

# Vizuální dokument na téma MTV

BcA. Vlad'ka Belšíková



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ateliér Grafický design

Akademický rok: 2020/2021

**ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**  
(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **BcA. Vlad'ka Belšíková**  
Osobní číslo: **K19367**  
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimédia a design – Grafický design**  
Forma studia: **Prezenční**  
Téma práce: **Vizuální dokument na téma MTV**

### Zásady pro vypracování

Rozsah teoretické práce minimálně 40 – 45 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz směrnice rektora č. 33/2019) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků práce v pevné vazbě (v jedné z nich bude vlepeno CD) a 1 výtisk graficky zpracované práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část: vizuální identita hudební televize MTV a kult celebrity
2. Praktická část: vizuální dokument na téma MTV



Rozsah diplomové práce: **viz Zásady pro vypracování**  
Rozsah příloh: **viz Zásady pro vypracování**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/umělecké dílo**

#### Seznam doporučené literatury:

CASHMORE, Ernest. Celebrity culture. Second edition. New York: Routledge, 2014. ISBN 978-0-415-63111-2  
MIRZOEFF, Nicholas. Úvod do vizuální kultury. Praha: Academia, 2012. Vizuální studia. ISBN 978-80-200-1984-4  
MARKS, Craig a Rob TANNENBAUM. I want my MTV: the uncensored story of the music video revolution. New York: Dutton, 2011. ISBN 978-0-525-95230-5

Vedoucí diplomové práce: **doc. Mgr.A. Pavel Noga, ArtD.**  
Ateliér Grafický design

Datum zadání diplomové práce: **2. listopadu 2020**

Termín odevzdání diplomové práce: **21. května 2021**



---

**doc. Mgr. Irena Armutidisová**  
děkanka

---

**doc. Mgr.A. Pavel Noga, ArtD.**  
vedoucí ateliéru

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

### 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;
- podle § 60 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 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;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 1. 12. 2020

Jméno a příjmení studenta: BcA. Vladka Belšíková

.....  
podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce se věnuje historii MTV (Music Television = hudební televize). Cílem je zmapovat vývoj vizuálního stylu MTV a vytvořit knihu k příležitosti čtyřicetiletého výročí od vzniku MTV.

Klíčová slova: MTV, Hudební televize, hudební video, vizuální styl, kniha

## **ABSTRACT**

The master thesis is about the history of MTV (Music Television). The goal is to map the evolution of MTV's visual identity and to create a book for an occasion of MTV's forty anniversary.

Key words: MTV, Music television, music video, visual identity, book

Chtěla bych poděkovat Pavlovi Nogovi za odborné vedení mé práce a také mojí mamce za neustálou podporu.

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

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 MUSIC TELEVISION</b> .....	<b>11</b>
1.1 Vznik MTV .....	11
1.1.1 Historie hudebního videa .....	14
1.2 1984–1990.....	17
1.3 1991–2000.....	17
1.4 2001–2010.....	19
1.5 2011–2021 .....	20
1.6 Sesterské kanály .....	21
1.7 MTV a Globalizace .....	21
<b>2 LOGO MTV</b> .....	<b>22</b>
2.1 Vznik slavného loga .....	22
2.2 Astronaut na měsíci .....	25
<b>3 IDENTITY</b> .....	<b>26</b>
3.1 Druhy a forma .....	28
3.2 Autoři.....	31
3.2.1 Colossal Pictures .....	31
3.2.2 Olive Jar Animation.....	32
3.2.3 Broadcast Arts.....	33
3.2.4 Další studia .....	34
<b>4 I WANT MY MTV</b> .....	<b>36</b>
<b>5 MEZINÁRODNÍ REBRANDY MTV</b> .....	<b>38</b>
5.1 Vývoj do roku 2009.....	38
5.1.1 Vizuální styl brazilské MTV .....	39
5.2 MTV World Design Studio.....	41
5.3 Mezinárodní rebrand 2009 .....	42
5.4 Redesign loga 2010 .....	46
5.5 Mezinárodní rebrand 2011 .....	48
5.6 Mezinárodní rebrand 2013 .....	51
5.7 Mezinárodní rebrand 2015 .....	53
5.8 Mezinárodní rebrand 2017 .....	57
<b>6 SOUČASNOST A BUDOUCNOST</b> .....	<b>59</b>

6.1 Výstava k výročí.....	59
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>60</b>
<b>7 KNIHA K VÝROČÍ ČTYŘICETI LET OD VZNIKU MTV.....</b>	<b>61</b>
7.1 Inspirace .....	61
7.2 Obsah a forma .....	62
7.3 Jazyk.....	63
7.4 Proces .....	65
7.5. Barevnost.....	68
7.6 Fonty.....	70
7.7 Rozdělovací stránky .....	71
7.8 Obálka .....	73
7.9 Finální úpravy a produkce.....	75
7.10 Instalace.....	75
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>76</b>
<b>SEZNAM ZDROJŮ .....</b>	<b>77</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>81</b>

## ÚVOD

MTV je fenomén, který ovlivnil dospívání mnoha generací. Pro určité generace byla mainstreamem rocková hudba, pro jiné popové ikony jako např. Michael Jackson a Madonna, kterým MTV pomohla s kariérou a kteří zároveň MTV samy mnoho daly. Přes old-school hip hop, klučičí kapely a teen idoly na přelomu tisíciletí až po novou generaci dalších pop idolů – zrod hudebního videa i jiné momenty, které se zapsaly do historie pop kultury – to vše je MTV.

MTV ovlivnila i vývoj designu. Nabídla oboru animace nové příležitosti, možnost růstu, kreativní volnost. Právě v momentě, kdy jsem si jednou náhodně zapnula televizi a naladila MTV, jsem si uvědomila, jak zajímavá a zábavná animace a televizní grafika mezi programy je. Tehdy jsem si také řekla, že bych se o historii této televizní stanice chtěla dozvědět více – především o světě animovaných identů – i o vývoji vizuální identity celého kanálu.

Cílem první části mé diplomové práce je kompletně zmapovat vývoj vizuálního stylu původní televize MTV. Zabývám se nejprve historií samotné MTV. Popisuji vznik a zmiňuji důležité momenty od jeho založení až po současnost. Dále se zabývám historií vzniku loga a dalších původních prvků vizuálního stylu MTV, jako jsou tzv. identity. Navazuji vývojem vizuálního stylu se zaměřením na pravidelný mezinárodní redesign od roku 2009.

MTV a její vizuál se neřadí k tématům, o kterých by bylo napsáno mnoho knih. Čerpám tedy výrazně z internetových zdrojů. Jedná se o webové magazíny s rozhovory, weby designérů a externí portfolia jako Behance či Vimeo. Valná většina zdrojů je v angličtině, jelikož u nás televize nikdy neměla tak výrazný dopad.

V druhé části popisuji proces práce na knize, která mapuje to nejlepší za čtyřicet let existence MTV. Právě výročí čtyřiceti let od vzniku MTV, které probíhá v roce 2021, mi bylo pro knihu inspirací.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

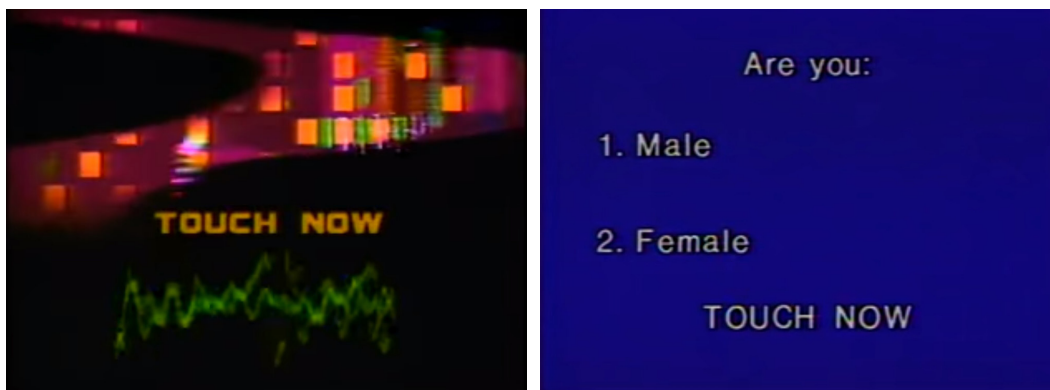


# 1 MUSIC TELEVISION

MTV byla jako vůbec první výhradně hudební televizní kanál založena roku 1981. Hlavním konceptem byly čtyřiačtyřicetihodinové bloky, během nichž hrála pouze hudební videa uváděná takzvanými VJs. Ze začátku bylo strategií MTV hrát výhradně rockovou hudbu. Postupem času se dostaly na obrazovku i jiné žánry. Od roku 1992 se z hudební televize postupně začala stávat televize vysílající především „reality TV“ (History, 2009). Momentálně je na hudební obsah na původním kanále těžké narazit.

## 1.1 Vznik MTV

MTV byla založena Warner Amex Cable Communications, společnou firmou mezi Warner Entertainment a American Express (Amex). Tato společnost založila QUBE, interaktivní programový systém kabelové televize, který umožňoval nabídku specializovaných kanálů. Díky QUBE vznikl Movie Channel (první filmový kanál, který vysílal filmy dvacet čtyři hodin denně), dětský kanál, který se dnes jmenuje Nickelodeon, a hudební kanál Sight on Sound, který byl díky QUBE interaktivní a diváci mohli hlasovat o jeho obsahu. Sight On Sound byl prototypem pro pozdější MTV. (Marks, Tanneubaum, 2011, s. 13)



Obr. 1–2:..Sight On Sound

Výkonný ředitel Warner Amexu John Lack poprvé představil koncept čtyřiačtyřicetihodinové televize vysílající hudební videa na konci roku 1979 na první *Video Music Conference* časopisu *Billboard*. Jeho vizí byla tzv. rádiová stanice s videem. (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 27)

Bývalý člen kapely Monkee Michael Nesmith přišel s nápadem na pořad, který nazval *PopC-lips*. Půl hodiny dlouhý pořad měl vysílat pouze hudební videoklipy uváděné komiky. Nesmith vytvořil pilotní díl pořadu,<sup>1</sup> který však nezvládl prodat. Nesmith však ukázal svůj nápad

<sup>1</sup> Pilot obsahoval videoklipy jako *Mull of Kintyre* od Paula McCartneyho. Pořad uváděli například komikové Howie Mandel a Charles Flesher.

Johnu Lackovi, který se rozhodl otestovat pilot na jejich kanále pro děti. Lack si nechal epizodu *PopClips* vytvořit více jako rešerši pro budoucí MTV a pracoval na jejich zlepšení. (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 29)



Obr. 3–4: Pop Clips

Koncept MTV vyvinul Robert Pittman, budoucí prezident a výkonný ředitel této stanice, který byl předtím rozhlasovým programátorem WNBC,<sup>2</sup> kde se podílel na patnáctiminutovém pořadu *Album Tracks*, který měl velmi podobný formát jako pozdější MTV. (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 15)



Obr. 5: Spoluzakladatel MTV Robert Pittman

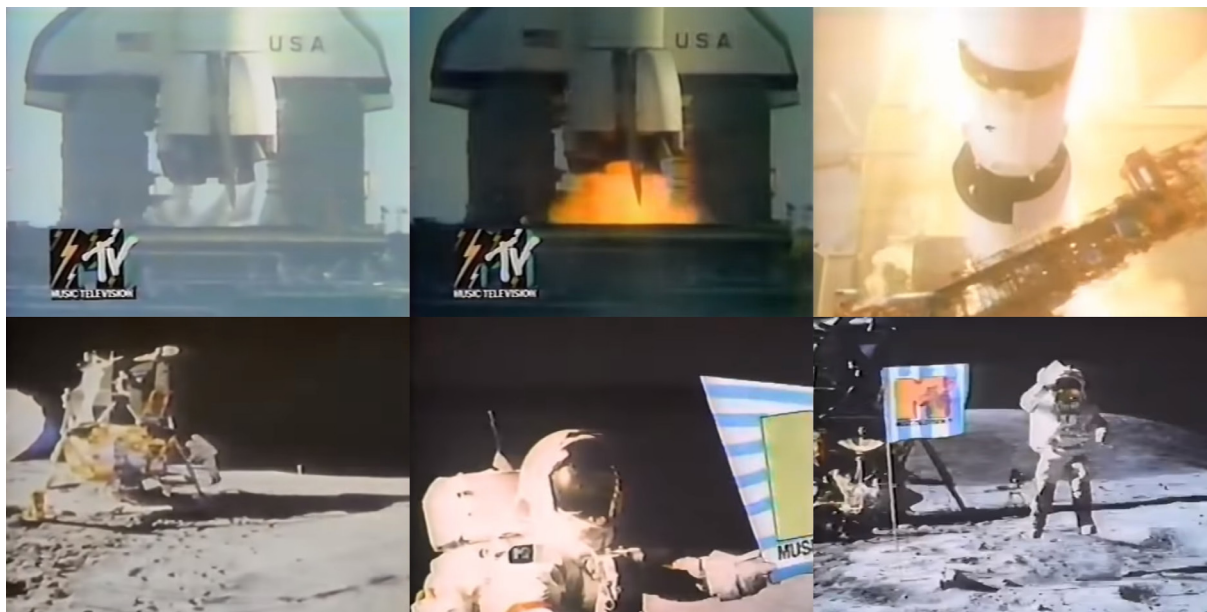


Obr. 6: Spoluzakladatel MTV John Lack

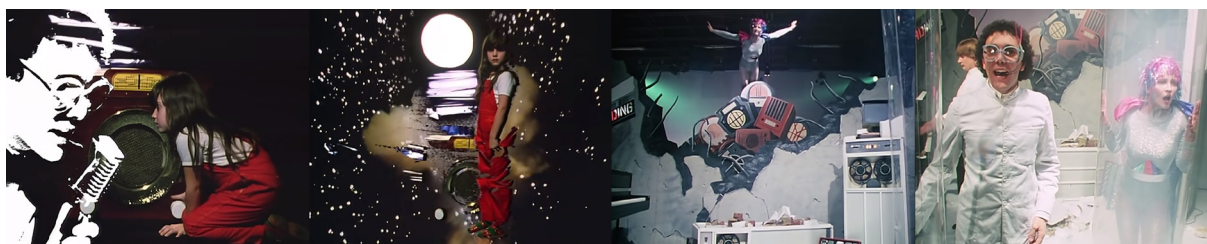
Televize byla schválena v lednu 1981 a začala vysílat 1. srpna v 0:01 východního času. Začátek svého vysílání zahájila MTV videem zobrazujícím raketu právě startující do kosmu, následoval střih na astronauta vystupujícího z rakety na měsíci, v dalším střihu tentýž astronaut už stojí vedle vlajky s logem MTV agresivně měnícím barvy. Tuto scénu doprovází odpočet a následně slova jednoho ze zakladatelů MTV Johna Lacka: „Ladies and gentlemen, rock and

<sup>2</sup> WNBC bylo rádio společnosti NBC Radio Network, které vysílalo v New Yorku od roku 1922 do 1988. (Brannigan, s. 18)

roll“,<sup>3</sup> po památných slovech začal hrát videoklip k písni s názvem *Video Killed the Radio Star* od kapely The Buggles. Tato skladba s příznačným prorockým názvem odstartovala vysílání dnes již ikonické MTV. (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 15)



Obr. 7: Začátek vysílání MTV



Obr. 8: The Buggles – Video Killed the Radio Star

Ve svých počátcích byla MTV k dispozici pouze v domácnostech některých částí New Jersey a později v dalších předměstských a vesnických lokalitách. Bylo to dáno tím, že zde byly náklady na instalování kabelové televize levnější než ve městech. Teenagery a mladé dospělé koncept televize pouštějící pouze hudební videa uchvátil. Tato věková skupina byla do této doby televizními producenty značně opomíjena. Většina pořadů byla věnována buď dětem, nebo dospělým. MTV tuto díru na trhu vyplnila. Strategií bylo zaujmout cílovou skupinu od zhruba dvanácti do pětatřiceti let a podle toho poté cílit reklamu. Autoři knihy *I want my MTV*<sup>4</sup> Craig Marks a Rob Tannenbaum zmiňují, že v té době zde nebyla žádná konkurence, s kterou

3 Překlad: „Dámy a pánové (je čas na) rokenrol.“

4 Celý originální název knihy je „I want my MTV: The uncensored story of the Music Video Revolution“. Kniha byla poprvé vydána v roce 2011 americkým nakladatelstvím Dutton Penguin. Kniha popisuje vývoj MTV během let 1981–1992 a je vyprávěna formou rozhovorů. Rozhovor poskytlo více než čtyři sta lidí, kteří se pohybovali kolem MTV během její první dekády. (Penguin Random House, 2021)

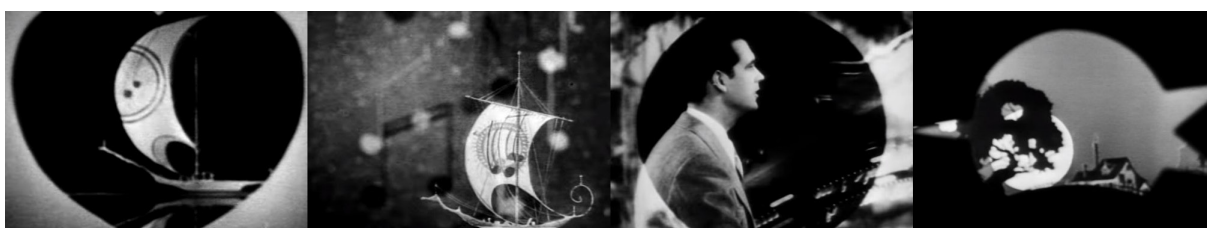


by MTV bojovalo o pozornost teenagerů, jako sociální média či videohry. (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 11)

### 1.1.1 Historie hudebního videa

Když MTV poprvé zahájila své vysílání, koncept hudebního videa nebyl široké veřejnosti příliš známý. Jako pojem se „hudební video“ uchytilo právě až po vzniku MTV. Hudební televize se podílela na vzniku hudebního videa jak ho známe dnes. Během předchozích několika dekád se však objevilo několik médií, která se modernímu hudebnímu videu více či méně podobají.

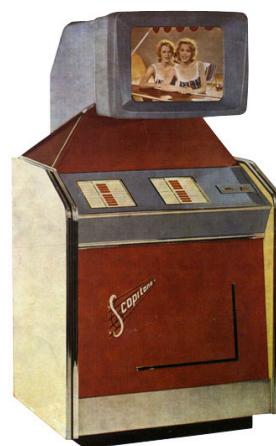
Kolem roku 1930 začalo studio Warner Bros vytvářet takzvané *Spooney Melodies*, krátké černobílé filmy s vystoupením jazzových hudebníků, často proložené jednoduchou animací. V šedesátých letech 20. století se v restauracích na silničních odpočívadlech v USA začaly objevovat videojukeboxy zvané *Scopitones*. (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 14) Jukeboxy zobrazovaly již barevné klipy, které bývaly provokativní, plné nahoty a evidentní objektivizace žen.



Obr. 9: Spooney Melodies (Milton Charles – Crying For The Carolines)



Obr. 10: Scopitone (Nancy Sinatra – These Boots Are Made for Walkin')



Obr. 11: Scopitone

Před MTV existovalo také několik hudebních pořadů, například v USA od roku 1978 pořad *Video Concert Hall*, v Austrálii *Countdown and Sounds* a na Novém Zélandu *Radio with Pictures* (1976).

S postupem času hudební vydavatelství začala nahrávat videa, často živá vystoupení, která sloužila k propagaci nové nahrávky skupiny a jako náhrada živého představení, pokud si vydavatelství nemohlo dovolit kapelu poslat na propagační turné nebo na vystoupení v televizi. Tyto klipy se objevovaly v televizních varieté nebo jako trailery před promítáním filmu v kině. Za jedno z prvních hudebních videí, které nebylo pouze živým koncertem ale obsahovalo trochu více kreativity, se považuje *Bohemian Rhapsody* od kapely Queen. Tento krátký film se objevil v hitparádovém pořadu *Tops of The Pops* a vyrobila ho televize BBC, vysílající od roku 1964. John Taylor z kapely Duran Duran událost komentoval slovy: „Skladba by se určitě neudržela na špičce hitparády tak dlouho, kdyby její krátký film nehráli *Tops of The Pops* tak často. V té době tomu však nikdo neříkal video.“<sup>5</sup> (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 12) Podobné klipy později natočily i další kapely a interpreti jako The Beatles, Rolling Stones, The Who, The Doors a Bob Dylan.



Obr. 12: Queen - Bohemian Rhapsody

Marks a Tannenbaum odhadují, že když v roce 1981 MTV začala vysílat, takových propagačních videí bylo k dispozici zhruba kolem sto padesát až dvě stě. Jelikož v USA nebyla žádná jiná platforma, kde by se dlouhodoběji mohla tyto videa vysílat, většina velkých hudebních nakladatelství ze začátku svá videa věnovala MTV téměř zdarma.

Časem se zjistilo, že interpreti, kteří měli své klipy na MTV, začali v oblastech vysílání ve velkém prodávat nahrávky, aniž by se jejich skladby hrály v rádiu, či aniž by měli v daných oblastech koncerty. Jednalo se o například o kapely Duran Duran a Flock of Seagulls. (WPU IRT, 2017)

Hudební nakladatelství tedy začala do hudebních videí investovat mnohem více peněz. Začaly díky tomu vznikat mnohem kreativnější a kvalitnější hudební videa. MTV vynalezla model hudebního videa takového, jak ho známe dnes. Z média, které se natáčelo pouze občas a nevěnovalo se mu příliš mnoho pozornosti, se díky MTV stalo něco, co nyní pokládáme za téměř nezbytné. S každým nově vydaným hudebním albem předpokládáme, že se nám od umělce

5 Originální citace: „Bohemian Rhapsody“ could not have held the number one spot for as many weeks as it did if Top of the Pops hadn't kept running their film. But nobody called it a „video.“ (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 22)

také dostane nejlépe několik kreativně zpracovaných hudebních videí. Kromě skladby samotné je nyní hudební video samo o sobě prvkem, které může umělci nabídnout mnoho publicity a v určitých případech poutá více pozornosti než samotná skladba.

MTV vysoce ovlivnila pop kulturu a trendy osmdesátých a devadesátých let 20. století. Díky vzniku hudebního videa MTV posílila mnoho odvětví a dala práci mnoha choreografům, tanečnickům, maskérům, kadeřníkům, umělcům a dalším. S prací na hudebních videích pro MTV začínali nadějní producenti a režiséři jako Michael Bay, tvůrce filmů *Armageddon* a *Transformers*. MTV také pomohla nahrávacím studiím, a hlavně hudebníkům s rozvojem kariéry. Marks a Tannenbaum zmiňují, že několik lidí, kteří pracovali v programovém oddělení na výběru klipů, bylo zároveň několik nejdůležitějších lidí v hudebním průmyslu. Tito lidé měli moc hluboce ovlivnit kariéry hudebníků a celkovou tvář celého odvětví.<sup>6</sup> MTV si svoji moc uvědomovala, a po hudebních nakladatelstvích ještě několik let požadovala hudební videa bez nároku na peněžní odměnu, na čemž vysoce vydělala. Hudební nakladatelství však nakonec MTV k vyplácení honorářů donutila. (WPU IRT, 2017)

Na vzniku MTV se často podíleli lidé, kteří neměli zkušenosti z televize ale spíše z rozhlasu. Odtud donesli tzv. narrowcasting, což je způsob cílení na konkrétní cílovou skupinu (opakem je tzv. broadcasting, tedy cílení na několik skupin najednou). To bylo také důvodem, proč ve svém začátku vysílala MTV hlavně videa bílých rockerů, kvůli čemuž byl tento kanál často



Obr. 13: Michael Jackson – Thriller

<sup>6</sup> Autoři knihy *I want My MTV* téma rozebírali v roce 2017 během semináře hudebního managementu na William Paterson University v New Jersey, když představovali svoji knihu. Během rozhovoru zmiňují, že MTV si uvědomovala důležitost těchto lidí, a ti nemohli být v kontaktu s nikým z hudebního odvětví, aby nebyli ovlivňováni. Nahrávací studia zároveň nevěděla, kdo za výběrem stojí. Výběr probíhal na základě průzkumů. Lidé stojící za výběrem své moci však občas využívali. Autoři zmiňují, že pracovat v osmdesátých letech v MTV v hudebním oddělení byla nejlepší práce na světě. (WPU IRT, 2017)

obviňován z rasismu. To změnilo až nahrávací studio CBS, které MTV donutilo hrát *Billie Jean* od Michaela Jacksona pod pohrůžkou, že zakázou MTV vysílání jejich dalších hudebních videí. Michael Jackson sklídl na MTV neuvěřitelný úspěch. V roce 1983 byl do Jacksonova hudebního videa *Thriller* investován jeden milion dolarů, zatímco přibližná cena hudebního videa se před tím pohybovala okolo 50 000 dolarů. *Thriller* bylo jediné hudební video, které kdy MTV pomohla financovat (stanice přispěla 250 000 dolarů), protože po *Billie Jean* a *Beat it* chtělo další klip od Jacksona z alba *Thriller*. Hudební video *Thriller* se stalo nejúspěšnějším videem na MTV všech dob. (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 137)

## 1.2 1984–1990

Problémem formátu MTV byla jeho závislost na dodávce hudebních videí. Hodnocení MTV každý rok kolísalo podle toho, jestli ten daný rok vydal album nějaký ze slavnějších umělců a MTV tak měla materiál v podobě jeho nových hudebních videí. Již během prvních let se mimo hudebních videí na obrazovce MTV objevoval i jiný program: pořady jako *Liner Notes*, *Fast Forward*, *MTV Extra!* a filmy *Phantom of the Paradise* a *Reefer Madness*. (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 285)

V roce 1984 MTV poprvé vysílala své vlastní hudební předávání cen *Video Music Awards*. V téže roce firma Viacom koupila MTV, Nickleodeon a The Movie Channel pod značkou MTV Networks. (Henderson, 1985) Tehdy také MTV začala vysílat britský sitcom *The Young Ones*, což byl první komediální pořad této stanice. V roce 1986 začal vysílat alternativně hudební pořad 120 minut a také televize poprvé poskytla reportáž z jarních prázdnin z Daytona Beach na Floridě. V roce 1987 měl premiéru hudebně taneční pořad *Club MTV*. Byl to první pořad, který se vysílal pravidelně ve stejný čas, ve dnech od pondělí do pátku. Ve stejném roce začalo také první vysílání soutěžního vědomostního pořadu s názvem *Remote Control*. V roce 1988 mělo na MTV premiéru *YO! MTV Raps*, což byl pořad, se kterým se na MTV poprvé dostal rap. Pořad vysílal jednou týdně. V roce 1989 se na obrazovkách MTV poprvé objevil pořad akustických koncertů *MTV Unplugged*. Během let se v pořadu objevili umělci jako Bob Dylan, Eric Clapton, Pearl Jam, Nirvana, Alanis Morissette a další. (MTVPress, [2015])

## 1.3 1991–2000

V roce 1992 začala MTV vysílat svou první reality show *The Real World*. Pořad sledoval životy sedmi mladých dospělých, kteří se právě poprvé seznámili a žijí spolu v jednom bytě v New Yorku. MTV tímto pořadem odstartoval novou éru, reality show získala lepší divácké hodnocení než hudební videa. V tomto roce již měla MTV konkurenci cílící na stejnou vě-



kovou skupinu v televizi i mimo ni. Stanice Fox vysílala pořady jako *Simpsonovi* a *Beverly Hills 90210*, vysílání spustil komediální kanál Comedy Central a rozšířily se videohry a nástup internetu. (MTVPress, [2015])



Obr. 14: Video Music Awards



Obr. 15: Remote Control



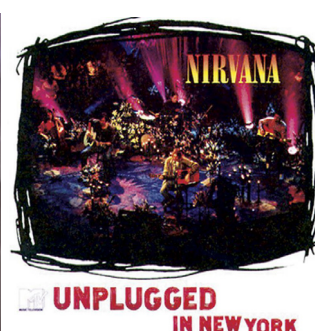
Obr. 16: Yo! MTV Raps



Obr. 17: Spring Break



Obr. 18: Club MTV



Obr. 19: MTV Unplugged

Tvorba hudebního videa byla nyní příliš kontrolována nahrávacími společnostmi. Stal se z ní velký business, který začal vytlačovat uměleckou stránku. Hudební video se stalo možností, jak se noví režiséři mohli dostat do Hollywoodu. Hudební videa tudíž získávala ambiciózní rozměr a vznikala spíše jako reklama na schopnosti tvůrce. Video se tak ale stala předvídatelnými. Následkem bylo rozhodnutí ze strany MTV postupně začít omezovat počet hodin, kdy na obrazovce videoklipy hrají. Mezi lety 1995 až 2000 MTV hrálo o 36,5 procent méně hudebních videí. Toto rozhodnutí velmi ovlivnilo nahrávací společnosti. MTV v té době mělo velký vliv a společnosti na tom byly závislé. Mike Ross, jeden se zakladatelů nahrávací společnosti Delicious Vinyl situaci popsal těmito slovy: „Když MTV v roce 1993 nevybrala do vysílání rapové video kapely Pharcyde, přišli jsme o jeden až dva miliony dolarů z prodeje nahrávek“.<sup>7</sup> (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 414)

V roce 1992 měly premiéru také filmové ceny *MTV Movie Awards*. V roce 1993 měla premiéru první talk show MTV *The Jon Stewart Show* a původní animovaný seriál *Beavis a Butt-Head*.

<sup>7</sup> Originální citace: „MIKE ROSS: When they started to phase out videos, we ran up against some walls that irritated me. In 1993, they had one slot to add a rap video – it was either our Pharcyde video, „Passin‘ Me By“, or „Slam“ by Onyx. Only one could get added. And they added Slam. It was a huge blow for us, and cost us a million, maybe two million, in record sales.“



V roce 1994 měla premiéru reality show *The Real World: San Francisco* a dokumentárně dobrodružný pořad *Road Rules* a v roce 1997 pořad *Live From the 10 Spot* – první živé vystoupení vysílající pravidelně každý týden. V pořadu se objevily mimo jiné kapely The Rolling Stones a Prodigy. V roce 1998 MTV začala vysílat dokumentární pořad *True Life* a první interaktivní televizní pořad s názvem *Total Request Live*, kdy diváci hlasovali přes SMS pro svá oblíbená hudební videa. Deset nejoblíbenějších bylo následně vysíláno. V roce 2000 měl premiéru komediální pořad *Jackass* a *MTV Cribs*, což byl pořad ukazující domovy celebrit. (MTVPress, [2015])

#### 1.4 2001–2010

V roce 2002 se na obrazovkách MTV objevila reality show *The Osbournes*, sledující život slavné rodiny. Mezi lety 2003–2004 měly premiéru také pořady *Punk'd*, *Pimp My Ride*, *Laguna Beach – The Real Orange* a předávání cen *Woodie Awards*, což byly hudební ceny, ve kterých hlasovali studenti vysokých škol. V roce 2005 MTV začalo s obnovou svých živých koncertů *Unplugged* a od vysílalo díl s Aliciou Keys. Pořad byl dostupný již i online. V roce 2009 začal vysílat dokumentární seriál *16 and Pregnant* a o pár měsíců později vedlejší série *Teen Mom*. Oba pořady zaznamenaly velkou úspěšnost a podle výzkumů zvýšily povědomí o neočekávaných těhotenstvích u mladistvých, a dokonce se těhotenství u mladistvých snížilo za rok o 9 procent. Stejný rok mělo také premiéru reality show *Jersey Shore*, který je nejlépe hodnoceným pořadem MTV. (MTVPress, [2015])



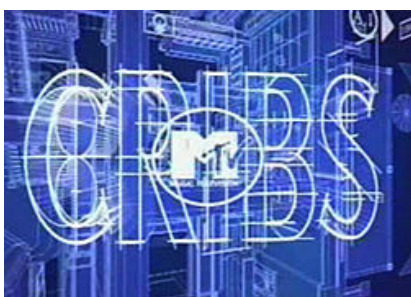
Obr. 20: Cena Movie Awards



Obr. 21: Beavis and Butt-Head



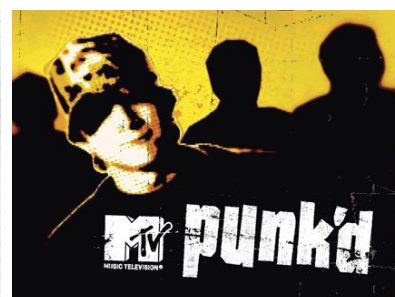
Obr. 22: Total Request Live



Obr. 23: MTV Cribs



Obr. 24: 16 and Pregnant

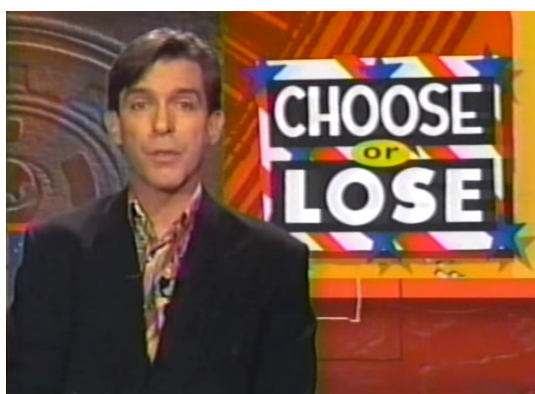


Obr. 25: Punk'd

## 1.5 2011–2021

V roce 2011 zahájil vysílání úspěšný seriál *Teen Wolf* a několikrát oceněný sitcom *Awkward*. Ve stejném roce televize oslavila třicáté narozeniny svého vysílání. V roce 2012 začala vysílat další velmi úspěšný pořad *Catfish: The TV Show*.

V průběhu celé historie MTV během amerických prezidentských voleb vysílá kampaně, které mají přesvědčit mladé lidi, aby šli k volbám. Několikrát zprodukovala i debaty s prezidentskými kandidáty. Televize své kampaně také často zaměřovala na téma šikany, nerovnosti pohlaví a práva LGBT a často i problémy rasové nerovnosti. V roce 2015 se na obrazovkách MTV objevil dokument *White People*, který pojednává o rasových problémech v Americe z pohledu bílých mileniálů. (MTV Press, [2015])

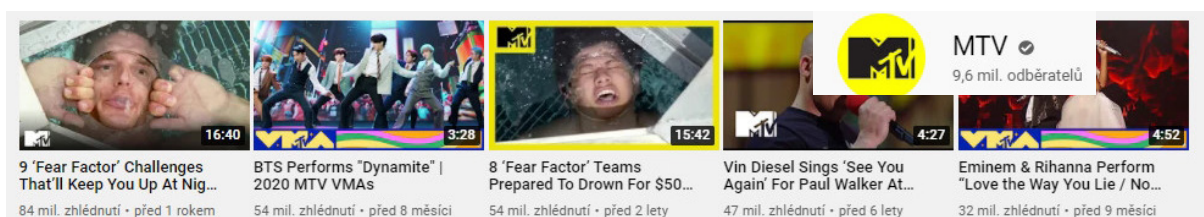


Obr. 26: Prezidentská kampaň Choose or Loose



Obr. 27: Debata Race in America

Se stoupající popularitou sociálních médií se MTV v posledních letech snaží udržovat svoji online aktivitu. MTV je aktivní na několika sociálních sítích jako Instagram, YouTube, Twitter či TikTok. Výrazná je především aktivita na YouTube, kde se objevují pořady vytvořené výhradně pro tento kanál. Zároveň zde lze najít exkluzivní vystoupení a rozhovory s hudebníky. Kromě toho má MTV několik vedlejších kanálů jako MTV News s novinkami ze světa pop kultury a MTV Impact, což je aktivistický kanál, který divákům přibližuje problematiku osobní identity a zaměřuje se na aktuální politické dění a problémy v USA. Dále jsou zde kanály pořadů jako *Catfish* či *Jersey Shore*, kde jsou nahrávány nejlepší momenty z daných pořadů. *MTV Unplugged* pokračuje i po letech. V únoru 2021 měla akustický koncert k-popová chlapecká kapela BTS.



Obr. 28: YouTube kanál MTV

## 1.6 Sesterské kanály

Během čtyřiceti let své existence se společnost rozrostla a rozšířila svoji nabídku o další televizní kanály, ať už takové, které cílí na určitou skupinu, či o ty, které nabízejí konkrétní typ obsahu. Vznikly také regionální verze původní MTV.

MTV jako taková se nikdy neodklonila od hudby úplně – i když na originálním kanále už na videoklipy téměř nenarazíme, MTV má několik sesterských kanálů, které více či méně hudbu stále hrají. V USA jsou k dispozici kanály MTV 2, který začal v roce 1996 jako hudební kanál a náhrada za originální MTV, ale postupem času se z něj hudba začala také vytrácet a momentálně vysílá hlavně zábavní pořady a reality TV. (Unterberger, 2016) Na MTV Live se nacházejí hudební videa, záznamy koncertů a předávání cen. (MTVPRESS, [2015]) MTV Classic pouští hlavně hudební videa z posledních čtyř dekad. V Evropě je k dispozici televize Club MTV, která hraje taneční hudbu a MTV Hits a MTV Music, které se stále drží originálního formátu čtyřicetihodinových hudebních videí a hrají populární hudbu. (MTV, 2021) Evropský kanál MTV Rocks na konci roku 2020 nahradily televize MTV 80's a MTV 90's, které se zaměřují na hudbu konkrétních dekad. I když je škoda, že původní MTV již hudbu nehraje, nabídka hudebních kanálů rozdělených podle žánrů i dekad nabízí možnost Hudební televizi dle svých preferencí mít. Valná většina lidí však v době éry YouTube pravděpodobně nebude mít o tyto kanály takový zájem, jako když teenageři v osmdesátých letech zaplavovali poskytovatele kabelové televize telefonáty a MTV požadovali. Hlavně pokud kanály nejsou součástí základního balíčku poskytovatelů televize.



Obr. 29: Sesterské Kanály MTV

## 1.7 MTV a Globalizace

Postupem času se MTV začala rozrůstat po celém světě a představila mnoho regionálních verzí. Tyto verze ve většině případů nabízejí původní pořady MTV s titulky či dabingem. Některé regionální odnože kanálu MTV vytvářejí své vlastní pořady určené přímo pro daný region. V Evropě má momentálně své verze MTV Německo, Spojené království a Irsko, Švédsko, Finsko, Norsko, Rusko, Francie, Polsko, Španělsko, Itálie, Belgie, Nizozemí, Dánsko

a Portugalsko. Regionální verze MTV nahradily některé z lokálních hudebních kanálů jako byla třeba německá VIVA a polská Atomic TV. Řecká a ukrajinská verze MTV byly naopak nahrazeny regionálními hudebními televizemi. V Evropě existovalo i několik jiných lokálních verzí MTV – mimo jiné rumunská, maďarská a česká verze MTV, a také verze pro balkánské země MTV Adria. Tyto verze byly postupem nahrazeny lokalizovanými verzemi MTV Europe. Evropská MTV začala vysílat v roce 1987. (Wikipedia, 2021) Pod název MTV Czech existovala od roku 2009 regionální verze pro Českou republiku a Slovensko. Provozovatelem byla skupiny CET 21 (nyní skupina TV Nova). V roce 2013 byla televize nahrazena MTV Europe. (Polák, 2013) V Česku momentálně plní roli hlavní hudební televize ryze česká televize Óčko, která vysílá od roku 2002. (Mafra, [2021]) Mimo Evropu a severní Ameriku MTV vysílá a má své regionální a speciální kanály i v Africe, Asii, Austrálii a Jižní Americe.

Éru, kdy MTV byla skutečnou hudební televizí, jsem nezažila. Podobnou roli však pro mě osobně sehrál hudební pořad České televize *Medúza*. Pořad obsahoval hitparádu, videoklipy a rozhovory s hudebníky. Sledovala jsem ho, když jsem přišla ze školy. Ráda na tyto chvílky vzpomínám a pamatuji si i některé konkrétní videoklipy, které v pořadu často hrály. O pár let později jsem občas sledovala i televizi Óčko. Tyto vzpomínky mi alespoň trochu mohou pomoci pochopit, jakou roli hudební MTV pro dospívající měla a proč „chtěli svoji MTV“. MTV začala jako nedokonalý projekt, na kterém pracovalo mnoho mladých nadšených lidí. I díky tomu, a samozřejmě díky teenagerům, se MTV mohla za léta rozrůst po celém světě, do různých jazyků a forem.

## 2 LOGO MTV

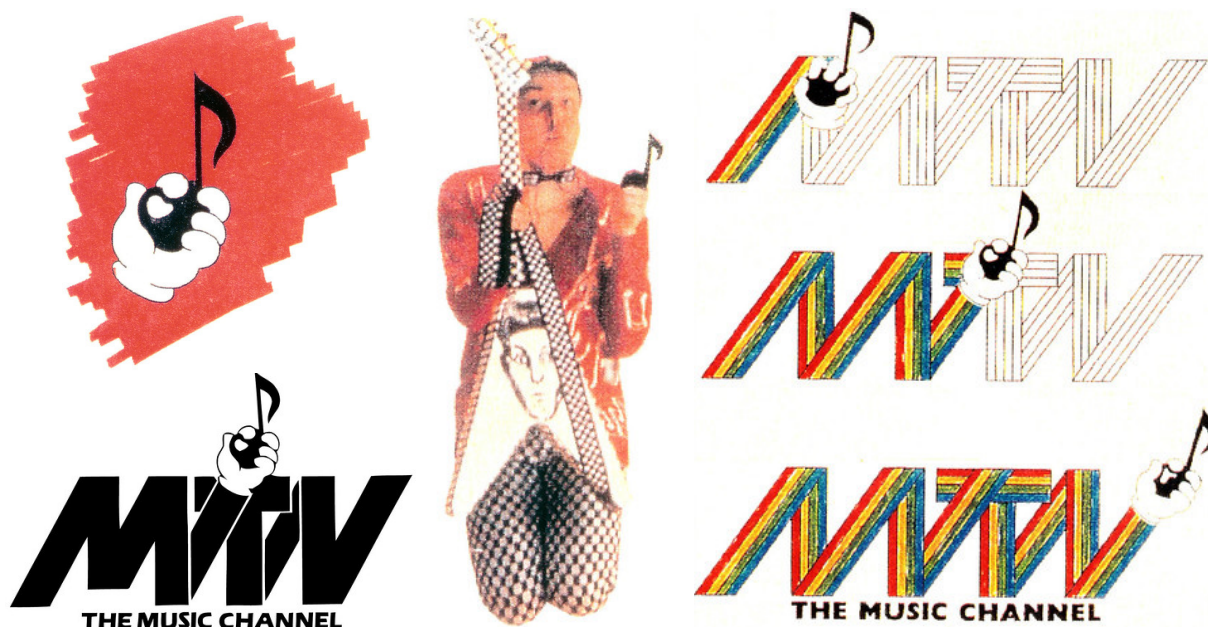
### 2.1 Vznik slavného loga

Úkol vytvořit vizuální identitu pro novou televizi byl svěřen prvnímu uměleckému řediteli MTV Fredu Seibertovi, který jej delegoval na svého přítele z dětství Franka Olinskyho a jeho kolegyně Patti Rogoff a Pati Gorman ze začínajícího grafického studia Manhattan Design z Greenwich Village v New Yorku. Seibert chtěl spolu se svým kolegou Alanem Goodmanem stvořit logo, které by odráželo naladění nové generace, pro niž byla televize určena. Oba věděli, že nechtějí logo, které by ztělesňovalo přísná, neměnná pravidla. Logo se naopak mělo stále vyvíjet a být zároveň zajímavé, aby mohlo konkurovat ostatním televizním značkám. (Canemaker, 1992)

První verze loga vznikaly, když televize ještě neměla své jméno, pracovně se jí říkalo „The Music Channel“. Z toho důvodu byly tyto verze ryze grafické, bez textu. V první verzi, která se



uměleckému vedení televize zamlouvala, je ručička připomínající Mickey Mouse, která svírá hudební notu. Logo mělo znázorňovat „čerstvě vymačkanou hudbu.“ Seibertovi a Goodmanovi se líbilo právě z důvodu, že bylo aktivní, pohyblivé. K tomuto se pojila také vize, že by určití hudebníci mohli notu mačkat ve své dlaní, čímž by vzniklo logo interaktivní. (Seibert, 2009)



Obr. 30: První návrhy loga MTV

Na jaře roku 1981 dostala televize název MTV, o němž Seibert píše na svém blogu, že „se nikomu ve firmě nelíbil“.<sup>8</sup> Manhattan Design zakomponoval ručku s notou k verzálkám „M“, „T“ a „V“. Návrh však také neprošel. Studio dále pracovalo s písmeny MTV bez hudební noty. Patti Rogoff vytvořila trojdimenzionální tlusté písmeno „M“. Frank Olinsky k němu přispřejoval „TV“. Sprej vytvořil pod nápisem kapky, Seibert se však chtěl však výraznému „sprejerskému“ stylu vyhnout, proto byly odstraněny. (Seibert, 2009) Frank Olinsky na svém webu zmiňuje, že ho k tomuto kroku inspiroval televizní animovaný pořad Winky Dink and You, který sledoval jako dítě. (V pořadu bylo mnoho momentů nedokreslených a postavička Winky Dink prosila děti, aby jí pomocí speciální fólie, která byla přiložena na obrazovku, pomohly scény dokreslit.)



Obr. 31: Návrhy loga MTV

<sup>8</sup> Originální citace: „We settled on a compromise name that no one really liked (really. “MTV” sounded clunky to some and reminded others of the really popular MTM production company),“



Obr. 32: Winky Dink and You



Obr. 33: Finální logo MTV

Poslední popsaná verze byla firmou několikrát zamítnuta, než ji nakonec schválili. Pod logo byl ještě přidán nápis Music Television. (Olinsky, [2008]) Když se začalo rozhodovat o korporátních barvách, Manhattan Design dodal mnoho barevných verzí loga. Olinsky a jeho tým vyplnili v různých návrzích logo texturou cihel, tečkami nebo třeba zebřími pruhy. Seibert zmiňuje, že se mu líbily všechny tyto verze. Nakonec došlo k rozhodnutí, že se verze použijí všechny a najednou v animaci. Logo se mělo neustále vyvíjet a měnit stejně jako se neustále mění rocková hudba. V té době šlo o velmi odvážný krok. Proti návrhu se mnoho zaměstnanců firmy postavilo. (Canemaker, 1992)



Obr. 34: Barevné variace loga MTV

Rozdíl ve velikosti mezi písmeny „M“ a „TV“ nevznikl náhodou. Větší „M“ (jako „music“) signalizuje, co stojí v centru pozornosti této televize. Kontrast geometrického trojrozměrného písmena „M“ a nasprejovaného „TV“ zároveň vytváří dojem rukodělnosti. Díky tomu vzniklo dílo s osobním otiskem autora, které nepůsobí příliš korporátním dojmem. I když MTV pod



velkou korporací bylo, v týmu televize bylo mnoho nadšených mladých lidí, kteří se snažili dělat věci po svém, novým způsobem, a logo přesně toto vystihuje. Velká plocha v objemném písmenu „M“ poskytuje dostatek prostoru pro různá výtvarná zpracování. Díky tomu je jednodušší přicházet s novými nápady. Diváci televize do redakce často posílali své vlastní variace loga. Logo bylo nominované na cenu Clio a cenu Art Directors Clubu. (Grillo, 1982)



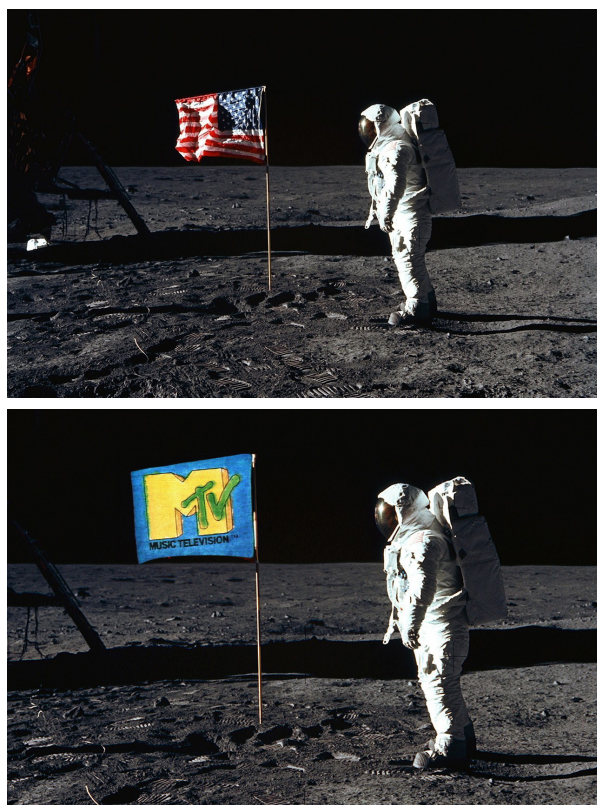
Obr. 35: Barevné variace loga MTV

## 2.2 Astronaut na měsíci

Spot s astronautem přistávajícím na měsíci, který vysílání stanice odstartoval a který propůjčil televizi svou tvář, vytvořilo komerční studio Buzzco. Třicetisekundový spot hrál začátkem každé hodiny. Kreativci z MTV o blížícím se začátku vysílání mluví jako o momentu, který navždy změnil tvář televize a považují jej za nejdůležitější moment televizní historie. Z toho důvodu se rozhodli pro spot použít aktuálně nejslavnější moment televizní historie – přistání Američanů na měsíci z roku 1969. Pro výrobu spotu byly použity záběry NASA s licencí public domain. Ve spotu se objevily záběry startu rakety a přistání na měsíci s drobnou, avšak důležitou změnou – v záběru astronauta s vlajkou zapíchnutou do povrchu měsíce americkou vlajku nahradili rychlou animací měnícího se loga MTV.

Logo se měnilo každou osminu sekundy ve zhruba deseti sekundovém spotu (firma si ověřila, že animace v této frekvenci u nikoho nevyvolá epileptický záchvat). Klip doprovázelo sólo na elektrickou kytaru nahranou firmou Elias-Peterson. Hudebník z této firmy Jonathan Elias v rozhovoru pro knihu *I want my MTV* zmiňuje, že mu kreativci z televize řekli: „protože

mnoho lidí považuje obraz přistání na měsíci za svatý, pojd'me ho rozbít nějakou rockovou hudbou“.<sup>9</sup> Kreativní tým si také uvědomoval, že šlo z jejich strany o velmi arogantní krok, kterým chtěli přiblížit tvář nové televize. V původní verzi chtělo MTV použít i slavná slova Neila Armstronga, což však jeho právnícký tým neumožnil. Spot z obrazovky zmizel v roce 1986. Obraz astronauta se na MTV zachoval do dnešních dnů alespoň v podobě ceny na předávání VMAs. (Seibert, 2009)



Obr.36–37: Originální snímek přistání na měsíci a verze s přidaným logem MTV



Obr. 38: Cena VMA

### 3 IDENTITY

Ident neboli také bumper či ID je krátký videospot, často animovaný, který rozděluje televizní pořady a průběžně informuje diváky o tom, který kanál právě sledují – je vlastně ekvivalentem rozhlasové znělky. Identity MTV mají většinou 10–30 sekund a výtvarně si pohrávají s neustále se měnícím logem.

V úplných začátcích si kreativní tým MTV na animaci najímal menší nezávislá studia, především taková, která pracují s ručními technikami animace jako je stop motion používající

<sup>9</sup> Originální citace: „Because people are so used to seeing that image as holy, let's rip it apart with some rock music.“ (Marks, Tannebaum, 2011, s. 39)



modelování z hlíny, loutky, koláž, pastely, pastelky a vodové barvy. Mezi studii byly firmy Colossal Pictures, Olive Jar, International Rocketship, Broadcast Arts, Jerry Lieberman Productions a umělci Eli Noyes, George Griffin a Joey Ahlbum. (Canemaker, 1992)

Fred Seibert, který mnoho identů ze začátku produkoval, zmiňuje, že si uvědomoval, že by tyto identity mohly mít pro mladou generaci podobný význam jako obaly vinylů pro generaci jejich rodičů. (Seibert, 2009)



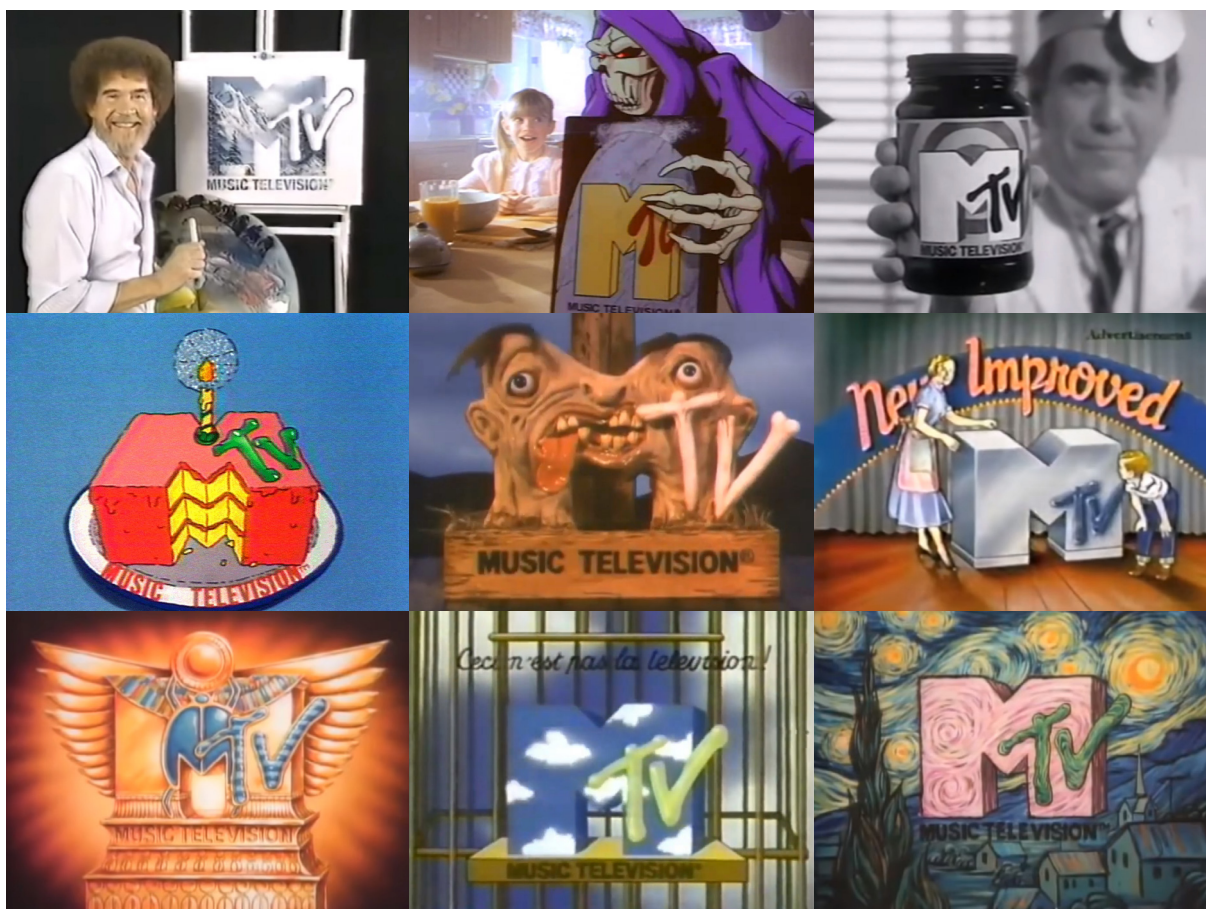
Obr. 39: Ukázky loga MTV v identech v různých formách

V následujících odstavcích představím různé druhy identů i konkrétní spoty. Jelikož nepatřím ke generaci, která MTV sledovala během zlaté éry v osmdesátých a devadesátých letech, a tedy jsem neměla možnost tyto ikonické spoty sledovat na televizní obrazovce, se seznámením mi pomohla hodinová kompilace nahraná uživatelem WilmisterUK na Youtube. Popisují, co jsem viděla v této kompilaci, která byla sama o sobě velmi zábavná ke zhlédnutí, i několika jiných videí. Tato kompilace není jediná svého druhu. Zároveň je na Youtube uživateli nahráváno mnoho bumperů jednotlivě. Videá mají i stovky tisíc zhlédnutí. Pod videi se často objevují komentáře od uživatelů, kteří vzpomínají na staré dobré časy, což potvrzuje výše zmíněnou vizi Freda Seiberta, který doufal, že se tyto identity stanou součástí generace dospívajících.

Identy MTV, stejně jako celá televize sama nepochybně tvoří součástí pop kultury a dospívání mnoha lidí. Během hledání zdrojů jsem narazila na komentáře výtvarníků, kteří zmiňovali, že právě i díky animovaným spotům na MTV se rozhodli věnovat se animaci, či na umělce, kteří se na spoty dívají před tím, než začnou tvořit, aby načerpali inspiraci.

### 3.1 Druhy a forma

Identy MTV byly od počátku různorodé, často velmi odvážné, jako kanál sám. Některé byly až strašidelné a obsahovaly krev, vnitřnosti, prvky poprav a mučení, kostry, často až psychedelické prvky, rychle se měnící barvy a scény. Objevovala se inspirace surrealismem. Existuje i několik nekorektních identů, je používána nadsázka, morbidita. Spoty používaly různé výtvarné techniky animace, některé byly hrané. Někdy obsahovaly originální znělku, většinou oslavující MTV. Doprovodem bývá nečekaně i rocková hudba. Identy měly v mnoha případech vlastní příběh. Písmeno „M“ na sebe v průběhu času převzalo podobu opice, lyžaře, ducha, domu, jablka, pečeného kraba či Frankensteina. V animované podobě bylo vytvořeno z různých materiálů jako je kámen, ocel, zlato nebo maso.

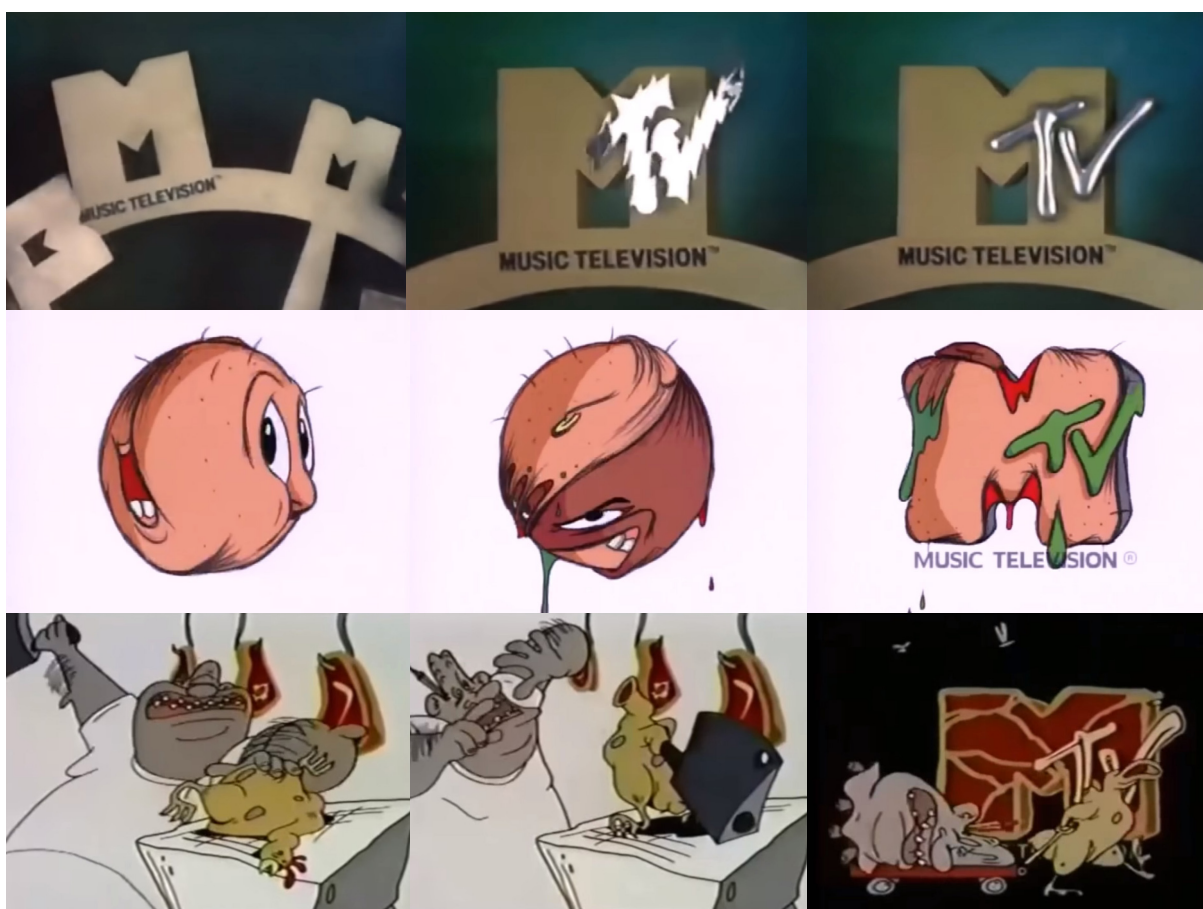


Obr. 40: Ukázky loga MTV v identech v různých formách



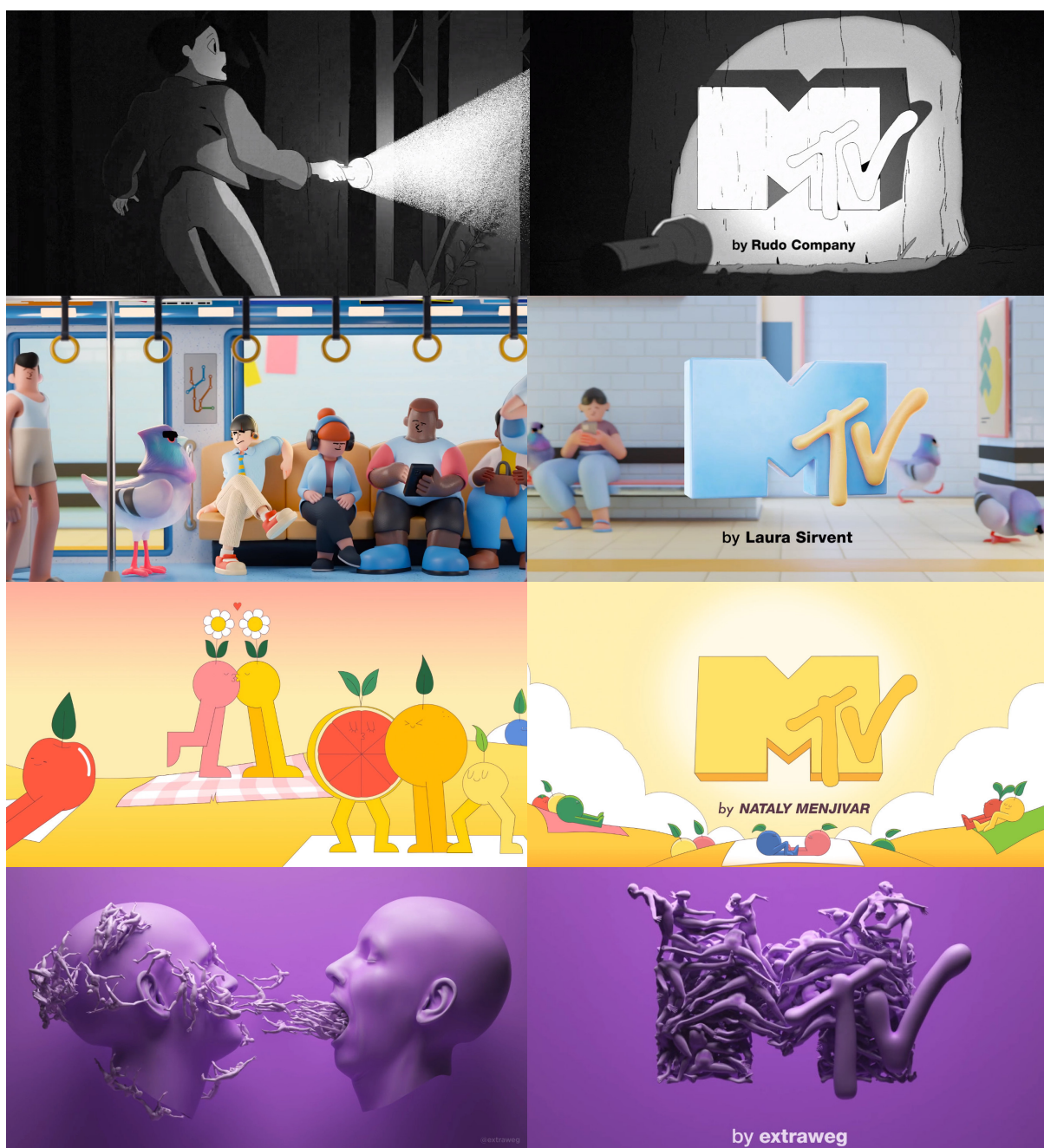
Často se opakuje forma, v níž se logo nějakým způsobem proměňuje a až na konci spotu získá svou finální podobu. Dalším častým scénářem je, že se několik různých předmětů či aktérů na konci spotu spojí či přemění v logo televize. Někdy písmenu „M“ chybí „TV“, až během spotu se nějakým způsobem dotvoří. Jindy se logo objeví až na konci spotu jako důsledek krátkého příběhu. V jiných případech se logo během spotu nemění, je předmětem, který něco zažívá, či okolo kterého se něco děje. Bylo zde několik identů, které existovaly v několika verzích, s jiným koncem, či jako pokračování příběhu se stejnými aktéry. Některé se během let na obrazovku vracely lehce pozměněné.

Objevují se zde prvky klasické americké rodiny, amerického snu, retro americké domácnosti či retro reklamy. Všechny tyto výjevy jsou ve spotech nějakým způsobem rozbity či zesměšňovány. Zmiňována je důležitost MTV. Častá je také parafráze na umělecké dílo (Výkřik od Edvarda Muncha, Vincent van Gogh, René Magritte) komiks a knižní příběhy. Ve spotech občas účinkovali muzikanti a jiné známé osobnosti jako například výtvarník Bob Ross. Častá je práce s rytmem, hudbou a vizuálním znázorněním hudby (noty či hudební nástroje). Během Vánoc, Halloweenu, Silvestra, svátku svatého Valentýna či narozenin MTV se objevovaly tematické sváteční identity.



Obr. 41: Ukázky identů

Výtvarníci a kreativci z MTV nacházeli během let další a další způsoby jak zaujmout a vyjádřit podstatu televize. I po čtyřiceti letech televize stále hledá a najímá mladé nadějně animátory, kteří v tvorbě identů pokračují. Jde zde vidět vývoj animace, současné spoty často používají animaci 3D. Na obrazovce se za každým spotem momentálně objevuje i kredit animace. Pro sesterské kanály a jazykové variace MTV jsou často vyráběny identity na míru. V současnosti, kdy obsahem původní televize je hlavně reality TV, jsem se několikrát přistihla, že jsem se zasekla právě na sledování identů, které jsou vysílány místo reklamního bloku za sebou a jsou alespoň pro mě to nejzajímavější, co nyní MTV nabízí.



Obr. 42: Ukázky aktuálních identů

Neustále se měnící logo podle mého názoru nejen že vystihuje televizi a rockovou hudbu, ale také teenagery a mladé dospělé, kteří jsou cílovou skupinou televize. Mladí lidé prochází mnoha změnami, výkyvy nálad a hledají význam života a něco, co je zaujme, co má smysl. Začnou se také často nudit. Vizual MTV poskytl mladým lidem něco, co potřebovali, a byl jim v mnoha ohledech podobný. Nabídl mnoho kreativních podmětů, nový svět, ke kterému se rádi budou vracet. Kreativní identity jsou dalším lákavým podmětem, které kromě hudebních videí a vstupů VJ mohli diváci na obrazovce televize vždy očekávat. V případě spotu astronauta na měsíci i věděli, že se objeví každou celou hodinu a jeho zkrácená verze každou půl hodinu v hodině. Tento spot tedy sloužil navíc i jako ukazatel času.

## 3.2 Autoři

I když na internetu lze lehce dohledat kompilace starých spotů, ne vždy je možné najít i autora daného spotu. Naštěstí u mnoha spotů byl autor dohledán. Chtěla bych zmínit tři animační studia, která pro MTV v jeho začátcích pracovala a jejichž jména se u dochovaných spotů objevovala snad nejčastěji. Jsou to také studia, která začínala jako malá nezávislá a právě práce pro MTV jim otevřela mnoho dveří, díky čemuž si vydobyla ve filmovém průmyslu své místo.

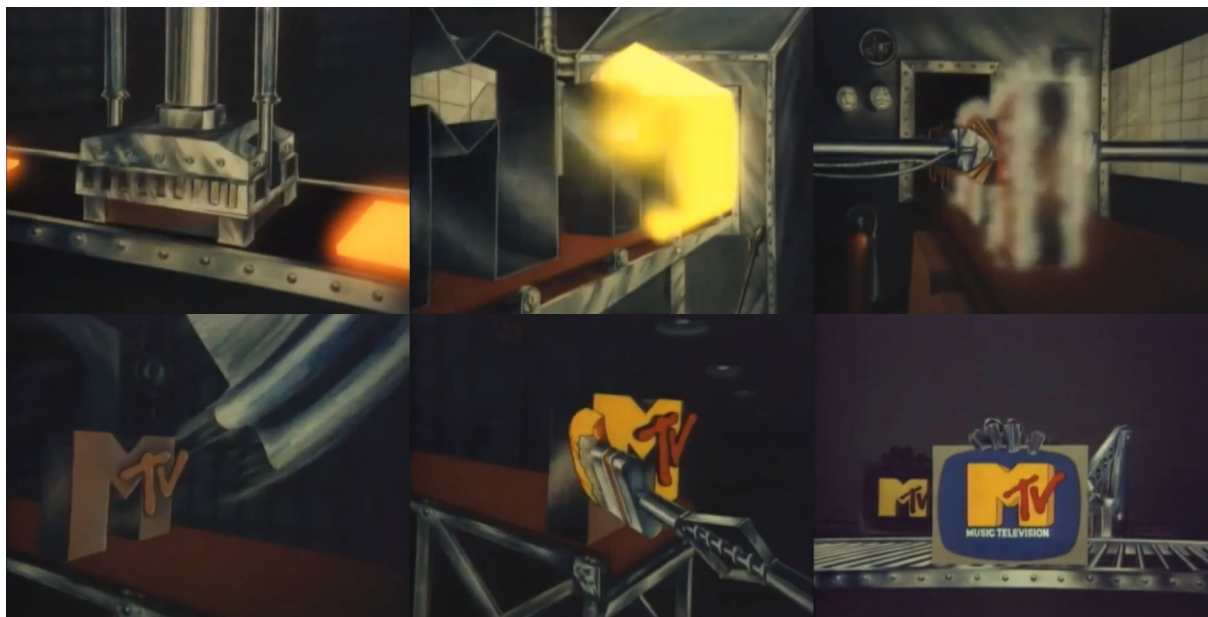
### 3.2.1 Colossal Pictures

Colossal Pictures bylo prvním studiem, které tým MTV svým stylem zaujalo. (Canemaker, 1992) Bylo založeno v roce 1976 v San Franciscu a i díky těmto zakázkám studio zaujalo firmy jako Coca Cola, Apple a další (Seibert, 2021) a vydobyla si velmi dobrou pověst. Studio získalo ceny Clio, Emmy, Oscar i Zlatého lva z Cannes. Svou činnost ukončilo v roce 1999. Pro MTV kromě animovaných identů vytvořilo i animovaný pořad Liquid TV.<sup>10</sup> (Kilmer, 1999) Jejich identity jsou poutavé, často v rychlém tempu, s přiléhavou tematickou hudbou vytvořenou na míru. Mimo jiné se mi od tohoto studia líbí spot *M Factory*, který se odehrává v továrně a ukazuje postup výroby loga MTV z oceli od odlévání, přes barvení až po ukázkou výsledného produktu chyceného do obrazovky televize. Spot má velmi poutavý výtvarný styl a chytlavý hudební doprovod připomínající do rytmu bušící kladivo.

---

10 Liquid Television (česky Tekutá televize) byl půl hodiny dlouhý pořad, který měl premiéru v roce 1991. Pořad se skládá z různých krátkých animovaných pořadů, jako *Aeon Flux* či *Soap Opera*. Pořady jsou vytvořeny různými styly animace. Koncept pořadu navázal právě na animované identity televize. (Svetkey, 1991)





Obr. 43: M Factory od Colossal Pictures

### 3.2.2 Olive Jar Animation

Studio Olive Jar Animation se nachází v Bostonu a bylo založeno v roce 1984. Z počátku se zaměřovalo především na techniku claymation, tedy modelování z jílové hmoty. Touto technikou pro MTV vytvořili na čtyřicet spotů. (Patrick, 1999) Jejich práce bývá výstřední až morbidní. Často se objevovala kombinace hraného výstupu a animace. Až po dokončení sledování dlouhé kompilace starých identů televize jsem zjistila, že mnoho z mých oblíbených spotů pochází právě z dílny studia Olive Jar.

Jeden z jejich spotů, který mě velmi zaujal, se jmenuje *Crab Legs*. Spot pravděpodobně parafrázuje televizní reklamu řetězce restaurací Sea Galley z počátku osmdesátých let. Spot začíná záběrem na porcování kraba, v dalším záběru vidíme upečenou krabí tyčinku. Po záběru nadšeného páru se na talíři objeví vymodelovaný krab ve tvaru loga televize. Celý spot doplňuje několikrát se opakující slogan „We’ve got crab legs.“ (Máme krabí tyčinky.). Tento slogan se objevuje i v již zmíněné televizní reklamě restaurace Sea Galley. Na spotu se mi líbí jeho absurdita a originalita, jelikož velmi očividně krabí tyčinky nemají s televizí nic společného. Zároveň se zde, se záběrem na očividně přehrávající pár, objevují prvky stereotypního formátu reklamy. Spot mi evokuje lehký výsměch tomuto typu reklamy a zároveň vystihuje nekonvenční a pravidel se nedržící televizi MTV. Zaujalo mě i výtvarné zpracování loga ve tvaru kraba a použití techniky claymation.



Obr. 44: Crab Legs od Olive Jar Animation

### 3.2.3 Broadcast Arts

Třetí studio, které bych chtěla zmínit, nese název Studio Broadcast Arts. Vzniklo v roce 1981 a časem bylo přejmenováno na Curious Pictures. Nacházelo se ve Washingtonu a následně se přesunulo do New Yorku. Pro MTV vytvořilo kolem dvaceti animovaných spotů. Identity pro MTV byly jejich první zakázkou. (Seibert, 2021) Podobně Colossal Pictures studio díky tomu postupně získalo více významných klientů jako Disney, HBO, Nickleodeon. Proslulo díky svým animovaným pořadům pro děti, například *Little Einsteins*, tvořili však mimo jiné i televizní reklamy a hrané filmy. Studio používalo různé animační techniky a za svoji práci získalo mnoho ocenění, například Emmy, BAFTA, Zlatý lev z Cannes i Cenu Akademie. (Curious Pictures, [2013])

Od tohoto studia bych chtěla zmínit především spot *M-Zilla*, který parafrázuje japonský film *Godzilla* z roku 1954. Ident začíná černobílými scénami snímajícími vyděšené přecházející obyvatelé města a velké červené písmeno „M“, které město terorizuje a následně se zamotá do elektrického vedení. Z elektřiny se dotvoří nápis „TV“. Líbí se mi použití parafráze něčeho, co většina lidí alespoň trochu zná. Díky tomu může vznikat nadšení, když člověk tuto scénu na obrazovce MTV vidí. Zároveň by „M“ v roli Godzilly mohlo vyjadřovat, že MTV je něco velkého, co vyvolá velký poprask a mnoho změn, kterých by se měli mnozí bát (asi konkurenční televizní stanice a rodiče).



Obr. 45: M-Zilla od Broadcast Arts

### 3.2.4 Další studia

Chtěla bych zmínit několik dalších identů z prvních let vysílání televize (zhruba první dekáda), které mě zaujaly. Ne u všech se mi podařilo najít autora.

Ze spotů kreslených mě zaujal *B-World*. Jde o reklamu, která se odehrává ve světě, kde žijí pouze písmenka „B“. Obyvatele velmi rozruší zjištění, že se k planetě blíží mimozemský objekt. Na přilet se připravuje prezident, armáda i obyvatelé. Spot je doplněn jazykem tohoto světa, který obsahuje pouze písmeno „B“. Mimozemským tvorem je písmeno „M“ s menším TV. Spot mi evokuje pocit, že MTV je něco mimozemského, co okolní svět ještě neviděl, na co není připravený. Spot je velmi poutavý, trvá třicet sekund a během toho času byl autor schopný srozumitelně vysvětlit celý děj i kontext. Zajímavé je, že postava, která má znázorňovat prezidenta, má na sobě americkou vlajku, což se může zdát zvláštní, protože na první pohled se scéna odehrává v neznámém světě. Pravděpodobně tomu tak je proto, aby bylo poznat, že se jedná o prezidenta.



Obr. 46: B-World

V prosinci roku 1981 vysílal první vánoční spot televize s názvem *Pre Christmas Card*, který zaujalo studio Jerry Leiberman Productions z New Yorku a koncept zpracovalo studio Manhattan Design. (Seibert, 2009) Spot je animovaný, s vánočně laděným logem MTV, následně přilétají andělé s elektrickými kytarami, které do loga televize zapojují a následným hraním na kytary logo rozsvěcují. Spot doplňuje akustická rocková verze skladby *We wish you*



*a merry Christmas*. Příběh se mění v druhém spotu *Post Christmas Card*, který byl vysílán po Vánocích a kdy celá scéna z předchozího spotu vybuchne a odhalí silvestrovské logo. Líbí se mi, že ident má své pokračování. Divák na obrazovce vidí v pozměněné verzi něco, co už zná. Sváteční identity zároveň ukazují, že televize reaguje na změnu roční doby a na události, které momentálně probíhají. Televize je tak součástí divákova daného období.



Obr. 47: Pre Christmas Card od Jerry Leiberman Productions



Obr. 48: Post Christmas Card od Jerry Leiberman Productions

Z hraných spotů jsem vybrala černobílý spot, pravděpodobně napodobující staré návody, který vysvětluje, jak si divák může z kousku plechu vytvořit své vlastní logo MTV. Spot nabízí interaktivitu a dále prohlubuje vztah diváka a televize. Spot předpokládá, že divák má MTV rád až tak moc, že si bude chtít ve volném času vytvořit své vlastní osobní logo MTV.

Další hraný spot, který bych ráda zmínila, jsem nazvala *American Dreams*. Podle reklamy je součástí amerického snu kromě dovolených na výletní lodi, víkendech na jezeře a dobrých přátel i MTV v podobě plechovky s nápojem. Když však aktér spotu plechovku otevře a nápoj okusí, zjistí, že chutná hrozně. Spot doplňuje slogan „We’re not known for our good taste“ (Nejsme známí pro náš dobrý vkus). V druhé verzi je slogan pozměněn na „We never said you could drink it“ (Nikdy jsme netvrdili, že se to dá pít). Spot narušuje posvátnou představu o americkém snu.



Obr. 49: Návod na výrobu vlastního loga MTV



Obr. 50: American Dreams

Když se zpětně dívám, které spoty jsem si z mnoha jiných vybrala, zjišťuji, že mají mnoho společného. Většina mnou popsaných spotů má na míru vytvořený hudební doprovod, který spot doplňuje a bez kterého by byl neúplný. Spoty fungují jako celek. Zároveň je z těchto identů jasná podstata televize, a tedy že jde o něco nového, co chce šokovat a co se nedrží stanovených pravidel. Nedá se popřít, že mě zaujaly spoty, které parafrázují. Samozřejmě jde vždy i o nápaditou výtvarnou formu. Osobně jsem vybrala spoty většinou s konkrétnějším dějem, ale mnoho spotů MTV je abstraktnějších, bez příběhu.

## 4 I WANT MY MTV

*I want my MTV* je proslulá kampaň, ve které hudebníci nabádali diváky, aby zavolali svým poskytovatelům kabelové televize a požadovali zprostředkování MTV. Na obrazovce se objevili umělci Mick Jagger, Pat Benatar, Pete Townshend a Cyndi Lauper. Kampaň byla klíčo-

vá. Populární hudebníci nabádající ke sledování MTV dodali televizi důvěryhodnost. Společnosti poskytující kabelovou televizi tehdy byly ve městech, kde kampaň postupně vysílala, telefonáty zaplaveny. Postupem času stačila i výhrůžka, že bude v daném městě kampaň spuštěna k tomu, aby společnosti poskytující kabelovou televizi do své nabídky MTV zařadily. Dostupnost televize se díky kampani značně zvýšila.



Obr. 51: Kampaň I want my MTV

Z fráze „I want my MTV“, kterou ve spotu poněkud agresivním tónem hudebníci vykřikovali, se stal slogan televize. I kniha od Craiga Markse a Roba Tannenbauma, ze které ve své diplomové práci často čerpám, se názvem inspirovala právě touto kampaní, která se poprvé vysílala v roce 1982 a během let se v jiných variacích několikrát opakovala. Přidávali se k ní další umělci jako David Bowie, The Police či Madonna. Dle názoru Freda Seiberta jde o jednu z nejkoničtějších reklamních kampaní všech dob. (Marks, Tannenbaum, 2011, s. 59–62) Slogan vznikl z inspirace televizní reklamou na instantní ovesnou kaši Maypo z padesátých a šedesátých let 20. století. V animované reklamě postavička požaduje ovesnou kaši frází „I want my Maypo!“<sup>11</sup> (Seibert, 2010)

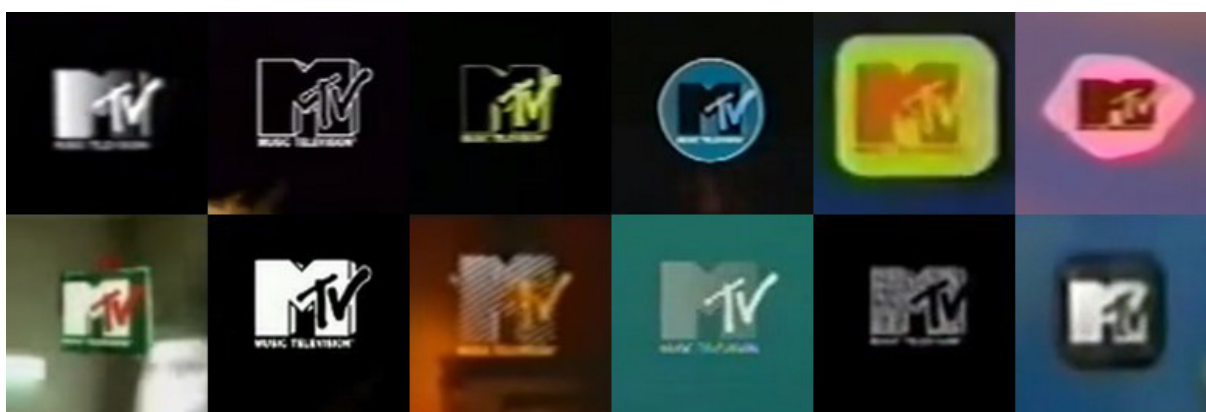
11 Maypo je ovesná kaše s příchutí javorového sirupu. Autorem spotu je animátor John Hubley, který mimo jiné pracoval na animaci Disney filmů *Sněhurka a sedm trpaslíků*, *Bambi*, *Pinocchio*, *Fantazie* a *Dumbo*. První spot začal vysílat v roce 1956 a druhý v roce 1960. Kampaň měla velký úspěch a výrazně zvýšila prodej. (Homestat Farm, [2021])



## 5 MEZINÁRODNÍ REBRANDY MTV

### 5.1 Vývoj do roku 2009

MTV disponovalo silnou vizuální identitou, což pro televizi v té době nebylo vůbec obvyklé. Logo díky identům měnilo barvy, textury a formy neustále. Zároveň však jako takové zůstalo bez redesignu tvarově stejné téměř třicet let až do roku 2010. Na internetu jsem se snažila dohledat archivní vysílání jak z mezinárodních, tak z lokálních verzí MTV, abych získala představu, jak vypadala televizní grafika zhruba v prvních třiceti letech vysílání. Z jistých let a jazykových verzí se mi toho povedlo dohledat více než z jiných. Před rokem 2009 si každá verze řešila identitu do určité míry po svém. Vyskytlo se mnoho variací miniatury loga v rohu obrazovky. To bylo nejčastěji umísťováno do pravého rohu horního, občas i do pravého dolního. Na miniatury jsem narazila v různých barevných provedeních a variacích vyplněných a prázdných ploch. Opakovalo se používání textur a gradientů, i pokus o umístění miniatury na pozadí a ohraničení rámečkem pro lepší čitelnost. V několika variantách logo v animaci rotovalo ve 3D prostoru po ose Z. Logo na miniaturách vypadá na určitých verzích z důvodu úprav lehce deformované, párkrát mu zmizel ocásek z V či zanikly jeho 3D komponenty. Provedení titulků bylo také různorodé a nikdy příliš ucelené. Když se tak na velmi různorodou televizní grafiku a provedení loga v miniatuře dívám, nedivím se, že se objevil v roce 2009 pokus všechny kanály sjednotit a nastolit určitá pravidla.

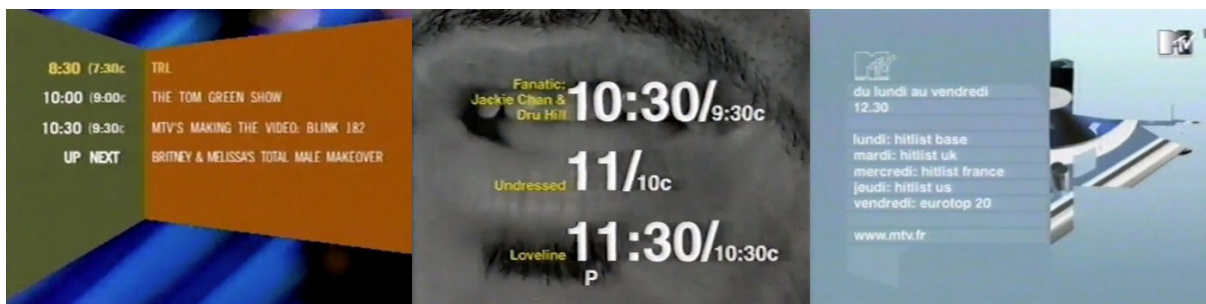


Obr. 52: Miniatury loga MTV do roku 2009



Obr. 53: Televizní grafika MTV do roku 2009





Obr. 54: Televizní grafika MTV do roku 2009

### 5.1.1 Vizuální styl brazilské MTV

Na pokusy o komplexnější vizuální identitu MTV jsem narazila již od roku 2007 na brazilské MTV. Brazilské motion studio Piloto<sup>12</sup> v čele s kreativním ředitelem Rodrigem Pimentaem čtyři roky po sobě aktualizovalo vizuální identitu lokální verze televize. (Pimenta, 2019)

Již před prvním redesignem v roce 2007 zde televize používala miniaturu loga bez nápisu „Music Television“. Studio Piloto odstranilo nápis úplně. Zároveň vyplnilo prázdné plochy, které oddělovaly prostorové komponenty od písmene „M“, tvar loga se však nezměnil. Brazilská televize tuto verzi loga používala ještě několik let. Vizuál z roku 2007 byl hravý, barevný, používal záběry na předměty z hudebního studia a kanceláře a obsahoval také doprovodnou sadu ilustrovaných nálepek. Vizuál byl velmi nadčasový.



Obr. 55: Redesign vizuálu brazilské MTV od studia Piloto z roku 2007

Redesign z roku 2008 jako by byl předpovědí pro všechno, co mělo následně přijít i na mezinárodní verzi. Plocha písmene „M“ byla roztahována a použita jako pozadí pro titulky.

12 Kreativní studio Piloto se nachází v Sao Paulu v Brazílii. Bylo založeno v roce 2004. Zaměřuje se na reklamu, ale tvoří i dokumentární filmy. Studio získalo mnohá ocenění, včetně několika cen Clio a Zlatých Lvů z Cannes. Pracovalo pro firmy jako Google, Facebook, Nestlé, ESPN a další. (Piloto, 2021)

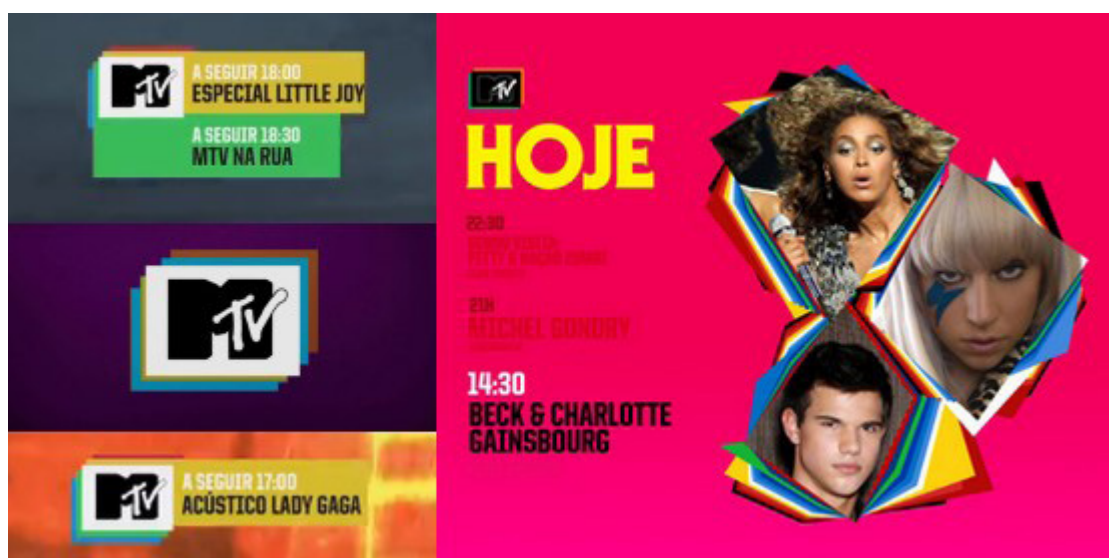
Písmena „TV“ byla prázdná a někdy zmizel i dosud ohraničovaný vyčnívající ocásek „V“. V podobném duchu navazoval i vizuál v roce 2009. Plocha písmene „M“ byla zvětšena a používána jako titulek po celé šíři obrazovky. Nápis „TV“ byl na rozdíl od předchozí roku vyřezáván uvnitř titulku, nikoli naboku. Tento vizuál byl hlavně typografický, velmi barevný, používal rychlé přechody a odvážné kombinace barev jako červená na fialové. Velmi barevný byl i vizuál pro rok 2010, který také ohraničil miniaturu loga do bílého rámečku, a vedle něj se v řádcích objevovala výsuvná lišta informující o programu, který má následovat.



Obr. 56: Redesign vizuálu brazilské MTV od studia Piloto z roku 2008



Obr. 57: Redesign vizuálu brazilské MTV od studia Piloto z roku 2009



Obr. 58: Redesign vizuálu brazilské MTV od studia Piloto z roku 2010

Při psaní o vývoji vizuálního stylu MTV se zaměřuji na mezinárodní verzi. Rozhodla jsem se tak z důvodu ulehčení si práce, protože materiálu z různých verzí je nepřehledné množství. O brazilském vizuálním stylu před rokem 2010 jsem se rozhodla rozepsat proto, že se v něm objevily pravděpodobně poprvé určité prvky, které se na obrazovce mezinárodní MTV zobrazují dodnes. Vidím v něm poprvé nějaké pokusy tvář televize sjednotit i jinak než jen pomocí identů. Tyto vizuály považuji také za nadčasové a příjemné. Ukazují, že designéři pro mezinárodní MTV se během následujících let často vydávali stejnou cestou jako grafické studio Piloto. Není v mých silách dohledat kompletní historii vysílání MTV ve všech jeho jazykových variacích, abych mohla potvrdit, že brazilská MTV v tomto byla první a jediná. Shlédla jsem však hodiny obsahu v různých jazycích a tohle považuji za to nejpovedenější z televizní grafiky MTV, co se mi podařilo před rokem 2010 objevit.

## 5.2 MTV World Design Studio

V roce 2009 bylo založeno MTV World Design Studio (později přejmenováno na World Creative Studio). Toto multidisciplinární studio se staralo o identitu MTV a dalších značek Viacomu na mezinárodní úrovni. Studio se podílelo na kampaních, identech, rebrandech, znělkách pro pořady, na vizuálech pro předávání cen i na mnohém dalším. Studio získalo ocenění jako Lev z Cannes a D&AD. Původní studio se nacházelo Miláně. Milánská pobočka spolupracovala na redesignu v letech 2009, 2011 a 2013. (Walpole, 2014) Později přibyly pobočky v Buenos Aires a Stockholmu. Pro studio vytvořilo logo studio Pentagram.<sup>12</sup> (Pentagram, 2016) Studio také mělo za úkol vyhledávat pro spolupráci nadějně designéry. (World Creative Studio, [2017])



Obr. 59: World Creative Studio, logo od studia Pentagram

Momentálně o studiu není možné dohledat mnoho informací a jejich webové stránky jsem byla schopna navštívit pouze díky webovému archivu, na kterém je web dostupný pouze do roku 2019.



### 5.3 Mezinárodní rebrand 2009

První mezinárodní redesign televize proběhl v roce 2009. World Design Studio navázalo spolupráci s agenturou Universal Everything.<sup>13</sup> (Universal Everything, 2009) Logo svůj tvar tehdy nezměnilo, ale bylo převedeno do černé barvy a vždy se nacházelo v bílém rámečku. Miniatura se nacházela v zafixované pozici v levém horním rohu.



Obr. 60: Navigační systém na obrazovce

Napravo od loga se nyní nacházel typografický navigační systém. Jednalo se o podlouhlou obdélníkovou lištu, rozdělenou na tři sloupce. Lišta byla ve své výchozí pozici šedá, postupně se však jako časová osa začala vybarvovat. První část lišty nacházející se napravo vedle loga se vybarvovala modře a zobrazoval se zde název aktuálního pořadu, druhý a třetí sloupec se vybarvoval žlutě (vždy byl žlutý pouze jeden sloupec, druhý byl v základní šedé barvě) a objevovaly se zde informace o programu, který následuje hned po aktuálním pořadu (druhý sloupec), i později (třetí sloupec). Sloupce se vysunovaly pouze někdy, nejčastěji byl vysunut pouze první z nich. S vysunutím druhého a třetího sloupce se objevil i druhý, vrchní řádek, zarovnaný s miniaturou loga. Tento řádek, opět rozdělen na tři části, byl krátký a zarovnaný nalevo, s každým ze třech základních sloupců. Nacházela se v zde informace o tom, jestli program v řádku pod ním proběhne „teď“, „potom“, nebo „později“. Občas se zobrazil ještě třetí spodní řádek, ve kterém bylo více informací o následujícím programu, jak v textové verzi, tak někdy i jako video upoutávka. Tento orientační systém divákovi napověděl, kde se momentálně nachází v čase MTV. Také diváka donutil ještě chvíli u televize setrvat a počkat si na svůj oblíbený pořad. Pro tyto informace

13 Univerzal Everything je mezinárodní kolektiv digitálních umělců a designérů. Studio bylo založeno v roce 2004. Zaměřují se na digitální branding, digitální umělecké instalace, VR, výstavy a další. (Universal Everything, [2021])<sup>15</sup> Font byl poprvé uveden v roce 2007 a je inspirován propojením mezi organickou a technologickou estetikou. Autorem fontu je Julien Gaillardot. Gaillardot se narodil ve Francii a studoval grafický design na École cantonale d'art de Lausanne. Často spolupracuje s mezioborovým studiem Atelier Nomades, který se zaměřuje na architekturu, urbanismus a design. Písmolijna Optimo byla založena v roce 1998 v Ženevě ve Švýcarsku. (Optimo, [2021])



byl použit font *Pharma Bold Condensed* od švýcarské písmolijny *Optimo*.<sup>15</sup> (Universal Everything, [2009])

Kromě toho vizuální identita pracovala s osmi sekundárními fonty. Z těch byly vytvořeny jakési nálepky a zobrazovaly se v dolní třetině obrazovky. Zprostředkovávaly další sdělení, včetně informací o aktuálním pořadu. Fonty se na obrazovce střídaly podle toho, jakou emoci měla daná zpráva v divácích vyvolat. Konkrétně šlo o fonty *American Typewriter Light Italic*, *Balloon Bold*, *Bigcity Maxi*, *Cozzap Open*, *Flash ND*, *Futura SB Bold Italic*, *Sahara Bodoni* a *Signpainter House Brush*. (Universal Everything, [2009])



Obr. 61: Použité fonty

Agentura *Univeral Everything* k tomu všemu také vytvořila kolekci identů a doprovodných animací. Celá kampaň nesla název *Pop × 1000 %*. Výrazná barevnost animace nahrazuje kdysi barevné logo. Během identů bílý rámeček okolo loga v rohu obrazovky vždy vibruje do rytmu na míru vytvořené znělky doplňující poutavou animací. Kromě jiných technik jsou určité identity vytvořeny ve 3D animaci. Touto technikou jsou vymodelovány chlupaté i blobovité příšerky, či shluk sladkostí tvořící různé tvary. Různé techniky animace se objevují i v hraných spotech. Agentura na svých webových stránkách projekt popisuje slovy: „Snažili jsme se o rafinovaný, ale mladistvý vzhled, který měl oživit a aktualizovat image značky během digitální éry.“ (Universal Everything, [2009]) Už několik let předtím se na obrazovce různých verzí MTV objevoval odkaz na webové stránky televize. Vizuál tedy musel myslet na to, kam tento odkaz umístit. Zobrazoval se ve svém vlastním řádku tabulkovitého systému. Tento vizuál ve mně vzbuzuje nostalgii i přes to, že jsem ho na obrazovce nikdy neviděla, protože v té době jsem k MTV neměla přístup. Podle mého názoru však velmi dobře svojí výraznou

barevností, roztomilostí (příšerky v identech), a divokostí vystihuje pop kulturu v roce jeho výroby, tedy 2009. V rámci redesignu zároveň MTV navázalo spolupráci s oděvním řetězcem Zara a vytvořilo pro ně oděvní kolekci (Universal Everything, 2009).

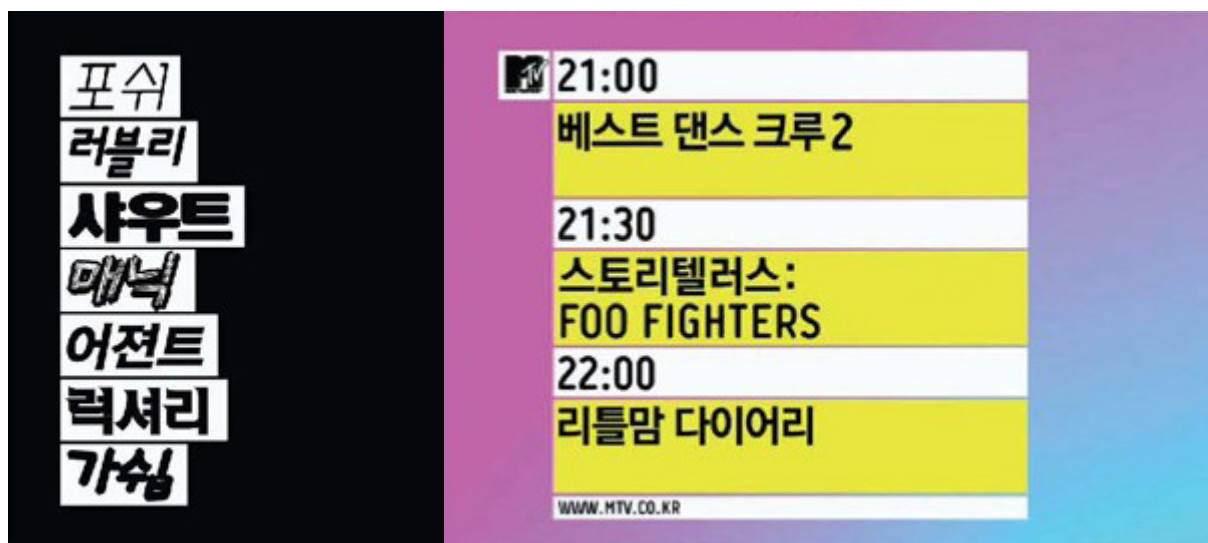


Obr. 62: Identity a ukázky redesignu



Obr. 63: Oděvní kolekce Zara ve spolupráci s MTV

Rebrand byl vyvinut tak, aby fungoval v různých jazycích na jednotlivých lokálních kanálech, včetně čínštiny, ruštiny a korejštiny. (Universal Everything, 2009)



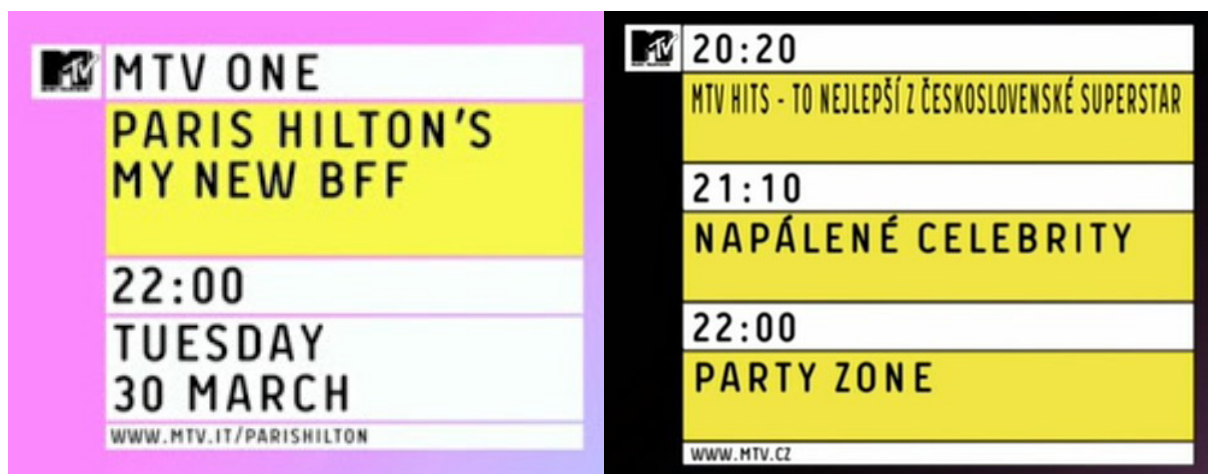
Obr. 63: Ukázka v korejštině

S touto identitou zahájila své vysílání v roce 2009 česká verze MTV. Našla jsem i jeden klip s použitím českého jazyka. (Tune Tamasha, 2011) I když font Pharma Bold Condensed českou diakritiku obsahuje, ve vysílání byla diakritika velmi stísněná z důvodu umístění písma velmi blízko vrchního okraje tabulky, jak je tomu i ve všech jiných jazykových verzích. Z tohoto hlediska mezinárodně systém nefunguje. Na stísněnost jsem narazila i u jiných jazyků používajících diakritiku. Ze své snahy o nalezení jiných mezinárodních použití tohoto systému jsem zjistila, že byl vizuál často pozměňován. Ani česká verze ho nepoužívá úplně tak, jak byl původně zamýšlen, jelikož nerozděluje název pořadu na nový řádek, ale místo toho zmenšuje velikost písma. S touto změnou nevidím důvod, proč nemohl být systém nevyhovující českému jazyku upraven lokálně na míru.

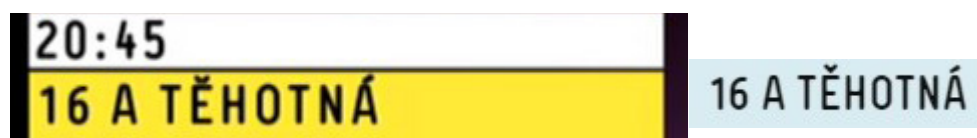


Obr. 64: Ukázky použití v různých jazycích





Obr. 65: Ukázka v angličtině a češtině



Obr. 66: Stísněná diakritika v české verzi a ukázka stejného textu bez stísnění

## 5.4 Redesign loga 2010

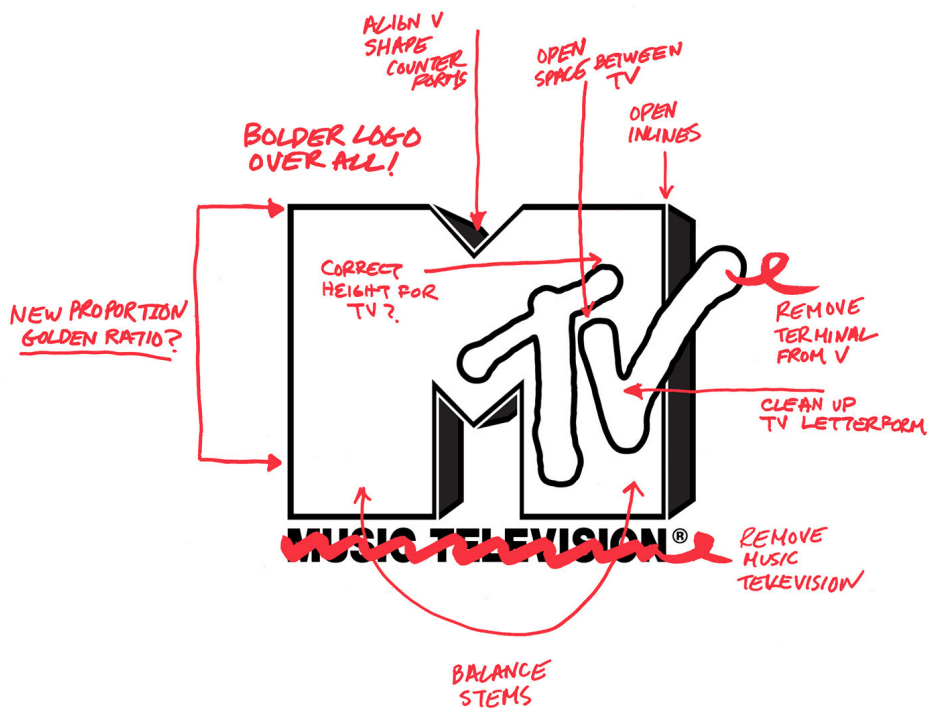
Logo se svého redesignu dočkalo o rok později v roce 2010. S nástupem konkurenčních kanálů a médií se vizuál MTV začal v množství nových vizuálních značek ztrácet. Bob Pittman, který MTV opustil v roce 1987, pro webovém magazínu Artsy řekl, že se vizuální identita MTV musela měnit neustále, aby se přizpůsobovala nové generaci. Pitman dále uvedl: „I když byla identita kvalitní, museli jsme se jí zbavit, protože to byla MTV identita vašeho staršího bratra.“<sup>14</sup> Tohoto se držel i Jeffrey Keyton, který do kreativního týmu nastoupil v roce 1987. (Palumbo, 2018) Redesign v roce 2010 se soustředil okolo naprostého opaku toho, čím vizuál MTV do této doby byl. Zmatek a nepředvídatelnost vystřídal minimalismus a pravidla. Logo bylo oproštěno od všeho nadbytečného a vizuál doplnilo písmo Helvetica. MTV v té době bylo dostupné různým způsobem i v mobilním telefonu a vizuální styl musel být čitelný a srozumitelný i na malé obrazovce. Keytonův tým se zároveň snažil odpoutat pozornost od vizuálu a diváky více soustředit na obsah televize. (Heller, 2013)

Při redesignu loga byly změněny proporce, logo bylo rozšířeno, nyní bylo mnohem kratší, širší a tučnější. Klíčová byla práce s plochou i prázdným místem a zlatým řezem. Bylo odstraněno ohrazení a celé logo i se svými trojrozměrnými komponenty nyní fungovalo v jednobarevné ploše. Nápis TV je v negativu, byl zjednodušený a ocásek písmena V, který do teď přesaho-

14 Originální citace: „Even if it was great, we had to get rid of it, because then it was your older brother’s MTV.“



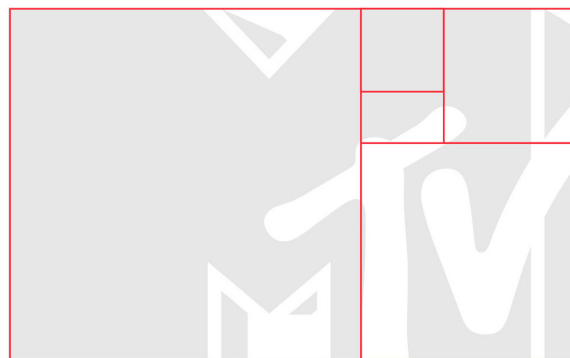
val, byl useknut. Zároveň díky změně proporce písmena M a posunutí TV byla z dolní strany useknuta i část písmena T. Zmizel i nápis Music Television®, protože MTV již nebyla hudební televizí a nechtěla tak být prezentována. Kromě brazilské MTV v předchozích letech nápis odstranilo již několik jiných kanálů.



Obr. 67: Úpravy původního loga



Obr. 68: Nové logo



Obr. 69: Ukázka zlatého řezu u nového loga

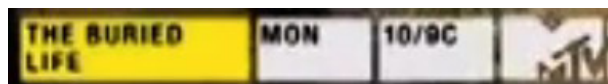


Obr. 70: Maskování nového loga

Miniatura loga již nebyla umístěna na bílém pozadí. Logo nyní v identech neměnilo tak výrazně svůj tvar a podobu, ještě více tučné písmeno M umožňovalo jej použít jako masku. Formátem identů nyní bylo zobrazení videa či animace a následné maskování scény do tvaru loga. Celý vizuál doplňovala Helvetica, výrazná byla práce s prázdnou plochou. Logo se zobrazovalo v pravém spodním rohu a od něj se rozvíjely směrem nalevo a nahoru titulky. Ukázek použití tohoto vizuálu jsem moc nenašla, mnoho jazykových verzí MTV jej nikdy nepoužilo.



Obr. 71: Použití redesignu

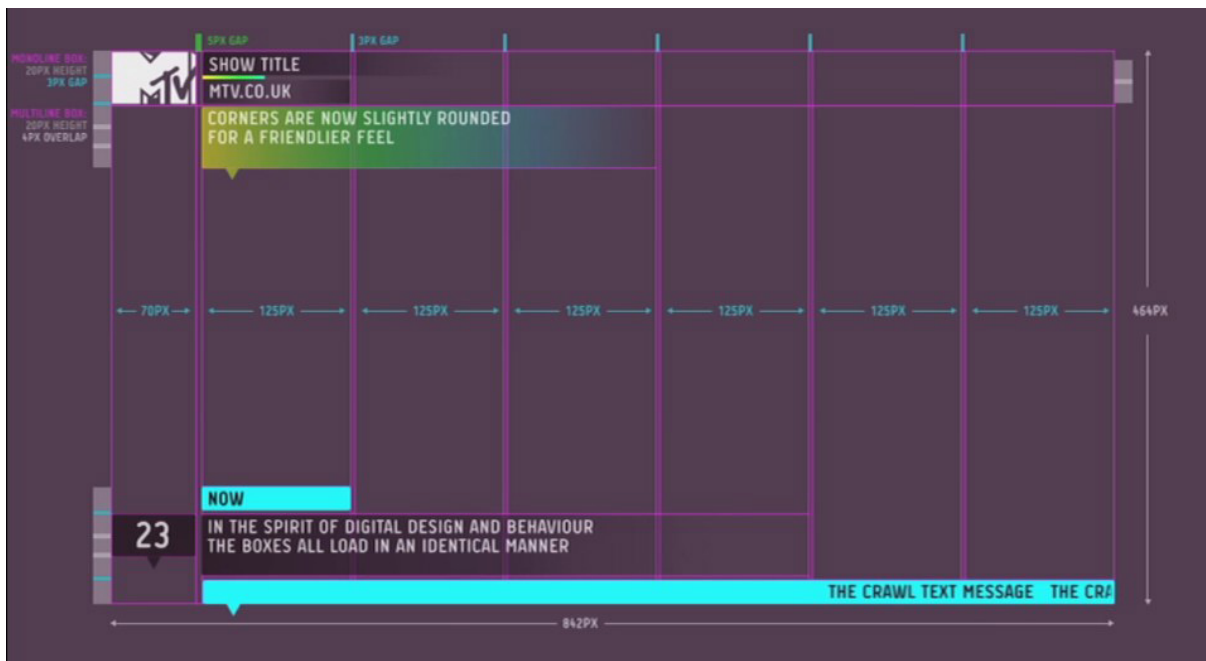


Obr. 72: Miniatura loga a titulky na obrazovce

## 5.5 Mezinárodní rebrand 2011

Nové logo se tak na obrazovky mezinárodně dostalo až s rebrandem z roku 2011. Na redesignu pracovalo MTV World Design Studio v Miláně. (Carrasco, 2012) Tehdy se změny dočkal tabulkový orientační systém. Systém má nyní pouze jeden sloupec, ve kterém se informace, které byly původně ve třech sloupcích (program teď, potom a později), střídají. Barevný kód modré, žluté a šedé zůstává. Výchozí systém má nyní dva řádky, ve vrchním je název aktuál-

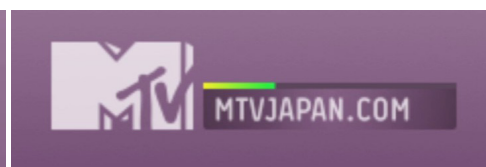
ního pořadu, ve spodním webová stránka televize, případně další informace. Řádky jsou na černém průhlednějším pozadí a jsou rozdělené gradientem se vykreslující linkou podle toho, kolik už z pořadu uběhlo času. S gradientem pracuje celý systém. Průhlednější řádky končí gradientem do ztracena. Systém se už písma Helvetica nedržel a vrátil se k používání písma Pharma a odlišných sekundárních fontů.



Obr. 73: Architektura obrazovky



Obr. 74: Miniatura loga s orientačním systémem



Obr. 75: Miniatura loga s webovou stránkou



Obr. 76. Ukázka vizuálu





Obr. 77: Ukázka vizuálu s použitím sekundárního fontu

V roce 2011 se také dočkaly redesignu některé sesterské kanály, které pochytily stejný systém jako televize mezinárodní. Každá televize měla svůj vlastní barevný kód. Loga sesterských kanálů byla v historii velmi různorodá. S redesignem se v roce 2009 většina z nich vydala stejnou cestou a pod rámeček loga byl přidán barevný rámeček s doprovodným názvem kanálu MTV jako Rocks nebo Hits. V roce 2011 byly rohy rámečků zaobleny a zmizely barevné gradienty. Použito bylo písmo Pharma Condensed. (The Branding Source, 2011)



Obr. 78: Různorodá loga sesterských kanálů před sjednocením



Obr. 79: Loga sesterských kanálů po redesignu v roce 2009



Obr. 80: Redesign sesterských kanálů v roce 2011



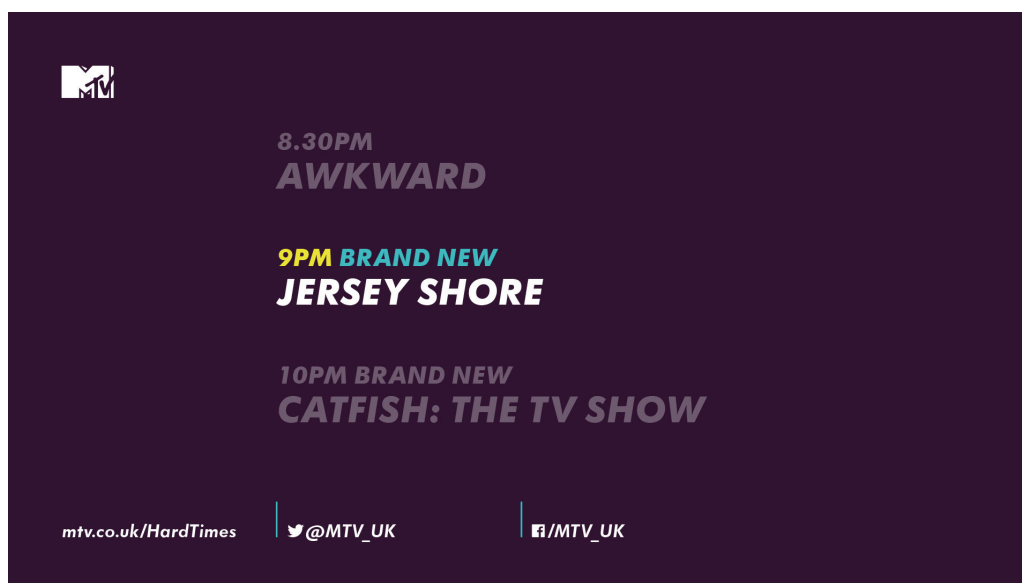
Zhruba někdy v této době jsem se s MTV poprvé seznámila já. Byla jsem čerstvý teenager a s novým poskytovatelem televize se mi dostal i přístup k novým kanálům. Fanouškem MTV jsem ale nebyla a vůbec si nemohu vzpomenout, na co jsem se tehdy dívala. Jediná věc, na kterou si vzpomínám, je právě sloupcový orientační systém, který mě v mých tehdejších čtrnácti letech zaujal. Tehdy jsem nic takové nikde jinde neviděla. Propojení televize s internetem v podobě odkazu na webovou stránku, který byl na obrazovce většinu času a neustálá informovanost o tom, co se právě na MTV děje a dít bude, byly pro mě zajímavými podměty.

## 5.6 Mezinárodní rebrand 2013

Se založením World Design Studia v roce 2009 byla mezinárodní tvář kanálu obnovována přibližně každé dva roky, což se stalo i v roce 2013. S rozšířením plochých obrazovek v HD rozlišení, přechodem z analogu na digitální vysílání a stále větší propojeností se sociálními médii a s možností sledování televize na různých zařízeních se změnila požadavky na televizní grafiku. Font Pharma byl po letech nahrazen fontem Futura MTV Bold Italic, který byl předtím používán jako sekundární. Zvolen byl pro svůj moderní vzhled. Umožňuje konzistentní používání i na webu. (Arambo, 2016) Font je na veškeré titulky, kromě hashtagů a sociálních médií, používán ve verzálkách. Sekundární fonty z obrazovky zmizely. Změna fontu způsobila i změnu loga u sesterských kanálů.

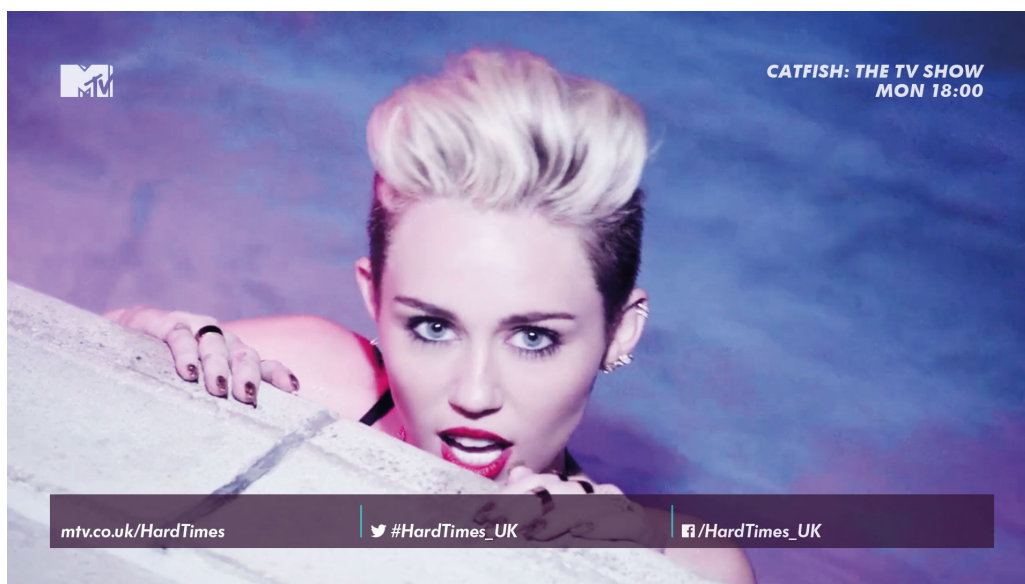


Obr. 81: Loga sesterských kanálů po redesignu v roce 2013



Obr. 82: Ukázka použití redesignu na obrazovce

Zobrazování informací na obrazovce bylo upraveno, vrchní část tabulkového orientačního systému již nepoužívala ohraničení barevným rámečkem, zmizely i gradienty z roku 2011 (ty se do jisté míry zachovaly v tisku). Kromě odkazu na webové stránky se nyní na obrazovce objevoval i Twitter a Facebook televize. Informace se nacházela v dolní třetině ve středu obrazovky, aby byla zvýrazněna důležitost informace.



Obr. 83: Ukázka použití redesignu na obrazovce

V podobě piktogramů se na obrazovce objevovala i informace, že divák může televizi sledovat kromě televize i na tabletu či mobilním telefonu. Přibýlo i používání hashtagů, v té době používaných hlavně na Twitteru. Hashtag měl diváka přimět k interaktivitě a vytvářel komunitu. Divák se mohl propojit s ostatními fanoušky pořadu, mohl si najít další informace či sdílet svůj názor. Hashtag hledání těchto informací zjednodušuje.

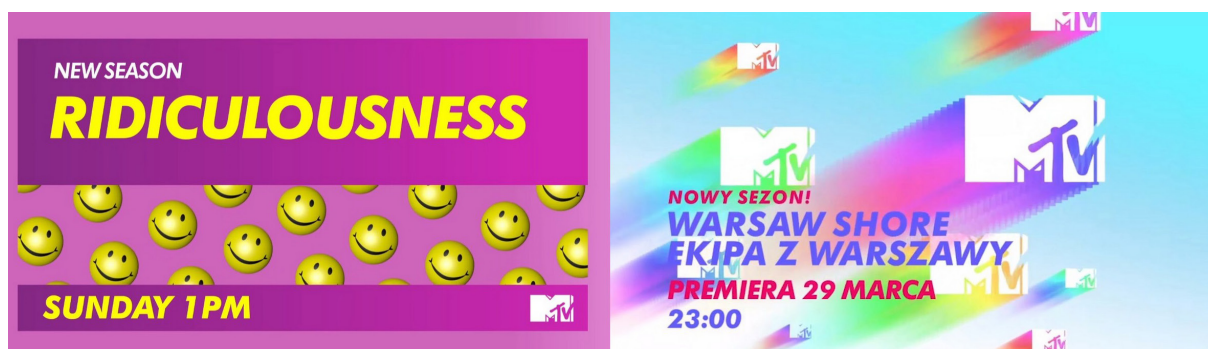


Obr. 84: Ukázka použití redesignu na obrazovce

Na první pohled se může zdát, že značka televize měla vyjadřovat stejné hodnoty jako v osmdesátých letech. Měla totiž vyjadřovat mládež, která byla, je a bude do jisté míry stejná. Náladová, zvědavá, divoká, snažící se ve zmateném světě dospívání objevit svůj smysl. Móda a technologie se však výrazně změnily. Hudebníci, kteří televizi reprezentovali, nyní měli s rock'n'rollem pramálo společného. Tvář značky se tedy pořád snažila vhodně vyjádřit pocity mladé generace, ale zároveň chtěla držet krok s dobou, nyní tak výrazně propojenou s neustálým připojením k síti. Vizual z roku 2013 se zdržel nastolené moderní identity značky, která chtěla držet krok, být odvážná, výrazná, nová, moderní a volná.

## 5.7 Mezinárodní rebrand 2015

Rebrand v roce 2015 se snažil o mnohem víc než o pouhou úpravu technického rázu. Na vizuálu pracovalo World Design Studio v Buenos Aires v čele s viceprezidentem marketingu Seanem Saylorem a uměleckým ředitelem Nachem Gilem. (Varone, [2015]) Hlavním cílem bylo dosažení interaktivity s internetem, a ještě větší přiblížení k aktuální mladé generaci. Sean Saylor pro [creativereview.co.uk](http://creativereview.co.uk) řekl: „Chceme se ujistit, že naše značka odpovídá tomu, jak naši diváci mluví a komunikují. Zaznamenali jsme obrovskou změnu v tom, jak naši diváci v posledních letech konzumují a vytvářejí obsah.“<sup>15</sup> (Steven, 2015) Myslel tím komunikaci pomocí animovaných gifů<sup>16</sup> a smajlíků, což je komunikace výrazně vizuálního rázu. Mladá generace zároveň díky internetu a chytrých telefonů každý den absorbuje a sdílí neuvěřitelné množství informací. Právě současná internetová kultura, internetový meme a způsob komunikace mladých lidí pomocí smajlíků a animovaných gifů, byli inspirací pro tento rebrand.



Obr. 85: Ukázka redesignu z roku 2015

<sup>15</sup> Originální citace: “We go through rebrands every couple of years, and want to make sure we’re in line with how our audience is communicating and talking. One of the things we saw was a huge change in the way our audience is consuming and producing content in the last couple of years, and the fact that they have become very visual in the way they communicate.”

<sup>16</sup> GIF (Graphics Interchange Format), je druh grafického formátu souboru, který umožňuje animaci. (Mediaguru, [2021])



Obr. 86: Ukázka redesignu z roku 2015

Očividnou inspirací jsou i hudební a umělecké styly Seapunk a Vaporwave. Tyto styly vznikly výhradně na internetu na sociálních sítích jako Tumblr či Reddit, kolem roku 2010. Hudba má blízko k elektronické. Po vizuální stránce je typická kolážovitost, umístování gifů či statických fotek a ilustrací na pozadí. V obou stylech se objevují gradienty, mřížky a pastelové barvy. Seapunk se inspirovuje výjevy z vodního světa (hlavně delfíni, voda a pláž), nostalgickou estetikou internetu z 90. let a kultury Rave. (Detrick, 2012) Pro Vaporwave je typická kritika konzumerismu, objevují se témata retro videohry, reklamy, počítače a internetu, často jsou zobrazovány řecké sochy, objevují se nápisy v japonštině. (Gosling, 2020) V Seapunku i Vaporwave se objevuje nadsázka a pocit nostalgie.



Obr. 87: Vaporwave



Obr. 88: Seapunk

V duchu všech inspirací byl vizuál založen na více než 300 animovaných pozadích a 200 animovaných 3D gifech. Sloganem vizuálu bylo: „I am my MTV“. Důraz byl kladen na jeho interaktivitu. Součástí byl projekt s názvem MTV Bump. Nápad pracoval na snaze nabídnout platformy zajímavým talentům. Diváci mohli pomocí hashtagu #MTVBump na sociálních sítích Vine a Instagram sdílet videa. Vybraná videa se na základě relevance a popularity násled-



ně mohla objevit přímo na obrazovce televize během reklamních přestávek či v novém pořadu s názvem MTV Breaks. Proces výběru byl rychlý (pod dvě hodiny) a automatický, díky CMS redakčnímu systému vyvinutého firmou B-Reel Creative. Vybraná videa se objevila i na webové stránce mtvbump.com. Součástí tohoto webu byl i tzv. MTV Canvas, což byl grafický program, který umožňoval tvorbu vlastních identů pomocí dodaných animovaných komponentů a audio klipů. Vybrané byly přehrány na MTV a uveden byl i autor. (Hobbs, 2015)



Obr. 89: MTV Bump



Obr. 90: MTV Canvas

Podobná sada nástrojů byla poskytnuta regionálním kreativním týmům, aby si vizuál jejich televizí spravovali do jisté míry po svém, pomocí jednotlivých dodaných materiálů. Pro umělce byla vytvořena 3D šablona loga, aby byla jejich práce na identech zjednodušena. Na šablonu umělci následně aplikovali své vlastní textury, úprava tvaru však nebyla možná. Vzniklo tak

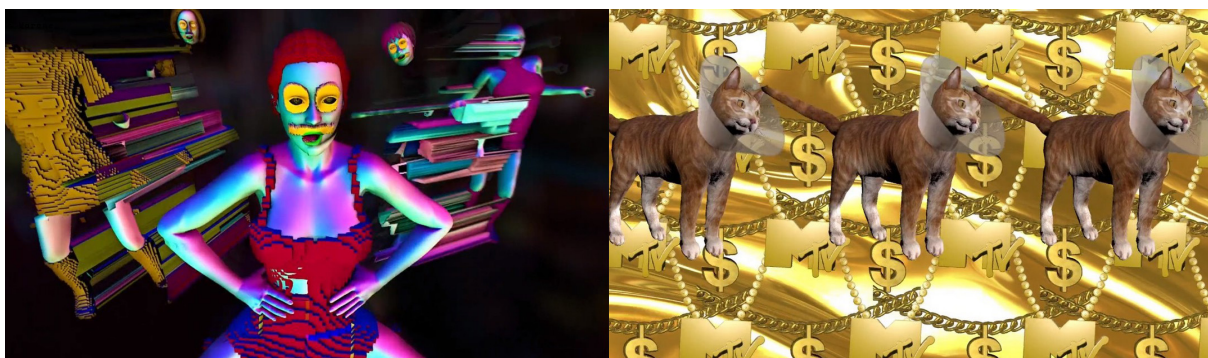
druhé oficiální logo televize. Hlavním fontem byla znovu Futura, kreativní týmy však měly možnost používat různé jiné fonty pro různé pořady. (Steven, 2015)



Obr. 91: 3D šablona loga a její použití

Sean Taylor v rozhovoru pro web Creative review mluvil o tom, že se při návrhu snažili co nejvíce myslet na to, aby se vizuál brzy neomrzl. Balíčky animovaných 3D gifů měly být proto pravidelně aktualizovány. Já si však nemyslím, že pouhé přidání nových gifů stačí. Internetové trendy mají čím dál tím kratší životnost a v časovém rozhraní mezi tím, kdy se designér rozhodne trend využít, do doby, kdy je vizuál připraven, už trend dávno nemusí být aktuální. Riskantní je i chtít s tímto trendem zároveň pracovat na obrazovce po dobu i několika let, bez ohledu na to, jestli jsou přidávány nové podměty v podobě gifů a je obměňována kompozice. Myslím si, že takový vizuál velmi rychle omrzí.

Všimla jsem si zároveň velké kritiky ze strany příznivců stylů Vaporwave a Seapunku. Oba tyto styly jsou považované za alternativní, je to malá komunita, která ve svém zájmu vidí hlubší smysl než pouhou vizuální stránku. Už několikrát jsem ve své práci zmiňovala skutečnost, že se mladí lidé snaží najít něco svého, co je vyjadřuje a co jim dává smysl. Když tuto věc naleznou, nechtějí, aby jim ji vykrádala velká korporace, bez ohledu na to, že se MTV tváří, jak teenagerům rozumí a že jsou jedním z nich. Oceňuji však MTV Bump, hlavně interaktivitu a obsah sociálních médií na obrazovce televize. Díky neustálému nahrávání nového obsahu uživateli se na obrazovce objevuje neustále nový obsah. Přichází s tím však risk, že pokud uživatelé ztratí o platformu zájem, ztratí MTV i obsah.



Obr. 92: Autorské identity

## 5.8 Mezinárodní rebrand 2017

Nejaktuálnější rebrand televize vznikl v roce 2017, na obrazovky se dostal na začátku roku 2018. Vizuál má název Mood Swing (česky „změny nálady“) a pracuje s emocemi mladých lidí. Využívá teorie barev na znázornění emocí, například používá růžovou pro lásku, žlutou pro radost a modrou pro smutek. Podle emoce, která má být vyjádřena, se zabarvuje televizní grafika i některé videospoty. Vizuál pracuje s fotkou, textem, animací, animovaným pozadím a videem. Opět se snaží co nejvíce vyjádřit moderního teenagera, hlavně slogany, které mají být pro mladého diváka relativně srozumitelné. Umělci vytvořili identity na téma vždy jedné konkrétní emoce, která jim byla přidělena. Vizuál pochází opět z dílny World Creative Studio Buenos Aires a získal cenu Clio. (Borrego, [2017])



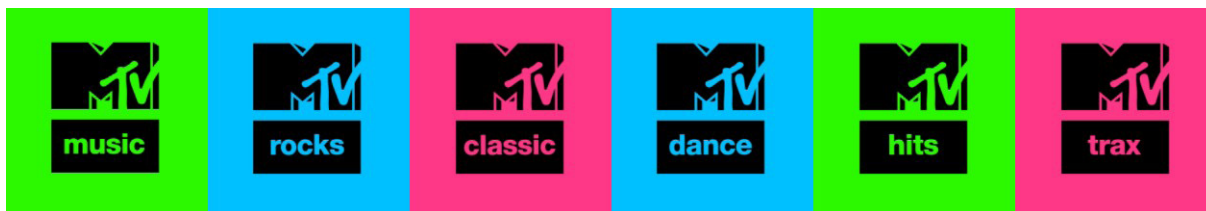
Obr. 93:Barvy a emoce



Obr. 94:Slogany

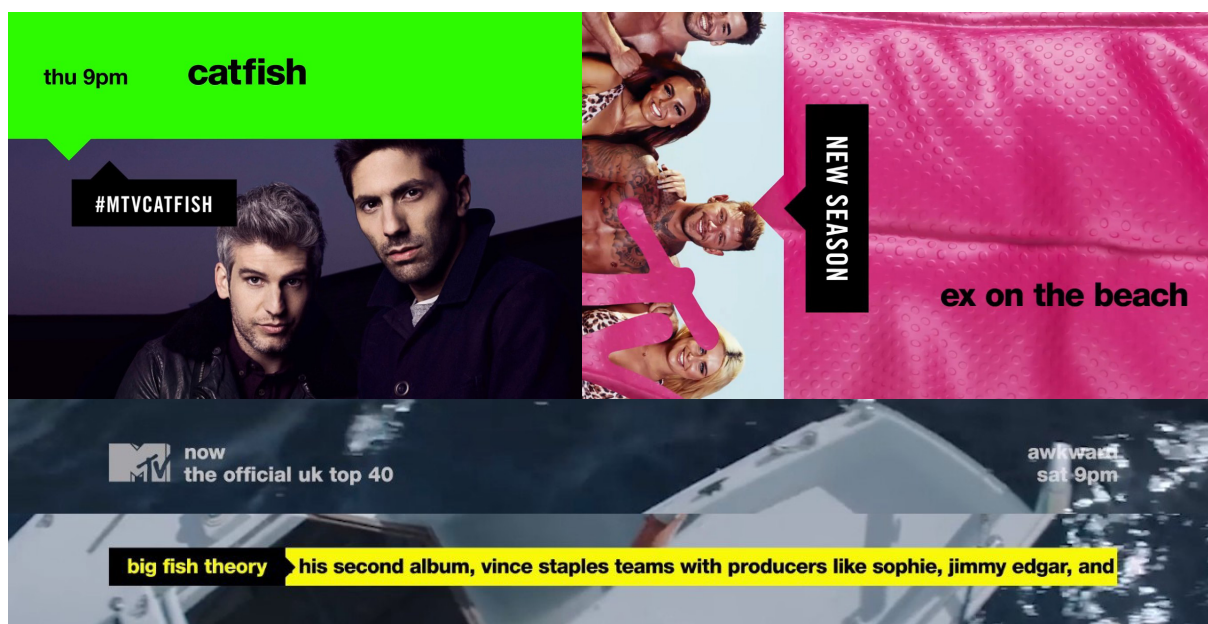


O architekturu na obrazovce se postarala firma Trollbäck<sup>17</sup>. Firma měla za úkol sjednotit orientační systém, jak na obrazovce televize, tak na webu pro počítač i mobilní telefon. (Trollback, [2017]) Systém je čistý a moderní. Používá tvar obráceného trojúhelníku z vrcholu písmene „M“ jako orientační prvek. Loga sesterských kanálů byla sjednocena do jedné barvy a byl nahrazen font.



Obr. 95: Loga sesterských kanálů

Tento vizuál je na obrazovce dodnes, takže jde o jediný vizuál, který jsem si mohla v živém přenosu na své televizi prohlédnout. Líbí se mi různé slogany, které mají do jisté míry znázorňovat pocity, myšlenky či pravdy mladé generace. Slogany rozesmějí či donutí k zamyšlení. Nevím, jak je tomu na mezinárodním kanálu, ale na MTV Europe hrají nyní všechny identity v jednom dlouhém asi dvouminutovém pásmu za sebou, místo komerčních reklam. Tím pádem stačí jedna či dvě reklamní pauzy k tomu, aby divák shlédl všechny existující identity vizuálu. Ty se potom velmi rychle omrzí.



Obr. 96: Použití vizuálu na obrazovce

17 Firma Trollbäck má sídlo v New Yorku a se zaměřuje na tvorbu marketingových strategií, design a produkci. Mezi klienty se řadí Organizace Spojených Národů, IBM, National Geographic, či Apple. (Trollback, [2021])



## 6 SOUČASNOST A BUDOUCNOST

V roce 2021 slaví MTV své čtyřicáté narozeniny. Za tu dobu proběhlo nepřehledné množství změn jak v programové nabídce, tak po vizuální stránce. MTV se však i po letech usilovně snaží udržet si vůdčí postavení hlavního média určeného mladé lidi, což není vedle nárůstu sociálních sítí a dalších podmětů vůbec jednoduché. Po čem současní teenageři touží už není zdaleka tak zřejmé jako před lety. Hudební video je možné shlédnout v klidu na Youtube, kdykoli a opakovaně, i reality show lze stejným způsobem sledovat na streamovacích službách jako je Netflix. MTV používá design jako jeden z nástrojů k udržení image. Televizní grafika tohoto kanálu je hravá, kreativní, nebojí se riskovat. MTV si u mě získala sympatie tím, že neustále nabízí designérům platformu, jak se zviditelnit. S výročím televize se otevírá i příležitost představit nový vizuál. Zda tomu tak bude jsem však nedohledala. MTV World Design Studio odstranilo svá sociální média i webovou stránku a jeho bývalí designeři podle osobních webových stránek a platformem jako Behance už pracují jinde.

### 6.1 Výstava k výročí

Co se týče MTV jako takové, je možné očekávat oslavy výročí. První událostí, která byla oznámena, je výstava s názvem MTV Turns Forty v The GRAMMY Museum v Clevelandu v Mississippi. Výstava se zaměří i na bývalého výkonného ředitele MTV Boba Pittmana, který z Mississippi pochází. Na přípravách výstavy se podílí i Pittmanův bratr Tom Pittman. Výstava bude zahájena 14. května 2021 a bude obsahovat artefakty od umělců jako Micheal Jackson, nebo Madonna. Výstava bude ke zhlédnutí až do léta 2022. (Stribling, 2021)

## II. PRAKTICKÁ ČÁST

## 7 KNIHA K VÝROČÍ ČTYŘICETI LET OD VZNIKU MTV

### 7.1 Inspirace

Populární kultura mě fascinuje. Uchvacuje mě představa, že televizní pořad či celebrita může být velkou součástí osobní identity jednotlivce. Každý si s sebou životem neseme seznam filmů, pořadů, knih, hudebníků, značek a produktů, které nám vstoupily do života. Tento seznam u každého vypadá naprosto jinak. Někdo na tomto seznamu, či jen jeho konkrétní části může lpět mnohem více než jiný. Někdo si rád hudebníka poslechne, jiný si koupí tričko s jeho obličejem a lístky na koncert. Popkultura se může podílet na tvarování jednotlivce a jeho osobnosti. Chtěla jsem toto území prozkoumat více. MTV produkuje těchto podmětů, které se staly součástí života různých generací, mnoho. Ať už jde o celý kanál MTV jako takový či o konkrétní pořad, konkrétní hudební video, osobnosti s MTV spojené (VJs, Madonna). Při pohledu zpět vzbuzuje MTV nostalgii. To dokazuje mnoho komentářů na internetu pod starými pořady nahranými na YouTube a vzpomínání v internetových magazínech. MTV nebyla součástí mého dospívání, a tak mnoho z těchto podmětů, pořadů, událostí, pro mě byla neznámá. Bavilo mě však staré pořady objevovat a dívat se na ukázky.



### How the Face of Independent Music Changed in 120 Minutes

The late-night MTV show that brought the underground to the surface

BY RYAN BRAY ON MARCH 11, 2016, 6:30PM



## VULTURE



JUNE 1, 2018

### How *Yo! MTV Raps* Changed Hip-Hop

By Jesse Serwer

## VULTURE

### The TV Show That Ate Times Square

How the original *Total Request Live* created the boy-band boom, saved MTV (for a while), and filled midtown with screaming teenagers.

By CRAIG MARKS

Obr. 97: Nadpisy článků v internetových magazínech o dopadu jednotlivých pořadů MTV



Obr. 98: Nostalgické uživatelské komentáře o MTV pod videem kompilace identů

## 7.2 Obsah a forma

Chtěla jsem vytvořit knihu mapující to nejlepší, co MTV za svých 40 let existence nabídla. Kniha je určena jak pro lidi, kteří si chtějí na MTV zavzpomínat, tak i pro širokou veřejnost, která s MTV není do hloubky seznámena. Vybrala jsem pořady a fenomény, které podle mého názoru, který byl ovlivněn tím, jak na věc nahlíží média a uživatelé, měly největší dopad. Na formátu 21×18 cm na každé dvojstránce představuji jednu danou věc. Zařadila jsem konkrétní pořady, například *Total Request Live*, *Headbangers Ball*, *Yo! MTV Raps*, *120 Minutes*, i animované pořady *Liquid Tv* a *Beavis and Butt-head*. Dvojstránku jsem věnovala i významným osobnostem spojeným s MTV jako jsou Michael Jackson a Madonna a video žokejové, tzv. VJs. Další kategorií jsou důležité vizuální součásti televize jako je logo, identity, dvojstránku jsem věnovala i veškerému designu MTV obecně. Nesmí chybět ani slavná reklamní kampaň *I want my MTV*. Zařazeny jsou události jako *Movie Awards*, *Video Music Awards*, akustické koncerty *MTV Unplugged* a záznam z jarních prázdnin *Spring Break*. Pokud jsem chtěla zmínit několik podobných pořadů, věnovala jsem jim jednu dvojstránku, jako v případě tanečních pořadů *Club MTV* a *The Grind* a pořadů věnujícím se těhotenství a mateřství dospívajících *Teen Mom* a *16 and Pregnant*. Některé stránky jsou obecnější. V knize se objevuje dvojstránka o hudebnímu videu, vůbec první hodině vysílání MTV, o diskografii, reklamních předmětech a významných módních momentech z předávání cen. Představit jsem chtěla i projekty jako politické a sociální kampaně.

Kniha mixuje pořady a fenomény z různých generací. Není zde stanovené pořadí, jelikož mnoho mnou vybraných věcí probíhalo celých 40 let či je není možné časově zařadit. Díky tomu však člověk může při otevření knihy začít listovat, otevřít knihu na náhodné stránce a objevovat jednotlivé fenomény v jakémkoli pořadí. Zážitek z listování knihou se liší podle toho, jaký vztah divák s MTV má a jak moc je s televizí obeznámen.



### 7.3 Jazyk

Celá kniha je v angličtině, protože i přesto, že MTV je velmi mezinárodní značka, jedná se v první řadě hlavně o americkou záležitost. Dopad a vliv v USA byl a je mnohem větší, než třeba u nás. Zároveň je mi angličtina blízká, a jelikož i většina zdrojů, které jsem použila v rámci psaní první části mé diplomové práce je v angličtině, mnoho pořadů, které v knize zmiňuji, nemá oficiální český název, a tudíž mi práce v angličtině usnadňuje práci a předchází zmatkům. Díky angličtině jsem měla na výběr z mnoha novinových článků. Rozhodla jsem se využít tyto novinové články či jejich nadpisy, protože podle mě lépe vystihnou danou věc, než kdybych se pokoušela něco napsat já sama.

K hledání starých článků z novin jsem použila internetový archiv Newspapers.com. Archiv nabízí nepřehledné množství naskenovaných starých novin, hlavně z USA. Dobové novinové články nabízí pohled na danou věc v aktuálním momentu, kdy probíhala. Články z internetových magazínů naopak většinou pohlíží na věc retrospektivně a často hodnotí její dopad. Články nabízí i rozhovory s osobnostmi významnými pro MTV. Použila jsem i uživatelské recenze, které opět nabízí jiný pohled na věc.

We're combining the best of radio — music and stereo sound — and the best of TV — the pictures — to give viewers something they can't get anywhere else.

## MTV spinoff offers music minus the muddle

By JIM FARBBER  
Daily News Staff Writer

**K**ILL the commercials. Gag the veejays. And shove in as many videos as possible.

That's the can't-miss formula behind the brand new M2, the MTV spinoff that made a promising debut at midnight Wednesday night — 15 years to the minute after the splashdown of the first Music Television.

As a teaser, MTV dangled just the first hour of its new baby before its regular viewers. Not a single cable system in the New York area carries the service. After the hour, M2 vanished back to a place accessible only to those equipped with their own satellite dishes. (Those folks should tune, we kid you not, to Sat. Com. C3 at 1310W.)

The rest of us can only whine, "I Want My M2!!!"

Not that the new network

kicked off with the biggest bang. Lacking an ideal opening clip (on the order of MTV's "Video Killed the Radio Star"), it opted for Beck's "Where It's At." While the title made the clip appropriate, it gets played too often on MTV to make a fresh impression. Luckily, the new service next offered a fetching mix of clips from artists black and white, seasoned and hungry.

Untested players like Gary Young, Fiona Apple, James

Hall and Hayden managed to get a spot; none currently gets played on MTV. The hour also unfurled a clip from Prodigy (who normally don't even make the cut at "120 Minutes"), along with a new video from the squiggle formerly known as Prince (not shown elsewhere), plus an older short from PJ Harvey that didn't get seen enough the first time ("50 Foot Queenie"). Ancient videos from the Stones ("Waiting on a

Friend") and Tribe Called Quest ("I Left My Wallet in El Segundo") took their place along with an entry from fresh-face Maxwell (who's soon to break on MTV) and classic punk star Iggy Pop (with his recycled "Lust for Life" clip from the "Train-spotting" soundtrack).

You may not like all those clips, but in one hour we got to see no less than 14 of 'em and not a single shot of Jenny McCarthy. Good start.

Obr. 99–100: Ukázka článků z novinového archivu newspapers.com

**Doctor Dré:** *Yo! MTV Raps* was a snapshot in time. It happened when it was most needed, when the music industry, the nation, and the world needed something that would unite everybody to a 1-2-3-4 beat, to a boom and a bap to a zugga-zugga-zugga, to an MC getting down on a microphone.

Obr. 101: Ukázka rozhovoru z článku z internetového magazínu



Obr. 102–103: Ukázka z knihy, různé způsoby zakomponování novinových článků



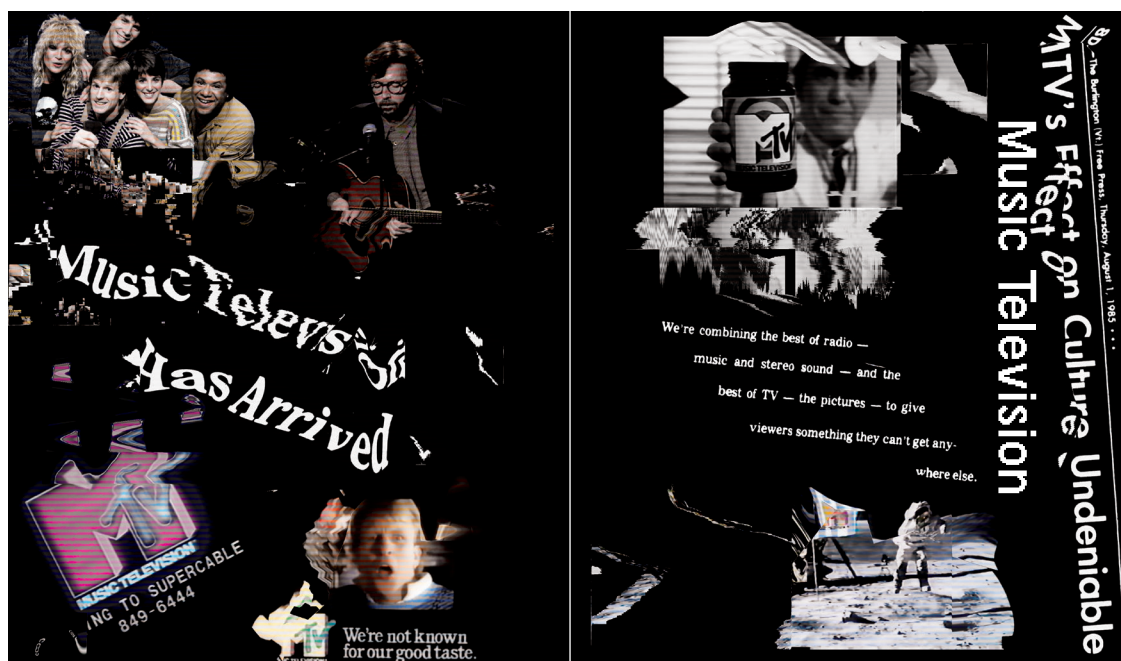
## 7.4 Proces

Dohledat použitelné materiály pro některé z vybraných témat bylo složité. Neexistuje kompletní archiv všeho, co televize kdy vysílala, z mnoha starých pořadů jsou k dispozici pouze části, které se rozhodli uživatelé nahrát na internet. Proces získání pořadů na VHS a jejich následný převod do počítače by byl velmi složitý. Často neexistují ani propagační fotky a materiály v dobré kvalitě. K získání vizuálních obrazů jsem tedy opětovaně využila snímky obrazovky, které jsem sbírala z online dostupných videí.

Z důvodu ne příliš dobré kvality těchto záběrů jsem přemýšlela o tom, jak je do knihy zařadit, aniž by vypadaly nepatříčně. Možností bylo ze snímků vytvořit ilustrace, to však nebyla cesta, kterou jsem se chtěla vydat. Místo toho jsem se rozhodla s nízkou kvalitou fotografií pracovat a vizuální stránku knihy tomu přizpůsobit. Tohle řešení má nabudit ještě větší pocit nostalgie, vždyť ne vždy bylo televizní vysílání ve vysoké kvalitě standardem. Na snímcích, které jsem nasbírala, mě zaujaly různé glitche, vizuální chyby a nedokonalé rozmazané okraje. To mi bylo velkou inspirací při práci. Pracovala jsem s již existujícím glitchem, či jsem se ho snažila replikovat.



Obr.104–107: Snímky obrazovky z archivního vysílání MTV



Obr. 108: Ukázka z knihy, vytvoření efektu glitche na fotografiích a textu



Obr. 109: Ukázka z knihy, detaily efektu glitche

Pracovala jsem s každou dvojstranou jednotlivě. Chtěla jsem vytvořit jednotlivé vizuální obrazy, které by se na sebe vzájemně nevázaly. Inspirací mi bylo vždy konkrétní téma, které jsem zpracovávala. Při práci jsem myslela na to, o čem jsem psala v první části, tedy na celou historii vizuálu MTV. Umělci, grafici, animátoři a marketéři se nikdy nebáli pokoušet limity a experimentovat. Vizuál MTV získal tak dobrou pověst, že se i přes mnohé nesouhlasy profesionálů nebáli vydat neznámou cestou a použít nepřeborné množství variant loga. K tomu najali nadějně animátory, kteří si šli vlastním směrem. Jejich práce působí velmi neohroženým dojmem. Identita MTV mi byla vizuální inspirací.





S myšlenkou na již zmíněné zakomponování nedokonalých a nekvalitních snímků obrazovky jsem se nebála nečitelnosti, rozostření fotografií, deformací, rozmazání a výrazné změny barevnosti. Experimentovala jsem s různými režimy prolnutí a snažila jsem se najít postupy ne příliš typické pro knihu. Nebála jsem se ani náhody. Každou stránku jsem zpracovávala tak, jak jsem ji v ten moment cítila. V knize jsou i stránky výhradně typografické, jinde jsem tvořila z fotek koláže, nebo jsem použila fotografii přes celou stránku.





## 7.5. Barevnost

I přesto všechno jsem však myslela na knihu jako na celek a proto jsem se většinou držela několika barev, které jsem používala jako pozadí a barvu textu. Z důvodu mnoha barevných a vizuálních podmětů jsem také často používala monochromatickou barevnost.

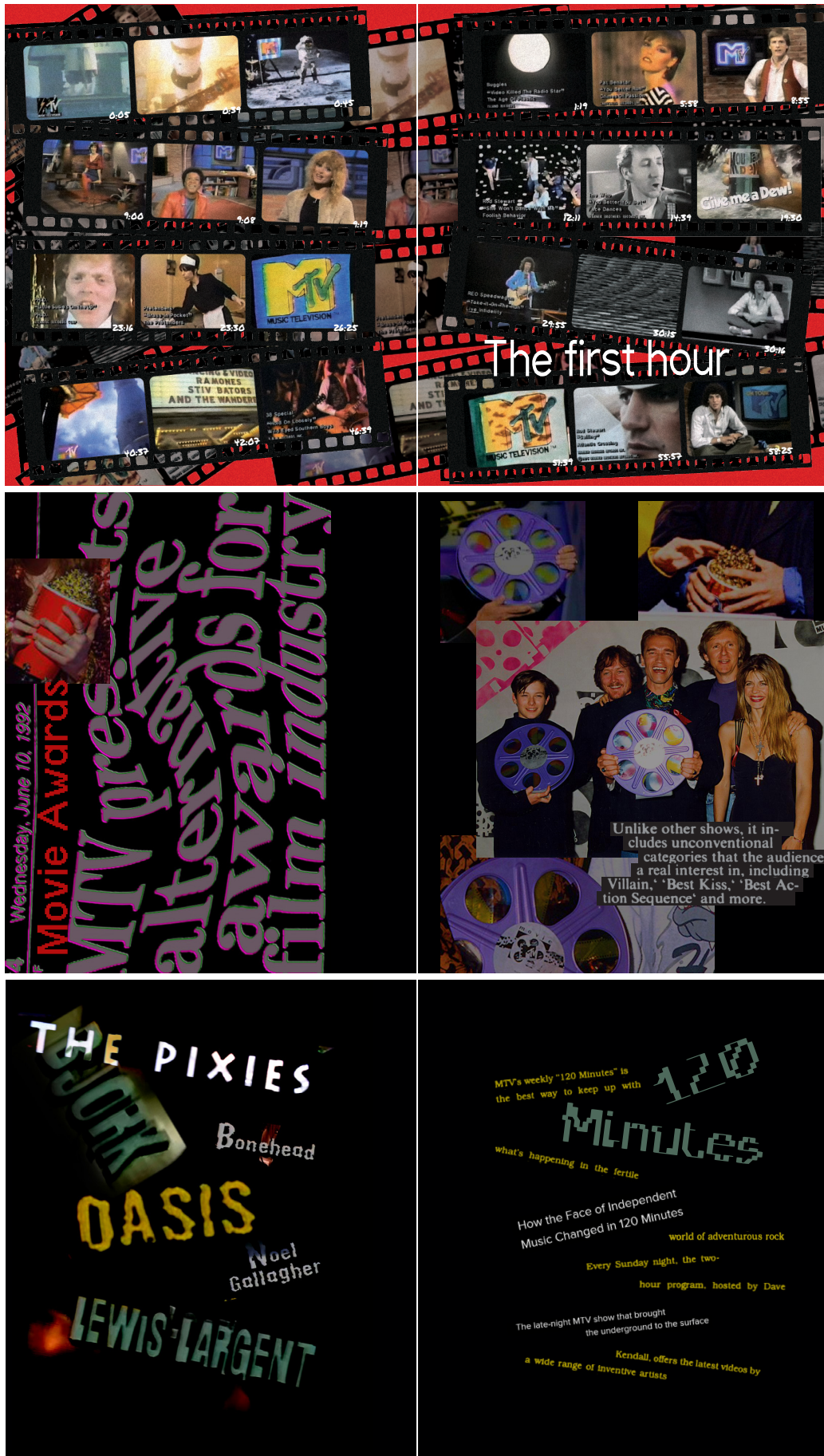
	C=1 M=59 Y=0 K=0
	C=6 M=99 Y=98 K=1
	R=94 G=63 B=120
	C=11 M=10 Y=95 K=0
	R=9 G=157 B=59

Obr. 113: Použité barvy



Obr. 114–115: Ukázka z knihy, monochromatická barevnost stránek





Obr. 116–118: Ukázky z knihy

## 7.6 Fonty

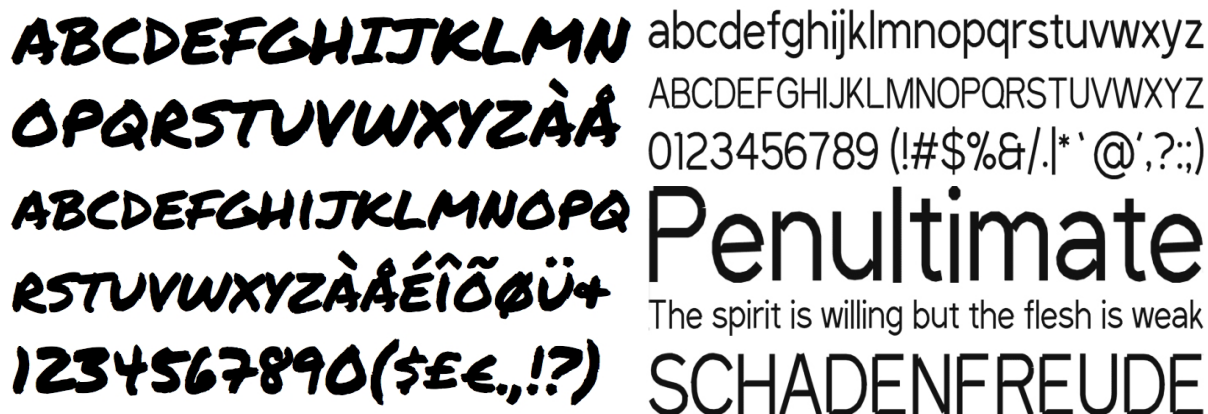
Na začátku své práce jsem se rozhodla vybrat několik fontů, které budu mít k dispozici k použití pro nadpisy i popisky. Postupem času jsem některé fonty přidala a jiné nahradila. Snažila jsem se najít takové, které na první moment zaujmou. Fonty Manusquared od designéra Quentin Juhela a Terminal Grotesque od Raphaela Bastide napodobují dojem rozpixelovaného textu, každé trochu jiným způsobem. Gap Sans (od designérů Étienne Ozeray a Alexandre Liziard) přiznává mezery mezi jednotlivými částmi znaků. Permanent Marker od studia Font Diner imituje lihovou fixu. Všechny tyto fonty v sobě mají prvky, které mohou být popsány jako nedokonalosti. Díky tomu dobře doplňují celkový vizuál. První tři fonty jsou pod licencí SIL OFL 1.1, Permanent Marker pod licencí Apache 2.0. Licence SIL OFL (Open Font License) a Apache 2.0. mi umožňují dané fonty používat bezplatně pro jakýkoli účel.

[...] L'ÉCRITURE 30pt Sâdan ! 500kHz où ti  
 laah AYYLU (Not clearly coded, repeat  
 more clearly.) "chicharrón 666€ le kg dans  
 7m" \* « Alea Jacta Est » ~ @mail ?  
 évènement & Ě. 24¢ = 20€ 0,9% à la  
 bourse de l'île aux fleurs... <3 - 14" 38'  
 29.501" N 61° 1' 27.026" W Paradis dans  
 le ventre d'el niño ! 1/2

Obr. 119: Manusquared



Obr. 120: Terminal Grotesque



Obr. 121: Permanent Marker

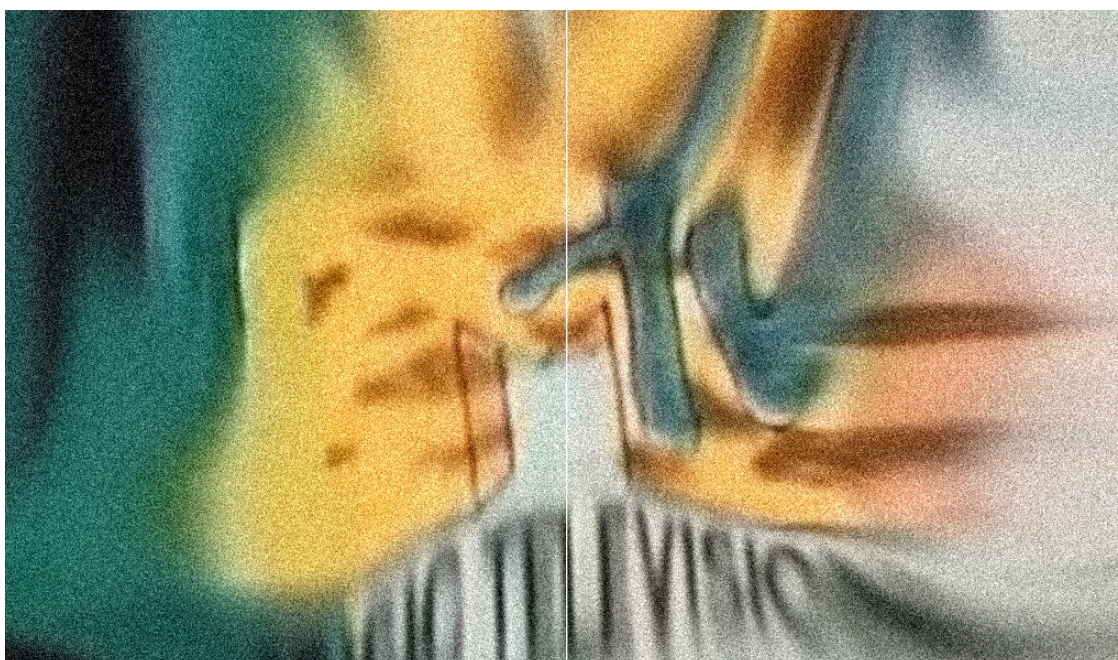
Obr. 122: Gap Sans



Díky použití různých novinových článků se na stránkách následně objevuje různorodá směs fontů. Mnou vybrané fonty v použití jako nadpisy a popisky mají dát stránkám alespoň nějaké sjednocení. Nechtěla jsem se však držet pouze jednoho či dvou fontů. Fonty, stejně jako stránky, mají každý trochu jiný výraz.

## 7.7 Rozdělovací stránky

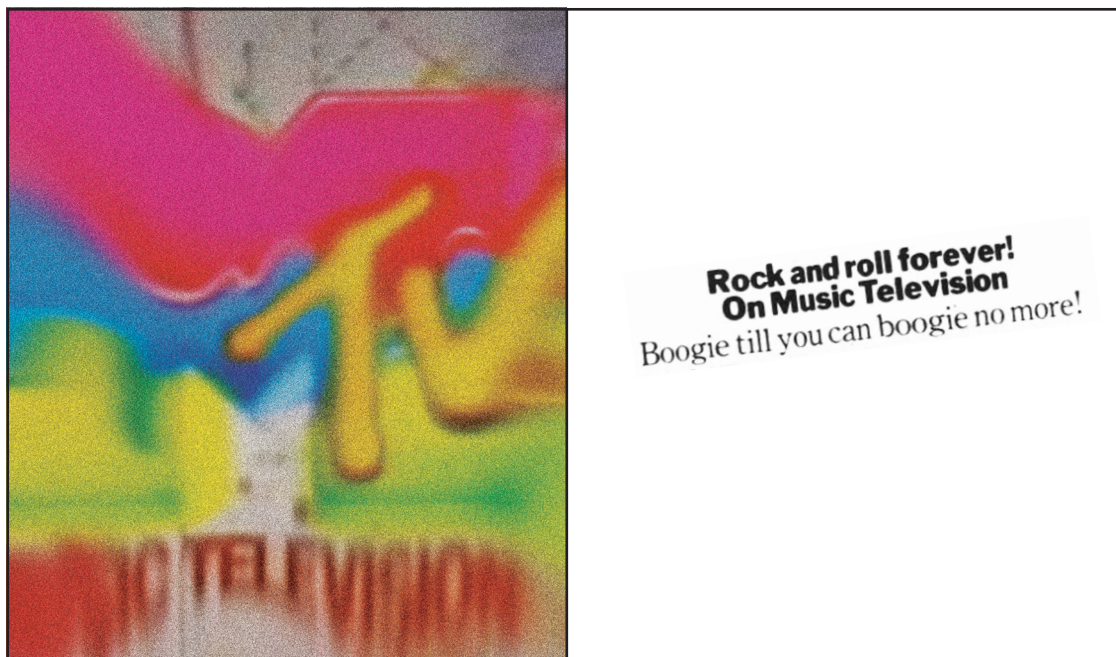
Dalším sjednocujícím, přitom ale od ostatních dvojstran odlišným prvkem jsou tzv. rozdělovací stránky. Ty se ještě jednou dotýkají tématu dvojstran, tentokrát však v trochu jiné formě. Rozdělovací stránky jsou vytvořeny z fotek v knize použitých. Tyto fotografie jsem dále deformovala a rozmazávala, nakonec jsem přidala šum. Vznikly tak trochu abstraktní, čistě estetické výjevy. Nezáleží úplně na tom, jestli člověk pozná, co se na vyobrazení nachází, podle mého to však často poznat jde. Pro tyto stránky jsem se rozhodla, protože jsem do knihy chtěla přidat další podnět, něco trochu vizuálně jiného. Stránky, kde divák nemusí nic číst a kde se nenachází mnoho informací. Jde o další autorskou stopu a ještě větší zásah do materiálu, se kterým jsem pracovala.



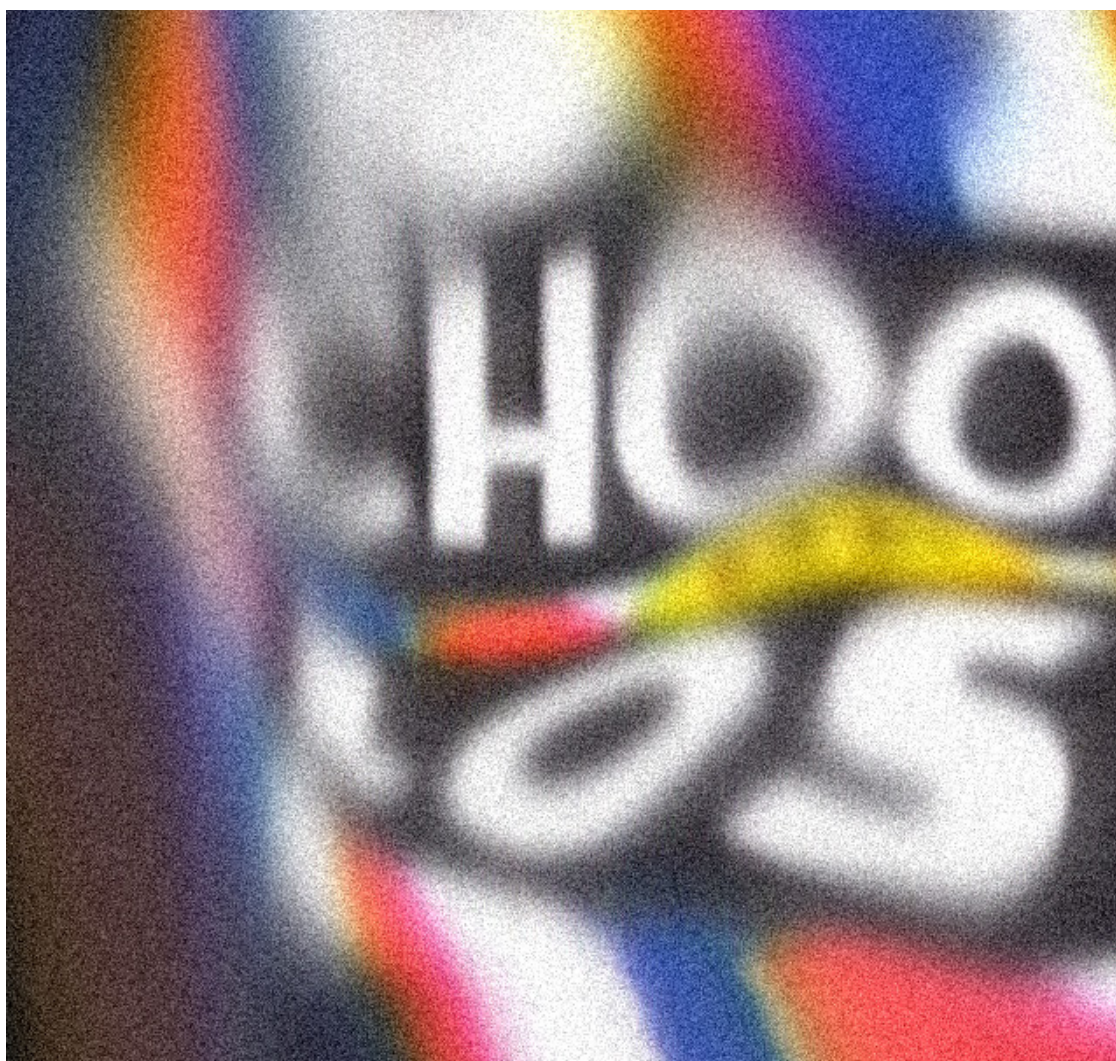
Obr. 123: Ukázka z knihy, rozdělovací stránka

Rozdělovací stránky jsou v knize umístěny ve dvou blocích, a v každém z nich je jich pět za sebou. Tyto stránky jsou vytištěny na lesklejším papíře, než stránky ostatní, aby se ještě více rozlišili. Pro přechod mezi jednotlivými papíry slouží bílá stránka s textem z novinových článků a reklam MTV.





Obr. 124: Ukázka z knihy, rozdělovací stránka s přechodovou stránkou



Obr. 125: Ukázka z knihy, detail rozdělovací stránky



## 7.8 Obálka

Na obálku jsem vytvořila koláž z fotek použitých v knize. Opět jsem zde pracovala s glitchem a deformací. Koláž se může chvilkami zdát abstraktnější a divák v ní může nacházet určité obrazy až po té, co se na ní podrobněji zadívá. Na obálce se nenachází název knihy. Chtěla jsem, aby byla obálka vizuálně zajímavá a donutila tak diváka knihu vzít a otevřít i bez viditelného názvu. Mnou vybrané fotky však mohou napovědět, o čem kniha je. Několikrát se zde objevuje logo MTV. Pokud by ho divák nerozeznal, osobnosti jako Madonna či Kurt Cobain naznačují, že se jedná o téma pop kultury a hudby.



Obr. 126: Obálka

Koláž je v monochromatické barevnosti s černým pozadím. Tiskla jsem více kusů knihy a pro každý kus jsem použila jinou barevnost obálky. Vybrala jsem stejné barvy, které jsem používala i v knize – žlutou, zelenou a růžovou. Na předsádce jsem použila stejnou koláž, jako na obálku, barvy jsem zde však invertovala.





Obr. 127: Detail obálky



Obr. 128: Předsádka

## 7.9 Finální úpravy a produkce

Knize jsem dala název *40 of MTV* a tím zdůrazňuji čtyřicáté výročí, které bylo pro knihu inspirací. Všechny stránky jsem seřadila tak, aby se střídaly stránky různého provedení a barevnosti a aby toto pořadí spojovalo knihu jako celek. Zvolila jsem šitou vazbu v měkkých deskách. Šitou vazbu jsem zvolila z důvodu, aby byla kniha odolnější a lépe se v ní listovalo.

## 7.10 Instalace

V rámci instalace jsem vytvořila kompilaci obsahující starý obsah MTV, jako jsou staré pořady, identity a hudební videa, které zde byly hrány. Tato kompilace je přehrávaná na televizi. Chtěla jsem vytvořit příjemné prostředí, které má vzbuzovat nostalgii.



Obr. 129–130: Ukázka z kompilace

## ZÁVĚR

Téma MTV jsem vnímala jako velmi atraktivní: Spojení hudby, populární kultury a nápaditého – často velmi výrazného vizuálu dohromady tvoří kombinaci, které jsem se ráda věnovala.

V první části práce jsem se do hloubky seznámila s historií MTV a poznala jsem osobnosti, které za jejím vznikem stojí. Obeznámila jsem se s mnoha pořady a událostmi, které jsem dále využila při tvorbě své knihy. Podrobně jsem zmapovala historii vizuálního stylu mezinárodní televize MTV. V druhé části jsem vytvořila knihu, která shrnuje to nejlepší z pořadů, fenoménů, umělců a okamžiků, co MTV během své existence nabídla.

Shlédla jsem hodiny animovaných i hraných identů, viděla nepřeborné množství verzí loga tohoto televizního kanálu. Poslouchala jsem hudbu, seznámila jsem se s novými umělci různých hudebních žánrů. Zjistila jsem, jak jiné týmy řeší stejný úkol – ať už jde o práci na animovaném spotu či tvorbu celkového vizuálního stylu.

Od vzniku MTV uběhlo čtyřicet let. Konkrétní role současné MTV není momentálně mnohým, včetně mě, příliš zřetelná. Hudební videa vystřídaly absurdní reality show. Jediným důvodem, proč MTV v tyto dny zapínám, jsou ony výše popisované animované identity. Obsah většiny pořadů považuji za matoucí. Budoucnost této televize je neznámá, ale nikdo nemůže popřít, že je její historický význam legendární. Ovlivnila mnohé. Nejde se jí vyhnout ani dnes. Během práce na diplomce jsem v různých kontextech na MTV narážela neustále i v momentech, kdy jsem se tématu a výzkumu vůbec nevěnovala.



## SEZNAM ZDROJŮ

- ABRAMO, Heric. 2016. MTV - International Rebrand 2013. Behance [online]. 15. 6. 2016 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.behance.net/gallery/38377423/MTV-International-Rebrand2013>
- BORREGO, Max [2017]. MTV Mood Swing. Max Borrego [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.maxiborrego.com/portfolio/mtv-moodswing/>
- BRANNIGAN Alice. 1998. Popular Communications: The Rise and Fall of a Legend, [online]. Únor 1998, s. 18. [cit. 2021-04-05]. Dostupné z: <https://worldradiohistory.com/Archive-PopularCommunications/90s/Popular-Communications-1998-02.pdf#page=18>
- CANEMAKER, Jon. 1992. Over the Edge with MTV. Print Magazine [online]. Září/říjen 1992 [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://www.scribd.com/document/32274282/Over-the-Edge-with-MTV>
- CARRASCO, Carlos. 2012. MTV International Brand Refresh - Network Identity & Branding. Vimeo [online]. 18. 3. 2012 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <http://brandingsource.blogspot.com/2011/07/tv-logo-roundup-january-june-2011.html>
- CURIOS PICTURES. [2013]. About. Curious Pictures [online]. [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20131215141556/>, <http://curiouspictures.com/about.html>
- DETRICK, Ben. 2012. Little Mermaid Goes Punk. The New York Times. [online]. 2. 3. 2012 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2012/03/04/fashion/Seapunk-a-Web-Joke-With-Music-Has-Its-Moment.html>
- GOSLING, Emily. 2020. AIGA Eye On Design. [online]. 30. 9. 2020 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://eyeondesign.aiga.org/vaporwave-is-dead-long-live-vaporwave/>
- GRILLO, Jean Bergantini. 1982. New Network Look: Hairy, Fat. CableVision [online]. 7. 6. 1982, s. 5–7 [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://www.scribd.com/document/9252967/NewNetwork-Look-Hairy-Fat>
- HELLER, Steven. 2013. I Want My Helvetica: MTV's Millennial-Friendly Minimalist Design. The Atlantic [online]. 24. 1. 2013 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://bit.ly/3hxPxLw>
- HENDERSON, Nell. 1985. Viacom to Buy Warner Stake In Cable Units. The Washington Post [online]. 27. 8. 1985 [cit. 2021-04-06]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/archive/business/1985/08/27/viacom-to-buy-warner-stake-incable-units/f9a17068-093d-4d39-be78-e7b0a0724ac4/>
- HISTORY. 2009. MTV Launches. History [online]. A&E Television Networks. 13. 11. 2009. Poslední aktualizace 29. 7. 2020 [cit. 2021-04-05]. Dostupné z: <https://www.history.com/this-day-in-history/mtv-launches>
- HOBBS, Thomas. 2015. MTV rebrands as it aims to become television's Instagram. [online]. 25. 6. 2015 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://marketingweek.com/mtv-announces-rebrand-as-it-aims-to-become-television-s-instagram/>
- HOMESTAT FARM. [2021]. The Tale Of Marky Maypo: A LITTLE BOY NAMED MARKY! Homestatfarm.com [online]. [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://homestatfarm.com/pages/the-tale-of-marky-maypo>

- KILMER, David. 1999. (Colossal) Pictures closes its doors. Animation World Network [online]. 20. 8. 1999 [cit. 2021-04-21].  
Dostupné z: <https://www.awn.com/news/colossal-pictures-closes-itsdoors>
- MAFRA [2021]. První česká hudební televize. [online]. [cit. 2021-04-19].  
Dostupné z: <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?y=mafra/portfolio-ocko.htm&cat=televize>
- MARKS, Craig a TANNENBAUM, Rob. 2011. I want my MTV: the uncensored story of the music video revolution. Dutton Penguin. ISBN 978-1-101-52641-5.
- MEDIAGURU. [2021]. Mediální slovník: Gif [online]. [cit. 2021-5-10].  
Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/gif/>
- MTV. 2021. Tv guide. [online]. [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <http://www.mtv.co.uk/mtv>
- MTVPRESS. [2015]. MTV Classic. [online]. [cit. 2021-04-19].  
Dostupné z: <https://www.mtvpress.com/networks/mtv-classic>
- MTVPRESS. [2015]. MTV history. [online]. [cit. 2021-04-05].  
Dostupné z: <https://www.mtvpress.com/networks/mtv-history>
- MTVPRESS. [2015]. MTV Live. [online]. [cit. 2021-04-19].  
Dostupné z: <https://www.mtvpress.com/networks/mtv-live>
- OLINSKY, Frank. [2008] MTV Logo Story. Frankolinsky.com [online]. [cit. 2021-04-19].  
Dostupné z: <http://frankolinsky.com/mtvstory1.html>
- OPTIMO. [2021]. About Optimo. Optimo [online]. [cit. 2021-04-22].  
Dostupné z: [https://optimo.ch/about\\_optimo](https://optimo.ch/about_optimo)
- OPTIMO. [2021]. Optimo Pharma Specimen. Optimo [online]. [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://optimo.ch/uploads/2800028/1588174055759/Optimo-Pharma-Specimen.pdf>
- PALUMBO, Jacqui. 2018. How MTV Has Radically Reinvented Its Look over Nearly Four Decades. Artsy [online]. 1. 8. 2018 [cit. 2021-04-23].  
Dostupné z: <https://artsy.net/article/artsy-editorial-mtv-radically-reinvented-four-decades>
- PATRICK, Tiffany. 1999. INSIDE THE OLIVE JAR. Newenglandfilm.com [online]. 1. 7. 1999 [cit. 2021-04-21].  
Dostupné z: <https://newenglandfilm.com/magazine/1999/07/inside-the-olive-jar>
- PENGUIN RANDOM HOUSE. [2011]. I Want My MTV [online]. [cit. 2021-04-05].  
Dostupné z: <https://penguinrandomhouse.com/books/308409/i-want-my-mtv-by-rob-tannenbaum/>
- PENTAGRAM. 2016. MTV World Creative Studio. Vimeo [online]. 21. 4. 2016 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://vimeo.com/163674238>
- PILOTO. [2021]. LinkedIn [online]. [cit. 2021-04-22].  
Dostupné z: <https://linkedin.com/company/pilototv>
- PIMENTA, Rodrigo. 2019. MTV 2010 REBRAND. Cargo Collective [online]. 2019, 9. 1. 2019 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://cargocollective.com/rodrigopimenta/following/all/rodrigopimenta/MTV-2010-REBRAND>
- PIMENTA, Rodrigo. 2019. MTV ON AIR 2009. Cargo Collective [online]. 2019, 19. 9. 2019 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <http://cargocollective.com/rodrigopimenta/following/posts/rodrigopimenta/MTV-ON-AIR-2009>

- PIMENTA, Rodrigo. 2019. MTV On Air Rebrand 2007. Cargo Collective [online]. 2019, 19. 9. 2019 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <http://cargocollective.com/rodrigopimenta/following/posts/rodrigopimenta/MTV-On-Air-Rebrand20072.4>
- PIMENTA, Rodrigo. 2019. MTV On Air Rebrand 2008. Cargo Collective [online]. 2019, 19. 9. 2019 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://cargocollective.com/rodrigopimenta/following/all/rodrigopimenta/MTV-On-Air-Rebrand2008>
- PIXEL PARTY, 2015. MTV Redesign 2010 Examples. Vimeo [online]. 27. 12. 2015 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://vimeo.com/150124528>
- POLÁK, Lukáš. 2013. MTV Czech definitivně končí, od ledna ho nahradí lokalizovaná verze MTV Europe. Lupa.cz [online]. 22. 11. 2013 [cit. 2021-04-18]. Dostupné z: <https://lupa.cz/clanky/mtv-czech-definitivne-konci-od-ledna-ho-nahradi-lokalizovana-verzemtv-europe/>
- POLÁK, Lukáš. 2020. Stanice MTV 80s a MTV 90s vzniknou na základě vkusu a požadavků diváků. Digitální rádio - Český rozhlas. [online]. 1. 9. 2020.[cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://digital.rozhlas.cz/stanice-mtv-80s-a-mtv-90s-vzniknou-na-zaklade-vkusu-a-pozadavkudivaku-8282220>
- RUSOFF, Lance. MTV Network Rebrand. Lance Rusoff [online]. 2011 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://lancerusoff.com/mtv-network-rebrand>
- SEIBERT, Fred. 2009. The evolution of a famous logo. Fredseibert.com [online]. 9. 9. 2009 [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://fredseibert.com/post/651602789/the-evolution-of-a-famous-logo>
- SEIBERT, Fred. 2009. The MTV Network IDs. Fredseibert.com [online]. 8. 9. 2009 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://fredseibert.com/post/68726321/the-mtv-network-ids>
- SEIBERT, Fred. 2010. I WANT MY MTV! Part 3. Fredseibert.com [online]. 7. 4. 2010 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://fredseibert.com/post/502390691/i-want-my-mtv-part-3>
- SEIBERT, Fred. 2021. The first MTV animated IDs: Broadcast Arts, Washington DC. Fredseibert.com [online]. 14. 2. 2021 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://fredseibert.com/post/643132870408470528/the-first-mtv-animated-ids-broadcast-arts>
- SEIBERT, Fred. 2021. The second MTV animated IDs: [Colossal] Pictures, San Francisco. Fredseibert.com [online]. 17. 2. 2021 [cit. 2021-04-21]. Dostupné z: <https://fredseibert.com/post/643387770093649920/the-second-mtv-animated-ids-colossal-pictures>
- SEIBERT, Fred. 2009. More than 75,000 times. Fredseibert.com [online]. 8. 9. 2009 [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://fredseibert.com/post/184137950/more-than-75000-times>
- SCHWARZ, Giorgio. 2011. MTV International Rebrand 2011. Ideosuite [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://ideosuite.com/project/mtv-international-rebrand-2011>
- STEVEN, Rachael. 2015. Because the internet: MTV launches GIF and meme-inspired visual identity. Creative Review. [online]. 25. 6. 2015 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://www.creativereview.co.uk/because-the-internet-mtv-launches-gif-and-meme-inspired-visualidentity/>
- STRIBLING, Will. 2021. Grammy Museum Mississippi exhibit will mark MTV's 40th anniversary. Mississippi Today [online]. 23. 4. 2021 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://mississippitoday.org/2021/04/23/grammy-museum-mississippi-exhibit-will-mark-mtvs-40thanniversary/>



- SVETKEY, Benjamin. 1991. What is ,‘Liquid Television‘: MTV’s latest show highlights cuttingedge cartoon serials. Entertainment Weekly [online]. 14. 6. 1991 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://ew.com/article/1991/06/14/what-liquid-television/>
- THE BRANDING SOURCE. 2011. TV logo roundup: January-June 2011. The Branding Source [online]. 5. 7. 2011 [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <http://brandingsource.blogspot.com/2011/07/tv-logo-roundup-january-june-2011.html>
- TROLLBACK. [2017]. MTV International Visual Identity. Trollbäck+Company [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://trollback.com/projects/mtv/>
- TROLLBACK. [2021]. About. Trollbäck+Company [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <https://trollback.com/about/>
- TUNETAMASHA. [YouTube kanál]. 2011. MTV Czech Republic - Evolution of the ,Programming Menu‘ (2009-2011). Youtube [online]. 13. 7. 2011 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: [https://youtu.be/3u\\_UQoMViEM](https://youtu.be/3u_UQoMViEM)
- UNIVERSAL EVERYTHING. [2009]. Global rebrand for MTV. Universal Everything [online]. [2009] [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://universaleverything.com/projects/mtv>
- UNIVERSAL EVERYTHING. [2021]. LinkedIn [online]. [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/company/universal-everything/>
- UNIVERSAL EVERYTHING. 2009. MTV / International Rebrand Overview. Vimeo [online]. 14. 12. 2009 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://vimeo.com/8173518>
- UNTERBERGER, Andrew. 2016. I Want My M2: An Oral History of Heaven on Music Television. Spin [online]. 1. 8. 2016 [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://spin.com/2016/08/m2-mtv-20th-anniversary-oral-history/>
- VARONE, Nacho. [2015]. I’m my MTV. Nacho Varone [online]. [cit. 2021-04-23]. Dostupné z: <http://nachovarone.com/project/iammymtv>
- WALPOLE, James. 2014. MTV WORLD DESIGN STUDIO MILAN | REEL 2014. Vimeo [online]. 11. 4. 2014 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://vimeo.com/91700798>
- WIKIPEDIA. 2021. ViacomCBS Networks International. [online]. Poslední aktualizace 14. 4. 2021 [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/ViacomCBS\\_Networks\\_International](https://en.wikipedia.org/wiki/ViacomCBS_Networks_International)
- WILMSTERUK. [YouTube kanál]. 2014. Ultimate collection of 230 MTV ID Idents Adverts Bumpers. Youtube [online]. 20. 8. 2014 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: [https://youtu.be/3u\\_UQoMViEM](https://youtu.be/3u_UQoMViEM)
- WORLD CREATIVE STUDIO. [2017]. About us. [online]. [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20170422031527/>, <http://wcs-mtv.com:80/about/>
- WPU IRT [YouTube kanál]. 2017. Talking the History of MTV and Music Videos with Craig Marks & Rob Tannenbaum. Youtube [online]. 9. 10. 2017 [cit. 2021-04-05]. Dostupné z: <https://youtu.be/BclFtFJUzj8>

## SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1–2: Sight On Sound [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: [https://youtu.be/g\\_WcGghiCDg](https://youtu.be/g_WcGghiCDg)

Obr. 3–4: Pop Clips [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: <https://youtu.be/q1kFLfzMCto>

Obr. 5: Spoluzakladatel MTV Robert Pittman [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: <https://welt.de/kultur/article171654956/Brauchen-wir-eigentlich-noch-MTV.html>

Obr. 6: Spoluzakladatel MTV John Lack [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: <https://www.npr.org/transcripts/141991877>

Obr. 7: Začátek vysílání MTV [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: <https://youtu.be/PJtiPRDIqtI>

Obr. 8: The Buggles – Video Killed the Radio Star [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: <https://youtu.be/W8r-tXRLazs>

Obr. 9: Spooney Melodies (Milton Charles – Crying For The Carolines) [online]. [cit. 2021-05-14]. Dostupné z: <https://youtu.be/SBo98gjikxQ>

Obr. 10: Scopitone (Nancy Sinatra – These Boots Are Made for Walkin‘) [online]. [cit. 2021-05-14]. Dostupné z: <https://youtu.be/SbyAZQ45uww>

Obr. 11: Scopitone [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: <https://collectorsweekly.com/articles/scopitone-60s-music-videos-youve-never-seen/>

Obr. 12: Queen - Bohemian Rhapsody [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: <https://youtu.be/fJ9rUzIMcZQ>

Obr. 13: Michael Jackson – Thriller [online]. [cit. 2021-05-14]. Dostupné z: <https://lylesmoviefiles.com/2017/04/19/michael-jackson-proved-influential-1984-wrestling/>

Obr. 14: Video Music Awards [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Video\\_Music\\_Awards](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Video_Music_Awards)

Obr. 15: Remote Control [online]. [cit. 2021-05-14]. Dostupné z: <https://carlcafarelli.blogspot.com/2018/03/game-shows-part-2-mtvs-remote-control.html>

Obr. 16: Yo! MTV Raps [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: [https://logos.fandom.com/wiki/Yo!\\_MTV\\_Raps](https://logos.fandom.com/wiki/Yo!_MTV_Raps)

Obr. 17: Spring Break [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Spring\\_Break](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Spring_Break)

Obr. 18: Club MTV [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=9BAAJEyvJK0>

Obr. 19: MTV Unplugged [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: <https://www.emp-shop.cz/p/mtv-unplugged-in-new-york/310761.html>

Obr. 20: Cena Movie Awards [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/MTV\\_Movie\\_%26\\_TV\\_Awards](https://en.wikipedia.org/wiki/MTV_Movie_%26_TV_Awards)

Obr. 21: Beavis and Butt-Head [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: <http://www.mtv.com/news/2766813/top-ten-mtv-series/>

Obr. 22: Total Request Live [online]. [cit. 2021-05-14].

Dostupné z: [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Total\\_Request\\_Live\\_\(TRL\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Total_Request_Live_(TRL))

- Obr. 23: MTV Cribs [online]. [cit. 2021-05-14].  
Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/MTV\\_Cribs](https://en.wikipedia.org/wiki/MTV_Cribs)
- Obr. 24: 16 and Pregnant [online]. [cit. 2021-05-14].  
Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/16\\_and\\_Pregnant](https://en.wikipedia.org/wiki/16_and_Pregnant)
- Obr. 25: Punk'd [online]. [cit. 2021-05-14].  
Dostupné z: <https://www.amazon.com/Punkd-Season-5/dp/B000I3T0OG>
- Obr. 26: Prezidentská kampaň Choose or Loose (1992) [online]. [cit. 2021-05-14].  
Dostupné z: [https://youtu.be/Y1EpnR68K\\_c](https://youtu.be/Y1EpnR68K_c)
- Obr. 27: Debata Race in America [online]. [cit. 2021-05-14].  
Dostupné z: <https://youtu.be/1svOMPWkeos>
- Obr. 28: YouTube kanál MTV [online]. [cit. 2021-05-14].  
Dostupné z: <https://www.youtube.com/user/MTV>
- Obr. 29: Sesterské Kanály MTV [online]. [cit. 2021-05-14].  
Dostupné z: [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Hits\\_\(Europe\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Hits_(Europe)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Music\\_\(UK\\_and\\_Ireland\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Music_(UK_and_Ireland)), [https://logos.fandom.com/wiki/Club\\_MTV\\_\(Europe\)](https://logos.fandom.com/wiki/Club_MTV_(Europe)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV2\\_\(United\\_States\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV2_(United_States)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_80s\\_\(Europe\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_80s_(Europe)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_90s](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_90s)
- Obr. 30: První návrhy loga MTV [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://fredseibert.com/post/651602789/the-evolution-of-a-famous-logo>
- Obr. 31: Návrhy loga MTV [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://fredseibert.com/post/651602789/the-evolution-of-a-famous-logo>
- Obr. 32: Winky Dink and You [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: [https://www.cbs.com/shows/watch\\_magazine/photos/1008789/the-kids-are-all-right-the-goofiest-and-greatest-in-classic-children-s-tv-shows/](https://www.cbs.com/shows/watch_magazine/photos/1008789/the-kids-are-all-right-the-goofiest-and-greatest-in-classic-children-s-tv-shows/)
- Obr. 33: Finální logo MTV [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://www.flickr.com/photos/84568447@N00/3901553738/>
- Obr. 34–35: Barevné variace loga MTV [online]. [cit. 2021-05-15]. Dostupné z: <https://vimeo.com/6493085>, <https://www.flickr.com/photos/84568447@N00/50933514543/>
- Obr. 36–37: Originální snímek přistání na měsíci a verze s přidaným logem MTV [online]. [cit. 2021-05-15]. Dostupné z: <https://fredseibert.com/post/186328220761>
- Obr. 38: Cena VMA [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://www.flickr.com/photos/84568447@N00/3907510439/>
- Obr. 39–40: Ukázky loga MTV v identech v různých formách [online]. [cit. 2021-05-15]. Dostupné z: [https://youtu.be/3u\\_UQoMViEM](https://youtu.be/3u_UQoMViEM)
- Obr. 41: Ukázky identů [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: [https://youtu.be/3u\\_UQoMViEM](https://youtu.be/3u_UQoMViEM)
- Obr. 42: Ukázky aktuálních identů [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://behance.net/gallery/63447353/MTV-Ident-Fear>, <https://behance.net/gallery/85682797/HAPPY-MTV-Artist-Ident>, <https://behance.net/gallery/93104609/MTV-Ident>, <https://behance.net/gallery/66867039/MTV-Artist-Ident-Pleasure>
- Obr. 43: M Factory od Colossal Pictures [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://youtu.be/0U0pF-yLVwI>
- Obr. 44: Crab Legs od Olive Jar Animation [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://youtu.be/7sPfh0kYvII>



- Obr. 45: M-Zilla od Broadcast Arts [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://youtu.be/JHDBSfhtjOk>
- Obr. 46: B-World [online]. [cit. 2021-05-15]. Dostupné z: <https://youtu.be/AnOkqB-CiLw>
- Obr. 47: Pre Christmas Card od Jerry Leiberman Productions [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://youtu.be/HTeXXbM7J5c>
- Obr. 48: Post Christmas Card od Jerry Leiberman Productions [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://youtu.be/zQFEk88FZyY>
- Obr. 49: Návod na výrobu vlastního loga MTV [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: [https://youtu.be/3u\\_UQoMViEM](https://youtu.be/3u_UQoMViEM)
- Obr. 50: American Dream [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: [https://youtu.be/3u\\_UQoMViEM](https://youtu.be/3u_UQoMViEM)
- Obr. 51: Kampaň I want my MTV [online]. [cit. 2021-05-15]. Dostupné z: <https://youtu.be/8TWamzOPo24> <https://youtu.be/MRZ73hQKuFc>, <https://youtu.be/b9Lq9sqqbYY>
- Obr. 52: Minutary loga MTV do roku 2009 [online]. [cit. 2021-05-15].
- Obr. 53: Televizní grafika MTV do roku 2009 [online]. [cit. 2021-05-15].
- Obr. 54: Televizní grafika MTV do roku 2009 [online]. [cit. 2021-05-15].
- Obr. 55: Redesign brazilské MTV od studia Piloto z roku 2007 [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <http://cargocollective.com/rodrigopimenta/following/posts/rodrigopimenta/MTV-On-Air-Rebrand-2007>
- Obr. 56: Redesign brazilské MTV od studia Piloto z roku 2008 [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://cargocollective.com/rodrigopimenta/MTV-On-Air-Rebrand-2008>
- Obr. 57: Redesign brazilské MTV od studia Piloto z roku 2009 [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://cargocollective.com/rodrigopimenta/MTV-ON-AIR-2009>
- Obr. 58: Redesign brazilské MTV od studia Piloto z roku 2010 [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://cargocollective.com/rodrigopimenta/MTV-2010-REBRAND>
- Obr. 59: World Creative Studio, logo od studia Pentagram [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://www.pentagram.com/work/mtv-world-creative-studio>
- Obr. 60: Navigační systém na obrazovce [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <http://www.designfetish.org/2009/07/mtvs-brand-new-look.html>
- Obr. 61: Použité fonty [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://www.universaleverything.com/projects/mtv>
- Obr. 62: Identity a ukázky redesignu [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://www.universaleverything.com/projects/mtv>
- Obr. 63: Oděvní kolekce Zara ve spolupráci s MTV [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://www.universaleverything.com/projects/mtv>
- Obr. 63: Ukázka v korejštině [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://www.universaleverything.com/projects/mtv>
- Obr. 64: Ukázky v různých jazycích [online]. [cit. 2021-05-15].  
Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=pg1-W1Tp6X4>, <https://youtu.be/YjHc7B9FeVY>, <https://youtu.be/b-y6QwsKakk>, <https://youtu.be/6buUSbhDpy4>, <https://youtu.be/vWSyKI0nc88>, <https://youtu.be/Jy0IBI8Q5AU>
- Obr. 65: Ukázka v angličtině a češtině [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <http://designfetish.org/2009/07/mtvs-brand-new-look.html>, <https://youtu.be/OwoWD1ugkKc>

- Obr. 66: Stísněná diakritika v české verzi a ukázka stejného textu bez stísnění [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://youtu.be/OwoWD1ugkKc>, <https://optimo.ch/typefaces/pharma>
- Obr. 67: Úpravy původního loga [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://lancerusoff.com/mtv-network-rebrand>
- Obr. 68: Nové logo [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://lancerusoff.com/mtv-network-rebrand>
- Obr. 69: Ukázka zlatého řezu u nového loga [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://lancerusoff.com/mtv-network-rebrand>
- Obr. 70: Maskování nového loga [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://www.designboom.com/design/mtv-logo-refresh/>
- Obr. 71: Použití redesignu [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://lancerusoff.com/mtv-network-rebrand>
- Obr. 72: Miniatura loga a titulky na obrazovce [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://vimeo.com/150124528>
- Obr. 73: Architektura obrazovky [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://vimeo.com/38729952>
- Obr. 74: Miniatura loga s orientačním systémem [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://vimeo.com/38729952>
- Obr. 75: Miniatura loga s webovou stránkou [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://vimeo.com/38729952>
- Obr. 76: Ukázka vizuálu [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://vimeo.com/38729952>
- Obr. 77: Ukázka vizuálu s použitím sekundárního fontu [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://vimeo.com/38729952>
- Obr. 78: Různorodá loga sesterských kanálů před sjednocením [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Base\\_\(UK\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Base_(UK)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Hits\\_\(UK\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Hits_(UK)), [https://logos.fandom.com/wiki/Club\\_MTV\\_\(Europe\)](https://logos.fandom.com/wiki/Club_MTV_(Europe)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV2\\_\(United\\_States\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV2_(United_States))
- Obr. 79: Loga sesterských kanálů po redesignu v roce 2009 [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Rocks\\_\(UK\\_and\\_Ireland\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Rocks_(UK_and_Ireland)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Hits\\_\(UK\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Hits_(UK)), [https://logos.fandom.com/wiki/Club\\_MTV\\_\(Europe\)](https://logos.fandom.com/wiki/Club_MTV_(Europe)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Music\\_\(UK\\_and\\_Ireland\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Music_(UK_and_Ireland)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Classic\\_\(UK\\_%26\\_Ireland\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Classic_(UK_%26_Ireland)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Base\\_\(UK\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Base_(UK))
- Obr. 80: Redesign sesterských kanálů v roce 2011 [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Rocks\\_\(UK\\_and\\_Ireland\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Rocks_(UK_and_Ireland)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Hits\\_\(UK\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Hits_(UK)), [https://logos.fandom.com/wiki/Club\\_MTV\\_\(Europe\)](https://logos.fandom.com/wiki/Club_MTV_(Europe)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Music\\_\(UK\\_and\\_Ireland\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Music_(UK_and_Ireland)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Classic\\_\(UK\\_%26\\_Ireland\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Classic_(UK_%26_Ireland)), [https://logos.fandom.com/wiki/MTV\\_Base\\_\(UK\)](https://logos.fandom.com/wiki/MTV_Base_(UK))
- Obr. 81: Loga sesterských kanálů po redesignu v roce 2013 [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://ideosuite.com/project/mtv-international-rebrand-2013>
- Obr. 82–84: Ukázka použití redesignu na obrazovce [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <https://www.behance.net/gallery/38377423/MTV-International-Rebrand-2013>
- Obr. 85–86: Ukázka redesignu z roku 2015 [online]. [cit. 2021-05-16]. Dostupné z: <http://nachovarone.com/project/iammymtv>

- Obr. 87: Vaporwave [online]. [cit. 2021-05-16].  
Dostupné z: <https://eyeondesign.aiga.org/vaporwave-is-dead-long-live-vaporwave/>
- Obr. 88: Seapunk[online]. [cit. 2021-05-16].  
Dostupné z: <https://aesthetics.fandom.com/wiki/Seapunk>
- Obr. 89: MTV Bump [online]. [cit. 2021-05-16].  
Dostupné z: <http://thisisseansaylor.com/church>
- Obr. 90: MTV Canvas [online]. [cit. 2021-05-16].  
Dostupné z: <http://nachovarone.com/project/iammymtv>
- Obr. 91: 3D šablona loga a její použití [online]. [cit. 2021-05-16].  
Dostupné z: <http://nachovarone.com/project/iammymtv>
- Obr. 92: Autorské identity [online]. [cit. 2021-05-16].  
Dostupné z: <http://nachovarone.com/project/iammymtv>
- Obr. 93: Barvy a emoce [online]. [cit. 2021-05-16].  
Dostupné z: <http://nachovarone.com/project/moodswing>
- Obr. 94: Slogany [online]. [cit. 2021-05-16].  
Dostupné z: <http://nachovarone.com/project/moodswing>
- Obr. 95: Loga sesterských kanálů [online]. [cit. 2021-05-16].  
Dostupné z: <https://trollback.com/projects/mtv/>
- Obr. 96: Použití vizuálu na obrazovce [online]. [cit. 2021-05-16].  
Dostupné z: <http://nachovarone.com/project/moodswing> <https://trollback.com/projects/mtv/>
- Obr. 97: Nadpisy článků v internetových magazínech o dopadu jednotlivých pořadů MTV [online]. [cit. 2021-05-17]. Dostupné z: <https://consequence.net/2016/03/how-the-face-of-independent-music-changed-in-120-minutes/>, <https://vulture.com/2018/06/how-yo-mtv-raps-changed-hip-hop.html>, <https://vulture.com/2017/11/mtv-total-request-live-history.html>
- Obr. 98: Nostalgické uživatelské komentáře o MTV pod videem kompilace identů [online]. [cit. 2021-05-17]. Dostupné z: [https://youtu.be/3u\\_UQoMViEM](https://youtu.be/3u_UQoMViEM)
- Obr. 99–100: Ukázka článků z novinového archivu newspapers.com [online]. [cit. 2021-05-17]. Dostupné z: <https://newspapers.com>
- Obr. 101: Ukázka rozhovoru z článku z internetového magazínu [online]. [cit. 2021-05-17].  
Dostupné z: <https://www.vulture.com/2018/06/how-yo-mtv-raps-changed-hip-hop.html>
- Obr. 102–103: Ukázka z knihy, různé způsoby zakomponování novinových článků (zdroj vlastní)
- Obr. 104–107: Snímky obrazovky z archivního vysílání MTV [online]. [cit. 2021-05-17].  
Dostupné z: [https://youtu.be/m9SHFGt\\_-LE](https://youtu.be/m9SHFGt_-LE), <https://youtu.be/0BBaohHAfQc>, <https://youtu.be/PJtiPRDIqtl>
- Obr. 108: Ukázka z knihy, vytvoření efektu glitche na fotografiích a textu (zdroj vlastní)
- Obr. 109: Ukázka z knihy, detaily efektu glitche (zdroj vlastní)
- Obr. 110–111: Ukázka z knihy, různé způsoby práce s fotografií (zdroj vlastní)
- Obr. 112: Ukázka z knihy, typografické řešení stránky (zdroj vlastní)
- Obr. 113: Použité barvy (zdroj vlastní)
- Obr. 114–115: Ukázka z knihy, monochromatická barevnost stránek (zdroj vlastní)
- Obr. 116–118: Ukázky z knihy (zdroj vlastní)



- Obr. 119: Manusquared Bold [online]. [cit. 2021-05-17].  
Dostupné z: <https://fontesk.com/manusquared-typeface/>
- Obr. 120: Terminal Grotesque [online]. [cit. 2021-05-17].  
Dostupné z: <https://github.com/raphaelbastide/Terminal-Grotesque>
- Obr. 121: Permanent Marker [online]. [cit. 2021-05-17].  
Dostupné z: <http://www.identifont.com/similar?2ZHU>
- Obr. 122: Gap Sans [online]. [cit. 2021-05-17].  
Dostupné z: <https://www.cufonfonts.com/font/gap-sans>
- Obr. 123: Ukázka z knihy, rozdělovací stránka (zdroj vlastní)
- Obr. 124: Ukázka z knihy, detail rozdělovací stránky (zdroj vlastní)
- Obr. 125: Ukázka z knihy, detail rozdělovací stránky (zdroj vlastní)
- Obr. 126: Obálka (zdroj vlastní)
- Obr. 127: Detail obálky (zdroj vlastní)
- Obr. 128: Předsádka (zdroj vlastní)
- Obr. 129–130: Ukázka z kompilace [online]. [cit. 2021-05-18].  
Dostupné z: <https://youtu.be/z9LiPuVRyU8>, [https://youtu.be/3u\\_UQoMViEM](https://youtu.be/3u_UQoMViEM)