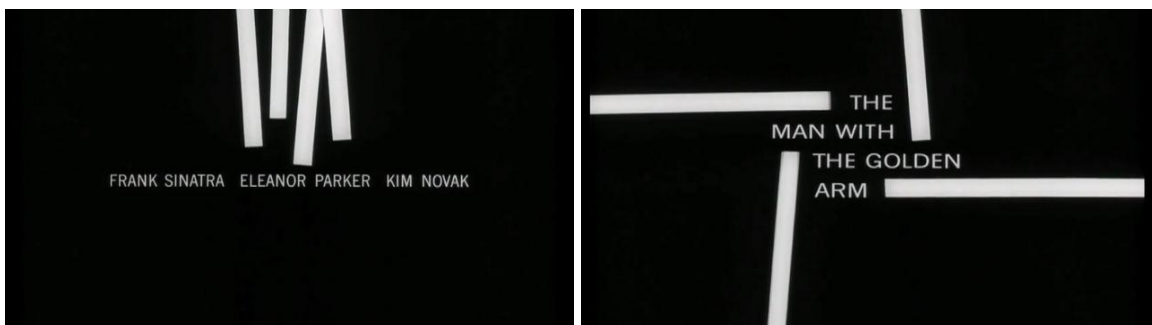
U nás to byl především Adolf Born a Kája Saudek, kteří se proslavili tvorbou titulků. K současným motion grafikům patří Lukáš Veverka a motion studio Oficina.

Dnes existuje spousta internetových stránek, na kterých je možné shlédnout nespočet motion videí. Jako příklad můžeme uvést: <http://motionspire.com/>, <http://motiongraphics.nu/>.

Tato opravdu mladá technologie je výzvou a zároveň nutností pro každého grafika, který chce ve své tvorbě prorazit.



Obrázek 3-14: Oskar Fishinger



Obrázek 3-15: Saul Bass



Obrázek 3-16: Richard Williams



Obrázek 3-17: Kyle Cooper

3.2 Jak se dělá film

Na začátku filmu stojí dobrý námět, na jehož základě, může vzniknout kasovní trháč. Mezi hlavní fáze výroby filmu patří předprodukce, produkce, postprodukce, prodej a distribuce. Každá z těchto fází se dále člení na různá odvětví, která se doplňují a vzájemně spolupracují.

Než se začne natáčet film, je třeba učinit několik důležitých kroků. Tím prvním je již zmíněný námět. Najít dobrý námět má za úkol producent. Následně se sepíše synopse, což je jednoduše řečeno osnova. Dalším krokem je step outline, tento pojem je také znám jako beat sheet, což je podrobná interpretace příběhu. Treatment obsahuje stručný popis příběhu, jeho nálady a charakteru. Na základě těchto údajů je napsán scénář, který se píše mnohdy i několik měsíců. Producent se scénáristou připraví pro film tzv. pitch, což je stručná verbální, nebo vizuální prezentace filmu, která má přitáhnout sponzory. Mezitím se už do práce dává filmový distributor, který zkoumá potenciál filmu na trhu, ale i oblíbenost herců, kteří taktéž stanovují cenu filmu.

Předprodukce

V této fázi se pečlivě plánuje každý krok. Tvoří se storyboard za pomoci ilustrátoru a konceptních umělců, kteří pomáhají s vizualizací scén. Producent sestaví rozpočet a najme filmový štáb. Jeho součástí jsou nejen kameramani, ale i zvukaři, střihači atd. Zajistí místo, kde se bude natáčet. Proběhne výběr režiséra, castingy na filmové role.

Produkce

V této části probíhá samotné natáčení filmu.

Postprodukce

Jakmile je natáčení u konce, začíná předposlední fáze, a to samotné střihání a sestavování tisíce filmových záběrů do jednoho celistvého děje. Poté se k filmu doladí zvuk a zvukové efekty.

Distribuce

V dnešním filmovém světě má každý nový film velmi omezenou dobu na to, aby se uchytíl a stal se kasovním trhákem.

Tato poslední a ne méně důležitá část obnáší propagaci filmu. V první řadě se film připravuje pro distribuci do kin, zahajuje se komunikace s médii, herci se zúčastňují různých propagačních akcí a festivalů. Žádný film se bez kvalitní reklamy neobejde. Cílem propagace je dostat film do podvědomí diváků a to nejen přes internet, ale také rádio, televizi, tisk, pohyblivé nosiče (autobusy atd.) a venkovní reklamu (billboardy atd.).

Ve většině případů se vytváří microsite. Což je jednoduše řečeno webová stránka, kde si fanoušek může přečíst zajímavé informace o filmu, shlédnout trailery, stáhnout wallpaper, popřípadě zahrát online hru na motivy příběhu. Vytváří se animované bannery. Po uvedení filmu do kin, je možnost zakoupit si jej na DVD a Blu-ray. Pro zvýšení podpory prodeje na nich naleznete bonusové materiály, které jinde nevidíte. Mnohdy vznikají k filmu i hudební soundtracky nebo propagační materiály. Těmi mohou být trika na motiv filmu, plakáty, figurky hlavních hrdinů a jiné. Ovšem jednou z nejdůležitějších částí propagace je filmový trailer.

3.3 Filmový trailer

Pro každý produkt, či službu je důležitá reklama. Reklama je „jakákoli placená forma neosobní prezentace a propagace myšlenek, zboží nebo služeb identifikovaného sponzora prostřednictvím hromadných médií“. [12]

Trailer, nezbytná součást filmu. Nejsilnější a nejúčinnější zbraň filmového průmyslu. Na filmový trailer se mnozí z nás těší stejně jako na samotný film. Ale co vůbec slovo trailer znamená? Odkud se vzal? Kdy vznikl první filmový trailer?

„První trailer byl uveden v roce 1912 v Rye Beach, New Yorku a propagoval další díl seriálu The Adventures of Kathlyn. Na konci filmu byla promítnuta krátká ukáзка, kde byla

Kathlyn vhozená do lví jámy. Následovala otázka „Unikne Kathlyn ze lví jámy? Uvidíte příští týden v dalším díle!“

Jelikož byly zprvu filmové upoutávky promítány až na konci filmu, začalo se jim říkat trailery. Slovo trailer v překladu znamená přívěs.

„První, kdo pochopil potenciál této reklamy, bylo studio Paramount, které v roce 1916 začalo jako první oficiálně vytvářet trailery pro některé své filmy. Do roku 1919 studio zřídilo svou vlastní „trailerovou divizi“ a zahájilo produkci trailerů pro všechny své filmy. V roce 1919 vznikla National Screen Service (NSS), která postupně začala pro všechna hlavní filmová studia a další významné produkční společnosti v Americe vytvářet propagační materiály, které zahrnovaly i produkci filmových trailerů.“ [14]

Jelikož se filmový trailer začal postupem času stávat hlavním motorem pro propagaci filmu, začala se výrazně zvyšovat jeho kvalita. Mnohdy za vznikem traileru stáli sami režiséři a producenti, jako tomu bylo například u Alfreda Hitchcocka, který dokonce sám ve svých upoutávkách vystupoval.

V roce 1968 Andrew J. Kuehn založil společnost Kaleidoscope Films. A začala revoluce. „Právě Andrew J. Kuehn změnil celý formát filmového traileru. Použil filmové dialogy k vyprávění příběhu a rychlý střih spojený s dramatickou hudbou.“ [14] Tato společnost je dodnes velice úspěšná a její služby pravidelně využívají Steven Spielberg a Oliver Stone.

Filmový trailer mnohdy vzniká ještě dříve, než je zhotovený film. Proto se často stává, že v traileru vidíte scény, které se v samotném filmu neobjeví nebo jsou pozměněny. Filmový trailer je stříhán ve specializovaných studiích. Samotní tvůrci filmu se na něm nepodílí. Filmový trailer nesmí přesáhnout delší dobu než 2 minuty a 30 sekund. Asociace MPAA dává každému studiu jednu výjimku za rok, kdy trailer může přesáhnout povolený limit. Trailery uváděné pouze online mají libovolnou délku.

Jako první v traileru spatříte rating cards, které mají buď zelenou, červenou, nebo žlutou barvu. Tyto barvy určuje americkým trailerům asociace MPAA, která kontroluje přístupnost filmů. Nejčastěji se vyskytuje barva zelená. Ta znamená, že je trailer určen všem divákům. Barva červená naopak upozorňuje, že film není vhodný pro širokou veřejnost. „Žlutá rating card je určená věkově přiměřeným uživatelům internetu.“ [15]



Obrázek 3-18: Rating cards

Následuje production logo, jak už z názvu vypovídá, jde o logo produkční společnosti. Mezi ty nejznámější patří 20th Century Fox, Universal, Paramount, Warner Bros a jiné. Trailer mnohdy doprovází voice-over, což je krátké doprovodné vyprávění příběhu. Velice důležitou složkou je hudba. Ta dodává traileru emoce.

Cast run, tato část zahrnuje jména hvězd, které se objeví ve filmu. Taktéž je možné zmínit, že tento film je dílem režiséra, který dostal ocenění za jiný úspěšný film. Nakonec nezbyvá nic jiného než uvést název filmu, datum kdy se objeví v kině a seznam jmen hlavních herců s filmovým štábem, kterému se říká billing block.

„Důležitou součástí trailerové kampaně je i takzvaný teaser, neboli před upoutávkou.“ [14] Tato upoutávka divákovi neprozradí nic konkrétního, pouze jej naladí na očekávaný film. Obvykle trvá jen několik sekund.

U nás v České republice, nemáme tak kvalitní trailery. Ovšem bude to také tím, že u nás výroba traileru nestojí milión dolarů, jako u mnohých amerických velkofilmů.

3.3.1 Ocenění filmových trailerů

Trailery se v dnešní době stávají samostatnými uměleckými díly. A jelikož ve světě vzniká spousta zajímavých a impozantních trailerů, byla by obrovská chyba neocenit ty nejlepší.

Trailery jsou oceňovány v několika kategoriích například best in show, best action, best animation/family atd. Tato soutěž je známá pod názvem Golden trailer awards, <http://www.goldentrailer.com/>. První ocenění bylo uděleno již v roce 1999 v New Yorku. Vyhlašování výsledků za nejlepší filmový trailer probíhá každý rok v květnu. Pro rok 2012 proběhne ve čtvrtek 31. května 2012.

Výběr neúspěšnějších filmových trailerů pro rok 2011

Best In Show - The Social Network "Trailer #2", Sony Pictures

Best Action - Inception "Control", Warner Bros.

Best Animation/Family - Rango "Teaser", Paramount Pictures

Best Comedy - The Other Guys "Return to Glory", Columbia

Best Documentary - The Tillman Story "Trailer 1", The Weinstein Company

4 PROPAGACE KNIHY

Teoretickou část uzavírá jedna z nejdůležitějších kapitol této diplomové práce a to propagace knihy v České republice.

Stejně jako každé jiné zboží nebo služba, i kniha potřebuje dostatečnou PR. Protože jak je dobře známo, samo se nic neudělá. Jak se tedy obecně vzato taková kniha propaguje?

Když se kniha vydává, je jejím cílem prodat co nejvíce výtisků, nejlépe všechny. Proto aby se tak stalo, musí být o knize slyšet. Nejlépe v dobrém slova smyslu. Hlavní však je vyvolat nějakou reakci, emoce. Základem jsou veřejná, autorská čtení. Bez nich se žádná kniha neobejde. Důležité pro veřejná čtení je zvolit vhodné místo. Kniha určená dětem se rozhodně nemůže číst v zakouřených putykách. Neméně důležitá je účast na literárních veletrzích. Nicméně, neměly bychom opomenout křest knihy, která pomůže přitáhnout pozornost médií a získá tak rychleji mnoho čtenářů.

Dalším, nezbytným krokem je obrazová propagace. Protože o knize nejenže musíme slyšet, ale také ji vidět. V knihkupectví a knihovnách jsou často k dostání propagační letáčky. Vyvěšené plakáty informují o nových titulech. V časopisech bývají rubriky o knihách, které právě vyšli a stojí za přečtení.

Co se týče televizní reklamy. Zřídka se nějaká objeví. V tomto odvětví nemá kniha silné zastoupení. I když musela bych škodit prodejnám Levné knihy. Protože ty docela zdárně chrlí reklamu za reklamou. Co na tom, že se týkají z 90% jiných produktů, než je kniha! Dále bývají časté reklamy na kuchařku, nejlépe od herců, kteří se zrovna rozhodli zahrát si na kuchaře. Ovšem reklamu na pořádný bestseller, sci-fi, či román člověk aby pohledal.

Pokud nejste komerčně známí, jako nový spisovatel se v dnešní době těžko uchytíte. Pokud už o Vás společnost ví, dobře pro Vás. Například takový Michal Viewegh může v podstatě vydat cokoli. Je to mediálně známá osobnost. Jeho některé knihy byly již zfilmovány. Ke všemu je to mistr propagace, jak jsme se mohli sami přesvědčit u knihy Román pro ženy. Ten byl měsíčně avizován v podobě dopisů, které „psal“ nešťastně zamilovaný muž své ex-přítelkyni Lauře, ve vagonech metra. Slušný reklamní tah, řekla bych.

Z příchodem e-booku vstoupil do hry další způsob, jak dostat svou knihu do podvědomí. Spousta autorů začala publikovat své knihy v elektronické podobě, protože se tak dostala blíže k mladé, internetové generaci. I když nejsem zastáncem tohoto trendu, nepopíratel-

ným faktem je, že náklady na vydání jsou daleko nižší, nemluvě o distribuci. Takto si může i neznámí autor získat své příznivce po celém světě. Elektronická kniha, je dostupná komukoliv. Což na druhou stranu také není dobře. Stejně jako spousta spisovatelů nadšeně podporuje elektronické knihy, najdou se i odpůrci. A to zejména díky nelegálnímu stahování, které je tak mnohem snazší. I když může přinést jistou popularitu, jako se stalo u knihy „Go the fuck to sleep“. Přestože je kniha docela průměrná, stala se bestsellerem. Díky tomu, že do světa unikla PDF verze, začalo se o knize mluvit a tím se stala úspěšnou a žádanou. Reklama, téměř zadarmo. Ovšem máme tu opět jedno proti. Pokud se chcete proslavit ve světě, dalším úskalím je jazyková bariéra. Nicméně, publikováním klasické knihy a zároveň té elektronické, zvýšíte šanci, že pronikne do zájmu veřejnosti.

Dále mohou zvýšit prodejnost bannery, vlastní webové stránky knihy/autora, blogy, nebo sociální sítě, kde nastává přímý kontakt spisovatele se čtenářem. Z vlastních zkušeností vím, že návštěva takové webové stránky, přináší jisté uspokojení. Velký přínos vidím v knižním traileru. Mnohdy méně než minuta stačí k tomu, aby ve Vás vyvolala pocit, že si knihu musíte koupit.

Pokud se zaměříme na všeobecnou propagaci knih u nás. Občanské sdružení Svaz českých knihkupců a nakladatelů a jeho společnost Svět knihy, s.r.o., se snaží promlouvat k veřejnosti pomocí kampaní. Velice úspěšný se stal například projekt z roku 2005 „Rosteme s knihou“, který především podporuje ve čtení mládež. Na tento projekt navázala v roce 2009 kampaň „Kniha - závislost na celý život“. Tento projekt je zaměřen především na mladou generaci. Presentován je formou krátkých videí, na kterých slavné osobnosti prozrazují, proč je čtení knihy nejlepší způsob, jak trávit volný čas. Poslední videa vznikla v roce 2011 a těší se velké oblibě.

Nejprodávanejší knihy na světě (nebere se v úvahu Bible a Korán)

5. Dream of the Red Chamber - Cao Xueqin (1757-1791) - 100mil. výtisků
4. The Hobbit / Hobit - J. R. R. Tolkien (1937) - 100mil. výtisků
3. The Lord of the Rings / Pán prstenů - J. R. R. Tolkien (1954-1955) - 150mil. výtisků
2. Le Petit Prince / Malý princ - Antoine de Saint-Exupéry (1943) - 200mil. výtisků
1. A Tale of Two Cities / Příběh dvou měst-Charles Dickens (1859) - 200mil. výtisků

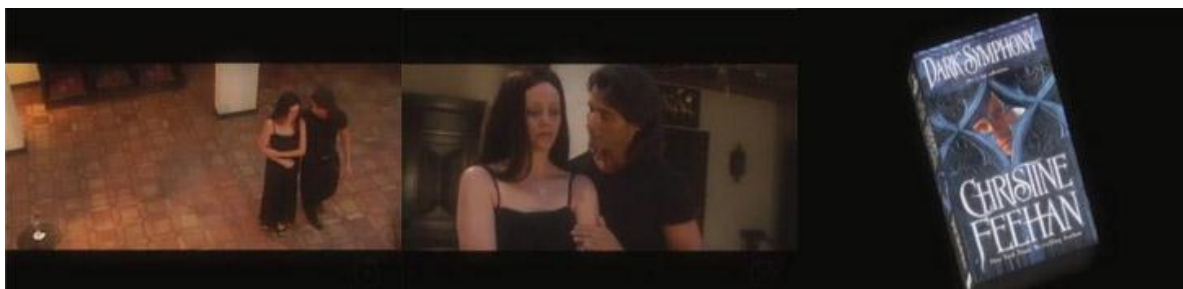
4.1 Knižní trailer

Když jsem se rozhodla vytvořit jako diplomovou práci knižní trailer, myslela jsem si, že jsem si vymyslela něco zcela nového, převratného. V podstatě, jsem si troufala tvrdit, že slovo knižní trailer vyšlo poprvé až z mých úst. Jak hluboce jsem se mýlila. Ano, zprvu bylo nesmírně těžké najít jakékoliv informace o tomto novém trendu. Kvalitně zpracované video člověk aby pohledal. Ale po úsilném pátrání jsem mile překvapená, jak se tento trend rozvinul a těší se své popularitě.

4.1.1 Vývoj

Knižní trailer vznikl již na počátku roku 2002. Tento termín se na trhu pevně uchytil až v roce 2005 a to zejména díky narůstající sledovanosti videí na MySpace nebo YouTube.

Oficiálně byl první knižní trailer, který trval čtyři minuty, představen v roce 2003 společností Circle of Seven Productions v Shreveport, LA. Jednalo se o knihu *Dark Symphony* od Christine Feehan. Trailer byl natočen s živými herci, na způsob filmového traileru.



Obrázek 4-1: Book trailer *Dark Symphony*

(http://www.youtube.com/watch?v=Hmo4VMcbbXg&feature=BFa&list=HL1334182960&lf=mh_lolz)

Tato forma video reklamy pracuje na téměř totožných principech jako filmový trailer. Jeden z hlavních a viditelných rozdílů je v tom, že se za něj neutráčí milióny dolarů. Tudiž ne všechny upoutávky dosahují vysokých kvalit.

4.1.2 Propagace

Tato forma propagace knih má pozitivní dopad na dnešní mládež. Díky tomu, že je kniha propagována na internetu, jako vizuálně efektní video, přiláká pozornost ne jednoho dítěte. Tím se stává dobrou motivací ke čtení.

Nastala doba, kdy člověk nesoudí knihu jenom podle obalu. Kniha konečně začala využívat moderní technologie a posunula svou propagaci na další level. Kolikrát se Vám stalo, že jste se rozhodli jít, nebo nejít na film do kina díky filmovému traileru? Mě několikrát. V dnešní době není kino nejlevnější záležitostí, člověk si to pořádně promyslí, než si koupí lístek za sto padesát korun. Stejně je to i s knihou. Mnohdy se člověk rozmýšlí, jestli kniha stojí za utracené peníze. Dobře provedený knižní trailer může zákazníka přesvědčit o tom, že stojí!

Knižní trailery jsou momentálně k vidění především na internetu. Já si však myslím, že každé knihkupectví by si mohlo dovolit jednu LCD obrazovku, na které by vysílalo nejnovější trailery a inspiroval tak své zákazníky ke koupi. Stejně tak kino. Když se můžeme dívat 15 minut před začátkem filmu na reklamy od McDonaldu nebo pojištění, nevidím důvod, proč by zde nemohl mít knižní trailer své několika minutové zastoupení.

Přijde mi velice nespravedlivé, že spousta herců, režisérů a producentů se proslavila díky filmu, který vznikl na základě knihy. A mnohdy se ani neví, že nějaká existuje. Proč by si knihy nezasloužili větší pozornost a silnější propagaci. Ano, je mi jasné, že nemůžeme srovnávat velikost filmu a knihy. Jeden z aspektů je, že kniha nevydělá za tak krátkou dobu tolik co film. Tudíž logicky nebude mít tak velkolepou propagaci. Ovšem vyšší publicitu by si zasloužila. Na druhou stranu musím uznat, že díky spoustě filmů se proslavilo mnoho knih a spisovatelů, i když některým, ani ten film ke slávě nepomohl. Zdá se, že si člověk nevybere.

Nejúspěšnější filmy, o kterých možná do teď nevíte, že vznikly na motiv knihy

5. A Beautiful Mind / Čistá duše (2001) - A Beautiful Mind / Sylvie Nasar (1998)
4. The reader / Předčítač (2008) – Der Vorleser / Bernhard Schlink (1995)
3. Water for Elephants / Voda pro slony (2011) - Water for Elephants / Sara Gruen (2006)
2. Brokeback Mountain / Zkrocená hora (2005) – Brokeback Mountain / Annie Proulx (1997)
1. Forrest Gump / Forrest Gump (1994) – Forrest Gump / Winston Groom (1986)

Nejúspěšnější filmové adaptace knih

8. The Da Vinci Code / Šifra mistra Leonarda (2006) - The Da Vinci Code / Dan Brown (2003)
7. Twilight / Stmívání (2008) – Twilight / Stephenie Meyer (2005)
6. The Silence of the Lambs / Mlčení jehňátek (1991) - The Silence of the Lambs / Thomas Harris (1988)
5. Schindler's List / Schindlerův seznam (1993) - Schindler's Ark / Thomas Keneally (1982)
4. Stand by me / Stůj při mně! (1986) – The Body / Stephan King (1982)
3. The Lord of the Rings trilogy / trilogie Pán prstenů (2001-2003) - The Lord of the Rings / J. R. R. Tolkien (1954-1955)
2. The Shawshank Redemption / Vykoupení z věznice Shawshank (1994) - Rita Hayworth and Shawshank Redemption / Stephan King (1982)
1. Harry Potter and.../ Harry Potter a ... (2001-2011) – Harry Potter and... / J. K. Rowling (1997-2007)

4.1.3 Způsoby zpracování knižního traileru

Knižní trailery mají různé podoby provedení. Ideální délka knižního traileru je jedna minuta. Na internetu můžete nejčastěji shlédnout trailery tvořené pouze z fotografií, které se za doprovodu hudby, někdy i mluveného slova vzájemně prolínají.

Další formu představují hrané trailery. Takto zpracované klipy mají hlavní nevýhodu v tom, že bývají mnohem delší, cca čtyři minuty. U takto dlouhých upoutávek je mnohem náročnější udržet divákovu pozornost.

Mezi ty nezajímavější knižní trailery patří kreslené, animované videa. Která jsou vizuálně velice atraktivní. K vidění jsou jak 2D tak i 3D animace.

4.1.4 Kde můžeme zhlédnout knižní trailery

Nejběžnějším místem, kde můžeme sledovat knižní trailery je youtube.com. Zde je uloženo zřejmě největší množství trailerů. Ovšem musíte vědět, pod jakým heslem je hledat. Zajímavější videa, je možné zhlédnout na vimeo.com, ale stejně jako u youtube.com, bez kon-

krétních vodítek, tyto trailery nenajdete. Existují webové servery, které se specializují na knižní upoutávky. Jsou to především zahraniční stránky, jelikož u nás v České republice je tento trend stále novinkou.

Mezi nejzajímavější stránky, které jsem objevila, patří určitě Circle of seven productions, který jako první veřejně propagoval knižní trailer - <http://www.cosproductions.com/>. Za zmínku stojí electricliterature.com, bookscreening.com a comicbooktrailers.com. Zde uvidíte velké množství, velice zajímavých upoutávek.



Obrázek 4-2: Book trailer, Circle of seven productions (ukázka „foto“ traileru)

(http://www.cosproductions.com/videos/view/basatai_outside_in)



Obrázek 4-3: Book trailer, B&C's Videos (ukázka „animovaného traileru“)

(<https://vimeo.com/14769206>)



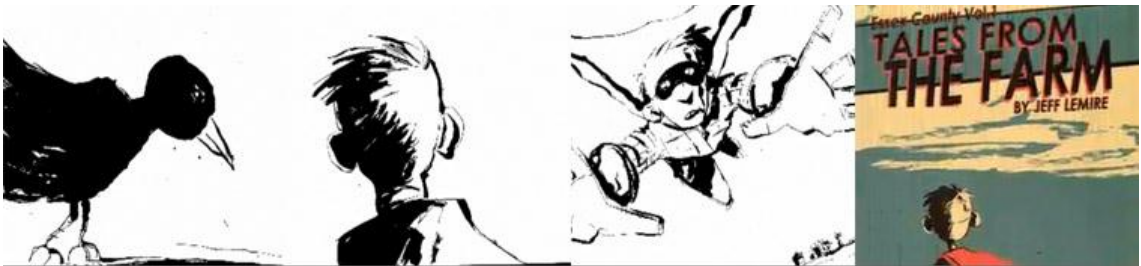
Obrázek 4-4: Book trailer, B&C's Videos (ukázka „animovaného traileru“)

(<https://vimeo.com/32070385>)



Obrázek 4-5: Book trailer, Hug Codinach

(<https://vimeo.com/31069740>)



Obrázek 4-6: Book trailer, Comicbooktrailers.com

(<http://www.comicbooktrailers.com/all/?c=248>)

4.1.5 Book trailers awards

Knižní trailer se těší své popularitě a jejich počet narůstá. Proto není divu, že již dnes existuje spousta ocenění. Mezi nejprestižnější patří Moby awards, která vyhlašuje nejlepší a nejhorší trailery za uplynulý rok - <http://mhpbooks.com/2012-moby-awards/>.

Další soutěže a festivaly

IMTF - <http://www.internationalmovietrailerfestival.com/>

The Black Quill Awards

Pixie Awards - <http://www.pixieawards.com/Pixie.html>

Telly Awards - <http://www.tellyawards.com/>

Knižní trailery oceněny Moby awards 2010/2011

Obrázek 4-7: *Book Trailer As Stand Alone Art Object: How Did You Get This Number?* – Sloane Crosley

(<http://www.youtube.com/watch?v=0EzoF0zwdDc>)



Obrázek 4-8: *What Are We Doing To Our Children?: It's A Book* – Lane Smith

(http://www.youtube.com/watch?v=x4BK_2VULCU&feature=youtu.be)



Obrázek 4-9: *Biggest Waste of Conglomerate Money: Level 26* by Anthony Zuiker

(http://www.huffingtonpost.com/2010/05/21/book-trailer-awards-annou_n_584945.html#s92576&title=Biggest_Waste_Of)

4.1.6 Knižní trailery v České republice

Novou formu propagace knih, představilo jako první nakladatelství Argo. To začalo ke svým knihám natáčet upoutávky v listopadu 2011, které následně publikovaly na youtube.com a sociálních sítích. „Ke čtení je dnes potřeba lidi přitáhnout,“ říká ředitel nakladatelství Milan Gelnar k novému počínu. „Klipy přitom mohou velmi dobře vystihnout celou atmosféru knihy a pomocí audiovizuálních prostředků ji přiblížit lépe než jakákoli recenze,“ dodává.“ [16]

První klip vytvořilo nakladatelství Argo pro knihu od Umberta Eca, Pražský hřbitov. Následovalo několik dalších titulů. „Unikátním doplňkem ke knize Alefu od Paula Coelho je zdravice samotného autora natočená exkluzivně pro české čtenáře.“ [16]

Knižní trailery pro Argo vytváří Emil Křížka. Jeho práce si můžete prohlédnout na stránkách <http://www.booktrailer.cz/booktrailer/reference.htm>. I když byl Emil Křížka oceněn v roce 2010 v soutěži o nejlepší amatérský videoklip uspořádaný k jubilejnímu stému titulu edice AAA (edice anglo-amerických autorů), nemyslím si, že by trailery tohoto autora, patřily k těm nejlepším. Ale vzhledem k tomu, že je knižní trailer v České republice ještě v plenkách, nepostrádá jisté kvality.

Jsem velice ráda, že se tento nový pojem dostal už i k nám. Protože bylo na čase oživit knižní kulturu.



Obrázek 4-10: Eco, U: Pražský hřbitov

(http://www.youtube.com/watch?v=zd7tEeKM2tk&context=C4ff3623ADvjVQa1PpcFMaxa6kRZTp01CFCpoEOpmz4d_AYXVTMwU=)

5 ZÁVĚR

Díky analýze jednotlivých kapitol jsem získala dostatečný přehled a mohla si vyjasnit určitá fakta, která mi dopomohla ke zdokonalení mé diplomové práce.

První kapitola, která pojednávala o historii knihy, jejímu významu a rozvoji, mne utvrdila v tom, že má smysl bojovat za její budoucnost a popularizaci.

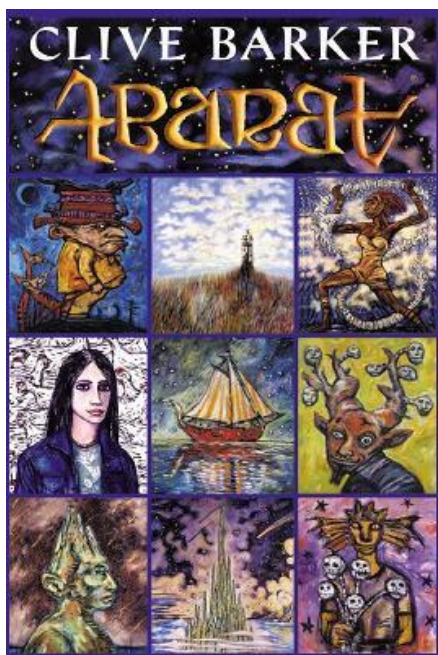
Rozsáhlá kapitola o filmu a jeho propagaci byla nejen zajímavá. Dala mi také mnoho informací, které byly přínosem pro vytváření jakési strategie pro propagaci knihy.

Poslední kapitola o propagaci knih byla pro mne asi nejzásadnější. Má obrovskou zásluhu na zpracování mého vlastního traileru. Ať už to je díky bohatým informacím, které jsem o knižním traileru získala, i když to z počátku vypadalo, že tento význam slov ani neexistuje. Ale také díky zhlédnutí mnoha videí, které se pro mě mnohdy staly velkou inspirací.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

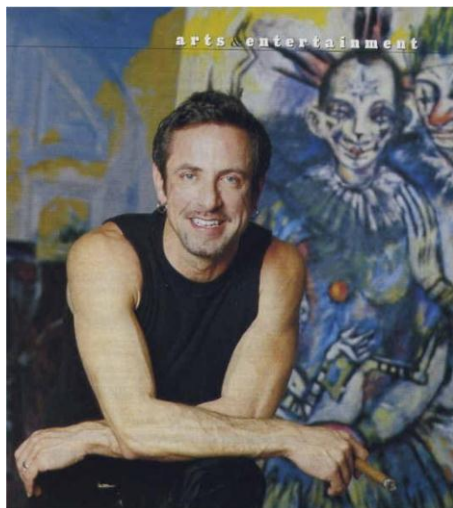
6 PŘEDSTAVENÍ LITERÁRNÍ PŘEDLOHY

Námětem pro knižní trailer se stala kniha Abarat od Cliva Barkera.



Obrázek 6-1: Abarat

6.1 Clive Barker



Obrázek 6-2: Clive Barker

Clive Barker se narodil 5. října 1952 v Liverpoolu. Tento přední anglický spisovatel se proslavil především jako autor hororů a dark fantasy. Je také uznávaným a talentovaným umělcem, což můžeme vidět v samotné knize Abarat, filmovým producentem a režisérem.

„Clive Barker žije v Kalifornii se svým partnerem, fotografem Davidem Armstrongem a jejich dcerou Nicole. O svůj dům se dělí ještě s pěti psy, šedesáti

rybičkami, devíti potkany, nespočtem divokých gekonů, pěti korelami, papouškem žako, který se jmenuje Smokey, a žlutohlavým amazonským papouškem Malingem.“ [17]

Clive Barker namaloval rozsáhlý soubor obrazů, které ilustrují všechny knihy Abaratu. Na tomto souboru pracoval celých šest let.

„Fantastické, erotické a hororové motivy, které Barker ve svých divadelních hrách využíval, se brzy staly základem jeho prozaické tvorby. Poprvé je využil v prvních třech povídkových Knihač krve (The Book of Blood 1, 2 a 3) z roku 1984, které však neměly ve Velké Británii příliš velký ohlas. Teprve jejich publikování v USA a následně vydání prvního románu Damnation Game (Věčné zatracení) roku 1985 z něj udělalo známého autora.“ [18]

"Viděl jsem budoucnost hororu, jmenuje se Clive Barker" – Steven King¹⁰

6.2 Abarat-synopse

Fantasy, hororová kniha pro mládež, část první.

MÍSTO

Kuřátkov: Příběh se zpočátku odehrává v Kuřátkově v Minnesotě (je zde více kuřat než lidí). V Abaratu říkají „našemu“ světu Napříště.

Abarat: Candy se ocitne v tajuplném světě zvaném Abarat. Ten se skládá z 25 ostrovů. Každému ostrovu přísluší jedna hodina dne. Dříve se Abarat dělil na denní a noční ostrovy. Je zde moře zvané Izabellino, také známé pod názvem máma Izabella.

Ostrov: 12:00 – Yzil, 13:00 - Hobarookus, 14:00 - Orlandova čapka, 15:00 – ostrov Ny-ní, 16:00 – Gnomonem, 17:00 – Soma Plume , 18:00 – Babilonium, 19:00 – Magmae, 20:00 – Yebby Soumraku, 21:00 – Hufakeru, 22:00 – Trulant, 23:00 – Drmolín, 00:00 – Gorgosium, 25:00 - Odomova špice - 25. hodina představuje čas, který nepodléhá času. 01:00 – ostrov Xuxuxských pyramid, 02:00 – Idjit, 03:00 – Pyon, 04:00 – Ostrov černého vejce, 05:00 – ostrov Flíček, 06:00 – Efreet, 07:00 – Autland, 08:00 – Obadiáš, 09:00 – Váhavé Ha, 10:00 – Spake, 11:00 – ostrov Nully.

¹⁰ <http://www.databazeknih.cz/zivotopis/clive-barker-322>

Postavy

(Klad'asové)

Candy Quackenbushová: Hlavní hrdinka této knihy, mladá cca 14 letá slečna, středně vysoké postavy, pohledná, pravé oko modré, levé oko hnědé.

John Neplecha: Muž, který nosí na své hlavě dalších sedm bratrů (všichni se jmenují „John“ - Řízek, Bledule, Kecal, Dřimal, Nebojsa, Had, Plesk).

Malingo: Geshrat-rasa „zvířete“. Původně otrok Kašpara Wolfswinkela. Má skvrnitou, oranžovou kůži, zornice jako tmavé škvírky, 4 růžky a místo uší má vějíře.

Samuel Hastrim Klepp Pátý: Vydává Kleppův almanak, což je kniha, která popisuje všechny ostrovy. Vlastní dvě kouzelné olihně Tlouštíka a Cibulku.

Kočky Tarrie: Tyto kočky jsou dvakrát tak větší než kočky domácí. Mohou být neviditelné, když se zviditelní, jsou cihlové barvy s černými pruhy a velkýma svítícíma očima. Jsou vychrtlé, a přestože vypadají jako zloduší, jsou velice přítulné.

Tři vědmy: Nejstarší Diamanda, hluboké vrásky, dlouhé, bílé vlasy spletené do dvou copů. Přes své znatelné stáří je plná energie. Nejmladší je divoká Jefi, černé sčesané vlasy s půvabnou pletí. Prostřední je Mespá, černoška s dlouhými červeno černými, ale i světlými vlasy. S podivným pohledem, ve kterém se zračila pýcha noční oblohy.

Posádka lodi Belbelu: Kapitán Hemmett McBean, který má mořskou sůl v krvi, černá válečnice Geneva Broskvoň, Dvouprstý Tom, Kudrlinka Carlotti - kvůli hazardu přišel o jazyk a Tria 13 letá dívka, tichá vědma, s dlouhými bílými vlasy.

(Záporáci)

Christopher Carrion: Hlavní záporná postava a vládce půlnoci na ostrově Gorgosium. Carrion je vysoký štíhlý muž s bílou hlavou a pronikavými očima, kolem krku má průsvitný límec s modrou tekutinou ve které plavou noční můry. Jako dítěti mu babička sešila rty k sobě.

Meldenson Tvar: Vysoká, děsivá pavoučí postava, dlouhé hubené nohy. Ze zad mu vyrůstají 4 kříže, ve skutečnosti jsou to meče zaražené v zádech. Chybí mu pravá noha od kotníku dolů.

Otto Houlihan: Také zvaný Křížemkráží, Carrionův důstojník. Má zažloutlou tvář, na lícních kostech šachovnicové tetování a pleš s copánkem.

Kašpar Wolfswinkel: Malý muž se zkyslým výrazem. Nosí směšný žlutý kabát, ve kterém vypadá jako oblečený v banánové slupce a na hlavě nosí 6 klobouků. V těch je ukrytá kouzelná síla 5 kouzelníků, které zabil.

Temp a Julie/bratři Fugitové: Strašidelná monstra s tváří klauna. Vykulené oči a velká ústa, která společně s ušima a nosem pobíhají po obličejí kolem dokola.

Bažiňáci: Nahrubo sešití z masa a látky, vyplnění bahnem. Hlava je chráněná kosterním pozůstatkem.

Děj

Začátek našeho příběhu se odehrává v Kuřátkově v Minnesotě, což je pro naši hrdinku, Candy Quackenbushovou, nejnudnější místo na světě. Kuřátkov je město, kde žije kuřat více než lidí. Nikdo se zde ani o nic jiného než chov drůbeže nezajímá. Ovšem Candy je jiná. Tato mladá dívka zoufale touží po dobrodružství. Když se jednoho dne rozhodne utéct ze školy, nohy ji zavedou až na rozlehle pole na okraji města, kde už od nepaměti stojí opuštěný maják. Na tomto zvláštním místě se také poprvé setká s Johnem Neplechou, sympatickým zlodějem z Abaratu. Země, kde nikdy nevíš, kdo tě sleduje.

Když se Candy ocitne v Abaratu, vyvolá svou přítomností obrovský rozruch. Tento tajemný svět, jenž tvoří dvacet pět ostrovů představujících každou hodinu dne, nabízí naší hrdince to, po čem vždycky toužila. Dobrodružství. A to ne ledajaké. Candy se mnohokrát ocitne v ohrožení života a to nejen díky Christopheru Carrionovi, vládci půlnoci, který touží získat Candy, dívku z Napříště, do svého zajetí. Ale také díky nebezpečným tvorům a příšer, které na ostrovech žijí.

Na své cestě za dobrodružstvím si Candy začne uvědomovat jednu věc. Abarat pro ni není tak neznámí, jak se na první pohled zdálo, už tady jednou byla! A to, že se sem vrátila, má svůj význam. Musí se postavit zlu a zachránit Abarat před temnými silami, které se právě teď probouzejí...

7 KNIŽNÍ TRAILER

Pamatuji si naprosto živě den, kdy jsem se rozhodla, že jako svou diplomovou práci vytvořím knižní trailer. Byl to nápad, který mě naprosto nadchl a o kterém jsem si ještě donedávna naivně myslela, že jsem vymyslela.

Prvním důležitým úkolem bylo vybrat tu nejlepší možnou knihu. Věděla jsem, že potřebuji najít takovou, která mě co nejlépe vystihne. Cíl byl zřejmý. Objevit příběh plný fantazie. Příběh, který bude radost výtvarně zpracovat a má potenciál diváka zaujmout. Příběh, jenž mi zaručí úspěch.

Kniha Abarat je přesně tou knihou, kterou jsem hledala. Od prvního okamžiku, kdy jsem si přečetla o Johnovi Neplechovi, který nosí na hlavě svým sedm bratrů, jsem věděla, že to je příběh, který chci vyprávět. Ta kniha, díky které vytvořím práci, na kterou budu pyšná.

7.1 Cílová skupina

Jelikož se jedná o knihu určenou pro mládež, tedy děti od 12 do 17 let, je zcela jasné, jaká je primární cílová skupina. Byla bych však ráda, aby ve výsledku byl knižní trailer atraktivní i pro starší generaci, protože si myslím, že tato kniha může oslovit i dospělé.

7.2 Storyboard

První důležitý úkol byl splněn. Nalezla jsem knihu, která si zaslouží knižní trailer. Ovšem dalším, ne méně důležitým, krokem byl storyboard. Tato část se stala pro mě opravdu velice obtížnou. Vymyslet dokonalý sled obrázků jdoucí po sobě, se z počátku zdál jako nadlidský úkol. Nicméně, jsem se rozhodla věnovat této části dostatek času, jelikož jsem si byla vědoma toho, že dobře sestavený scénář tvoří padesát procent úspěchu.

Jelikož jsem knihu zprvu neznala, přečetla jsem si ji dvakrát. Poprvé jsem si ji vychutnávala jako nadšený čtenář, podruhé jako poctivý student, který si pečlivě zaznamenává každou důležitou část příběhu.

Aniž bych si to uvědomila, nejprve jsem se snažila trailer vyprávět jako příběh. Vesměs jsem skládala obrázky přesně podle toho, jak po sobě následovaly v knize. Zdálo se to logické a jako nejlepší možné řešení. Ovšem stále tomu něco chybělo. Postrádalo to dramatictvo a hlavně, výsledek nepůsobil jako trailer.

Naštěstí jsem si uvědomila, že trailer nemusím interpretovat, přesně podle toho jak se událo v knize. Nakonec jsem se rozhodla oprostít se a popustit uzdu své fantazie. Chci přeci zaujmout budoucího čtenáře. Musím tedy ukázat to nejlepší z knihy. Zároveň však uchovat tajemství a neprozradit víc než je třeba. Chci vyvolat zvědavost a svým způsobem donutit diváka stát se čtenářem.

Když už jsem měla myšlenku, jak vytvořit scénář. Bylo třeba ji přenést vizuálně na papír. Zde sehrál významnou roli výběr psacího nástroje a formát papíru. Z počátku jsem používala klasickou tužku a papír formát A5. Následoval přechod na rudku s uhlem, a také se výrazně zvětšil formát papíru na 1,5m x 2m. Avšak ani tato rapidní změna nepřinesla své úspěchy. A tak jsem se vrátila opět k papíru velikosti školního sešitu a pro tentokrát zvolila tuš, která se nakonec ukázala jako nejlepší možné řešení.

I přestože byly v průběhu realizace některé scény poupraveny, nebo se změnilo jejich pořadí, bez storyboardu by výsledná práce nebyla tak působivá a trvala by mnohem déle.



Obrázek 7-1: První fáze storyboardu, tužka a papír

7.3 Výtvarné zpracování

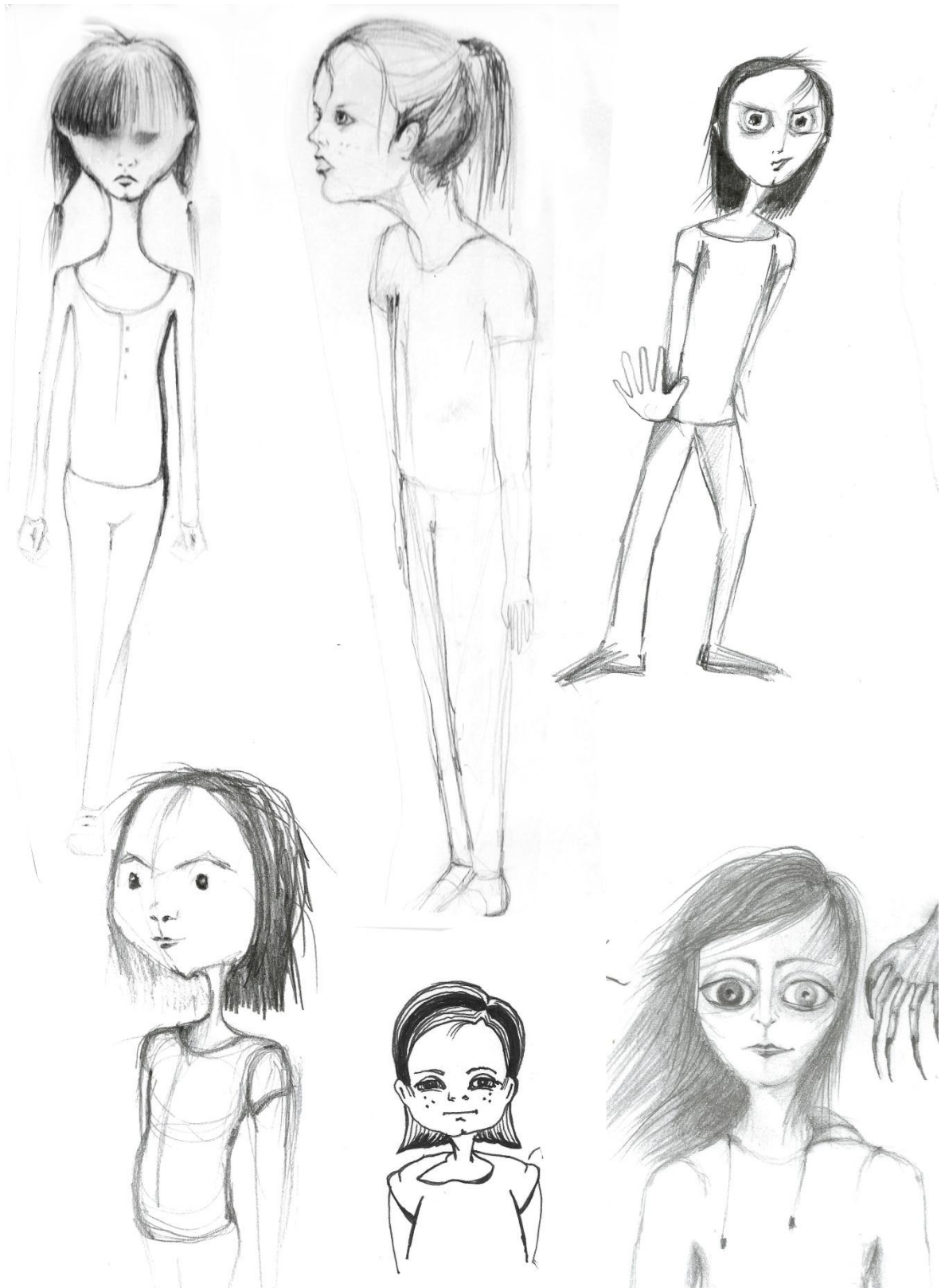
Po zredukování všech obrázků, přišlo na řadu vytváření jednotlivých scén a charakteru individuálních postav. Inspirací mi pro tuto práci byl můj dlouholetý oblíbenec Tim Burton, <http://timburton.com/> a ne méně talentovaný Matthias Derenbach, <http://derenbach.carbonmade.com/>.

7.3.1 Ruční kresba

Při kreslení postav pro finální verzi jsem zůstala u sešitového formátu, dámského péra a tuše, která podporovala mou uvolněnou kresbu. Díky ní nebyla linka jednotvárná a stala se efektnější. Už v této fázi dostala kresba svůj výraz a osobitost.



Obrázek 7-3: Ruční kresba



Obrázek 7-4: Casting na hlavní představitelku Candy

7.3.2 Finální zpracování v PC

V této práci, jsem se snažila vytvořit dílo, které by vystihovalo mou dosavadní tvorbu, ale zároveň poukazovalo na to, že jsem schopna docílit i jiné výtvarné polohy, která pro mě není tak typická.

Jak už bylo řečeno, charakter postav vznikl ručně, pomocí tuše a dámského péra. Kresby byly následně naskenovány a převedeny do počítačové podoby. Z počátku byl můj záměr nechat vyniknout především tuš a zachovat tak živost ruční kresby. Nicméně s postupným vývojem jsem dospěla k technice, která mi byla sympatická a vystihovala můj záměr. Vytvořit výtvarnou polohu, která bude jiná, jedinečná, ale zároveň bude stále fungovat jako můj podpis.

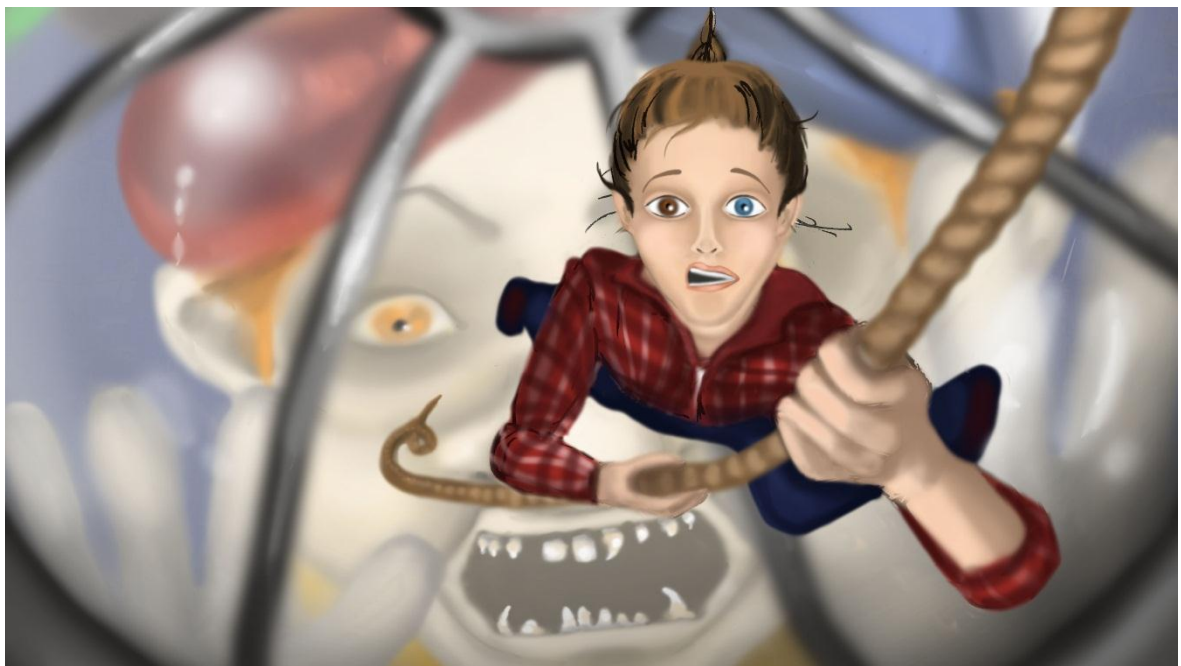
Na začátku panoval jistý ostych a nervozita, protože jsem si nesmírně přála vytvořit něco, co se bude opravdu líbit. Při hledání charakteru své kresby jsem si vzpomněla na přijímací zkoušky do prvního ročníku bakalářského studia. Tehdy jsem prohlásila, že se malby nikdy nevzdám a pokusím se ji propojit s počítačovou tvorbou. Tato vzpomínka se stala jasným impulzem. Tabletová tužka se v tu chvíli proměnila v štětec a rozpoutala se vášně, s kterou jsem tvořila své obrazy. Tak jsem také jednotné scény pojala. Vnímala jsem je jako samostatné obrazy, akorát s tím rozdílem, že jsem se musela hlídat, abych se nezapomněla zapnout do správné vrstvy.

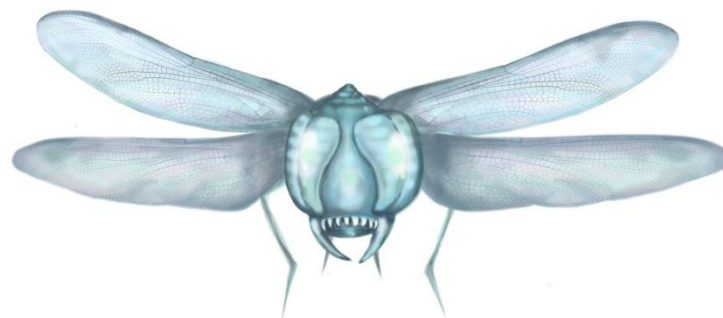
Kniha Abarat pojednává o dvou rozdílných světech. Jeden je ten „normální“, obyčejný a nudný. Ten druhý je zahalen tajemstvím, kouzly a dobrodružstvím. Tento fakt jsem se také snažila rozlišit ve své tvorbě. Na jednu stranu jsem musela dbát na to, aby ve výsledku jednotlivé kousky do sebe zapadaly. Na stranu druhou jsem chtěla, aby změna světů byla patrná. Z toho důvodu jsem ve světě, který reprezentuje realitu, nechala prosvítat reálnou ruční kresbu v kombinaci s počítačovou. Naopak ve světě fantazie jde o zcela počítačovou kresbu doplněnou o texturu a efekty získané počítačem. Texturu jsem tvořila pomocí rozmanitých štětců, které je možné využít ve Photoshopu a jsou volně dostupné například na <http://www.brusheezy.com/> a pomocí textur stažených z webové stránky <http://www.cgtextures.com/>.

Každá postavička má svůj příběh. Když jsem kreslila jednotlivé charaktery postav, mnohdy jsem si k nim přiřazovala reálné osoby. Ať už šlo o přátele, rodinu, či filmové hvězdy. Jejich charakteristické rysy mi mnohdy pomohly vyprofilovat mé hrdiny z Abaratu.



Obrázek 7-5: Kate Blanchett - „řvoucí žena s akvářkem“ a Steve Buscemi - M.Tvar





Obrázek 7-6: Ukázka finálních ilustrací

7.4 Logotyp

Kniha Abarat má svůj vlastní logotyp, který ji charakterizuje. Na první pohled se může zdát zcela obyčejný. Ovšem tento logotyp je ve skutečnosti ambigram. Tedy slovo, které můžete přečíst i když jej otočíte o 180°.

V této práci jsem si dovolila tento ambigram redesignovat. Tím jej přizpůsobit vlastním potřebám a stylu tvorby. Zásah do ambigramu není razantní, jelikož jsem nechtěla, aby na první pohled byl zcela odlišný. Mým plánem bylo ambigram pouze očistit od nedokonalostí a dosáhnout tak ladnějších tvarů. Nejtěžší na této práci bylo udržet logotyp v takovém stavu, aby se mohl i po mém zásahu chovat jako ambigram.



Obrázek 7-7: Původní logotyp a redesignovaný logotyp

7.5 Typografie

Svůj význam v této práci zastává také typografie. I když se písmo objevuje v knižním traileru pouze v několikavteřinových záběrech, bylo klíčovou částí, která komunikovala s divákem. Díky titulkům zde byla možnost oslovit potencionálního čtenáře a vtáhnout jej mnohem intenzivněji do děje.

Ke tvorbě titulků jsem zvolila font Ringbearer, který je volně stažitelný na www.dafont.com. Toto patkové písmo se skvěle doplňuje s logotypem knihy. Společně dokreslují tajemnou a fantaskní atmosféru světa Abarat.

Obrázek 7-8: Ukázka fontu Ringbearer

7.6 Animace a zvuk

Animace vznikala jako poslední fáze, paralelně se zvukem. Tato neméně důležitá část byla pro mne, jako začátečnicka v programu After Effects, časově náročná. Ovšem ne nemožná. Za pomoci tutoriálu, www.videocopilot.net, jsem byla schopna vytvořit zajímavé efekty a přechody, které dodaly výsledné animaci na profesionalitě.

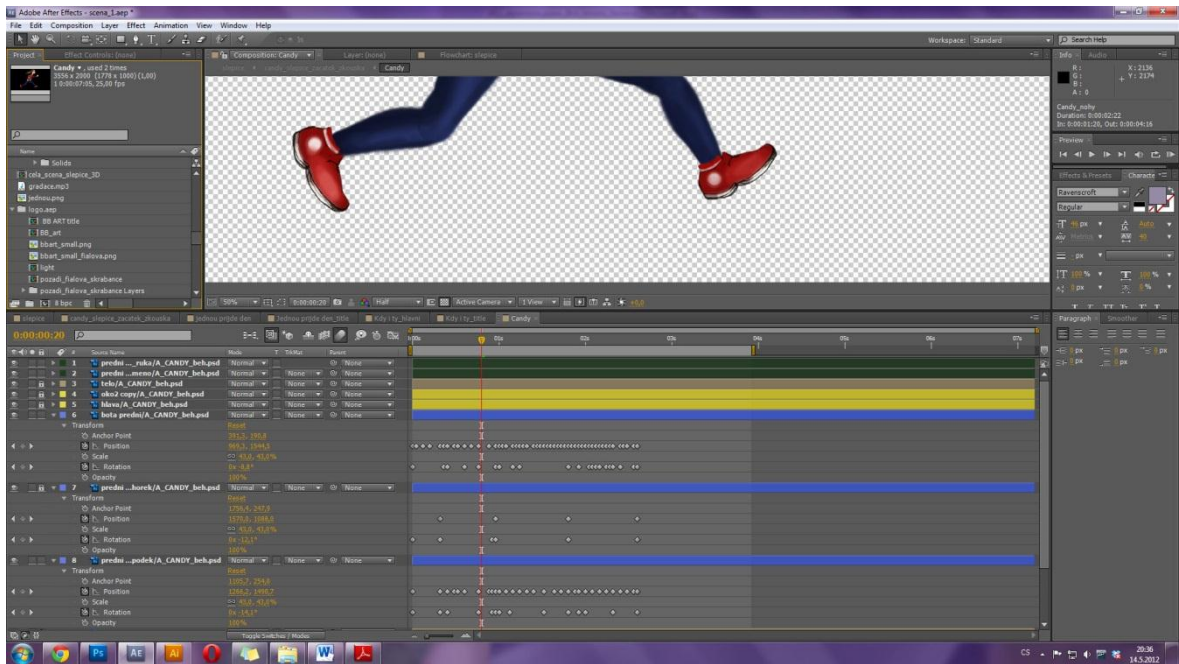
Jedním z mých nerealizovaných nápadů, bylo vytvořit na úvod animace rating cards, která by oznamovala, že se jedná o knihu pro mládež. Měla jsem totiž myšlenku, že stejně jako jsou tyto karty na začátku filmových trailerů, mohly by být i u knižních. Již v úvodu by tak sdělovaly, pro koho je kniha určena. Například žlutá by byla barvou pro děti do 12 let, modrá barvou mládeže a oranžová by označovala knihy pro dospělé. Zprvu jsem chtěla tyto barevné karty dělit podle literárních žánrů, ale pouze do té doby, než jsem zjistila kolik jich je. Myslím si, že tato myšlenka má potenciál, ovšem bylo by třeba se jí samostatně věnovat. Proto jsem od ní upustila a na úvod pouze vytvořila krátkou animaci loga nakladatelství této knihy. Tato animace koresponduje s animací titulků.

Jak jsem již zmínila, obrázky musely být kreslené ve vrstvách, aby se daly nadále používat pro animaci. Tím se samozřejmě práce stala obtížnější. Nebylo možné nakreslit obrázek pouze z jednoho úhlu. Bylo třeba vytvořit mnoho pohledů a pohybových fází, aby animace nepůsobila příliš staticky. I když jsem si jednotlivé obrázky dostatečně připravila, během animace jsem se nevyhnula dokreslování a úpravám. Při vytváření jednotlivých scén jsem se vždy snažila zachytit správnou atmosféru, která by samotný výjev podtrhla a přidala tak na emocích a tajemnu. Při čemž jsem využívala velikosti programu After Effects a jeho schopnosti přidání působivých efektů.

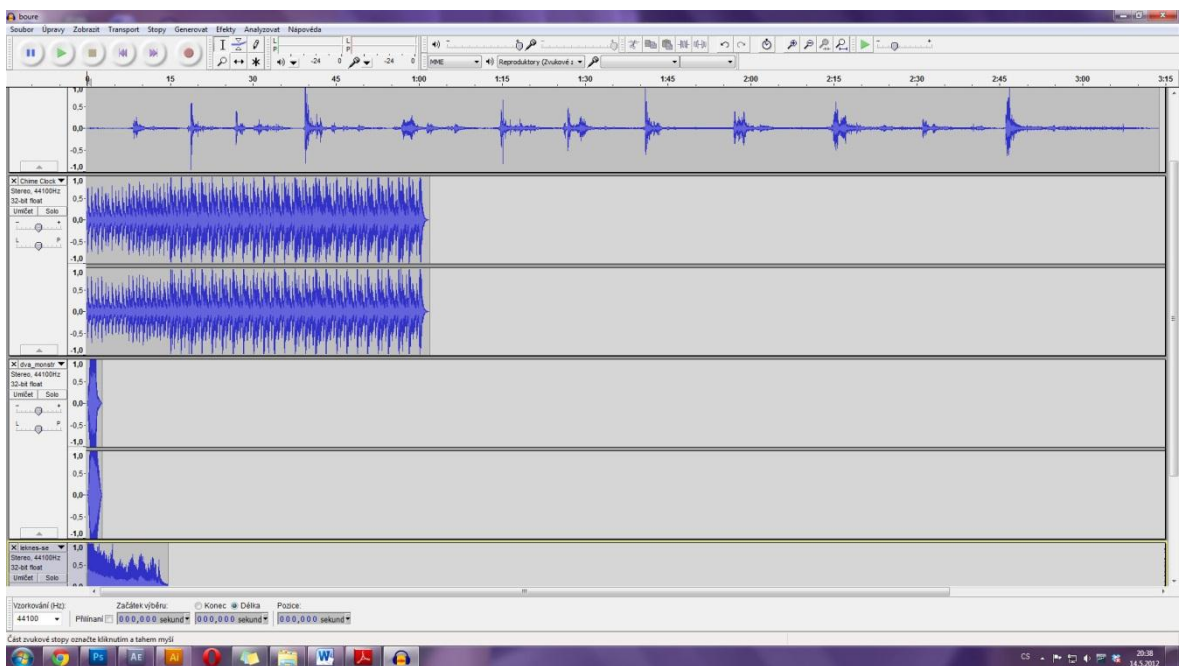
Způsob, jakým je knižní trailer animován, vnímám v jeho jemných nuancích, jako jedinečné, autorské vyjádření pohybu. Jenž se stal součástí mého výtvarného projevu.

Důležitou součástí byl zvuk. Ten dopomohl sjednotit animaci a přidal na její dramatičnosti a dynamice. Najít kvalitní a hlavně vhodnou, legální hudbu byl obrovský problém. Mým zdrojem se stala stránka www.freeplaymusic.com a pro vytváření zvuků freesound.org. Díky těmto dvou webovým stránkám jsem si byla schopna, za pomoci programu Audacity, sestříhat vlastní zvukovou stopu.

Mou snahou bylo při skládání hudby dodržet určitý rytmus s animací a naopak. Ne vždy bylo reálné této snahy docílit. A to zejména díky nedostatečným možnostem a také mé znalosti v této oblasti. Když však zvážím veškeré okolnosti, s výsledkem jsem spokojená.



Obrázek 7-9: Ukázka pracovní plochy After Effects



Obrázek 7-10: Ukázka pracovní plochy Audacity

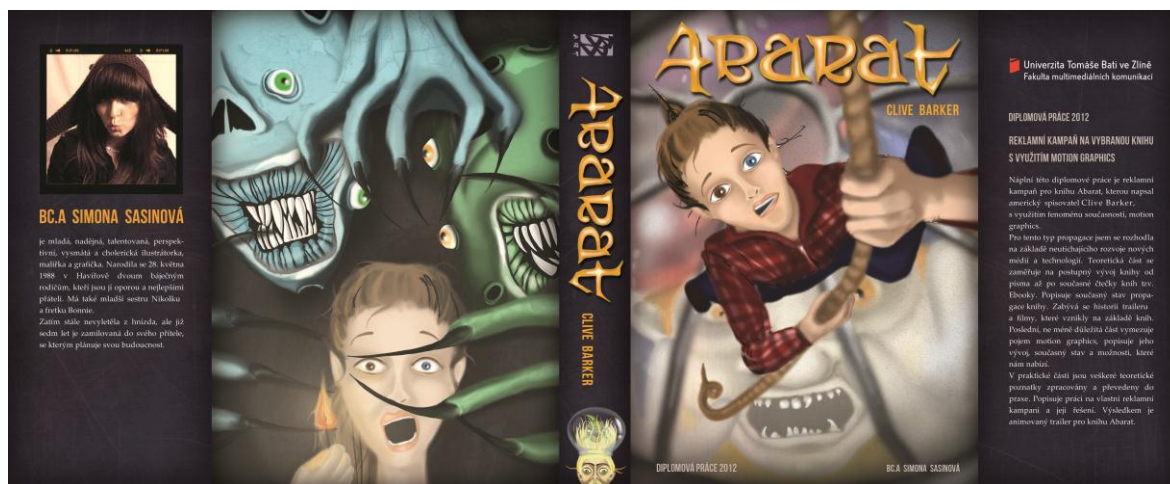
8 DALŠÍ MOŽNOSTÍ PROPAGACE KNIHY

Jelikož jsem se zabývala v teoretické části analýzou propagace knih a filmu, rozhodla jsem se ji v této diplomové práci věnovat i nad rámec knižního traileru. Víím, že není zcela možné, aby veškeré knihy, co vyjdou na trh, měly svůj vlastní trailer, microsite, bannery, letáčky a jiné. Nicméně takové bestsellery jako je například Abarat, by si tuto propagaci zasloužily. Myslím si, že by to uvítali i jejich fanoušci!

Proto jsem se v této části rozhodla, alespoň nastínit, jak by mohly vypadat propagační předměty, jako je záložka do knihy, potisk na trika nebo taková menší mocrosite, či obal knihy.

8.1 Obal knihy

Obal knihy je kůže, se kterou jde na trh. Bez atraktivního přebalu by se kniha neobešla. Obzvlášť když jde o knihu pro mládež. Zde je přitažlivý vzhled velmi důležitý. Jelikož je součástí této práce vytvořit autorskou verzi diplomové práce, rozhodla jsem se prezentovat ji jako knihu. Proto bylo téměř nutností navrhnout vlastní vzhled knižní obálky. Při její tvorbě jsem vycházela, jak jinak, ze svých ilustrací.



Obrázek 8-1: Obálka knihy Abarat

8.2 Microsite

Když jsem hledala videa s knižními trailery, bylo to pro mě velice obtížné. U nás v ČR, neexistuje stránka, která by tato videa shromažďovala. I když je pravda, že u nás neexistuje ani mnoho knižních trailerů. Nicméně, mě osobně by se líbilo, kdyby existovalo webové místo, kde by bylo možné, tato videa zhlédnout. Jako tomu je u www.trailers.apple.com/trailers/. Všechny filmové trailery jsou zde pohromadě, společně s podstatnými informacemi o filmu a odkazy na oficiální stránky. Mít takové místo, zbývalo by už jedině, vydat se do knihovny, nebo knihkupectví na nákup.

V rámci časových možností jsem vytvořila náhled, jak by taková microsite mohla vypadat. Samozřejmě, by se zde nesmělo chybět video s trailerem, informace o knize a autorovi, nějaká zajímavá hra a sekce stahuj, kde by byly například k dispozici wallpapery na plochu počítače.



Obrázek 8-2: Návrh na microsite

8.3 Záložka do knihy

Jak jsem se již zmínila na začátku. Chápu, že ne vždy je možné propagovat knihu na té nejvyšší úrovni. Ovšem taková praktická záložka do knihy, je podle mě nezbytným reklamním předmětem každé knihy.



Obrázek 8-3: Záložka

8.4 Potisk na tričko

Každý správný fanoušek by rád nosil tričko se svým hrdinou. Tudiž bylo nezbytné navrhnout si vlastní potisk.



Obrázek 8-4: Potisk na tričko

9 TECHNOLOGICKÉ ZPRACOVÁNÍ

9.1 Skenování

Jelikož jsem z počátku kreslila svou diplomovou práci ručně, bylo nakonec nutné, převést tyto ilustrace do počítače, tedy do digitální podoby. K tomu jsem použila skener HP OfficeJet Pro 8500A. Takto převedené obrázky jsem následně upravovala v Adobe Photoshop CS5.

9.2 Adobe Photoshop CS5

„První verze (1.0) vyšla v únoru roku 1990 pro Mac OS pod záštitou firmy Adobe Systems. V současné době je k dispozici třináctá verze, prodávaná pod označením Creative Suite 6 (CS6) - beta verze, která byla vydána v březnu 2012. Původně je Photoshop dílem bratrů Thomase a Johna Knolla, kteří na vývoji začali pracovat již v roce 1987. Jedním z nejvýznamnějších bodů byl vznik verze pro operační systém Microsoft Windows v roce 1996 (verze 4.0). Označení Creative Suite používané u nových verzí vyjadřuje fakt, že je Photoshop integrován se skupinou dalších grafických programů firmy Adobe (Adobe's Creative Suite), kam patří mimo jiné Adobe Illustrator či Adobe InDesign.“ [19]

Adobe Photoshop je mocný nástroj, který Vám pomůže digitálně nejen upravovat a retušovat fotografie. S photoshopem docílíte efektních výsledků. Navíc v kombinaci s tabletem značky Wacom je to nejlepší pomocník v tvorbě počítačových ilustrací.

9.3 Audacity

„Audacity je multiplatformní editor digitálního zvuku. Program Audacity byl vytvořen Dominikem Mazzonim ze společnosti Google v době jeho studií na Carnegie-Mellon University. Mazzoni i nadále zůstává hlavním vývojářem Audacity. Poslední vydaná stabilní verze je 1.2.6, vydaná 15. listopadu 2006. Program nabízí přímé nahrávání zvuku, převod nahrávek z pásků a desek do digitálního záznamu nebo na CD, editaci zvukových souborů ve formátech Ogg Vorbis, AIFF, MP3 (je však nutné zvlášť stáhnout kódér LAME), WAV a další.“ [20]

Program Audacity jsem stejně jako u bakalářské práce použila k sestřihání zvuků a hudby. Výstupem byla autorská zvuková stopa, která byla následně použita, pro z efektnění výsledku, v knižním traileru.

9.4 Adobe After Effects CS5

„Adobe After Effects je počítačový program softwarové firmy Adobe Systems, který se využívá pro tvorbu speciálních filmových efektů. Společně s Adobe Premiere představují nejpoužívanější dvojici programů pro tvorbu profesionálních filmů.“ [21]

Díky tomuto chytrému programu, jsem byla schopna vytvořit animaci pro knižní trailer. Každý pohyb, přechod a efekt vznikl právě díky tomuto programu. Výsledná práce byla exportována do formátu avi., aby se mohla promítat v kině Hvězda v Uherském Hradišti.

ZÁVĚR

V dnešním digitálním světě je nutné jít s dobou a přizpůsobovat se novým trendům. Tuto diplomovou práci jsem si vybrala, protože jde o zcela nový rozměr v propagaci knihy. Knižní trailer je stále pro mnoho lidí neznámým slovním spojením. Tento fakt byl také jeden z mnoha důvodů, proč jsem se pro tento projekt nadchla. Mohla jsem se totiž stát součástí něčeho nového. Pro mladé ilustrátory, designery, grafiky je velmi důležité být o krok napřed. Poněvadž lidé, klienti touží po nových mediích, a pokud nejsme schopni se tomuto faktu přizpůsobit, nemůžeme v tomto oboru fungovat.

Když budu hodnotit svou práci z praktické stránky, byla to zkušenost k nezaplacení. Obohatila jsem se nejen po vědomostní stránce, ale taktéž po praktické. I když podle mého názoru, by na tomto projektu měli pracovat minimálně tři lidé. Grafik, animátor a zvukař. Tato práce byla velmi náročná a bylo těžké udržet si nad každou částí určitý nadhled. Ovšem jak už jsem zmínila, byla to zkušenost k nezaplacení, do které bych s chutí pustila znovu.

Vzhledem k tomu, že se jedná o práci jednoho člověka, považuji ji za velice zdařilou. A i když to může znít křečovitě, je to práce, o které tvrdím, že je mým dítětem a zbožňuju ji. Ano, možná bych byla šťastnější, kdybych byla lepší animátor a zvukař. Avšak i ve svých drobných nedostacích jsem si našla svou jedinečnost a přijala jsem je za součást autorské tvorby. Na svou diplomovou práci jsem velmi pyšná a jsem ráda, že bylo dosaženo stanovených cílů.

SEZNAM CITACÍ

- [1] KNEIDL, Pravoslav, *Z historie evropské knihy. Po stopách knih, knihtisku a knihoven*, Nakladatelství Svoboda 1989, 1. vydání Praha, ISBN 80-205-0093-6
- [2] Citarny [online] *Knihotisk – Jak to všechno začalo* [cit. 2012-03-09] Dostupný z WWW: < http://citarny.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=1551:knihotisk-jak-to-vechno-zaalo&catid=139:historie-knihy&Itemid=4148 >
- [3] Objevy a vynálezy [online] *Psací stroj* [cit. 2012-03-09] Dostupný z WWW: < <http://quido.cz/objevy/psaci.htm> >
- [4] Objevy a vynálezy [online] *Tisk* [cit. 2012-03-09] Dostupný z WWW: < <http://quido.cz/objevy/tisk.htm> >
- [5] Citarny [online] *Co je kniha paperback a jak vznikla* [cit. 2012-03-09] Dostupný z WWW: < http://citarny.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=2261:co-je-kniha-paperback-a-jak-vznikla&catid=139:historie-knihy&Itemid=4148 >
- [6] Svaz českých knihkupců a nakladatelů [online] *ČKT-Historie* [cit. 2012-03-16] Dostupný z WWW: < http://sckn.cz/index.php?p=ckt_historie >
- [7] Marketing journal.cz [online] *Knihy versus e-knihy, aneb pro a proti* [cit. 2012-03-25] Dostupný z WWW: < http://www.marketingjournal.cz/cs/marketing/nove-trendy/knihy-versus-e-knihy-aneb-pro-a-proti__s302x7815.html >
- [8] PARKINSON, David, *Film, Svojtka a Vašut*, 1996, 1. vydání, ISBN 80-7180-173-9
- [9] Národní filmový archiv, NFA [online] *Úvod do světa animovaného filmu- od počátků do roku 1945* [cit. 2012-04-06] Dostupný z WWW: < <http://www.nfa.cz/uvod-do-svetoveho-animovaneho-filmu.html> >
- [10] Národní filmový archiv, NFA [online] *Historie českého animovaného filmu 20. a 30.let (Dodalovi: Elekta-Journal, IRE-film)* [cit. 2012-04-06] Dostupný z WWW: < <http://www.nfa.cz/historie-ceskeho-animovaneho-filmu-20-a-30-let-dodalovi-elekta-journal-ire-film.html> >

- [11] ISSUU [online] *Historie a estetika motion graphics designu* [cit. 2012-04-08] Dostupný z WWW: < <http://issuu.com/tomsej/docs/motiongraphic> >
- [12] KOTLER, Philip a kolektiv, *Moderní marketing*, Grada, 2007, 4. evropské vydání, ISBN 978-80-247-1545-2
- [13] Movie trailer trash [online] *A brief history of trailer* [cit. 2012-04-08] Dostupný z WWW: < <http://www.movietrailertrash.com/views/history.html> >
- [14] Kinobox.cz [online] *Téma: Filmový trailer* [cit. 2012-04-08] Dostupný z WWW: < <http://www.kinobox.cz/clanek/2870-tema-filmovy-trailer>>
- [15] Today I found out [online] *The colour of the background preceding movie trailers actually means something* [cit. 2012-04-09] Dostupný z WWW: < <http://www.todayifoundout.com/index.php/2010/09/the-color-of-the-background-preceding-movie-trailers-actually-means-something/> >
- [16] Velká epocha [online] *Knižní trailery - nakladatelství Argo propaguje knihy novou formou* [cit. 2012-04-13] Dostupný z WWW: < <http://www.velkaepocha.sk/2011120718601/Knizni-trailery-nakladatelstvi-Argo-propaguje-knihy-novou-formou.html> >
- [17] BARKER, Clive, *Abarat*, BB/art, 2004, První vydání v českém jazyce, ISBN 80-7341-362-0
- [18] Databáze knih.cz [online] *Clive Barker* [cit. 2012-04-16] Dostupný z WWW: < <http://www.databazeknih.cz/zivotopis/clive-barker-322> >
- [19] Wikipedia [online] *Adobe Photoshop* [cit. 2012-05-14] Dostupný z WWW: < <http://cs.wikipedia.org/wiki/Audacity> >
- [20] Wikipedia [online] *Audacity* [cit. 2012-05-14] Dostupný z WWW: < http://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop >
- [21] Wikipedia [online] *Adobe After Effects* [cit. 2012-05-14] Dostupný z WWW: < http://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_After_Effects >

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- Wikipedia [online] *Trailer* (promotion), Dostupný z WWW: < [http://en.wikipedia.org/wiki/Trailer_\(promotion\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Trailer_(promotion)) >
- Wikipedia [online] *Filmmaking*, Dostupný z WWW: < <http://en.wikipedia.org/wiki/Filmmaking> >
- Podnikatel.cz [online] *Jsou e-knihy v Česku dobrý byznys, nebo jenom koníček?*, Dostupný z WWW: < <http://www.podnikatel.cz/clanky/e-knihy-v-cesku-jako-byznys/> >
- Wikipedia [online] *Trailer (book)*, Dostupný z WWW: < [http://en.wikipedia.org/wiki/Trailer_\(book\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Trailer_(book)) >
- Česká televize [online] *Události (7. 2. 2012)*, Dostupný z WWW: < <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1097181328-udalosti/212411000100207/obsah/189332-propagace-knihy-jako-moderniho-media/> >
- Nekultura.cz [online] *Jak propagovat knihu? Zeptejte se Zubonehtáků*, Dostupný z WWW: < <http://www.nekultura.cz/literatura-hlavni/jak-propagovat-knihu-zeptejte-se-zubonehtaku.html> >
- Velká Epocha [online] *Knihkupci a nakladatelé brání budoucnost knih v ČR*, Dostupný z WWW: < <http://www.velkaepocha.sk/2011022716314/Knihkupci-a-nakladatele-brani-budoucnost-knih-v-CR.html> >
- Wikipedia [online] *Golden Trailer Awards*, Dostupný z WWW: < http://en.wikipedia.org/wiki/Golden_Trailer_Awards >
- Golden trailer [online], Dostupný z WWW: < <http://www.goldentrailer.com/> >

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 2-1: <i>Book of Kells, Book of Durrow a Book of Lindisfarne</i>	14
Obrázek 2-2: <i>Kronika trojanská</i>	16
Obrázek 2-3: <i>První, komerčně prodáváný psací stroj</i>	16
Obrázek 2-4: <i>E-books</i>	18
Obrázek 3-1: <i>Thaumatrope</i>	21
Obrázek 3-2: <i>Laterna magica</i>	22
Obrázek 3-3: <i>Záběr z filmu Cesta na Měsíc a Jazzový zpěvák</i>	23
Obrázek 3-4: <i>Scéna z nejúspěšnějšího filmu světa, Avatar</i>	24
Obrázek 3-5: <i>Humorous phases of funny faces</i>	25
Obrázek 3-6: <i>Animovaný seriál, Pepek námořník</i>	25
Obrázek 3-7: <i>Mickey Mouse, Tweety, Tom a Jerry</i>	26
Obrázek 3-9: <i>Zdeněk Miller</i>	27
Obrázek 3-10: <i>Adolf Born</i>	27
Obrázek 3-11: <i>Vladimír Jiránek</i>	28
Obrázek 3-12: <i>Tangled</i>	29
Obrázek 3-13: <i>Toy Story 3</i>	29
Obrázek 3-14: <i>Oskar Fishinger</i>	31
Obrázek 3-15: <i>Saul Bass</i>	31
Obrázek 3-16: <i>Richard Williams</i>	31
Obrázek 3-17: <i>Kyle Cooper</i>	32
Obrázek 3-18: <i>Rating cards</i>	35
Obrázek 4-1: <i>Book trailer Dark Symphony</i>	38
Obrázek 4-2: <i>Book trailer, Circle of seven productions (ukázka „foto“ traileru)</i>	41
Obrázek 4-3: <i>Book trailer, B&C's Videos (ukázka „animovaného traileru)</i>	41
Obrázek 4-4: <i>Book trailer, B&C's Videos (ukázka „animovaného traileru)</i>	41
Obrázek 4-5: <i>Book trailer, Hug Codinach</i>	42
Obrázek 4-6: <i>Book trailer, Comicbooktrailers.com</i>	42
Obrázek 4-7: <i>Book Trailer As Stand Alone Art Object: How Did You Get This Number? – Sloane Crosley</i>	43
Obrázek 4-8: <i>What Are We Doing To Our Children?: It's A Book – Lane Smith</i>	43
Obrázek 4-9: <i>Biggest Waste of Conglomerate Money: Level 26 by Anthony Zuiker</i>	43
Obrázek 4-10: <i>Eco, U: Pražský hřbitov</i>	44

Obrázek 6-1: <i>Abarat</i>	48
Obrázek 6-2: <i>Clive Barker</i>	48
Obrázek 7-1: <i>První fáze storyboardu, tužka a papír</i>	53
Obrázek 7-2: <i>Oficiální storyboard ke knižnímu traileru</i>	54
Obrázek 7-3: <i>Ruční kresba</i>	55
Obrázek 7-4: <i>Casting na hlavní představitelku Candy</i>	56
Obrázek 7-5: <i>Kate Blanchett - „řvoucí žena s akvářkem“ a Steve Buscemi - M.Tvar.</i>	58
Obrázek 7-6: <i>Ukázka finálních ilustrací</i>	59
Obrázek 7-7: <i>Původní logotyp a redesignovaný logotyp</i>	60
Obrázek 7-8: <i>Ukázka fontu Ringbearer</i>	60
Obrázek 7-9: <i>Ukázka pracovní plochy After Effects</i>	62
Obrázek 7-10: <i>Ukázka pracovní plochy Audacity</i>	62
Obrázek 8-1: <i>Obálka knihy Abarat</i>	63
Obrázek 8-2: <i>Navrh na microsite</i>	64
Obrázek 8-3: <i>Záložka</i>	65
Obrázek 8-4: <i>Potisk na tričko</i>	66

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

tzv.	tak zvané
př.n.l.	před naším letopočtem
cca	circa/přibližně
vs.	versus
DVD	Digital Versatile Disc - Digitální víceúčelový disk
Blu-ray	třetí generace optických disků, určených pro ukládání digitálních dat
PR	Public Relations, styk s veřejností
atd.	a tak dále

SEZNAM PŘÍLOH

[P1] Obsah datového CD

PŘÍLOHA P I: OBSAH DATOVÉHO CD

- Diplomová práce ve formátech PDF a DOCX (Adobe Acrobat a Microsoft Word)
- obrazová dokumentace práce