

Prohlašuji, že jsem svou maturitní práci vypracoval samostatně a použil jsem pouze podklady (literaturu, projekty, SW atd.) uvedené v příloženém seznamu.

Nemám závažný důvod proti užití tohoto školního díla ve smyslu § 60 Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon).

V Písku dne 29. března 2012

podpis:.....

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych poděkoval Mgr. Miroslavu Širokému za korekci a užitečné rady, dále panu MgA. Jakobovi Pizingerovi za informace získané při hodinách multimédia a prezentační technologie a nakonec panu Mgr. Milanu Janouškovi za příležitost vypracování materiálů pro školní dílny SPŠ a VOŠ Písek.

ANOTACE

Maturitní práce poskytuje zpřehlednění propagačních materiálů a prezentaci školních dílen SPŠ a VOŠ Písek. Práce obsahuje grafický manuál, návrhy informačních panelů ve formátu A2, které budou umístěny před každou učebnu školních dílen. Panel ve formátu A1, který bude umístěn před prostory školních dílen. Dále obsahuje PPT prezentaci. Celá propagace bude umístěna i na příslušné internetové stránky.

ANNOTATION

The graduation work is a clue to overview of promotional materials and presentation of school workrooms in Technical Highschool and College in Písek. The work includes graphical manual, motions of informational boards format A2, which will be placed in front of each workroom. There will be other board format A1, it will be put in front of the area of workrooms. Futher it incudes PPT presentation. Whole promotion will be delivered to the websites as well.

KLÍČOVÁ SLOVA

corporate identity; logo; grafický manuál; informační panely; prezentace

KEYWORDS

corporate identity; logo; design manual; information boards; presentation

OBSAH

Poděkování	5
Anotace.....	6
Annotation.....	6
Klíčová slova.....	6
Keywords	6
Obsah.....	7
1 Úvod.....	9
2 Corporate identity	10
2.1 Obecné pojetí CI.....	10
2.2 Grafický manuál	10
3 Teoretický rozbor možností prezentace	11
3.1 Obecné pojetí prezentace.....	11
3.2 Logo.....	11
3.3 PPT prezentace	11
3.4 WWW prezentace.....	12
4 Popis navrhovaného řešení	12
4.1 Popis návrhu loga	12
4.2 Popis návrhu informačních panelů formátu A2.....	12
4.3 Popis návrhu informačního panelu formátu A1	12
4.4 Popis návrhu PPT prezentace	12
4.5 Popis návrhu WWW prezentace.....	13
5 Tisk	13
5.1 Předtisková příprava	13
5.2 Druhy tisku	14
6 Použitý software.....	15

6.1 Adobe Photoshop CS5.....	15
6.2 Microsoft Office PowerPoint 2011.....	16
7 Použité formáty.....	16
7.1 Grafika.....	16
7.2 Barevné modely.....	18
8 Psychologie použitých barev.....	19
9 Fotografie.....	20
9.1 Historie.....	20
9.2 Obecné pojetí fotografie.....	21
9.3 Zpracování a výroba fotografie.....	22
10 Závěr.....	24
11 Použitá literatura.....	25
12 Přílohy.....	27

1 ÚVOD

Školní dílny jsou nedílnou součástí SPŠ a VOŠ Písek, kde probíhá praktická činnost, která se v každé části dílen liší. Je tedy dobré (pro člověka, který se v těchto prostorách nepohybuje každý den skoro nutně) vytvořit panel před každou učebnu a před dílny samotné, na kterém by bylo možné najít informace, čím se zde žáci a učitelé zabývají.

Práce má za cíl vytvořit logo pro školní dílny spolu s grafickým manuálem, informační panel formátu A0 nebo A1 , který by byl umístěn u vstupních dveří do školních dílen, dále informační panel formátu A2 pro každou učebnu zvlášť spolu s PPT prezentací, která by byla používána např. na dnech otevřených dveří školy. Každá učebna by měla mít kvalitní prezentaci i na webových stránkách. Výsledkem by měla být oproti stávající fázi přehledná prezentace školních dílen.

2 CORPORATE IDENTITY

2.1 OBECNÉ POJETÍ CI

Takzvaný firemní styl (corporate identity) je tvořen nejen logotypem samotným, ale zejména souborem pravidel určujících jeho užití v tiskovinách merkantilních (vizitky, dop. papíry, obálky, desky) i reklamních (např. letáky, prospekty, katalogy či inzerce), případně ve webových prezentacích. Tato pravidla firemního stylu bývají obsažena v grafickém manuálu. Ten tedy definuje, jak přesnou podobu logotypu, jeho varianty a pravidla užití, ale i firemní barvy, firemní typ písma event. další grafické prvky. Jeho součástí jsou i grafické návrhy merkantilních tiskovin včetně přesných rozkresů pro jejich opakovanou výrobu.

Grafický manuál, který vzniká v úzké spolupráci s klientem (vedením firmy), se posléze stává závazným pro všechny zaměstnance firmy, zejména marketingové pracovníky a tím je zajištěna stylová jednota všech tiskovin a jiných vizuálních dokumentů, kterými se firma prezentuje navenek i uvnitř. Bývá obvyklé a výhodné, když grafický manuál vzniká zároveň s logotypem, ale je možné jej také vytvořit dodatečně k již existujícímu a užívanému logotypu. Je také možné takový zavedený logotype, (pokud je graficky hodnotný) podrobit tzv. redesignu a k takto modernizované podobě loga vytvořit grafický manuál. [1]

2.2 GRAFICKÝ MANUÁL

Grafický manuál je základním kamenem jakékoliv corporate identity. Jde o souhrn definic jejích jednotlivých částí, např. podoby loga, výběr fontů, specifikace barevného schématu. Součástí grafického manuálu by měla být i pravidla a doporučení, jak s těmito částmi nakládat (např. určení minimální vzdálenosti loga od dalších objektů apod.).

Bez důkladně zpracovaného grafického manuálu lze jen stěží zachovat ucelenou vizuální prezentaci společnosti, význam grafického manuálu přitom stoupá s velikostí firmy. Grafický manuál obvykle vzniká ve spolupráci s vedením firmy a po schválení se stává závazným pro všechny zaměstnance. Může být předán v tištěné nebo elektronické podobě (nejčastěji obojí). [2]

3 TEORETICKÝ ROZBOR MOŽNOSTÍ PREZENTACE

3.1 OBECNÉ POJETÍ PREZENTACE

Dnes již existuje mnoho možností, jak dobře prezentovat organizaci, jednotlivce či produkt. Od tištěných materiálů až po masová média či sociální sítě. Pro účely této práce jsou využity tři prvky.

3.2 LOGO

Logo je v podstatě „grafická adresa“ firmy nebo institutu, které je uváděno na produktech dané firmy. Slouží tak jako identifikace a zároveň tvoří povědomí o značce, neboli image-building. Takové logo by mělo být dobře zapamatovatelné.

3.3 PPT PREZENTACE

Pro různé příležitosti je dobré, aby byly k dispozici také interaktivní prezentace, které mají za úkol předávat informace uživateli/zákazníkovi o dané myšlence či produktu. Dobrá prezentace by neměla obsahovat zbytečné informace, měla by být přehledná a mít něco, čím zaujme.

Při vytváření PPT prezentace je dobré držet několika zásad:

- **Méně textu** – není potřeba mít napsáno vše, co chcete sdělit, do PPT prezentace uveďte pouze záchytné body, které pak slovně rozvedete a vysvětlíte.
- **Více obrázků** – dodají prezentaci na zajímavosti, jsou názornější, upoutají pozornost. Fotodokumentujte si vše zajímavé v průběhu projektu, použijte mapky, nákresy, grafy apod.
- **Popisky** – grafy, mapy, tabulky - vše důsledně popisujte a označujte (osy grafů, sloupce a řádky tabulek, měřítko či barevná škála mapy apod.). U převzatých objektů se uvádí zdroj.
- **Čitelnost** – volte velikost písma, barvu objektů a kontrast pozadí a popředí tak, aby umožňoval publiku vše bez problémů přečíst. [3]

3.4 WWW PREZENTACE

Skoro každý dnes vyhledává informace na internetu. Těch je ovšem nepřeberné množství a proto je nutno pohlížet na různé aspekty, jako je jejich prezentace. Přesněji grafická prezentace stránek, kde je dbáno na to, aby se uživatel dokázal zorientovat.

4 POPIS NAVRHOVANÉHO ŘEŠENÍ

4.1 POPIS NÁVRHU LOGA

Logo tvoří název „TVOŘIVÉ DÍLNY“ vyhotovený fontem Tw Cen MT Contensed. Barvy školních dílen byly zvoleny tyrkysová a šedá. Symbolizují klid, povinnosti, rozvíjí kreativitu a sebevědomí. Dále se v prostoru kolem nápisu vyskytuje objekt tvořený třemi elipsami spojené čarou, které prezentují tři hlavní předměty vyučované na škole a to Elektrotechnika, Informační technologie a telekomunikace. Logo je tudíž snadno zapamatovatelné a nepůsobí žádnými rušivými prvky.

4.2 POPIS NÁVRHU INFORMAČNÍCH PANELŮ FORMÁTU A2

U panelů formátu A2 bylo nejdříve navrženo pozadí barevně tak, aby ladilo s logem školních dílen a byly dobře čitelné informace, které se na panelu vyskytují. Každý panel obsahuje informace o učebně, u které se návštěvník dílen právě nachází, dále potom co se zde žák může naučit. Nechybí ani čtyři fotografie, které zobrazují činnosti, se kterými se můžeme v dílnách setkat a byly vyfoceny přímo pro tuto příležitost.

4.3 POPIS NÁVRHU INFORMAČNÍHO PANELU FORMÁTU A1

Tento panel byl navržen podobně jako panely formátu A2 s tím rozdílem, že zde je v podstatě shrnuto vše, co se v dílnách děje a láká případné zájemce o studium, pokud by byl panel použit například při prezentaci školy na různých soutěžích nebo propagačních akcích.

4.4 POPIS NÁVRHU PPT PREZENTACE

PPT prezentace byla navržena tak, aby obsahovala to nejnútnejší a mohla být používána pro prezentaci učeben například při dnech otevřených dveří. Obsahuje informace jako informační panel formátu A2 před učebnami.

4.5 POPIS NÁVRHU WWW PREZENTACE

SPŠ a VOŠ Písek disponuje svojí internetovou wiki stránkou, na které jsou prezentovány i školní dílny. Je proto důležité, aby se návštěvník těchto stránek mohl dobře orientovat a mohl sledovat, co se v daných učebnách děje. Na úvodní stránce je použito logo školních dílen a různé informace, které tvoří vyučující, nebo sami žáci. Každá učebna má svojí stránku, na které se nachází různé články, odkazy a obrázky, které souvisí s výukou.

5 TISK

5.1 PŘEDTISKOVÁ PŘÍPRAVA

Proces výroby tiskových materiálů začíná na papíru, jako zběžný náskok představuje zadavatele, a končí znovu na papíru v podobě konečného produktu. Mezi těmito dvěma stádii je však většina informací převedena do elektronické podoby a zpracovávána pomocí počítačů.

Přípravou textu a obrazu tak, aby byly použitelné pro závěrečný komerční tisk, tzn. předtiskovou přípravou, se zabývají DTP studia, dále také nazývaná předtisková studia, prepress studia, litografická studia atd. Zkratka DTP znamená Desk Top Publishing (v překladu "vydavatelství na stole") a běžně se pod ním skrývá veškerá grafická a typografická (tj. práce s písmem) úprava dokumentů (prospektů, katalogů, knih a všeho dalšího). Běžné kvalitní předtiskové studio potřebuje pro svoji práci daleko víc, než jen pouhý počítač. Třebaže je kvalitní zařízení předtiskového pracoviště velice nákladnou záležitostí, je to právě ono, co spolu s kvalitním personálem představuje základní záruku seriózně odvedené práce.

Běžná základní sestava používaná pro předtiskovou přípravu se skládá z počítače (existují různé platformy – u nás jsou to nejčastěji PC nebo Macintosh), skeneru (umožňuje snímání obrazových předloh do počítače) a laserové tiskárny (pro předběžné černobílé náhledy a korektury). V zavedeném studiu pak další nezbytné komponenty představuje osvitová jednotka (umožňuje výrobu filmů, které slouží jako podklady pro tisk v tiskárně) a různá barevná nátisková zařízení (umožňují vytvářet co nejvěrnější barevné náhledy budoucích materiálů). Vybavení studií pak dále tvoří rozmanitá vysokokapacitní média (pro přenos a archivaci dat) a zařízení na kalibraci.

Počítače a periferní zařízení (tiskárny, skenery atd.) bývají propojeny do sítě, kde jednotlivá zařízení mají svoji úlohu, které jsou přizpůsobeny i svými výkonovými parametry (např. počítače pro skenování obrazu, obrazové retuše, sazbu a zlom aj.).

Mimo hardwarové vybavení (vše hmotné – počítače, tiskárny atd.) tvoří základ DTP studia profesionální software, který ve své ceně nijak nezaostává za hardwarem.

Nejpodstatnější část každého DTP studia však tvoří lidé. Profesionál dokáže i se slabším vybavením zázraky, na rozdíl od běžného uživatele, kterého mohou technické možnosti jednotlivých zařízení natolik unést, že výsledný materiál nebude pro konečného příjemce přitažlivý. Mimo používání určitého technického zařízení si klient platí při přípravě zakázky především zkušenosti a znalosti, které dokáží vytvořit skutečně kvalitní materiál.

Na základě představ klienta se konečný materiál co nejvíce specifikuje a vytvoří se maketa (náčrt s rozložením obrázků, textu – viz níže). Vstupními zařízeními (klávesnice, skener) se do počítače převedou všechna textová a obrazová data. Provede se úprava obrazových dat (korekce barevnosti, odstranění různých nečistot). Pomocí speciálních programů se vytvoří finální rozvržení materiálů v počítači – umístí se text, obrázky, nastaví se velikosti písmen, barvy.

Po provedení textových korektur a zhlédnutí rozvržení na běžné laserové tiskárně se materiály osvítlí na film, který tvoří vstupní podklad pro komerční tisk. Kontrola filmů a správné barevnosti vytvořených materiálů se provede chemickým nátiskem, který simuluje proces tisku a odhalí případné nedostatky. Je-li vše v pořádku, jsou materiály připraveny k tisku. [4]

5.2 DRUHY TISKU

Pro výrobu tištěných materiálů se dnes nejčastěji používají např. technologie flexografie, hlubotisku, sítotisku nebo ofsetového tisku.

- **Flexografie:** Technika přímého tisku z výšky, při němž se barva přenáší na potiskovaný materiál přímo z povrchu elastické tiskové formy (gumotypu, plastotypu nebo fotopolymerové formy). [5]
- **Hlubotisk:** Tisková technika pracující na principu tisku z hloubky. Tisková forma je reliéfní a tiskové prvky jsou zahlobeny pod úroveň prvků netisknoucích – je tomu tedy opačně než u tisku z výšky. Tisková místa jsou zaplněna řídkou rychle zasychající barvou a při tisku dochází k převzetí barvy potiskovaným materiálem, ponejvíce papírem. K fixaci barvy na papíru dochází odpařením těkavých rozpouštědel. [6]

- **Sítotisk:** „Šablonový tisk“, „průtisk“ je grafická technika. V mezinárodním značení má symbol S. Sítotisk nepatří do tisku z plochy, je to samostatná tisková technika. Umělecký sítotisk se nazývá serigrafie (kresba na hedvábí). Název byl formulován protagonistou této techniky C. Zigrosserem na základě analogie s názvem litografie (kresba na kámen). [7]
- **Ofsetový tisk:** Ofset patří do kategorie tisku z plochy, neboť jeho tisknoucí a netisknoucí místa na rozdíl od ostatních principů tisku jsou v jedné výškové úrovni. Zároveň klasický ofset zachovává základní princip kamenotisku a to je vzájemná odpudivost mastných tiskových barev (TB) a vody. Ofset je tisk nepřímý, protože z tiskové formy (TF) se nejprve tiskne na pryží potažený válec a z něho teprve na papír. Barva se tedy přenáší dvakrát a předloha na tiskové formě není stranově převrácená. Zároveň umožňuje tisknout jemné detaily a i na méně kvalitní papír na rozdíl od knihtisku. To je dáno pryžovým válcem, který je schopen přilnout i na ne zcela hladký povrch. TF je podle druhu ofsetového stroje buď rovinná, nebo válcová a to z hliníku, zinku a později i bimetalu. [8]

6 POUŽITÝ SOFTWARE

6.1 ADOBE PHOTOSHOP CS5

Adobe Photoshop je bitmapový grafický editor pro tvorbu a úpravy bitmapové grafiky (např. fotografií) vytvořený firmou Adobe Systems. První verze (1.0) vyšla v únoru roku 1990 pro Mac OS a v současné době (k 6. prosinci 2010) je k dispozici dvanáctá verze, prodávaná pod označením Creative Suite 5 (CS5), která byla vydána v dubnu 2010. V dubnu téhož roku vyšla i rozšířená verze Extended, nabízející všechny funkce jako verze standardní, avšak s novými nástroji pro oblast vědy, 3D a videa.

Původně je Photoshop dílem bratrů Thomase a Johna Knolla, kteří na vývoji začali pracovat již v roce 1987. Jedním z nejvýznamnějších bodů byl vznik verze pro operační systém Microsoft Windows v roce 1996 (verze 4.0). Označení Creative Suite používané u nových verzí vyjadřuje fakt, že je Photoshop integrován se skupinou dalších grafických programů firmy Adobe (Adobe's Creative Suite), kam patří mimo jiné Adobe Illustrator či Adobe InDesign.

V anglickém jazyce se stále běžněji vyskytuje slovo photoshop a photoshopping ve významu digitálně upravovat (zejména retušovat) obrázky a fotografie v digitální formě (ať už v Adobe Photoshop nebo jiném programu). Přispívá k tomu fakt, že Adobe Photoshop je pro úpravu obrázků a fotografií jeden z neznámějších programů a de facto profesionální standard. Nicméně, firma Adobe vystupuje proti takovéto konotaci. Výstupní formáty:

- **PSD** (Photoshop document) – formát ukládající jednotlivé masky, vrstvy, prolnutí, kanály, cesty atd.
- **PSB** (Photoshop large document format) – formát určený pro velkoformátové dokumenty. Až 300 000 pixelů v kterémkoli rozměru a umožňuje ukládat soubory větší než 2 GB (musí být povolen v nastavení); uveden v Photoshop CS. [9]

6.2 MICROSOFT OFFICE POWERPOINT 2011

Microsoft PowerPoint (plným jménem Microsoft Office PowerPoint) je nástroj na tvorbu prezentací z kancelářského balíku Microsoft Office od společnosti Microsoft. Prezentace mohou sloužit pro ukázkou různých produktů, služeb, či jiných aktivit. Starší verze používaly koncovku „*.ppt“. Novější verze jako 2007 a 2010 používají k ukládání koncovku „*.pptx“. X v koncovce značí XML, což je rozšiřitelný značkovací jazyk podobný HTML. [10]

7 POUŽITÉ FORMÁTY

7.1 GRAFIKA

- **PNG:** Formát PNG (Portable Network Graphics, vyslovuje se též „ping“) slouží k uchování "rastrových" obrazů, tedy pouze nevektorových dat, a vznikl jako reakce na licenční problémy při použití formátu GIF, který používá patentem chráněný LZW algoritmus ke komprimaci dat. Formát PNG byl vyvinut konsorciem W3C a jeho použití, narozdíl od GIFu, není zatíženo licenčními poplatky. Ačkoli je formát PNG primárně určen pro použití na internetu, může mít i mnohem širší uplatnění. Nezávislost formátu na platformě společně s dalšími jeho vlastnostmi ho předurčuje také k používání jako formátu pro výměnu a archivaci dat v režimech pro popis barev v RGB, stupních šedi či indexovaných barvách.

Při zpracovávání „rastrových“ obrázků v těchto režimech, a za současné míry podpory v grafických editorech, může být více než rovnocenným soupeřem starého dobrého TIFu. Co se týče komprimace výsledného souboru, je na tom PNG výrazně lépe. V budoucnu je pravděpodobné, že ho v některých vlastnostech předčí JPEG 2000, který se pomocí svých komprimačních metod posunuje směrem k neztrátové kompresi. PNG se stal nativním formátem pro moderní aplikace jako je Macromedia Fireworks, Microsoft Office a další. Specifikace PNG ve verzi 1.2, respektive od verze 2nd CD ISO/IEC 15948, již v plné míře vyhovuje požadavkům pro věrné zobrazení barev.

Přestože se na začátku vývoje uvažovalo o vytvoření široce využitelného formátu, byla jeho architektura redukována na možnosti uložení jedné obrazové scény včetně informací pro maximální přesnost její reprodukce. Všechny uvažované vlastnosti nad tento rámec byly odstraněny nebo použity pro návrhy nových formátů MNG (Multiple-image Network Graphics) a JNG (JPEG Network Graphics), které vychází ze stejné architektury. [11]

- **JPEG:** Standardní metoda ztrátové komprese, používané pro ukládání počítačových obrázků ve fotorealistické kvalitě. Formát souboru, který tuto kompresi používá, se také běžně nazývá JPEG. Nejrozšířenější příponou tohoto formátu je .jpg, .jpeg, .jfif, .jpe, nebo tato jména psána velkými písmeny. Skutečným názvem typu souboru je JFIF, což znamená JPEG File Interchange Format. Zkratka JPEG znamená Joint Photographic Experts Group, což je vlastně konsorcium, které tuto kompresi navrhlo. Když se běžně hovoří o souboru JPEG, míní se tím většinou soubor JFIF, nebo soubor Exif JPEG. Existuje však více formátů souborů založených na kompresi JPEG, například JNG. JPEG/JFIF je nejčastější formát používaný pro přenášení a ukládání fotografií na World Wide Webu. Není však vhodný pro perokresbu, zobrazení textu nebo ikonky, protože kompresní metoda JPEG vytváří v takovém obraze viditelné a rušivé artefakty. Pro takové účely se většinou používají soubory PNG a GIF. Protože má GIF pouze 8 bitů na pixel, není vhodný pro barevné fotografie, PNG je možné použít pro ukládání fotografií, ale výsledná velikost souboru je nevhodná pro publikování na webu. [12]

- **GIF:** Grafický formát určený pro rastrovou grafiku. GIF používá bezztrátovou kompresi LZW84, na rozdíl například od formátu JPEG, který používá ztrátovou kompresi. GIF je tedy vhodný pro uložení tzv. písmenek (nápisů, plánky, loga). GIF umožňuje také jednoduché animace. GIF má jedno velké omezení — maximální počet současně použitých barev barevné palety je 256 (8 bitů), v případě animace pak umožňuje využít odlišné palety 256 barev pro každý snímek. Toto omezení nemá formát PNG, který se hodí ke stejným účelům jako GIF a nabízí pro většinu obrazů výrazně lepší kompresi. Formát PNG však neumožňuje animace (ty umožňuje až APNG a MNG). Formát GIF se stejně jako formáty PNG a JPEG používá pro WWW grafiku na Internetu. [13]
- **RAW:** Soubor obsahující minimálně zpracovaná data ze snímače digitálního fotoaparátu. RAW není přímo souborový formát, ale spíše třída (či klasifikace) souborových formátů, protože každý výrobce implementuje jiný formát RAW souborů. Každý z RAW formátů má svoji příponu v názvu souborů, podle které je lze identifikovat. Canon označuje svoje RAW soubory příponami .crw a .cr2, Nikon .nef Olympus .orf, Minolta .mrw, Panasonic .raw atd. RAW soubory jsou digitální obdobou negativů, tzn. RAW soubor není přímo použitelný jako obrázek, ale obsahuje všechny potřebné informace k jeho vytvoření. RAW formát je preferován především profesionálními fotografy a nadšenci, protože umožňuje větší možnosti bezztrátových úprav než formáty JPEG nebo TIFF. Mezi tyto úpravy patří především korekce expozice, vyvážení bílé, úprava tonality apod. [14]

7.2 BAREVNÉ MODELY

- **RGB:** Barevný model RGB neboli červená-zelená-modrá je aditivní způsob míchání barev používaný ve všech monitorech a projektorech (jde o míchání vyzařovaného světla), tudíž nepotřebuje vnější světlo (monitor zobrazuje i v naprosté tmě) na rozdíl např. od CMYK modelu. [15]

- **CMYK:** Barevný model založený na subtraktivním míchání barev (mícháním od sebe barvy odčítáme, tedy omezujeme barevné spektrum, které se odráží od povrchu). CMYK se používá především u reprodukčních zařízení, která barvy tvoří mícháním pigmentů (např. inkoustová tiskárna). Model obsahuje čtyři základní barvy:

1. azurovou (Cyan)
2. purpurovou (Magenta)
3. žlutou (Yellow)
4. černou (Black), označovanou také jako klíčovou (Key).

V ideálním případě by byly postačující pouze první tři barvy (model CMY), jejichž subtraktivním složením dohromady by měla vzniknout černá barva. Ve skutečnosti však při použití běžných barviv vzniká barva tmavě šedivá, a zároveň je na rozdíl od ostatních barev černá výrazně levnější, proto většina tiskových technik používá ještě čtvrtou černou barvu. [16]

- **PANTONE:** Pantone je celosvětově uznávaným a definovaným standardem pro barevnou škálu. V tomto barevném systému je každé barvě a jejímu odstínu přiřazeno číslo a přesné složení této barvy. Zpravidla se této škály využívá v komerční grafické tvorbě pro dosažení přesné barevnosti jednodušších tiskovin (vizitky, hlavičkové papíry, desky atp.). Často se s touto definicí barevnosti tiskovin setkáváme ve firemních grafických manuálech, zabezpečuje to stejnou firemní tvář po celém světě. Pro každou barvu Pantone, existuje ekvivalent v jiném barevném systému např. CMYK, nebo RGB. Tak je barva popsána procentuálním složením jednotlivých barevných výtažků. [17]

8 PSYCHOLOGIE POUŽITÝCH BAREV

Už anglický vědec Sir Isaac Newton ve svém zkoumání v roce 1666 objevil fenomén, ve kterém když světlo projde přes skleněný hranol, tento pouhý bezbarvý paprsek, který jinak nevidíme, se rozdělí do všech nám známých viditelných barev. Další experimenty pak ukázaly, že tyto světelné efekty a barvy se můžou vzájemně kombinovat. Například červené světlo dohromady se žlutým vytváří oranžový odstín.

Nejen psychologové, ale také aranžéři a reklamní pracovníci velmi dobře vědí, že barvy mají velký vliv na lidskou psychiku. Ovlivňují naše myšlení, chování, nálady a v neposlední řadě též naše zdraví. Stejně nám pak správná volba barvy oblečení může napomoci při obchodní schůzce, přijímacím pohovoru, de facto při jakémkoliv setkání s druhým člověkem, na kterém nám tak či onak záleží. Říká se, že první pohled je vůbec nejdůležitější. Ponechme stranou, kolik je na tom pravdy a zda zvolit sukni či kalhoty. Nyní se zaměříme na poněkud tajemnou oblast lidské psychiky a to, jak je možné ji ovlivnit barvami, které zvolíte. A to ať pro svůj zevnějšek, nebo svou práci.

Je dokonce dokázané, že sama lidská pokožka je světlo-citlivá – na několika univerzitách prováděli pokus vždy se stejným výsledkem. Posadili nevidomého člověka do modře vymalované místnosti - teplota mu poklesla o X stupňů celsia, následovně ho posadili do červeně vymalované místnosti a teplota opět stoupla, ba i přerostla normál. To poukazuje také na to, že vnímáte člověka, i když jste k němu zády. [18]

- **Bílá:** Je symbolem čistoty, jasnosti a nevinnosti, ale také perfekcionismu a touhy po dokonalosti bez jakýchkoliv kompromisů. Je chladivou barvou, která působí rozjasňujícím dojmem, zvětšuje prostor a napomáhá přemýšlení.
- **Modrá:** Patří ke studeným barvám, symbolizuje moře, nebe, ale i konzervatismus a povinnosti. Přináší úspěch při jednání s úřady.
- **Šedá:** Je barvou neutrality a kompromisu. Typická barva stínů vzniklá směsí světla a temnoty. Přitahuje opatrné a málo sebejisté lidi, kteří mohou mít strach ze života.
- **Tyrkysová:** Spojuje blahodárné účinky modré a zelené a tím nás očišťuje a zároveň posiluje. Má uklidňující účinky na tělo i duši. Podporuje naše sebevědomí a fantazii. [19]

9 FOTOGRAFIE

9.1 HISTORIE

Projekce obrazů na plochu je známá již po staletí. Tzv. camera obscura a camera lucida byly umělci využívány již v 16. století. Tyto jednoduché přístroje ovšem zachycený obraz neuměly nijak ustálit, pouze promítaly objekty před nimi. Camera obscura doslova přeloženo znamená „temná místnost“.

V roce 1884 vyrobil George Eastman první fotografický film, který zbavil fotografy nutnosti nosit s sebou těžké skleněné fotografické desky a jedovaté chemikálie. V roce 1888 uvedl první filmový fotoaparát pod obchodním názvem Kodak.

Rok 1925 byl na trh uveden fotoaparát Leica, používající 35mm film, který se od té doby stal standardem maloformátové fotografie. Od roku 1935 jsou na trhu i barevné filmy, v roce 1963 vyvinula firma Polaroid emulze umožňující vytvářet barevné snímky, které nepotřebovaly žádné další zpracování, a fotografie se na nich objevila několik minut po expozici – tzv. okamžitá fotografie.

V roce 1969 vynalezli George Smith a Willard Boyle snímače typu CCD a v následujícím roce zabudovali CCD do fotoaparátu. Teprve roku 1981 společnost Sony vyrobila první fotoaparát, který místo filmu na chemickém principu zaznamenával obraz na elektronické prvky CCD. Jeho analogové výstupy se zapisovaly na disketu. Hlavním tahounem vývoje byla v osmdesátých letech firma Kodak. První komerčně šířený digitální fotoaparát byl Apple QuickTake 100 z roku 1994. V běžném prodeji byly digitální fotoaparáty od roku 1996 i v Česku. Po roce 2000 aparáty používající digitální záznam začaly vytlačovat běžné kinofilmové.

9.2 OBECNÉ POJETÍ FOTOGRAFIE

Fotografie je proces získávání a uchování obrazu za pomoci specifických reakcí na světlo, a také výsledek tohoto procesu. Zahrnuje získání záznamu světla tak, jak jej odrážejí objekty, na světlo-citlivé médium pomocí časově omezené expozice. Proces je uskutečněn mechanickými, chemickými nebo digitálními přístroji – fotoaparáty. Praktická lidská činnost, při které je tento proces uskutečňován se obvykle nazývá fotografování.

Fotografie se řadí mezi zobrazovací technologie a už od svých počátků se těší velkému zájmu vědců i umělců. Vědci používají fotografii pro přesný a věrný záznam skutečnosti, např. Eadweard Muybridge ve své studii o lidských a zvířecích pohybech z roku 1887. Umělci se zajímali o věrnost zobrazení pomocí fotografie, ovšem zkoumali také další nabízející se možnosti, než je pouhé zachycování obrazu reálného světa. Fotografii začala brzy využívat také armáda, policie a bezpečnostní složky. Dnes je fotografie nepřehlédnutelně zastoupena téměř ve všech médiích (noviny, internet, TV), využívá se hojně v marketingu a reklamě a jednoduché fotoaparáty v mobilních telefonech možná naznačují její další rozmach.

9.3 ZPRACOVÁNÍ A VÝROBA FOTOGRAFIE

Zpracování a výroba fotografií je odvětví zabývající se přípravou a samotným zhotovováním fotografií. Je to odvětví, které má spíše profesionální charakter. Na výrobní prostředky, jakož i na kvalifikaci pracujících ve výrobě se kladou vysoké nároky na pořizovací prostředky i vzdělání. Proto je častou praxí objednávat si zpracování a výrobu fotografií ve formě služby.

Zpracování a výroba se dělí na:

- vyvolávání negativů a inverzních filmů (diapozitivů)
- skenování
- úprava skenů a jiných digitálních vstupů
- chemická nebo jiná výroba samotných fotografií
- archivace
- digitalizace archivů – k digitalizaci historických fotografických archivů se v profesionální oblasti používají mimo jiné bubnové skenery.

Nejčastěji je zařízením pro pořízení fotografie právě fotoaparát, médiem pro zachycení a (dočasné) uchování obrazu je pak fotografický film (nebo paměťová karta v případě digitálního fotoaparátu), existují však i další metody, např. fotokopírky nebo xeroxy, fungující na principu elektrického náboje.

Fotograf ovládá fotoaparát a vystaví tak světlocitlivý materiál světlu. Tak je vytvořen obraz, který nazýváme fotografií. Při expozici fotografie se hledí především na následující kritéria:

- zaostření
- rychlost závěrky
- clona
- ohnisková vzdálenost objektivu
- citlivost média
- použité fotografické filtry, nastavce a další doplňkové efekty
- podstata média samotného

Tato hlediska spolu nerozlučně souvisí, neboť mění celkové množství světla dopadajícího na médium. Změna kteréhokoli z nich změní i výslednou expozici. Mnohé fotoaparáty automaticky přizpůsobí např. clonu nebo zaostření vzhledem k nastavenému času a podobně (automatický režim).

Délce expozice se říká „rychlost závěrky“ nebo jednoduše „čas“, tento čas se měří ve zlomcích sekundy, případně ve vteřinách. Clona je vyjádřena jako poměr ohniskové vzdálenosti objektivu, proto je často označována písmenem F (z anglického focal – ohniskový). Pokud je průměr clony jedna čtvrtina ohniskové vzdálenosti, je nastavena clona „f/4“. Obvykle objektiv nabízí clony 2.8, 4, 5.6, 8, 11, 16, 22, 32, přičemž při každém skoku o jeden stupeň výše se objem dopadajícího světla dvakrát zmenší a naopak.

Aby fotograf dosáhl určité expozice, může zvolit různé kombinace clony a času. Např. clona f/8 při čase 1/60 sekundy a f/4 při 1/120 dosáhnou stejného celkového objemu dopadajícího světla. Přesto se různé kombinace ve výsledku liší. Nastavení clony určuje hloubku ostrosti snímku. Čím nižší je clona, tím menší je hloubka ostrosti, naopak čím je clona vyšší, tím více objektů (blízkých i vzdálených) bude na výsledném snímku zaostřených. Dále, pokud fotíme rychle se pohybující předmět, můžeme jej „zastavit“ pomocí nízkého zvoleného času, naopak při delším čase dosáhneme rozmazaného výsledku (obojí má své využití nejen ve sportovní fotografii).

Exponování obrazu je však jen první část celého procesu. Bez ohledu na použité světlo-citlivé médium je obvykle nutné fotografii reprodukovat do trvalého stavu. To se může dít fotochemickou cestou (vyvolání snímku, jeho zvětšení a ustálení) nebo např. vytisknutím obrazu z paměti počítače. [20]

10 ZÁVĚR

Corporate identity bylo zhotoveno pro SPŠ a VOŠ Písek, konkrétně pro školní dílny. Sjednocení různého učiva, které v dílnách probíhá a následně uvádí v praxi, nebylo snadné. Důraz se kladl na souvislost loga s prostředím dílem. Logo využívá jednoduchosti, a přesto působí velmi efektně. K logu je psaný grafický manuál, který konkrétně seskupuje pravidla pro běžné používání a zajišťuje jeho správnost.

Dále práce obsahuje návrh informačních panelů před každou učebnu, prezentace pro každou učebnu a jeden velký panel formátu A1. Všechny propagační materiály budou později umístěny na internetové stránky. Informační panely před učebny jsou vytvořeny ve formátu A2. Každý panel obsahuje konkrétní informace o dané učebně a její fotografie. Velký panel před prostor dílen je souhrnem všech učeben a slouží k základní představě o dílnách. Prezentace o učebnách lze využít např. při dni otevřených dveří či jakékoli propagační akci školy. Logo je samozřejmě součástí každého panelu i prezentace. Aplikován je jednotný barevný styl.

V práci byly dodrženy všechny body zadání. Bylo využito zkušeností, načerpaných při hodinách odborných předmětů. Při tvorbě této práce probíhaly konzultace s panem Mgr. Janouškem o jeho představě loga a ostatních propagačních materiálech.

11 POUŽITÁ LITERATURA

[1] Corporate identity. In: Netservis [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://www.netservis.cz/corporate-identity.php>

[2] Grafický manuál. In: Adaptic [online]. 2005-2012 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/graficky-manual>

[3] Prezentace. In: Globegames [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: http://www.globegames.cz/jak_ma_vypadat_dobra_prezentace.html

[4] Předtisková příprava. In: Grafika [online]. 1999 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://www.grafika.cz/obecne/pruvodci/priprava1.htm>

[5] Flexografie. In: Leccos [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://leccos.com/index.php/clanky/flexografie>

[6] Hlubotisk. Wikipedia [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Hlubotisk>

[7] Síťotisk. Wikipedia [online]. 2011 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/S%C3%adtotisk>

[8] Ofset. In: Wikipedia [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Ofset>

[9] Adobe Photoshop CS5. In: Wikipedia [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Photoshop>

[10] Microsoft powerpoint 2010. In: Wikipedia [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: http://cs.wikipedia.org/wiki/Microsoft_powerpoint

[11] PNG. In: Interval [online]. 2002 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://interval.cz/clanky/png-dokonalý-format-pro-prenos-obrazovych-dat/>

[12] JPEG. In: Wikipedia [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/JPEG>

[13] GIF. In: Wikipedia [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].

Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/gif>

- [14] RAW. In: Wikipedia [online]. 2011 [cit. 2012-03-28].
Dostupné z WWW: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Raw_\(grafika\)](http://cs.wikipedia.org/wiki/Raw_(grafika))
- [15] RGB. In: Wikipedia [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].
Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/RGB>
- [16] CMYK. In: Wikipedia [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].
Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/CMYK>
- [17] PANTONE. In: Tisklevne [online]. 2007-2010 [cit. 2012-03-28].
Dostupné z WWW: <http://www.tisklevne.cz/faq/co-jsou-pantone-barvy-kdy-je-mame-pouzit>
- [18] Psychologie barev. In: Vyznam-barev [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].
Dostupné z WWW: <http://vyznam-barev.najdise.cz/>
- [19] Psychologie barev. In: Onlio [online]. 2009 [cit. 2012-03-28].
Dostupné z WWW: <http://www.onlio.com/clanky/psychologie-barev-1.html>
- [20] Fotografie. In: Wikipedia [online]. 2012 [cit. 2012-03-28].
Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Fotografie>

12 PŘÍLOHY

- Příloha č. 01: Grafický manuál pro školní dílny SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 02: Poster formátu A1 pro školní dílny SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 03: Poster formátu A2 pro učebnu D03 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 04: Poster formátu A2 pro učebnu D04 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 05: Poster formátu A2 pro učebnu D05 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 06: Poster formátu A2 pro učebnu D06 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 07: Poster formátu A2 pro učebnu D07 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 08: Poster formátu A2 pro učebnu D08 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 09: Poster formátu A2 pro učebnu D10 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 10: Poster formátu A2 pro učebnu D12 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 11: Poster formátu A2 pro učebnu D15 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 12: Prezentace pro učebnu D03 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 13: Prezentace pro učebnu D04 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 14: Prezentace pro učebnu D05 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 15: Prezentace pro učebnu D06 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 16: Prezentace pro učebnu D07 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 17: Prezentace pro učebnu D08 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 18: Prezentace pro učebnu D10 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 19: Prezentace pro učebnu D12 SPŠ a VOŠ Písek
Příloha č. 20: Prezentace pro učebnu D15 SPŠ a VOŠ Písek