

Vizuální identita festivalu v éře digitálních médií

Eliška Balajová

Bakalářská práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Grafický design

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Eliška Balajová
Osobní číslo:	K22030
Studijní program:	B0212A310004 Multimédia a design
Specializace:	Grafický design
Forma studia:	Prezenční
Téma práce:	Vizuální identita festivalu v éře digitálních médií

Zásady pro vypracování

Rozsah textové části: minimálně 15 normostran textu + obrazový obsah (tj. dokumentace praktického tvůrčího výstupu – skici, nákresy, vizualizace, výsledné řešení – cca 15 stran). Minimální počet všech relevantních zdrojů 8 (z toho minimálně 4 cizojazyčné zdroje).

1. Textová část: přizpůsobení vizuálních identit digitálním médiím a sociálním sítím, přizpůsobení tradičních vizuálů, jejich adaptace a transformace pro sociální platformy, jako i porovnání různých přístupů
2. Praktický tvůrčí výstup: nová vizuální identita pro kreativní festival s názvem Priestor, který poskytuje prostor umělcům, nadšencům architektury a urbanismu, milovníkům hudby a všem, kteří hledají místo pro svůj projev

Práci odevzdat:

1. v elektronické podobě na Portál IS/STAG (dle předepsané univerzitní šablony viz Směrnice rektora č. 23/2024) ve formátu PDF
2. jeden výtisk práce k uložení do archivu UTB
3. dva výtisky graficky zpracované bakalářské práce
4. uložení do digitálního archivu NAS (<https://nas.fmk.utb.cz>) ? kompletní bakalářská práce (textová část i praktický tvůrčí výstup).

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

Seznam doporučené literatury:

- McLUHAN, Marshall. Člověk, media a elektronická kultura. Výbor z celoživotního díla proroka a mága elektronického věku a elektronické revoluce. Dotisk 1. vyd. Brno: Jota, 2008. 420 s. ISBN 978-80-7217-128-6.
- KOLESÁR, Zdeno. Kapitoly z dejín grafického dizajnu. Bratislava: Slovenské centrum dizajnu, 2006. ISBN 80-968658-5-4.
- Typografia a dizajn písma na Slovensku – Začalo sa to Cyrilom a Metodom. Bratislava: Slovart, Vysoká škola výtvarných umení, 2017. ISBN 9788089259755.
- FRISSEN, Roel, Ruud JANSSEN a Dennis LUIJER. Event Design Handbook: Systematically Design Innovative Events Using the #EventCanvas. Amsterdam: Laurence King Publishing, 2016. ISBN 978-9063694340.
- Dynamic Branding: Responsive and Adaptive Graphics for Brands of Today. Hong Kong: Victionary, 2024. ISBN 978-9887566632.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. art. Lívia Kožušková, ArtD.**
Ateliér Grafický design

Datum zadání bakalářské práce: **3. listopadu 2024**
Termín odevzdání bakalářské práce: **23. května 2025**

L.S.

Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan

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

Ve Zlíně dne 3. března 2025

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení bakalářské práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- 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 Univerzita Tomáše Bati 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, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá; neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že

- jsem na bakalářské práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Bakalárska práca sa zameriava na analýzu a skúmanie vplyvu rozvíjajúcej sa a akcelerujúcej éry digitálnych médií. Hlavným predmetom skúmania je meniac sa spoločnosť a vplyvy modernej doby, s dôrazom na ich dopad na kreatívne odvetvia, najmä oblasť grafického dizajnu. Podnetom sa stal záujem o dynamický vývoj technológií, ktoré zásadne ovplyvňujú trendy v dizajne. Práca sa zaoberá adaptáciou grafického dizajnu na tieto zmeny, skúma spôsoby zachovania inovatívnosti a relevancie, ako aj potenciál technológií na podporu tvorivosti. Cieľom je ponúknuť ucelený pohľad na problematiku a navrhnúť stratégie, ktoré dizajnérom pomôžu efektívne reagovať na výzvy modernej doby v tomto dynamickom prostredí.

Kľúčové slová: dynamická identita, vizuálna identita, grafický dizajn, trendy grafického dizajnu, digitálne médiá, technologický vývoj

ABSTRACT

The bachelor's thesis focuses on the analysis and examination of the impact of the emerging and accelerating era of digital media. The primary subject of investigation is the changing society and the influences of the modern age, with an emphasis on their effects on creative industries, particularly the field of graphic design. The inspiration for this study stems from an interest in the dynamic development of technologies that fundamentally shape design trends. The thesis explores the adaptation of graphic design to these changes, examines ways to maintain innovation and relevance, and assesses the potential of technologies to foster creativity. The aim is to provide a comprehensive perspective on the issue and propose strategies that will help designers effectively respond to the challenges of the modern era in this dynamic environment.

Keywords: Dynamic identity, Visual identity, Graphic design, Graphic design trends, Digital media, Technological developmen

OBSAH

1	VIZUÁLNA IDENTITA – ZÁKLADNÝ PREHĽAD	12
2	DIGITÁLNA TRANSFORMÁCIA A JEJ VPLYV NA KREATÍVNE ODVETVIE.....	14
2.1	DIGITÁLNA RENESANCIA	14
2.2	DYNAMIKA DIGITALIZÁCIE A JEJ VPLYV NA SPOLOČNOSŤ A DIZAJN.....	16
2.2.1	Prechod od osobného k digitálnemu kontaktu	17
2.2.2	Výzvy rýchlej adaptácie: ako digitalizácia umenia vnímanie a kreatívne procesy.....	17
2.2.3	Provokácia ako nástroj komunikácie.....	18
2.2.4	Evolúcia grafického dizajnu: Od konvencie k dynamike.....	19
2.2.5	Prehľad ako základ kreatívneho procesu.....	20
2.2.6	Flexibilita ako kľúč k úspechu dizajnérov	21
3	VIZUÁLNA IDETITA – AKTUÁLNE TRENDY	23
3.1	POHYB V DIZAJNE A TECHNOLOGIE	23
3.1.1	Kinetická typografia.....	24
3.1.2	Motion dizajn	25
3.2	ĎALŠIE FENOMÉNY V TVORBE	25
3.2.1	Programovanie a softvérové učenie	25
3.2.2	Maximalizmus vs minimalizmus	27
4	MODERNÉ VIZUÁLNE IDENTITY FESTIVALOV	30
4.1	TRENDY V PREZENTÁCII FESTIVALOV	30
4.1.1	Festival DEMO	30
4.1.2	Festival Flaam 2019	31
4.1.3	Microwave medzinárodný festival umenia nových médií 2019	32
4.1.4	Festival Pohoda	33
5	PRAKTICKÁ ČASŤ BAKALÁRSKEJ PRÁCE	35
5.1	FESTIVAL AKO VÝCHODISKO VIZUÁLNEJ IDENTITY.....	35
5.2	NÁVRH VIZUÁLNEJ IDENTITY FESTIVALU	37
5.2.1	Logo	37
5.2.2	Typografia	38
5.2.3	Grafické prvky a motívy	38
5.2.4	Záver.....	40
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	41
	ZOZNAM OBRÁZKOV	43

1 VIZUÁLNA IDENTITA – ZÁKLADNÝ PREHĽAD

V každodennom živote je grafický dizajn prítomný takmer všade – od obalov produktov a reklám až po digitálne rozhrania, no napriek tomu je tento odbor verejnosťou často vnímaný len okrajovo, s obmedzeným pochopením jeho podstaty a významu. Jedným z najkomplexnejších aspektov grafického dizajnu je vizuálna identita.

Vizuálna identita predstavuje prepojenie viacerých komponentov – typografie, farebnosti, jednotného vizuálneho jazyka, schopnosti efektívne komunikovať s cieľovou skupinou a osloviť čo najširšie publikum. Tieto prvky sa navzájom dopĺňajú, aby vytvorili súdržný a zapamätateľný obraz značky či produktu.

Kľúčovým prvkom vizuálnej identity je práca s nadčasovosťou. Tá zaručuje dlhodobú relevanciu dizajnu, pričom nevyhnutne zahŕňa aj reflektovanie aktuálnych trendov, ktoré prispievajú k jeho atraktivite a schopnosti zaujať moderné publikum.

Grafický dizajn tak prepája viacero odborov – od marketingu cez psychológiu a sociológiu až po technológie. Ide o činnosť prieniku viacerých disciplín, ktorá spája estetiku, funkčnosť a stratégiu, aby vznikol dizajn, ktorý nie len „vyzerá dobre“, ale aj efektívne komunikuje a plní svoj účel.

2 DIGITÁLNA TRANSFORMÁCIA A JEJ VPLYV NA KREATÍVNE ODVETVIE

Zvrat od informačného nedostatku k nadbytku.¹ Aj tak môžeme označiť vývoj technológií a prechod do digitálneho veku. Žijeme v dobe možností, kedy máme k informáciám prístup takmer ako na dlani. Takzvaná digitálna transformácia ovplyvnila rôzne aspekty nášho života: vplyv a zmeny v kultúre, pretvorenie sociálnych štruktúr, aj jednoducho správanie a požiadavky človeka. Prechod na digitálne médiá, komunikačné technológie ako smartfóny a iné vymoženosti tejto doby sa stali neoddeliteľnou súčasťou každodennej existencie. A ako digitálna technológia reštrukturalizovala kultúru a spoločnosť?

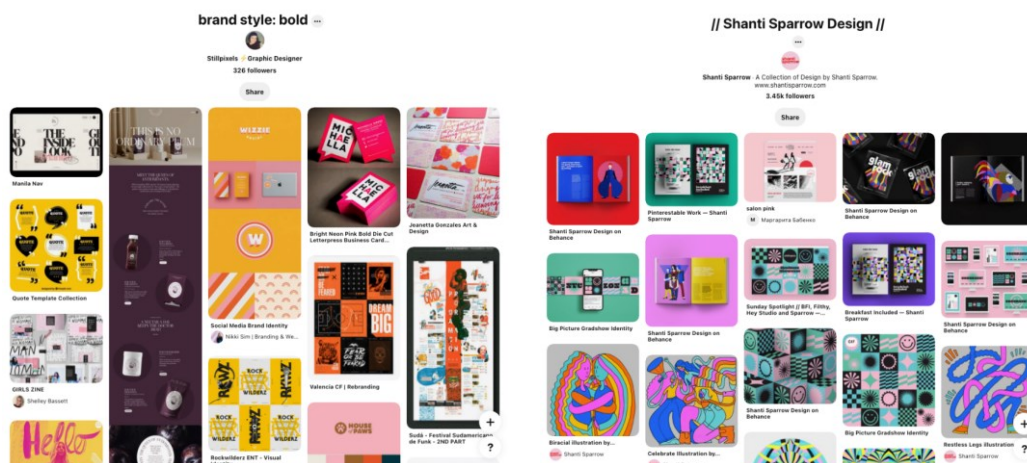
2.1 Digitálna renesancia

Obdobie od 14. do 17. storočia sa vyznačovalo bezprecedentným pokrokom v oblasti umenia, vedy a kultúry. Dnes sme svedkami „digitálnej renesancie“, kde technológia pôsobí ako katalyzátor kreativity a inovácií.² Dnešná doba nám prináša neobmedzené množstvo možností a benefitov. Kým v renesancii umelci cestovali nespočetné množstvo kilometrov za etablovanými umelcami s cieľom získať ďalšie vedomosti či čerpať kultúrne a umelecké zvyky, ktoré sa často stávali prínosom pre ich osobnú tvorbu. Moderné a aktuálne obdobie sa stalo neopísateľne prínosným a zjednodušuje procesy kreatívneho odvetvia. Zvyšuje a zrýchľuje tvorbu umelcov, ponúka nespočetné množstvo portálov či médií pre čerpanie inšpirácie a taktiež obrovskú diverzitu vo formách prejavu. Internet sa stal zdrojom rýchleho prísunu informácií, ponúkajúc prístup k rôznym aspektom, zdrojom či inováciám, zjednodušujúcim život novodobého človeka.

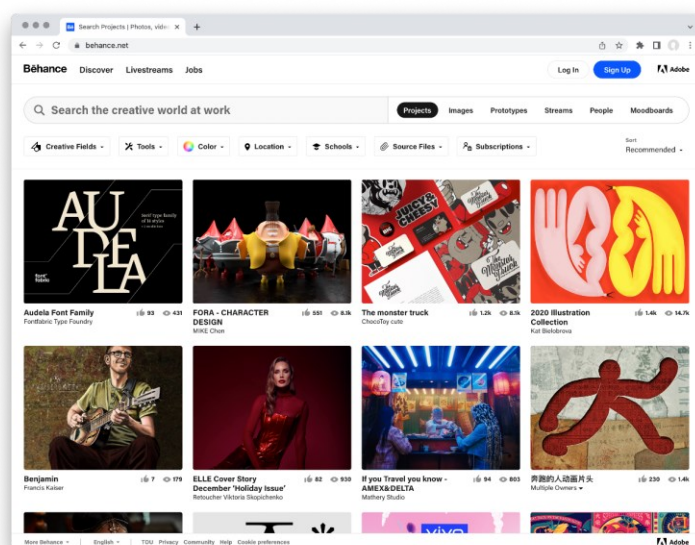
Konkrétnejší pohľad na danú tému poskytuje analýza tvorby súčasného umelca. Čerpanie inšpirácie formou kreatívnych stránok, ktoré sú neustále obnovované a trendovo plnené denne obrovským množstvom tvorby umelcov z rôznych končín sveta. Stránky ako Behance, Pinterest, ArtStation a iné nám ponúkajú rýchly prístup k prehľadu dnešných trendov či aktuálnej tvorby.

¹ LEVIN a MAMLOK, *Culture and Society in the Digital Age*, 2021.

² NAYAK, *The Digital Renaissance: How Technology Fuels Creativity in the Modern Age*, 2023.



Pinterest - ukážka platformy.



Behance - ukážka platformy.

Okrem iného technológie ponúkajú aj širšiu diverzitu pre výber formy, akou sa umelci rozhodnú tvoriť. Jedným z moderných aspektov, hlavne pre prácu grafického dizajnéra, sa stala počítačová tvorba pomocou softvérov. Konkrétne za najpoužívanejšie považujeme Adobe balík či Affinity.

Strojové učenie či umelá inteligencia (AI) predstavuje jednu z najvýznamnejších a najdiskutovanejších tém súčasnej technologickej éry. Ide o oblasť aktuálne neustáleho výskumu a vývoja, ktorým sa zaoberá nespočetné množstvo odborníkov, výskumníkov, inžinierov a ďalších... Okrem iného vzbudzuje záujem aj u širokej verejnosti, ktorá vníma ich dopad na každodenný život. Sarker tvrdí, že súčasná éra je charakterizovaná

dominanciou dát, pričom takmer každý aspekt nášho života je prepojený s dátovými zdrojmi a digitálne zaznamenávaný pre ďalšie spracovanie a analýzu.³

Práve tieto dáta tvoria základ pre AI technológie, ktoré nám umožňujú efektívnejšie vykonávať našu prácu. Z pohľadu kreatívneho odvetvia sa stretávame s rôznymi názormi, no viaceré z nich sa spojujú v jedno – AI podnecuje tvorbu a kreativitu. Umelá inteligencia sa čoraz viac osvedčuje ako nenahraditeľný pomocník pre grafických dizajnérov a ďalších kreatívnych profesionálov, pričom dopĺňa ich prácu namiesto toho, aby ju nahrádzala.⁴ Pracuje ako skvelý spoločník pri plnení úloh, optimalizuje pracovné procesy, zrýchľuje výkon, zvyšuje produktivitu dizajnéra a zároveň uvoľňuje čas na dôležitejšie činnosti, ktoré sú súčasťou ich práce. Okrem iného podnecuje kreativitu. Gould vo svojej analýze zdôrazňuje, že hoci umelá inteligencia exceluje v automatizácii a poskytovaní návrhov dizajnu, nedokáže nahradiť jedinečný ľudský prístup a emocionálnu hĺbku, ktorú dizajnéri vkladajú do svojej tvorby.⁵ Mnohí z nás vnímajú AI ako potenciálnu náhradu ľudskej práce, avšak dostupné poznatky a toto tvrdenie naznačujú pravý opak a podnecujú k ďalšiemu prehodnocovaniu aktuálnej situácie.

Európska renesancia predstavovala mimoriadne prínosné obdobie, ovplyvňujúce modernú éru. Toto obdobie bolo zdrojom mnohých vynálezov, formovalo spoločenské štruktúry a prinieslo revolučné inovácie v rôznych oblastiach, od vedy a umenia až po filozofiu a technológiu. Nyak naznačuje, že podobne ako európska renesancia formovala moderný svet, súčasná éra bude mať rozhodujúci vplyv na formovanie budúcnosti.⁶ Stojíme pred skúškou a zodpovednosťou viesť inovácie správnym a pozitívnym smerom, kedy budú tvoriť prínos pre našu spoločnosť.

2.2 Dynamika digitalizácie a jej vplyv na spoločnosť a dizajn

S postupujúcimi inováciami a technologickým pokrokom, ktoré idú ruka v ruku so zmenami v spoločnosti, sa aj my musíme neustále prispôbovať. Naše nároky, zvyklosti, spôsob myslenia a celkový životný štýl sa vyvíjajú a transformujú v súlade s týmto dynamickým posunom.

³ SARKER, *Machine Learning: Algorithms, Real-World Applications and Research Directions*, 2021.

⁴ GOULD, *Graphic Design and Artificial Intelligence: What Designers Think About The AI Wave*, 2023.

⁵ Taktiež

⁶ NAYAK, *The Digital Renaissance: How Technology Fuels Creativity in the Modern Age*, 2023.

2.2.1 Prechod od osobného k digitálnemu kontaktu

Už od najzákladnejších aspektov správania človeka vnímame zmeny. Ľudia ako spoločenské bytosti sú od prirodzenosti ťahané k tvoreniu a nadobúdaniu kontaktu s ďalšími ľuďmi. Kým v minulosti sme boli nútení takéto konanie vykonávať iba so zámerom osobného kontaktu, dnes máme možnosť budovania kontaktu aj z pohodlia domova. Digitalizácia mení spoločenské štruktúry. Nakoľko máme bezproblémové a rýchle spojenie s blízkymi a priateľmi, navonok to vnímame ako výhodné, no druhá strana v nás vzbudzuje pohodlnosť a ukotvuje v nás iné myslenie. Zmeny spôsobu komunikácie, ktoré vedú k redukcii osobných interakcií prospešné pre budovanie hlbších vzťahov, sa stávajú nenahraditeľné. Pohodlnosť verzus sociálna dynamika. Pri uprednostňovaní online komunikácie a jednoduchšieho spôsobu nadväzovania kontaktov vedie k menšiemu dôrazu na medziľudské zručnosti. Empatia, čítanie neverbálnej komunikácie ako gestikulácia a mnohé iné môžu viesť k negramotnosti v tomto odvetví.

Veľké množstvo sa odzrkadľuje aj na vplyv ku grafickému dizajnu a kreatívnemu odvetviu. Spomínaná redukcia osobných interakcií, ktorá pôsobí negatívne na schopnosť čítania neverbálnych signálov, poprípade oslabenie empatie, vplýva z veľkej časti aj na formu, akou si ľudia interpretujú informácie, poprípade zmena formy reagovania na vizuálny obsah.

2.2.2 Výzvy rýchlej adaptácie: ako digitalizácia umenia vnímanie a kreatívne procesy

Ďalšia skutočnosť sa prejavuje v spomínanej pohodlnosti. Z dizajnerského hľadiska sme nútení pre funkčný dizajn podstupovať rôzne aspekty, s ktorými pracujeme. Jednou z nich sa stáva prispôbovanie našich výstupov publiku. Od vnímania cieľovej vekovej skupiny, cez záujmovú oblasť, až po spoločenské postavenie. V dnešnej dobe je potrebné uviesť do povedomia aj zvyklosti či náročnosť publika. Po novom sme nútení bojovať so skutočnosťou a náročnosťou zaujať novodobé publikum. Ľudia sú zvyknutí na rýchly prísun informácií kreatívnou formou. V reklamnej sfére vidíme reklamné agentúry a kreatívcov vymýšľať nové a nové prístupy, ktoré by boli inovatívnejšie v tomto pohľade. Novodobého diváka môžeme považovať za nesmiernu náročného a vyhovieť jeho požiadavkám sa môže zdať takmer nemožné. Sme nútení tvoriť inovatívne koncepty a odlíšiť sa od novej konkurencie.

Dnešný trh je presýtený vizuálnym obsahom, reklamou. Jednoducho sa pohybujeme v prostredí s nesmiernym pretlakom, ktorý sa snaží zaujať divákovu pozornosť. To v nás

pasívne buduje vzdor či prirodzenú imunitu. S dominanciou sociálnych sietí, ktoré formujú ľudí prijímať iba rýchly obsah a pretvárajú naše vnímanie, inými slovami, prestávame mať cit pre čítanie jemných či kontextových podnetov. Levin to výstižne popisuje, ako vyčerpávanie schopnosti človeka premýšľať.⁷ Dôsledkom toho je na tvorcov prenesený nátlak tvoriť jednoduchý, rýchlo zrozumiteľný dizajn, ktorý je vizuálne pritiahľivý a jeho posolstvo je okamžite transferované do divákovej percepcie.

2.2.3 Provokácia ako nástroj komunikácie

Saturácia trhu a hľadanie cesty k prerazeniu na trh a do obecného povedomia má svoje následky. S rastúcou konkurenciou sa hľadanie nových prístupov často posúva až k využívaniu krajnej stratégie – šokovať. Šok sa stáva nástrojom komunikácie, pričom sa čoraz častejšie objavuje naprieč rôznymi odvetvami – od umeleckej sféry, cez reklamu, až po ďalšie kreatívne prejavy, zámerne posúvajúce hranice spoločenskej akceptácie.

Prirodzene, ľudská pozornosť je priťahovaná výnimočnými prejavmi, nezvyčajnými a šokujúcimi. Prejavy, zasahujúce až do krajnej situácie, ktorých východiskom sú emócie a city. Emócie sa stali silným nástrojom – dokážu ochromiť, prebudiť záujem, v extrémnych prípadoch vedú k rozhodnutiam a konaniam, ktoré za normálnych okolností považujeme za neprípustné.

V modernej spoločnosti pozorujeme bizarné a provokatívne prejavy, ktoré sú čoraz viac súčasťou verejného priestoru. Prezentácia skutočností, ktoré sú v rozpore s tradičnými spoločenskými normami, si našla miesto nielen v umeleckých kruhoch, ale aj v masovej kultúre a médiách. Sme sytení obsahom, ktorý by bol v nedávnej minulosti nemysliteľný, pričom dnes sa s ním stretávame takmer denne.

Pohoršenie, kontroverzia a otváranie tém, ktoré sú v rozpore so zaužívanými sociálnymi, etickými alebo kultúrnymi normami väčšiny spoločnosti, hlboko zasahujú do citlivých oblastí, akými sú etika, viera, kultúrna identita či morálne hodnoty. Rozpútanie diskusie a vyvolanie reakcie je ich hlavnou záujmovou činnosťou, čo má prienik až k polarizácii spoločnosti.

Pri retrospektíve si uvedomujeme, že náš život je vkladáný do formy obklopenej paradoxmi. Na jednej strane voláme po harmónii a zjednotení, na druhej strane sa uchýľujeme k provokácii či extrémom. To nám pripomína nepísané pravidlo: „nie všetko je

⁷ LEVIN a MAMLOK, *Culture and Society in the Digital Age*, 2021.

čiernobiele“. Je to dynamický proces, odrážajúci nielen náročnosť súčasného trhu, ale aj hlbokú potrebu sebareflexie spoločnosti.

2.2.4 Evolúcia grafického dizajnu: Od konvencie k dynamike

Súčasná doba predstavuje pre dizajnérov zásadnú výzvu. Proces tvorby, prístup k dizajnu a spôsob myslenia si vyžadujú špecifický prístup, pričom tradičné postupy často nedokážu naplniť aktuálne požiadavky ani dostatočne zaujať moderné publikum. Táto situácia kladie dôraz na potrebu odklonu od konvenčných metód k osvojeniu experimentálnejších a inovatívnych prístupov, ktoré sú schopné reagovať na meniace sa nároky a estetické preferencie dnešnej spoločnosti.

Brand Brothers je brandingové štúdio špecializujúce sa na stratégiu grafického dizajnu, experimentovanie s typografiou, brandingom a tvorbou vizuálnych identít. Sú považovaní za jednu z hlavných tvárí súčasného, dynamicky sa rozvíjajúceho dizajnu. Ich prístup a tvorba slúžia ako vzor a akýsi pomyselný manuál pre to, ako efektívne pristupovať k dizajnu v dnešnej dobe. Ich špecializácia nadobúda inovatívnejší charakter.

Termín ‘dynamický’ nebol nikdy viac vhodný na pomenovanie dnešného postavenia brandingu a vizuálnej identity. Ešte nedávno dizajnéri neboli vnímaní ako plne rešpektovaní profesionáli vo svojom remesle, často považovaní za produkt čisto komerčného záujmu, ktorí reagovali len na očakávania trhu. Každopádne, táto skutočnosť sa pomaly, ale isto, stáva minulosťou. Grafický dizajn sa stáva priestorom na experiment, bádanie a otvára dvere do scény príťažlivej kvality. Branding sa čoraz viac vzdáva svojej pôvodnej úlohe pomáhať pri predaji produktov či služieb.⁸

Retrospektívne k ich tvrdeniu možno doplniť ďalšie úvahy, pričom tvrdenie má presah aj do ďalších aspektov grafického dizajnu. Skutočnosti, na ktoré sme boli zvyknutí, sa postupne transformujú do nových dimenzií. Tvorba v tomto sektore sa neustále vyvíja, infiltruje a modeluje tému označovanú ako estetika. Vidíme postupný vývoj a prechod k slobodnejšiemu umeleckému prejavu, ako aj otvorenosť voči experimentálnejším prístupom.

Pri zmienke o grafickom dizajne sa vynárajú slová ako statický, stály, nemenný, stabilný. Žijeme v ére, kedy takmer každé odvetvie prechádza modifikáciou, a to platí aj v tomto prípade. ‘Dynamika’ sa stáva novým kľúčovým slovom pre dizajnérov. Dynamické

⁸ BRAND BROTHERS, 2024.

identity a branding sa stávajú novým základom pre éru digitálnych médií. Han Gao, uznávaný svetový dizajnér, podopiera a dopĺňa túto skutočnosť, pričom tvrdí, že dynamické identity poskytujú flexibilitu, aby boli schopné ďalšieho rozvoja, a okrem iného aj relevanciu v priebehu času. Pomáha to značke zostať pri živote alebo ožiť naprieč rôznymi médiami a platformami.⁹ To je jeden zo základných rozdielov statického brandingu/identity od dynamického. Dynamická identita je stimulovaná systémom či vzťahom medzi rôznymi prvkami. Han Gao sa o tom zmieňuje vetou: „Pre dynamický branding je dôležitejšie hrať sa s rytmom toho, ako rôzne časti medzi sebou spolupracujú.“¹⁰

Z všeobecného pohľadu na značky môžeme tvrdiť a byť presvedčení, že logo tvorí ich základnú reprezentáciu. Hoci je táto predstava z veľkej časti pravdivá, samotná identita značky presahuje rámec jedného symbolu. Obrovské množstvo významných, či už obchodov, služieb, miest, alebo produktov, ktoré sa rozhodli pre komerčnú propagáciu, sa nám spája práve s ich vizuálnym jazykom. Identita a jej stavba či stratégia dramaticky dopomáhajú k zapamätateľnosti a vnoreniu sa do povedomia verejnosti. Efektivita, podmienená formou interpretácie, rozhoduje o jej rezistencii. Dynamika nielenže podporuje jej schopnosť zaujať, prispôbiť sa, ale zvyšuje jej hodnotu a zotrvačnosť. Pretvorí ju v organickú formu, schopnú sa pretvárať, prispôsobovať a meniť, čím predíde monotónnosti či jednotvárnosti. Práca grafického dizajnéra vyžaduje moderný a relevantný prístup a tvorí základný faktor k životaschopnosti na trhu.

2.2.5 Prehľad ako základ kreatívneho procesu

Najlepší druh dizajnu nie je nevyhnutne objekt, priestor alebo štruktúra: je to proces – dynamický a prispôsobivý.¹¹

Objavovanie je nevyhnutné pre kreatívny proces. Umožňuje neustály prísun nových nápadov, podnecuje ku kreativite a schopnosti tvoriť. V tomto kontexte sa jedná nielen o hľadanie inšpirácie, ale aj o pochopenie trhu či aktuálnych trendov. Základný aspekt procesu práce tvorí budovanie dobrého základu, ku ktorému patrí aj analýza trhu, ale aj dobrý prehľad o umelcoch či aktuálnych kreatívnych štúdiách, ktoré tvoria podklady k vývojovým tendenciám v oblasti vizuálnej komunikácie. Sledovanie týchto prúdov poskytuje nielen inšpiráciu podnecujúcu kreativitu, ale aj pochopenie či edukáciu o technických či

⁹ GAO, 2024.

¹⁰ Taktiež

¹¹ NORMAN, 2024.

technologických inováciách, ktoré ovplyvňujú samotný proces tvorby. Samotná aktivita podnecuje k vyššej efektívite a dosahovaniu lepších výsledkov.

2.2.6 Flexibilita ako kľúč k úspechu dizajnérov

Doba, kedy remeslo grafického dizajnu bolo predstavované len ako zmienený nástroj ku komerčným tendenciám, pomaly odznieva. S postupnými zmenami a príchodom modernejších pohľadov a osvety sa na túto profesiu kladie väčší dôraz, čím jej význam rastie. Akumulácia či expanzia do iných odvetví. Grafický dizajnér sa tak stáva multifunkčnou osobnosťou, od ktorej sa vyžaduje komplexné myslenie, zahŕňajúce nielen marketingové stratégie, ale aj cit pre estetiku, schopnosť zamerať sa na správnu problematiku a mnoho ďalších zručností.

Digitalizácia podnecuje aj k edukácii ohľadom nových technológií, čím sa zvyšuje diverzita nástrojov a rozvíja technologická zručnosť. Tento proces však zároveň otvára dvere k nekonečnej ceste za vzdelávaním a neustálym zdokonaľovaním. Grafický dizajn sa dnes stáva nielen nástrojom na tvorbu, ale aj prostriedkom na experimentovanie a priestorom na osobnú tvorbu.

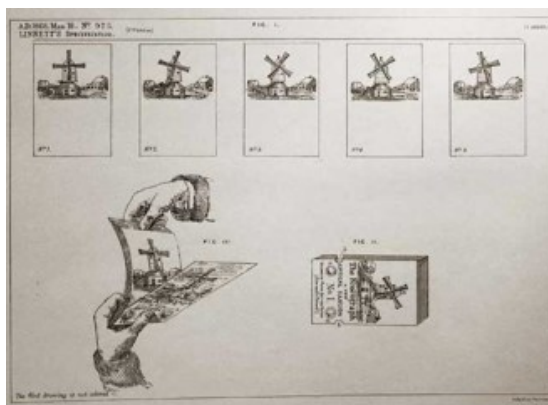
V modernej ére sa grafický dizajn transformoval do platformy plnej možností, kedy sme nútení vyjsť mimo konvenčných hraníc a rozmyšľať „out of the box“. Tento prístup sa stáva nevyhnutným, pretože grafický dizajn už nie je len o estetike, ale aj o neustálom hľadaní inovácií a možností. Stáva sa takzvaným nástrojom, s ktorým je potrebné neustále pracovať a ktorý nemá hranice vo vývoji a aplikáciách.

Trendy, flexibilita a nekončiace vzdelávanie. Grafický dizajn patrí do neustále sa rozvíjajúcich odvetví, vyžadujúcich nesmiernu flexibilitu dizajnérov a schopnosť asimilácie. Zatiaľ čo pred niekoľkými dekadami bola práca grafického dizajnéra vnímaná skôr ako statický proces, dnešný svet kladie dôraz na neustálu schopnosť adaptácie na rýchlo sa meniace trendy. Obdobie digitalizácie spôsobilo akceleráciu tohoto javu, čo otvorilo novú kapitolu vo svete dizajnu. Táto dynamika si vyžaduje, aby dizajnéri nielen držali krok s technologickým pokrokom, ale tiež sa neustále učili a zlepšovali. Moderný grafický dizajn už nie je len o estetických riešeniach, ale o schopnosti reagovať na zmeny, predvídať trendy a aplikovať ich v praxi. Tento proces učenia je neustály, čo otvára dvere k rozmanitým príležitostiam na tvorbu nových a inovatívnych riešení.

3 VIZUÁLNA IDETITA – AKTUÁLNE TRENDY

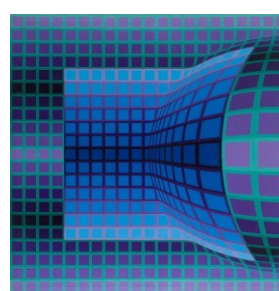
3.1 Pohyb v dizajne a technológie

Hoci pohyb v dizajne vnímame ako novodobý fenomén, jeho vývoj siaha hlbšie do histórie. Prvé prejavy, ktoré dláždili cestu dnešným moderným formám dizajnu v súlade s technológiami, môžeme nájsť v takzvaných kineografoch. Išlo o sériu obrázkov uložených za sebou, ktoré pri rýchlom prezeraní vytvorili celistvý pohyblivý obraz. Okrem iného tu vidíme prvé fázy stop-motionu alebo fázovej animácie, ktorá sa v kreatívnom odvetví označuje ako ‚frame-by-frame‘ animácia. Najstarší zdokumentovaný kineograf namaľoval John Barnes Linnett v roku 1868.



Kineograf - patent, 2024.

Ďalším krokom vo vývoji bola snaha zachytiť pohyb statickými prostriedkami – pomocou optických ilúzií a vizuálnych klamov. Využívanie ilúzie ako umeleckého prejavu siaha až do dávnej histórie, keď sa umelci snažili vytvárať priestorovú hĺbku, pracovať so svetlom či perspektívou. K najbližším predchodcom dnešných moderných foriem patrí 20. storočie, keď sa populárnym stal op-art a kinetické umenie. Ohnuté a deformované línie, kontrastné farby alebo vizuálne anomálie sa stali základnými prvkami, ktorých cieľom bolo vyvolať a nasimulovať pohyb či dynamiku v obraze.



Op art - Victor Vasarely, 2023.

3.1.1 Kinetická typografia

Rozširovať, zmenšovať, pohybovať sa alebo pomaly rásť. Kinetická typografia je známa už dlhšiu dobu, konkrétne prvé použitie kinetickej typografie pod výskumom Inštitúcie pre ľudskú interakciu s počítačom a Školy dizajnu na Carnegie Mellon Univerzite bolo spozorované v roku 1959 Alfredom Hitchcockom vo filme *North by Northwest*. Zo statickej formy typografie má dynamické prevedenie miesto v kreatívnom odvetví. Rozmach a drastický nárast využívania kinetickej typografie bol spozorovaný po príchode digitálnych médií a digitalizácii spoločnosti, kedy si pohyb našiel významné miesto v práci s ľudskou pozornosťou.

Typografia je vizuálnym vyjadrením komunikácie. Krása spočíva nielen v jazyku, ale aj v spôsobe jeho prezentácie.¹² Kombinácia pohybu či animácie s textom, ktorého kľúčové vlastnosti, ako vyjadrenie emócií, interaktivita, dizajn a estetika, obzvlášť ňujú a dynamizujú tvorbu. Je to kreatívna forma, ako vytvoriť dynamické a výrazné efekty. Jej využitie má široký zásah do rôznych oblastí, ako filmovej sféry videí či reklám, no najväčšie využitie nájdeme vo webovom dizajne a sociálnych sieťach. Tvrdenie autorov z Univerzity Novi Sad, Fakulty technických vied, Katedry grafického inžinierstva a dizajnu, že kinetická typografia sa dnes považuje za trend vo vývoji webového dizajnu, pokladám za fakt.¹³ V tejto oblasti a dodatočne v oblasti sociálnych médií funguje ako intenzívny pomocník pri zachytávaní pozornosti užívateľov či efektívnemu usmerneniu ich pozornosti na kľúčové informácie. Je to úspešný nástroj, ako prilákať pozornosť a utvoriť požadovaný dôraz na konkrétny obsah. Utvára vizuálny výraz, ktorý je potrebné nielen čítať, ale aj „cítiť“. Špeciálna výhoda kinetickej typografie spočíva v schopnosti zachytiť podstatu komunikácie nielen prostredníctvom obsahu, ale aj prostredníctvom formy, ktorá sa mení, pohybuje a reaguje na interakcie. Okrem iného pomáha zlepšiť zapamätateľnosť, buduje dynamické vizuálne prvky a podnecuje emocionálny dopad obsahu. V tomto kontexte ju považujeme za tvorcu silného a účinného vizuálneho posolstva.

Pomocou využitia počítačových technológií a vymožeností tejto doby sme teraz schopní tvoriť väčšie množstvo obsahu s väčšou diverzitou. Z práce so statickými a hmatateľnými médiami, ako papier, farby, štetce, ceruzky, ktoré sa kedysi považovali za hlavné nástroje umelca alebo dizajnéra, sa postupne transformovala do novej éry digitálneho

¹² LOKNAR et al., *Kinetic typography - Figuration and technology*, 2020.

¹³ LEE et al., *The Kinetic Typography Engine: An Extensible System for Animating Expressive Text*, 2015.

sveta. Éry plnej zariadení, uľahčujúcich prácu, či prechod do spestreného prostredia plného nových vnemov.

3.1.2 Motion dizajn

S výnimkou kinetickej typografie a využívania programovania pri tvorbe sa objavuje ďalší fenomén – motion dizajn. Aj táto disciplína otvára dvere do interaktivity, dynamickosti a nezvyčajnejších spôsobov komunikácie. Motion dizajn, často označovaný aj ako motion grafika, je oblasťou, ktorá posúva hranice vizuálnej tvorby dotvorením pohybu statickým prvkom.

Pojem motion dizajn je často zamieňaný s tradičnou disciplínou animácie, čo vyžaduje upresnenie významu pomocou referencie. Technicky vzaté, motion dizajn a motion grafika sú formy animácie, čo vysvetľuje, prečo môže dochádzať k zámene týchto pojmov. Keď sa však hovorí o animácii ako disciplíne, ide o tradičné animované filmy, ktoré rozprávajú príbeh postáv pohybujúcich sa v čase a priestore.¹⁴ Zatiaľ čo animáciu môžeme považovať za disciplínu s bohatšou dejovou štruktúrou, motion dizajn sa prezentuje ako voľnejší prejav. Jeho zameranie sa sústreďuje na rozhábanie statických prvkov či vizuálne efekty.

Rovnako ako doteraz už spomínané trendy dizajnu, podobne aj motion dizajn zohráva významnú úlohu vo verejnej vizuálnej sfére. Vďaka schopnosti prieniku zvuku, pohybu, interaktivity a estetiky dokáže efektívne upozorniť diváka a utvoriť silnejšiu emocionalitu smerujúcu k divákovi. Má široké zameranie, kedy ovplyvňuje a zasahuje do rôznych odvetví, ako je umenie, marketing, vzdelávanie, no taktiež navigácia v digitálnom prostredí.

Tak ako v iných odvetviach vidíme spoluprácu medzi dizajnermi z rôznych oblastí, aj tu prebieha interdisciplinárny prístup, ktorého cieľom je dosiahnutie pestrej a rôznorodej motion grafiky. Prepojenie aspektov kreatívneho odvetvia od tvorcov videí, cez ilustrátorov, až po fotografov.

3.2 Ďalšie fenomény v tvorbe

3.2.1 Programovanie a softvérové učenie

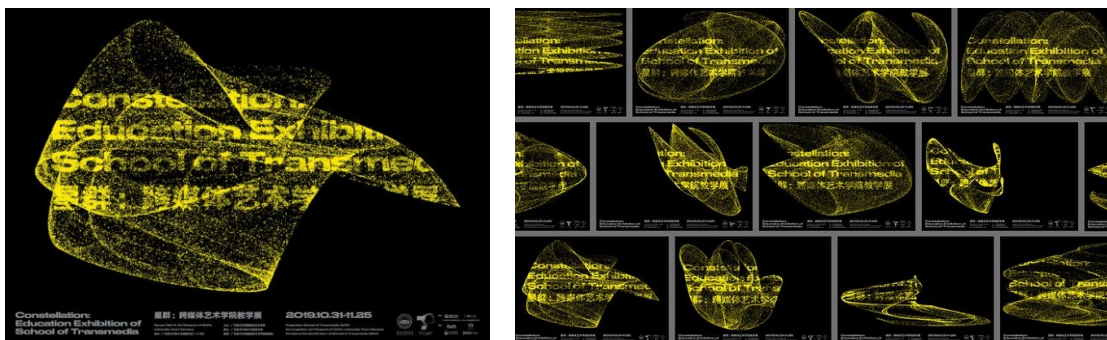
Dnešný digitálny vek priniesol do kreatívnej sféry revolučné možnosti. Programovanie, ktoré kedysi vyžadovalo odborné znalosti, sa stáva prístupnejšie, a to aj pre tých, ktorí nemajú technické vzdelanie, čo otvára dvere k neobmedzeným možnostiam tvorby.

¹⁴ BARNHART, *What's motion design?*, 2024.

Využívanie rôznych softvérových nástrojov, virtuálnych platforiem a inovatívnych technológií nám umožňuje vytvárať dynamiku s cieľom pohltiť diváka.

Softvéry môžu do určitej miery pôsobiť obmedzujúco, no taktiež spôsobovať vymedzenie sa voči voľnosti v tvorbe. Pri porovnaní štandardných softvérov vidíme možnosti funkcií a nástrojov, ktoré slúžia užitočne, no sú často limitujúce. Alternatívu tak vidíme v programovaní a skriptovaní, čo poskytne požadovanú flexibilitu a smerovanie práce podľa špecifických predstáv. Táto varianta začína byť čoraz viac atraktívna pre umelcov a digitálnych tvorcov. Otvára to možnosti generovania a rôzne úpravy grafiky, hlavne v pohľade na dynamiku a pohyb v dizajne, ako sú vizuálne efekty či animácie. V tomto odvetví existuje množstvo rôznych platforiem a spôsobov, na ktorých je možné vytvárať vybraný obsah, no najpoužívanejším a najznámejším prístupom je skriptovanie pomocou rôznych programovacích jazykov, ako sú JavaScript, C#, C++, a ďalšie, medzi ktoré patrí aj Python scripting. Ich popularita postupne rastie vďaka možnosti sprostredkovania neobmedzenej kreativity. V ďalšom prípade dokážu zrýchliť proces pri uniformnej práci, ako je generovanie veľkého množstva podobných grafických prvkov, úprava parametrov alebo manipulácia s dátami. Retrospektívne vidíme, že tradičný manuálny prístup často vedie k chybám a má tendenciu pôsobiť zahlcujúco. Proces automatizácie pod záštitou skriptovania tento proces uľahčuje.

Jedným z príkladov a využití tohto inovatívneho fenoménu v praxi je možné spomenúť dynamickú vizuálnu identitu výstavy s názvom „Constellation“, pričom usporiadateľom bola Škola transmediálneho umenia na Guangzhou akadémii výtvarných umení. Stelesňuje jasný príklad využitia programovania na generovanie početnej časticovej grafiky, ktorá sa môže neustále opakovať a meniť zároveň. Tým dosiahli dynamický vizuálny systém, ktorý zapamätateľne prezentuje výstavu.



Constellation - ukážka vizuálnej identity výstavy.

Generatívne postupy nám otvárajú dvere k flexibilnejšiemu, dynamickejšiemu a kreatívnejšiemu prístupu k tvorbe, tak ako aj iné vymoženosti tejto doby. Každý prístup dopomáha k udávaniu smeru budúcnosti kreatívneho odvetvia a dizajnu. Kombinácia umenia a technológie ukazuje, ako môžu tradičné nástroje získať nové využitie.

3.2.2 Maximalizmus vs minimalizmus

Od detstva sme vedení k poznávaniu histórie, ktorá formuje naše chápanie sveta. Výučba dejín z pohľadu spoločenského vývoja zahŕňa rôzne obdobia – od staroveku až po súčasnú modernú dobu. Každé obdobie sa vyznačuje špecifickými formami spoločenského správania, technologickými inováciami či intelektuálnym pokrokom, ktoré výrazne ovplyvňujú aj oblasť umenia.

História nám odhaľuje rôzne umelecké smery, ktorých jedinečné štýly a prístupy prispievajú k pestrosti kultúrneho diania. Umenie však nie je len estetickým prejavom – slúži aj ako zrkadlo spoločenských a historických udalostí, ktoré formujú hodnoty a názory ľudí. Každá epocha prináša nové myšlienky, ktoré sa odrážajú v tvorbe umelcov, čím vzniká neustály dialóg medzi minulosťou a súčasnosťou.

Postupne sa oboznamujeme s rôznymi umeleckými prúdmi, pričom každý z nich odráža odlišný spôsob myslenia a prístupu k tvorbe. Kým v baroku dominoval jednotný výrazový štýl, s postupujúcimi storočiami dochádza k čoraz väčšej diverzifikácii umeleckého prejavu. Súčasná tvorba je oslobodená od striktných pravidiel a nie je viazaná jediným dominantným smerom – umelecké vyjadrenie je dnes stelesnením rozmanitosti a kreatívnej slobody. Tento prístup umožňuje umelcom experimentovať a hľadať nové formy, čím neustále rozširujú hranice vizuálnej komunikácie.

Súčasná umenie a dizajn je sprevádzané napätím medzi dvoma výraznými trendmi – minimalizmom a maximalizmom. Maximalizmus ako estetický smer odkazuje do vzdialenej histórie obdobia baroka, viktoriánskej éry či éry postmodernizmu, pričom dnes sa transformoval do svojej aktuálnej modernej podoby. Oslavuje hojnosť, komplexnosť, a výraznú viazuálnu estetiku. Na druhej strane minimalizmus, ktorý je zhmotnením reakcie na prebytok a zložitosť – je známy aj ako filozofický smer kladúci dôraz na jednoduchosť, odstránenie všetkého nadbytočného, pričom v umení sa prejavuje čistotou formy a fundamentálnosťou tvaroslovia.

Aj napriek výraznej odlišnosti a špecifickosti týchto dvoch smerov, vidíme v súčasnom vizuálnom prostredí ich rovnocenné zastúpenie. Pri rôznorodosti obsahu a spôsobe jeho

prezentácie verejnosti, je nevyhnutné prispôbiť aj prístup, akým ho divákovi sprostredkujeme. Každý prípad si vyžaduje individuálny prístup – zohľadnenie cieľovej skupiny, vekového rozmedzia, charakteru udalosti či samotnej podstaty, ktorú chceme odovzdať. V oblasti webového dizajnu a ďalších (nielen online) médií môžeme pozorovať, že princíp "menej je viac" postupne ustupuje do úzadia. Viacerí dizajnéri, umelci a kreatívne štúdiá sa prikláňajú k opačnému prístupu – maximalizmu. Tento trend vystihujú aj ich vyjadrenia:

- HeeJae Kim tvrdí; „viac je viac“ znamená byť otvorený možnostiam. Viac premenných vedie k väčšiemu počtu výsledkov a variácií, a tým môže vytvoriť širšiu škálu možností. Dizajnéri môžu aktívne experimentovať metódou pokusov a omylov a budovať si vlastný kreatívny štýl a výraz. V kombinácii s väčšou slobodou pri skúmaní majú vyššiu šancu nájsť svoj jedinečný hlas.¹⁵
- Názor zástupcu dizajnového štúdia O.O Design & Risograph ROOM; Myslím si, že heslo „viac je viac“ funguje v tejto modernej ére explózie internetových informácií, ktorá je obrovským oceánom, a predstavuje spôsob, ako najskôr upútať pozornosť používateľa a potom sprostredkovať myšlienky.¹⁶
- Studio Pros; Myslím si, že prístup „viac je viac“ sa postupne stal dizajnovým trendom. Keď sa koncept „menej je viac“ stáva čoraz bežnejším, bohaté a kreatívne skúmanie vizuálnych možností sa ukázalo ako účinný spôsob, ako upútať pozornosť. Okrem toho, ak je kontext diela dostatočne jasný, prístup „viac je viac“ môže odhaliť dizajnérove myšlienky a zručnosti.¹⁷

Tento vývoj naznačuje prehodnocovanie doterajších prístupov a postupné presadzovanie eskalujúceho trendu maximalizmu.

V ére digitálnych médií, kde začína preberať vplyv digitálny dizajn vo forme motionu či formou 3D grafiky, žiada grafický dizajn znovuzrodenie či omladenie. Klasické prejavy sú aj naďalej žiadané a nevyhnutné, no v sofistikovanejších prípadoch si vyžadujú viac dôvtipu či jemné postrčenie k omladeniu. Práve tu nachádza uplatnenie maximalizmus – kombinácia širokej palety farieb, rôznorodých tvarov, nekonvenčných orientácií a typografických riešení. Tento prístup rozbíja zaužívané pravidlá a umožňuje vytvoriť

¹⁵ *More is More: Designing Bigger, Bolder, Brighter*, 2023.

¹⁶ *Taktiež*

¹⁷ *Taktiež*

dynamiku aj v statickom dizajne. Otvára nové možnosti kreatívnej slobody a poskytuje umelcom priestor na objavovanie nových výrazových prostriedkov.

Zaujímavý pohľad priniesla aj štúdia Lovisy Carlson z univerzity Umeå vo Švédsku, ktorá skúmala vnímanie minimalizmu a maximalizmu generáciou mileniálov v kontexte webového dizajnu. Výskum porovnával reakcie účastníkov na dve webové stránky s odlišnými dizajnovými prístupmi. Výsledky ukázali, že mileniáli prejavili väčší záujem o maximalistický dizajn. Štúdia zároveň potvrdila, že vhodnosť dizajnového prístupu závisí predovšetkým od posolstva, ktoré má webová stránka odovzdať.¹⁸

Treba však zohľadniť, že táto štúdia bola zverejnená v roku 2019. Odvtedy sa situácia čiastočne zmenila – maximalistický prístup už nie je vnímaný ako novinka, ale stal sa etablovaným trendom, ktorý preniká aj do ďalších oblastí vizuálnej komunikácie. Aj keď sa výskum zameriaval primárne na webový dizajn, jeho závery sú aplikovateľné aj na iné médiá a formy vizuálnej prezentácie.

Je dôležité znova zdôrazniť, že vhodný prístup závisí od povahy a obsahu komunikovaného posolstva. Optimalizovanie negatívneho priestoru, prehľadnosť informácií, obmedzený či monochromatický výber farieb sú v mnohých prípadoch nevyhnutné a žiadané. Na druhej strane, trendy sa neustále menia a úlohou dizajnérov je vnímať tieto posuny a prispôsobovať sa im. Neustále pozorovanie a cit pre aktuálne potreby publika, sú kľúčom k úspešnému a relevantnému dizajnu.

¹⁸ SÖDERSTRÖM a FREIDOVICH, *Zborník 16. študentskej konferencie v interakcii technológií a dizajnu*, 2019.

4 MODERNÉ VIZUÁLNE IDENTITY FESTIVALOV

4.1 Trendy v prezentácii festivalov

Marketingová stratégia pre kultúrne a hudobné festivaly je postavená na konkurencii a schopnosti zaujať širšie publikum, čo je obzvlášť výzvou pre menšie podujatia. Okrem kultúrnych prínosov, akými sú podpora komunít, rozvoj turizmu či budovanie imidžu mesta alebo regiónu, organizátori často čelia problému, ako získať verných fanúšikov a dostať sa do povedomia. Preto je nevyhnutné sledovať aktuálne trendy a prispôbovať sa potrebám modernej populácie.

Správna správa sociálnych sietí sa stáva kľúčovým nástrojom propagácie, pričom využívanie najnovších funkcií platforiem, ako sú krátke a efektívne videá v podobe takzvaných 'reels', je dnes nevyhnutnosťou. Tento typ obsahu je aktuálne veľmi populárny a efektívny na takmer každej platforme. V kombinácii s pravidelnou aktivitou a zaangažovaním publika, tento prístup výrazne prispieva k vyššiemu dosahu, zvyšovaniu sledovanosti a obľúbenosti podujatia.

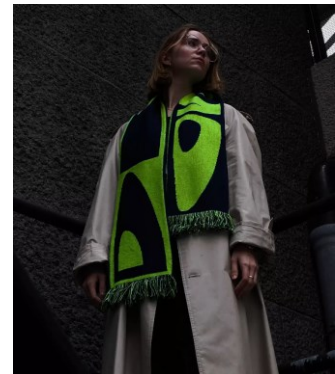
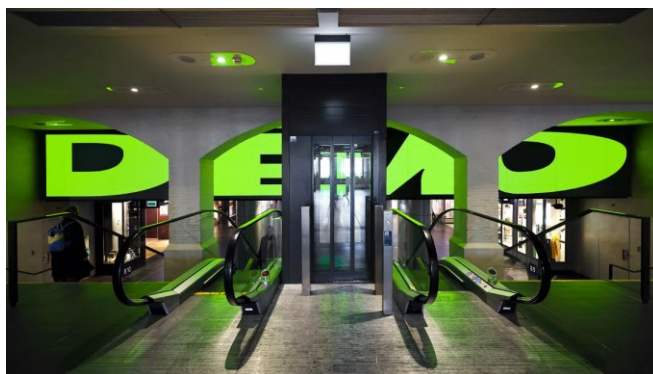
Tento proces si však vyžaduje starostlivé plánovanie obsahu, pričom forma a štýl zdieľaných príspevkov musia odrážať nielen charakter udalosti, ale aj vizuálnu identitu a celkový dizajn podujatia. Ide o komplexný prístup, ktorý zahŕňa všetko od grafiky, cez tón komunikácie, až po správny výber platformy. Výsledkom je efektívne oslovenie cieľovej skupiny, a to nielen počas samotnej akcie, ale aj v dlhodobom horizonte, čo prispieva k budovaniu stabilnej komunity fanúšikov a priaznivcov.

4.1.1 Festival DEMO

Prekvapivo nejde o hudobný festival, no považuje sa za najväčší festival motion dizajnu na svete, ktorý ovládol viac než päťtisíc obrazoviek po celom Holandsku. DEMO festival prezentuje prácu špičkových dizajnérov, štúdií, ale aj začínajúcich talentov, čím ponúka pestrý pohľad na aktuálne trendy v pohyblivej grafike.

Za jeho originálny vizuál je zodpovedné Studio Dumbar/DEPT, ktoré vytvorilo výrazný a dynamický vizuálny jazyk založený na rozposhybovaní "tučnej" typografie. Prostredníctvom tejto hravej a neustále sa meniacej typografie sa im podarilo efektívne vystihnúť celú podstatu DEMO festivalu. "Navždy meniaci sa, pohybujúci sa, hravý,

udržateľný a prislúchajúci prvému a najväčšiemu motion festivalu na svete." ¹⁹ Vytvorenie pohyblivej identity, ktorej základom je neustále sa meniaci tvar fontu, naplno využilo potenciál na dynamické a úspešné vizuálne odprezentovanie festivalu. Kľúčovým aspektom tohto návrhu je jeho flexibilita, ktorá umožňuje neustále oživovanie a obmieňanie vizuálu. Kritickým bodom pri jeho tvorbe bolo navrhnúť taký vizuálny jazyk, ktorý dokáže vyniknúť medzi stovkami ďalších diel a pritaľnúť pozornosť v digitálnom priestore. Tento prístup naplno využil silu motion dizajnu na dynamickú a pútavú prezentáciu festivalu.



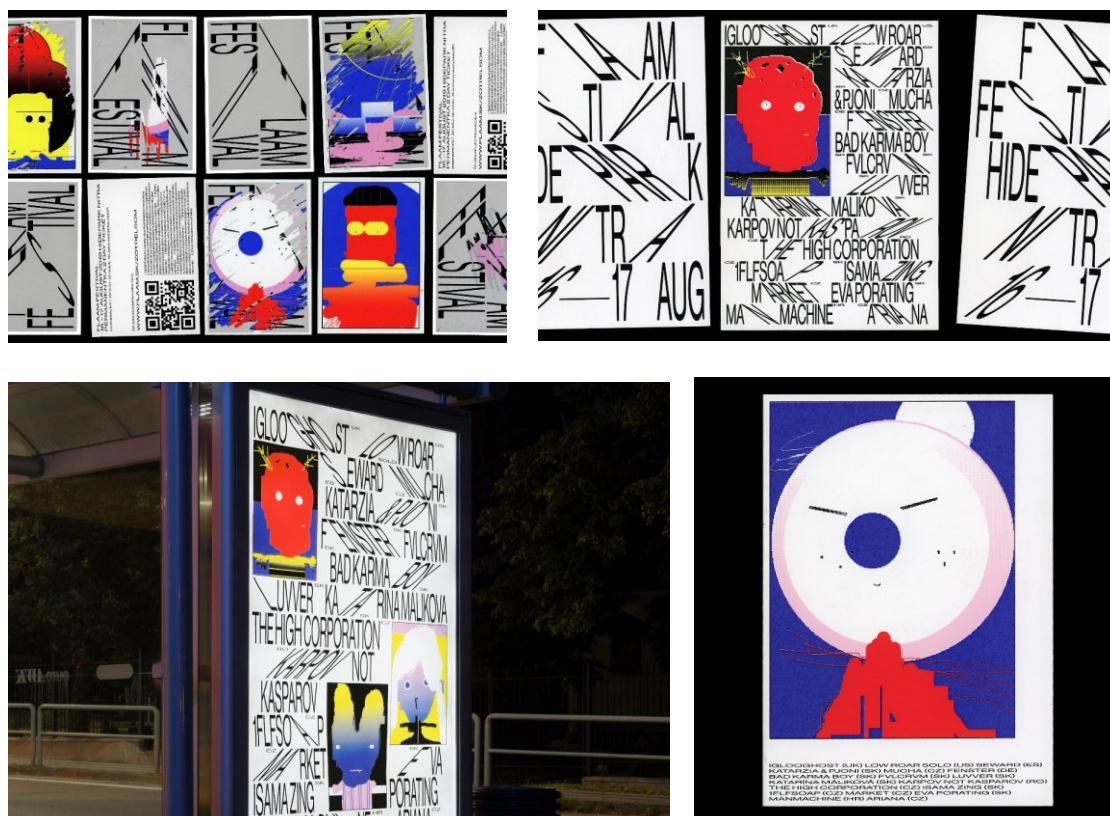
Festival DEMO 2022, 2022.

4.1.2 Festival Flaam 2019

Konceptom niektorých festivalov je každoročná obmena vizuálu ich komunikácie s publikom. Hoci sme zvyknutí na konzistentnosť a budovanie dlhoročného brandu či vizuálneho jazyka, pri festivaloch sa tento prístup môže líšiť. Osviežením alebo úplnou zmenou vizuálnej identity verejného podujatia vytvárame dojem novosti a inovácie. Týmto spôsobom jasne signalizujeme návštevníkom, že aj aktuálny ročník stojí za to – či už ide o nový program, vystúpenia iných interpretov alebo jedinečnú atmosféru spojenú so zmenenou tematikou festivalu.

¹⁹ DUMBAR/DEPT®, 2024.

Tvorba vizuálov festivalov dáva umelcom a dizajnérom priestor na kreativitu, pričom sa môžu pri navrhovaní slobodne realizovať. Príkladom takéhoto prístupu je aj šiesty ročník festivalu Flaam, ktorého vizuálnu stránku spracovalo kreatívne štúdio Andrej & Andrej. Flaam, konajúci sa na Slovensku, je festival plný hudby, nezabudnuteľnej atmosféry a hravého prístupu. Andrej & Andrej vizualizovali vystupujúcich umelcov a hudobníkov prostredníctvom série dvadsiatich dvoch prispôbených avatarov, z ktorých každý reprezentoval individuálnu náladu alebo pocit, ktorý daný interpret prináša svojim vystúpením. V súlade s modifikovanou typografiou tak vznikla špecifická, no zároveň dynamická forma estetického a obrazového jazyka.



Festival Flaam 2019, 2019.

4.1.3 Microwave medzinárodný festival umenia nových médií 2019

Festival objavujúci možnosti na pomedzí technológie, médií a umenia. Rovnako ako mnohé iné festivaly, aj Microwave kladie dôraz na vizuálnu stránku svojej prezentácie. Pravidelne si zakladá na vytvorení novej vizuálnej identity, ktorá odráža aktuálnu tému festivalu, jeho hodnoty a snahu o inovatívny prístup.

Microwave International New Media Arts Festival je medzinárodný festival zameraný na nové médiá a digitálne umenie, ktorý sa koná v Hongkongu. Jednou z najpútavejších vizuálnych identít sa stala tá z roku 2019, nesúca experimentálny podtón. Výrazné 3D modely objektov v takmer do očí bijúcej farebnej palete sú príkladom maximalistického prístupu, ktorý vytvára intenzívny vizuálny dojem.



Microwave medzinárodný festival umenia nových médií 2019, 2019.

4.1.4 Festival Pohoda

Najväčší festival na Slovensku s bohatou históriou a silnou komunitou priaznivcov. Pohoda je festival plný rozhovorov, diskusií, pozitívnej atmosféry, nezabudnuteľných zážitkov, kreatívnych workshopov, aktivít, no predovšetkým plný hudby.

Jeho logo je silným posolstvom a ikonickou značkou, známou širokému publiku. Pohoda už niekoľko rokov udržiava konzistentný vizuálny jazyk postavený na pevných základoch, no zároveň ho každoročne prispôsobuje aktuálnemu ročníku. Aj vďaka tomu si zachováva dynamickú vizuálnu identitu, schopnú neustále generovať kreatívny obsah a prispôbovať sa novým trendom. Táto vizualita je založená na flexibilnej typografii v harmónii s pestrou farebnosťou. Výrazné prvky, farebné kontrasty a hravé grafiky podčiarkujú pravú podstatu festivalu – špecifickú atmosféru plnú energie a radosti.

Jedným z kľúčových faktorov úspechu festivalu sú aj sociálne siete. Pohoda je príkladom podujatia, ktoré systematicky pracuje na svojej prezentácii nielen počas konania festivalu, ale aj v priebehu celého roka. Pravidelná aktivita na digitálnych platformách, efektívna komunikácia a interakcia s publikom pomáhajú budovať silnú komunitu a udržiavať si verných návštevníkov. Festival tak svojím prístupom k digitálnej komunikácii nielenže drží krok s aktuálnymi trendmi, ale stáva sa aj inšpiratívnym príkladom v oblasti budovania identity a zapájania publika.



Festival Pohoda, 2023.

5 PRAKTICKÁ ČASŤ BAKALÁRSKEJ PRÁCE

5.1 Festival ako východisko vizuálnej identity

Náplňou práce bude tvorba vizuálnej identity alternatívneho festivalu 'Priestor', konajúceho sa v meste Trenčín. Festival sa koná každoročne už niekoľko rokov, pričom jeho atraktivita ročne narastá, no stále naplňuje koncept menšieho verejného podujatia. Ako sa stalo aj v mojom prípade, po návšteve zanechá v srdci účastníka jedinečnú stopu. Je to miesto, ktoré vzbudzuje kreativitu, naplňuje dobrým pocitom a hlavne ponúka únik z každodennej opakujúcej sa šablóny.

Festival prepájajúci hudbu, umenie, kultúru a ďalšie tvorivé odvetvia. Program každoročne prináša mladých a talentovaných hudobníkov, ktorí sa usilujú zanechať výraznejšiu stopu v hudobnom priemysle. Aj to je aspekt prinášajúci festivalu energiu, originalitu a nezameniteľnú atmosféru, tvoriacu základ identity festivalu. Prostredníctvom kreatívneho marketu, ktorý poskytuje priestor nezávislým výrobcom a nadšencom ručnej tvorby, majú návštevníci možnosť odniesť si jedinečné produkty. Výrobky sú nielen výsledkom remeselnej zručnosti, ale zároveň odrážajú originalitu a osobitý prístup ich autorov, čo prispieva k myšlienke udržateľnosti a lokálneho rozvoja. Diverzitu programu podnecujú diskusie a rozhovory inovatívnych osobností, prispôsobených celej tématike festivalu. Interaktívne stretnutia prinášajú nové pohľady na témy, výmenu myšlienok či inšpiráciu a reflexiu.

Jeho cieľom je otvárať diskusiu o smerovaní kultúry, kreatívnych odvetví ako urbanizmu či verejného priestoru. Už samotný názov festivalu „Priestor“ nesie významný odkaz a naznačuje jeho hlbšiu filozofiu – tvoriť miesto nielen fyzické, ale aj symbolické. Svojou podstatou podporuje ducha mesta, vzťah ľudí k prostrediu, v ktorom žijú, a jeho snahu o jeho prehodnotenie a obnovu.

Urbanizmus a jeho problematika sa stáva čoraz viac skloňovanou témou dnešnej doby, najmä v kontexte veľkých miest. Znalosť verejnosti sa však vymyká smerom k menej obývaným lokalitám, pričom snaha o väčšiu osvetu tu tvorí tiež veľké opodstatnenie – je nevyhnutné „tvoriť mesto a miesto pre ľudí“. Napriek tomu, že diskusia často smeruje k súvislostiam ako hustá osídlenosť či preťaženosť infraštruktúry, festival zdôrazňuje, že význam urbanizmu presahuje hranice metropol. Verejné priestory sú prispôbované a podriadené potrebám dopravy a technológií, čím prirodzene strácajú svoju obývatelnosť a ochudobňujú sa o miesta na oddych či socializáciu. Festival Priestor poukazuje na

dôležitosť budovania miest, ktoré nie sú len funkčné, ale aj inšpiratívne – miest, kde si ľudia môžu vytvoriť hlboký vzťah k prostrediu.

Genius loci. Navracanie ducha miesta. To je stredobod a hlbšia záujmová činnosť, zdieľanie festivalu Priestor. Jeho jedinečnosť sa premieta aj do výberu lokalít. Snahy a myšlienky obnovy či revitalizácie brownfieldov rezonujú v podobe „vdýchnutia života“ opusteným a zabudnutým priestorom. Priestory ako niekdajšia textilná továreň Merina, či alternatívne lokality ako vypustený bazén Detského mestečka v Trenčíne, ktoré v minulých ročníkoch slúžili ako pôsobivé kulisy pre program festivalu. Stabilitu a kontinuitu však festival našiel v parku M. R. Štefánika, ktorý je len na skok od centra mesta, no paradoxne oddelený rušnou hlavnou cestou – jedným z problémov, na ktoré urbanizmus upriamuje svoju pozornosť. Rieky, príroda, oddychové zóny. Mestá, po nekontrolovateľnej expanzii, stratili základný koncept a primárnu funkciu – byť obývatel'nými miestami pre ľudí. Aj preto je tu myšlienka hľadania rovnováhy medzi rozvojom a zachovaním prirodzeného prostredia so zanechaním funkčnosti, ale aj estetiky.

Mojou hlavnou náplňou práce bude vytvorenie vizuálnej identity, ktorá nielen zachová ducha festivalu, ale zároveň ho posunie smerom k jeho ďalšiemu rozvoju a pomôže sprostredkovať jeho jedinečnú atmosféru širokej verejnosti. Cieľom je nielen zvýšiť vizuálnu atraktivitu festivalu, ale aj podporiť jeho povedomie v kruhoch kultúrnej sféry a verejnosti. Súčasťou mojej práce bude aj okrajové zameranie sa na marketingovú stratégiu, ktorá zabezpečí správny výber vizuálnych foriem a spôsobov, akými sa festival bude prezentovať, pričom sa zameriam na jeho jedinečnosť a konkurenčnú výhodu.





Festival Priestor, 2024.

5.2 Návrh vizuálnej identity festivalu

V tejto časti práce predstavujem návrh vizuálnej identity festivalu, ktorý vznikol ako výsledný výstup praktickej časti. Na základe analýzy potrieb festivalu a vizuálnych trendov v kultúrnej oblasti som vytvorila komplexný návrh, zahrnujúci prvky a výstupy ako je logo, vybrané aplikácie vo forme plagátov, digitálnych bannerov, merchu, ako aj návrh vizuálov pre sociálne siete, ktoré dnes tvoria neoddeliteľnú súčasť komunikačnej stratégie.

Výsledný koncept vychádza z charakteru festivalu, pričom cieľom bolo vytvoriť originálny a zapamätateľný vizuálny jazyk, ktorý bude reflektovať atmosféru a podporovať autenticnosť festivalu. Cieľom návrhu primárne sledujem posilniť vizuálne rozpoznanie festivalu, zabezpečiť konzistentnosť v komunikácii a osloviť cieľové publikum.

5.2.1 Logo

Logo festivalu pozostáva z typografického riešenia slova „priestor“, pričom jednotlivé písmená sú vyskladané z rôznych fontov. Tento zámerný kontrast reflektuje pestrosť, otvorenosť a rôznorodosť festivalu – jeho obsah, publikum aj atmosféru. Voľba rôznych typografických štýlov zároveň odkazuje na slobodu či autenticnosť festivalu. Výsledné logo pôsobí neformálne, otvorene a hravo, čím zodpovedá voľnému a kreatívnemu charakteru podujatia.

Spolu so statickým stvárnením doprevádza logo aj jeho samotná animácia, kedy sa nepravidelne, s časovými intervalmi, fonty obmieňajú medzi jednotlivými literami. Táto verzia je určená pre digitálne výstupy, ako sú sociálne siete, webová stránka alebo digitálne bannery, kde animácia pomáha upútať pozornosť a posilňuje vizuálnu identitu festivalu.



Ukážka loga festivalu.

5.2.2 Typografia

Typografia vizuálnej identity vychádza priamo z charakteru logotypu, v ktorom je veľká časť písmen stvárnena pomocou iných fontov. Tieto rôznorodé písma spolu vytvárajú špecifický vizuálny jazyk festivalu, pričom žiadne z nich nemožno označiť za dominantné alebo primárne. Ako doplnkové, podporné písmo som zvolila font Telegraf. Typovo najviac spĺňal prienik a charakterovo zapadá do celkovej vizuality. Telegraf sa používa najmä pri nadpisoch a textových častiach, kde je potrebná konzistentnosť a čitateľnosť. Zároveň sa do neho vkladá variabilita prostredníctvom vybraných fontov z loga, čím sa zachováva vizuálna kontinuita a pestrofarebný charakter identity.



Ukážka visáčiek.

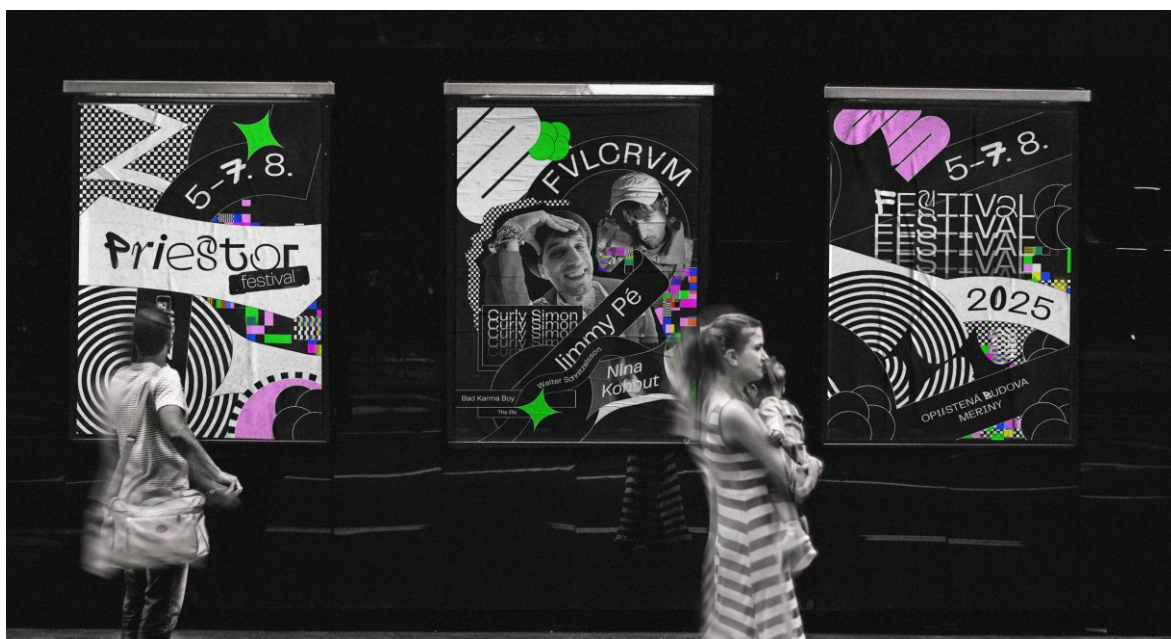
5.2.3 Grafické prvky a motívy

Najvýraznejším prvkom vizuálnej identity sa stali dominantné geometrické tvary, ktoré slúžia ako nosiče fotografií alebo tvoria výrazné pozadia. Celý vizuálny systém je založený na vrstvení a prekryvaní jednotlivých prvkov, čo vytvára dojem priestorovej hĺbky

a dynamiky. V pozadí sa objavuje aj motív farebnej kockovej siete, ktorý dopĺňa kompozíciu a posilňuje celkový charakter identity. Tieto prvky prirodzene dopĺňajú animácie, ktoré vizuálny štýl ešte viac oživujú. Celá identita je postavená na hravosti a pestrosti, pričom ich kombinácia pôsobí zámerne neuhladeným, mierne chaotickým dojmom, ktorý však v kontexte festivalu vytvára originálny a živý vizuálny jazyk.



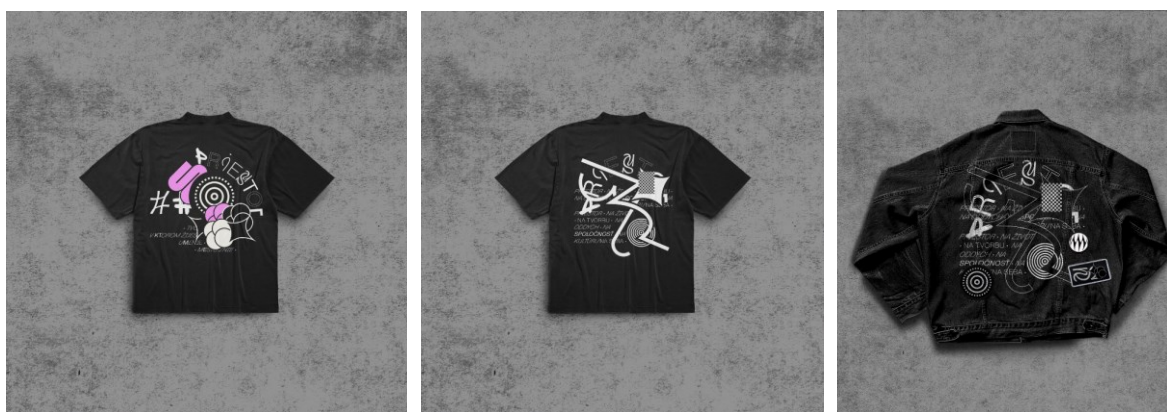
Ukážka primárneho plagátu.



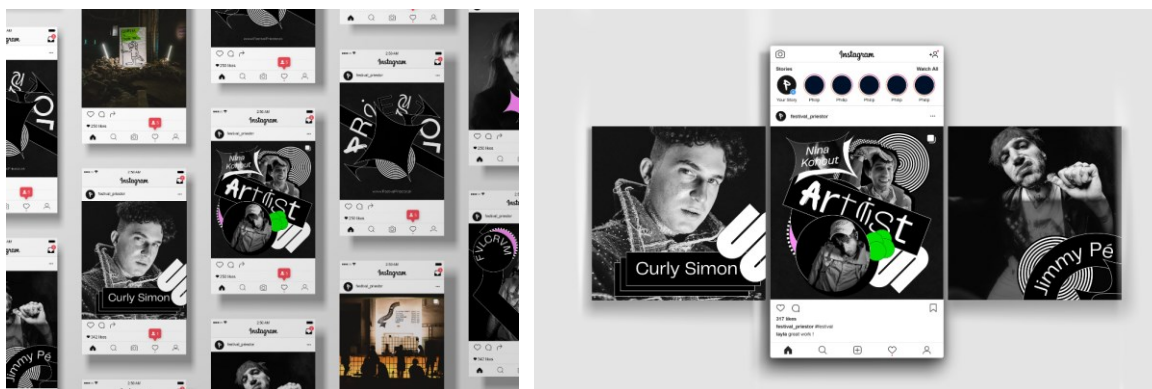
Ukážka doplnkových plagátov.

5.2.4 Závěr

Vizuálna identita ako praktická časť bakalárskej práce nielenže reprezentuje festival, ale zároveň ponúka aj ucelený dizajnový jazyk, ktorý môže byť ďalej rozvíjaný a aplikovaný naprieč rôznymi výstupmi – od printových materiálov až po digitálne médiá. Cieľom bolo vytvoriť flexibilný vizuálny systém, ktorý nebude pôsobiť staticky, ale naopak – bude schopný reagovať na rôzne formáty, médiá a kontexty. Kombinácia rôznych fontov, geometrických tvarov, animácií a rôznorodej farebnosti vytvára dojem vizuálnej hravosti a nepredvídateľnosti, pričom zároveň zachováva určitú mieru vizuálnej súdržnosti. Tento prístup zodpovedá samotnému duchu festivalu, ktorý je miestom stretu rôznych pohľadov, žánrov a ľudí.



Merch festivalu.



Návrh sociálnych sietí.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATURY

BRAND BROTHERS. In: *Dynamic Branding*. 1rd edition. Hong Kong: Victionary, 2024, s. 07. ISBN 978-988-75666-3-2.

BARNHART, Ben. *What's motion design?* Online. In: Linearity. 2024. Dostupné z: https://www.linearity.io/blog/motion-design/?utm_source=chatgpt.com. [cit. 2025-01-21].

DUMBAR/DEPT®, Studio. In: *Dynamic Branding*. 1rd edition. Hong Kong: Victionary, 2024. ISBN 978-988-75666-3-2

GAO, Han. In: *Dynamic Branding*. 1rd edition. Hong Kong: Victionary, 2024, s. 25. ISBN 978-988-75666-3-2.

GAO, Han. In: *Dynamic Branding*. 1rd edition. Hong Kong: Victionary, 2024, s. 14. ISBN 978-988-75666-3-2.

LOKNAR, Nikolina Stanić; BRATIĆ, Diana a AGIĆ, Ana. *Kinetic typography - Figuration and technology*. Online, Odborná práca. Záhreb, Chorvátsko: Univerzita v Záhrebe, Fakulta grafiky, Záhreb, Chorvátsko. Dostupné z: <https://www.grid.uns.ac.rs/symposium/download/2020/81.pdf>. [cit. 2025-01-21].

LEE, J. C., Forlizzi, J., Hudson, S. E.: "The Kinetic Typography Engine: An Extensible System for Animating Expressive Text", URL: https://www.cs.cmu.edu/~johnny/kt/dist/files/Kinetic_Typography.pdf (last request: 2020-10-08).

LEVIN, Ilya a MAMLOK, Dan. *Culture and Society in the Digital Age*. Online. In: MDPI (Multidisciplinary Digital Publishing Institute) Open Access Journals. 2021, 5.2. 2021. Dostupné z: <https://www.mdpi.com/2078-2489/12/2/68>. [cit. 2025-01-09].

More is More: Designing Bigger, Bolder, Brighter. 2nd edition. Victionary, 2023. ISBN 978-988-74628-7-3.

NORMAN, David A. In: *Dynamic Branding*. 1rd edition. Hong Kong: Victionary, 2024. ISBN 978-988-75666-3-2.

NAYAK, Bibhu Kalyan. *The Digital Renaissance: How Technology Fuels Creativity in the Modern Age*. Online. In: Medium. 2023, 6.10. 2023. Dostupné z: <https://medium.com/bkcreatives/the-digital-renaissance-how-technology-fuels-creativity-in-the-modern-age-fb7b184a4e91>. [cit. 2025-01-09].

SARKER, Iqbal H. *Machine Learning: Algorithms, Real-World Applications and Research Directions*. Online. In: Springer Nature. 2021, 22.3. 2021. Dostupné z: <https://link.springer.com/article/10.1007/s42979-021-00592-x#ref-CR21>. [cit. 2025-01-09].

SÖDERSTRÖM, Ulrik a FREIDOVICH, Leonid. *Zborník 16. študentskej konferencie v interakcii technológií a dizajnu*. Konferenčný zborník. Švédsko: Umeå University, Department of Applied Physics and Electronics.

ZOZNAM OBRÁZKOV

Festival DEMO 2022. Online. In: Design in motion festival. 2022. Dostupné z: <https://demofestival.com/media/pages/past-festivals/demofestival2022/1f08d78082-1714379633/dumbar-demo-2022-def-165.jpg>. [cit. 2025-03-17].

Festival DEMO 2022. Online. In: Studio Dumbar/DEPT®. 2022. Dostupné z: <https://studiodumbar.com/media/pages/work/demo-2022/643f9c511e-1682344174/demo-scarf-01-1600x.webp>. [cit. 2025-03-17].

Festival Flaam 2019. Online. In: Slovenské centrum dizajnu. 2019. Dostupné z: https://scd.sk/wp-content/uploads/2020/07/andrej-amp-andrej_flaam-festival_2--scaled.jpg. [cit. 2025-03-17].

Microwave medzinárodný festival umenia nových médií 2019. Online. In: Ware. 2019. Dostupné z: https://ware.hk/wp-content/uploads/2019/12/IMG_0020-1200x800.jpg. [cit. 2025-03-17].

Festival Pohoda. Online. In: Pohoda Festival. 2023. Dostupné z: <https://www.pohodafestival.sk/uploads/editor/images/pohoda-lineup-story.png>. [cit. 2025-03-17].

Festival Priestor. Online. In: Facebook. 2024. Dostupné z: https://scontent.fbts5-1.fna.fbcdn.net/v/t39.30808-6/459394423_1071979841599549_3017582713802246304_n.jpg?_nc_cat=100&ccb=1-7&_nc_sid=f727a1&_nc_ohc=v29GRn-H7O4Q7kNvgF5jDIU&_nc_oc=AdjzDvQnc8pZBifaTIx6tan_OktfIKbixKoAQIqM2j9BeV6STRew25DjQ5Zlez7j2F0&_nc_zt=23&_nc_ht=scontent.fbts5-1.fna&_nc_gid=8eQK4vV1C7MDesbUpEni1Q&oh=00_AYGU3_YTH6GFDAGciP-1m7nB9UTFXrvk8NQPgp7yF2xssw&oe=67DE769C. [cit. 2025-03-17].

Op art - Victor Vasarely. Online. In: Sight Unseen. 2023. Dostupné z: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.sightunseen.com%2F2019%2F06%2Fop-art-leader-victor-vasarely-material-archives-fondation-vasarely%2F&psig=AOvVaw2EP3elH2I1J9Twn8PQJxO3&ust=1742336801383000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQQjRxqFwoTCNjpmciUkowDFQAAAAAdAAAAABAJ>. [cit. 2025-03-17].

Constellation - ukážka vizuálnej identity výstavy. Online. In: Pinterest. Dostupné z: <https://i.pinimg.com/736x/58/c6/dd/58c6dd915d3b337afb90ab45d6e7c6a0.jpg>. [cit. 2025-03-18].

Pinterest - ukážka platformy. Online. In: Skill Share. Dostupné z: <https://www.skillshare.com/blog/wp-content/uploads/2021/03/KristenAshton.png?w=966>. [cit. 2025-03-18].

Behance - ukážka platformy. Online. In: Behance. Dostupné z: https://help.behance.net/hc/article_attachments/7476408127899/Screen_Shot_2022-07-20_at_12.20.50_PM.png. [cit. 2025-03-18].

Kineograf - patent. Online. In: Media theques. Dostupné z: <https://mediatheques.niortagglo.fr/evenement/festival-2-bulles-construis-ta-machine-flip-book>. [cit. 2025-03-18].