

Vizuální identita kulturní akce

Sára Hlásenská

Bakalářská práce
2024



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Grafický design

Akademický rok: 2023/2024

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Sára Hlásenská
Osobní číslo:	K21125
Studijní program:	B0212A310004 Multimédia a design
Specializace:	Grafický design
Forma studia:	Prezenční
Téma práce:	Vizuální styl kulturní akce

Zásady pro vypracování

Rozsah teoretické práce minimálně 25 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě na Portál IS/STAG (dle předepsané univerzitní šablony viz Směrnice rektora č. 33/2019) a ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků práce – jeden v pevné vazbě (zde bude vlepeno CD/DVD), jeden v kroužkové vazbě a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část: průzkum vizuálních stylů kulturních akcí
2. Praktická část: vizuální styl kulturní akce

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

Seznam doporučené literatury:

LORENZ, Martin a Clara WEINREICH, 2021. *Flexible Visual Systems*. Slanted. ISBN 3948440301.
VITIONARY, Workshop, 2019. *Graphic Fest: Identities for Festivals & Fairs*. Victionary. ISBN 9887850128.
GRÜNBERGER, Christoph, 2019. *Analog Algorithm: Source-Related Grid Systems*. Lars Müller Publishers. ISBN 3037785934.
MÜLLER-BROCKMANN, Josef, 1996. *Grid systems in graphic design: A visual communication manual for graphic designers, typographers and three dimensional designers*. Niggli Verlag. ISBN 9783721201451.

Vedoucí bakalářské práce: M. A. Ondřej Chorý, Ph.D.
Ateliér Grafický design

Datum zadání bakalářské práce: 1. listopadu 2023
Termín odevzdání bakalářské práce: 17. května 2024



Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan

prof. Mgr. A. Pavel Noga, ArtD.
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 1. března 2024

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou 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 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 práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

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

Ve Zlíně dne: 1. 3. 2024

Jméno a příjmení studenta: Sára Hlásenská

.....
podpis studenta

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá návrhem a realizací vizuální identity pro kulturní akci Majáles UTB ve Zlíně. V teoretické části práce je rozebrána podstata kulturních akcí, jejich význam a typologie. Dále se věnuje historii a vývoji Majálesu, se zvláštním zaměřením na jeho politické a společenské aspekty v českém kontextu. Druhá část dokumentuje proces tvorby nové vizuální identity, včetně výběru tématu a prvních návrhů. Výstupem praktické části je jednotná vizuální identita studentského Majálesu UTB ve Zlíně.

Klíčová slova: vizuální identita, majáles, kulturní akce, 3D design

ABSTRACT

This bachelor thesis deals with the design and implementation of the visual identity for the cultural event Majáles UTB in Zlín. The theoretical part of the thesis analyses the essence of cultural events, their meaning and typology. Furthermore, it deals with the history and development of Majáles, with a special focus on its political and social aspects in the Czech context. The second part documents the process of creating a new visual identity, including the selection of the theme and the first drafts. The outcome of the practical part is a unified visual identity of the UTB Zlín Student Majáles.

Keywords: visual identity, majáles, cultural event, 3D design

Chtěla bych tímto poděkovat panu M.A. Ondřeji Chorému, Ph.D. za konzultace a vedení mé bakalářské práce. Dále MgA. Janě Dosoudilové za všechny rady a podporu a děkuji také všem, kteří mi dali kritické nebo pozitivní zpětné vazby, které mě při tvorbě posunuly dál.

Taktéž chci poděkovat svým spolužačkám Káti, Izi a Viki a poděkování rovněž patří mé rodině, která mě po celou dobu studia neustále podporovala.

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

OBSAH

ÚVOD.....	9
1 KULTURNÍ AKCE.....	10
1.1 Co JE KULTURNÍ AKCE.....	10
1.2 DĚLENÍ KULTURNÍCH AKCÍ.....	10
1.2.1 Food festivaly.....	10
1.2.2 Filmové festivaly.....	11
1.2.3 Hudební festivaly.....	12
2 MAJÁLES.....	13
2.1 TRADICE.....	13
2.2 ČESKÝ MAJÁLES JAKO POLITICKÝ NÁSTROJ.....	13
2.3 KRÁL MAJÁLESU.....	15
2.4 KOMERČNÍ A STUDENTSKÝ MAJÁLES.....	17
3 ANALÝZA VIZUÁLNÍ IDENTITY HUDEBNÍCH AKCÍ.....	20
3.1 VIZUÁLNÍ IDENTITA.....	20
3.2 VIZUÁLNÍ IDENTITY ČESKÝCH A SLOVENSKÝCH HUDEBNÍCH FESTIVALŮ.....	21
3.2.1 Colours of Ostrava.....	21
3.2.2 Pohoda.....	22
3.2.3 Uprising.....	23
3.3 MAJÁLES.....	24
3.3.1 Komerční Majáles.....	24
3.3.2 Studentský Majáles.....	25
3.3.3 Majáles UTB Zlín.....	26
4 PROCES TVORBY.....	30
4.1 VÝBĚR TÉMATU.....	30
4.2 REŠERŠE.....	30
4.3 PRVNÍ NÁVRHY.....	31
5 NOVÁ VIZUÁLNÍ IDENTITA.....	34
5.1 3D OBJEKTY.....	34
5.2 BAREVNOST.....	35
5.3 LOGO.....	36
5.4 SOCIÁLNÍ SÍTĚ.....	37
5.5 WEB.....	42
5.6 TISKOVINY.....	45
5.7 MERCH.....	48
ZÁVĚR.....	50

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	51
SEZNAM OBRÁZKŮ	53

ÚVOD

Již třetím rokem jsem součástí týmu organizátorů studentského Majálesu UTB ve Zlíně. Ten se pro mě stal již srdcovou záležitostí. Tím, že je festival pořádán jen studenty z neziskové organizace Studentská unie UTB, má každý rok šanci vést Majáles někdo jiný, to stejné platí pro tvorbu grafiky. To znamená, že každý rok vzniká nový originální design, který obnáší spoustu práce. Rozhodla jsem se tedy jako svoji bakalářskou práci vytvořit novou vizuální identitu pro ten „náš“ Majáles, jejíž součástí je i redesign loga, které je už několik let používáno a špatně se s ním pracuje.

V první části práce se zaměřuji na aspekty kulturních akcí, jejich rozdělení a význam, následně podrobněji rozebírám historii Majálesu a také jeho současnost. Dále se věnuji analýze vizuálních identit hudebních festivalů v Česku a na Slovensku, pro lepší pochopení specifik vizuální komunikace v rámci kulturních akcí, především hudebních festivalů. A blíže zkoumám vizuální identity studentských Majálesů, ale také těch komerčních.

Praktickou částí se zaměřuji na samotný proces tvorby nové vizuální identity Majálesu UTB. Popisuji tvorbu prvních návrhů a konečné podoby vizuální identity. Součástí této části a výsledkem mé bakalářské práce jsou konkrétní výstupy, jako je logo, 3D grafika a aplikace vizuální identity na různé platformy, včetně sociálních sítí, webu, tiskovin a merchandisu.

1 KULTURNÍ AKCE

1.1 Co je kulturní akce

Kulturní akce je událost nebo aktivita, která je organizována za účelem poskytnutí uměleckého, vzdělávacího, zábavního nebo osvětového obsahu pro veřejnost. Tyto akce mohou zahrnovat koncerty, divadelní představení, filmové projekce, výstavy, literární čtení, workshopy a festivaly. Cílem kulturních akcí je obvykle podpora a rozvoj umění a kultury, poskytnutí prostoru pro kulturní vyjádření, vzdělávání a zábavu, stejně jako podpora dialogu a porozumění mezi různými kulturami a komunitami. (Jenčková, 2019)

1.2 Dělení kulturních akcí

1.2.1 Food festivaly

Jedná se událost, která se zaměřuje na ochutnávku jídel a různých potravin. Food festivaly se často zaměřují na určitý typ jídla, kuchyně nebo potraviny. Narazíme tak na festivaly věnované pouze italské, francouzské nebo španělské kuchyni. Dále na food festivaly zaměřené jen na jednu konkrétní surovinu, obvykle se jedná o potravinu, která je zrovna v sezóně, jako je například kukuřice nebo česnek. Návštěvníci zde nemusí jen ochutnávat, často si mohou také koupit produkty k pozdější spotřebě. Součástí food festivalů mohou být i doprovodné programy ve formě vařících soutěží, demonstrací vaření, nebo soutěže o nejlepší jídlo nebo produkt festivalu.

Většina festivalů tohoto druhu se konají na otevřeném prostranství, ale mohou se konat i v uzavřených prostorech s dostatkem místa, jakými jsou například auly, kongresová centra nebo kulturní domy. Důležitým aspektem je hlavně dostatečný prostor pro stánky účastníků, ale také stoly, kde si návštěvníci mohou vychutnat zakoupená jídla a produkty.

Existuje i plno bizarních food festivalů. Jedním z příkladů je La Tomatina ve Španělsku. Jedná se o největší rajčatovou bitvu na světě, která se koná každý rok, poslední středu v srpnu. V Mexiku se koná vždy v období kolem Vánoc festival věnovaný ředkvím. Nejedná se však o pokrmy, nýbrž o vyřezávání z ředkví do čehokoliv vás jen napadne. Dalším podivným ne tak úplně food festivalem je již přes čtyřicet let stará tradice šampionátu ve střílení hrášku. Tato akce se už po mnoho let koná v anglickém Cambridgeshire a lidé si zde

vyrobí vlastní “pea Shooter” a tím pak střílí hrášek na terč podobný tomu na šipky. (Philpott, 2023)

Mezi nejoblíbenější druh food festivalu v České republice patří festival vín. Mezi festivaly, kterých se můžeme v roce 2024 zúčastnit jsou například 10. Slavnosti moravského uzeného a vína 2024 (Brno, 24.–25. února 2024), ČokoFestival 2024 (Litomyšl, 15.–17. března 2024) nebo Prague Ice Cream Festival 2024 a mnoho dalších.

1.2.2 Filmové festivaly

Filmové festivaly pořádají různé organizace, jako jsou univerzity, soukromé instituce, místní úřady, umělecká sdružení a filmové společnosti. Filmové festivaly nabízejí neznámým tvůrcům možnost prezentovat svá díla před živým publikem a nechat se kritizovat profesionálními kritiky. Filmaři, kteří své filmy přihlásí na festivaly, přitahují pozornost médií a agentů a v případě ocenění mohou získat vysoké finanční odměny.

Filmové festivaly se často zaměřují na určitý žánr, téma nebo národnost. Mohou se například specializovat pouze na komedie, židovské filmy nebo filmy natočené ženami. Některé festivaly se specializují na jeden žánr, například dokumentární film, nebo na jednu délku filmu, například krátký film. Většina festivalů přijímá přihlášky od všech filmařů bez ohledu na jejich předchozí zkušenosti nebo rozpočet.

Největšími filmovými festivaly na světě jsou například Seattle International Film Festival, který je považován za největší filmový festival ve Spojených státech a pravidelně promítá více než 400 filmů za měsíc po celém městě. Festivaly jako Sundance jsou považovány za přední světové festivaly nezávislých filmů a každý rok zde bývá promítáno více než 125 celovečerních filmů a asi 90 krátkých filmů. Dále mezi ně patří filmový festival v Cannes, Berlíně nebo Venezii. (Watson, © 2024)

1.2.3 Hudební festivaly



Obr. 1: Festival Pohoda (Augustini, 2019)

Hudební festivaly v podobě, ve jaké je známe dnes, existují teprve něco málo přes sto let. Avšak jakési podoby tohoto festivalu se pořádaly už dávno předtím a jejich historie zasahuje až do starověkého Řecka. Úplně první historicky zaznamenaný hudební festival se konal již v roce 582 př. n. l. Tehdy se konaly Pythijské hry, které byly oslavou zničení Pythie, věštící kněžky z delfské věštírny Apollóna.

Tyto hry byly jakousi podobou hudební soutěže. Trvaly šest až osm nocí a byla na ní představena třeba hymna Apollónovi, bohu umění a hudby, také tu proběhla vystoupení na aulos (řeckou rákosovou trubku) a kitharas (strunný nástroj). Vystupující měli dokonce i někoho jako dnešní producenty a organizátory, tehdy zvaní Theoroi.

Od svého prvního neoficiálního založení urazily hudební festivaly dlouhou cestu. Přitahují návštěvníky z celého světa a poskytují nezapomenutelnou hudební a kulturní zábavu. Teprve v 60. letech 20. století se ve světové historii začaly objevovat festivaly moderní populární hudby, jak je známe dnes. (Music Festival, 2023)

2 MAJÁLES

2.1 Tradice

Tradice tohoto svátku může sahát až do 15. století, doby rozmachu univerzit, kdy společnost začala tolerovat provokativní studentskou recesi. Název nejspíše vznikl připojením jakési latinské koncovky, napodobující českolatinské (makarónské) vyjadřování středověkých akademiků. Avšak těžko bychom v dobových pramenech hledali zmínku o pojmu majáles a zvycích tehdejších studentů. Tento pojem bychom bohužel nenašli ani ve středověké latině. Původ slova majáles je tedy mladší a nejspíše spojený s dobou 19. století, kdy se formovala moderní česká společnost.

Tradiční majáles kdysi byl a stále je oslavou vysokoškolských a středoškolských studentů konající se vždy začátkem jara, většinou okolo 1. května. Název jasně obsahuje slovo máj – období spojené s radostí, mládím, krásy a studentského života.

Majáles měl vždy několik specifík. První a hlavní byl průvod studentů městem. Studenti se často oblékli do recesistického oblečení na popud tehdejší doby. Další hlavní událostí této oslavy byla volba krále nebo královny majálesu. Posledním specifíkem bylo povolení studentům (a později také studentkám), v tento jeden den v roce bez trestně kritizovat a zesměšňovat spolužáky, a dokonce i učitele a vyjadřovat se k problémům tehdejší doby a jejich poměrům. (Svatoš, 2014)

2.2 Český Majáles jako politický nástroj

Historie Majálesu sahá do starověku, kdy byly tyto slavnosti spojeny s oslavami prvního května, které symbolizovaly příchod jara a oslavovali bohyni jara a plodnosti. Hlavní oslavy se tehdy konaly ve městě Ostie, které se nacházelo nedaleko Říma. To bylo na oslavu vyzdobeno vším, co jaro, byť jen trochu připomíná, tedy květinami, ovocem a podobně. Na takové oslavě nechybělo ani obětování zvířete bohyni.

Během první republiky se tradice majálesu moc nedodržovala. Avšak v období komunistického Československa se uskutečnil majáles vždy, když došlo k oslabení režimu. Na počátku 50. let, během silné cenzury, ho legálně nebylo možné uspořádat. Následně v období komunistického režimu ve východní Evropě byly tyto typy festivalů často potlačovány nebo přetvořeny na státem řízené oslavy. „V 50. a 60. letech byla tato tradice

využívána k politické propagandě a agitaci. Přesto si uchovávala opoziční a studentský ráz, oslavy se nesly ve společensko-kritickém duchu, byly nicméně bedlivě kontrolovány. Později byly oslavy režimem nahrazeny jarními studentskými slavnostmi v rámci Týdnů mládeže.“ (Majáles, © 2019-2024) Bylo vydáno mnoho příruček, brožur a časopisů, které měly za úkol nejen předkládat návrhy, jak by měl takový vzorový Majáles vypadat, ale zároveň vyzýval dělnickou mládež a pracující lid k aktivitě a podpoře socialismu. (Stará Šumava: O majálesu, 2022)



Obr. 2: Pohlednice Majáles 1946 (Muzeum paměti XX. století, 2022)

Obr. 3: Majáles 1968 (Reflex, 2021)

Díky neoblomnosti studentů a jejich silně opozičnímu smýšlení proti režimu, získal Majáles politický rozměr a stal prostorem pro vyjádření studentského aktivismu a protestů, ale hlavně symbolem svobody a demokracie. S pádem komunismu v roce 1989 se Majáles vrátil ke svým kořenům jako oslava svobody a mládeže.

Literárně zpracoval Majáles Alois Jirásek ve svém díle „Filosofská historie“, kde se studenti bouří proti zákazu Majálesu, který je jim vnucen autoritami. Tato slavnost se stává aktem rebelství a vyjádřením touhy po svobodě. Navzdory zákazu se však Majáles uskuteční, a to s velkým nadšením obyvatel města. Postavy románu, které se účastní Majálesu, čelí následkům za svůj čin, ale i tak Majáles symbolizuje ducha odporu a touhu po národní samostatnosti, které jsou pro Jirásku typické. (Svatoš, 2014)

V současnosti se z Majálesu stala spíše komerční zábava, kdy se pořádají velké koncerty v rámci stejnojmenných festivalů po celé republice a každoročně se konají na přelomu dubna a května.

2.3 Král Majálesu

Tradice volby Krále Majálesu, stejně jako samotný Majáles, má své kořeny v různých evropských zemích a sahá nejspíš až do starověku. Kandidáti se v dřívějších dobách hodnotili podle masky, alegorického vozu, samotné pověsti studenta i volebního proslovu. Tento král se stal po následující rok patronem všech studentů. V dnešní době je volba krále a královny Majálesu spíše zábavním prvkem doplňující samotný festival, kdy se zájemci o tento titul účastní několika soutěží a předvádí své dovednosti. (Stará Šumava: O majálesu, 2022)

V dobách komunistického režimu v Československu získal Majáles a volba Krále Majálesu další dimenzi. Stal se formou nenásilného odporu proti autoritářskému režimu, způsobem, jak vyjádřit touhu po svobodě, demokracii a svobodném projevu. Tato volba se také stala prostředkem, jak spojit studenty a intelektuály s širšími vrstvami společnosti.

Králem Majálesu byl v roce 1965 v Praze zvolen Allen Ginsberg, což bylo významným momentem, který ukázal, jak silně mohou kulturní a literární osobnosti ovlivnit politickou scénu. Jeho zvolení bylo vnímáno nejen jako oslava jeho literárního díla a osobnosti, ale také jako symbol odporu proti represivnímu režimu a touhy po svobodě.

Ginsberg, významná postava Beatnické generace a americký básník, se v roce 1965 ocitl v centru dění v Československu, které následně vyvrcholilo jeho vyhoštěním z této země. Tato událost znamenala významný okamžik nejen pro Ginsberga, ale také pro československý disent. (Svatoš, 2014)

Narodil se 3. června 1926 v Newarku, New Jersey. Stal se známým díky své básni Kvílení, vydané v roce 1956, která se stala manifestem protikulturního hnutí. Ginsberg byl již v té době mezinárodně uznávaným básníkem, jehož díla byla přeložena do mnoha jazyků, včetně češtiny. Jako otevřený homosexuál a zastánce svobodného projevu se často dostával do konfliktu s tehdejšími konzervativními normami. Jeho cesta do Československa byla součástí širšího putování po světě. Po příjezdu do Československa v dubnu 1965 se Ginsberg rychle zapojil do literárního a studentského života. Jeho radikální názory, otevřenost v otázkách sexuality a kritika autoritářských režimů rezonovaly s mnoha mladými lidmi, kteří toužili po svobodě. Jeho popularita dosáhla vrcholu v květnu 1965, kdy byl zvolen za

Krále Majálesu, symbolického krále jara a poezie, což bylo projevem studentského protestu proti komunistickému režimu. (Svatoš, 2014)



Obr. 4: Transparent (Reflex, 2021)



Obr. 5: Ginsberg králem Majálesu (Reflex, 2021)

„To, že bylo pro básníka zvolení důležité, potvrzuje třeba báseň „King of May“, kterou napsal hned v letadle na cestě z Československa. Popisuje v ní třeba stotisícový dav křičící jeho jméno nebo odpor ke komunistickému režimu. O tom svědčí hned první věta, která v překladu zní asi takto: „Komunisté nenabízí nic jiného než tlusté obrýlené tváře a policisty, kteří lžou.“ Sám Ginsberg báseň několikrát veřejně přečetl.“ (IRozhlas, 2020)

*„ (...) And I am the King of May, which is the power of sexual youth,
and I am the King of May, which is long hair of Adam and Beard of my own body,
and I am the King of May, which is Kral Majales in the Czechoslovakian tongue,
and I am the King of May, which is old Human poesy, and 100,000 people chose my name,
and I am the King of May, and in a few minutes, I will land at London Airport,
and I am the King of May, naturally, for I am of Slavic parentage and a Buddhist Jew who
worships the Sacred Heart of Christ the blue body of Krishna the straight back of Ram,
the beads of Chango the Nigerian singing Shiva Shiva in a manner which I have invented,
And I am the King of May that sleeps with teenagers laughing.
And I am the King of May, that I may be expelled from my Kingdom with Honor, (...)”
(Ginsberg, 1965)*

Nicméně, jeho otevřená homosexualita, protiválečné postoje a obhajoba svobodného projevu byly v přímém rozporu s politikou komunistického režimu. V květnu 1965, jen

několik dní po jeho zvolení byl Ginsberg zatčen a následně vyhoštěn z Československa. Tento krok byl široce kritizován jak v Československu, tak mezinárodně, a poukazoval na omezující povahu komunistického režimu.

Po svém návratu do Spojených států pokračoval Ginsberg ve své literární a aktivistické práci. Angažoval se v občanských a sociálních hnutích, včetně hnutí za občanská práva, protiválečných demonstrací a hnutí za práva gayů. Byl také zastáncem východních náboženství a meditací, což se odráželo v některých z jeho pozdějších prací. Ginsbergův vliv přetrvával až do jeho smrti v roce 1997. Jeho dílo a životní postoj ovlivnily několik generací spisovatelů, básníků a aktivistů. Bojoval za svobodu projevu, práva homosexuálů a proti válečným konfliktům, což zůstává inspirativní až do současnosti.

Zkušenost v Československu a jeho báseň „King of May“ jsou považovány za důležité dokumenty období studené války a kulturního boje za svobodu. Jeho působení v této zemi přispělo k posílení opozičního hnutí, které nakonec vedlo k pádu komunistického režimu v roce 1989.

Tradičně je Majáles oslavou mládí, kreativity a jarní obnovy, ale v určitých historických kontextech, jako bylo Československo v 60. letech, se může stát i významným politickým prohlášením. Po revoluci se konečně uskutečnil pravý Majáles podobný těm dnešním. Bývalý prezident České republiky Václav Klaus se právě tehdy stal králem Majálesu. (Svatoš, 2014)

2.4 Komerční a studentský Majáles

Hlavní rozdíly mezi komerčními Majálesy a studentskými Majálesy v České republice jsou obvykle v organizaci, obsahu, účelu a atmosféře.

Organizace:

- **Studentské Majálesy:** Tyto festivaly jsou tradičně organizovány studentskými organizacemi nebo univerzitami. Organizace je často dobrovolná a zahrnuje studenty, kteří plánují a provádějí celou událost.
- **Komerční Majálesy:** Tyto festivaly jsou organizovány komerčními subjekty, jako jsou eventové agentury nebo reklamní firmy. Cílem může být zisk nebo propagace

určité značky či produktu. Organizace je profesionálnější a často zahrnuje rozsáhlejší marketing.

Obsah a program:

- **Studentské Majálesy:** Program se často soustředí na aktivity spojené se studentským životem, jako jsou hudební vystoupení místních kapel. Může zahrnovat také tradiční prvky jako volbu krále Majálesu.
- **Komerční Majálesy:** Tyto festivaly mohou nabízet širší spektrum zábavy, včetně známých hudebních skupin, DJů a zvláštních hostů a kvalitnějších moderátorů.

Financování a ceny:

- **Studentské Majálesy:** Obvykle mají nižší vstupné nebo jsou dokonce zdarma, jelikož jsou často podporovány univerzitami nebo domluvenými sponzory.
- **Komerční Majálesy:** Mohou mít vyšší vstupné, jelikož jsou financovány především prostřednictvím prodeje vstupenek a sponzorstvím.

Největšími Majálesy se staly právě ty komerční, konané ve čtyřech městech: Praze, Brně, Ostravě a Hradci Králové. Tyto akce mají obrovské rozměry, včetně několika velkých pódíí, doprovodných programů během dne, desítek stánků s občerstvením, rozsáhlých prostranství a návštěvností okolo 15 000 lidí. Na druhé straně, studentské Majálesy jsou obvykle menší, přičemž nejznámější z nich je brněnský. Tento festival nabízí dvě velká pódia, známé a oblíbené interprety, a jeho návštěvnost mírně převyšuje ostatní studentské Majálesy. Mezi menší, ale ne méně kvalitní festivaly patří i Zlínský Majáles, který má jedno velké hlavní a jedno menší vedlejší pódium a přiláká přibližně 4000 návštěvníků. Jeho program zahrnuje doprovodné akce před a během hlavního dne, jako je například stopovací hra po významných místech Zlína, tradiční průvod nebo soutěž o krále a královnu.

V poslední době se však stává čím dál těžší uspořádat studentský Majáles, zejména z finančního hlediska. Kvůli světové ekonomické situaci rostou náklady na organizaci akcí a honoráře interpretů. Současně mají firmy omezené prostředky na sponzoring, na rozdíl od situace před několika lety. To vede k tomu, že studentské Majálesy jsou odkládány nebo dokonce rušeny, jak se stalo v případě libereckého Majálesu, který byl po finančně

neúspěšném ročníku zrušen. Je otázkou, zda v budoucnu nezůstanou pouze komerční Majálesy, zatímco menší studentské akce úplně zaniknou.

3 ANALÝZA VIZUÁLNÍ IDENTITY HUDEBNÍCH AKCÍ

3.1 Vizuální identita

Když se mluví o vizuální identitě, jedná se o kombinaci loga, písma, barev, fotografií a grafických elementů, které firma používá ve všech typech propagačních materiálů, ať už offline i online. Proto je vizuální identita klíčovým nástrojem online marketingu. Správně navržená identita je snadná na použití a opakovanou reprodukci a zároveň posiluje důvěryhodnost, sílu značky.

Dalším důležitým úkolem vizuální identity je zajištění rozpoznatelnosti. To je důvod, proč je tak důležité mít konzistentní grafickou linii, která jde ruku v ruce s celkovou komunikací značky. (Newark, 2007)

Prvky vizuální identity:

- **Logo:** To je základní vizuální symbol značky, který by měl být okamžitě rozpoznatelný a snadno zapamatovatelný.
- **Barvy:** Značky si pečlivě vybírají barvy, které odpovídají jejich osobnosti a hodnotám. Tyto barvy se pak objevují ve všech vizuálních materiálech značky.
- **Typografie:** Výběr písma podporuje vizuální konzistenci a pomáhá utvářet charakter komunikace značky.
- **Grafické prvky:** Další vizuální elementy jako ikony, ilustrace nebo vzory mohou přidat značce osobitý charakter a zvýšit její vizuální atraktivitu. (Slade-Brooking, 2016)

Proč je vizuální identita tak důležitá:

- **Rozpoznatelnost:** Jednotný a konzistentní vizuální styl pomáhá značce zůstat v paměti a být snadno identifikovatelná.
- **Emocionální spojení:** Vizuální prvky mohou vyvolávat emoce a podporovat pozitivní vztah mezi značkou a jejími zákazníky.

- **Unikátnost:** Unikátní vizuální identita pomáhá značce odlišit se od konkurence a zaujmout silnější pozici na trhu. (Ambrose a Harris, 2010)

Vizuální identita je zásadní pro efektivní komunikaci s cílovými skupinami. Proto by značky měly pečlivě spravovat svou vizuální identitu tak, aby odpovídala jejich strategickým cílům a hodnotám. Je potřeba dobře promyslet design a strategii komunikace tak, aby vše působilo jednotně a dávalo smysl ve všech formách. Když se to nepodaří, může komunikace působit chaoticky a u lidí to může vzbudit pochyby nebo nedůvěru k tomu, co jim říkáte. (Ambrose a Harris, 2010)

3.2 Vizuální identity českých a slovenských hudebních festivalů

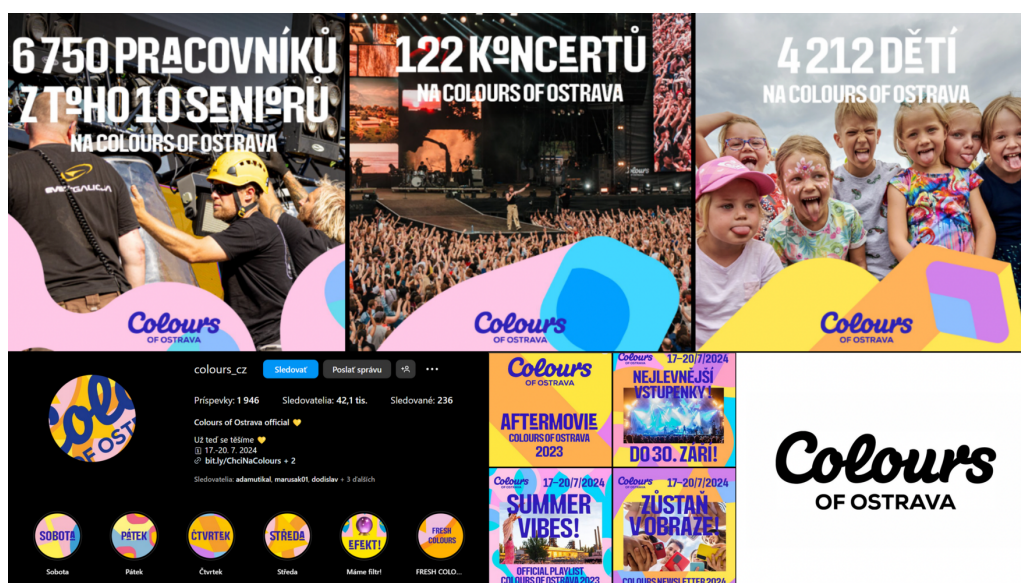
3.2.1 Colours of Ostrava

Colours of Ostrava je multižánrový hudební festival, který se každoročně koná v Ostravě, a to již od roku 2002. Předcházeli mu festivaly Rocková Dolní Lhota a Dolnolhotský buben. Od 80. let v Dolní Lhotě zazníval alternativní rock a reggae, ale po roce 1991 přišla pauza. V roce 1998 vznikl nový festival Dolnolhotský buben, zaměřený na etnickou hudbu s bubnovým akcentem. Po několika letech se Dolní Lhota stala malá a festival se přesunul do Ostravy, kde v roce 2002 vznikl Colours of Ostrava.

První ročník Colours of Ostrava se konal v centru města a přilákal 5000 návštěvníků. Festival se rozrostl a přesunul do oblasti Slezskoostravského hradu, kde návštěvnost překročila 10 tisíc. V roce 2006 se festival rozšířil na čtyři dny a lákal přes 16 tisíc lidí, v roce 2009 až 25 tisíc. Kvůli velké popularitě se od roku 2012 festival koná v industriálním areálu Dolní Vítkovice, kde se setkává přes 43 tisíc fanoušků a nabízí více než 350 programů na 20 scénách. Colours of Ostrava je jeden z nejvýznamnějších hudebních festivalů v Evropě. Festival nabízí bohatý program s mezinárodně známými umělci různých hudebních žánrů, včetně rocku, popu, elektroniky, world music a jazzu. Také nabízí bohatý doprovodný program, včetně divadla, workshopů, diskusí a filmů. Byl oceněn cenou Anděl a ALMA a získal mezinárodní uznání, včetně zařazení mezi nejlepší evropské festivaly. (Slezáková, 2018)

Jak už název Colours of Ostrava napovídá vizuální identita je založena na pestré barevnosti. Kdybychom se podívali na jeho vizuální styly v průběhu let, viděli bychom, že se obzvláště uchytila žlutá barva. Právě tato barva se objevuje i v minulém ročníku festivalu. Vizuál je

živý a barevný, s výraznými odstíny modré a žluté, které se střídají v abstraktních organických tvarech, vytvářejících dynamické pozadí. Tyto tvary jsou rozmístěny na růžovém pozadí, což působí hravým a kreativním dojmem. Použité písmo se k hravému vizuálu hodí. Vizuál na sebe svojí pestrostí přitahuje pozornost a zaujme. Avšak bohužel při více textu v menší velikosti pozadí s textem splývá do sebe a stává se tak méně čitelným.



Obr. 6: Vizuální styl Colours of Ostrava (Colours of Ostrava, 2023)

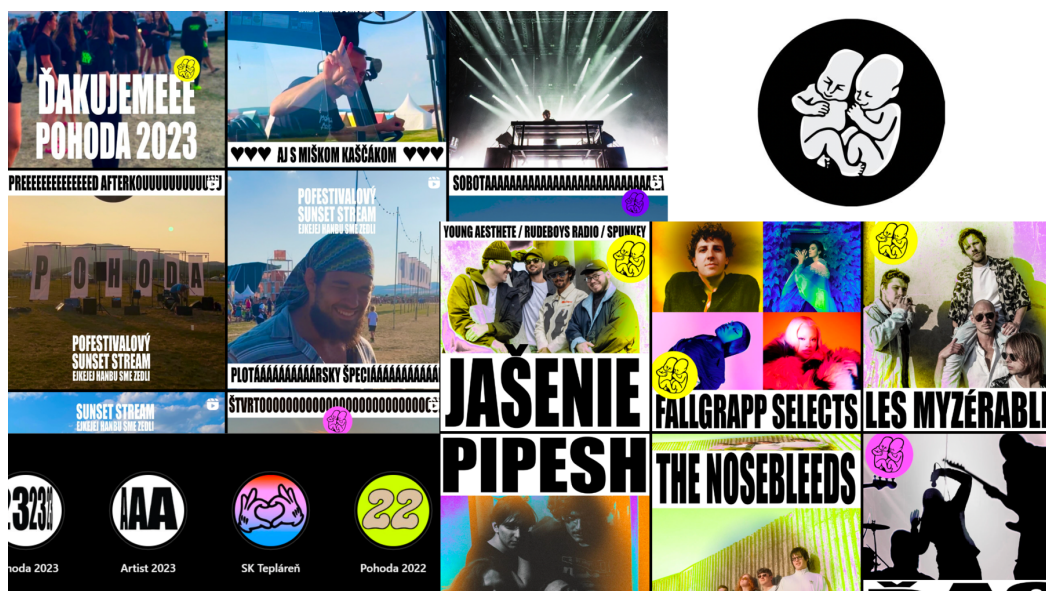
3.2.2 Pohoda

V roce 1997 byl na fotbalovém hřišti v lokalitě Sihot zahájen festival Královská pohoda, jehož zakladatelem je Michal Kaščák, významná postava slovenského hudebního průmyslu. Tento festival byl pořádán u příležitosti oslav 585. výročí, kdy Trenčín získal privilegia svobodného královského města, a přilákal čtyři domácí, tři české a jednu ruskou hudební skupinu před dvě tisícovky lidí. Inspiraci pro jeho pořádání čerpal zakladatel nejen z domácího festivalu Slovenské alternativní léto v Revúce, ale také z bohaté tradice českých hudebních festivalů. Sedm let po jeho založení se festival stěhoval z omezeného prostoru výstaviště na prostornější trenčínské letiště, kde se nadále každoročně odehrává. (Slezáková, 2018)

Návštěvníci zde mají k dispozici dvě venkovní pódia, dvě stanová městečka, otevřenou arénu a řadu krytých prostor pro různé taneční a kulturní aktivity, včetně workshopů, divadelních představení, literárních debat a diskusí. Za více než dvacet let své existence se Pohoda proměnila z regionálního festivalu v jednu z nejdůležitějších kulturních událostí na

slovenské scéně, nabízí široký žánrový rozsah od alternativy po elektroniku a je známá pro svou oslavu kulturní diverzity, svobody a tolerance.

Vizuál festivalu se velmi vyvinul od jeho založení. Prvních pár let byla místo srozumitelného pěkného designu jen směsice barev, písem a velikostí. V roce 2013 se vizuál změnil k nepoznání, celý se zklidnil, logo se zjednodušilo a zbyly jen dvě miminka a hlavní barevnosti jsou až do teď černá a bílá. Minulý rok byl vizuál postaven na výrazných titulcích tvořených z úzkého a vysokého písma. Jako doplněk celého vizuálu je samotné logo a skoro až neonové barvy zakomponované do fotografií. Je to velmi čistý a moderní design, který dobře funguje.



Obr. 7: Vizuální styl Pohoda festival (Pohoda Festival, 2023)

3.2.3 Uprising

Festival Uprising se stal pro Slovensko a sousední země nedílnou součástí léta. Od svého založení v roce 2008 se rozvinul v přední středoevropský reggae festival a zařadil se mezi čtyřicet nejlepších evropských festivalů, s rostoucím počtem fanoušků každým rokem.

Během dvou dnů nabízí na čtyřech hlavních pódii a několika dalších menších široký výběr žánrů od reggae, dancehallu, ska, latino, hip-hopu až po dub, dubstep, ragga-jungle a drum and bass. Festival Uprising však není jen o hudbě. Pro návštěvníky jsou připravené rozmanité a zajímavé doprovodné programy. Sportovní nadšenci se mohou těšit na různé sportovní turnaje. Místo také nabízí dancehall taneční workshopy, diskuse, přednášky,

stand-up komedie, kreativní workshopy a promítání krátkých filmů. Součástí jsou také výstavy street artu a nabídka exotické gastronomie. (Uprising, 2024)

Do minulého roku měl Uprising typický reggae vizuál s psychedelickým písmem i barvami, podobný těm ze 70. let. Nejnovější ročník je však nově redesignován. Poslední dva roky je vizuální identita Uprisingu v ilustrovaném stylu. V roce 2023 byly ilustrace minimalistické a hlavními prvky byly veselá ilustrovaná avokáda. Letos je grafika o dost živější, napodobuje street artový styl a ilustrace vystihují celkovou atmosféru festivalu.



Obr. 8: Uprising (Uprising,2024)

3.3 Majáles

Rozdíl mezi komerčním a studentským Majálem jsem tu již dlouze popisovala, avšak rozdíl není jen ve zmiňované organizaci, velikosti atd. Viditelný rozdíl je i v samotném vizuálu.

3.3.1 Komerční Majáles

Design komerčního Majálesu se vyznačuje minimalistickým a střídavým stylem, přičemž dominují odstíny modré barvy. Centrálním prvkem je kreativně ztvárněné písmeno "M", které připomíná tvar srdce a stalo se ikonickým symbolem festivalu, využívaným napříč různými marketingovými materiály, jako jsou fotografie, plakáty, bannery a další reklamní produkty. Tento symbol se již natolik vryl do povědomí veřejnosti, že není nutné neustále opakovat celý název události. V posledních letech bylo toto srdce doplněno o květiny, kterými se zdůraznila jarní tematika, kterou Majáles slaví. Letošní vizuál byl obohacen,

pravděpodobně pro zpestření, o rozseklé písmo, které přináší nový dynamický prvek do již zaběhlého designu, i když možná působí trochu nevhodně ke stávajícímu designu. Loni byl tímto prvkem rozmazání fotografií interpretů.



Obr. 9: Majáles (Majáles, 2024)

3.3.2 Studentský Majáles

Studentské Majálesy jsou ve vizuálu mnohem odvázanější, nebojí se hrát s barvami a vzory. Dobrým příkladem je Studentský Majáles Brno, jeho vizuální styl má mladistvou energii a živými barvami, které jsou typické pro studentské akce a festivaly. Hlavní logotyp má kontroverzní motiv – kopulace králíků – někteří si to vykládají jako skákající králík. Dodává to celému designu odvážný a neformální charakter. Barvy jsou výrazné a kontrastní, s použitím různých odstínů barev CMYK, těmi jsou růžová, žlutá a modrá, které jsou doplněny o prvky jako jsou hvězdy a další tvary.



Obr. 10: Studentský Majáles Brno (Studentský Majáles Brno, 2023)

Grafické prvky v rámci různých aplikací, jako jsou mapy areálů, počasí, reklamy na vystupující umělce a fotky z festivalu, ukazují na širokou škálu využití stylu, který je flexibilní a dobře se adaptuje na různé formáty. Celkově je tento vizuální styl veselý a oslovující, což odráží cíl festivalu být přitažlivý a zábavný pro studenty.



Obr. 11: Logo 1, Studentský Majáles Brno (Studentský Majáles Brno, 2023)



Obr. 12: Logo 2, Studentský Majáles Brno (Studentský Majáles Brno, 2023)

3.3.3 Majáles UTB Zlín

„Majáles UTB je největší hudební akcí ve Zlínském kraji pořádanou výhradně studenty Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Festival je výjimečný hlavně tím, že je vstup zcela zdarma, což mu každoročně zajišťuje velmi vysokou návštěvnost.“ (Živý Zlín, 2024)

Letošní ročník open air festivalu Majáles UTB nabídl bohatý hudební program a širokou nabídku zábavy pro všechny účastníky. Na dvou stagích se představilo osm skvělých interpretů, mezi nimiž nechyběli rapper Rest, DJ Wich, hudební duo DJ NobodyListen se zpěvačkou Annet X, slovenská pop-rocková kapela Zoči Voči, skupina Hospodský bordel a mnoho dalších.

Kromě hudebních vystoupení si návštěvníci mohli užít pestrou food zónu s různorodým výběrem jídel, vynikající pivo, relaxační chill out zónu a také vítěze celostátní soutěže Uni Band Contest a další doprovodné programy. Pro děti byl připraven skákací hrad a tradiční soutěž o titul Krále a Královny Majálesu UTB. Novinkou tohoto ročníku byla také soutěž pro studenty zlínských středních škol, kteří se utkali o tituly Prince a Princezny Majálesu.

Majáles má ve Zlíně dlouholetou historii. Od roku 2012 je pořádán pod záštitou Univerzity Tomáše Bati. Po dvou letech, 2014, byl předán do rukou Studentské unie UTB, která zůstává pořadatelem dodnes. Podařilo se mi z archivu Studentské unie sesbírat vizuální identity jednotlivých ročníků.



Obr. 13: Majáles Zlín 2012 (Studentská unie, 2012)

Obr. 14: Majáles Zlín 2013 (Studentská unie, 2013)

V roce 2012 je vizuál barevný a kýčovitý. Další ročník se vydal cestou milé a vtipné ilustrace. Odvíjí se od loga, které rozdělili na slova Máj a les.



Obr. 15: Majáles UTB 2014 (Studentská unie, 2014)

Nové vedení studenty ze Studentské unie se podepsalo i na vizuální stránce Majálesu. Celý festival je komunikován několika plakáty se slogany „Bude to zadarmo“, „Budeme tančit“ a plno dalších, jako hlavní prvek komunikace.



Obr. 16: Majáles UTB 2015 (Studentská unie, 2015)

Obr. 17: Majáles UTB 2016 (Studentská unie, 2016)

Obr. 18: Majáles UTB 2017 (Studentská unie, 2017)

Obr. 19: Majáles UTB 2018 (Studentská unie, 2018)

V roce 2016 bylo vytvořeno nové logo, které se používalo několik následujících let. Bohužel se mi nepodařilo vypátrat, kdo je autorem.



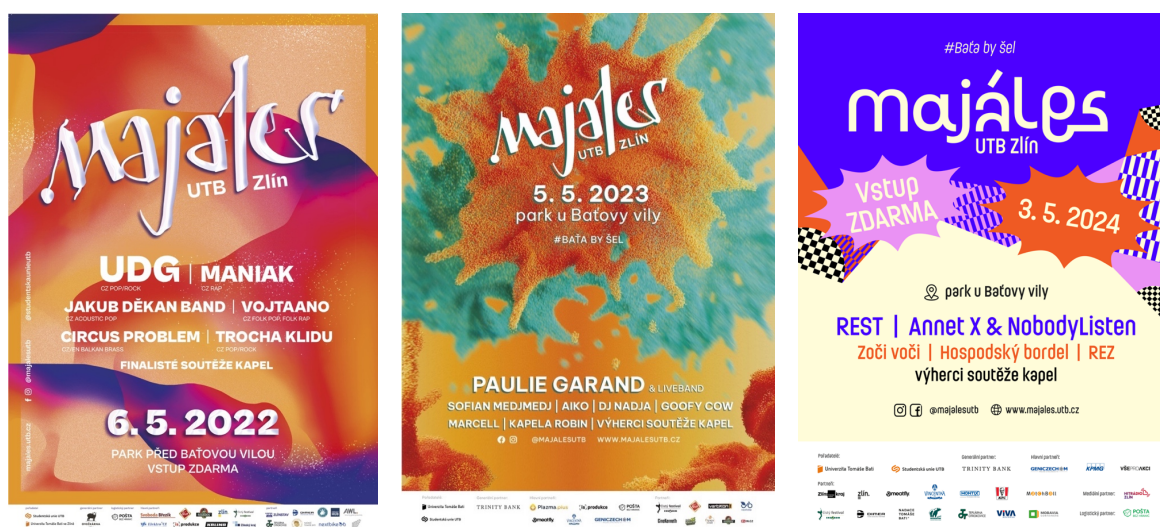
Obr. 20: Majáles UTB 2019 (Studentská unie, 2019)

Obr. 21: Majáles UTB 2020 (Studentská unie, 2020)



Obr. 22: Majáles UTB 2021 (Studentská unie, 2021)

Navzdory pandemii covid-19 vznikly vizuální identity Majálesu po rok 2020 a následně i 2021, kdy byl festival využit alespoň jako prostředek pro dobrou věc. „Nejdu na Majáles, sázím les“ se stalo sloganem Majálesu UTB 2021. Lidé mohli poslat peníze, za které byly následně vysázeny stromy.



Obr. 23: Majáles UTB 2022 (Studentská unie, 2022)

Obr. 24: Majáles UTB 2023 (Studentská unie, 2023)

Obr. 25: Majáles UTB 2024 (Studentská unie, 2024)

Letošní rok jsem měla možnost navrhnout novou vizuální identitu a rozhodly se s manažerkami změnit logo. Vizuál však poté předala a vytvořila pro svoji bakalářskou práci novou.

4 PROCES TVORBY

4.1 Výběr tématu

Při výběru tématu na bakalářskou práci jsem pořád měla v hlavě, že chci dělat něco, co mě bude bavit a Majáles UTB se pro mě za celou dobu studia ve Zlíně stal již srdcovou záležitostí. Jak jsem již v úvodu zmiňovala, tak na organizaci a chystání grafiky Majálesu UTB se účastním již třetím rokem, avšak nikdy jsem neměla možnost si navrhnout celý vizuál od základu. Bylo pro mě proto velkou ctí, když jsem letos dostala od manažerek Majálesu nabídku navrhnout vizuální identitu podle svých představ. Hned od začátku jsem věděla, že bude těžké skloubit časový harmonogram tvorby bakalářky a Majálesu.

Chystání samotného festivalu začíná již někdy začátkem října a první oznamovací příspěvek na sociálních sítích se sdílí již na konci ledna. Vizuální identita by měla být tedy v tomto termínu zcela dokončená a připravená pro snadné chystání dalších výstupů. Avšak v zimním semestru (září až leden) máme spoustu školních povinností a na konci ledna je nutné odevzdat minimálně 80 % procent napsané teoretické části bakalářky. Tudíž není mnoho času na navrhnutí a zdokonalení nového návrhu.

Stihla jsem do ledna nachystat jednu verzi vizuální identity, avšak nebyla v takovém stavu, abych ji mohla prezentovat jako výsledek mé bakalářské práce. Odešla jsem tedy kvůli tomu z týmu Majálesu a přenechala grafiku někomu jinému.

Chtěla jsem tento rozpracovaný vizuál dokončit, avšak postupem času se mi vizuál přestal líbit, a tak jsem se rozhodla zvolit zcela jiný přístup. Tento design se tedy použije pro Majáles UTB v roce 2025.

4.2 Rešerše

Před začátkem mé práce jsem si dělala průzkum různých festivalů, ať už hudebních, tak i ostatních druhů. Zjistila jsem, že hudební festivaly jsou na tom docela špatně, co se vizuální stránky týče. Většina světově známých festivalů má velmi staromódní a nezajímavý design, který vypadá všude stejně. U nás v České republice a na Slovensku je však několik festivalů, kteří se o svůj design starají. Jedná se například o již dříve zmiňovaný slovenský festival Pohoda se svým moderním designem. Troufám si však říct, že náš zlínský Majáles a jeho vizuální identita se řadí se svým designem mezi ty kvalitně zpracované. Bude to hlavně díky

tomu, že se designu ujali studenti grafického a digitálního designu na UTB. Díky této rešerši designů, jsem si udělala představu o tom, jak by vizuální identita hudebního festivalu měla a také neměla vypadat.



Obr. 26: Pinterest (Pinterest, 2023)

Obr. 27: Pinterest (Pinterest, 2023)

Obr. 28: Pinterest (Pinterest, 2023)

Další částí mé rešerše byly trendy v grafickém designu. Nechtěla jsem dělat nic podobného již existujícím vizuálům hudebních festivalů, proto jsem potřebovala inspiraci, jak by se to dalo uchopit. Všimla jsem si, že 3D grafika je v poslední době velmi oblíbená, obzvláště efekt nafouknutí objektů a písma. Zkoumala jsem potom i další trendy a styly, od kterých bych se mohla odpíchnout, avšak nakonec jsem se rozhodla pro zakomponování nějakých 3D prvků do svého vizuálu.

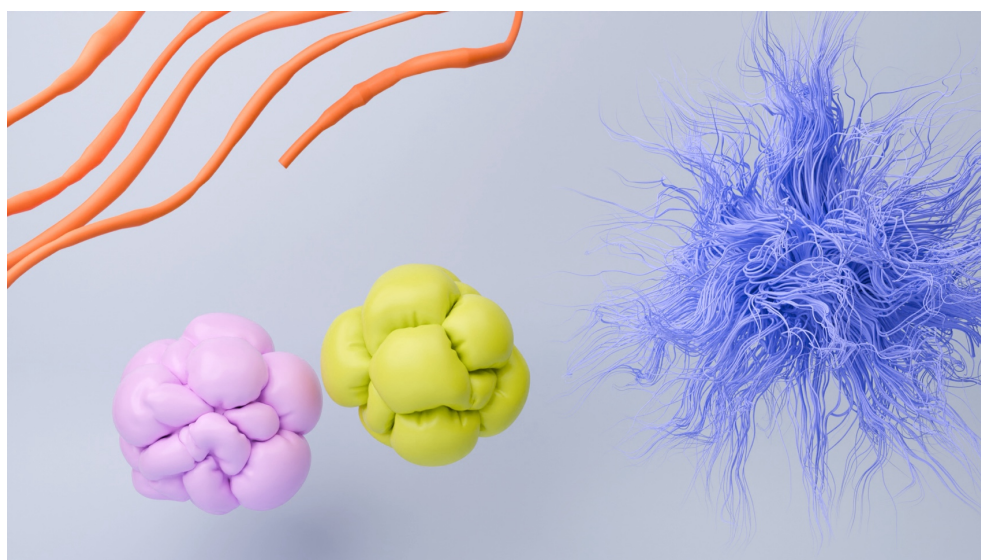
4.3 První návrhy

Díky psaní teoretické části jsem zjistila, že se starší Majálesy hodně opíraly o téma jara a Máje. Chtěla jsem tedy přetransformovat jaro, květiny a hudbu do 3D abstraktních organických tvarů, které by se staly hlavními prvky celkového designu. Chtěla jsem, aby se následně proplétaly přes všechny instagramové příspěvky, abych vytvořila jakýsi vzor, který na sebe navazuje.



Obr. 29: Skici

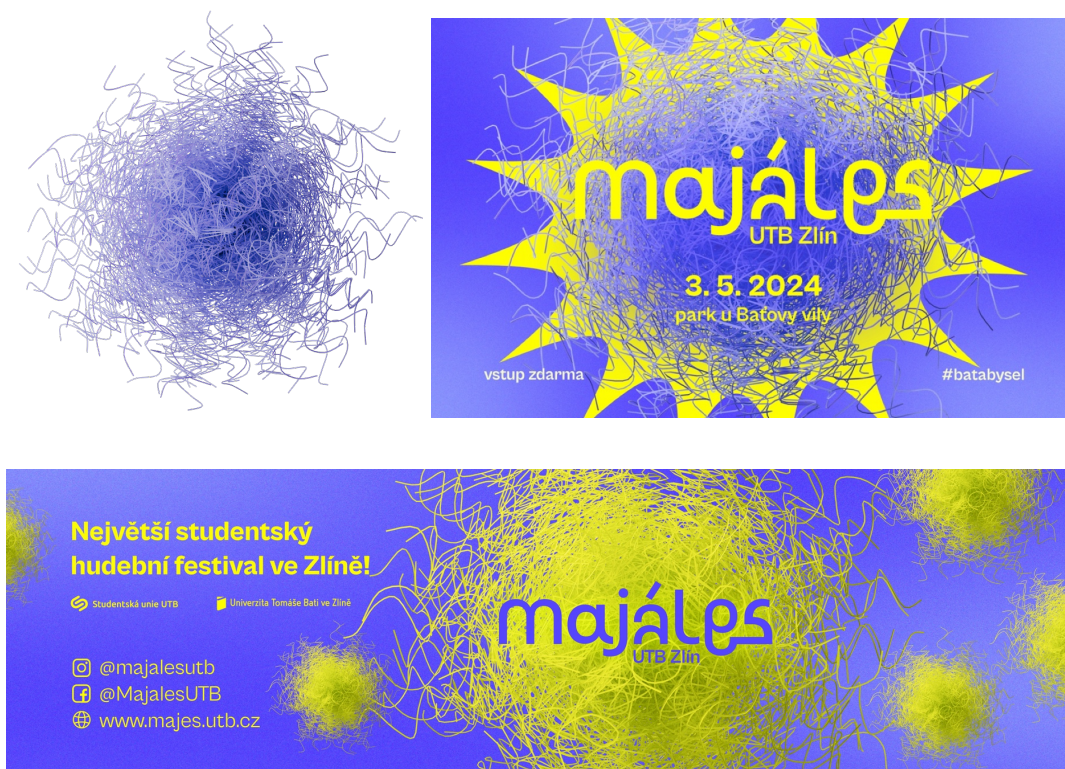
Někdy začátkem roku 2024 jsem se začala učit v programu Blender, abych mohla svoje návrhy převést do 3D. Poté, co jsem už ovládla nějaké základní funkce blenderu, jsem začala zkoušet podle tutoriálů tvořit různé objekty, které se podobaly tomu, co jsem měla v plánu. Šlo to docela dobře, avšak potom jsem zjistila, že mé dovednosti rozhodně nejsou na takové úrovni abych zvládla vymodelovat to, co jsem si vymyslela. Musela jsem tedy celý návrh překopat a zjednodušit. Z několika prvků, jsem si nechala jen tyto čtyři objekty: chlupatá kulička, čaj a dva tvary připomínající žvýkačku, díky již zmiňovanému efektu nafouknutí.



Obr. 30: Pokusy v Blenderu

Tady v tomto bodě jsem se zasekla na dlouhou dobu. Dohromady to moc nefungovalo a nevěděla jsem co s tím dál. Zúžila jsem typy stylů jen na ten chlupatý. Chlupy jsem následně chtěla aplikovat na další tvary. Tam ale nefungovala jejich délka.

Nechtělo se mi vzdát toho rozevlátého efektu, který se mi hodil k festivalové uvolněnosti. Proto jsem zkusila chlupy více zakroutit a udělat z toho takový chuchvalec. Sám o sobě tento objekt, ale nebyl úplně funkční. Zkusila jsem variantu, kdy jsem ho spojila s vektorovým tvarem. Byl výraznější, ale bohužel to ve větším množství a v kombinaci s dalšími objekty to moc nefungovalo. Spojila jsem moc stylů dohromady a design potom nepůsobil kompaktně.



Obr. 31: Pokusy s 3D objekty

5 NOVÁ VIZUÁLNÍ IDENTITA

5.1 3D objekty

Po všech verzích a několika konzultacích nejen s vedoucím práce, jsem dospěla k řešení, jak sjednotit celkový design. V první řadě jsem odstranila vektorový tvar. V Blenderu, pomocí geometry nodes, jsem vytvořila systém, jak jednoduše aplikovat chlupy na jakýkoliv objekt, který budu potřebovat. Díky němu jsem umírnila kudrnacení na minimum a zkrátila chlupy. Vznikly tak objekty, které působí skoro jako plyšová hračka.

Prvním objektem byla zmiňovaná kulička, já ale chtěla mít více těch objektů, aby byl design zajímavější a hravější. Vymodelovala jsem dohromady 10 objektů: 3x kulička, 2x koruna, 1x otazník, 1x květina, 1x srdce, 1x lahev, 1x sluchátka.



Obr. 32: 3D objekty

Původně jsem plánovala vytvořit celou vizuální identitu přímo v Blenderu. Nicméně při přípravě podkladů, aby byly použitelné i pro další ročníky, jsem se rozhodla vyrenderovat objekty jako PNG a zbytek tvořit v programech od Adobe nebo Figma.

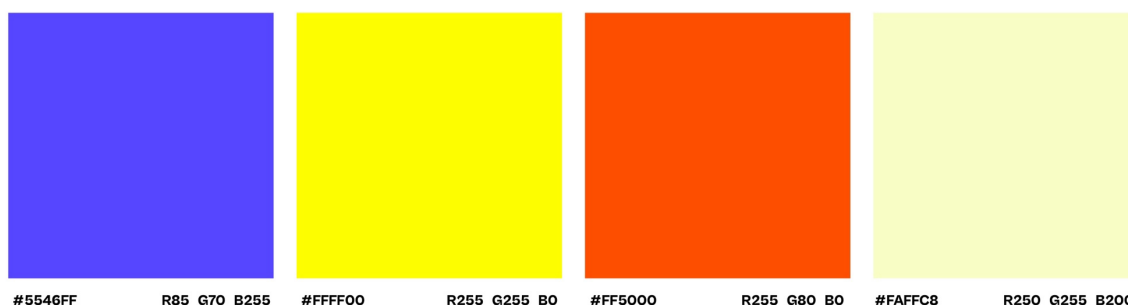
Celou kompozici jsem postavila na poletujících chlupatých objektech. Pro zdůraznění hloubky jsem některé objekty rozmazala a zmenšila, aby vypadaly vzdálenější než ty ostré a větší v popředí. Tento efekt jsem podpořila nasvícením z různých úhlů. Tuto kompozici pak používám na všech výstupech.



Obr. 33: Kompozice

5.2 Barevnost

Původně jsem uvažovala o použití jemných pastelových barev, ale nakonec jsem si vybrala syté barvy: fialovou, červenou a žlutou. Tyto výrazné barvy dobře fungují ve vzájemné kombinaci a jsou za mě dobrou volbou pro design jarního studentského Majálesu. Pro pozadí designu jsem se rozhodla vytvořit gradienty s těmito barvami, které ladí s nasvícením 3D objektů.



Obr. 34: Barevnost

Vybrané barvy používám v různých kombinacích jak v hlavním vizuálu, kde se objevují všechny tři dohromady, tak i v dalších výstupech, kde jsou aplikovány v různých variacích. Každý program má svou specifickou barevnou variaci. Například pro Krále a Královnu je to červené pozadí s fialovými prvky, pro VIP Silent disco žluté pozadí s fialovými doplňky a pro Prvomájový průvod fialové pozadí s červenými prvky.

5.3 Logo

Původní logo Majálesu už se používá několik let a grafikům se s ním špatně následně pracuje. Proto jsem se rozhodla, že součástí mé vizuální identity bude i redesign loga.

První návrhy byly docela obyčejné, zkoušela jsem různé fonty a verze. Po několika pokusech jsem se rozhodla, že nové logo by mělo být veselé a zajímavé, vystihující atmosféru studentského hudebního festivalu. Narazila jsem na experimentální font Nieuk od polské písmolijny Laic. Písmo se skládá ze tří sad znaků, které se při psaní prolínají. Z tohoto fontu jsem seskládala nové logo, které bylo nově použito pro Majáles UTB 2024. Při pozdějších konzultacích jsme však narazili na problém přílišné skákavosti a odlišnosti jednotlivých písmen v názvu.



Obr. 35: První logo



Obr. 36: Pokusy s logem

V důsledku toho jsem logo předělala. Všechny písmena jsem modifikovala a sjednotila její. Po několika desítkách pokusů, kdy jsem o milimetry posouvala, prodlužovala ohýbala atd. každé písmenko, vzniklo zcela nové logo, kdy jsem propojila původní logo s prvky znaků z fontu Cabinet grotesk, který používám ve vizuálu.

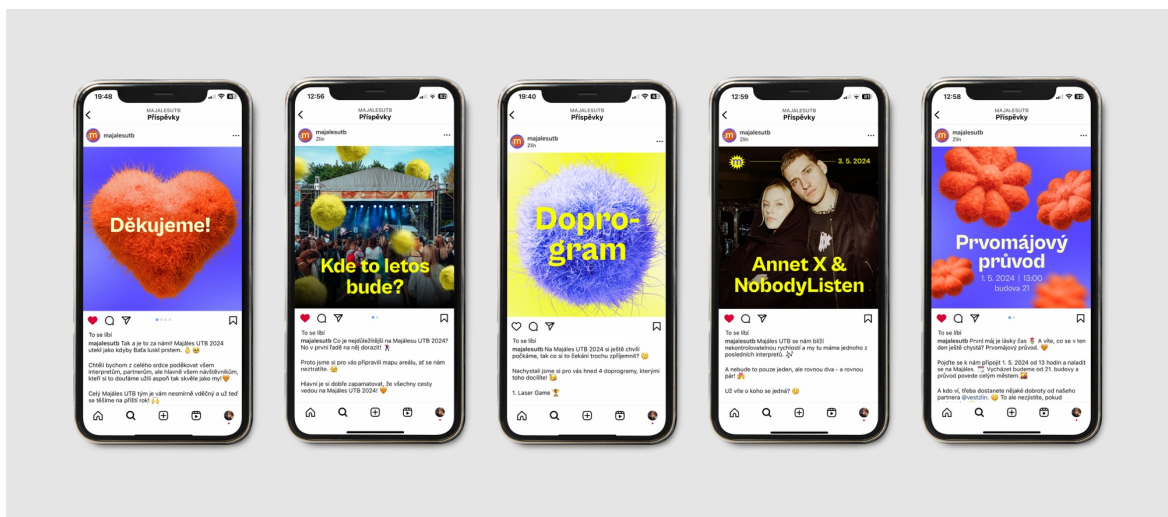
*Obr. 37: Finální logo*

Sjednocujícím prvkem finálního loga jsou zakroucené části znaků. Písmeno „m“ poté využívám i jako samostatný symbol.

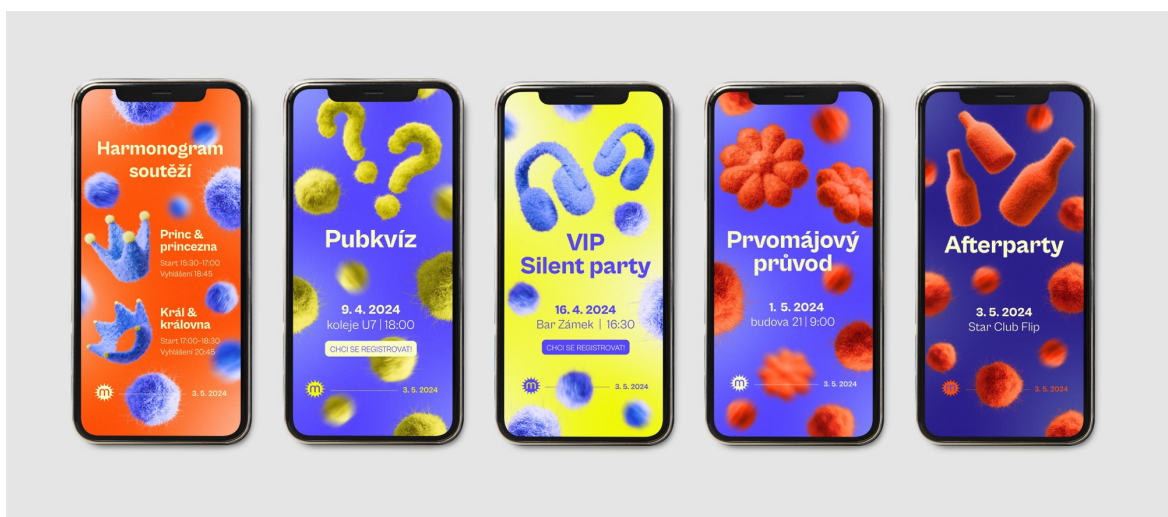
5.4 Sociální sítě

Sociální platformy, zejména Instagram, jsou ideální nástroj pro propagaci festivalů. Díky rozsáhlé uživatelské základně je dosažení širokého publika snadné. Pravidelná publikace příspěvků, příběhů a videí udržuje zájem a buduje očekávání.

Klíčový je vizuálně atraktivní obsah s jasnou strukturou. Během propagačního období se sdílí různé typy příspěvků, včetně informačních, fotografických, programových, s oznámením interpretů, videí a příběhů. Vzhledem k této rozmanitosti je důležité vytvořit promyšlený systém vizuální identity, která bude fungovat v rámci celkového obsahu. Každý typ příspěvku má proto svůj specifický vzhled a dohromady tvoří jednotný celek.



Obr. 38: Instagramové příspěvky

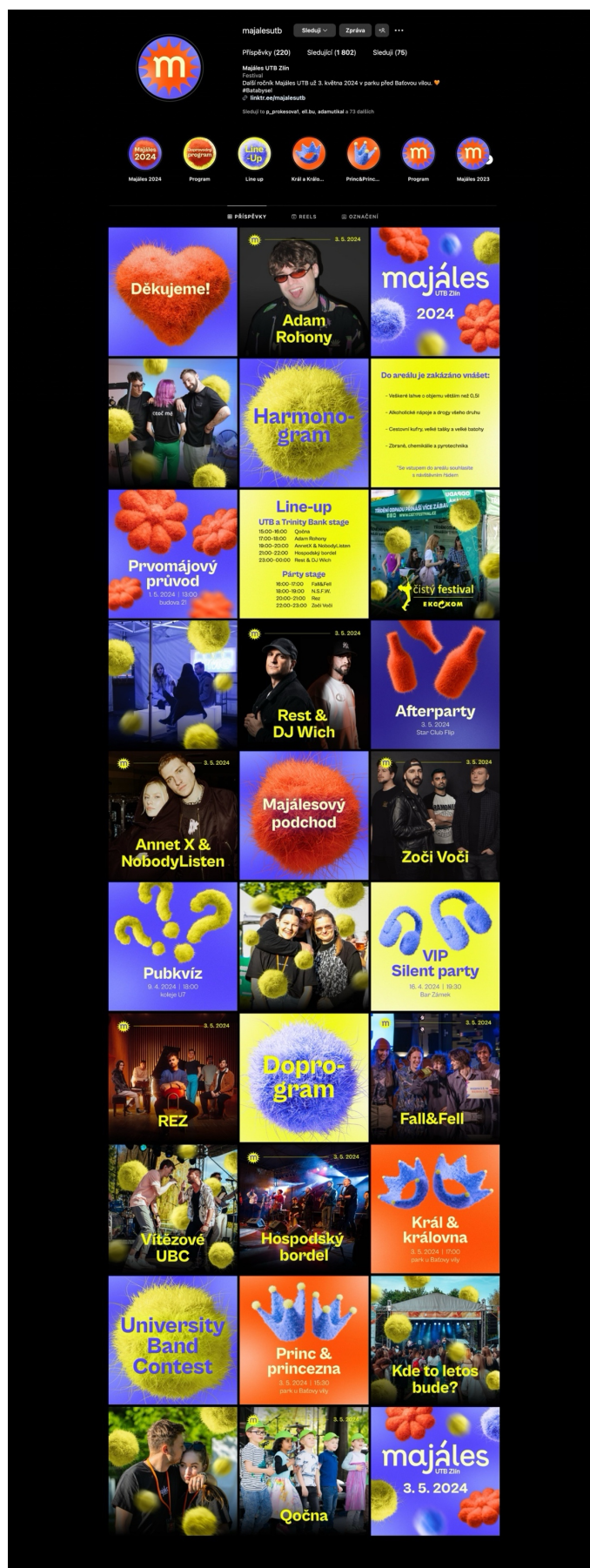


Obr. 39: Instagramové příběhy

Systém designu na sociálních sítích:

- **Interpret:** Fotka přes celý formát, dole se nachází název interpreta a v horní části je symbol a datum konání Majálesu UTB.
- **Informační grafika:** Gradient jako pozadí, velká kulička jiné barvy a na ní text, čeho se tento příspěvek týká. Například „harmonogram“. Potom je ještě jedna verze, kdy je potřeba sdělit velmi důležité informace, a proto je příspěvek jen s textem.

- **Pouze fotografie:** Když se stane, že má být příspěvek jen fotografie bez textu, přidám do ní alespoň žluté kuličky a následně to vypadá jako by v té fotografii poletovaly.
- **Příspěvek doprovodného programu:** Příspěvky s informacemi k jednomu z doprovodných programů jsou velmi jednoduché. Ve spodní části je jeho název a nad ním 3D objekt, který k danému doprovodnému programu patří.
- **Majáles UTB 2024:** Na začátku a konci období propagace se sdílí příspěvky o oznámení akce a ohlédnutí za akcí. V tomto případě je příspěvek v celkovém vizuálu Majálesu, tzn. Fialové pozadí, logo a tři barvy kuliček.
- **Příběh:** Pro příběhy neboli „stories“ jsou přichystány univerzální barevná pozadí, na které si následně marketáči píšou informace již přímo v Instagramu. Šetří to práci grafikovi. Avšak pokud se jedná o nějaký důležitější příběh, přichystá ho grafik naprosto celé sám.

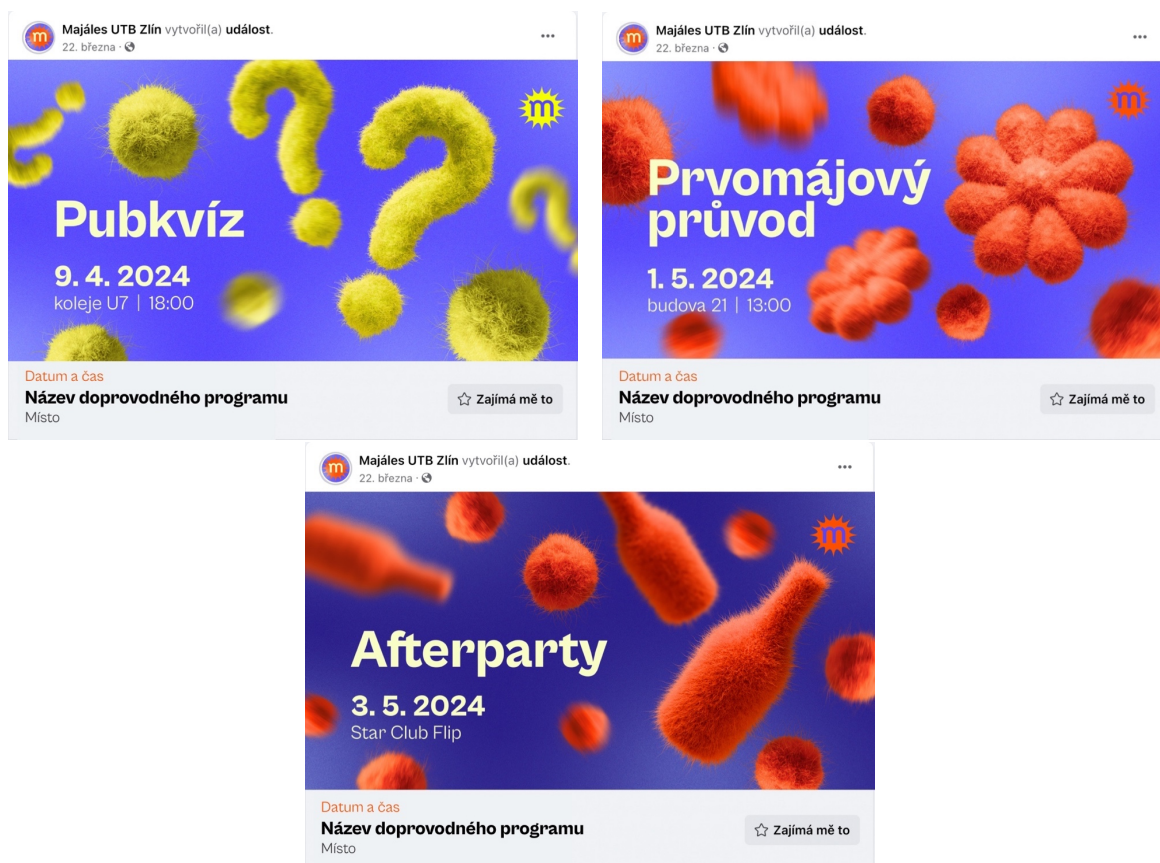


Obr. 40: Instagram Majálesu UTB

I když už Facebook není přední platformou, stále je nejvhodnější pro sdílení a rozšíření povědomí o akci. Proto je velkou součástí tvorby na sociální síť design úvodní fotky události. Majáles UTB má každoročně hned několik doprovodných programů, pro které jsem vytvořila design. Dále je důležité každý rok aktualizovat profilový obrázek a úvodní fotku přímo facebookové stránky Majálesu UTB.

- **Události na Facebooku:** Každé události jsem přiřadila určitou kombinaci barev a příslušný 3D objekt, jak jsem zmiňovala v bodě o barevnosti a 3D objektech. Na tyto události se dávají pouze ty nejdůležitější informace, protože zbytek si člověk přečte v popisku.





Obr. 41: Události na Facebooku

5.5 Web

Webové stránky hudebních festivalů a Majálesů jsou důležité pro komunikaci s návštěvníky, propagaci akce a poskytování všech potřebných informací. Najdete tam hlavně detailní programy, informace o vstupenkách, pokyny ohledně dopravy a sekce s novinkami. Samozřejmě pro ještě lepší komunikaci mezi festivalem a návštěvníkem, je vždy web propojen s ostatními sociálními sítěmi.

Weby studentských Majálesů bývají často vizuálně hravější než weby komerčních hudebních festivalů. Kromě hudebních vystoupení tam najdete informace o studentských soutěžích, průvodech a dalších typických aktivitách. Nechybí ani sekce o spolupráci s univerzitami a studentskými organizacemi, včetně seznamu partnerů a sponzorů. Celkově tyto weby slouží jako komplexní zdroj informací.

Nastavila jsem základní design pro každou stránku webu a ten potom dle tématu stránky a potřeby uzpůsobovala.

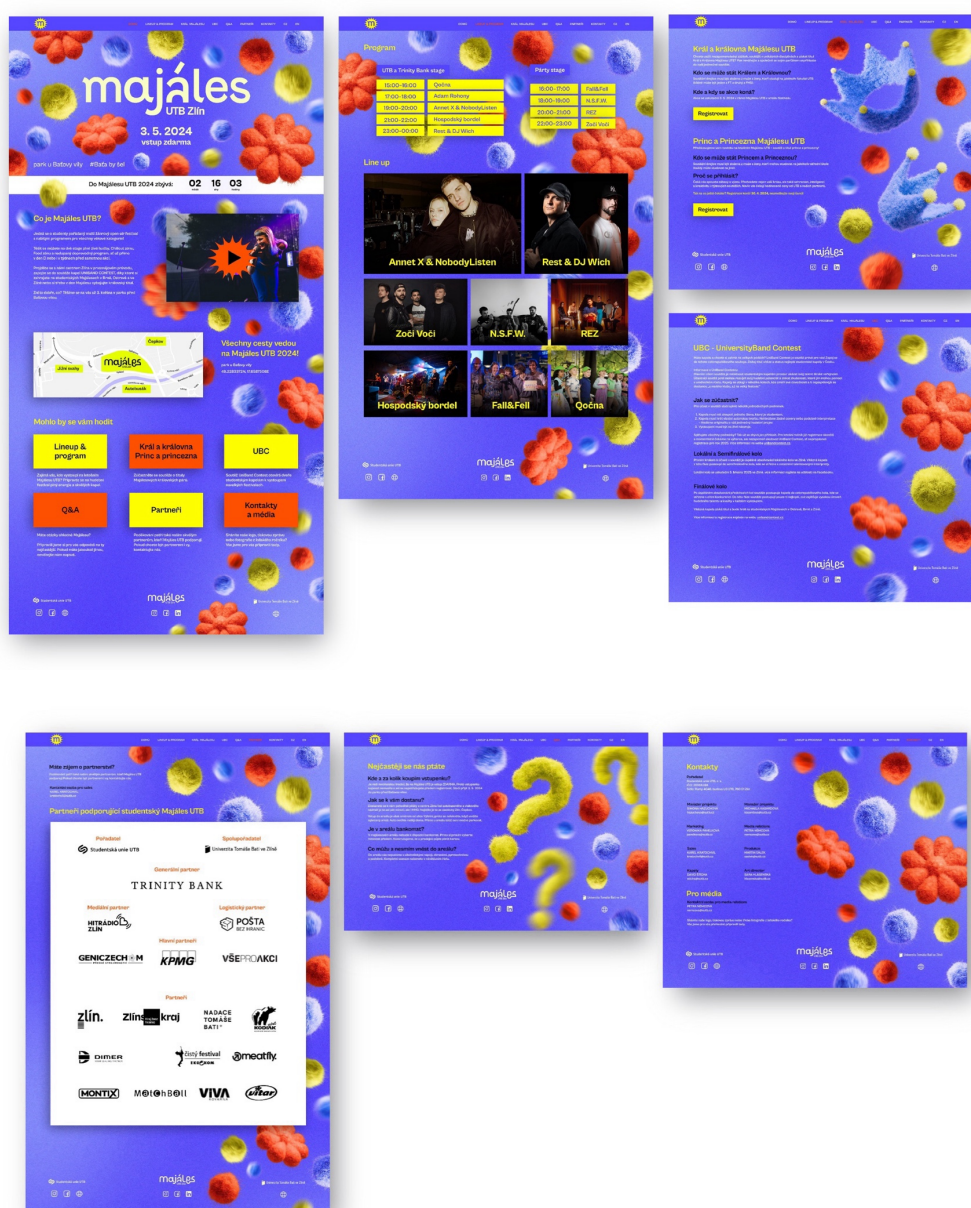


Obr. 42: Web

Design webu Majálesu UTB, který je rozdělen na 7 stránek:

- **Domovská stránka:** Tzv. homepage jsem samozřejmě udělala v hlavním stylu vizuálu – fialové pozadí a tři barevné kuličky a květiny. Na této stránce návštěvník nalezne především datum a místo konání akce, základní informace, co je Majáles UTB, video z minulého roku, ale také odpočet, kolik zbývá do Majálesu a rozcestník s popisky, co člověk najde pod každou další stránkou webu.
- **Line-up:** Stránka s harmonogramem hudebních vystoupení a představení samotných interpretů, kteří na Majálesu UTB vystoupí.
- **Král a královna:** Zde návštěvník webu najde informace o soutěžích Král a královna a Princ a princezna. Pro design této stránky jsem zase využila mnou přidělené 3D objekty korunek.
- **UniBand Contest:** UniBand Contest je hudební soutěž pro studentské kapely v Česku. Probíhá v několika kolech s hodnocením poroty a hlasováním publika, přičemž finále se koná na významné akci, jako je Majáles. Stránka má základní design a potřebné informace.

- **Q&A:** Stránka „Questions and Answers“ (česky „Otázky a odpovědi“) zodpovídá nejčastěji kladené dotazy. Tematicky se mi sem hodil můj 3D otazník, takže jsem si ho vypůjčila z designu Pubkvízu.
- **Partneři:** Bez partnerů by žádný Majáles UTB nebyl, proto si zaslouží samostatnou stránku se všemi jejich logy.
- **Kontakty a média:** No a poslední stránkou jsou klasické kontakty. Najdete tady kontakty na hlavní manažerky akce, manažery kapel, artdirectora atd.



Obr. 43: Webové stránky

5.6 Tiskoviny

Tiskoviny jsou klíčovou součástí propagace a organizace Majálesů a hudebních festivalů. Pomáhají komunikovat důležité informace, vytvářejí vizuální identitu akce a zajišťují, že návštěvníci mají všechny potřebné detaily po ruce. Celkově jsou tiskoviny nezbytné pro úspěšnou propagaci, organizaci a prezentaci hudebních festivalů a Majálesů.

Propagační plakáty s hlavními informacemi o festivalu, jako jsou datum, místo konání, hlavní účinkující a sponzoři, jsou umísťovány na veřejných místech, univerzitách a v místních podnicích. Informační letáky, distribuované na veřejných místech a v rámci kampaní, obsahují základní informace o festivalu. Programové letáky pak nabízejí detailní rozpisy programu, včetně časů a míst jednotlivých vystoupení, workshopů a dalších aktivit.



Obr. 44: Plakáty



Obr. 45: Letáčky

V případě větších hudebních festivalů, než je studentský Majáles, mohou být vstupenky a pásky na ruku rozlišeny na obvyčejné vstupy, VIP, interprety, partnery nebo hosty. Další možností, jak rozlišovat tyto sekce mohou být visačky s označením. Dalšími důležitými tiskovinami jsou mapy areálu, které pomáhají návštěvníkům snadno se orientovat, a navigační značky a cedule, které udržují pořádek a plynulost pohybu v areálu.



Obr. 46: Visačky



Obr. 47: Id páska

Reklamní materiály zahrnující loga a informace o partnerech a sponzorech jsou umístěny na viditelných místech v areálu a na dalších tiskovinách. Já jsem se ve svých návrzích logům partnerů vyhýbala, protože každá značka má svá pravidla, která mohou výrazně zasahovat do navrženého vizuálu a tím tak narušit jeho vzhled. Vytvořila jsem však dvě verze bannerů,

jednu takovou, jaká by byla za mě graficky nejpřijatelnější a jednu kde se držím pravidel logomanuálů značek a podle toho zasahuji do svého designu.



Obr. 48: Bannery na hlavní stage



Obr. 49: Bannery s logy partnerů

Všechny výstupy jsem dělala podle reálné tabulky se zadáními grafiky na Majáles UTB 2024. Vybrala jsem si z ní nejrelevantnější věci a ty pak vytvořila v tomto vizuálu.



Obr. 50: Citylight plakát



Obr. 51: Banner na výšku

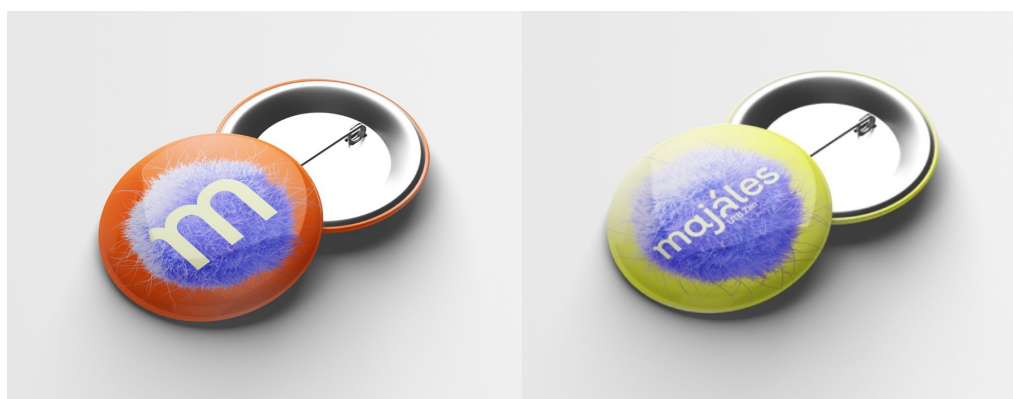


Obr. 52: Bannery v areálu

5.7 Merch

Merchandise je důležitou součástí hudebních festivalů a Majálesů, protože umožňuje návštěvníkům odnést si památku na zážitek a zároveň podporuje atmosféru akce. Běžné typy merche zahrnují oblečení (trička, mikiny, čepice), doplňky (tašky, náramky, sluneční brýle) a praktické předměty (lahve na vodu, hrníčky, piknikové deky). Merch pomáhá šířit povědomí o festivalu a poskytuje další finanční prostředky pro organizátory.

Na Zlínském Majálesu se moc často merch neprodává, letos se prodávalo akorát tričko se sloganem „Baťa by šel“, který poslední dva roky Majáles UTB používá k marketingové komunikaci. I přesto jsem navrhla, jak by mohly vypadat kelímky, kloboučky, placky a nálepky.



Obr. 53: Kelímky

Obr. 54: Klobouk

Obr. 55: Placky

Obr. 56: Nálepky

ZÁVĚR

Když jsem si vybrala toto téma bakalářské práce a zároveň věděla, že by se mělo realizovat i ve skutečnosti, obávala jsem se průběhu a časové náročnosti. Naštěstí se situace změnila a já si mohla po dlouhé době užít klidnější (v rámci možností) přípravu tak komplexního designu rok dopředu. Příští rok se budou jen upravovat informace, dodělavat věci, které jsem považovala za zbytečné nebo nevhodné pro bakalářskou práci, a dotvářet příspěvky na sociální sítě.

Od začátku jsem si jasně stanovila, jaké výstupy má moje bakalářská práce mít, a v průběhu se to příliš nezměnilo. Postupně jsem přidávala některé části, které jsem chtěla ještě zahrnout. Největší výzvou bylo vymýšlení a tvorba ideálního vzhledu 3D grafiky. Tvorba vizuální identity s 3D objekty mi rozšířila dovednosti, které budu chtít v budoucnu dále zdokonalovat.

Díky teoretické části, ve které jsem analyzovala vizuální identity jiných Majálesů a festivalů, jsem získala povědomí o tom, jak je design hudebních festivalů často zanedbáván. Jsem proto ráda, že se na vizuální styl Majálesu UTB ve Zlíně klade důraz.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

AMBROSE, Gavin a HARRIS, Paul, 2010. *Designové myšlení*. Computer Press. ISBN
ISBN: 8025132456.

IRozhlas, 2020. Online. IROzhlas. Dostupné z:
https://www.irozhlas.cz/kultura/literatura/allen-ginsberg-kral-majales-ceskoslovensko-historie-usa_2005011733_kro. [cit. 2024-02-15].

JENČKOVÁ, Klára, 2019. *Zajišťování bezpečnosti kulturních akcí za účasti většího množství osob v České republice*. Diplomová práce. Policejní akademie České republiky v Praze.

Majáles, © 2019-2024. Online. Novinky.cz. Dostupné z:
<https://www.novinky.cz/tag/majales-36274>. [cit. 2024-01-07].

Music Festival, 2023. Online. Britannica. Dostupné
z: <https://www.britannica.com/art/music-festival>. [cit. 2024-01-06].

NEWARK, Quentin, 2007. *What is Graphic Design?* RotoVision. ISBN 9782940361878.

PHILPOTT, Victoria, 2023. 50 Weird Food Festivals Around the World. Online. Dostupné
z: <https://vickyflipfloptravels.com/weird-food-festivals/>. [cit. 2024-01-06].

SLADE-BROOKING, Catharine, 2016. *Creating a brand identity a guide for designers*. Laurence King Publishing. ISBN 978-1-78067-562-6.

SLEZÁKOVÁ, Kristína, 2018. *Vizuální styl hudebního festivalu*. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. [cit. 2024-01-09].

Stará Šumava: O majálesu, 2022. Online. Dostupné z:
<https://zakrasnejsivimperk.cz/?p=190732>. [cit. 2024-01-15].

SVATOŠ, Michal, 2014. *Majáles a jeho tradice*. Online. Dostupné
z: <https://intranet.fel.cvut.cz/cz/aktuality/2014/majales-tradice.pdf>. [cit. 2024-01-15].

Uprising, 2024. Online. Dostupné z: <https://www.uprising.sk/en/>. [cit. 2024-01-20].

WATSON, Stephanie, © 2024. *What are film festivals?* Online. How stuff works.

Dostupné z: <https://entertainment.howstuffworks.com/question743.htm>. [cit. 2023-11-06].

Živý Zlín, 2024. Online. Živý Zlín. Dostupné z: <https://www.kulturazlin.cz/event/majales-utb/>. [cit. 2024-05-12].

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Festival Pohoda

AUGUSTINI, Michal, 2019. *Festival Pohoda*. Online. In: The Slovak Spectator. Dostupné z: <https://spectator.sme.sk/c/22155311/spectacular-slovakia-pohoda-festival-trencin-podcast-music.html>. [cit. 2023-12-08].

Obr. 2: Pohlednice Majáles 1946,

MUZEUM PAMĚTI XX. STOLETÍ, 2022. *Králové Majálesů*. Online. In: Muzeum Kampa. Dostupné z: <https://www.museumkampa.cz/vystava/majales/>. [cit. 2023-12-20].

Obr. 3: Majáles 1968

REFLEX, 2021. *Majáles 1968*. Online. In: Reflex. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/historie/107517/kapitalisticky-beatnik-kralem-ceskoslovenskeho-majalesu-pred-95-lety-se-narodil-allen-ginsberg.html>. [cit. 2023-12-28].

Obr. 4: Transparent

REFLEX, 2021. *Transparent*. Online. In: Reflex. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/historie/107517/kapitalisticky-beatnik-kralem-ceskoslovenskeho-majalesu-pred-95-lety-se-narodil-allen-ginsberg.html>. [cit. 2023-12-28].

Obr. 5: Ginsberg králem Majálesu

REFLEX, 2021. *Ginsberg králem Majálesu*. Online. In: Reflex. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/historie/107517/kapitalisticky-beatnik-kralem-ceskoslovenskeho-majalesu-pred-95-lety-se-narodil-allen-ginsberg.html>. [cit. 2023-12-28].

Obr. 6: Vizuální styl Colours of Ostrava

Colours of Ostrava. 2023. Online. Dostupné z: https://www.instagram.com/colours_cz/. [cit. 2024-01-16].

Obr. 7: Vizuální styl Pohoda festival,

Festival Pohoda, 2023. Online. 2023. Dostupné z: <https://www.instagram.com/pohodafestival/>. [cit. 2024-01-16].

Obr. 8: Uprising, *Dostupné z:*

Uprising, 2024. Online. In: Uprising. Dostupné z: <https://www.uprising.sk/en/>. [cit. 2024-04-10].

Obr. 9: Majáles,

Majáles, 2024. Online. In: Brněnský Majáles. Dostupné z: <https://brno.majales.cz/>. [cit. 2024-03-02].

Obr. 10: Studentský Majáles Brno

Studentský Majáles Brno, 2023. Online. 2023. Dostupné z: <https://www.instagram.com/studentskymajalesbrno/>. [cit. 2024-03-02].

Obr. 11: Logo 1, Studentský Majáles Brno

Studentský Majáles Brno, 2023. Online. In: Studentský Majáles Brno. Dostupné z: <https://studentskymajales.com/>. [cit. 2024-03-02].

Obr. 12: Logo 2, Studentský Majáles Brno

Studentský Majáles Brno, 2023. Online. In: Studentský Majáles Brno. Dostupné z: <https://studentskymajales.com/>. [cit. 2024-03-02].

Obr. 13: Majáles Zlín 2012

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2012*. 2012. [dokumenty pro členy].

Obr. 14: Majáles Zlín 2013

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2013*. 2013. [dokumenty pro členy].

Obr. 15: Majáles Zlín 2014

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2014*. 2014. [dokumenty pro členy].

Obr. 16: Majáles Zlín 2015

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2015*. 2015. [dokumenty pro členy].

Obr. 17: Majáles Zlín 2016

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2016*. 2016. [dokumenty pro členy].

Obr. 18: Majáles Zlín 2017

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2017*. 2017. [dokumenty pro členy].

Obr. 19: Majáles Zlín 2018

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2018*. 2018. [dokumenty pro členy].

Obr. 20: Majáles Zlín 2019

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2019*. 2019. [dokumenty pro členy].

Obr. 21: Majáles Zlín 2020

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2020*. 2020. [dokumenty pro členy].

Obr. 22: Majáles Zlín 2021

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2021*. 2021. [dokumenty pro členy].

Obr. 23: Majáles Zlín 2022

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2022*. 2022. [dokumenty pro členy].

Obr. 24: Majáles Zlín 2023

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2023*. 2023. [dokumenty pro členy].

Obr. 25: Majáles Zlín 2024

STUDENTSKÁ UNIE UTB. *Majáles Zlín 2024*. 2024. [dokumenty pro členy].

Obr. 26: Pinterest

Pinterest, 2023. Online. 2023. Dostupné

z: <https://cz.pinterest.com/pin/168040629839940686/>. [cit. 2024-05-01].

Obr. 27: Pinterest

Pinterest, 2023. Online. 2023. Dostupné

z: <https://cz.pinterest.com/pin/168040629839940686/>. [cit. 2024-05-01].

Obr. 28: Pinterest

Pinterest, 2023. Online. 2023. Dostupné

z: <https://cz.pinterest.com/pin/168040629839940686/>. [cit. 2024-05-01].

Obr. 29: Skici

Obr. 30: Pokusy v Blenderu

Obr. 31: Pokusy s 3D objekty

Obr. 32: 3D objekty

Obr. 33: Kompozice

Obr. 34: Barevnost

Obr. 35: První logo

Obr. 36: Pokusy s logem

Obr. 37: Finální logo

Obr. 38: Instagramové příspěvky

Obr. 39: Instagram Majálesu UTB

Obr. 40: Události na Facebooku

Obr. 41: Události na Facebooku

Obr. 42: Web

Obr. 43: Webové stránky

Obr. 44: Plakáty

Obr. 45: Letáčky

Obr. 46: Visačky

Obr. 47: Id Pásky

Obr. 48: Bannery na hlavní stage

Obr. 49: Bannery s logy partnerů

Obr. 50: Citylight plakát

Obr. 51: Banner na výšku

Obr. 52: Bannery v areálu

Obr. 53: Kelímky

Obr. 54: Klobouk

Obr. 55: Placky

Obr. 56: Nálepky

