

Vizuální styl ve vzdušné dopravě

Kateřina Rozsypalová

Bakalářská práce
2017

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Grafický design

akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina Rozsypalová**
Osobní číslo: **K14014**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Grafický design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Vizuální styl ve vzdušné dopravě**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 25 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz Směrnice rektora č. 20/2016) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část: propagace letecké dopravy v minulosti a současnosti
2. Praktická část: vizuální styl v aplikacích na letadla, balóny, vzducholodě

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

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

Seznam odborné literatury:

VRCHOVECKÝ, Karel. Lehčí než vzduch: kapitoly z malých dějin vzduchoplavby. 1. vyd. Praha: Panorama, 1979. Stopy, fakta, svědectví (Panorama)

Vedoucí bakalářské práce: **dr ak. soch. Rostislav Illík**
Ateliér Grafický design

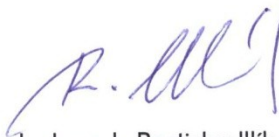
Datum zadání bakalářské práce: **1. listopadu 2016**

Termín odevzdání bakalářské práce: **12. května 2017**

Ve Zlíně dne 1. prosince 2016


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




dr ak. soch. Rostislav Illík
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Ve Zlíně9. 12. 2016.....

Kateřina Rozsypalová


.....
Jméno, příjmení, podpis

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

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy. Vysoká škola disertační práce nezveřejňuje, byla-li již zveřejněna jiným způsobem.

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

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

(4) Vysoká škola může odložit zveřejnění bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce nebo jejich částí, a to po dobu trvání překážky pro zveřejnění, nejdéle však na dobu 3 let. Informace o odložení zveřejnění musí být spolu s odůvodněním zveřejněna na stejném místě, kde jsou zveřejňovány bakalářské, diplomové, disertační a rigorózní práce, již se týká odklad zveřejnění podle věty první, jeden výtisk práce k uchování ministerstvu

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

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

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

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

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

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

ABSTRAKT

Teoretická část mé bakalářské práce je zaměřena na krátké shrnutí historie reklamy a její psychologické působení na člověka. Zabývá se vývojem polepů letadel od historie po současnost. Dále zaznamenává pochopení okolností, které vedly k dnešnímu celkovému vzhledu létajících prostředků. Důraz je kladen na aktuální propagaci leteckých společností, reklamu a grafické ztvárnění. V praktické části jsou obsaženy návrhy polepů letadel, hor-
kovzdušných balónů a vzducholodí.

Klíčová slova: letecká reklama, propagace, letadlo, balón, vzducholod'

ABSTRACT

The theoretical part of my Bachelor Thesis is focused on a short summary of the history of advertisement and its psychological influence on human. It also deals with an aircraft wrap design from the history to the present. The Bachelor Thesis points out the understanding of circumstances which led to today's overall appearance of the various kinds of aircrafts. The emphasis is put on an current promotion of airlines, advertisement and graphic design.

In the practical part of the Bachelor Thesis, the designs of airplanes hot air balloons and airships are included.

Key words: aircraft advertising, promotion, aircraft, hot air balloon, airships

Ráda bych poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce dr. ak. soch. Rostislavu Illíkovi za cenné připomínky a přínosné konzultace při zpracování tématu. Dále děkuji společnosti Fatra Napajedla za poskytnutí maket horkovzdušných balónů. Poděkování patří také rodině a přáteli za veškerou pomoc a psychickou podporu.

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

OBSAH

ÚVOD.....	9
I TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 REKLAMA.....	11
1.1 HISTORIE REKLAMY	11
1.2 PSYCHOLOGIE REKLAMY	15
2 STRUČNÁ HISTORIE LETECKÉ DOPRAVY.....	17
2.1 HORKOVZDUŠNÉ BALONY	17
2.2 VZDUCHOLODĚ	18
2.3 LETADLA.....	20
2.3.1 Označování letadel	22
2.3.2 Baťovské létání	23
2.3.3 Historie ČSA	27
3 PROPAGACE V BALÓNOVÉ DOPRAVĚ.....	31
3.1 BALÓNY A VZDUCHOLODĚ	31
3.2 NETRADIČNÍ BALÓNOVÁ DOPRAVA	33
4 REKLAMA V LETECKÉ DOPRAVĚ.....	36
4.1 REKLAMA NA LETADLECH.....	36
4.2 NEJORIGINÁLNĚJŠÍ NÁTĚRY LETADEL.....	40
4.3 REKLAMA V LETADLECH	43
4.4 NETRADIČNÍ REKLAMA	45
5 SPONZORING.....	46
5.1 EMIRATES.....	46
5.2 BRITISH AIRWAYS.....	47
5.3 ČESKÉ SPOLEČNOSTI	48
6 IDENTITA LETECKÉ SPOLEČNOSTI.....	49
6.1 ČSA.....	49
6.2 AIR FRANCE	51
6.3 RYANAIR.....	52
6.4 LUFTHANSA.....	52
II PRAKTICKÁ ČÁST	55
7 VIZUÁLNÍ STYL V APLIKACÍCH NA LETADLA, BALÓNY, VZDUCHOLODĚ	56
7.1 INSPIRACE A VÝCHODISKO	56
7.1.1 Účel	57
7.1.2 Plocha.....	57

7.2	NIZOZEMSKO.....	57
7.3	FRANCIE.....	60
7.4	EGYPT.....	62
7.5	PIET MONDRIAN.....	64
7.6	JACKSON POLLOCK.....	65
7.7	ROBERT DELAUNAY.....	67
	ZÁVĚR PRAKTICKÉ ČÁSTI.....	69
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	70
	SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ.....	71
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	77

ÚVOD

Lidé v sobě odjakživa měli touhu létat, vzlétnout k obloze jako ptáci. Proto si při prvních pokusech nadšenci zhotovovali křídla co nejvíce podobná ptačím, která si pak upevňovali na ruce a rychle mávající se s nimi pokoušeli skákat z výšek a létat. Nejednou tak skončil let tragédií, zmařením lidského života. Tyto příběhy se často vyskytují v dávných bájích, z nichž nejznámější je legenda o řeckém Ikarovi, který byl synem stavitele a vynálezce Daidala. Společně byli uvězněni v bludišti krále Mínóa na ostrově Kréta, proto si sestavili křídla tvořené z per spojených voskem, aby mohli překonat moře a dostat se tak pryč ze zajetí. Ikaros ale nedbal na slova svého otce, nesměl létat nízko, aby mu hladina moře nepromočila křídla a také se měl vyhýbat slunci. Letěl však příliš blízko, sluneční paprsky roztavily vosk a poté se ztratil v hlubokém moři.

Původně balónová, poté vzducholodní a posléze letecká doprava, jak ji známe dnes, má teprve krátkou historii, i přesto si lze povšimnout jejího prudkého rozmachu. Stala se neodmyslitelným druhem přepravy osob a zboží, je nejrychlejší, nejbezpečnější a nejpohodlnější způsob dopravy. Díky konkurenci dochází k rychlé inovaci nabídek a propagačních materiálů a také k dlouhodobému poklesu cen letenek, díky kterému si leteckou přepravu mohou dovolit nejen movití. Letecké společnosti se snaží v dnešní době na sebe upozornit nejrůznější formou reklamy, z nichž nejúčinnější je reklama na obrovské ploše létajícího prostředku.

Ve své teoretické části poukazují na nejoriginálnější letecké reklamy, díky kterým v praktické části vytvářím návrhy potisku na létající prostředky, protože současný vzdušný prostor brázdí letadla, balóny či vzducholodě, potištěné často nevzhlednou reklamou. Já osobně se o leteckou dopravu zajímám již delší dobu, obdivuji létání, majestátnost a technickou dokonalost obřích strojů.

Slavná pilotka a žena, která jako první přeletěla oceán, Amelia Earhartová kdysi napsala, že každý může přeletět oceán, pokud má rád létání. A jestli je to nezodpovědné? Možná že ano, ale takové sny jsou, nemají hranice.

„Everyone has oceans to fly, if they have the heart to do it. Is it reckless? Maybe. But what do dreams. Know of boundaries?“

Amelia Earhart

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 REKLAMA

1.1 Historie reklamy

První reklama se objevila v době, kdy mezi sebou lidé začali obchodovat. Vyvolávali do okolí, kdo je lepší obchodník, jestli ten nebo onen má kvalitnější víno. Vyvolávanou reklamou ve středověku doplnily vývěsní štíty na hospodách. Opravdovou revolucí se stal vynález knihtisku, který lidstvo posunul o ohromný krok kupředu. Nebylo již nutné knihy přepisovat ručně, tisk se mohl začít šířit ve velkém, tak jako tištěné letáky, posléze plakáty. Též se mohla reklama začít šířit pomocí inzerátů v novinách, které vyšly poprvé ve Štrasburku v roce 1605, jejich prvním vydavatelem byl Johann Calouse.

Historie novodobé reklamy se začala odvíjet v roce 1842 s počátkem reklamního průmyslu a je úzce spjata se vznikem skupiny Publics ve Francii. Reklama byla objevena jako nástroj prodeje a služeb průkopníky. Vizionáři byli lidé, kteří mezi prvními pochopili, jak mocnou zbraní v budoucnosti bude propagace všeho druhu. Začátky byly všelijaké, objevovali se šarlatáni, chlubicí se nápoji podivného původu. Osoby, které klamaly noviny, samotné inzeráty, časem však bylo vše podchyceno a během jedné generace se reklama vyvinula v profesi a postupně v ní byly reklamní tabule a letáky. Objevily se první mobilní reklamy, s průmyslovou revolucí se rozrůstala města, vzrůstala životní úroveň a mezi lidmi více pronikal i svět reklamy.

Vznikala politická a sociální unie žen, která vedla kampaně za volební právo žen, uznání politických práv žen a tak se jejich úloha ve společnosti pomalu měnila. Ženy byly zobrazovány na plakátech například při čtení tisku. Stále ale znázorňovaly spíše jen jako objekty touhy. Ženské portréty byly hlavním zdrojem inspirace plakátů. Již dříve masivní šíření plakátů umožnil v roce 1838 vynález Aloise Senefeldera – technika litografie. Tato technika umožnila největší rozmach plakátů, ženy byly hlavním zdrojem inspirace pro jejich tvůrce. Na konci devatenáctého století se svými plakáty vynikli malíři Jules Chéret nebo Henri Toulouse-Lautrec. Svými díly umění tvorby plakátů v období secese nejvíce ovlivnil Alfons Mucha.

Souběžně s boomem létání vzducholoděmi ve druhé polovině 19. a počátku 20. století se mělo za to, že je v nich budoucnost letectví. Na rozdíl od létání letadly, které se mělo za slepou kolej. Vzducholodě už od počátku upoutávaly svou velikostí oči člověka, proto se toho společnosti snažily využít ve svůj prospěch v reklamě, pomocí plakátů lákajících na

cestu těmito stroji. Na plakátech se obvykle objevila vzducholod' nad zeměkoulí či oceánem, doprovázená krátkým textem, jež vyzýval veřejnost pro nezapomenutelný let novým dopravním prostředkem.

Zboží do té doby volně prodávané – zboží hromadné spotřeby, se začalo prodávat balené, vznikala proto možnost pro otevření prostoru pro potisk obalu. V roce 1906 firma Coca-Cola pověřila reklamní agenturu D'arcy výrobou reklamy pro svůj nealkoholický nápoj a tak pomohla vzniku jedné z nejznámějších značek na světě. Německá firma Maggi, výrobce polévek, zaplavila plakáty s kostkou kub velká i malá města. Ve dvacátém století se Paříž stala křižovatkou pro umělce. Potkali se tady v plakátové reklamě Pablo Picasso, který kostku kub umístil vedle láhve Pernod Fils a loga klobouků Leon, Piet Mondrian, který kostku kub umístil do kompozice s oválem a barevnými kameny, takže ve finále z reklamy na kostky kub vzniklo pojmenování pro celé hnutí – Kubismus, podobně jako z reklamy na vlasovou vodu Dada – Dadaismus. V roce 1914 v Americe v New Yorku Clarence White otevřel fotografickou školu. Podporoval studenty ve využití fotografie k reklamním účelům. A tak například Paul Outerbridge mohl vytvořit reklamu na límečky IDE, stalo se tak roku 1922. Téhož roku ve Francii navrhla Sonia Delaunay textil s geometrickými vzory. Umění ovlivňovalo reklamu a reklama umění. Malíř Stuart Davis inspirovan ústní vodou Odol – jejím balením, namaloval celou sadu obrazů, znázorňujících ústní vodu Odol.



Obr. 1. Reklama Maggi

Během první světové války byly plakáty využívány k vybízení mladých mužů k dobrovolnému odchodu na vojnu, změnil se styl plakátů. Byla zobrazována gesta s ukazujícím prstem na přihlížející, znázorňující sílu. Po válce reklamní agentury získávaly na vážnosti a síle, staly se plnohodnotnou součástí hospodářského života a začaly se samy propagovat. Firma Coca-Cola v roce 1930 opět ve spolupráci s agenturou D'arcy připravila speciální zimní kampaň s postavou Santa Clause. V roce 1936 Jean Mineur založil reklamní filmovou společnost Publicité Et Films Jean Mineur. Koncem třicátých let vstoupila do světa filmu i agentura Publics, která byla rovněž hlavním zprostředkovatelem pro reklamu, získala do vlastnictví i některá pařížská kina (obě dvě firmy se pak spojily v roce 1970 a dál existují pod názvem Media Vision). Během druhé světové války reklama pomáhala vzbuzovat vlastenecké cítění. Zatímco muži odcházeli bojovat, tak ženy udržovaly průmysl v chodu. Po válce lidé chtěli zapomenout na omezení, které jim přinesla válka, chtěli dohnat ztracený čas. S vynálezem nového komunikačního prostředku a zahájením veřejného vysílání v roce 1954, přišla reklama ke zcela novému nástroji propagace. Také byla dávno pryč doba, ve které ovládaly reklamu ilustrace. S novou reklamou na cigarety Marlboro, tento obraz se stal obrazem a její kampaní jednou z nejúspěšnějších na světě. Představa kovboje z amerického západu tzv. Marlboro Man zůstala neodmyslitelně spojena s touto značkou. Během padesátých let byla atmosféra v duchu optimismu, reklama efektně přispívala k celkovému růstu produktů a služeb.

Počátkem 60. let s příchodem pop-artu se hranice mezi vysokým uměním a ikonografií definitivně rozplynula. Inspirací se mohly stát jak auta, tak filmové hvězdy nebo politici. V šedesátých letech se v reklamní kampani Publics poprvé objevila nahá žena, následně muž. Koncem šedesátých let se reklamy zaměřily na problémy ve společnosti, jakými byly informace o antikoncepci, životním prostředí, uvězněných studentech. V osmdesátých letech vytvořil Andy Warhol slavný obraz konzervy rajské polévky Campbell. Velké reklamní agentury vytvářely pro své klienty značky, které byly přizpůsobeny dané kultuře. Díky reklamě lidé v roce 1985 znovu objevili značku džín Lewis, která je pevně spojena s trvalou myšlenkou svobody, protože džíny jsou všudypřítomné, prošly staletími, pokrývají generace, stírají sociální třídy.

Mělo se všeobecně za to, že s příchodem internetu tištěná reklama ustoupí do pozadí, avšak pravdou je, že na internetu se sice dá dohledat spousta informací, ale ten není všemocný. Nedokáže například dostatečně rychle reagovat například na to, že vaše firma se aktuálně přesunula jinam, nebo jakou novinku zrovna máte. A právě proto tištěná reklama

zůstává nadále v podobě tištěných letáků, inzertních novin a plakátů. Reklama prostě byla, je a bude! V současné době je reklama jedním z nejběžnějších prvků komunikace a má za cíl působit na veřejnost.



Obr. 2. Reklamní vzducholod'



Obr. 3. Propagační plakát společnosti Pan Am

1.2 Psychologie reklamy

Již počátkem dvacátého století, s rozvojem novodobé reklamy se psychologové zajímali, jaké účinky na člověka má, jakým způsobem je vnímána. V začátcích byla zkoumána především intenzita vyvolání pozornosti. Agentury se výzkumy řídily, takže byla řešena nápadně, s přeháněním a využitím všeho, co mohlo vyvolat pozornost. Později se psychologové zabývali působením na pozornost, představitost a vůli. V druhé polovině dvacátého století byly výzkumy zaměřeny na vnímání měření stupně znalosti, emotivní působení, měření vlivu propagačních prostředků na nákup. V šedesátých a sedmdesátých letech byla formulována otázka komunikačního působení propagace, byly využity motivační výzkumy. Od osmdesátých let až do současnosti je stále charakterizována snaha o komunikační přístup, vytvoření systému psychologie uplatňované v rámci marketingu. Reklama ovlivní jednání člověka jen v případě, když je vnímána, zpracována, pochopena, zařazena a utříděna v mysli.

Smysly člověka projdou:

Zrakem – reklama tištěná (až 80%)

Sluchem – reklama v rádiu, televizi, DVD

Čichem – reklama například na parfémy (vkládána jako vzorek do časopisů)

Hmatem – reklama tištěná s ukázkou různých struktur

Chutí – reklama na místech prodeje jakými jsou různé trhy nebo jarmarky

Základem lidského vnímání jsou podněty, jimiž je působeno na smysly s takovou intenzitou, která se rovná prahové. Podnět s nižší intenzitou člověk není schopen přijímat ani vnímat. V naprostém rozporu s touto zákonitostí je takzvané podprahové vnímání. Pozornost ovlivňuje výběr reklamy. Pozornost je bezděčná nebo záměrná. Základem bezděčné pozornosti je přirozená potřeba člověka reagovat na měnící se prostředí. Záměrná pozornost vyžaduje zapojení vůle.

Je prokázáno, že například tištěnému inzerátu lidé věnují přibližně dvě vteřiny pozornosti, takže v případě reklamy na nějaký produkt, by tato reklama měla být znázorněna dostatečně tak, aby obsahovala prvky, které nesmí odvádět pozornost od základního reklamního poselství. To znamená, že má obsahovat jméno značky, základní text a má být usazena v nenápadném pozadí. Psychologicky jsou vnímány i barvy. Barvy dokážou při-

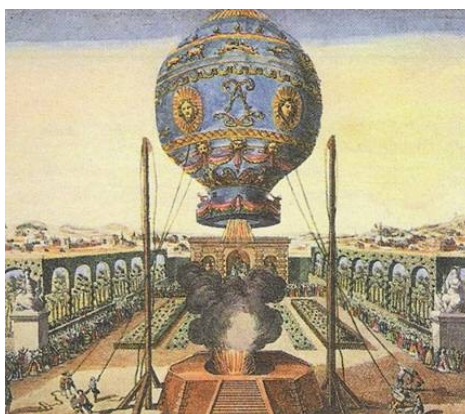
táhnout pozornost, přiblížit zobrazené předměty reality, také určitě mohou sloužit k identifikaci a označení předmětu reklamy. Reklama je účinná, když je člověk vystaven jejímu působení, když zanechá stopu v paměti, také když způsobí změnu postoje v požadovaném směru, když v člověku zanechá pozitivní emoce.

2 STRUČNÁ HISTORIE LETECKÉ DOPRAVY

2.1 Horkovzdušné balony

Létáním se zabýval renesanční umělec Leonardo Da Vinci, který své poznatky sepsal do Kodexu ptačího letu, který vznikl na počátku 16. století. Také vytvořil spoustu konstrukčních kreseb k tématice létání. Létání jej fascinovalo natolik, že se snažil vyrobit létající stroj. Jeho úvaha začala od mávání křídel pomocí rukou, až následně zjistil, že pouze lidské svaly nestačí a k letu je třeba pevných křídel. Mezi jeho studiemi se objevil i předchůdce vrtulníku, stroj poháněný tzv. vzdušným šroubem a mnoho dalších konceptů. Svými poznatky předběhl svou dobu o mnoho století.

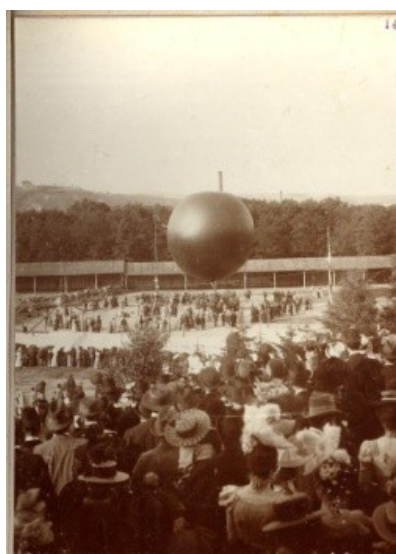
Opravdovým počátkem letectví byl 4. červen 1783, kdy se k nebi vznesl modrý horkovzdušný balón se zlatými královskými znaky od bratrů Montgolfierových. Konstrukcí zhotovený z papíru, k ohřevu bylo využito dřevo (droždí) a sláma. Zajímavostí bylo složení posádky, kterou tvořil beran, kohout a kachna. V září toho roku ve Versailles odstartoval balón s historicky první lidskou posádkou. Velké události tehdy přihlížel i samotný král Francie Ludvík XVI. s chotí Marií Antoinettou. Francouzský fyzik J. A. Charles využil vodík jako plnicí plyn namísto horkého vzduchu. Dne 7. ledna 1785 Jean-Pierre Blanchard společně s Johnem Jefferiesem překonali kanál La Manche a balónové létání se začalo rychle šířit do světa. Též balóny byly využívány pro vojenské účely, kdy během prusko-francouzské války byla jimi přepravována pošta. Další pokusy s balónovou poštou se uskutečnily v USA, ve městě Lafayette, kdy byly balónem Jupiter odeslány dopisy. Balóny byly využívány také k různým rekordům ať už velikostním, dárkovým či výškovým. Vyvíjely se úspěšně po více než jedno století, až do doby, kdy začaly být vytlačeny letadly.



Obr. 4. První horkovzdušný balón



Obr. 5. Rozšíření balónů



Obr. 6. Let balónem Praha

Balóny byly průzkumníky, první vlaštkou v letectví, prolínaly se dějinami, stoletími, jen krok před letadly. Často jsou neprávem považovány za jakousi hříčku. Avšak dodnes letadla nedosáhla například jejich výšky doletu, kterou je 40 kilometrů nad mořem jako délky letu a výdrže. Ani to nejlepší letadlo bez mezipřistání nedokáže letět více než několik hodin, zatímco balónový rekord je 21 dní, během něhož obletěl svět.

2.2 Vzducholodě

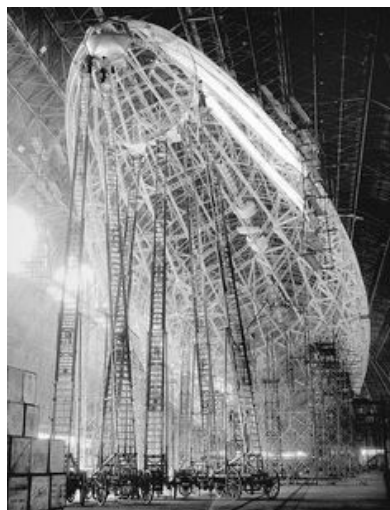
Od balónu pak vedla cesta k vývoji vzducholodí. Největším problémem se ukázalo být nalezení způsobu bezpečného pohonu, který by si zároveň dokázal poradit s protivětrm. Nejdříve byly použity parostroje, nebezpečné už jen z podstaty. Vzducholodě plněny vodíkem, během letu s nutností přikládání do stroje – při každém otevření dřívě docházelo ke kontaktu s otevřeným ohněm, s velkým rizikem následného výbuchu. Další variantou se staly elektro a spalovací motory.

Přelomovým datem byl 12. srpen 1888, kdy se vznesla vzducholod' konstruktéra Karla Wolféra a poprvé v historii byl použit benzinový motor. Docházelo k dalšímu vývoji a německá firma Delag se stala první leteckou společností, která zajišťovala civilní vzducholodní dopravu, datum založení 16. listopad 1909. Firmu založil Alfred Colsman, aby zajistil odbyt vzducholodí firmy Luftschiffbau Zeppelin. Společnost činnost ukončila v roce 1935. Nejlegendárnější vzducholodí – perlou mezi vzducholoděmi se stala Hindenburg, přesněji LZ-129 Hindenburg, která byla největším létajícím strojem všech dob. Po-

háněna čtyřmi diesellovými motory, dlouhá 245 metrů provozovala transatlantické lety. Tak jako byla největší, měla i další nej – nejluxusnější, nejdražší, nepohodlnější. Cena letenky se pohybovala kolem 450 dolarů, o cestující pečovalo 61 členů posádky, nechyběla sprcha s teplou vodou, piano či prostor na přepravu automobilů. Osudným datem pro tuto vzducholod' se stal 6. květen 1937, kdy jiskra statické elektřiny během přistání způsobila okamžitý a obrovský požár, zkázu, kterou nepřežilo 13 cestujících a 22 členů posádky. Tato tragédie zároveň ukončila éru přepravy cestujících vzducholoděmi, protože byly plněny vodíkem či heliem s obrovským nebezpečím výbuchu. Vždyť Hindenburg shořela za 34 vteřin. V současné době bývají tak jako balóny využívány hlavně k zážitkovým krátkým letům a reklamě, ale i k přepravě těžkého nákladu v obtížně dostupném či odlehlém terénu.



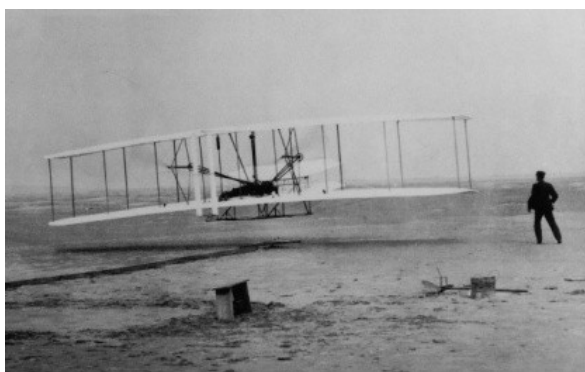
Obr. 7. Vzducholod' Hindenburg



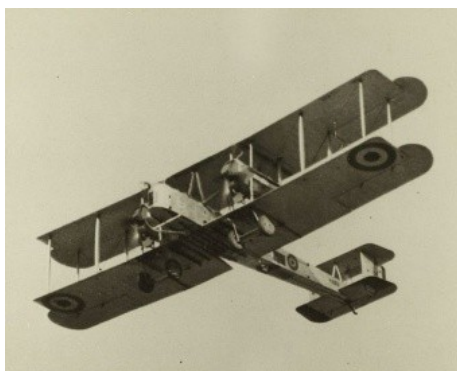
Obr. 8. Konstrukce vzducholodě

2.3 Letadla

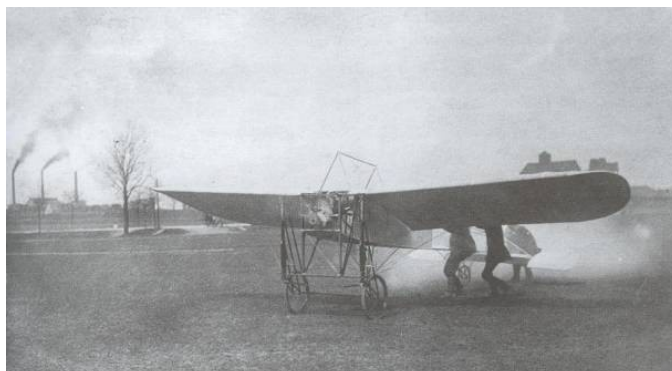
Mezi tvůrce prvního letadla se řadí bratři Wrightovi, kteří se zajímali spíše o ovládnutí letadla než o způsob, kterým letadlo může vzlétnout. Přišli na metodu řízení letounu pomocí zakřivených konců křídel, které umožňovaly naklápění na pravou či levou stranu. Směrovka na konci letadla pomáhala k zatáčení okolo svislé osy. Pro svůj první let, který je zachycen na známé fotografii v roce 1903 použili vlastnoručně vyrobenou vrtuli a na míru zhotovený motor. S transatlantickými lety experimentovali průkopníci již od 20. let 20. století. Nejznámějším byl přelet Atlantiku, pilotem, kterým byl Charles Lindbergh v roce 1927 letounem Spirit of St. Louis z New Yorku do Paříže. A první ženy Amelie Earhartové v roce 1932 letadlem Lockheed Vega. Ovšem úplně prvními, kdo překonal letecky oceán, byli britští občané John Alcock a Arthur Whitten Brown s bombardérem Vickers Vimy. Na našem území ještě před vznikem první republiky uskutečnil historicky první let inženýr Jan Kašpar letadlem Blériot z Pardubic do Prahy v roce 1911.



Obr. 9. Letoun bratří Wrightů



Obr. 10. Bombardér Vickers Vimy



Obr. 11. Jan Kašpar s letadlem Blériot

Nejrychleji na tragédii Hindenburg zareagovala americká letecká společnost Pan Am (Pan American World Airways), založena 14. března 1927 v Key West na Floridě, kde měla i základnu, u jejího vzniku byl mezi jinými i Charles Lindbergh. Pan Am se stala jednou z největších mezinárodních leteckých společností ve Spojených státech od třicátých let 20. století až do svého zániku v roce 1991. Původně specializovaná na výrobu hydroplánů a přepravu letecké pošty. Zlomovým dnem této společnosti byl 5. červenec 1937, kdy hydroplán se čtyřmi motory jménem Sikorsky S-42 uskutečnil první transatlantický let. V polovině 30. let s příchodem letadla DC-Dakota se z nejméně bezpečné, stala letecká doprava dopravou nejspolehlivější. Což v kombinaci s prvními přelety oceánu prokázalo i přepravování pro komerční přepravu lidí přes oceán – letecky.

Pan Am tedy otevřely první transatlantickou linku přepravy cestujících. Dne 28. června 1939 odstartovalo první letadlo Dixie-Clipper s kapitánem Robertem Sullivanem na trase New York–Marseilles. Měl dvě mezipřistání a 22 cestujících. Bylo vkusně vybaveno, pasažéři byli movití cestující, neboť celkově stála letenka v přepočtu 221 tisíc korun. Paluba byla vybavena velkou jídelnou, strava servírována na stříbře, šatny rozděleny pro pány a dámy. Společnosti Pan Am patří i další prvenství. V roce 1929 zavedla na palubě službu stewardů na vnitrostátních linkách, v roce 1944 začala zaměstnávat i letušky. Logo společnosti prodělalo několik změn. Nejprve obsahovalo zeměkouli s křídlem, to se změnilo na modernější a jednodušší vzhled zeměkoule, které dostalo tyrkysově modrý nádech. Toto kulaté logo se stalo známým po mnoho let.



Obr. 12. Letadlo společnosti Pan Am



Obr. 13. Propagační plakát Pan Am



Obr. 14. Plakát Pan Am

Další prvenství patří americké letecké společnosti s názvem American Export Airlines, která v roce 1945 začala s mezikontinentálními lety. Revolučním rokem byl rok 1958, kdy začala létat trysková letadla typu Boeing B-707 a Douglas DC-8. Stále však byly ceny letenek velmi vysoké a pro obyčejné lidi nedostupné. K jejich snížení došlo až po výrobě velkokapacitních letadel Boeing 747-Jumbo v roce 1970. K dalšímu poklesu cen došlo v roce 1979 po cenové deregulaci. S ní na trh pronikly nízkonákladové letecké společnosti a civilní letectví tak konečně přestalo být výsadou bohatých.

2.3.1 Označování letadel

S letadly a prvními leteckými společnostmi se ukázalo být nutností jejich rozlišení označením a registrací. Proto se v Paříži uskutečnila historicky první konference za účasti 22 států, která ovšem skončila nezdarem. Jednotlivé země se nedokázaly shodnout na rozdělení vzdušného prostoru. Až teprve po první světové válce se opět v Paříži v roce 1919 uskutečnila druhá konference. Konala se dne 30. října 1919, kde byla stanovena pravidla a 27 států tzv. pařížské úmluvy byla podepsána. Pro označení letadel byl stanoven pěti znakový kód složený z velkých písmen latinské abecedy, dále pak obsahoval jedno písmenný kód národní s pomlčkou a čtyři písmena, mezi nimiž musela být alespoň jedna sa-

mohláska. V roce 1927 se v americkém Washingtonu konala další konference, kde byla pravidla upravena do podoby, ze které se prakticky vychází dodnes. Imatrikulace je na letadle takovou poznávací značkou. Na trupu letadla je také obvykle uveden název letecké společnosti, na ocasní části se objevuje logo letecké společnosti nebo obsahuje vlajku státu, kterému dané letadlo náleží.

Imatrikulace Českých letadel spravuje úřad pro civilní letectví sídlící v Praze. Civilní letadla České republiky mají imatrikulaci s počátečními písmeny OK, za níž následují čtyři různé písmenné kombinace.

- za spojovníkem tři písmena
- za spojovníkem tři písmena, mezera a dvě čísla (označení pro ultra lehká letadla)
- za spojovníkem čtyři číslice (balóny a kluzáky)
- písmeno A spojovník a tři číslice (kluzáky)



Obr. 15. Imatrikulace na letadle

2.3.2 Bat'ovské létání

Rozvoj pravidelné letecké dopravy v Československu byl u nás tak jako ve světě úzce spjat s přepravou poštovních zásilek. Ovšem pracovníci poštovní správy neměli dostatek finančních prostředků, letiště, letadla ani personál. Proto se spojili s armádou. Dne 13. října 1919 mezi státy, které v Paříži podepsaly mezinárodní úmluvu o letectví, bylo také Československo. Po té byly podniknuty první větší kroky k vybudování leteckého provozu s pověřením ministerstva veřejných prací. To otevřelo nové vzduchoplavecké oddělení, jehož členem byl i první český pilot Ing. Jan Kašpar. Zároveň bylo rozhodnuto, že část letiště

Praha-Kbely bude nadále využívat k dopravnímu letectví. K leteckému provozu v tehdejší Československu významně přispěl zlínský podnikatel Tomáš Baťa, který velmi rychle pochopil, že letadla jsou moderním a rychlým dopravním prostředkem budoucnosti. Ve Zlíně na Podvesné (přibližně naproti nemocnici) nechal vybudovat ve 20. letech první letiště s hangáry, personálem, piloty a hlavně letadly typu Albatros. Zdárně jimi přepravoval nákupčí, obchodní cestující a zavedl pravidelnost a pořádek v přepravě a službách. Letiště ve Zlíně brzy přestalo být dostačující, firma Baťa se v roce 1929 rozhodla vybudovat nové letiště v Otrokovicích. Zahájila stavbu nového letiště, byly postaveny velké hangáry, odbavovací haly s kanceláři a restauracemi. V této době s novým čtyřmístným letadlem Junkers F.13 D-1608 létali nejen zákazníci, vedoucí pracovníci, ale i samotný šéf baťových závodů Tomáš Baťa, který je hojně využíval k cestám po republice a Evropě. Firma také zakoupila v pořadí šesté letadlo. Tentokrát velké dopravní – tří motorový OK-AFC – Fokker F.VIIb/3m pro deset osob.

V roce 1930 firma Baťa zakoupila další letouny. Rozmach leteckého provozu ve Zlíně zaujal i v zahraničí, vzbudil zájem například na britském ministerstvu letectva.



Obr. 16. Letiště na Podvesné



Obr. 17. Letiště v Otrokovicích

Firma Baťa tehdy vlastnila devět letadel, pravidelně pořádala vyhlídkové lety pro veřejnost, letadla využívala i pro reklamu – za letadlem ve vzduchu vál pruh látky s nápisem Baťa, z letadla vyhazovali letáky, bonbóny. Dalším specifikem a neobvyklostí bylo, že u některých letadel bylo místo imatrikulace logo firmy Baťa. Osudným se pro Tomáše Baťu a pilota Broučka stal 12. červenec 1932, kdy po pádu letadla oba zahynuli. Firmu převzal mladší nevlastní bratr Jan Antonín Baťa a letiště v Otrokovicích nesloužilo jen potřebám firmy, ale i pro veřejnou přepravu cestujících do mnoha měst Evropy. Letiště v Otrokovicích se stalo největším v tehdejším Československu.

Baťovo letadlo, Lockheed Electra 10A bylo původně zamýšleno jako dopravní letadlo, ovšem pro svou menší velikost se stalo zajímavou spíše pro elitu 30. let 20. století, která ho využívala jako letadlo osobní. Tehdy tvořilo absolutní špičku v technice civilního letectví. Se svými parametry – dolet 120 kilometrů, motory o výkonu 450 koní, rychlostí 300 kilometrů za hodinu. Tento typ letadla zaujal i pilotku, slavnou Amelii Earhartovou. V roce 1937 se v Lockheedu vydala obletět zeměkouli. Let skončil neúspěšně, pilotka se ztratila kdesi v tichém oceánu a její zmizení je dodnes terčem záhad a bádání různých pátračů. Letadlo Lockheed Electra velmi zaujalo i zlínského podnikatele, továrníka a obuvníka Jana Antonína Baťu. Stal se průkopníkem a prvním Čechem, který se v letadle rozhodl v rámci obchodu obletět svět. Stal se vizionářem, člověkem, který brzy pochopil, že v letecké dopravě je budoucnost, že se právě letecká doprava jednou stane dopravou budoucnosti.



Obr. 18. Letadlo Junkers J. A. Bati



Obr. 19. Lockheed Electra J. A. Bati

Letadlo Lockheed Electra 10A s výrobním číslem 1091 bylo v roce 1937 vyrobeno právě pro slavnou pilotku Amelii Earhartovou, ovšem Baťa potřeboval dokončit svou obchodně propagační cestu, nutně požadoval náhradu za původní Electru, která byla během přistávacího manévru nenávratně poškozena. Společnost tedy letadlu určené pro Amelii prodala zlínskému podnikateli. Letoun tak od roku 1937 pod imatrikulační značkou OK-CTB létal ve službách Jana Antonína Bati až do války v Československu. Válka vyhnala ze Zlína do Jižní Ameriky i Baťu. Podařilo se mu však před fašistickými okupanty ochránit svůj oblíbený letoun, včas jej prodal kanadskému letectvu. Zabránil tak zabavení Němci. Kanadské letectvo jej využívalo k pátrání po nepřátelských ponorkách, v rámci vzdušných bitev se na jeho palubě vystřídali nejvýznamnější českoslovenští piloti. Po válce Lockheed Electra 10A vlastnila například bývalá americká dětská hvězda Margaret O'Brien. Dalším, ovšem nechvalně proslulým vlastníkem byla mexická drogová mafie, využívající tento stroj k přepravě marihuany. Po zabavení americkým protidrogovým komandem celkem letoun vystřídal jedenáct majitelů, než na dlouho zůstal v rukou texaského miliardáře a lékaře dr. Almanda. Lockheed Electra 10A, bývalý majitel J. A. Baťa dostal novou imatrikulační značku N24AM. Než v roce 2009 se začala psát další kapitola, a tou byla korespondence s doktorem Almandem o možnosti odkoupení a návratu letadla zpět do České republiky. Po korespondenci přišlo i na první setkání v hangáru v Texasu. Letadlo tedy bylo v poměrně neutěšeném stavu, motory sice po generální opravě, ovšem volně zavěšeny mimo letadlo, to bylo v polo-opraveném stavu, v pilotní kabině nefunkční přístroje a letadlo vypadalo spíše na odpis a k odletu nepoužitelné. Nakonec po dohodě s firmou Ezell Aviation byla dohodnuta oprava, které předcházela příprava k přeletu. To se zdařilo, a tak po patnácti letech v hangáru se Electra odlepila od země a vydala se k opravě.

Další zádrhel se objevil po prohlédnutí odborníky a následným odstoupením od smlouvy, protože tato firma nebyla schopná letadlo opravit. Dalším kandidátem na opravu se tak stala firma Wichita Air Services, která se do práce pustila takřka ihned. Po zkušebním letu ve výšce 6000 stop za velkého zájmu pracovníků firmy Wasi se Electra ocitla v Kansasu a její opravy mohly pokračovat. Našlo se spousta trhlin, koroze atd., ale žádná zásadní, znemožňující další lety, což se rovnalo malému zázraku. A tak po zkušebních letech, předešlých opravách, letech dopisování, přišel den „D“ a to 28. květen 2015 se letadlo Lockheed Electra 10A mohlo konečně vrátit do České republiky. Cesta zpět trvala celkem osm dnů. Vzlétlo z kanadského Toronta, letělo přes Grónsko, Island, Velkou Británii až přistálo na pražském letišti Točná. A snad v České republice zůstane už nastálo, protože jde o letadlo se zajímavým pohnutým osudem, jediným z posledních šesti rozesetých po celém světě, dodnes schopným letu. Jediným, které je připraveno se odlepit od země do vzduchu a vznést se, ukázat se třeba jako zlatý hřeb leteckých přehlídek, či jiných podobných svátečních akcí. Též skupina nadšenců plánuje někdy v budoucnu s Lockheed Electra 10A ještě jednou zopakovat onu cestu kolem světa, cestu, kterou jako první Čech podnikl obuvnický podnikatel Jan Antonín Baťa. Dne 1. května 2017 se po osmdesáti letech Lockheed Electra vrátila na letiště v Otrokovicích.

2.3.3 Historie ČSA

Historie Českých aerolinií se začala psát 6. října 1923, založením československou vládou, jako státní podnik. Brzy poté se z letiště Praha-Kbely uskutečnil první let do slovenské Bratislavy, s pilotem Karlem Brabencem na palubě. O rok později se lety prodloužily do Košic, se šestihodinovou délkou letu. Letadla typu AERO A-14 a AERO A-15 byly v roce 1925 nahrazeny DH-50. Roku 1929 se ČSA staly členem mezinárodního sdružení leteckých dopravců IATA. Československé aerolinie zároveň dostaly pozvání na zasedání. Ovšem delegace dorazila se zpožděním, označení CS, o které Československo mělo zájem, již bylo přiděleno Portugalsku jako pocta, vyjadřující iniciály tamějšího tehdejšího krále Chuana Carlose. A tak dalším návrhem pro označení též využít počáteční iniciály a i tak se jimi stalo OK – dle Otakara Koudelky, jednoho ze členů delegace. Paradoxem je, že nikdo tehdy netušil, jak zkratka OK bude fungovat v budoucnosti 21. století. ČSA ve svém počátku létaly jen na vnitrostátních linkách v Československu, ale již v roce 1930 otevřely novou linku z Bratislavy do Záhřebu, která byla později prodloužena do Rijeky a Dubrovniku. Další linka, která se otevřela, byla z Prahy do Bukurešti a od roku 1936 se začalo

s létáním do Moskvy. V roce 2003 ku příležitosti 80. výročí se objevila reprodukce fotografie prvního letounu ČSA, zobrazoval motivy vztahující se k 80. letům pravidelného leteckého provozu.



Obr. 20. První letoun ČSA



Obr. 21. Hangár společnosti ČSA



Obr. 22. Interiér ČSA

V roce 1937 od 7. dubna se letecká doprava z pražských Kbel přesunula na nově otevřené Ruzyňské letiště. Svou kapacitou více vyhovující narůstajícímu leteckému provozu. Otevřeno za velké slávy a úspěchu, protože budova letiště dostala na mezinárodní výstavě umění v Paříži ocenění. S novým letištěm nově na paluby letadel přibýly i letušky. V následujícím roce se uskutečnily pravidelné lety do Bruselu a Budapešti. Slibný vývoj leteckého provozu na šest let přerušila druhá světová válka, během které správu převzala německá společnost Lufthansa. V roce 1945 ČSA získaly letiště zpět a s ním i letouny. V témže roce, krátce po osvobození od americké armády zakoupily letouny Douglas DC-3 a po repasování na civilní pro dvacet jedna přepravovaných osob, postupně obnovily všechny vnitrostátní linky. Dalším přelomovým obdobím se staly první mezikontinentální lety do Káhiry a Ankarý. Od roku 1957 na letišti v Ruzyni začala přistávat také první proudová letadla, sovětské tupolevy typu TU-104, od roku 1960 Iljušiny pro osmdesát čtyři

až sto deset osob. Od roku 1964 ČSA uskutečnily první transatlantické lety z Prahy do Havany, letounem pronajatým z Kuby turbovrtulovým Bristol Britannia letecké společnosti CUBANA. Zároveň se roku 1967 Československé aerolinie dostaly ve statistice IATA (organizace, sdružující letecké dopravce) jednou ze 34 zemí světa, přepravujících více jak milion cestujících ročně v Evropě na prvním místě. Roku 1969 Československé aerolinie zakoupily Iljušin IL-62 k mezinárodním letům, na dálný, blízký a střední východ, do Kanady a Ameriky. V roce 1971 byly zakoupeny menší TU-134 pro 76 osob a zajímavostí je, že tato letadla byla z provozu vyřazena až mnohem později a to v roce 1997.

Pak přišel rok 1976 a dne 28. července došlo k největší letecké katastrofě ČSA na území Československa. Letoun odletěl z Ruzyně v 8 hodin 52 minut, jednalo se o turbovrtulový Iljušin IL 186 na pravidelné lince do Bratislavy, let probíhal hladce téměř až k Bratislavě. Na palubě bylo 79 cestujících. K tragédii se začalo schylovat ve chvíli, kdy letadlo včas nedostalo povolení k zahájení klesání. Kapitán se rozhodl kroužit, zahájil klesání, ovšem zvolil strmý sestup s intenzivním brzděním, a následným automatickým vypnutím třetího motoru. Další chybou bylo zmatkování mechanika, který omylem v následném zmatku vypnul i čtvrtý motor. Letadlo pak bylo popoháněno jen dvěma motory a bylo nuceno se samovolně otáčet doprava. A posádka se ve finále dopustila poslední chyby, když se pokusila nastartovat zpět čtvrtý motor. Tím však letadlo ztratilo ještě více rychlost, prudce se začalo vytáčet doprava a v devět hodin a třicet sedm minut se zřítilo do jezera v rekreační oblasti Zlaté Piesky. Nárazem o vodní hladinu se křídla oddělila od trupu, ten se pak rozlomil na dvě poloviny. Tehdejší komunistický režim nehodu tajil. A proto dodnes není jasné, jaký přesný konec tohoto letadla byl. Čelní představitelé k jezeru zakázali vstup a ještě v roce 1979 do vody unikal letecký benzín. Dodnes jsou nejasné i osudy pasažérů, hovoří se o čtyřech až šesti přeživších lidech. Přes různé informace a dezinformace nehodu přežili tři osoby. Dva češi a občan z Francie. Zahynulo tedy 76 lidí. Bratislavská tragédie byla především tragédií lidskou, nejen tragédií ČSA. Přelomovým obdobím historie ČSA se stal rok 1991, kdy došlo k rozdělení Československa na dva nezávislé státy. S nutností rozdělení aerolinek s vypořádáním majetku, na spravedlivé díly. A v období od 11. srpna 1992 až do 30. června 1995 ČSA zůstaly výhradně českým podnikem se stávajícím názvem a imatrikulací OK, nově vzniklé slovenské aerolinie jménem SLOV-AIR pouze slovenským. Roku 1991 ČSA zakoupily první západoevropské letouny typu Airbus A310-300, turbovrtulová letadla ATR 72-202A, prvních pět Boeingů 737-400. Též nově otevřela linky z Prahy do Stuttgartu a Hannoveru. V roce 1997 byla zakoupena tři

letadla typu Boeing 737-500, o rok později, zahájily lety do Osla, Nice a Bologně. S novým tisíciletím přišla i možnost zakoupení a rezervace letenek přes internet. V roce 2001 ČSA vstoupily do aliance SkyTeam (pracující na principu spolupráce mezi leteckými společnostmi), obnovily linky do Brna a Ostravy. V roce 2007 Československé aerolinie obdržely čtyři zcela nové Airbusy A319-130 a v roce 2009 společnost vlastnila 52 letadel. Největším úspěchem této doby bylo historicky největší přepravení lidí – 5,5 milionů! Následovalo bouřlivé období, ztráty a tahanice o majetek. Až do 10. ledna 2013, kdy byla leteckou společností Korean Air zakoupena část podílu ČSA. Celkem 44 %, 34 % koupila společnost Travel Service, na český aeroholding zbylo jen 5% části. Po dvouleté přestávce byly 9. prosince 2013 obnoveny lety z Bratislavy do Prahy a Košic. V tomto roce si ČSA pronajaly velkokapacitní Airbus A330 k letům do Tel-Aviv, Alma-Aty a Moskvy. Pro svou nerentabilitu je však A330 dále využíván jen k letům do Soulu. Kvůli opětovným finančním problémům byly v roce 2014 všechny Airbusy typu A320 prodány. Zůstalo pouze devět Airbusů A319, dálkový A330 a sedm vrtulových ATR.

Do budoucna se počítá s obdržením sedmi zcela nových Airbusů A320-NEO a to do roku 2021, které postupně nahradí dosluhující Airbusy A319. Je smutnou ironií osudu, že letecká společnost ČSA, nejstarší v České republice je v rukou cizích (korejských) a jiných aerolinií vlastní pouze pět procent podílu. Tedy jen pět procent je v českých rukou.

3 PROPAGACE V BALÓNOVÉ DOPRAVĚ

3.1 Balóny a vzducholodě

Největší boom zažila propagace pomocí horkovzdušných balónů v polovině 90. let minulého století. V dnešní době se balóny ale také vzducholodě dostávají opět do podvědomí lidí a dá se říct, že zejména v České republice zažívají menší renesanci.

Barevnost balónů je laděna dle účelu, pro jaký jsou užity. Často se objevuje modrá barva jako symbol oblohy. Vzducholodě mají obvykle bílou barvu. Nejčastěji se však využívají pro upoutání pozornosti jakožto reklamní poutač. Užívá se kontrastních barev v závislosti k modrým odstínům oblohy. Naopak pro potlačení výraznosti balónů či vzducholodí se volí neutrální tóny. Plocha balónu je obrovská. Často slouží jako mobilní reklamní billboard. Obvykle lze přímo na obalu balónu spatřit logo, nápisy nebo reklamu sponzorů. Ty mohou být až deset metrů vysoké a díky tomu jsou viditelné i z velké dálky. Další možností je upevnění reklamního transparentu na obal balónu nebo častěji jeho zavěšení pod koš. Pro reklamní účely se provádí lety nad městy a vesnicemi, kde je velká pravděpodobnost, že přitáhne pozornost obyvatel. Balón je sám o sobě poutavý svým tvarem, lehkým plutím po obloze i samotný start a přistání přitahuje pozornost jak diváků, fotografů, filmařů, tak novinářů a reportérů. Mnohdy je horkovzdušný balón připoutaný k zemi či vozidle, dokonce může i několik metrů vzlétnout na místě s větší koncentrací lidí a to mohou být kulturní či sportovní akce, veletrhy a jiné. Takto upoutaný balón lze provozovat i v noci, kdy hořáky nasvítí balóny ze vnitř a může tak vzniknout světelná show. To se většinou využívá jako efektivní reklama, která osloví především děti ale i dospělé. Často se pořádají srazy horkovzdušných balónů. Tato akce zaujme tisk a televizi. Balóny většinou upoutají pozornost díky Mistrovství v balónovém létání nebo balónové fiestě. Většinou brázdí oblohu kolem třiceti až čtyřiceti soutěžních i fiestových, tedy nesoutěžních balónů, které se vyskytují v různých barvách a tvarech. Známostou balónovou fiestou je například Hanneshof Hot-air Balloon Trophy, kdy balóny překonávaly Alpy, fiesty se zúčastnil také balón společnosti BALONY.EU z České republiky.

Existují příklady, kdy byl balón použit pro televizní a filmovou tvorbu. Známostou ukázkou je publicistický magazín televize Nova Víkend, který je známý logem balónu. Pořad používá balón také jako doprovodný prvek, který je symbolem putování, příkladem je samotná znělka. Dále pak český celovečerní film od Jana Svěráka Vratné láhve, kdy můžeme

balón vidět ve filmovém prostředí. Při samotném natáčení, tedy přípravě a vzletu přilákal červený balón spoustu diváků. Poté se tento balón stal reklamou, která lákala na let stejným balónem a trasou jako letěl Zdeněk Svěrák ve slavném filmu. Jako reklamní spoty balón představila například Komerční banka, telefonická společnost O2 nebo letecká společnost ČSA, která balón užila při svém sponzorství při zápasu fotbalového klubu Slavia a mnoho dalších.



Obr. 23. Reklama na balónu společnosti O2

Ke znovuzrození vzducholodí došlo opět v 60. letech a to pouze k reklamním účelům a neobyčejnému zážitku. Společnosti provozují vyhlídkové lety, které mají připomenout neodmyslitelnou součást letecké dopravy. V roce 2010 se nad Prahou objevila vzducholod', kterou před lety pilotoval slavný dobrodruh v letectví pilot Steve Fossett. V roce 1995 se stal první osobou, která přeletěla Atlantský oceán v balónu. Při jeho dalším pokusu, přeletu nad pouští ve státě Nevada se v roce 2007 ztratil, a o rok později byly nalezeny trosky jeho letadla. Společnosti lákají na let žlutou vzducholodí o velikosti 33 metrů, která je spojena s významnou osobností Steva Fossetta. Největší vzducholodí dnešní doby je vzducholod' o velikosti 75 metrů, která od roku 2000 létá ve společnosti NT Zeppelin a provozuje turistické lety nad Bodamským jezerem v Německu. Let trvající dvě hodiny vyjde na dvacet tisíc korun, patnáct minut pak stojí pět tisíc korun. Nynější vzducholodní doprava je bezpečná z důvodů použití helia a moderních technologií.



Obr. 24. Reklamní poutač



Obr. 25. Vzducholoď Steva Fossetta



Obr. 26. Vzducholoď společnosti NT Zeppelin

3.2 Netradiční balónová doprava

Reklama pomocí balónu výrazně podporuje obchodní společnost a hlavně podvědomí o značce. Balóny ale nemusí mít pouze kulatý tvar. Pro snahu firem a vzduchoplavců být originální a co nejvíce upoutat pozornost, se mnohdy volí nejrůznější tvary. Na obloze lze spatřit například balóny ve tvaru sklenice piva, katedrály, medvěda, pneumatiky, srdce a spousty dalších. Známostou reklamou je propagace stavební spořitelny, kde můžeme vidět hlavu chytré lišky, ta zaujme především mladší diváky. Dalším příkladem může být láhev kořalky Jagermeister, která má přivolat touhu dát si panáka. Také plechovka krmení pro zvířata, chce nalákat ke koupi. V zahraničí můžeme spatřit balón, který vypadá jako ruská Matrojška nebo tradiční skotský dudák, který plul na obloze ve Švýcarsku. Marketingové či prodejní akce nebo firmu a její značku lze podpořit pomocí zmenšené verze balónu nebo

vzducholodě v ideálním rozměru kolem 2,5 metru. Často se používá na firemních prezentacích, při reklamních kampaních, kulturních a nebo sportovních událostí. Balóny se většinou zavěsí jako dekorace do výstavních nebo obchodních prostor. Také se často vyskytuje ve formě poutače levitujícím nad městem. Horkovzdušný balón a vzducholod' jsou jednou z neefektivnějších a neúčinnějších forem reklamy.



Obr. 27. Reklamní balón DHL



Obr. 28. Balón ve tvaru skotského dudáka



Obr. 29. Zmenšená verze balónu

Mezi nejvýznamnější firmy v České republice, které vyrábí balóny a vzducholodě patří firma založená v roce 1991 Ing. Alešem Kubíčkem s názvem Balóny Kubíček, v zahraničí známé spíše pod názvem Kubicek Balloons. Firma sídlící v Brně je třetí největší v Evropě a pyšní se exportem svých produktů nejen do českých zemí, ale především do zemí celého světa. Zakladatel balónové společnosti v 80. letech vyrobil první český horkovzdušný balón. Před založením vlastní společnosti se podílel na výrobě balónů ve firmě Aerotechnik Kunovice. Balóny Kubíček ročně vyrobí okolo devadesáti balónů. Je autorem balónů netypických tvarů jako například létajícího medvídky, námořního kontejneru DHL nebo katedrály v St. Gallenu. Firemní identitu tvoří modro-bílé zbarvení. Logo je tvořeno modrým

konturovým písmem na bílém podkladu horkovzdušného balónu, který je naznačen silnější linií. Slogan společnosti zní „Balloons from the heart of Europe“ neboli balóny od srdce Evropy. Společnost, která je největším provozovatelem balónového létání v Česku s počtem čtrnácti balónů se nazývá Promo-Air s.r.o. Na všech balónech společnosti jsou umístěna loga partnerů. Provozuje lety téměř z každého většího města. Cílem společnosti je přivést cestujícím ale i divákům nezapomenutelný zážitek. Dalším významným provozovatelem v Česku je společnost sídlící v Břestku, pod hradem Buchlov s názvem BALONY.EU, která byla založena v roce 2004. Nejprve společnost nesla název Zeppelin.cz. V roce 2009 firma založila „dceřinou“ společnost na Slovensku pod jménem BALONY.SK. Jejich balóny jsou laděny do odstínů oblohy a prezentují logo, které obsahuje název společnosti, ve kterém písmeno O je tvořeno pomocí balónu.

Titulem největší firmy na světě vyrábějící horkovzdušné balóny se pyšní anglická balónová společnost Cameron Balloons, která vznikla v roce 1971 v Bristolu a vyprodukuje asi pět set balónů ročně. Firma je známa pro tvorbu speciálních tvarů, které jsou vyrobeny pro komerční reklamu. Společnost také vyrábí vzducholodě.

4 REKLAMA V LETECKÉ DOPRAVĚ

4.1 Reklama na letadlech

Reklamy na dopravních prostředcích jako autobusy, tramvaje ale i vlaky jsou vidět v tuzemských i v zahraničních zemích stále častěji. Dopravní letadla vlastní obrovskou plochu, která vybízí k reklamě. Pro propagaci je výhodné, že se reklamní nosič pohybuje a díky tomu se dostane na desítky letišť po celém světě a může tak upozorňovat na samotnou existenci, možnost leteckého spojení nebo jiný určitý problém. Speciálně nabarvené letadlo se nazývá tzv. logojet. To znamená letadlo v jiném, než klasickém vizuálním stylu, než je letecká společnost, letadla, která existují v odlišných barvách. Zvláštní zbarvení obsahuje především reklamní nátěry nebo obvykle připomínky historických barev provozovatelů, které se nazývá retro zbarvením.

V 90. letech 20. století se objevilo první letadlo v Českých zemích nesoucí reklamu na letounu dnes již zaniklé společnosti Ostrava Air. Společnost propagovala automobilku Škoda. Nejprve letadlo neslo v přední části nápis Škoda Felicia, v zadní části fotografii automobilu spolu se značkou podniku. Další letadlo se zbarvilo do bílo-zeleno-černé symbolizující tutéž značku, jejíž logo se objevilo na směrovce. Po celé délce trupu letadla se vyskytl nápis Octavia, v přední části pak fotografie vozu. Druhým letadlem, které odlišilo své standardní livery neboli zbarvení, bylo letadlo letecké společnosti Travel Service, která nabídla své letadlo k reklamě. Příležitost využila Telefonika O2, díky které se letadlo ponořilo do odstínů modré barvy s bublinami, kterými se O2 prezentuje. Cílem kampaně bylo působit na klienty ve všech zemích, kam letadlo zamíří. V té době byl v zahraničí tento způsob propagace již dávno známý.



Obr. 30. První reklama na letadle v ČR



Obr. 31. První reklama na letadle v ČR



Obr. 32. Reklama na letadle podporující společnost O2

Originálním příkladem létající reklamy se stalo letadlo lákající k návštěvě Prahy, které se na pět let zbarvilo do barev vizuálního stylu pražského letiště, bílo-červeno-modrých s velkým nápisem Prague loves you. Hlavním cílem je reprezentovat nejen Prahu, ale především pražské letiště v mnoha mezinárodních destinacích. Během sezóny se letecká společnost Travel Service, které letadlo patří, s charterovou dopravou dostane mnohokrát na různá místa světa. Nápis se nachází po obou stranách trupu letadla, slovo loves nahrazuje klasické jednoduché červené srdíčko. Ve spodní části lze spatřit text obsahující Prague Airport. Na ocasní části se vyskytuje samotné logo letiště Praha. Myšlenkou se tedy stal slogan „Praha vás miluje“ a nebude se vám chtít zpět do vašich domovů. Letadlo se tak stalo reklamním nosičem.



Obr. 33. Letadlo lákající pro návštěvu Prahy

Dalším lákadlem je design některých českých aerolinií, které se pár let budou chlubit netradiční reklamou v podobě polepu celé plochy letadla v jemných odstínech červené a béžové barvy se sloganem „Leťte do města magie“. V září 2014 Pražská informační služba poodkryla nový reklamní tah. Nejprve mělo být letadlo v pestrých odstínech fialové. V přední části letadla se původně nacházela fotografie známého symbolu hlavního města, Pražského hradu. Finálním návrhem je fotografie Hradčan v zadní části trupu letadla. Slogan se vyskytuje samozřejmě v angličtině, protože cílem této reklamy je město opět zviditelnit a lákat turisty z evropských a asijských zemí pro návštěvu hlavního města. Reklama navazuje na prezentaci nového marketingového stylu Prahy v oblasti cestovního ruchu. Obsahuje fotografie z pražského prostředí, na kterých se nachází citoslovce v anglickém jazyce. Každé písmeno má jinou velikost, jsou usazeny výš nebo níž než písmeno, vedle kterého leží. Tato citoslovce se mají spojovat s konkrétními zážitky z různých koutů České republiky, vyvolávajíc takto pozitivní emoce. Citoslovce jsou doplněna anglickými nápisy „Prague – pure emotion“, a nachází se v ocasní části letadla. Grafický polep je prací úspěšného studia Dynamo design, které se muselo držet určených pravidel jako například volná místa pro loga letecké společnosti a okolí únikových východů, která musela zůstat prázdná. Reklamní poutače se objevily i na palubě letadel. V propagaci je zahrnuta reklama v palubním magazínu, promítání krátkého video spotu v letadlech či umístění banneru na webu aerolinek a jiné firemní předměty.



Obr. 34. Letadlo propagující Prahu

Největší letecká společnost Emirates vlastní letadlo polepené fotografiemi divokých zvířat. Tímto způsobem letoun upozorňuje na boj proti pytláctví a nelegálnímu obchodu s volně žijícími živočichy, který je dovedl na pokraj vyhynutí. Celý projekt podporuje globální organizaci jménem United for Wildlife, která sdružuje sedm organizací věnujících se ochraně přírody a Královské nadace vévody a vévodkyně z Cambridge a Prince Harryho. Jejich úsilím je odstranění nejzávažnějších problémů. Letadlo s varovným potiskem během několika týdnů obletělo takřka celý svět. Společnost Emirates příběhy o ochraně přírody aplikovala i do palubních časopisů, filmové selekce a dalších. Existuje obrovský model letadla, který je umístěn na kruhovém objezdu u letiště Heathrow v Londýně, kde jej každým dnem může spatřit tisíce lidí z celého světa, za rok až miliony. Problematika přilákala pozornost veřejnosti, dostala se do podvědomí lidí a stala se diskuzí především na sociálních sítích. Pomohla tak vyvolat tendence odmítat produkty, které byly vyrobeny ze všech ohrožených druhů zvířat. Tato reklamní kampaň je i inspirací pro mnoho dalších leteckých společností na celém světě.



Obr. 35. Potisk upozorňující na nelegální obchod se zvířaty

Americká letecká společnost JetBlue sídlící v New Yorku na konci roku 2012 představila letadlo v barvách FDNY (Fire Department City of New York), který má symbolizovat hrdost a podporu oddaných hrdinů města – hasičů a zdravotníků. Jejich úkolem je udržovat město v bezpečí. Provozovatel JetBlue tímto způsobem chtěl informovat veřejnost o nesa-mozřejmě a těžké práci hasičského sboru a nadace, podpořit jejich vývoj a vzdělávání. Vo-zidla FDNY se nesou v duchu červeno-bílých barev se žlutými pruhy, zatímco letoun je celý červený se znakem sboru na ocasní části a nápisy umístěnými na trupu. Letadlo svým plutím po obloze propaguje, zároveň oslavuje významnou činnost lidí a díky tomu se do-stává do podvědomí veřejnosti.

4.2 Neoriginálnější nátěry letadel

V dnešní době letadla leteckých společností jsou obvykle v barvách jejich vizuálního stylu. Stále častěji ale na sebe snaží upozornit pomocí neobyčejně atraktivních potisků poutavých barev nebo neobvyklým vzhledem na těchto obřích ocelových strojích. Tyto letadla neustále navštěvují mnoho letišť v zemích po celém světě. V lidech nápaditý design budí pozornost, proto fotografie rychle obletí svět i pomocí sociálních médií, které jsou dnes na vzestupu. Letouny se tak stanou dokonalou reklamou leteckých dopravců.

Typickým příkladem je letadlo islandské letecké společnosti Icelandair, jehož tvář je inspirována arktickou oblastí a přírodními jevy, ve které se letadlo pohybuje. Celkový vzhled je zbarven do temné modré barvy již prostupují odstíny zářivé zelené a díky tomu

připomíná polární záři. Obzvlášť efektní je vnitřní prostor letadla, kde je záře evokována pomocí osvětlení. Další ukázka mimořádného potisku je na letadle jihoafrických aerolinek Kulula Airlines, kde se objevují nápisy a šipky. Ukazují na různé části letadla, směřující i ke katapultovacímu sedadlu, kuchyni a toaletám. Jedna ze šipek míří i k pilotní kabině, má u sebe vtipné označení se slovy „velké zvíře“. Pro mnohé tyto nápisy u jednotlivých segmentů mohou být i poučným materiálem.

Jiným způsobem zviditelnila své letadlo japonská letecká společnost, která vsadila na zaujmutí prostřednictvím postavíček z dětského komiksového seriálu jménem Pokémon, ten zná téměř každý.



Obr. 36. Letadlo společnosti Icelandair



Obr. 37. Aerolinky Kulula Airlines



Obr. 38. Letadlo japonské společnosti

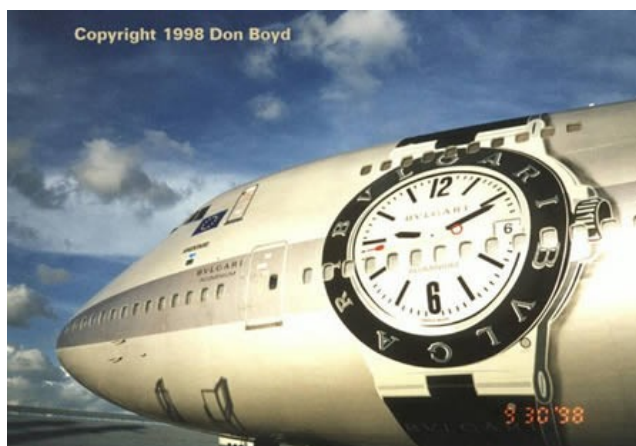
Dalším neotřelým designem, který lze zpozorovat v různých koutech světových metropolích je například letoun kanadské společnosti Westjet, který je v barvách slavného filmu z roku 2013 Ledové království z produkce studia Walta Disneyho. Zajímavostí u tohoto originálního lakování je spotřeba barvy, jež činila 644 kilogramů. Dále existuje Airbus s názvem Rackham, na kterém se vyskytují hlavní představitelé knižního komiksu mladý

reportér Tintin a jeho věrný psí společník Filuty. Letecká společnost tímto způsobem vzdává čest komiksovému seriálu od slavného belgického kreslíře Hergeho známého pod názvem Tintinova dobrodružství. Tchajwanský přepravce EVA Air se pyšní letadlem s hrdiny oblíbeného dětského seriálu Hello Kitty. Tento design přiláká nejenom mladší diváky. Nynějším trendem je zobrazování úspěšných filmů a seriálů v souvislosti s jejich premiérou. Pro tento druh designu se rozhodla novozélandská společnost. Vlastní letadlo, kde se rozpínají po celé délce trupu hlavní hrdinové z druhého filmu z trilogie o Hobbitech. Reklama na hodinky značky Bulgari se objevila na Boeingu italské letecké společnosti. Pepsi se ukázala s reklamou na nápoj na velkém letadle.

Jaká reklama by mohla být více nepřehlédnutelná a větší než propagační či jinak designový potisk přes celý trup obřího letounu?



Obr. 39. Letoun Tintinova dobrodružství



Obr. 40. Reklama na hodinky Bulgari



Obr. 41. Letoun propagující nápoj Pepsi

4.3 Reklama v letadlech

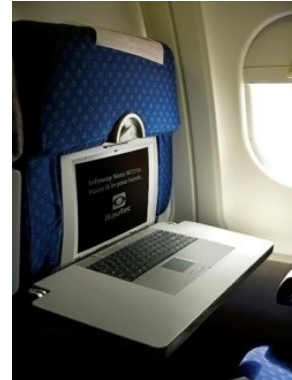
V rámci odbavení se objevuje reklama na elektronické a palubní vstupence. Na palubě letadla jsou k vidění marketingové materiály, které jsou vkládány do kapes sedaček – to znamená časopisy, letáky s bezpečnostními instrukcemi, sáčky na zvracení, dále se často objevuje na materiálech, které rozdává posádka. Existují reklamní podhlavníky, kde se reklama nachází na zadní části v úrovni očí cestujících. Podhlavníky pro economy a business class bývají často barevně odlišeny. Dalšími předměty mohou být ubrousky, papírové kelímky a jiné. Jídelní tácy jsou používány k podávání občerstvení na všech letech. V této příležitosti se reklama projevuje pomocí tzv. samplingu, což znamená propagace určitého výrobku nebo služby či rozdávání vzorků zdarma. U leteckých společností se objevuje v podobě rozkládací brožury nebo vzorku sladkosti či drobného dárkového předmětu. Reklama je obvykle i ve formě palubního videa, které je spuštěno před samotným startem a trvá přibližně 30 sekund.

Reklama v letadlech se často snaží nalákat turisty do různých destinací. Originální reklama, která využila tento způsob je ke spatření na sklápějících stolečcích, na kterých se vyskytují nohy, oblečené v potápěčím oděvu s ploutvemi, umístěnými v azurovém šplouchajícím moři. Jiným obrázkem jsou nohy odpočívající na prkně na mořské hladině. Po otevření stolku jsou nohy na obrázku ve stejné poloze jako nohy pasažéra sedícího na sedadle. Cílem této reklamy je nalákat cestující k poznávání přírodních krás a prožití adrenalinových zážitků asijské země Malajsie. Pro milovníky turistiky se pro změnu na stolcích

ukázaly nohy při různých sportovních či turistických disciplínách. Podobný způsob využití skládacího stolku se objevil v letadle, kde má stolec vzhled laptopu, bez kterého si dnes řada lidí nedokáže svůj život představit. Nevýhodou je, že tento laptop není funkční.

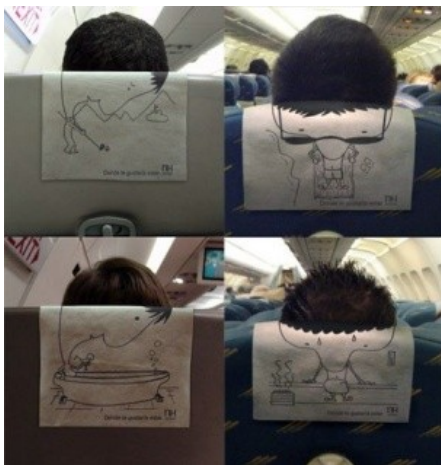


Obr. 42. Reklama na sklápějících stolicích



Obr. 43. Sklápějící stolec

Dalším nápadem jak zaujmout cestující netradiční a nápaditou reklamou v letadle se stalo umístění reklamy na bílé podhlavníky. Tento styl reklamy si objednala hotelová síť NH z Iberie, která chtěla přilákat návštěvníky na různé aktivity, které mohou v hotelech podnikat. Jednoduché kresby tvořené linkou, obsahují sportovní i relaxační aktivity například golf, lenošení na pláži či saunování. V horní části podhlavníku se nachází stylizovaná hlava člověka, která se vtipně propojuje s vyčnívající hlavou cestujícího sedícího na sedadle. Reklamu známé automobilce Fiat vymyslela pobočka Leo Burnettu v Sao Paulu, která navrhla vtipné stínítko na okno v letadle, které je ve tvaru právě automobilu. Tímto tahem se na sebe snaží upozornit veřejnost.



Obr. 44. Reklamní podhlavníky

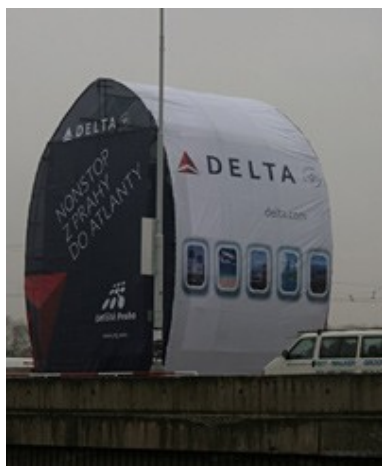


Obr. 45. Stínítko pro automobilku

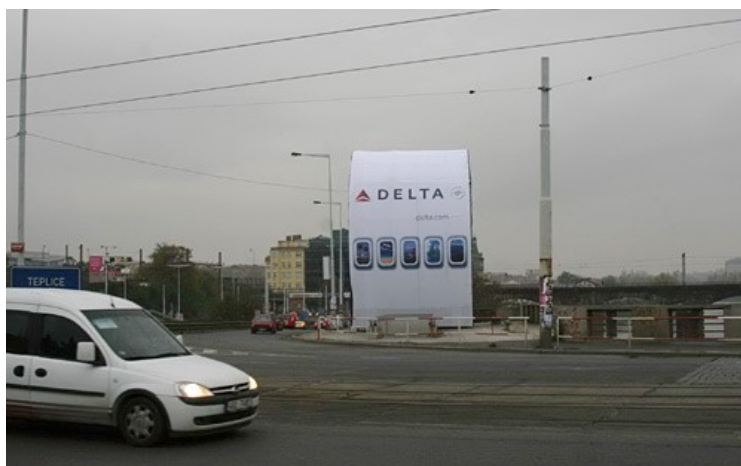
4.4 Netradiční reklama

V roce 2007 spustily Delta Air Lines a Letiště Praha společnou kampaň, která vznikla za účelem propagace a zviditelnění nové transatlantické linky. Reklama má za úkol poukázat na přímou linku letecké společnosti Delta, která nově léta z Prahy do Atlanty. Na jednom z nejfrekventovanějších mostů v Praze. Na Hlávkově mostě se objevily netypické reklamní poutače ve tvaru části trupu letadla s okny a nápisem Nonstop z Prahy do Atlanty.

Nepřehlédnutelný poutač působí realistickým dojmem. Projekt byl zaměřen na lidi, kteří denně projíždějí touto trasou. Po dobu jednoho týdne rozdávaly hostesky kolemjdoucím letáky, které informovaly o společnosti Delta Air Lines, také lidem dávaly drobné sladkosti a cukrovinky.



Obr. 46. Reklamní poutač



Obr. 47. Propagace společnosti Delta

5 SPONZORING

Sponzoring není zaměřen na určitý produkt jako reklama. Jeho záměrem je především zvyšování povědomí o značce, buduje dobré jméno společnosti, firmy či organizace. Odehrává se za účelem prospěšné spolupráce mezi dvěma stranami formou služby a následné protislužby. Na jedné straně existuje sponzor s dostatkem financí, který na sebe potřebuje nějakým způsobem upoutat pozornost. Na druhé straně se nachází sponzorovaný, který vlastní prostory či plochy pro loga různých společností, je zajímavý nebo populární čímž přitahuje pozornost mnoha lidí. Zároveň hledá finanční podporu, která mu umožní lepší plnění svých propagačních cílů. Sponzor za poskytnutí svých prostředků vyžaduje propagaci a zviditelnění své značky.

5.1 Emirates

Emirates je leteckou společností Spojených arabských emirátů se sídlem v Dubai, která vznikla v roce 1985. Dnes patří mezi největší aerolinky na světě, provozuje více než 3400 letů týdně. Společnost Emirates je od roku 2014 hlavním sponzorem fotbalového klubu Arsenal, který patří mezi kluby s největším počtem fanoušků na světě. Logo letecké společnosti lze spatřit na dresech všech hráčů. Široké spektrum lidí tak vnímá podvědomě nevtíravý způsob formy reklamy, která oslovuje veřejnost z různých koutů světa. Stadion fotbalového klubu byl přejmenován na Emirates stadium. Emirates dokonce v roce 2015 představila letadlo s potiskem hráčů. V přední části letadla se nachází logo fotbalového klubu. Letoun byl speciálně navržen pro návštěvu Arsenalu v Singapuru. Menu a opěrky hlavy na palubě letadla nesou také tematiku fotbalového klubu. Smlouva mezi anglickým Arsenalem a leteckou společností je jedna z největších sponzorských smluv v dějinách fotbalu. Emirates je také sponzorem fotbalových klubů jako například Real Madrid, letadlo společnosti Emirates bylo potištěno fotografiemi některých hráčů velmi podobným způsobem jako Arsenal. Společnost je také sponzorem klubů jako Paris Saint-Germain nebo AC Milán. Letecká společnost Emirates a její červené logo, které se skládá z názvu „Emirates“ psaným arabským kaligrafickým písmem, evokující eleganci, ušlechtilost a čistotu se díky partnerství stala jednou z nejvíce vídaných značek ve fotbalovém světě.



Obr. 48. Letadlo Emirates propagující Arsenal



Obr. 49. Sponzoring společnosti Emirates



Obr. 50. Dresy hráčů

5.2 British Airways

Britská letecká společnost British Airways se zrodila v roce 1924 pod názvem Imperial Airways. V současnosti je největší britskou leteckou společností, která v roce 2008 přepravila 34,6 milionu pasažérů. Zajímavým lákadlem letecké společnosti je hudba hrající na palubě při startu. British Airways podporuje řadu sportovních, kulturních a charitativních aktivit po celém světě. Mezi nejdůležitější partnerství patří sponzorství Olympijských her z roku 2012 v Londýně. Aerolinky jsou oficiální leteckou společností tenisového Wimbledonu, a fotbalového mistrovství světa, které se uskuteční v roce 2018. Díky těmto významným sponzorstvím se logo letecké společnosti dostává na oči mezi miliony lidí, především příznivce sportovních utkání. Logem aerolinek je červeno-modrá stuha, která navazuje na symbol rychlého ptáka použitého v Imperial Airways v roce 1932.

5.3 České společnosti

Po dobu jednoho roku nosili hráči fotbalového klubu Slavia na svých dresech logo Českých aerolinií s cílem prezentování ČSA úspěšnými výsledky fotbalového klubu. Roku 2006 ale ČSA ukončila partnerství z důvodů ekonomické situace. Téhož roku se novým partnerem Slavie stala charterová letecká společnost Travel Service. Společnost také provozuje nízkonákladové linky pod značkou SmartWings, kterou pod partnerstvím zamýšleli propagovat, hlavním cílem bylo zviditelnění značky.



Obr. 51. Balón ČSA



Obr. 52. Logo ČSA na dresech Slavie



Obr. 53. Sponzorství SmartWings

6 IDENTITA LETECKÉ SPOLEČNOSTI

Při výběru letecké společnosti hraje nejdůležitější roli cena, spolehlivost a kvalita služeb, ale také dobrá image značky a logo design je základem úspěchu. Loga leteckých společností povětšinou obsahují motivy ptáka jako symbolu létání. Ptáci mají náš obdiv, díky své schopnosti létat. Člověk toužil a stále touží vzlétnout. Letící pták se stal inspirací pro sestavení veškerých létajících prostředků. Loga aerolinií se vyskytují v různých provedeních. Často se můžeme setkat s letícím ptákem či pouze ptačím křídlem v rozmanité stylizaci. Příkladem mohou být loga letecké společnosti Avianca a American Airlines, jejichž redesign se navzájem velmi podobá. Obě společnosti reprezentuje stylizovaný dravec letící zleva. American Airlines měla původně v logu písmena AA s orlem. Pták v logu latinskoamerických aerolinek Avianca symbolizuje typického ptáka Jižní Ameriky, kterým je kondor. Původní stylizací byl papoušek tvořený pomocí zvlněných linií. Najdou se ale i výjimky, které vlastní loga jiných námětů. Barevnost leteckých společností se obvykle zbarvuje dle státní vlajky.

6.1 ČSA

Ve třicátých letech vzniklo první grafické logo letecké společnosti ČSA, které obsahovalo symbol letícího ptáka uvnitř kruhu. Vizuální styl Československých aerolinií se odjakživa prezentoval v podobě červených a modrých barev, které se odvíjely od barev státní vlajky. První livery proudových letadel Československých aerolinií se nazývaly tzv. „červené vousy“ a „modrý retro 50“, tento vzhled se používal na konci 50. let na pravidelné linky. Toto červené livery se pak používalo až do roku 1969, a postupně nahradilo modrý styl z 50. let.

Roku 1969 změnila společnost zbarvení svých letadel na ustálený pruh přes okna a červenou ocasní část, tedy směrovkou s českou vlajkou a písmeny OK JET, u kterého jet znamená zkratku proudových letadel. V druhé polovině 80. let se písmena JET změnila na ČSA. Název společnosti byl téměř po celé délce trupu letadla, vysázený mírně zkosenými kapitálkami (písmeny, které mají podobu verzálek, ale zmenšených na střední výšku písmene). Levý horní okraj každého písmene obsahoval trojúhelník, který byl převzatý z ostrých stran státní vlajky. Později se tímto způsobem vysázela písmena ČSA, která se vyskytovala v přední části letadla, pod nimiž byl titul Czechoslovak Airlines. Logo společnosti tvořil také tupouhlý trojúhelník v modré barvě, který symbolizoval trojúhelník české

vlajky. V roce 1990 mizí červený pruh a letadlo je celé v bílém nátěru. Téhož roku společnost přidává na směrovku nové zbarvení tzv. modročervenou hokejku, tedy modrý a červený pás s imatrikulačním označením OK. Po přechodu na akciovou společnost v roce 1992 bylo vytvořeno nové logo. Vycházelo z původního, které kombinovalo řadu tří tupoúhlých trojúhelníků červeného zbarvení, z nichž ten původní stále nesl barvu modrou. Autoři loga jsou Rostislav Vaněk a Radomír Leszczynski.

Výrazná změna loga Českých aerolinií proběhla v roce 2007, jehož autorem je grafik zabývající se tvorbou identity a brandingem Michal Kotyza, který studoval na Fakultě multimediálních komunikací, obor marketing. Jeho hlavním cílem bylo odstranění postkomunistické image, omlazení značky a vdechnutí moderního charakteru. Existující logo dle výzkumu bylo mezi širokou veřejností z České republiky a zahraničních států vnímáno jako strnulé a nezajímavé. Místo trojúhelníků autor použil symbol, který evokuje červený diamant, uvnitř kterého se nachází tradiční označení ČSA. Logo se vyskytuje s názvem Czech Airlines, díky němuž dojde k lepšímu porozumění v ostatních zemích. Nové logo začalo postupně vyčnívat i na uniformách nebo prodejních místech s firemními předměty. Logo se jak už to bývá, setkala s pozitivními ale i negativními ohlasy. Mnoha lidem svým tvarem připomíná trsátko, proto jej tak často nazývají. „Celkově, myslím, zůstal novému logu konzervativní, důvěryhodný image, jen osobnost se vytratila.“ Řekla Alena Foustková, Creative Leader EURO RSCG, členka Art Directors Club. Další kritiku na nové logo snesl Pavel Pálka, grafik a majitel Studia Pálka, podle kterého je nové logo krok zpátky, působí chaoticky a zvolený font nepatří k těm nejkvalitnějším.



Obr. 54. Livery ČSA 1980–1990



Obr. 55. Livery ČSA 1992–2007



Obr. 56. Livery ČSA od roku 2007

Letecká společnost během více než osmdesátileté historie mnohokrát proměnila nejen nápisy, ale i loga na svých letadlech a propagačních materiálech. Zajímavostí je imatrikulační, tedy poznávací značka tuzemských leteckých společností, kterou je OK. Díky tomu byl obrovský zájem o odkoupení tohoto označení z anglicky mluvících zemí.

Společnost ČSA vlastní letadla v takzvaném retro livery z roku 1957, tedy ve stejném vzhledu, který byl použit na prvním proudovém letadle Československých aerolinií. V roce 2012 uběhlo padesát pět let od jeho prvního letu, kdy letoun s imatrikulačním označením Tu-104A OK-LDA mířil do Moskvy. Na přání veřejnosti byl zhotoven letoun tohoto historického stylu. Slogan společnosti zní „V oblacích jako doma“ (In the sky as at home).

6.2 Air France

Air France je francouzská letecká společnost založená v roce 1933 v Paříži, odkud je denně vypravováno 1700 letů do 185 destinací v 83 státech, s více než 220 letadly. Díky tomu se stala jednou z největších a nejznámějších leteckých společností na světě. Barevnost aerolinií symbolizuje francouzskou trikoloru. Air France v roce 2009 představila novou identitu. Nahrazuje tak poslední aktualizaci z roku 1975. Původní logo obsahovalo pět mírně natočených pruhů, které jsou nově zjednodušeny na červený pruh, ten má pravděpodobně vyjádřit nadnárodní působnost. Výraznou změnou je název aerolinek oficiálně označován jako „Air France“ ve dvou slovech, je nyní nastaveno jako jedno slovo. Společnost užívá také zkratku, která vychází ze spojení slov Air a France do jednoho slova. Cílem bylo vytvořit symbol ve spojení s písmem, jehož celek by působil moderněji a vyváženěji než předchozí logo. Vzhled nového loga se ale nenápadně podobá společnosti British Airways, díky čemuž může být méně originální a odlišitelné od ostatních



Obr. 57. Nové logo společnosti Air France



Obr. 58. Původní logo společnosti Air France

6.3 Ryanair

Ryanair spustila svou činnost v roce 1985, v současnosti je největším evropským nízkonákladovým přeprávcem se sídlem v Dublinu. Cíl společnosti je založený na co nejnižších cenách letenek. Nyní se dopravce rozhodl nabízet velké plochy letadla k reklamě, jež doposud využíval velmi zřídka, se záměrem stát se největším a nejlevnějším poskytovatelem venkovní reklamy v Evropě. Reklama má být viditelná na přední a zadní části trupu letadla a také na tzv. wingletech, což je plocha různého tvaru na konci křídla letadla. Na těchto místech se vždy nacházelo logo Ryanair. Reklama ve formě polepu na letadle, obsahuje plochu o velikosti 10 krát 7 metrů a má zde být vždy po jeden rok. Letecká společnost ročně přepraví přes 80 milionů cestujících, a také zavítá na různá letiště, kde reklamu může zahlédnout více než miliarda lidí.

6.4 Lufthansa

Největší německá letecká společnost s názvem Deutsche Lufthansa AG, známá spíše pod zkrácenou verzí Lufthansa, nese název jež vychází ze spojení německých slov Luft (vzduch) a hansa (obchodní spolek). Vznikla v roce 1926 spojením dvou německých dopravců jménem Junkers Luftverkehr, od kterého byla odvozena firemní žlutá a modrá barva a Deutsche Aero Lloyd, z níž bylo převzato logo jeřába. Jednoslovný název Lufthansa byl poprvé použit v roce 1933. Logo společnosti, které v roce 1918 navrhl německý grafik Otto Firle je jedním z nejznámějších leteckých log na světě. Logo označuje stylizovaného jeřába v letu, který je vložen do kruhu. Jeho inspirací bylo první letadlo

Lufthansy, které bylo čistě bílé a vypadalo jako obrovský bílý jeřáb. Nejprve se objevilo na letadle společnosti Deutsche Luft-Reederei v roce 1919. Znak byl přijat společností Deutsche Lufthansa v roce 1926 a nakonec se stal oficiálním logem letecké společnosti Lufthansa. K logu přiléhá název společnosti, který je vysázen speciálně navrženým fontem s názvem ITS Lufthansa. V roce 1955 se tento název poprvé objevil ve verzálkách umístěných po délce trupu letadla. Na začátku roku 1960 nastal jeden z nejvýznamnějších vývojů v podnikové komunikaci. Společnost oslovila návrháře jménem Otl Aicher a jeho Gruppe E5 s cílem vytvořit novou image společnosti, aby její vizuální komunikace byla snadno rozpoznatelná a zapamatovatelná. Barevnost letecké společnosti vytýčil modernismus, obsahuje žlutou, modrou a bílou barvu. Aicher se zaměřil na žlutou barvu, kterou zamýšlel jako akcent k mnohem střízlivější modré. Ve žluté viděl vlastnosti, jako je rychlost, bezpečnost, čerstvost, hbitost, činnost a strojírenství. V roce 1967 se jeřáb v kruhu vyskytl na žlutém pozadí. Žádná jiná letecká společnost neužívá žlutou v takové míře jako Lufthansa. Myšlenky Otl Aichera o corporate identity se dnes řadí jako jedny z nejvíce průkopnických podnikových řešení designu dvacátého století. Lufthansa pravidelně navštěvuje přes 200 destinací v Evropě, Asii, Africe a Americe. Zajímavostí je, že se svými dceřinými společnostmi v Lufthansa Group za rok 2011 přepravila více než 100 miliónů cestujících.



Obr. 59. Plakát společnosti Lufthansa



Obr. 60. Letouny Lufthansa



Obr. 61. Současný vizuální styl Lufthansy

ZÁVĚR TEORETICKÉ ČÁSTI

Ačkoli se o letadla zajímám už od dětství a ledacos jsem o nich věděla, během hledání materiálů k bakalářské práci, jsem se postupně o letectví dozvíдалa spoustu zajímavostí z historie a také poznatků z oblasti vývoje reklamy. Při následném psaní jsem si uvědomila vzestup letecké dopravy a její technické vymoženosti, prozkoumala jsem historii dopravy, která je v dnešní době neodmyslitelnou součástí přepravy. Zjišťovala jsem současnou propagaci leteckých společností, přičemž jsem došla k názoru, že ne každá společnost chce na sebe veřejnost upozornit poutavým designem.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

7 VIZUÁLNÍ STYL V APLIKACÍCH NA LETADLA, BALÓNY, VZDUCHOLODĚ

Pro praktickou část mé bakalářské práce jsem zvolila téma vizuální styl ve vzdušné dopravě, i když jsem zpočátku neměla jasno, jakému vizuálnímu tématu bych se chtěla věnovat. Ve čtyřech letech jsem po operaci delší čas ležela v pražské nemocnici Motol, v pokoji s výhledem na letiště, kde sestupovalo a vzlétalo mnoho dopravních letadel, a přistávajícími záchrannými vrtulníky pod okny. To vše jsem již v té době kreslila pastelkami na papír. Zatímco v dětském věku si holčičky obvykle hrály s panenkami, já si hrála s modely letadel. O pár let později jsem se byla podívat na hromadný start horkovzdušných balónů a zjistila jsem, že letectví, létání a vše s ním spojené je svět, který mě fascinuje. Horkovzdušné balóny mě zaujaly především svým tvarem, lehkým a nenápadným plutím po obloze, kdy nevydávají žádný zvuk, snad jen tiché šumění hořáku, jež ohřívá vzduch, aby se balón vznesl. Dalším faktor k výběru tématu se stal oblíbený televizní pořad letecké katastrofy, kde mě nezajímají přímo letecká neštěstí, ale právě příčiny, jež vedou k pádu letadel, jimiž je převážně selhávání přístrojů, technická závada, vliv počasí či lidská chyba. I přesto je letecká doprava považována za jeden z nejbezpečnějších druhů dopravy na celém světě. V nedávné době mě doslova překvapil návrat vzducholodní dopravy, já sama jsem nevěděla, že lety vzducholodí jsou opět in, proto jsem je zařadila mezi prostředky, na které jsem se pokusila vytvořit poutavý design. Letadla, balóny a vzducholodě často obsahují reklamu a na tento aspekt jsem se rozhodla reagovat.

Nejdůležitější pro mě bylo stanovit si účel, pro který budu potisky vytvářet a následné sdělení, které budu chtít pomocí grafického ztvárnění vyjádřit.

7.1 Inspirace a východisko

Inspiračním zdrojem pro praktickou část mé bakalářské práce se stala převážně teoretická část, díky které jsem si vytvořila přehled o celkovém designu a propagování leteckých společností. Vytvořila jsem sérii potisků, které jsou zaměřeny na propagování mnou vybraných zemí a uměleckých směrů.

Podnětem k tvorbě návrhů potisků byla otázka „Jak letadlo, balón a vzducholod' létá? “ Na letadlo při letu působí čtyři síly – tíha, vztlak, tah a odpor. Letadla jsou stroje těžší než vzduch a létají díky obtékání vzduchu kolem křídel. Tyto proudy vzduchu mě inspirovaly k vytvoření potisků, díky čemuž vypadají jako by byly unášeny větrem. Balón patří mezi

prostředky lehčí než vzduch. Je poháněn větrem a ve vzduchu může pouze stoupat nebo klesat podle toho, jak se ohřívá vzduch uvnitř balónu. Vzducholodě létají na podobném principu jako balóny, jsou naplněny látkou, která je lehčí než vzduch, naopak poháněny motory, které napomáhají měnit směr. Tyto poznatky mně pomohly uvědomit si proudění vzduchu a větru kolem nás. Následně jsem zpracovávala vzdušnost, která se projevila především v sérii země a po té umělecké směry, které jsem se pokusila vyjádřit především jejich vhodným výběrem.

7.1.1 Účel

Letadla zavítají do mnoha světových metropolí, přičemž letecké společnosti většinou lákají veřejnost pro návštěvu nejrůznějších destinací. Mezi země, na které jsem se rozhodla poukázat, patří Francie, Nizozemsko a Egypt. Výběr těchto zemí pro mě byl jasnou volbou. Zvolila jsem země, které mě z kulturního hlediska lákají k jejich návštěvě, výjimkou je Francie, kde se mi již podařilo zavítat. Každou vybranou zemi jsem se pokusila znázornit pomocí typických symbolů, které jí náleží.

Další využití plochy pro propagaci pomocí leteckých prostředků jsem zvolila představení výtvarných stylů, malířů Piet Mondrian, Jackson Pollock a Robert Delaunay. Z mého hlediska je nutné si připomenout a vzdát holt světovým malířům. Tyto potisky mohou být použity při výročí umělců k vyjádření jejich památky.

7.1.2 Plocha

Zásadní problematika tvorby velkoplošné grafiky spočívá v její pojetí na 3D ploše různého typu – koule a válec. Letadlo je stroj obrovských rozměrů, ale jeho trup tvoří úzký válec. Zde jsem se snažila propojit potisk po obvodu trupu s jednotlivými částmi křídel, wingletů, výškovky a směrovky. Horkovzdušný balón nabízí velkou plochu, u které musíme počítat s potiskem ze všech stran. Toto propojení jsem se snažila vytvořit podobně u vzducholodě, kde jsem využila především jednu stranu, přes kterou se potisk rozvíjí po obvodu.

7.2 Nizozemsko

Nizozemsko je země mých nejoblíbenějších květin – tulipánů. U samotné země jsou dále hlavním symbolem větrné mlýny. Spojení těchto dvou myšlenek a myšlenky protiproudu letícího letadla vznikl potisk v barvách, které jsou charakteristické pro Nizozem-

sko, zeleno-oranžová. Na letounu se v přední části objevují tulipány, jejichž lístečky po směru větru odlétají a rozšívají se po ploše letadla. Letadlo, které zavítá do různých světových míst je doplněno sloganem, který upřesňuje sdělení. U rozdílné plochy balónu a vzducholodě tulipány obmotávají spodní část a vytváří pomyslnou louku tulipánů. Lístečky odlétají po větru stejně jako u letadel.



Obr. 62. Vizualizace na letadle 1



Obr. 63. Vizualizace na letadle 2



Obr. 64. Vizualizace na letadle, nadhled



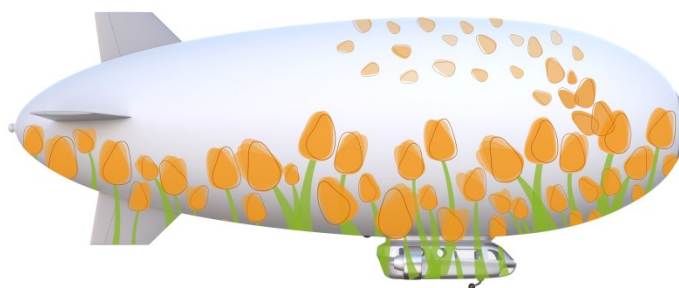
Obr. 65. Vizualizace na letadle, pohled



Obr. 66. Vizualizace na balónu 1



Obr. 67. Vizualizace na balónu 2



Obr. 68. Vizualizace vzducholod'

7.3 Francie

Francie je označována jako „země galského kohouta“. Proto jsem po vícero návrzích zvolila právě jeho. Kohouta jsem znázornila v národních barvách země, kterými jsou červená, modrá a bílá. Na letadle se kohout vyskytuje kokrhající a jeho peří se rozprostírá po trupu letadla a končí v zadní části – na směrovce. Peří jsem vytvořila pomocí zvlněných linií, aby evokovaly pohyb. Plocha letadla obsahuje krátké heslo, které zní: „leťte za kulturou“. Typografie je zvolena tak, aby vzhledem působila nakloněná, díky protivětru, které působí na letadlo v pohybu. Horkovzdušný balón obmotává kohoutovo peří. Tento způsob mě inspiroval větrem, který balón unáší a hořáky, kterým lze měnit výšku. Na vzducholodi lze najít podobný princip jako u letadla. Zde je využita jedna strana vzducholodě, peří kohouta ale přechází v malé míře na opačnou stranu.



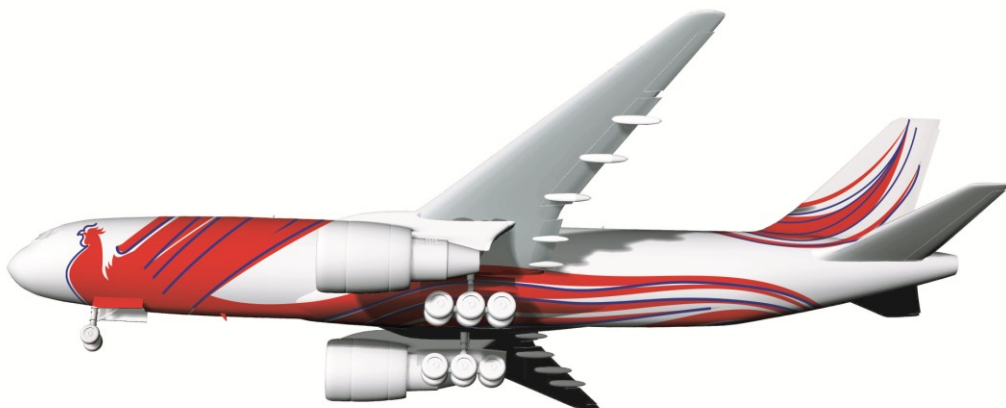
Obr. 69. Vizualizace na letadle 1

Obr. 70. Vizualizace na letadle 2





Obr. 71. Vizualizace na letadle, nadhled



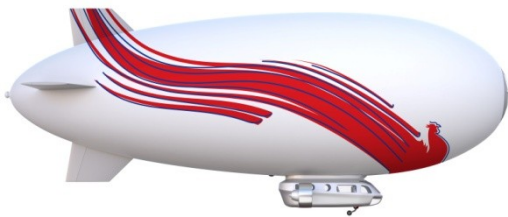
Obr. 72. Vizualizace na letadle, podhled



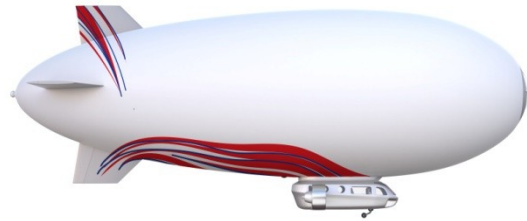
Obr. 73. Vizualizace na balónu 1



Obr. 74. Vizualizace na balónu 2



Obr. 75. Vizualizace vzducholod' 1



Obr. 76. Vizualizace vzducholod' 2

7.4 Egypt

Grafika Egyptské země je zvolena tak, aby vyvolávala dojem dané kultury. Zvolila jsem pískové odstíny a motiv egyptského slunce. Dominantním prvkem je beduín sedící na velbloudovi a jeho šátek vlající ve větru. Na letadle se od šátku ve větru odvíjí slogan. Polep je umístěn v přední části. Zadní část a směrovku doplňuje motiv pyramid. Trojúhelníková pyramida se pak může objevit i na wingletech, které mají taktéž trojúhelníkový tvar. Na balónu a vzducholodi se potisk rozvíjí po celé ploše, z níž slunce zasahuje do všech stran. Beduín na balónu je umístěn v malé velikosti ve spodní části, šátek jej obepíná po obvodu. Pyramidy, které jsou obsaženy na vzducholodi jsou mírně zvlněny ve větru.



Obr. 77. Vizualizace na letadle, nadhled



Obr. 78. Vizualizace na letadle, pohled



Obr. 79. Vizualizace na balónu 1



Obr. 80. Vizualizace na balónu 2



Obr. 81. Vizualizace vzducholod' 1



Obr. 82. Vizualizace vzducholod' 2

7.5 Piet Mondrian

Nizozemský malíř Piet Mondrian je představitel směru neoplasticismus, je považován za zakladatele abstraktního malířství. Žil v letech 1872–1944. Tohoto umělce jsem zvolila z toho důvodu, že je mezi veřejností jeden z nejznámějších a jeho barevné kompozice oživí dopravní prostředky pestrými barvami. Piet Mondrian používal podle jeho teorie tři základní barvy – žlutá, modrá, červená a dvě nebarvy – bílá a černá. Tyto jeho kompozice jsem umístila na vybrané letecké prostředky. Letadlo obsahuje klasickou kompozici tohoto významného umělce s tou zvláštností, že se z přední části směrem ke směrovce vlní, rozhybává se ve větru. Záměrně jsem vytvořila úzké obdélníky ve středu letadla, ty mají být umístěny v oblasti oken. Na balónu se kompozice obepíná po jeho tvaru, tak aby působila vzdušným dojmem. Na vzducholodi je uplatněn stejný princip jako na letadle a to mírné vlnění obrazu.



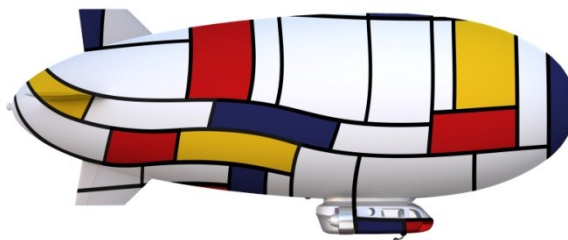
Obr. 83. Vizualizace na letadle, nadhled



Obr. 84. Vizualizace na letadle, podhled



Obr. 85. Vizualizace na balónu



Obr. 86. Vizualizace vzducholod'

7.6 Jackson Pollock

Americký abstraktní malíř žijící v letech 1912–1956 tvořil svá díla pomocí tzv. drip-pingu, což je technika stříkání a vylévání barvy na rozměrná plátna položená na zemi. Rychlé a impulsivní vytváření obrazů stvořilo směr zvaný akční malba. Umělec Jackson Pollock a především akční malba je dalším směrem, který vybízí k polepení letadel, balónů a vzducholodí. Na letadle jsem chtěla využít právě skvrnu, vytvořenou pomocí cáknutí, která se propojuje z trupu na jednotlivé části letadla a to křídla, směrovku a výškovky, jež jsou v jeho zadní části. Skvrny na letadle, balónu a vzducholodi samy osobě vytváří pohyb.



Obr. 87. Vizualizace na letadle, nadhled



Obr. 88. Vizualizace na letadle, pohled



Obr. 89. Vizualizace na balónu 1



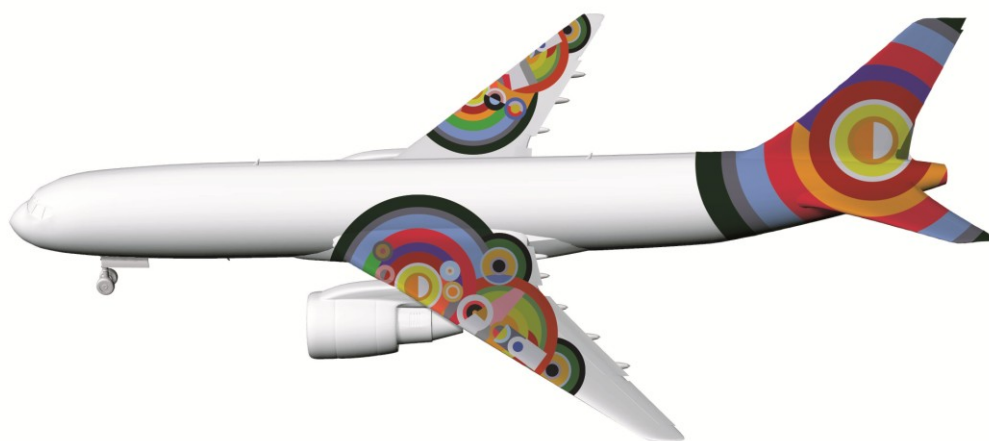
Obr. 90. Vizualizace na balónu 2



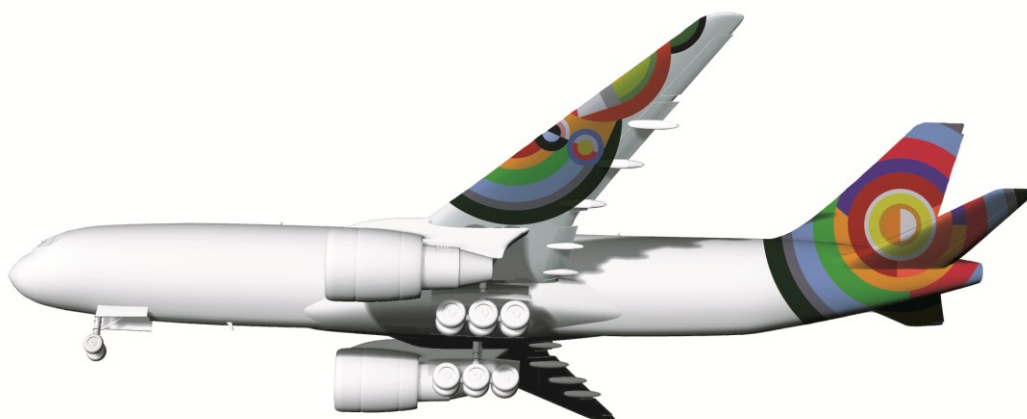
Obr. 91. Vizualizace vzducholod'

7.7 Robert Delaunay

Francouzský kubistický malíř a představitel abstraktní malby Robert Delaunay žijící v období 1885–1941 vytvořil obraz s názvem „Rytmus, radost ze života“. Svou barevností, rytmem a kruhovými tvary mě přilákal ke znázornění na prostředky, které brázdí vzdušnou oblohu. Tento motiv jsem umístila na dopravní letadlo v míře opakování větších a menších kruhů jeho obrazu. Motiv se rozpíná především na křídlech a mírně přechází na trup letadla. Z vrchní části křídel přesahuje na jejich spodní část a obepíná směrovku z obou stran. Na balónu a vzducholodi je jeho obraz umístěn v jeho celém znění a pouze obepíná kulatý tvar. Pozitivní a dynamické uspořádání barevných ploch a lehký způsob umělcovi abstraktní malby má dle mého názoru zaujmout pozornost veřejnosti na letícím prostředku.



Obr. 92. Vizualizace na letadle, nadhled



Obr. 93. Vizualizace na letadle, podhled



Obr. 94. Vizualizace na balónu 1



Obr. 95. Vizualizace na balónu 2



Obr. 96. Vizualizace vzducholod' 1



Obr. 97. Vizualizace vzducholod' 2

ZÁVĚR PRAKTICKÉ ČÁSTI

Při tvorbě mé praktické části bakalářské práce jsem pochopila, že u leteckých prostředků a všeobecně v grafickém designu jde o jednoduchost a rychlost sdělení, že letadla, balóny a vzducholodě se pohybují ve výškách či větších vzdálenostech od lidí, proto je nutné, prezentovat design pomocí pestrých barev nebo velkých barevných ploch, které jsou viditelné z velké vzdálenosti. Zároveň jsem si mohla prakticky vyzkoušet hodně složitou problematiku v řešení 3D objektů, které jsou navíc umístěny v podstatě ze všech možných úhlů pohledu, protože se pohybují ve vzdušném prostoru. Vše mě naučilo dívat se na svět letectví jinýma očima.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. KRÍŽEK, Zdeněk a Ivan CRHA. Život s reklamou. Praha: Grada, 2002. ISBN 8024702134.
2. PINCAS, Stéphane a Marc LOISEAU. Dějiny reklamy. V Praze: Slovart, 2009. ISBN 9788073912666.
3. VRCHOVECKÝ, Karel. Lehčí než vzduch: kapitoly z malých dějin vzduchoplavby.
1. vyd. Praha: Panorama, 1979. Stopy, fakta, svědectví (Panorama).
4. POKLUDA, Zdeněk. Baťa v kostce. Vyd. 2. Zlín: Kniha Zlín, 2014. WALT. ISBN
978-80-7473-170-9.

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

Historie reklamy [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://oko.yin.cz/11/historie-reklamy/>

Speciál Vývoj reklamy [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/2012/03/special-vyvoj-reklamy/>

Dějiny reklamy [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:
http://dvacatestoleti.eu/data/files/PL_MH_dejiny_reklamy.pdf

Taccovy stránky: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:
<http://www.tacco.wz.cz/lhistorie.php>

Bratři Montgolfierové vypustili balon naplněný horkým vzduchem [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:
<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/archiv/1452404-bratri-montgolfierove-vypustili-balon-naplнены-horkym-vzduchem>

232 let od prvního pilotovaného letu balonem [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:
<http://www.balony.cz/232-let-od-prvniho-pilotovaneho-letu-balonem/>

Lety balonem historie [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: <http://www.chadbalon.cz/lety-balonem-historie/>

Historie létání horkovzdušným balonem: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:
<http://www.horkovzdušny-balon.cz/historie-balonu/>

Balóny a vzducholodě: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: <https://www.valka.cz/28-Balony-a-vzducholode>

Horkovzdušný balon: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:
https://cs.wikipedia.org/wiki/Horkovzdu%C5%A1n%C3%BD_balon

První řiditelné vzducholodi: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:
<http://www.jiripospisil.estranky.cz/clanky/prvni-riditelne-vzducholodi.html>

Delag: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/DELAG>

Chronologie vzduchoplavby: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:
<http://vzduchol.sweb.cz/chronol.html>

Okamžiky před katastrofou: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/tragedie-katastrofa-hindenburg-zeppelin-lz-129-lakehurst-p23-/software.aspx?c=A130510_135312_software_kuz

Bratři Wrightové [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Brat%C5%99i_Wrightov%C3%A9

Zázrak, který trval 12 sekund: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/start-prvniho-letadla-bratri-wrightove-fc8-/tec_technika.aspx?c=A131216_111327_tec_technika_kuz

Aerolinky Pan Am uskutečnily před 80 lety let s poštou přes Tichý oceán: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: <http://www.flymag.cz/article.php?id=10495>

Vzestup a pád Pan Am: Historie letectví [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: <http://vztlak.net/Profily-a-testy/Historie-Retro/Vzestup-a-pad-Pan-Am>

Imatrikulace: Letectví [online]. [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Imatrikulace_\(letectv%C3%AD\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Imatrikulace_(letectv%C3%AD))

Zrekonstruované Bařovo letadlo přiletělo z Ameriky, zabydlí se na Točné [online]. [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: http://praha.idnes.cz/do-ceska-dorazil-lockheed-jana-antonina-bati-fe8-/praha-zpravy.aspx?c=A150528_110533_praha-zpravy_burřsa

Bařova Electra se po desítkách let vrátila do Česka [online]. [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/domaci/udalosti/batova-electra-se-po-desitkach-let-vratila-do-ceska-1193879>

Lockheed Electra 10A Jana Antonina Baři [online]. [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <http://www.tocna.cz/letadla-na-tocne/lockheed-electra-10a/>

Letecká cesta Bařovců za obchodem kolem světa [online]. [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://www.sinagl.cz/z-korespondence/5517-letecka-cesta-batovcu-za-obchodem-kolem-sveta.html>

ČSA – minulost, současnost a snad i budoucnost [online]. [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: <http://www.aeroweb.cz/clanky/1978->

Seriál: Letadlo se zřítilo do koupaliště u Bratislavy. Málem trefilo řídicí věž [online]. [cit. 2017-04-21]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/pred-35-lety-u-nas-doslo-k-posledni-tragicke-nehode-dopravniho-letadla-lia-/tec_technika.aspx?c=A110728_000608_tec_technika_pka

Balónová reklama: Reklama [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:

<http://www.kubicekballoons.cz/balonove-letani/balonova-reklama>

Využití horkovzdušných balónů: Reklama [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:

<http://www.horkovzdušny-balon.cz/vyuziti-balonu/>

Grafika na balónu [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.kubicekballoons.cz/obaly/grafika>

Reklamní let balónem: Reklama [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: <http://www.balony.eu/reklamni-let-balonem/>

Propagace pomocí horkovzdušných balónů: Reklama [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: http://www.m-journal.cz/cs/reklama-podpora-prodeje/reklamni-nosice-a-formaty/propagace-pomoci-horkovzdušnych-balonu---kolik-to-stoji-a-jak-se-to-dela__s308x9135.html

Reklamní balóny: Reklama [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: <http://www.vzducholode-nikles.cz/www-vzducholode-nikles-cz/4-REKLAMNI-BALONY>

Firemní akce, reklamní lety balonem: Reklama [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:

<http://www.letybalonem.eu/cs/page/25/Firemni-akce-reklamni-lety-balonem>

Netradiční balony: Reklama [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: <http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-udalosti-zajimavosti/71569/netradicni-balony-leta-dort-pivo-i-katedrala.html>

Horkovzdušné balóny, které stojí za to: Reklama [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:

<http://www.redbull.com/cz/cs/stories/1331766784259/netradicni-letajici-balony-vzduchoplavba-kreace>

Balón, který si zahrál ve filmu Vratné láhve: Reklama [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:

http://tachovsky.denik.cz/zpravy_region/balon-ktery-si-zahrал-ve-filmu-vratne-lahve-odstartoval-z-tisove-20120821.html

Reklamní létání: Reklama [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:

<http://www.vzducholode-nikles.cz/www-vzducholode-nikles-cz/15-REKLAMNI-LETANI-VZDUCHOLODE>

Steve Fossett: [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Steve_Fossett

Nad Prahou létala Fossettova vzducholod' [online]. [cit. 2017-04-04]. Dostupné z:
<https://www.novinky.cz/koktejl/182203-nad-prahou-letala-fossettova-vzducholod.html>

Leťte do města magie. Letadla budou potiskem lákat na návštěvu Prahy [online]. [cit. 2017-04-20].
Dostupné z: http://praha.idnes.cz/letadla-budou-potiskem-lakat-na-navstevu-prahy-fl6-/praha-zpravy.aspx?c=A140926_2102931_praha-zpravy_bur

Leťte do města kouzel! Prahu jako turistický cíl propaguje letoun ČSA [online]. [cit. 2017-04-20].
Dostupné z: <http://www.flymag.cz/article.php?id=10773>

Prague Loves You [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:
<http://e-vsudybyl.cz/clanky/prague-loves-you-2540.html>

Travel Service přepravil 2,5 milionu cestujících [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:
<http://www.letistecr.cz/aktuality/travel-service-prepravil-2-5-milionu-cestujicich.aspx>

Letecká flotila Travel Service a SmartWings [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:
https://cs.wikipedia.org/wiki/Leteck%C3%A1_flotila_Travel_Service_a_SmartWings

Netradiční letadlo na pražském letišti [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:
<https://www.radicestujeme.eu/content/netradicni-letadlo-v-praze>

Výzva Emirates proti ilegálnímu obchodu s volně žijícími zvířaty [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:
<http://www.flymag.cz/article.php?id=10773>

Výzva Emirates proti ilegálnímu obchodu se zvířaty oblétna celý svět a zaparkovala na kruhovém objezdu [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.eulog.cz/clanky/vyzva-emirates-proti-ilegalnimu-obchodu-se-zviraty-oblletla-cely-svet-a-zaparkovala-na-kruhovem-objezdu/?m=a03&id=7342>

Emirates proti obchodu se zvířaty [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:
http://iluxus.cz/2015/11/09/emirates-proti-obchodu-se-zviraty/Blue_Bravest_je_letajici_pocta_newyorskym_hasicum_od_JetBlue_Airways [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.pozary.cz/clanek/74717-blue-bravest-je-letajici-pocta-newyorskym-hasicum-od-jetblue-airways/>

Podívejte se na nejkrásnější a nejoriginálnější nátěry letadel na světě [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z:
<http://eurodenik.cz/kaleidoskop/podivejte-se-na-nejkrasnejsi-a-nejoriginalnejsi-natery-letadel-na-svete>

Delta a Letiště Praha spustily netradiční reklamu [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z:

<http://www.airways.cz/clanek/2007-10-29/delta-a-letiste-praha-spustily-netradicni-reklamu%20>

Polep lodí a letadel [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.mezanin.cz/produkty-a-sluzby/polep-lodi-a-letadel.aspx>

Jak se lakují letadla ? [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.planes.cz/cs/article/100076/jak-se-lakuji-letadla>

Airbus má novou metodu pomalování letadel. Zvládne rychle i složitosti [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/airbus-maluje-inkoustem-letadala-dqf-/tec_technika.aspx?c=A140919_191542_tec_technika_vse

Úloha sponzoringu [online]. [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: http://www.m-journal.cz/cs/public-relations/sponzoring-fundraising/uloha-sponzoringu__s387x623.html

Emirates takes Arsenal on Singapore pre-season tour in style [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.thenational.ae/business/aviation/emirates-takes-arsenal-on-singapore-pre-season-tour-in-style>

Emirates and Tennis Sponsorships [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.thenational.ae/business/aviation/emirates-takes-arsenal-on-singapore-pre-season-tour-in-style>

EasyJet představil nové zbarvení letadel [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.airways.cz/clanek/2015-02-04/easyjet-predstavil-nove-zbarveni-letadel>

British Airways - třetí největší letecká společnost světa [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.letejte.cz/1199/british-airways-treti-nejvetsi-letecka-spolecnost-sveta/>

London 2012: British Airways Olympics dove plane unveiled [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/uk-17565838>

Olympic Flag Carrier: Q&A with British Airways [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://sparksheet.com/olympic-flag-carrier-qa-with-british-airways/>

Hlavními partnery Slavie společnost Chance a Smartwings [online]. [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://www.slavia.cz/clanek.asp?id=Hlavnimi-partnery-Slavie-spolecnosti-Chance-a-Smartwings-11765>

České aerolinie [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A9_aerolinie

ČSA mají originální boeing v retro stylu 60. let, přistál na Ruzyni [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/259737-csa-maji-originalni-boeing-v-retrostylu-60-let-pristal-na-ruzyni.html>

V Ruzyni přistálo letadlo v retro livery [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.flymag.cz/article.php?id=6249>

České aerolinie mají nové logo [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://finexpert.e15.cz/ceske-aerolinie-maji-nove-logo>

Jak se vám líbí nové logo ČSA? [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.designportal.cz/jak-se-vam-libi-nove-logo-csa/>

Letadla ČSA změni tvář [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: http://mam.ihned.cz/c3-22037370-100000_d

Rebranding Air France [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.font.cz/logo/rebranding-air-france.html>

New Air France Logo [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <https://airlineworld.wordpress.com/2009/02/13/new-air-france-logo/>

Ryanair nabídne všechna letadla k reklamě, logo zůstane jen na ocasu [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/ryanair-nabidne-letadla-k-reklame-d49-/eko-doprava.aspx?c=A130722_212159_eko-doprava_brm

Lufthansa + Graphic Design [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://blog.vgrafik.cz/lufthansa-graphic-design/>

Lufthansa Logo [online]. [cit. 2017-04-24]. Dostupné z: <http://www.famouslogos.us/lufthansa-logo>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Reklama Maggi

Dějiny reklamy – Marc Loiseau a Stéphane Pincas , str. 28

Dostupné dne 9. 5. 2017 v 12.07

Obr. 2. Reklamní vzducholod'

<https://cz.pinterest.com/pin/AVUbKESyYrvQLLop2L8hUC2dhPPTVVZY0XsI1qWN7IJS2TtaLx-Qh4/>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.28

Obr. 3. Propagační plakát společnosti Pan Am

<http://imgc.allpostersimages.com/images/P-488-48890/69/6989/52BW100Z/posters/carlos-casamayor-dixie-clipper.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.45

Obr. 4. První horkovzdušný balón

<http://www.letybalonem.eu/cs/page/14/Historie-balonoveho-letani>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.46

Obr. 5. Rozšíření balónů

<https://cz.pinterest.com/pin/303570831103964211/>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.48

Obr. 6. Let balónem Praha

<http://www.chadbalon.cz/lety-balonem-historie/>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.50

Obr. 7. Vzducholod' Hindenburg

<https://cz.pinterest.com/pin/539306124100054257/>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.52

Obr. 8. Konstrukce vzducholodě

<https://www.technobuffalo.com/wp-content/uploads/2013/02/Hindenberg-Large-Black-White-001.jpeg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.52

Obr. 9. Letoun bratří Wrightů

http://technet.idnes.cz/foto.aspx?foto1=BMA3404d6_boskowan_com.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.53

Obr. 10. Bombardér Vickers Vimy

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/23/Vickers_Vimy_bomber.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.54

Obr. 11. Jan Kašpar s letadlem Blériot

<http://www.radio.cz/cz/static/kaspar-jan/zivotopis>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.56

Obr. 12. Letadlo společnosti Pan Am

https://cs.wikipedia.org/wiki/Pan_American_World_Airways#/media/File:Pan_Am_Boeing_727-200_at_Zurich_Airport_in_May_1985.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.57

Obr. 13. Propagační plakát Pan Am

<https://cz.pinterest.com/pin/570338740296545943/>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.59

Obr. 14. Plakát Pan Am

<https://cz.pinterest.com/pin/384705993143140661/>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 0.59

Obr. 15. Imatrikulace na letadle

<http://www.planes.cz/cs/article/100320/letecka-historie-on-line-2-oy-cte-ctf>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.00

Obr. 16. Letiště na Podvesné

<http://www.zlin.estranky.cz/img/picture/453/letiste-podvesna-web.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.01

Obr. 17. Letiště v Otrokovicích

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/cb/Ba%C5%A5a_Aerodrome%2C_Ba%C5%A5ov_-_Leti%C5%A1t%C4%9B_Otrokovice_c_1938.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.02

Obr. 18. Letadlo Junkers J. A. Bati

<http://www.vrtulnik.cz/ww5/helo5781.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.02

Obr. 19. Lockheed Electra J. A. Bati

<http://www.pilotinfo.cz/wp-content/uploads/2015/05/Lockheed-Elektra.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.03

Obr. 20. První letoun ČSA

http://www.aviation-fan-club.com/images/profily/csa/11_goliathll.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.03

Obr. 21. Hangár společnosti ČSA

<https://www.planes.cz/cs/article/100310/kratce-z-historie-csa>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.21

Obr. 22. Interiér ČSA

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/ec/a3/d4/eca3d4039a05eb15f6e5695137718b37.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.22

Obr. 23. Reklama na balónu společnosti O2

http://www.m-journal.cz/files/hlavni_sekce/aktuality/3_balon_na_miru_o2_res.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.22

Obr. 24. Reklamní poutač

http://www.fuky.cz/fotky34026/fotos/_vyrn_9001.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.23

Obr. 25. Vzducholod' Steva Fossetta

http://img.blesk.cz/img/1/normal620/411887_vzducholod.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.23

Obr. 26. Vzducholod' společnosti NT Zeppelin

http://www.ckkiwi.cz/var/ckkiwi/storage/images/souteze/foto_srpna/vzducholod_zeppelin_vyhliDKove_lety_ve_friedrichshafenu/10185-2-cze-CZ/vzducholod_zeppelin_vyhliDKove_lety_ve_friedrichshafenu_large.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.23

Obr. 27. Reklamní balón DHL

http://www.kubicekballoons.cz/wh/960-720/img/content/articles/478/gallery/dhl_7.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.24

Obr. 28. Balón ve tvaru skotského dudáka

<http://www.redbull.com/cz/cs/stories/1331766784259/netradicni-letajici-balony-vzduchoplavba-kreace>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.24

Obr. 29. Zmenšená verze balónu

<http://www.vzducholode-nikles.cz/www-vzducholode-nikles-cz/4-REKLAMNI-BALONY>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.25

Obr. 30. První reklama na letadle v ČR

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/8/82/Air_Ostrava_Saab-Fairchild_SF-340A_JetPix.jpg/220px-Air_Ostrava_Saab-Fairchild_SF-340A_JetPix.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.25

Obr. 31. První reklama na letadle v ČR

<http://thumbs.ebaystatic.com/images/g/ICMAAOSw44BYUIPu/s-l225.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.28

Obr. 32. Reklama na letadle podporující společnost O2

http://1gr.cz/fotky/idnes/10/073/maxi/SPI34bfc1_Travel_Service_O2.JPG

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.28

Obr. 33. Letadlo lákající pro návštěvu Prahy

http://img.blesk.cz/img/1/normal620/1259805_letadlo-csa-letiste.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.29

Obr. 34. Letadlo propagující Prahu

http://g.denik.cz/1/27/p201411210395301_denik-600.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.31

Obr. 35. Potisk upozorňující na nelegální obchod se zvířaty

http://iluxus.cz/wp-content/uploads/United-for-Wildlife-Emirates-A380-before-its-first-flight-to-London-LHR_.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.31

Obr. 36. Letadlo společnosti Icelandair

<http://eurodenik.cz/kaleidoskop/podivejte-se-na-nejkrasnejsi-a-nejoriginalnejsi-natery-letadel-na-svete>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.32

Obr. 37. Aerolinky Kulula Airlines

<http://eurodenik.cz/kaleidoskop/podivejte-se-na-nejkrasnejsi-a-nejoriginalnejsi-natery-letadel-na-svete>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.32

Obr. 38. Letadlo Japonské společnosti

<http://eurodenik.cz/kaleidoskop/podivejte-se-na-nejkrasnejsi-a-nejoriginalnejsi-natery-letadel-na-svete>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.32

Obr. 39. Letoun Tintinova dobrodružství

<http://eurodenik.cz/kaleidoskop/podivejte-se-na-nejkrasnejsi-a-nejoriginalnejsi-natery-letadel-na-svete>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.32

Obr. 40. Reklama na hodinky Bvlgari

<http://magazin.cz/lifestyle/6865-foto-nejlepsi-reklamy-v-letadlech-a-na-nich>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.34

Obr. 41. Letoun propagující nápoj Pepsi

<http://magazin.cz/lifestyle/6865-foto-nejlepsi-reklamy-v-letadlech-a-na-nich>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.34

Obr. 42. Reklama na sklápějících stolicích

<http://magazin.cz/lifestyle/6865-foto-nejlepsi-reklamy-v-letadlech-a-na-nich>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.34

Obr. 43. Sklápějící stůl

<http://magazin.cz/lifestyle/6865-foto-nejlepsi-reklamy-v-letadlech-a-na-nich>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.35

Obr. 44. Reklamní podhlavníky

<http://magazin.cz/lifestyle/6865-foto-nejlepsi-reklamy-v-letadlech-a-na-nich>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.35

Obr. 45. Stínítko pro automobilku

<http://magazin.cz/lifestyle/6865-foto-nejlepsi-reklamy-v-letadlech-a-na-nich>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.35

Obr. 46. Reklamní poutač

<http://www.airways.cz/clanek/2007-10-29/delta-a-letiste-praha-spustily-netradicni-reklamu>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.37

Obr. 47. Propagace společnosti Delta

<http://www.airways.cz/images/novinky/delta-air-lines-hlavkuv-most-02.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.37

Obr. 48. Letadlo Emirates propagující Arsenal

<http://www.designmena.com/wp-content/uploads/2015/07/arsenal.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.39

Obr. 49. Sponzoring společnosti Emirates

https://cdn.ek.aero/cz/czech/images/PSG-V1_tcm571-808344.jpg

Dostupné dne 5. 5. 2017 v 0.27

Obr. 50. Dresy hráčů

<http://2.bp.blogspot.com/>

[s_5YVEM_M3o/U49KnisNSDI/AAAAAAAAAQ8k/xo2VUwIXv7s/s1600/PSG+14-15+Home+Kit+\(3\).jpg](http://2.bp.blogspot.com/s_5YVEM_M3o/U49KnisNSDI/AAAAAAAAAQ8k/xo2VUwIXv7s/s1600/PSG+14-15+Home+Kit+(3).jpg)

Dostupné dne 5. 5. 2017 v 0.24

Obr. 51. Balón ČSA

<https://i.ytimg.com/vi/MAuQlyhWmTU/maxresdefault.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.56

Obr. 52. Logo ČSA na dresech Slavia

http://ekonomika.idnes.cz/csa-po-roce-ukoncily-sponzorovani-slavia-flq-/ekonomika.aspx?c=A060616_104632_ekonomika_ven

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.41

Obr. 53. Sponzorství SmartWings

<http://img.blesk.cz/img/1/normal620/41301-img-import.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.42

Obr. 54. Livery ČSA 1980–1990

https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A9_aerolinie#/media/File:Ilyushin_Il-62M,_CSA_-_Ceskoslovenske_Aerolinie_AN0197142.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.42

Obr. 55. Livery ČSA Obr. 1992–2007

https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A9_aerolinie#/media/File:Ilyushin_Il-62M,_CSA_-_Ceskoslovenske_Aerolinie_AN0205320.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.44

Obr. 56. Livery ČSA od roku 2007

[https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A9_aerolinie#/media/File:OK-GEA_A320-214_CSA_LPA_07FEB09_\(3261780724\).jpg](https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A9_aerolinie#/media/File:OK-GEA_A320-214_CSA_LPA_07FEB09_(3261780724).jpg)

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.45

Obr. 57. Nové logo společnosti Air France

<http://logok.org/wp-content/uploads/2014/04/Air-France-Logo.png>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.45

Obr. 58. Původní logo společnosti Air France

<http://logodatabases.com/wp-content/uploads/2012/04/Air-France-Logo-wallpaper.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.46

Obr. 59. Plakát společnosti Lufthansa

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/59/ee/6b/59ee6ba5f21f6e448458a5aa230c7e19.jpg>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.46

Obr. 60. Letouny Lufthansa

<https://cz.pinterest.com/pin/412431278355997931/>

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.47

Obr. 61. Současný vizuální styl Lufthansy

https://www.tirol-taxi.at/userfiles/image/media_645378347.jpg

Dostupné dne 2. 5. 2017 v 1.47

Obr. 62. Vizualizace na letadle 1**Obr. 63. Vizualizace na letadle 2****Obr. 64. Vizualizace na letadle, nadhled****Obr. 65. Vizualizace na letadle, podhled****Obr. 66. Vizualizace na balónu 1****Obr. 67. Vizualizace na balónu 2****Obr. 68. Vizualizace vzducholod'****Obr. 69. Vizualizace na letadle 1****Obr. 70. Vizualizace na letadle 2****Obr. 71. Vizualizace na letadle, nadhled****Obr. 72. Vizualizace na letadle, podhled****Obr. 73. Vizualizace na balónu 1****Obr. 74. Vizualizace na balónu 2****Obr. 75. Vizualizace vzducholod' 1****Obr. 76. Vizualizace vzducholod' 2****Obr. 77. Vizualizace na letadle, nadhled****Obr. 78. Vizualizace na letadle, podhled****Obr. 79. Vizualizace na balónu 1****Obr. 80. Vizualizace na balónu 2****Obr. 81. Vizualizace vzducholod' 1**

Obr. 82. Vizualizace vzducholod' 2

Obr. 83. Vizualizace na letadle, nadhled

Obr. 84. Vizualizace na letadle, podhled

Obr. 85. Vizualizace na balónu

Obr. 86. Vizualizace vzducholod'

Obr. 87. Vizualizace na letadle, nadhled

Obr. 88. Vizualizace na letadle, podhled

Obr. 89. Vizualizace na balónu 1

Obr. 90. Vizualizace na balónu 2

Obr. 91. Vizualizace vzducholod'

Obr. 92. Vizualizace na letadle, nadhled

Obr. 93. Vizualizace na letadle, podhled

Obr. 94. Vizualizace na balónu 1

Obr. 95. Vizualizace na balónu 2

Obr. 96. Vizualizace vzducholod' 1

Obr. 97. Vizualizace vzducholod' 2

