

# **Vizuální identita festivalu dobrodružných filmů**

Elizabeth Buggyová

---

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: | Elizabeth Bugyiová                              |
| Osobní číslo:     | K22031                                          |
| Studijní program: | B0212A310004 Multimédia a design                |
| Specializace:     | Grafický design                                 |
| Forma studia:     | Prezenční                                       |
| Téma práce:       | Vizuální identita festivalu dobrodružných filmů |

## 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: historický vývoj vybraného festivalu, jeho aktuální identita a sportovní aktivity, které se na tomto festivalu prezentovaly

2. Praktický tvůrčí výstup: tvorba vizuální identity festivalu dobrodružných filmů

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  
Jazyk zpracování: Slovenština

Seznam doporučené literatury:

BAČUVČÍK, Radim. *Marketing kultury: divadlo, koncerty, publikum, veřejnost*. Zlín: VeRBuM, 2012. ISBN 978-80-87500-17-0.  
BIERUT, Michael. *How to use graphic design to sell things, explain things, make things look better, make people laugh, make people cry, and (every once in a while) change the world*. Revised and updated edition. London: Thames & Hudson, 2021. ISBN 978-0-500-29618-9.  
HORŇÁK, Pavel. *Reklama: teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingovej komunikácie*. Vydanie druhé, rozšírené a prepracované. Zlín: Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2018. ISBN 978-80-87500-94-1.  
VALCK, Marijke de; KREDELL, Brendan a LOIST, Skadi (ed.). *Film festivals: history, theory, method, practice*. London: Routledge, 2016. ISBN 978-0-415-71247-7.  
WEINSCHENK, Susan. *100 věcí, které by měl každý designér vědět o lidech*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3649-2.

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**

---

**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**

Vo svojej bakalárskej práci sa venujem tvorbe a redizajnu vizuálnej identity pre jubilejný 20. ročník festivalu dobrodružných filmov HoryZonty. Tento festival každoročne prebieha po dobu troch dní v meste Trenčín.

V teoretickej časti sa zaoberám úlohou vizuálnej identity pre filmové festivaly. Analyzujem konkrétne vizuálne identity zahraničných ako aj slovenských a českých filmových festivalov so zameraním na outdoor. Následne podrobne rozoberám doterajšiu vizuálnu identitu festivalu HoryZonty.

Analýza v teoretickej časti mojej bakalárskej práce slúži ako východisko pre praktickú časť práce. V nej sa už zameriavam na samotný proces tvorby novej vizuálnej identity festivalu, kde sa snažím reflektovať na dobrodružného ducha festivalu.

Kľúčová slova: vizuálna identita, grafický dizajn, festival, filmový festival, outdoorový festival, festival dobrodružných filmov, dobrodružstvo, film, šport, HoryZonty, pohyb, zaznamenanie pohybu

## **ABSTRACT**

In my bachelor's thesis, I focus on the creation and redesign of the visual identity for the 20th anniversary of the HoryZonty adventure film festival. This festival takes place annually over three days in the city of Trenčín.

In the theoretical part, I explore the role of visual identity in film festivals. I analyze the visual identities of both international and Slovak/Czech film festivals, particularly those with an outdoor focus. Furthermore, I provide an in-depth examination of the existing visual identity of the HoryZonty festival.

The analysis in the theoretical section serves as the foundation for the practical part of my thesis. In the practical section, I concentrate on the process of designing a new visual identity for the festival, aiming to reflect its adventurous spirit.

Keywords: visual identity, graphic design, festival, film festival, outdoor festival, adventure film festival, adventure, film, sport, HoryZonty, movement, capture of motion

Tak ako na každom festivale príde chvíľa na poďakovanie, aj ja by som teraz rada využila tento priestor.

Úprimne ďakujem vedúcej mojej bakalárskej práce, Mgr. art. Lívií Kožuškovej ArtD., za jej neoceniteľnú podporu, odborné vedenie, povzbudenie počas stresových a náročných chvíľ a cenné rady, vďaka ktorým som túto prácu mohla úspešne dokončiť.

Veľké poďakovanie patrí aj pani MgA. Jane Dodosudilovej a MgA. Jane Vyoralovej PhD. za ich názory, postrehy a spätnú väzbu, ktorá mi pomohla uvidieť moju prácu z iných uhlov pohľadu.

Zároveň ďakujem Mgr. art. Kataríne Hutníkovej a každému, kto si moju prácu pozrel, venoval jej čas a podelil sa so mnou o svoj názor či dojmy – vaša spätná väzba pre mňa znamenala veľa a motivovala ma pokračovať ďalej.

## OBSAH

|                                                                                                                              |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ÚVOD .....</b>                                                                                                            | <b>11</b> |
| <b>1 FILMOVÝ FESTIVAL ZAMERANÝ NA OUTDOOR.....</b>                                                                           | <b>12</b> |
| <b>2 ÚLOHA VIZUÁLNEJ IDENTITY PRE FILMOVÉ FESTIVALY.....</b>                                                                 | <b>13</b> |
| 2.1 VPLYV VIZUÁLNEJ IDENTITY FILMOVÉHO FESTIVALU NA ÚČASTNÍKA Z POHĽADU ORGANIZÁTORA .....                                   | 13        |
| 2.2 VPLYV VIZUÁLNEJ IDENTITY FILMOVÉHO FESTIVALU Z POHĽADU VEREJNOSTI .....                                                  | 13        |
| 2.3 VPLYV VIZUÁLNEJ IDENTITY FILMOVÉHO FESTIVALU Z POHĽADU DIZAJNÉRA.....                                                    | 14        |
| 2.4 VÝZNAM TEMATICKEJ KONZISTENCIE VO VIZUÁLNEJ IDENTITE.....                                                                | 14        |
| <b>3 POTREBNÉ GRAFICKÉ VÝSTUPY PRE FILMOVÝ FESTIVAL .....</b>                                                                | <b>15</b> |
| 3.1 LOGO .....                                                                                                               | 15        |
| 3.2 FAREBNÁ PALETA.....                                                                                                      | 15        |
| 3.3 TYPOGRAFIA .....                                                                                                         | 16        |
| 3.4 PLAGÁT .....                                                                                                             | 16        |
| 3.5 PROPAGAČNÉ BROŽÚRY A LETÁKY .....                                                                                        | 17        |
| 3.6 BANNERY A FOTOSTENY .....                                                                                                | 17        |
| 3.7 WEBOVÁ STRÁNKA.....                                                                                                      | 18        |
| 3.8 REKLAMNÉ MATERIÁLY PRE SOCIÁLNE MÉDIÁ.....                                                                               | 18        |
| 3.9 OCENENIA, DIPLOMY A TROFEJE .....                                                                                        | 19        |
| 3.10 MERCHANDISE .....                                                                                                       | 20        |
| 3.11 VIDEO UPÚTAVKY A ZNELKY .....                                                                                           | 20        |
| 3.12 TLAČOVÉ SPRÁVY A DOKUMENTY .....                                                                                        | 21        |
| 3.13 OZNAČENIA PRIESTOROV A INFORMAČNÉ TABULE.....                                                                           | 21        |
| 3.14 VSTUPENKY A AKREDITÁCIE.....                                                                                            | 22        |
| <b>4 VIZUÁLNA IDENTITA SÚČASNÝCH ZAHRANIČNÝCH FILMOVÝCH FESTIVALOV SO ZAMERANÍM NA DOBRODRUŽSTVO A OUTDOOR.....</b>          | <b>23</b> |
| 4.1 SÚČASNÁ PREZENTÁCIA FESTIVALU TRENTO FILM FESTIVAL .....                                                                 | 23        |
| 4.2 SÚČASNÁ PREZENTÁCIA FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM ALPIN DES DIABLERETS.....                                             | 26        |
| 4.3 SÚČASNÁ PREZENTÁCIA FESTIVALU MOUNTAINFILM .....                                                                         | 28        |
| <b>5 VIZUÁLNA IDENTITA SÚČASNÝCH SLOVENSKÝCH A ČESKÝCH FILMOVÝCH FESTIVALOV SO ZAMERANÍM NA DOBRODRUŽSTVO A OUTDOOR.....</b> | <b>31</b> |
| 5.1 SÚČASNÁ PREZENTÁCIA MEDZINÁRODNÉHO FESTIVALU OUTDOOROVÝCH FILMŮ .....                                                    | 31        |
| 5.2 SÚČASNÁ PREZENTÁCIA FESTIVALU HORY A MESTO.....                                                                          | 32        |
| 5.3 SÚČASNÁ PREZENTÁCIA MEDZINÁRODNÉHO FESTIVALU HORSKÝCH FILMOV V POPRADE .....                                             | 34        |
| <b>6 FESTIVAL DOBRODRUŽNÝCH FILMOV HORYZONTY.....</b>                                                                        | <b>35</b> |

|          |                                                                  |           |
|----------|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 6.1      | VÝVOJ VIZUÁLNEJ IDENTITY FETSIVALU .....                         | 35        |
| 6.2      | ANALÝZA VIZUÁLNEJ IDENTITY 19. ROČNÍKU FETSIVALU .....           | 37        |
| <b>7</b> | <b>ZÁVER ANALÝZ .....</b>                                        | <b>42</b> |
| <b>8</b> | <b>PROCES TVORBY .....</b>                                       | <b>43</b> |
| 8.1      | VÝBER TÉMY .....                                                 | 43        |
| 8.2      | REŠERŠ .....                                                     | 43        |
| 8.3      | PRVÉ NÁVRHY .....                                                | 44        |
| 8.4      | VÝSLEDNÝ LOGOTYP .....                                           | 45        |
| 8.5      | CELKOVÁ PRÁCA S VIZUÁLOM .....                                   | 46        |
| 8.5.1    | Práca s fotografiami .....                                       | 46        |
| 8.5.2    | Práca s ilustráciami .....                                       | 46        |
| 8.5.3    | Farebnosť .....                                                  | 47        |
| 8.5.4    | Písmo .....                                                      | 48        |
| 8.6      | TLAČOVINY .....                                                  | 49        |
| 8.6.1    | Plagáty .....                                                    | 49        |
| 8.6.2    | Programový leták .....                                           | 51        |
| 8.6.3    | Katalóg .....                                                    | 52        |
| 8.6.4    | Bannery .....                                                    | 54        |
| 8.6.5    | Vizitka .....                                                    | 55        |
| 8.6.6    | Menovky .....                                                    | 56        |
| 8.6.7    | Hlavičkový papier .....                                          | 56        |
| 8.6.8    | Obálky .....                                                     | 56        |
| 8.6.9    | Vstupenky .....                                                  | 56        |
| 8.7      | WEBOVÉ STRÁNKY A SOCIÁLNE SIETE .....                            | 57        |
| 8.7.1    | Webová stránka .....                                             | 57        |
| 8.7.2    | Sociálne siete .....                                             | 58        |
| 8.8      | MERCH .....                                                      | 59        |
| 8.8.1    | Tričká, ponožky, tašky, fľašky, hrnčeky, odznaky a nálepky ..... | 60        |
| 8.8.2    | Ostatné .....                                                    | 61        |
| 8.9      | ANIMÁCIE .....                                                   | 62        |
| 8.9.1    | Animácia logotypu .....                                          | 62        |
| 8.9.2    | Video teaser .....                                               | 63        |
| 8.9.3    | Odpočítavanie spustenia filmu .....                              | 63        |
|          | <b>ZÁVER .....</b>                                               | <b>64</b> |
|          | <b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY .....</b>                          | <b>64</b> |
|          | <b>ZOZNAM OBRÁZKOV .....</b>                                     | <b>67</b> |
|          | <b>ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV K OBRÁZKOM .....</b>                 | <b>69</b> |



## ÚVOD

Filmové festivaly som vždy vnímala ako jedinečné podujatia, kde sa spája kinematografia, kultúra a vášeň pre film. Ich vizuálna identita zohráva zásadnú úlohu – vytvára prvý dojem, určuje atmosféru a pomáha budovať značku festivalu. Niektoré majú premyslenú a konzistentnú identitu, ktorá sa vyvíja a prispôsobuje aktuálnym trendom, zatiaľ čo iné zostávajú vizuálne nejednotné a nevyužívajú potenciál grafického dizajnu naplno.

Osobitne ma zaujala oblasť filmových festivalov s outdoorovou tematikou. Ich vizuálne identity často čerpajú inšpiráciu z prírody, dobrodružstva a extrémnych športov. Pri analýze týchto festivalov som si všimla, že tieto festivaly nedisponujú až tak výraznou a špecifickou vizuálnou identitou, prípadne ju využívajú nekonzistentne.

V rámci tejto bakalárskej práce sa snažím preskúmať úlohu vizuálnej identity na filmových festivaloch, pričom som sa zamerala najmä na tie, ktoré sú spojené s outdoorovou tematikou. V teoretickej časti sa venujem rozporu úlohy vizuálnej identity pre filmový festival, ako prispieva k jeho zapamätateľnosti a aké prvky sú pre túto oblasť špecifické. V ďalších kapitolách skúmam viaceré filmové festivaly s podobným zameraním zo zahraničia, ale aj z československej scény a porovnávam ich vizuálne riešenia. Nakoniec sa venujem hlbšiemu rozboru vizuálnej identity festivalu HoryZonty.

V praktickej časti sa venujem návrhu novej vizuálnej identity pre festival HoryZonty, ktorý sa koná v Trenčíne a sústreďuje sa na dobrodružné a outdoorové filmy. Mojim cieľom je vytvoriť vizuálny systém, ktorý bude reflektovať na ducha festivalu, posilní jeho rozpoznateľnosť a zabezpečí jednotnú vizuálnu komunikáciu naprieč rôznymi platformami a materiálmi. Verím, že kvalitný vizuál dokáže zvýšiť atraktivitu festivalu, osloviť širšie publikum a podporiť jeho ďalší rozvoj a že aj menšie festivaly môžu vizuálne konkurovať tým medzinárodným.

## **1 FILMOVÝ FESTIVAL ZAMERANÝ NA OUTDOOR**

Pojem „outdoor“ zahrňuje všetky činnosti a aktivity, ktoré sa odohrávajú mimo uzavretý priestor, teda na otvorenom priestranstve.

Filmový festival zameraný na outdoor je špecializovaná kultúrna akcia, ktorá sa sústreďuje na premietanie dokumentárnych filmov s tematikou outdoorových aktivít, ako je horolezectvo, turistika, vodné športy, extrémne športy a ďalšie formy dobrodružstva v prírode.

## 2 ÚLOHA VIZUÁLNEJ IDENTITY PRE FILMOVÉ FESTIVALY

Filmové festivaly v poslednom čase pre mnohých ľudí zohrávajú dôležitú úlohu v kultúrnom živote. Získavajú si väčšiu obľubu a pri vysokej viditeľnosti týchto verejných podujatí má vizuálna identita veľkú úlohu v tom, ako sú vnímané a prezentované. Táto identita je vytvorená tak, aby zabezpečila nielen jej rozpoznateľnosť, ale aj zameranie a tému, o ktorej sa komunikuje.<sup>1</sup>

Samotná vizuálna identita filmového festivalu môže mať zásadný vplyv na rôzne skupiny:

- Vplyv vizuálnej identity filmového festivalu na účastníka z pohľadu organizátora
- Vplyv vizuálnej identity filmového festivalu z pohľadu verejnosti
- Vplyv vizuálnej identity filmového festivalu z pohľadu dizajnéra

### 2.1 Vplyv vizuálnej identity filmového festivalu na účastníka z pohľadu organizátora

Filmové festivaly predstavujú jedinečnú príležitosť na prezentáciu filmových diel. Efektívna vizuálna identita slúži nielen ako estetický prvok, ale taktiež aj ako nástroj komunikácie s divákom. Taktiež môže prilákať širšie publikum a zvýšiť tým záujem o dané podujatie. Taktiež môže zlepšiť marketing a tým získať viac sponzorov a partnerov pre festival.

### 2.2 Vplyv vizuálnej identity filmového festivalu z pohľadu verejnosti

Identita festivalu nie je len vecou grafického dizajnu. Ide o celkový koncept, ktorý zahŕňa aj nehmotné aspekty, ako sú atmosféra, spoločenské zážitky a unikátny duch podujatia. Tieto emócie nemožno plne zažiť mimo festivalové prostredie. Práve preto je pre verejnosť dôležitá vizuálna identita. Mnohým ľuďom môže zastupovať symbol spoločenského zážitku, ktorý túto atmosféru vizualizuje. Takže efektívna vizuálna identita nielenže priláka rôznorodé publikum, ale aj posilňuje reputáciu festivalu a zaistuje jeho zapamätateľnosť v očiach návštevníkov. Pre dlhodobú lojalitu a pozitívne vnímanie podujatia je emocionálne spojenie medzi festivalom a jeho návštevníkom kľúčové.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> GOSLING, Emily, *What Does it Really Mean to „Brand“ a Festival?*, 2017.

<sup>2</sup> Taktiež

## 2.3 Vplyv vizuálnej identity filmového festivalu z pohľadu dizajnéra

Filmové festivaly sú pomerne jedinečnou platformou pre umelcov a tvorcov, aby odprezentovali svoju prácu širokému publiku. Okrem samotného festivalu je podstatné vytvorenie jedinečného a jednotného imidžu festivalu, ktorý pomáha formovať celkový zážitok účastníkov. Práca na takomto brandingu festivalu je jednou z najnáročnejších a najkomplexnejších úloh, ktorým môže dizajnér čeliť. Oveľa viac, ako len technické zručnosti si vyžaduje schopnosť pochopiť a vyjadriť veľmi špecifický a jedinečný charakter daného festivalu. Identita festivalu sa často vyvíja postupne, krok za krokom, pričom každý nový ročník prináša zvyčajne drobné zmeny vo farebnosti a dizajne, ktoré reflektujú aktuálnu tému či atmosféru súčasného ročníka.<sup>3</sup> V tomto prípade musí dizajnér nájsť rovnováhu medzi kreativitou a konzistentnosťou, aby navrhol úspešný a esteticky atraktívny vizuál festivalu.

## 2.4 Význam tematickej konzistencie vo vizuálnej identite

Spomínaná tematická konzistencia a estetický súlad dosiahnutý vo vizuálnej identite festivalu zohráva dôležitú a efektívnu úlohu. Posolstvo a hodnoty daného festivalu môžu vychádzať napríklad z geografického prostredia, kde sa festival koná, z jeho historického kontextu alebo z jeho súčasného programu a zamerania, ktorým festival oslovuje verejnosť.<sup>4</sup> Toto sú aspekty, ktoré sa môžu vo vizuálnej identite vyjadriť prostredníctvom symbolov, farieb, prvkov, fotografií a typografie.

---

<sup>3</sup> Taktiež.

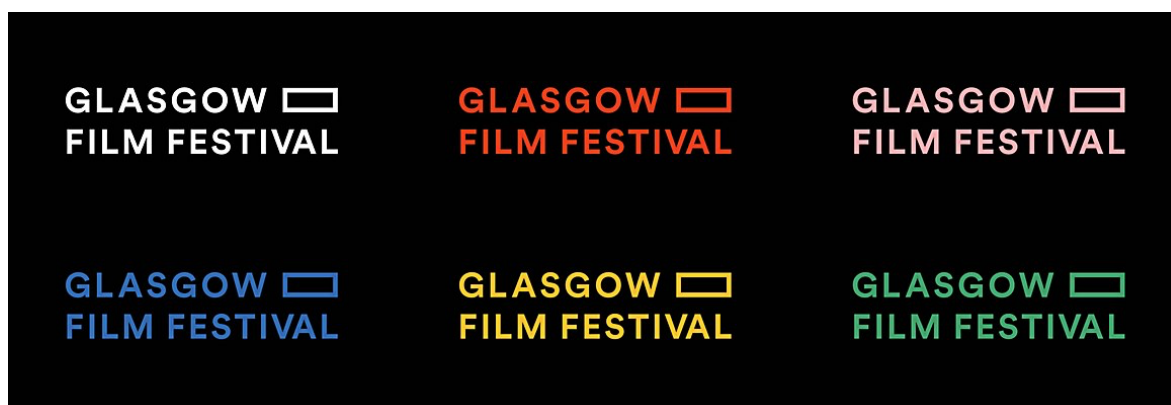
<sup>4</sup> Taktiež.

### 3 POTREBNÉ GRAFICKÉ VÝSTUPY PRE FILMOVÝ FESTIVAL

Vizuálna identita festivalu je komplexný balík graficky spracovaných výstupov, ktorý musí byť navrhnutý tak, aby pokryl široké spektrum potrebných materiálov. Vhodný dizajn identity festivalu môže mať silný vplyv na reakciu návštevníkov. Medzi hlavné výstupy vizuálnej identity patria:

#### 3.1 Logo

Jeden z kľúčových prvkov úspešnej propagácie festivalu je logo. Predstavuje dôležitý identifikátor, ktorý zohráva zásadnú úlohu z pohľadu komunikácie s verejnosťou. Slúži ako vizuálny symbol, ktorý musí byť okamžite a ľahko rozpoznateľný. Vo finálnej podobe však nebude logo osamotené, bude súčasťou produktov, fotografií, ilustrácií, textov a celého kontextu.<sup>5</sup>



Obrázok 1 Logo Glasgow Film Festival<sup>6</sup>

#### 3.2 Farebná paleta

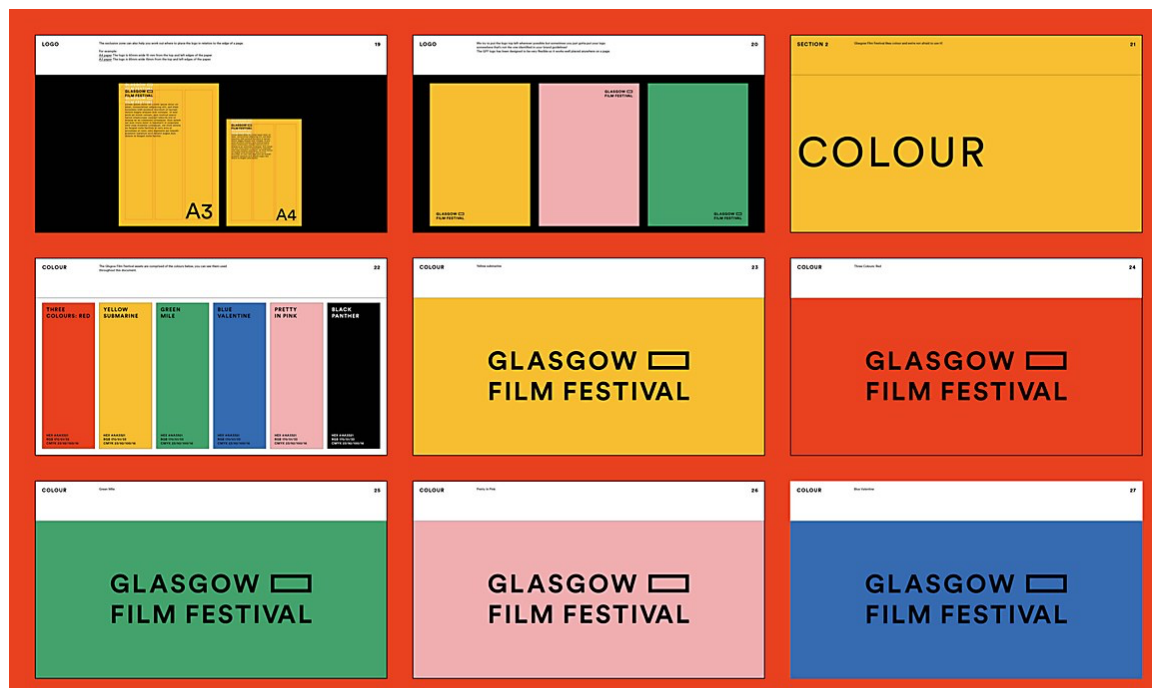
Pre filmový festival je farba významným faktorom. „Farba sa používa na vyvolanie emócií a vyjadrenie osobnosti.“<sup>7</sup> Vďaka nej sa môže posolstvo festivalu a jeho duch lepšie priblížiť návštevníkom. V dnešnej dobe chaosu a krátkej pozornosti, kde je trh s filmovými festivalmi vysoko konkurenčný, pomáha farba zaujať a upútať pozornosť. Ako uvádza Michal Pastier „Používanie farby ako kódu značky je skratkou k značke a jedným z najhodnotejších odlišovacích prvkov firmy“<sup>8</sup>, preto je výber farebnosti mimoriadne dôležitý aj pre filmové festivaly.

<sup>5</sup> PASTIER, Michal, *Žltá kniha budovania značky*, 2023, str. 269.

<sup>6</sup> COMMARTS, *Logo Glasgow Film Festival*.

<sup>7</sup> WHEELER, Alina, *Designing Brand Identity*, 2018, str.154.

<sup>8</sup> PASTIER, Michal, *Žltá kniha budovania značky*, 2023, str. 294.

Obrázok 2 Farebná paleta Glasgow Film Festival<sup>9</sup>

### 3.3 Typografia

Zvolenie vhodnej typografie patrí medzi kľúčové úlohy pri tvorbe vizuálnej identity. Alina Wheeler uvádza vo svojej knihe, že „Väčšina značiek má jednu alebo dve skupiny typov písma, ktoré sa používajú konzistentne naprieč platformami.“<sup>10</sup> Primárny a sekundárny font preto zohrávajú významnú úlohu pri dotváraní atmosféry podujatia.

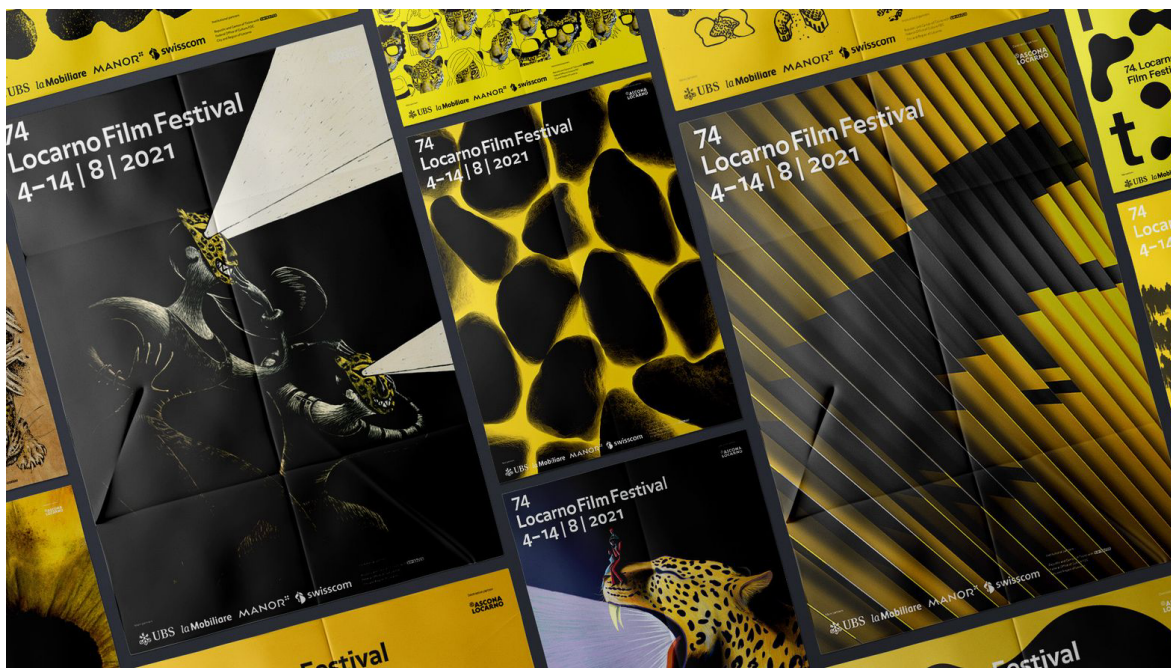
### 3.4 Plagát

Hlavnou úlohou plagátu je upútať pozornosť diváka a vytvoriť s ním prepojenie a záujem o podujatie. Zároveň však plagát musí prezentovať festival a odkomunikovať všetky jeho kľúčové informácie, ako sú dátumy, miesto konania a názov festivalu. „Tento plagát často reflektuje hlavnú tému podujatia alebo využíva ikonický záber z filmu, ktorý bol v predchádzajúcich ročníkoch výnimočný.“<sup>11</sup>

<sup>9</sup> COMMARTS, *Farebná paleta Glasgow Film Festival*.

<sup>10</sup> WHEELER, Alina, *Designing Brand Identity*, 2018, str.149.

<sup>11</sup> Jasaň, E. (2024). Osobný rozhovor 5. januára 2024.

Obrázok 3 Plagáty Locarno Film Festival<sup>12</sup>

### 3.5 Propagačné brožúry a letáky

Podľa Erika Jasaňa, ktorý je filmový režisér a pracuje aj na filmovom festivale Prague Film Festival, je ďalším dôležitým tlačovým materiálom, bez ktorého by sa filmový festival nemohol obísť, je brožúra, „*ktorá obsahuje podrobný program festivalu, informácie o premietaných filmoch, synopsách, režiséroch, produkciách, distribútoroch a sales agentoch. Okrem toho zahŕňa aj prezentáciu partnerov a sponzorov formou log, reklamy a PR textov. Brožúra slúži divákovi ako prehľadný sprievodca festivalom, zatiaľ čo sponzorom a partnerom poskytuje priestor na propagáciu počas celého trvania podujatia.*“<sup>13</sup>

### 3.6 Bannery a fotosteny

Na festivaloch sa návštevník často stretávajú s rôznymi banermi alebo fotostenami rôznych veľkostí. Tieto vizuálne inštalácie nielen zdobia festivalové priestory, ale zároveň slúžia ako atraktívne pozadie na fotografie. Návštevníci radi zdieľajú svoje fotografie na sociálnych sieťach, čím sa zvyšuje viditeľnosť značiek sponzorov a partnerov medzi širším publikom.<sup>14</sup>

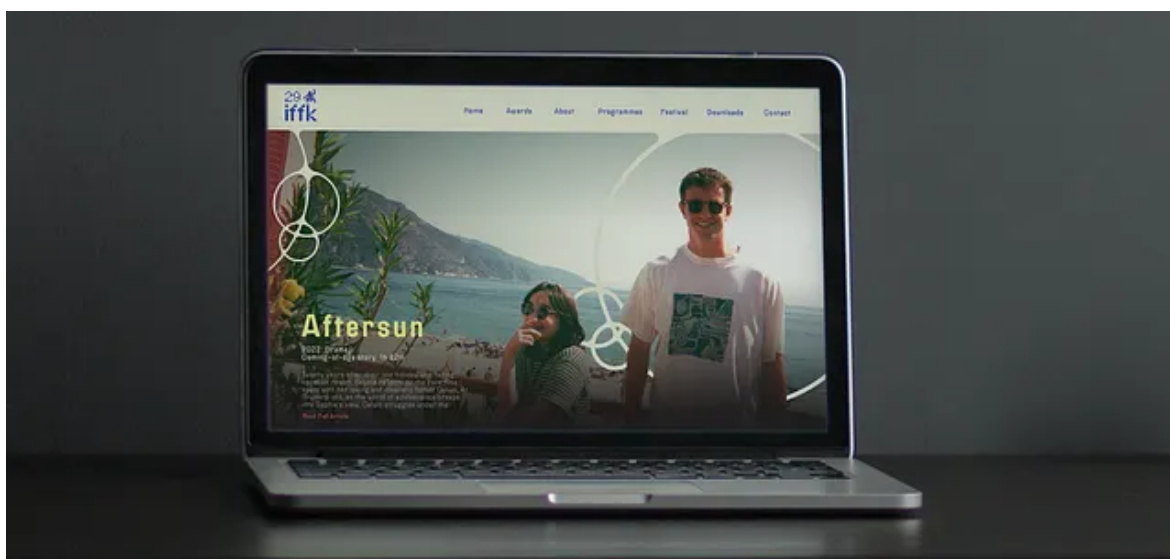
<sup>12</sup> LOCARNO FILM FESTIVAL, *Plagáty Locarno Film Festival*, 2021.

<sup>13</sup> Jasaň, E. (2024). Osobný rozhovor, 5. januára 2024.

<sup>14</sup> Jasaň, E. (2024). Osobný rozhovor, 5. januára 2024.

### 3.7 Webová stránka

V dnešnej dobe digitálnych médií hrá dôležitú úlohu v prezentovaní aj webová stránka. Poskytuje všetky dôležité informácie pre návštevníkov na jednom mieste - od programu, zoznamu rečníkov, témy workshopov až po registračný formulár alebo stránku predaja vstupeniek.<sup>15</sup> Okrem poskytovania informácií webová stránka taktiež prezentuje podujatie. *„Prvý dojem sa tak často vytvára online a dobre navrhnutá webová stránka môže znamenať rozdiel pre festivaly a podujatia, ktoré chcú vyniknúť nad ostatnými a upútať pozornosť publika.“*<sup>16</sup>



Obrázok 4 Web International Film Festival of Karela<sup>17</sup>

### 3.8 Reklamné materiály pre sociálne médiá

Sociálne siete sú prirodzeným nástrojom v propagácii festivalu. Umožňujú návštevníkom okamžite zdieľať svoje zážitky prostredníctvom fotografií a videí, čím podporujú šírenie povedomia.<sup>18</sup> Platformy ako Facebook, Instagram, Twitter či YouTube slúžia na oznamovanie aktualít, programu a predaj vstupeniek, čím oslovujú širšiu verejnosť. Organizátori môžu spolupracovať s influencermi a známymi osobnosťami, ktoré sú súčasťou programu, alebo majú obsah blízky téme podujatia. Interaktívne kampane, ako súťaže, darčeky (napríklad vstupenky alebo merchandise zadarmo) či ankety, zapájajú fanúšikov a vytvárajú vzrušenie. Obsah generovaný návštevníkmi pomocou hashtagov či

<sup>15</sup> EVENTUALLYZ, 8 Reasons Why You Need an Event Website, 2022.

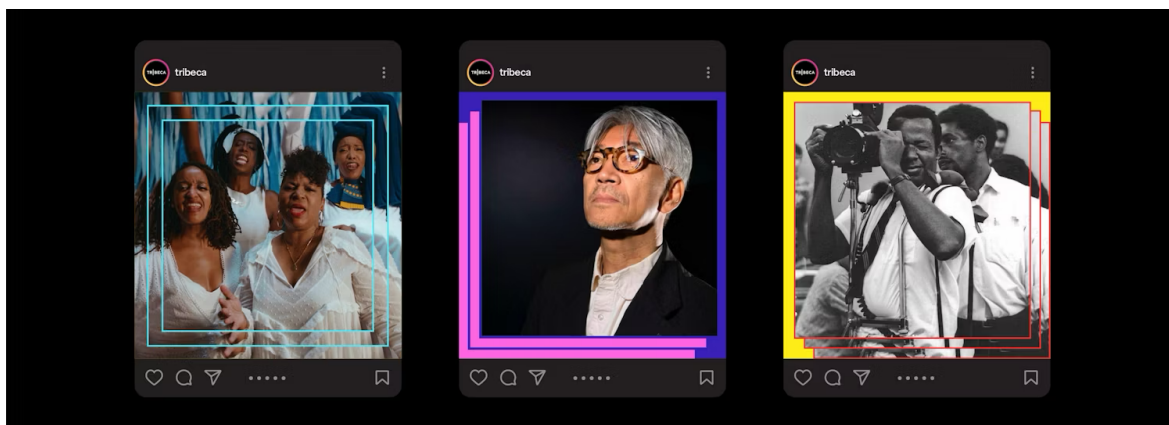
<sup>16</sup> BERMINGHAM, Adam, Web Design for Festivals & Events, 2023.

<sup>17</sup> MEDIUM, Web International Film Festival of Karela, 2025.

<sup>18</sup> EVENTBRITE, The Value of Social Media for Festivals and Consumer Events.



lokalizačných značiek posilňuje autentickosť festivalu. Sociálne siete podporujú komunitného ducha, spájajú návštevníkov a tým budujú lepší pocit medzi návštevníkmi.<sup>19</sup>



Obrázok 5 Sociálne siete Tribeca Film Festival<sup>20</sup>

### 3.9 Ocenenia, diplomy a trofeje

Mnohé filmové festivaly zahŕňajú do svojho programu aj súťaže o najlepšie filmy v rôznych kategóriách. „Grafický návrh trofejí, ako napríklad porcelánové taniere s ľudovými motívmi, reprezentuje identitu festivalu a jeho kultúrne dedičstvo. Tento prvok podčiarkuje jedinečnosť festivalu a zvyšuje jeho hodnotu v očiach divákov, partnerov a sponzorov.“<sup>21</sup>



Obrázok 6 Trofej Berlin International Film Festival<sup>22</sup>

<sup>19</sup> STACK, Selenia, The Impact Of Social Media On Festival Culture, 2024.

<sup>20</sup> PENTAGRAM, Sociálne siete Tribeca Film Festival.

<sup>21</sup> Jasaň, E. (2024). Osobný rozhovor, 5. januára 2024.

<sup>22</sup> DAILYSABAH, Trofej Berlin International Film Festival, 2022.

### 3.10 Merchandise

Nostalgia predáva, a práve preto si mnohí ľudia kupujú suveníry z konkrétnych udalostí, na ktorých sa zúčastnili.<sup>23</sup> Merchandise tak zostáva návštevníkom ako memento samotnej udalosti. Ak je však dizajn dobre navrhnutý, jeho kupujúci ho bude využívať aj po skončení akcie. Pri pravidelnej zmene motívu merchandise sa z klasických predmetov môžu stať zberateľské kúsky, čo ešte viac posilňuje pocit spolupatričnosti a prepojenia návštevníkov s komunitou a samotným podujatím.<sup>24</sup>



Obrázok 7 Merch Sundance Film Festival<sup>25</sup>

### 3.11 Video upútavky a znelky

Filmová znelka, krátke audiovizuálne dielo predradené pred každým filmom, vyjadruje podstatu festivalového konceptu. Zároveň vytvára pre divákov pocit emocionálnej kontinuity, čím umocňuje ich zážitok z celej akcie. Tento formát zároveň poskytuje výbornú príležitosť na nenápadnú, no efektívnu prezentáciu log partnerov, čo prispieva k prehĺbeniu ich prepojenia s festivalom a zabezpečuje viditeľnosť priamo pred cieľovou skupinou, čím zvyšuje hodnotu spolupráce medzi sponzormi a festivalom.<sup>26</sup>

<sup>23</sup> JONES, Matt, *Festival Merch Done Right: How To Make Great Merch – And How To Sell It*, 2019.

<sup>24</sup> GARMENT PRINTING. The THREE biggest reasons why people fall in love with festival merchandise.

<sup>25</sup> PORTO ROCHA, *Merch Sundance Film Festival*.

<sup>26</sup> Jasaň, E. (2024). Osobný rozhovor, 5. januára 2024.



### 3.12 Tlačové správy a dokumenty

V profesionálnej komunikácii medzi festivalom, jeho sponzormi a partnermi sú dôležité tlačové správy a dokumenty. Ich kvalitný dizajn nielen zabezpečuje ich vizuálnu príťažlivosť, ale zároveň zabezpečuje že informácie sú jasné a efektívne odovzdané. Správne navrhnuté tlačové správy a dokumenty pomáhajú vytvárať profesionálny dojem, čo prispieva k zlepšeniu vzťahov so sponzormi a partnermi a k ich väčšiemu záujmu o zapojenie do festivalu.

### 3.13 Označenia priestorov a informačné tabule

Jednoduché a efektívne označenie priestoru umožňuje návštevníkom maximálne využiť čas strávený na podujatí. Keďže sú podujatia plné rôznych aktivít, stánkov a zón, je kľúčové, aby boli tieto jednotlivé sekcie tematicky a graficky rozčlenené. Graficky zjednotený dizajn pomáha návštevníkom sa dobre a rýchlo orientovať na podujatí, preto je dôležité tieto jednotlivé sekcie tematicky a graficky rozčleniť.<sup>27</sup>



Obrázok 8 Informačná tabuľa Sundance Film Festival<sup>28</sup>

<sup>27</sup> UPVISIT. *The ultimate guide to event orientation: mastering the labyrinth with technology.*

<sup>28</sup> PORTO ROCHA, *Informačná tabuľa Sundance Film Festival.*

### 3.14 Vstupenky a akreditácie

Čo by to bol festival bez vstupeniek a akreditácií?! Preto aj dizajn nie je len praktickou záležitosťou, ale aj príležitosťou na komunikáciu. Kvalitne navrhnuté vstupenky a akreditácie môžu byť nielen funkčným nástrojom na riadenie vstupu a identifikáciu, ale aj estetickým artefaktom, ktorý si návštevníci môžu nechať ako suveníry.



Obrázok 9 Vstupenky Sundance Film Festival<sup>29</sup>

<sup>29</sup> PORTO ROCHA, *Vstupenky Sundance Film Festival*.

## 4 VIZUÁLNA IDENTITA SÚČASNÝCH ZAHRANIČNÝCH FILMOVÝCH FESTIVALOV SO ZAMERANÍM NA DOBRODRUŽSTVO A OUTDOOR

V tejto kapitole som vybrala a analyzovala filmové festivaly, ktorých vizuálna identita je spracovaná odlišným spôsobom.

Pred začiatkom praktickej časti som sa rozhodla preskúmať vizuálne identity rôznych filmových festivalov s outdoorovým a dobrodružným zameraním. Cieľom bolo získať prehľad o súčasných trendoch, používaných prvkoch a úrovni vizuálnej komunikácie v tejto špecifickej oblasti. Počas prieskumu som zistila, že mnohé festivaly sa spoliehajú najmä na fotografie prírody alebo športových výkonov, pričom absentuje jednotný a kreatívne spracovaný grafický štýl.

Preto som sa rozhodla vybrať niekoľko výnimočnejších príkladov, ktoré sa snažia pracovať s vizuálnou identitou inovatívnejšie – používajú napríklad ilustrácie či doplnkové grafické prvky. Porovnávala som spôsob prezentácie a celkový dojem, ktorý jednotlivé vizuálne identity vytvárajú.

### 4.1 Súčasná prezentácia festivalu TRENTO FILM FESTIVAL

Filmový festival Trento bol založený v roku 1952, čím sa stal najstarším medzinárodným filmovým festivalom, ktorý je zameraný na horskú kultúru, dobrodružstvo a objavovanie. Každoročne sa koná v talianskom meste Trento, kde sa prezentujú najlepšie dokumentárne, hrané a krátke filmy o horách a extrémnych oblastiach na Zemi.<sup>30</sup>

Logo festivalu je založené na modernom symbole hviezdy, ktorý je vizuálne spracovaný v odtieňoch modrej farby. Tento symbol reflektuje dynamiku, inšpiráciu a spojenie s oblohou, ktorá je neodmysliteľnou súčasťou horského prostredia. Hviezda zároveň predstavuje orientačný bod, čo odkazuje na objavovanie a dobrodružstvo.

Dominantné farby vizuálnej identity festivalu sú postavené na kombinácii rôznych odtieňov modrej a bielej. Modrá symbolizuje nekonečnosť oblohy, slobodu a pokoj, zatiaľ čo biela evokuje čistotu, sviežosť a snehové vrcholy, ktoré sú charakteristickým znakom horského prostredia.

---

<sup>30</sup> TRENTO FILM FESTIVAL. *About us*.

Použitá typografia je moderná a čistá. Jednoduchosť písma umožňuje ľahkú čitateľnosť a univerzálnosť pri rôznom používaní.



Obrázok 10 Vizuálna identita Trento Film Festival<sup>31</sup>

Vizuálne materiály festivalu často obsahujú fotografie horskej krajiny a prírody, avšak Trento Film Festival sa v porovnaní s inými filmovými festivalmi podobného zamerania odlišuje svojím dôrazom na ilustrácie. Na hlavných propagačných materiáloch dominuje umelecké zobrazenie prírody, čím sa vytvára jedinečný vizuálny štýl. Napríklad na plagáte 72. ročníka festivalu sa objavuje ilustrácia od talianskej umelkyne Ludovicy Basso, známej pod pseudonymom Clorophillas.<sup>32</sup> „Týmto dizajnom som sa snažila vyjadriť pocity, ktoré vo mne vyvolávajú hory: pokoj, mier a vyrovnanosť. Prostredie s jemnou rovnováhou, o ktorom treba uvažovať a ktoré treba rešpektovať. Z tohto dôvodu som si vybrala obraz, ktorý sa prezentuje výzvou na kontempláciu prírody, meditáciu a vnútorné ticho. Hory sú zobrazené ako žena, tvorivá sila, z ktorej sa všetko rodí a s ktorou je všetko spojené, živá bytosť, ktorá

<sup>31</sup> DANIELE SANDRI, *Vizuálna identita Trento Film Festival*.

<sup>32</sup> TRENTO FILM FESTIVAL. Clorophilla's sense of the mountains: a feminine perspective for the 72nd trento film festival poster.



*nás víta a chráni.*“<sup>33</sup> – opisuje svoj tvorivý proces Ludovica Basso, ktorá stojí za vizuálom pôvodného plagátu vytvoreného pre festival.

Grafické prvky ilustrácie sa následne prenášajú aj do ďalších vizuálnych výstupov festivalu. Napríklad na sociálnych sieťach sa textúra hôr z ilustrácie využíva ako pozadie alebo dekoratívny prvok, čím prispieva k vizuálnej kontinuite identity festivalu.



Obrázok 11 Hlavný plagát Trento Film Festival 2024<sup>34</sup>

<sup>33</sup> Pôvodný text: „With this design I have tried to convey the feelings generated in me by the mountains: peace, calm and serenity. An environment with a delicate equilibrium, that should be contemplated and respected. For this reason, I chose an image that presents itself by inviting contemplation of nature, meditation, and inner silence. The mountains are represented as a woman, a creative force from which everything is born and to which everything is connected, a living entity that welcomes and protects us”. Prevzatý z: TRENTO FILM FESTIVAL. *Clorophilla's sense of the mountains: a feminine perspective for the 72nd trento film festival poster.*

<sup>34</sup> TRENTO FILM FESTIVAL, *Hlavný plagát Trento Film Festival 2024*, 2024.



Obrázok 12 Prvky vizuálnej identity Trento Film Festival 2024<sup>35</sup>

## 4.2 Súčasná prezentácia Festival international du film alpin des Diablerets

Z nápadu amatérskeho filmára a horolezca Jacquesa Lavenexa sa v roku 1969 stal medzinárodný festival Festival International du Film Alpin des Diablerets. Jedná sa o švajčiarsky filmový festival, ktorý sa špecializuje na alpský filmový žáner. Každoročne sa tento festival koná v Les Diablerets vo Švajčiarsku. <sup>36</sup>

Logo festivalu je navrhnuté výlučne typograficky, čím zdôrazňuje jeho minimalistický a moderný charakter. Použité písmo je dynamicky naklonené striedavo na obe strany, čím evokuje nepravidelnosť horského terénu a zároveň dodáva logotypu vizuálnu dynamiku. Charakteristickým prvkom je zvýraznenie posledného slova „Diablerets“ kontrastnou

<sup>35</sup> [@trentofilmfestival], *Prvky vizuálnej identity Trento Film Festival 2024*, 2024.

<sup>36</sup> LES DIABLERETS INTERNATIONAL ALPINE FILM FESTIVAL. *HISTORY*.



farbou, ktorá sa mení v závislosti od konkrétneho ročníka festivalu, čím sa zabezpečuje variabilita a rozpoznateľnosť identity v priebehu rokov.

## FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM ALPIN DES DIABLERETS

Obrázok 13 Logotyp Festival International Du Film Alpin Des Diablerets<sup>37</sup>

Vizuálna identita festivalu cielene neobsahuje špecifické farebné prvky viazané na samotné podujatie alebo konkrétny ročník. Farebná variabilita sa prejavuje výlučne vo zvýraznení posledného slova v logotype, čím sa zachováva konzistentnosť celkovej identity a zároveň umožňuje každému ročníku určitú mieru odlišenia.

Dôležitým grafickým prvkom je diagonálny predel medzi fotografickou časťou a čistou plochou, na ktorej sú umiestnené všetky textové informácie. Tento vizuálny prvok vytvára dynamiku kompozície a zároveň pomáha jasne oddeliť obrazovú a textovú časť dizajnu. Fotografie použité v rámci vizuálnej identity zachytávajú horské scenérie, divokú prírodu a dobrodružné momenty, čím posilňujú tematické zameranie festivalu a jeho spojenie s outdoorovým prostredím.

Typografia je zvolená s dôrazom na moderný a čistý dizajn, čo zabezpečuje vysokú čitateľnosť a estetickú vyváženosť celkovej vizuálnej identity.



Obrázok 14 Vizuálna identita International Du Film Alpin Des Diablerets 2024<sup>38</sup>

<sup>37</sup> FESTAGENT, *Logotyp Festival International Du Film Alpin Des Diablerets*.

<sup>38</sup> PAYOT, *Vizuálna identita International Du Film Alpin Des Diablerets 2024*.

### 4.3 Súčasná prezentácia festivalu MOUNTAINFILM

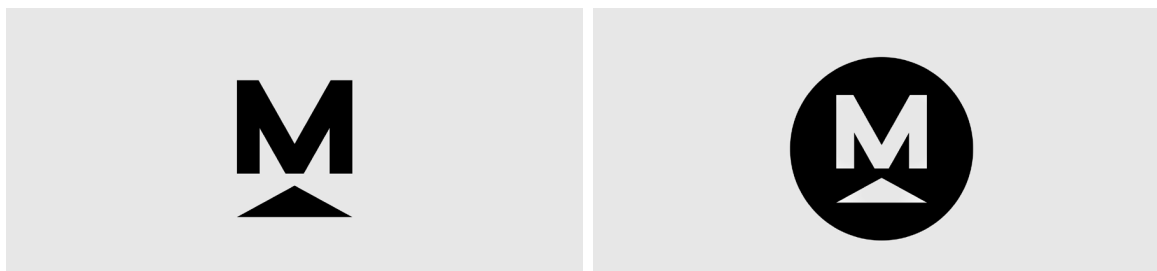
Festival horských filmov Mountainfilm vznikol v roku 1979 v Telluride, v štáte Colorado. Špecializuje sa na dokumentárne filmy, ktoré od roku 2020 prezentuje aj na medzinárodnej úrovni prostredníctvom programu „Mountainfilm on Tour“. Každoročne sa festival vydáva na cestu a premieta vybrané filmy po celom svete.<sup>39</sup>

Od roku 2017 prešiel Mountainfilm vizuálnou transformáciou, keď bola zavedená nová identita festivalu. Nový logotyp získal moderný a stabilnejší vzhľad, pričom jedným z kľúčových prvkov je diagonálna priečka v písmene „A“. Tento grafický detail symbolizuje vzostup, progres a neustále prekonávanie výziev, čo korešponduje s filozofiou festivalu a jeho dôrazom na objavovanie, odvahu a prekonávanie limitov.

## MOUNTAINFILM

Obrázok 15 Logotyp Mountainfilm<sup>40</sup>

Súčasťou novej vizuálnej identity je aj logomark, ktorý pozostáva z veľkého písmena „M“ umiestneného nad siluetou trojuholníka. Tento tvar predstavuje horu, pričom jeho vizuálne smerovanie k prvému písmenu názvu festivalu vytvára harmonickú kompozíciu a posilňuje spojenie medzi značkou a horskou tematikou.



Obrázok 16 Logomark Mountainfilm<sup>41</sup>

Farebná paleta festivalu je inšpirovaná tibetskými modlitebnými vlajkami, ktoré sú tradičným symbolom mieru, harmónie a požehnania v horskom prostredí. Táto farebná

<sup>39</sup> WIKIPEDIA. *Mountainfilm*.

<sup>40</sup> MOUNTAINFILM, *Logotyp Mountainfilm*, 2017.

<sup>41</sup> MOUNTAINFILM, *Logomark Mountainfilm*, 2017

symbolika dodáva vizuálnej identite festivalu hlbší význam a zároveň podčiarkuje jeho filozofiu rešpektu k prírode a duchovného prepojenia s horským prostredím.<sup>42</sup>



Obrázok 17 Farebná paleta Mountainfilm<sup>43</sup>

Mountainfilm zároveň každoročne vyhlasuje open call na návrh hlavného festivalového plagátu, čím podporuje spoluprácu medzi umelcami, dizajnérmi a filmovými nadšencami. Tento prístup nielenže rozvíja kreatívnu komunitu, ale zároveň zabezpečuje, že každý ročník festivalu má unikátny vizuálny štýl. Víťazkou súťaže pre rok 2024 sa stala Noelle Phares, miestna umelkyňa, ktorá vytvorila krajinomaľbu vodopádov Bridal Veil Falls v Colorade. Jej dielo prepája realistické zobrazovanie krajiny s abstraktnými tvarmi, čím dodáva festivalovému plagátu jedinečný estetický charakter.<sup>44</sup> Autorka svoje dielo opisuje nasledovne: „Ako vizuálny rozprávač príbehov som chcel namaľovať dielo, ktoré uznáva symbiózu ľudstva a prírody v rozľahlej krajine okolo Telluride a zdôrazňuje trvalú krásu, ktorú vodopády Bridal Veil Falls prinášajú na vrchol údolia. Vodopády, ako aj ich hornaté pozadie, existovali dávno predtým a budú existovať dlho po tom, ako sa filmový festival a jeho návštevníci preslávia. Dúfam, že toto dielo zohrá malú rolu pri pripomenutí

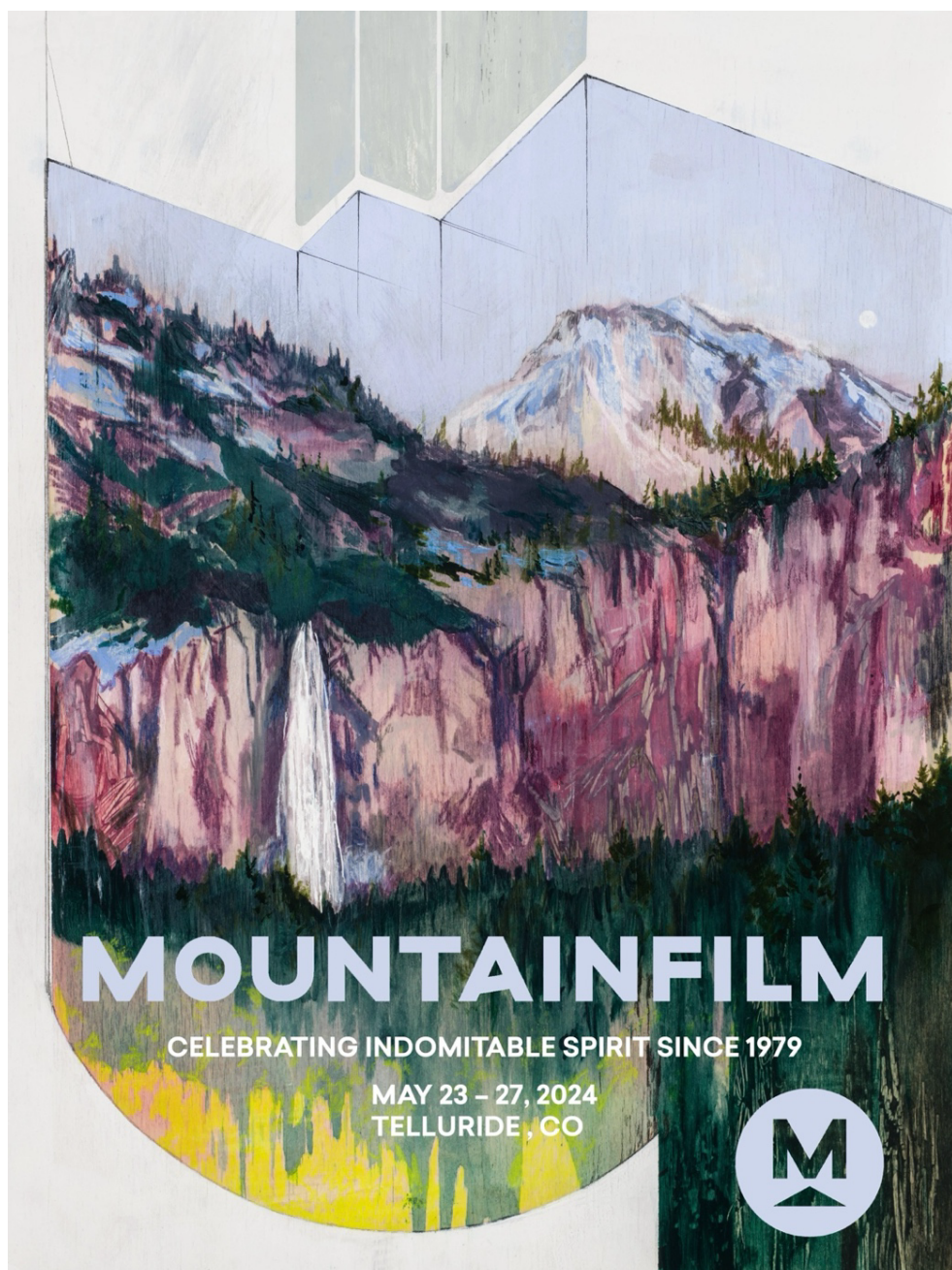
<sup>42</sup> MOUNTAINFILM. *OUR BOLD NEW LOOK*, 2017.

<sup>43</sup> MOUNTAINFILM, *Farebná paleta Mountainfilm*, 2017.

<sup>44</sup> MOUNTAINFILM. *Mountainfilm showcases colorado artists during annual festival*.



*tým, ktorí sa zídu na oslavách tohto mája, aby boli vďační za dar krásy, ktoré nám tieto prvky ponúkajú ako okoloidúcim v tomto múdrom starom údolí.“<sup>45</sup>*



Obrázok 18 Hlavný plagát Mountainfilm 2024<sup>46</sup>

<sup>45</sup> Pôvodný text: “As a visual storyteller myself, I wanted to paint a piece that acknowledges the symbiosis of humanity and nature in the vast landscapes around Telluride, highlighting the enduring beauty that Bridal Veil Falls brings to the head of the valley. The falls, as well as its mountainous backdrop, existed long before and will exist long after the film festival and its attendees make their mark. I hope the piece plays a small part in reminding those who gather in celebration this May to be grateful for the gift of beauty those elements offer us as passersby in this wise, old valley.” Prevzaný z: MOUNTAINFILM. *Mountainfilm showcases colorado artists during annual festival.*

<sup>46</sup> MOUNTAINFILM, *Hlavný plagát Mountainfilm 2024.*

## 5 VIZUÁLNA IDENTITA SÚČASNÝCH SLOVENSKÝCH A ČESKÝCH FILMOVÝCH FESTIVALOV SO ZAMERANÍM NA DOBRODRUŽSTVO A OUTDOOR

V nasledujúcej kapitole sa venujem analýze vizuálnych identít vybraných súčasných slovenských a českých filmových festivalov, ktoré sa tematicky zameriavajú na dobrodružstvo a outdoor. Získané poznatky mi budú slúžiť ako základ pre moju praktickú časť mojej bakalárskej práce.

### 5.1 Súčasná prezentácia Medzinárodného festivalu outdoorových filmů

Jedná sa o súťažnú putovnú prehliadku outdoorových filmov, kde sa môžu zúčastniť českí, slovenskí, ale aj zahraniční autori. Festival je zameraný na športy a život z outdoorového prostredia. Doposiaľ bolo uskutočnených 19 ročníkov, kde si návštevníci mohli pozrieť filmy dobrodružné, extrémne, adrenalínové, ale aj cestopisné.<sup>47</sup>

Logo Medzinárodného festivalu outdoorových filmů je založené na čisto typografickom základe, čím sa zaraďuje do kategórie logotypov. Charakteristickým prvkom logotypu je výrazné použitie žltej farby na označenie konkrétneho ročníka festivalu. Textová časť logotypu je vizuálne rozdelená na čiernu a bielu plochu, čo vytvára kontrast a zvyšuje jeho čitateľnosť. Celkový vzhľad logotypu dopĺňa efekt tieňa (dropshadow), ktorý mu dodáva trojrozmerný efekt.

Farebnosť festivalovej vizuálnej identity sa každoročne jemne mení, čím dodáva každému ročníku jedinečný charakter. Pre 22. ročník bola zvolená ako primárna farba žltá a doplnená o kombináciu čiernej, pričom žltá dominuje a čierna slúži prevažne na typografické prvky.

Každý ročník vizuálu dotvárajú dynamické fotografie, ktoré zachytávajú outdoorové prostredie a dobrodružné športové aktivity. Tieto fotografie podporujú tematiku festivalu a zdôrazňujú jeho zameranie. Pre tento ročník boli ako hlavný fotografický motív zvolené hory od fotografa Jiřího Kráčalika, ktoré symbolizujú majestátnosť a dobrodružného ducha, úzko spätého s outdoorovými aktivitami.

Primárnym fontom používaným na nadpisy a hlavné informácie je výrazný hrubý sans-serifový font, ktorý pôsobí robustne a evokuje drsnosť prírodného prostredia. Na bežný text

---

<sup>47</sup> OUTDOOR FILMS. *O festivalu.*

je použitý jemnejší a menej nápadný font, ktorý zabezpečuje dobrú čitateľnosť a vizuálny kontrast k hlavným grafickým prvkom.

Na propagáciu festivalu vo verejnom živote sú využité citylighty, ktoré zaujmú svojou viditeľnosťou a umiestnením na frekventovaných miestach. V interiéri sa prezentácia festivalu realizuje prostredníctvom menších plagátov a programových letákov, ktoré poskytujú prehľadné informácie a sú ľahko dostupné pre návštevníkov.



Obrázok 19 Vizuálna identita Medzinárodného festivalu outdoorových filmů 2024<sup>48</sup>

## 5.2 Súčasná prezentácia festivalu Hory a mesto

Festival Hory a mesto je medzinárodný filmový festival v rámci päťdňovej súťažnej prehliadky horských filmov spojená s prezentáciami hostí z dobrodružného prostredia v zahraničí a aj na Slovensku.<sup>49</sup>

<sup>48</sup>[@Mezinárodní festival outdoorových filmů ve Zlíně], *Vizuálna identita Medzinárodného festivalu outdoorových filmů 2024*.

<sup>49</sup> HORY A MESTO. *O festivale*.



Logo festivalu Hory a mesto je založené na jednoduchosti a symbolike. Symbol je rozdelený na dve polovice - pravú a ľavú. Ľavá časť loga znázorňuje strom, ktorý je symbolom prírody a hôr. Na druhej strane loga, teda vpravo sú znázornené okná panelového domu, ktoré odkazujú práve na druhú časť názvu a to mesto. Tieto dva symboly priamo odkazujú na názov podujatia.

Typografia festivalu je čistá a čitateľná, čo zabezpečuje jasnú komunikáciu informácií. Primárny font použitý na hlavné texty je moderné bezpätkové písmo vhodné v digitálnej aj tlačovej forme.

Farebná schéma festivalu sa mení od závislosti na ročníku. Dominantnou farbou však pre každý ročník ostáva typická zelená farba. Charakteristická zelená farba sa často používa aj na zvýraznenie dôležitých informácií a je doplnená o kombináciu bielej a čiernej.

Vizuálna identita festivalu Hory a mesto kladie dôraz na fotografie zachytávajúce horské prostredie a športové aktivity. Oficiálna webová stránka festivalu je prehľadná a používa aktuálnu farebnú paletu daného ročníka.

Celkovo je vizuálna identita festivalu Hory a mesto navrhnutá tak, aby odrážala jeho zameranie na horské prostredie. Kombináciou prírodných motívov s modernými dizajnovými prvkami vytvára atraktívny a konzistentný vizuálny štýl.



Obrázok 20 Vizuálna identita festivalu Hory a Mesto 2024<sup>50</sup>

<sup>50</sup> HORY A MĚSTO, *Vizuálna identita festivalu Hory a Město*.



### 5.3 Súčasná prezentácia Medzinárodného festivalu horských filmov v Poprade

Tento filmový festival sa každoročne koná už od roku 1993 v podtatranskom regióne, konkrétne v meste Poprad. Jeho hlavným poslaním je rozvíjať a propagovať hodnoty horskej kinematografie a to filmami o horolezectve a iných adrenalínových športoch.<sup>51</sup>

Logo Medzinárodného festivalu horských filmov v Poprade nesie symboliku spojenú s jeho tematikou – spája v sebe motív hory a filmovej pásy, čím vizuálne vystihuje spojenie medzi svetom filmu a horským prostredím.

Vizuálna identita 32. ročníka festivalu je charakteristická výraznou kombináciou modrej a oranžovej farby. Webová stránka však nezodpovedá aktuálnemu vizuálnemu štýlu daného ročníka, čím dochádza k nesúladu v rôznych grafických výstupoch.

Typografia použitá v rámci festivalu je jednoduchá, no zároveň výrazná. Zaujímavým grafickým prvkom tohto ročníka je číslovka „32“, ktorá je vizuálne stvárnená ako skaly, čím sa priamo odkazuje na horské prostredie.

Fotografie, ktoré festival využíva v rámci svojej vizuálnej komunikácie, zachytávajú predovšetkým autentické momenty z outdoorového prostredia. Ich hlavným cieľom je sprostredkovať atmosféru dobrodružstva a ukázať športových nadšencov v ich prirodzenom prostredí – uprostred hôr, pri zdolávaní výziev, ktoré príroda ponúka.



Obrázok 21 Vizuálna identita Medzinárodného festivalu horských filmov 2024<sup>52</sup>

<sup>51</sup> WIKIPÉDIA, Medzinárodný festival horských filmov, 2024.

<sup>52</sup> [ @Medzinárodný Festival Horských Filmov v Poprade ], *Vizuálna identita Medzinárodného festivalu horských filmov 2024* .

## 6 FESTIVAL DOBRODRUŽNÝCH FILMOV HORYZONTY

Festival dobrodružných filmov HoryZonty je multižánrové podujatie. Jeho súčasťou sú filmové projekcie s outdoorovou tematikou a dobrodružnými športami. Okrem toho festival ponúka prezentáciu hostí, besedy, workshopy, tvorivé dielne, výstavy, fotosúťaž a súťaž slovenských neprofesionálnych filmov, športové súťaže a rôzne iné sprievodné podujatia.<sup>53</sup>

Minulý ročník festivalu dobrodružných filmov HoryZonty ponúkol bohatý filmový program a širokú ponuku zábavných aktivít pre všetkých účastníkov. Na plátne sa premietla široká paleta 24 filmov z rôznych kútov sveta, ktoré zaznamenávajú rôzne aspekty dobrodružného života. Okrem filmov si návštevníci mohli užít prezentácie hostí a besedy. V 19. ročníku sa predstavili letecký záchranár a horský vodca Ján Kořínek, cestovateľ Miroslav Haluza, horolezci Martin Krasňanský a Michal Mikušinec, ultrabežec Martin Urbaník a režisér Viliam Bendík. Pre viac aktívnejších návštevníkov boli nachystané aj športové sprievodné podujatia ako Beh o pohár festivalu, preteky po Farských schodoch Nosičov sen, alebo Detská Tour de HoryZonty.<sup>54</sup>

### 6.1 Vývoj vizuálnej identity Festivalu

Festival dobrodružných filmov HoryZonty má v Trenčíne dlhoročnú históriu. Od roku 2006 sa počas každého ročníka menila celková vizuálna identita a spôsob vizuálnej komunikácie festivalu.

V prvých ročníkoch festivalu (2007 – 2009) dominovala jednoduchá a skôr len funkčná vizuálna identita. Webové stránky festivalu mali tmavý podklad s kontrastnou typografiou. Celkový dojem a obsah bol zameraný skôr na poskytovanie informácií než na vizuálny dojem.

V ďalších ročníkoch (2010 – 2014) sa na webovej stránke začalo pracovať s prírodným prostredím, čo bolo v kontraste s použitím čistej a jednoduchej typografie. Festivalová identita sa pomaly posúvala smerom k vizuálnej atraktivite.

V období 2015 – 2016 sa festivalová identita postupne modernizovala. Webové stránky začali využívať väčší vizuálny priestor, prepracovanejšiu hierarchiu obsahu a dynamickejšiu farebnú schému. Objavili sa rôzne grafické ikony a symboly na rozdelenie informácií pre

---

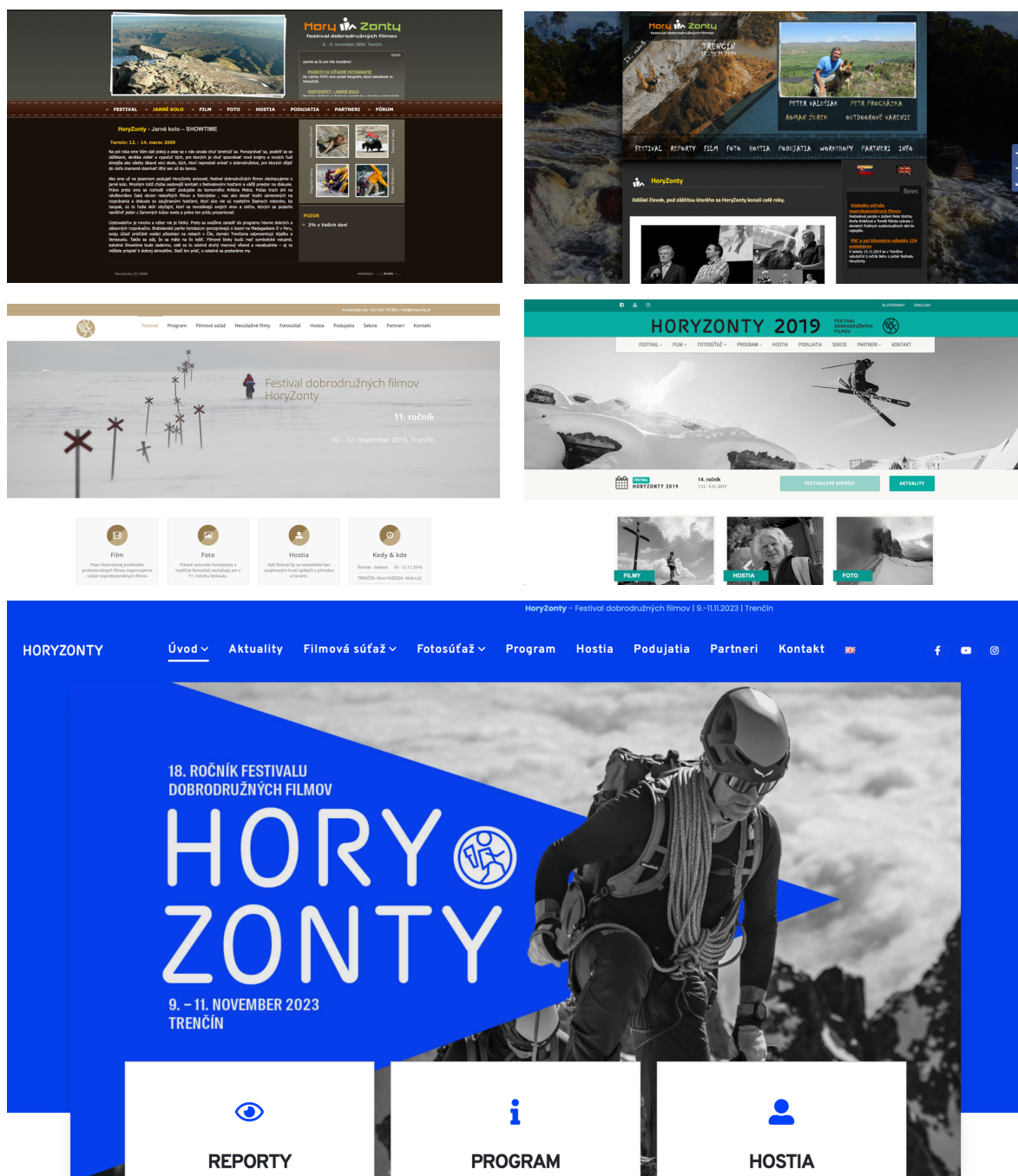
<sup>53</sup> HORYZONTY. *O festivale*.

<sup>54</sup> LESAJOVÁ, Jana, Festival HoryZonty 2024: Dobrodružstvo na plátne a v srdciach, 2024.

lepšiu orientáciu. Od roku 2016 sa v rámci identity festivalu začal používať symbol turistu, ktorý sa v tejto podobe používa naďalej.

V rokoch 2017 – 2021 sa festival začal viac zameriavať na využívanie fotografií, ktoré hrajú kľúčovú úlohu v jeho vizuálnej komunikácii. Každý ročník mal svoju dominantnú farbu. Boli použité výrazné farby ako zelená, žltá, tyrkysová, modrá a červená. Layout bol vyvážený a prehľadný, čím sa zlepšila čitateľnosť.

V posledných rokoch (2022 – 2023) sa festival prezentoval výraznou farebnou paletou daného ročníka v kombinácii s čiernobielymi fotografiami. Práca s fotografiami je o niečo kreatívnejšia, keďže boli kombinované s abstraktnými prvkami, čím vznikol vizuálne pútavejší a dynamickejší dojem.



Obrázek 22 Vizuálna identita festivalu HoryZonty 2008, 2014, 2016, 2019, 2023<sup>55</sup>

## 6.2 Analýza vizuálnej identity 19. ročníku Festivalu

Súčasná vizuálna identita festivalu HoryZonty bola navrhnutá s cieľom pôsobiť jednoducho, energicky a so športovým duchom, čo korešponduje s témou festivalu. Farebnosť aktuálneho ročníka je založená na oranžovej farbe, ktorá evokuje pozitívny

[1] <sup>55</sup> HORYZONTY, *Vizuálna identita festivalu HoryZonty 2008, 2014, 2016, 2019, 2023*.

a energetický dojem. Táto farba je doplnená čiernou a bielou, čím sa vytvára kontrast, ktorý umožňuje jasné čítanie textov.



Obrázok 23 Banner festivalu HoryZonty 2024<sup>56</sup>

V typografií sú použité čisté a čitateľné písmo. Na hlavné nadpisy a podnadpisy je použité sans-serifové písmo rodiny Overpass, ktoré je doplnené o ďalšiu rodinu písma Poppins, ktoré sa používa na dlhšie texty.

Súčasný logo festivalu, ktoré bolo zavedené v roku 2016, zostáva stabilným a rozpoznateľným prvkom vizuálnej identity. Jeho konzistencia odráža snahu o budovanie značky a udržiavanie spojitosti s predošlými ročníkmi. Charakteristický symbol festivalu, taktiež zavedený v roku 2016, vykresľuje štylizovanú postavu turistu s batohom na chrbte. Tento symbol nahradil predchádzajúci, používaný v rokoch 2007 až 2015, a stal sa výraznou ikonou festivalu.



Obrázok 24 Logo a logotyp festivalu HoryZonty<sup>57</sup>

Jedným z dominantných grafických prvkov 19. ročníka sú tlačidlá „video play“ a „video stop“, ktoré sú umiestnené na hlavných plagátoch. Do týchto prvkov sú zakomponované fotografie, pričom niektoré časti fotografií presahujú okraje grafických prvkov. Tento dizajnový prístup vytvára dojem dynamiky a interakcie. Fotografie zobrazujú

<sup>56</sup> [@HoryZonty - festival dobrodružných filmov], *Banner festivalu HoryZonty 2024*.

<sup>57</sup> HORYZONTY, *Logo a logotyp festivalu HoryZonty*.

hlavné osobnosti festivalu v ich prirodzenom prostredí, vykonávajúcich outdoorové športy, čo zdôrazňuje športový a dobrodružný charakter podujatia.

S týmto grafickým prvom sa môžeme stretnúť na dôležitých propagačných materiáloch festivalu ako sú plagáty, ktoré sú umiestnené na strategických miestach v meste Trenčín a jeho okolí. Plagáty sú navrhnuté tak, aby jasne prezentovali základné informácie o festivale, ako sú dátum, miesto konania a hlavné body programu.



Obrázok 25 Hlavný plagát festivalu HoryZonty 2024<sup>58</sup>

<sup>58</sup> KAMNAHORY.SK, *Hlavný plagát festivalu HoryZonty 2024.*



Ďalším propagačným materiálom festivalu je programový leták, ktorý ponúka podrobnejšie informácie o jednotlivých sekciách festivalu, premietaných filmoch, hosťoch a sprievodných aktivitách.



Obrázok 26 Programový leták festivalu HoryZonty 2024<sup>59</sup>

19. ročník festivalu sa konal v priestoroch Okruhového Domu Armády v Trenčíne. Navigačný systém v interiéri však nebol výrazný. Chýbali navigačné šípky a vizuálne označenia miestností, čo mohlo návštevníkom sťažovať orientáciu. Pred budovou bolo umiestnených niekoľko vertikálnych bannerov v bielej farbe, ktoré však nekorešpondovali s farebnosťou aktuálneho ročníka. Táto nejednotnosť mohla viesť k tomu, že si návštevníci bannery nevšimli.

Merchandising festivalu je navrhnutý tak, aby reflektoval vizuálnu identitu aktuálneho ročníka. Dizajn týchto produktov je jednoduchý a minimalistický. Na všetkých predmetoch sú použité základné prvky vizuálnej identity, ako logo festivalu, charakteristický symbol a farebná schéma daného ročníka. Ponuka merchandisu zahŕňa najmä praktické a obľúbené predmety, ako sú tričká, mikiny, šiltovky, látkové tašky a plechové hrnčeky.



<sup>59</sup> HORYZONTY, Programový leták festivalu HoryZonty 2024.

Obrázok 27 Merchandise festivalu HoryZonty 2024<sup>60</sup>

Každoročne sa na festivale koná súťaž filmov, ktoré sú rozdelené do šiestich kategórií. Víťazi získavajú unikátne drevené ocenenie v tvare siluety hory, ktoré symbolizuje spojenie s prírodou a outdoorovými aktivitami.

Obrázok 28 Ocenenia festivalu HoryZonty 2024<sup>61</sup>

V rámci reklamy festival HoryZonty využíva viaceré komunikačné kanály, ktorých cieľom je efektívne informovať a zaujať návštevníkov. Hlavným nástrojom propagácie sú sociálne siete, ktoré predstavujú dynamický a interaktívny spôsob, ako osloviť cieľovú skupinu. Prostredníctvom platforiem, ako sú Facebook a Instagram, festival zdieľa aktualizácie, informácie o programe, predstavenia hostí a ďalšie zaujímavosti.

<sup>60</sup> [@HoryZonty - festival dobrodružných filmov], *Merchandise festivalu HoryZonty 2024*.

<sup>61</sup> [@HoryZonty - festival dobrodružných filmov], *Ocenenia festivalu HoryZonty 2024*.

## 7 ZÁVER ANALÝZ

Na základe uskutočneného prieskumu som dospela k zisteniam, že väčšina analyzovaných filmových festivalov zameraných na outdoor a dobrodružstvo pracuje len s obmedzenou sadou vizuálnych prostriedkov – prevažne s logom, fotografiou a jednoduchou farebnou paletou. Chýba im ucelený systém vizuálnej identity, ktorý by zahŕňal aj kreatívnu prácu s ilustráciami, ikonografiou, typografiou či ďalšími grafickými prvkami, ktoré by mohli fotografie podporiť alebo rozšíriť.

Vizuálna komunikácia festivalov tak často pôsobí jednotvárne a málo zapamätateľne. Tento nedostatok môže viesť k slabšiemu emocionálnemu prepojeniu s publikom a k nižšej schopnosti zaujať nových návštevníkov. Prieskum mi zároveň potvrdil potrebu vytvoriť výraznú, konzistentnú a vizuálne atraktívnu identitu, ktorá by festival lepšie reprezentovala a zároveň podčiarkla jeho jedinečnú atmosféru a ducha dobrodružstva.

## 8 PROCES TVORBY

V tejto časti sa venujem procesu tvorby na svojej bakalárskej práci.

### 8.1 Výber témy

Pri výbere témy pre bakalársku prácu som sa rozhodla zohľadniť niekoľko faktorov, ktoré by mi umožnili pracovať na projekte, ktorý ma bude baviť a zároveň motivovať počas celého procesu tvorby. Ako grafická dizajnérka trávim veľa času za počítačom, čo môže byť náročné, pretože dlhodobé sedenie za stolom môže negatívne ovplyvniť moju fyzickú a mentálnu pohodu. Preto sa vo svojom voľnom čase snažím udržiavať aktívny životný štýl a venovať sa rôznym outdoorovým aktivitám.

Rada chodím na prechádzky do prírody, kde si môžem oddýchnuť a načerpať novú energiu. Tento čas strávený v prírode mi pomáha nielen zlepšiť fyzickú kondíciu, ale aj odbúrať stres a obnoviť kreativitu, čo je pre mňa, ako dizajnérku, veľmi dôležité. Okrem toho sa venujem behu, fitness tréningom a lezeniu po umelých stenách. Tieto aktivity ma nielen fyzicky zocelia, ale tiež ma inšpirujú a motivujú pri práci na mojich projektoch.

Tento záujem o outdoorové aktivity a pohyb v prírode bol jedným z faktorov, ktoré ma inšpirovali pri výbere témy pre moju bakalársku prácu. Vzhľadom na to, že sa zaujímam o grafický dizajn v kontexte športových a outdoorových aktivít, rozhodla som sa venovať svoju prácu vytvoreniu vizuálnej identity pre filmový festival, ktorý zdôrazňuje hodnoty pohybu, dobrodružstva a prírody.

Pri výbere konkrétneho festivalu som si robila rozsiahly rešerš o rôznych filmových festivaloch zameraných na outdoorové témy. Dôležitým faktorom pre mňa bolo aj to, že festival by sa mal konať v čase, ktorý mi umožní osobne ho navštíviť a zažiť jeho atmosféru. Po dôkladnom zvážení mi najviac vyhovoval Festival dobrodružných filmov HoryZonty, ktorý sa koná v Trenčíne. I keď som nemohla navštíviť celý jeho program, krátky čas strávený na festivale ma aj tak veľmi oslovil.

### 8.2 Rešerš

Pred začiatkom praktickej časti som sa rozhodla vykonať podrobný prieskum vizuálnych identít rôznych festivalov, zameraných na film a hudbu, ako aj tých, ktoré majú outdoorový charakter. Záverom tohto prieskumu bolo zistenie, že väčšina filmových festivalov zameraných na outdoor nedisponuje dostatočne silnou a pútavou vizuálnou identitou.

Pri analyzovaní vizuálnych materiálov som si všimla, že tieto festivaly zvyčajne pracujú len so základnými prvkami, ako je logo a jednoduchá farebná paleta. Chýba im kreatívna práca s grafickými prvkami, ilustráciami alebo doplnkovými vizuálnymi komponentmi, ktoré by mohli obohatiť fotografie alebo iné propagačné materiály. Týmto nedostatkom vizuálna identita festivalov stráca svoju schopnosť zaujať širšie publikum a vytvárať ucelený dojem z podujatia.

Na základe týchto poznatkov som si stanovila ciele pre praktickú časť mojej práce. Chcem vytvoriť vizuálnu identitu, ktorá bude pútavá, kreatívna a konzistentná. Mojm zámerom je využiť ilustrácie, farebné palety a prvky, ktoré budú dopĺňať celkovú estetiku a tému festivalu. Takáto identita by mala prispieť k lepšiemu vizuálnemu výrazu festivalu a zvýšiť jeho atraktivitu pre cieľovú skupinu.

### 8.3 Prvé návrhy

Pri navrhovaní logotypu som sa sústredila na zachytenie hlavnej podstaty a ducha festivalu – teda dobrodružstva, pohybu a outdoorového života. Mojm cieľom bolo vytvoriť vizuálny symbol, ktorý bude reprezentovať rôznorodosť prírodných športov a zároveň pôsobiť dynamicky a výstižne.

Do logotypu som sa snažila zakomponovať prvky symbolizujúce prírodu a orientáciu v nej, ako sú hory, vrcholy, slnko alebo kompas. Tieto motívy som sa pokúsila pretransformovať priamo do typografie – úpravou písmen tak, aby sa vizuálne podobali týmto symbolom, prípadne ich kombináciám. Cieľom bolo vytvoriť hravé, ale zároveň výstižné logo, ktoré komunikuje základné hodnoty festivalu.





Obrázok 29 Návrhy logotypu

#### 8.4 Výsledný logotyp

Po testovaní viacerých verzií logotypov v kontexte celkovej vizuálnej identity som zistila, že najlepšie funguje verzia bez symbolických prvkov zakomponovaných priamo v písmenách. Pri použití v kombinácii s ilustráciami a fotografiami totiž táto verzia pôsobila čistejšie, čitateľnejšie a esteticky vyváženejšie.

Zvolila som si teda voľnejší a energetickejší logotyp, ktorý lepšie vystihuje charakter festivalu – jeho dobrodružnosť, pohyb a výzvu. Nepravidelné umiestnenie písmen symbolizuje členitosť a nepredvídateľnosť terénu, s ktorým sa športovci stretávajú v outdoore. Samotná silueta loga tak evokuje horskú krajinu a jej prirodzenú dynamiku.

Pre praktické použitie na rôznych formátoch bola navyše vytvorená aj horizontálna verzia logotypu.





Obrázok 30 Výsledný logotyp

## 8.5 Celková práca s vizuálom

Celková vizuálna identita je rozdelená na dve časti – realistickú (fotografickú) a grafickú (ilustrovanú), ktoré sa navzájom dopĺňajú.

### 8.5.1 Práca s fotografiami

Keďže festival HoryZonty predstavuje autentické dobrodružstvá a reálne športové výkony, rozhodla som sa, že vo vizuále zohrávajú dôležitú úlohu aj samotné fotografie. Oproti minulým ročníkom, kde bola zvyčajne použitá len jedna fotografia ako reprezentatívny prvok ročníka, som sa rozhodla tento koncept posunúť ďalej.

Festival pokrýva širokú škálu outdoorových športov a chcela som túto rozmanitosť odkomunikovať aj vizuálne – teda neobmedzovať sa len na jeden šport alebo záber. Fotografie som preto spracovala kolážovým spôsobom, vrstvením rôznych výrezov, ktoré pripomínajú odtrhnuté kusy papiera. Týmto prístupom som sa snažila vyjadriť nerovnosť, hrbatosť a členitosť terénu, v ktorom sa tieto športy odohrávajú.

### 8.5.2 Práca s ilustráciami

Počas rešerše vizuálnych identít iných filmových festivalov s podobným zameraním som si všimla, že mnohé z nich sa spoliehajú výlučne na prácu s fotografiou. Keďže však HoryZonty nie sú len o dokumentácii výkonov, ale aj o radosť z pohybu a voľnosti, rozhodla som sa vizuál doplniť aj o ilustrácie.

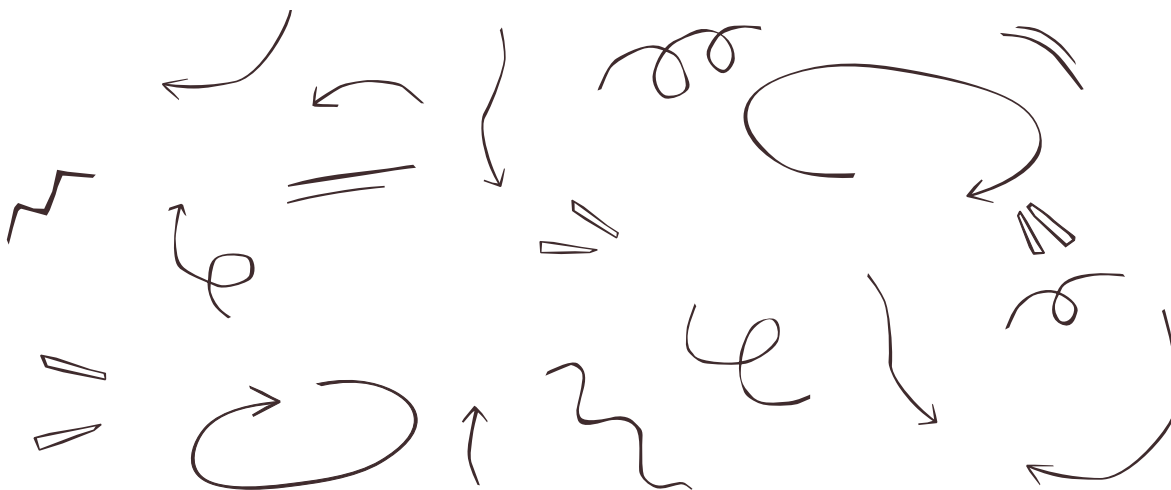
Spracované ilustrácie sú tematicky zamerané na hlavné disciplíny festivalu – turistiku, cyklistiku a horolezectvo. Následne sa tieto ilustrované disciplíny môžu doplniť ďalšími. Ich výtvarné spracovanie je jednoduché, s deformovanými krivkami, ktoré korešpondujú s tvaroslovím loga. Tento prístup zároveň umožňuje divákovi lepšie sa stotožniť s postavami

– keďže nie sú detailne štylizované, každý si v nich môže predstaviť sám seba. Ilustrácie sú zámerne poňaté s dávkou humoru a nadhľadu – objavujú sa v nich napríklad padajúci lezec, na ktorého číha hladný medveď, cyklista s medveďom v päťách, turistické topánky prevesené na konári, turista stratený v kríkoch, alebo dobrodruh so svojim jazvečíkom. Tieto prvky dodávajú vizuálu hravosť a uvoľnenosť, pričom stále ostávajú v súlade s dobrodružným duchom festivalu.



Obrázek 31 Ilustrácie

Aby sa ilustrovaný štýl udržal aj v častiach vizuálu, kde dominuje fotografia, doplnila som dizajn o ručne kreslené ilustrované prvky – ako sú šípky, značky a iné navigačné alebo dekoračné prvky. Tie nielenže prepájajú jednotlivé vizuálne vrstvy, ale zároveň podčiarkujú jednotný charakter celého vizuálu.



Obrázek 32 Grafické prvky

### 8.5.3 Farebnosť

Pri výbere vhodnej farebnosti bolo dôležité zvoliť výstižnú farbu, ktorá by nielen vizuálne ladila s ostatnými prvkami, ale zároveň jasne odkomunikovala charakter festivalu a výrazne

kontrastovala s použitými fotografiami z prírody. Pre tieto potreby som ako dominantnú farbu zvolila oranžovú, ktorá pôsobí energicky, optimisticky a dobrodružne – čo korešponduje s témou dobrodružstva a pohybu.

Táto farba je zároveň v teréne často používaná ako výstražná, nakoľko je dobre viditeľná aj z väčšej vzdialenosti a slúži ako rozpoznávací prvok v prípade núdze. Z praktického hľadiska je veľkou výhodou aj to, že sa v prirodzenom prostredí nevyskytuje v takej miere ako zelená či modrá, a preto sa na pozadí fotografií nestratí – práve naopak, dokáže na seba pritiahnuť pozornosť a výborne funguje ako kontrastný akcent.

Ako doplnkové farby som zvolila hnedú a béžovú, ktoré vytvárajú vizuálny balans k dominantnej oranžovej. Pôsobia tlmenejšie a prirodzenejšie, čím vyvažujú energickosť hlavnej farby. Zároveň ide o odtiene bežne sa vyskytujúce v prírode – farby kameňov, zeme či suchých tráv.



Obrázek 33 Farebnosť

#### 8.5.4 Písmo

Pri výbere typografie som sa zamerala na to, aby písmo podporovalo celkový charakter festivalu – dobrodružný, dynamický, miestami hravý, ale zároveň čitateľný a funkčný vo všetkých výstupoch.

Primárnym písmom sa stal Bahiana od štúdia Omnibus-Type, ktorý je voľne dostupný cez Google Fonts. Jeho výrazný a nepravidelný tvar navodzuje dojem ručne písaného nápisu, čím dobre dopĺňa neformálny a uvoľnený charakter festivalu. Používa sa najmä na hlavné titulky a výrazné texty – v tlačových materiáloch, na webe aj v komunikácii na sociálnych sieťach. Navyše obsahuje kompletnú sadu znakov slovenskej diakritiky, čo bolo pri výbere jedným z dôležitých kritérií.

Doplnkovým písmom je Bahnschrift Condensed, ktorý svojimi úzkymi proporciami ladí k charakteru hlavného písma. Slúži na podnadpisy, sprievodné informácie a všetky texty, kde je prioritou dobrá čitateľnosť pri menšom reze.



Obrázok 34 Prímarna a doplnková typografia

## 8.6 Tlačoviny

Súčasťou vizuálnej identity festivalu HoryZonty je aj návrh rôznych tlačových výstupov, ktoré slúžia na propagáciu podujatia, orientáciu návštevníkov a zároveň podporujú celkové vizuálne zjednotenie značky. Tieto materiály boli navrhnuté s dôrazom na funkčnosť, estetiku a súlad s hlavnou identitou festivalu.

### 8.6.1 Plagáty

Hlavné festivalové plagáty sú koncipované v dvoch rovinách – grafickej a obrazovej. Grafická rovina obsahuje všetky potrebné informácie o festivale doplnené o ilustratívne prvky, zatiaľ čo obrazová časť pracuje s fotografiami športových aktivít v prírode. Kompozícia plagátov je postavená na trojuholníkovej kompozícii, ktorá vytvára dynamický, energický a mierne nepravdivý dojem – čím odkazuje na pohyb, dobrodružstvo a nepredvídateľnosť outdoorového prostredia.

Okrem hlavných plagátov vznikla aj séria doplnkových, ktoré sa budú využívať priamo počas prvých dní festivalu a nebudú distribuované po meste. Vzhľadom na menší formát pracujú len s jednou fotografiou a rôzne kombinujú primárnu a doplnkovú farebnú paletu.





Obrázek 35 Hlavné plagáty





Obrázek 36 Doplnkové plagáty

### 8.6.2 Programový leták

Programový leták je jedným z kľúčových informačných materiálov festivalu. Navrhnutý je vo formáte polovičného horizontálneho A3, čo zaručuje efektívne využitie tlače bez odpadu a zároveň prináša zaujímavý, nie tak štandardný formát, ktorý zaujme na prvý pohľad. Jeho praktická veľkosť navyše umožňuje ľahké vloženie do vrečka.

Z hľadiska dizajnu je leták členený na dve hlavné časti. Po otvorení návštevník nájde kompletný festivalový program, kde sú pomocou farieb vizuálne odlišené sprievodné podujatia od hlavného filmového programu. Na zadnej strane sa nachádza orientačná mapa centra Trenčína s vyznačenými hlavnými bodmi diania. Nejde o presnú navigačnú mapu, ale o ilustrovaný prehľad, ktorý pomôže návštevníkovi zorientovať sa v priestore. Štylizované 3D budovy a nepravidelné línie vizuálne nadväzujú na hravý štýl festivalových ilustrácií





Obrázek 37 Programový leták

### 8.6.3 Katalóg

Pri príležitosti jubilejného 20. ročníka vznikol návrh na dizajn pamätného katalógu filmov, ktoré boli na festivale HoryZonty premietané počas všetkých ročníkov. Katalóg je rozdelený podľa jednotlivých ročníkov a každý film má vyhradenú samostatnú dvojstranu. Na tieto rozvrhnutia boli vytvorené štyri typy layoutu, ktoré sa nerovnako striedajú, aby bol katalóg vizuálne pestrejší a dynamickejší.

Tento katalóg by bol dostupný na zakúpenie a je určený predovšetkým verným návštevníkom, zberateľom a milovníkom festivalu.







Obrázek 38 Katológ filmov

#### 8.6.4 Bannery

Na vyznačenie jednotlivých aktivít a miest konania festivalu v centre Trenčína sú navrhnuté bannery, ktoré nesú farebný vizuál identity doplnený o fotografie z minulých ročníkov. Slúžia ako orientačný aj informačný prvok a zároveň dotvárajú atmosféru priamo na mieste konania.



Obrázek 39 Bannery k sprievodným podujatiam

### 8.6.5 Vizitka

Vizitky sú navrhnuté hravou a personalizovanou formou. Každá obsahuje štylizovanú ilustráciu danej osoby a jej rolu na festivale, čo dodáva vizitkám jedinečný a priateľský charakter. Tento prístup zároveň reflektuje komunitného ducha festivalu.



Obrázek 40 Vizitky

### 8.6.6 Menovky

Rovnako ako vizitky, aj menovky sú navrhnuté s dôrazom na personalizáciu. Obsahujú ilustráciu konkrétnej osoby, čím vizuálne nadväzujú na celkový ilustračný jazyk identity. Slúžia nielen ako praktický prvok, ale aj ako zábavný detail, ktorý oživuje komunikáciu medzi účastníkmi a organizátormi.



Obrázek 41 Menovky

### 8.6.7 Hlavičkový papier

Návrh hlavičkového papiera zahŕňa logotyp festivalu a potrebné kontaktné údaje. Slúži predovšetkým na oficiálnu korešpondenciu, ako sú žiadosti o granty, zmluvné dokumenty či formálne oznámenia.

### 8.6.8 Obálky

Návrh obálky nadväzuje na vizuálny štýl ostatných tlačovín. Je navrhnutá tak, aby bola v súlade s identitou festivalu a vhodná na posielanie oficiálnych dokumentov alebo tlačových materiálov. Obsahuje logotyp, základné údaje a grafický prvok v súlade s ostatnými tlačovinami.

### 8.6.9 Vstupenky

Dizajn vstupeniek je rozdelený na dve farebné verzie - jedna farebná verzia je určená pre jednodňovú vstupenku, druhá z inverznými farbami je permanentka na všetky dni festivalu. Dizajn je prepojený s hlavnými plagátmi v zobrazení fotografií.



Dizajn vstupeniek bol navrhnutý v dvoch farebných variantoch, ktoré slúžia na jednoduché rozlíšenie typov vstupov. Prvý variant je určený pre jednoduché vstupenky a pracuje s dominantnou farebnou verzou vizuálu, zatiaľ čo druhý – s inverznou farebnosťou – predstavuje permanentku platnú na všetky dni festivalu. Oba dizajny vizuálne nadväzujú na hlavnú festivalovú identitu a kompozíciu plagátov, najmä cez použitie fotografií, čím sa zabezpečuje jednotnosť celého vizuálneho systému.



Obrázek 42 Vstupenky

## 8.7 Webové stránky a sociálne siete

Dizajn digitálnych platforiem sa opiera o kombináciu autentických fotografií z terénu alebo akcií a charakteristických ilustrácií.

### 8.7.1 Webová stránka

V rámci návrhu vizuálnej identity vznikol aj redizajn úvodnej stránky (homepage) oficiálneho webu festivalu HoryZonty. Jej cieľom je prehľadne a atraktívne sprostredkovať najdôležitejšie informácie pre návštevníkov. Vizualita stránky kombinuje ilustrované prvky s fotografiami, čím sa dosahuje prepojenie medzi dobrodružným duchom festivalu a jeho realistickým zážitkom.



Obrázek 43 Homepage

### 8.7.2 Sociálne siete

Grafický dizajn príspevkov pre sociálne siete je navrhnutý s dôrazom na funkčnosť, variabilitu a jednoduchú použiteľnosť aj v prípade, že s nimi bude pracovať osoba bez odborného grafického vzdelania. Vytvorené boli univerzálne šablóny, ktoré umožňujú jednoduchú aktualizáciu obsahu – stačí vymeniť fotografiu v pozadí a upraviť textovú vrstvu umiestnenú na odtrhnutej grafickej ploche.

Okrem týchto informačných príspevkov boli navrhnuté aj autorské ilustratívne posty – "custom" príspevky, ktoré prinášajú čistú grafiku, originálne kompozície a rozvíjajú vizuálny jazyk festivalu aj mimo klasickej fotografie. Tým sa zabezpečuje pestrosť a dynamika obsahu na sociálnych sieťach, ktorá je dôležitá pre udržanie pozornosti sledovateľov



Obrázek 44 Sociálne siete

## 8.8 Merch

Súčasťou vizuálnej identity festivalu je aj séria darčkových predmetov, ktoré slúžia nielen ako reklamné materiály, ale aj ako praktické suveníry pre návštevníkov. Ich cieľom nie je len šíriť povedomie o festivale HoryZonty, ale aj sprostredkovať jeho atmosféru, ducha dobrodružstva a blízkosť k outdoorovým aktivitám. Pre túto sériu produktov som navrhla jednotný dizajnový jazyk založený na kombinácii oranžovej, béžovej a hnedej – teda farebnej palety hlavného vizuálu festivalu.

V návrhoch som sa snažila o to, aby každý z predmetov pôsobil osobne a originálne – nie iba ako klasický "brandovaný" produkt. Ilustrácie a motívy, ktoré ich zdobia, vizuálne aj tematicky nadväzujú na zvyšok identity festivalu a zároveň odrážajú typické situácie či postavy zo sveta outdoorového športu a prírody.

Tieto predmety by mali návštevníkom slúžiť nielen ako pamiatka, ale aj ako praktické vybavenie, ktoré môžu reálne využiť pri športových aktivitách.

### 8.8.1 Tričká, ponožky, tašky, fľašky, hrnčeky, odznaky a nálepky

Každý produkt je navrhnutý s cieľom vytvoriť silnejší vzťah medzi festivalom a jeho návštevníkom – či už ide o tričká s ilustrovanými aktivitami, alebo ponožky s vtipným postavičkami.

Odznaky, nálepky a ďalšie drobnosti majú slúžiť ako malé spomienky, ktoré si účastníci môžu odniesť domov alebo pripnúť na batoh. Každý dizajn je prispôsobený formátu daného predmetu, pričom sa stále drží jednotného vizuálneho štýlu.







Obrázek 45 Využitie ilustrácií na merchandise

### 8.8.2 Ostatné

Športové doplnky, ktoré sú z materiálov vhodných na výšivku či jemnú potlač, sú navrhnuté s dôrazom na funkčnosť a čistotu. Na šiltovky, čiapky, potítka a čelenky by sa aplikovala minimalistická verzia logotypu festivalu v základných farbách identity.



Tieto doplnky sú určené predovšetkým na praktické využitie počas športových aktivít a zároveň slúžia ako decentný, ale vizuálne konzistentný nosič značky HoryZonty.



Obrázek 46 Využitie logotypu na merchandise

## 8.9 Animácie

### 8.9.1 Animácia logotypu

Na podporu dynamiky logotypu bola vytvorená krátka animácia. Animovaná verzia logotypu ešte viac umocňuje tento dojem – pohyb písmen smerom nahor a nadol symbolicky znázorňuje cestu športovcov, ich výstupy a pády, ktoré ich sprevádzajú na ceste kza cieľmi, výkonmi a osobnými víťazstvami.



Obrázek 47 Animované verzie logotypu

### 8.9.2 Video teaser

Krátka video upútavka pre festival, ktorá ma nabudiť ducha festivalu. Pôsobí grandiózne – na začiatku sa striedajú symbolické slová s výstrižkami záberov z filmov, ktoré spoločne umocňujú celkovú emóciu. Záver teaseru obsahuje informačné slidy s názvom festivalu, miestom a dátumom konania.

### 8.9.3 Odpočítavanie spustenia filmu

Na oddelenie jednotlivých prehrávaných filmov na festivale slúži krátke 5 sekundové odpočítavanie do spustenia ďalšieho filmu. Vizuálne je spracované na princípe odtrhávania jednotlivých vrstiev.



Obrázek 48 Odpočítavanie spustenia filmu

## ZÁVER

Cieľom tejto práce bolo navrhnúť a vytvoriť novú vizuálnu identitu festivalu dobrodružných filmov HoryZonty, ktorá by lepšie odrážala jeho charakter, dobrodružného ducha a rôznorodosť outdoorových športov, ktorým sa venuje. Práca sa snažila prispieť k modernejšiemu a jednoduchšiemu vizuálnemu prejavu festivalu, ktorý by oslovil jeho cieľovú skupinu a zároveň rešpektoval jeho tradíciu.

Táto práca ponúka komplexný koncept novej vizuálnej identity, ktorý môže slúžiť ako základ pre ďalší rozvoj a implementáciu. Do budúcnosti by bolo možné tento vizuálny systém rozšíriť o nové ilustrácie reflektujúce ďalšie športy, ktoré festival predstavuje, čím by sa ešte viac podporila jeho tematická rozmanitosť. Súčasťou rozšírenia by mohlo byť aj vytvorenie navigačného systému v priestoroch Domu armády v Trenčíne a jeho okolí, ktorý by návštevníkom uľahčil orientáciu počas festivalu. Ďalšími možnosťami rozvoja sú návrhy sprievodných materiálov, interaktívnych prvkov alebo rozšírenie vizuálnej komunikácie aj do online prostredia.

Navrhnuť kompletnú vizuálnu identitu pre takýto festival je však proces náročný na čas aj kapacity. Mnohé prvky by si vyžadovali ešte hlbšiu analýzu, podrobnejšie konzultácie s organizátormi a odborníkmi z oblasti marketingu či vizuálnej komunikácie. Pre úplnú realizáciu by bolo vhodné otestovať návrhy priamo v praxi, sledovať reakcie návštevníkov a analyzovať ich spätnú väzbu.

## ZOZNAM POUŽITEJ LITERATURY

BERMINGHAM, Adam. *Web Design for Festivals & Events*. Online. 2023. Dostupné z: <https://futureproofdigital.ie/blog/web-design-for-festivals/>. [cit. 2025-01-18].

EVENTBRITE. *The Value of Social Media for Festivals and Consumer Events*. Online. Dostupné z: <https://www.eventbrite.com/blog/academy/value-of-social-media-for-festivals-and-consumer-events/>. [cit. 2025-01-18].

EVENTUALLYZ. *8 Reasons Why You Need an Event Website*. Online. 2022. Dostupné z: <https://www.eventuallyz.com/reasons-why-you-need-an-event-website/>. [cit. 2025-01-15].

GARMENT PRINTING. *The THREE biggest reasons why people fall in love with festival merchandise*. Online. Dostupné z: <https://www.garmentprinting.co.uk/blog/the-three-biggest-reasons-why-people-fall-in-love-with-festival-merchandise/>. [cit. 2025-02-11].

GOSLING, Emily. *What Does it Really Mean to „Brand“ a Festival?* Online. Eye on Design. 2017. Dostupné z: <https://eyeondesign.aiga.org/what-does-it-really-mean-to-brand-a-festival/>. [cit. 2025-01-09].

HORY A MESTO. *O festivale*. Online. Dostupné z: <https://www.horyamesto.sk/info/o-festivale/>. [cit. 2025-04-11].

HORYZONTY. *O festivale*. Online. Dostupné z: <https://www.horyzonty.sk/o-festivale/>. [cit. 2025-04-11].

Jasaň, E. (2024). Osobný rozhovor 5. januára 2024.

JONES, Matt. *Festival Merch Done Right: How To Make Great Merch – And How To Sell It*. Online. 2019. Dostupné z: <https://www.audiencerepublic.com/blog/festival-merch-done-right-how-to-make-great-merch-and-how-to-sell-it>. [cit. 2025-01-15].

LESAJOVÁ, Jana. *Festival Horyzonty 2024: Dobrodružstvo na plátne a v srdciach*. Online. 2024. Dostupné z: <https://mytrencin.sme.sk/c/23409563/festival-horyzonty-2024-dobrodruzstvo-na-platne-a-v-srdciach.html>. [cit. 2025-01-18].

LES DIABLERETS INTERNATIONAL ALPINE FILM FESTIVAL. *History*. Online. Dostupné z: <https://www.fifad.ch/fr/le-festival/historique>. [cit. 2025-04-11].

MOUNTAINFILM. *Mountainfilm showcases colorado artists during annual festival*. Online. 2024. Dostupné z: <https://www.mountainfilm.org/press-releases/mountainfilm-showcases-colorado-artists-during-annual-festival/>. [cit. 2025-04-11].

MOUNTAINFILM. *OUR BOLD NEW LOOK*. Online. 2017. Dostupné z: <https://www.mountainfilm.org/news/our-bold-new-look/>. [cit. 2025-05-06].

OUTDOOR FILMS. *O festivalu*. Online. Dostupné z: <https://www.outdoorfilms.cz/o-festivalu/>. [cit. 2025-04-11].

PASTIER, Michal. *Žltá kniha budovania značky*. Barcz & Conrad Media, 2023. ISBN 9788082580115.

STACK, Selena. *The impact of social media on festival culture*. Online. 2024. Dostupné z: [https://freedomravewear.com/blogs/freedom-rave-wear-blog/the-impact-of-social-media-on-festival-culture?srltid=AfmBOoo14StREa3qtaAZAkGm3f8PiY3P63E\\_BdMj\\_MFNm8sw49T8KGjt](https://freedomravewear.com/blogs/freedom-rave-wear-blog/the-impact-of-social-media-on-festival-culture?srltid=AfmBOoo14StREa3qtaAZAkGm3f8PiY3P63E_BdMj_MFNm8sw49T8KGjt). [cit. 2025-01-15].

TRENTO FILM FESTIVAL. *About us*. Online. Dostupné z: <https://trentofestival.it/en/who-we-are-2/>. [cit. 2025-04-11].

TRENTO FILM FESTIVAL. *Clorophilla's sense of the mountains: a feminine perspective for the 72nd trento film festival poster*. Online. 2024. Dostupné z: <https://trentofestival.it/en/news/chlorophillas-feeling-for-the-mountain-a-feminine-gaze-for-the-poster-of-the-72nd-trento-film-festival/>. [cit. 2025-04-11].

UPVISIT. *The ultimate guide to event orientation: mastering the labyrinth with technology*. Online. Dostupné z: <https://www.upvisit.io/en/post/the-ultimate-guide-to-event-orientation-mastering-the-labyrinth-with-technology>. [cit. 2025-04-11].

WHEELER, Alina. *Designing Brand Identity*. 5. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2018. ISBN 9781118099209.

WIKIPÉDIA. *Medzinárodný festival horských filmov*. Online. 23.08.2024. Dostupné z: [https://sk.wikipedia.org/wiki/Medzinárodný\\_festival\\_horských\\_filmov](https://sk.wikipedia.org/wiki/Medzinárodný_festival_horských_filmov). [cit. 2025-01-18].

WIKIPEDIA. *Mountainfilm*. Online. 18.02.2025. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Mountainfilm>. [cit. 2025-04-11].



## ZOZNAM OBRÁZKOV

- Obrázok 1 Logo Glasgow Film Festival
- Obrázok 2 Farebná paleta Glasgow Film Festival
- Obrázok 3 Plagáty Locarno Film Festival
- Obrázok 4 Web International Film Festival of Karela
- Obrázok 5 Sociálne siete Tribeca Film Festival
- Obrázok 6 Trofej Berlin International Film Festival
- Obrázok 7 Merch Sundance Film Festival
- Obrázok 8 Informačná tabuľa Sundance Film Festival
- Obrázok 9 Vstupenky Sundance Film Festival
- Obrázok 10 Vizuálna identita Trento Film Festival
- Obrázok 11 Hlavný plagát Trento Film Festival
- Obrázok 12 Prvky vizuálnej identity Trento Film Festival
- Obrázok 13 Logotyp Festival International Du Film Alpin Des Diablerets
- Obrázok 14 Vizuálna identita International Du Film Alpin Des Diablerets 2024
- Obrázok 15 Logotyp Mountainfilm
- Obrázok 16 Logomark Mountainfilm
- Obrázok 17 Farebná paleta Mountainfilm
- Obrázok 18 Hlavný plagát Mountainfilm 2024
- Obrázok 19 Vizuálna identita Medzinárodného festivalu outdoorových filmů 2024
- Obrázok 20 Vizuálna identita festivalu Hory a Město 2024
- Obrázok 21 Vizuálna identita Medzinárodného festivalu horských filmov 2024
- Obrázok 22 Vizuálna identita festivalu HoryZonty 2008, 2014, 2016, 2019, 2023
- Obrázok 23 Banner festivalu HoryZonty 2024
- Obrázok 24 Logo a logotyp festivalu HoryZonty
- Obrázok 25 Hlavný plagát festivalu HoryZonty 2024

Obrázok 26 Programový leták festivalu HoryZonty 2024

Obrázok 27 Merchandise festivalu HoryZonty 2024

Obrázok 28 Ocenenia festivalu HoryZonty 2024

Obrázok 29 Návrhy logotypu

Obrázok 30 Výsledný logotyp

Obrázek 31 Ilustrácie

Obrázek 32 Grafické prvky

Obrázek 33 Farebnosť

Obrázok 34 Prímarna a doplnková typografia

Obrázek 35 Hlavné plagáty

Obrázek 36 Doplnkové plagáty

Obrázek 37 Programový leták

Obrázek 38 Katológ filmov

Obrázek 39 Bannery k sprievodným podujatiam

Obrázek 40 Vizitky

Obrázek 41 Menovky

Obrázek 42 Vstupenky

Obrázek 43 Homepage

Obrázek 44 Sociálne siete

Obrázek 45 Využitie ilustrácií na merchandise

Obrázek 46 Využitie logotypu na merchandise

Obrázek 47 Animované verzie logotypu

Obrázek 48 Odpočítavanie spustenia filmu

## ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV K OBRÁZKOM

- [1] *Logo Glasgow Film Festival*. Online. In: COMMARTS. Dostupné z: <https://www.commarts.com/project/32636/glasgow-film-festival-branding>. [cit. 2025-04-17].
- [2] *Farebná paleta Glasgow Film Festival*. Online. In: COMMARTS. Dostupné z: <https://www.commarts.com/project/32636/glasgow-film-festival-branding>. [cit. 2025-04-17].
- [3] *Plagáty Locarno Film Festival*. Online. In: LOCARNO FILM FESTIVAL. 2021. Dostupné z: [https://www.locarnofestival.ch/news/2021/10/bando\\_manifesto\\_2022.html](https://www.locarnofestival.ch/news/2021/10/bando_manifesto_2022.html). [cit. 2025-04-17].
- [4] *Web International Film Festival of Karella*. Online. In: MEDIUM. 2025. Dostupné z: <https://medium.com/@aswanth1003/intersectionality-brand-identity-design-for-the-29th-international-film-festival-of-kerala-2024-a4ad2f32b310>. [cit. 2025-04-17].
- [5] *Sociálne siete Tribeca Film Festival*. Online. In: PENTAGRAM. Dostupné z: <https://www.pentagram.com/work/tribeca-festival-2023/story>. [cit. 2025-04-17].
- [6] *Trofej Berlin International Film Festival*. Online. In: DAILYSABAH. 2022. Dostupné z: [https://www.dailysabah.com/gallery/making-of-the-bear-berlin-international-film-festival-trophy/images?gallery\\_image=81743](https://www.dailysabah.com/gallery/making-of-the-bear-berlin-international-film-festival-trophy/images?gallery_image=81743). [cit. 2025-04-21].
- [7] *Merch Sundance Film Festival*. Online. In: PORTO ROCHA. Dostupné z: <https://portorocha.com/Sundance>. [cit. 2025-04-17].
- [8] *Informačná tabuľa Sundance Film Festival*. Online. In: PORTO ROCHA. Dostupné z: <https://portorocha.com/Sundance>. [cit. 2025-04-17].
- [9] *Vstupenky Sundance Film Festival*. Online. In: PORTO ROCHA. Dostupné z: <https://portorocha.com/Sundance>. [cit. 2025-04-17].
- [10] *Vizuálna identita Trento Film Festival*. Online. In: DANIELE SANDRI. Dostupné z: <https://cargocollective.com/danielesandri/Trento-Film-Festival>. [cit. 2025-04-17].
- [11] *Hlavný plagát Trento Film Festival 2024*. Online. In: TRENTO FILM FESTIVAL. 2024. Dostupné z: <https://trentofestival.it/en/news/chlorophyllas-feeling-for-the-mountain-a-feminine-gaze-for-the-poster-of-the-72nd-trento-film-festival/>. [cit. 2025-04-17].
- [12] *Prvky vizuálnej identity Trento Film Festival 2024* [@trentofilmfestival]. Online. 2024. Dostupné z: [https://www.instagram.com/p/C6bf9t1vT-Y/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C6bf9t1vT-Y/?img_index=1). [cit. 2025-04-17].
- [13] *Logotyp Festival International Du Film Alpin Des Diablerets*. Online. In: FESTAGENT. Dostupné z: [https://festagent.com/en/festivals/film\\_des\\_diablerets](https://festagent.com/en/festivals/film_des_diablerets). [cit. 2025-04-17].

- [14] *Vizuálna identita International Du Film Alpin Des Diablerets 2024*. Online. In: PAYOT. Dostupné z: <https://evenements.payot.ch/evenement/fifad-2024/>. [cit. 2025-04-17].
- [15] *Logotyp Mountainfilm*. Online. In: MOUNTAINFILM. 2017. Dostupné z: <https://www.mountainfilm.org/news/our-bold-new-look/>. [cit. 2025-04-18].
- [16] *Logomark Mountainfilm*. Online. In: MOUNTAINFILM. 2017. Dostupné z: <https://www.mountainfilm.org/news/our-bold-new-look/>. [cit. 2025-04-18].
- [17] *Farebná paleta Mountainfilm*. Online. In: MOUNTAINFILM. 2017. Dostupné z: <https://www.mountainfilm.org/news/our-bold-new-look/>. [cit. 2025-04-18].
- [18] *Hlavný plagát Mountainfilm 2024*. Online. In: MOUNTAINFILM. 2024. Dostupné z: <https://www.mountainfilm.org/press-releases/mountainfilm-showcases-colorado-artists-during-annual-festival/>. [cit. 2025-04-18].
- [19] *Vizuálna identita Medzinárodného festivalu outdoorových filmů 2024* [@Mezinárodní festival outdoorových filmů ve Zlíně]. Online. 2024. Dostupné z: <https://www.facebook.com/festivalzlin/>. [cit. 2025-04-18].
- Vizuálna identita Medzinárodného festivalu outdoorových filmů 2024* [@Mezinárodní festival outdoorových filmů]. Online. 2024. Dostupné z: <https://www.facebook.com/mfof.cz/>. [cit. 2025-04-18].
- [20] *Vizuálna identita festivalu Hory a Mesto*. Online. In: HORY A MESTO. Dostupné z: [https://www.horyamesto.sk.](https://www.horyamesto.sk/) [cit. 2025-04-18].
- Vizuálna identita festivalu Hory a Mesto*. [@Festival Hory a mesto]. Online. 2025. Dostupné z: <https://www.facebook.com/festivalhoryamesto/>. [cit. 2025-04-18].
- [21] *Vizuálna identita Medzinárodného festivalu horských filmov 2024* [@Medzinárodný Festival Horských Filmov v Poprade]. Online. Dostupné z: [https://www.mfhf.sk.](https://www.mfhf.sk/) [cit. 2025-04-18].
- Vizuálna identita Medzinárodného festivalu horských filmov 2024* [@MFHF]. Online. 2024. Dostupné z: [https://www.facebook.com/photo?fbid=1059829426148436&set=a.505732724891445&locale=sk\\_SK](https://www.facebook.com/photo?fbid=1059829426148436&set=a.505732724891445&locale=sk_SK). [cit. 2025-04-18].
- [22] *Vizuálna identita festivalu HoryZonty 2008*. HORYZONTY. Online. Dostupné z: <http://2008.horyzonty.sk/sk/index.php>. [cit. 2025-05-06].
- Vizuálna identita festivalu HoryZonty 2014*. HORYZONTY. Online. Dostupné z: <http://2014.horyzonty.sk/sk/index.php>. [cit. 2025-05-06].

*Vizuálna identita festivalu HoryZonty 2016.* HORYZONTY. Online. Dostupné z: <http://2016.horyzonty.sk/sk/index.php>. [cit. 2025-05-06].

*Vizuálna identita festivalu HoryZonty 2019.* HORYZONTY. Online. Dostupné z: <https://2019.horyzonty.sk/sk/index.php>. [cit. 2025-05-06].

*Vizuálna identita festivalu HoryZonty 2023.* HORYZONTY. Online. Dostupné z: <https://2023.horyzonty.sk>. [cit. 2025-05-06].

[23] *Banner festivalu HoryZonty 2024* [@HoryZonty - festival dobrodružných filmov]. Online. 2024. Dostupné z: [https://www.facebook.com/photo/?fbid=1432032447711978&set=a.937706593811235&locale=sk\\_SK](https://www.facebook.com/photo/?fbid=1432032447711978&set=a.937706593811235&locale=sk_SK). [cit. 2025-04-18].

[24] *Logo a logotyp festivalu HoryZonty*. Online. In: HORYZONTY. Dostupné z: <https://www.horyzonty.sk>. [cit. 2025-04-18].

[25] *Hlavný plagát festivalu HoryZonty 2024*. Online. In: KAMNAHORY.SK. Dostupné z: <https://kamnahory.sk/podujatia/festival-horyzonty-prichadza-s-novinkou>. [cit. 2025-04-18].

[26] *Programový leták festivalu HoryZonty 2024*. Online. In: HORYZONTY. 2024. Dostupné z: <https://www.horyzonty.sk/wp-content/uploads/2024/10/Program.pdf>. [cit. 2025-04-18].

[27] *Merchandise festivalu HoryZonty 2024* [@HoryZonty - festival dobrodružných filmov]. Online. 2024. Dostupné z: [https://www.facebook.com/photo/?fbid=1438419640406592&set=pcb.1438423370406219&locale=sk\\_SK](https://www.facebook.com/photo/?fbid=1438419640406592&set=pcb.1438423370406219&locale=sk_SK). [cit. 2025-04-18].

[28] *Ocenenia festivalu HoryZonty 2024* [@HoryZonty - festival dobrodružných filmov]. Online. Dostupné z: [https://www.facebook.com/photo/?fbid=1442140610034495&set=a.937706600477901&locale=sk\\_SK](https://www.facebook.com/photo/?fbid=1442140610034495&set=a.937706600477901&locale=sk_SK). [cit. 2025-04-18].