

Vizuální štýl výstavy a festivalu kvetov

Zuzana Valášková

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Grafický design
akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Zuzana Valášková**
Osobní číslo: **K16048**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design - Grafický design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Vizuální styl výstavy a festivalu květů**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 25 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz Směrnice rektora č. 7/2018) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků práce v pevné vazbě (v jedné z nich bude vlepeno CD) a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část: zmapování výstav a festivalů květů
2. Praktická část: vizuální styl výstavy a festivalu květů

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

Seznam odborné literatury:

CHLUPOVÁ, Anna. Slovenská ľudová výšivka: techniky a ornamentika. Bratislava: Alfa, 1985. Urob si sám (Alfa)

TICHÁK, Milan. Flora Olomouc 1958–2008: rozkvetlé půlstoletí. V Olomouci: Výstaviště Flora Olomouc, 2008. ISBN 978–80–254–1784–3

KALUSOK, Michaela. Zahradní architektura. Brno: Computer Press, 2004. Malá encyklopedie (Computer Press). ISBN 80–251–0287–4

Tips for Creating a Strong Visual Identity | Festival Insights. home page | Festival Insights [online]. Copyright 2017 Festival Awards Ltd. All Rights Reserved. [cit.

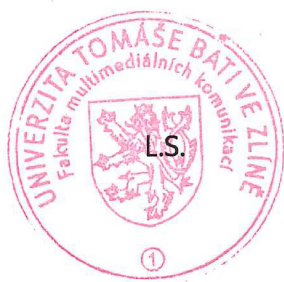
31.10.2018]. Dostupné z:

<https://www.festivalinsights.com/2016/09/tips-creating-strong-visual-identity/>

Vedoucí bakalářské práce: **MgA. Jana Dosoudilová**
Ateliér Grafický design
Datum zadání bakalářské práce: **1. listopadu 2018**
Termín odevzdání bakalářské práce: **10. května 2019**

Ve Zlíně dne 3. prosince 2018

doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkanka



dr. ak. soch. Rostislav Illík
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Ve Zlíně dne: ...8. 2. 2019.....

Jméno a příjmení studenta: ...Zuzana Valášková.....

.....
podpis studenta

POĎAKOVANIE

Najväčšie poďakovanie patrí vedúcej mojej bakalárskej práce MgA. Jane Dosoudilovej za vedenie mojej bakalárskej práce, za podporovanie a správne nasmerovanie mojich nápadov, za ochotu a všetok venovaný čas.

Ďalej by som chcela poďakovať Aničke, Mirkovi a Miškovi Jánošíkovým, ktorí mi veľmi pomohli so všetkým čo sa týka Kvetu Podhradia a mojím najbližším, ktorí ma podporujú počas celého môjho štúdia.

Na záver ďakujem Tomášovi Kompaníkovi a všetkým, ktorí mi poskytli rozhovor a informácie potrebné k spracovaniu mojej práce, ďakujem Matějovi Málekovi za ochotu a cenné rady pri tvorbe autorského písma a nakoniec ďakujem všetkým vám, ktorí toto čítate, za prejavovaný záujem.

PREHLÁSENIE

Prehlasujem, že odovzdaná verzia bakalárskej práce a elektronická verzia nahraná do IS/ STAG sú totožné.

ABSTRAKT

Táto bakalárska práca ponúka náhľad na slovenský folklór, folklórne festivaly a ich vizuálne štýly. Ďalej rozoberá pôvod a význam výstav všeobecne a neskôr so zameraním na výstavy kvetov ako v zahraničí, tak aj v Slovenskej a Českej republike. Taktiež sa zameriava na vizuálne štýly a grafický dizajn niektorých vybraných výstav. V poslednej kapitole podrobne predstavuje konkrétnu udalosť, Kvet Podhradia, ktorej je moja bakalárska práca venovaná.

Teoretická časť mi umožnila vytvoriť podrobnejšiu rešerš, ktorá mi pomohla pri spracovávaní praktickej časti, kde vytváram logo a vizuálny štýl Kvetu Podhradia.

Klíčová slova: vizuálny štýl, vizuálna identita, festivaly, folklór, výšivka, výstavy, kvety

ABSTRACT

This bachelor thesis offers a view of Slovak folklore, folklore festivals and their visual identities. Next it analyzes an origin and purpose of exhibitions in general and afterwards it focuses on exhibitions of flowers both from abroad and from the Slovak and Czech Republic. It also focuses on visual identities and graphic design of some of chosen exhibitions. In the last chapter it presents specific event called Kvet Podhradia which is my bachelor thesis dedicated to.

A theoretical part enabled me to make a research in details and helped me to design a practical part. Therefore I was able to create a logo and a visual style of Kvet Podhradia.

Keywords: visual style, visual identity, festivals, folklore, embroidery, exhibitions, flowers

OBSAH

ÚVOD	9
I. TEORETICKÁ ČASŤ	10
1. FOLKLÓRNE FESTIVALY	11
1.1 Folklór	11
1.2 Folklórne festivaly na Slovensku	11
1.3 Folklórne festivaly a grafický dizajn	14
1.3.1 Folklórny festival Východná.....	15
2. VÝSTAVY	17
2.1 Vývoj výstavníctva	18
2.2 Výstavy kvetov	19
2.2.1 Slovenské a české výstavy kvetov	19
2.2.2 Ostatné výstavy kvetov na našom území.....	20
2.2.3 Zahraničné výstavy kvetov	21
2.3 Výstavy kvetov a grafický dizajn	22
2.3.1 Flóra Bratislava.....	25
2.3.2 Flora Olomouc	26
3. KVET PODHRADIA	28
3.1 O Kvete Podhradia	28
3.1.1 História.....	29
3.1.2 Propagácia.....	30
3.2 Kvet Podhradia a grafický dizajn	30
II. PRAKTICKÁ ČASŤ	33
4. VIZUÁLNY ŠTÝL KVETU PODHRADIA	34
4.1 Pramene mojej tvorby	34
4.2 Logo	34
4.2.1 Tvorba loga	35
4.3 Vizuálny štýl	36
4.3.1 Tvorba vizuálneho štýlu	36
4.3.2 Florálne prvky	38

4.3.3	Farebná škála	38
4.3.4	Font	39
4.3.5	Vzor	39
4.4	Manuál	39
4.5	Výstupy	40
ZÁVER	42
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	43
ZOZNAM OBRÁZKOV	45

ÚVOD

Písať o slovenských folklórnych festivaloch a výstavách kvetov som sa rozhodla z jednoduchého dôvodu. Svoju bakalársku prácu venujem tvorbe vizuálnej identity konkrétnej udalosti, ktorou je Kvet Podhradia. Táto udalosť je totiž ich kombináciou. Konceptiou je výnimočná a dovoľím si tvrdiť, že vo svojom okolí aj jedinečná. Už z názvu sa dá rozoznať, že ide o udalosť venovanú kvetom. Zároveň je prepojená s prezentáciou kultúrneho dedičstva obce Podhradie a regiónu Turiec.

Aj keď sa to na prvý pohľad nemusí zdať, folklór a kvety majú predsa len k sebe blízko. Folklórne výšivky na odevoch a rôznych látkach sa nezaobídu bez florálnych motívov a ornamentov, rovnako ako modrotlačové, či brokátové látky. Keramika, úžitkové predmety i architektúra boli taktiež zdobené týmito motívmi a sprevádzajú nás celou históriou až podnes. Na druhú stranu množstvo výstav kvetín súvisí s históriou, či tradíciou v danej oblasti. Vtedy sa taká udalosť stáva nielen výstavou, ale aj oslavou, festivalom, alebo karnevalom. Oslavujú a prezentujú sa určité druhy kvetov, umenie záhradkárstva, záhradníckeho aranžérstva, či záhradnej architektúry.

Spojení je teda mnoho a v nasledujúcich kapitolách podrobnejšie priblížim súvislosti týchto tém. V kapitole o folklórnych festivaloch uvádzam prierez známejšími slovenskými festivalmi, ako aj zameranie na ich grafickú stránku. Podobne tomu je aj v kapitole o výstavách, ktoré rozoberám o niečo detailnejšie aj z hľadiska histórie a zahraničia.

Posledná kapitola sa venuje samotnému Kvetu Podhradia, kde nahliadnem na jeho vývoj, poslanie, propagáciu a grafický dizajn doposiaľ.

V praktickej časti predstavím nový dizajn loga Kvetu Podhradia, rovnako ako jeho nový vizuálny štýl. Taktiež objasním proces ich tvorby a pramene mojej inšpirácie. Ďalej táto časť obsahuje náhľad na manuál k logu a tiež k vizuálu a v neposlednom rade grafické výstupy aplikované na rôznych propagačných materiáloch.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1. FOLKLÓRNE FESTIVALY

V tejto časti by som nahliadla na folklór ako taký a na jeho prezentovanie v súčasnosti, čo je primárne usporadúvanie folklórnych festivalov a podobných podujatí. Popisujem prierez jednotlivých folklórnych festivalov na Slovensku a ten najviac súvisiaci s témou mojej práce som podrobnejšie rozobrala.

1.1 Folklór

Folklór je neodmysliteľnou súčasťou a pýchou slovenskej kultúry a histórie. Mňa sprevádza už od útleho detstva a stal sa aj mojou neodmysliteľnou súčasťou. Preto mi je veľkým potešením, že môžem túto tému prepojiť s mojou bakalárskou prácou. Vďaka folklóru má každá oblasť a región Slovenska charakteristický a jedinečný prejav, zvyky a tradície, hudbu, tance a taktiež nárečie. Slovo „*folklore*“ v preklade znamená vedomosti ľudu, čo poukazuje na to, že sa vyvíjal zo života a skúseností vtedajšej spoločnosti, zväčša od prostého ľudu. [1]

V súčasnosti sa folklór a tradície zachovávajú hlavne vďaka folklórnym súborom a folklórnym skupinám, ktoré spracovávajú tance v kombinácii so zvyklosťami z daných oblastí v podobe krátkych choreografií. O zachovanie ľudových piesní sa usilujú ľudové hudby, či sólisti inštrumentalisti, a ani ľudové remeslo neupadá do zabudnutia. Stále sa na Slovensku nájdu majstri-remeselníci, ktorí naše tradície udržiavajú podnes.

1.2 Folklórne festivaly na Slovensku

Ako som už písala, na reprezentovaní nášho folklóru medzi širokou verejnosťou sa najviac podieľajú folklórne festivaly. Ide o lokálne, regionálne, celoštátne, ale aj medzinárodné festivaly, ktoré sa každoročne konajú po celom Slovensku. Účastnia sa ich ako folklórne kolektívy, tak aj jednotlivci rôznych vekových kategórií z oblasti tanca, hudby, spevu a ľudovej slovesnosti. Okrem programu s umeleckými predstaveniami sú súčasťou aj ukážky tradícií, remesiel a úžitkového umenia, ktoré je možné si zakúpiť prostredníctvom predajných stánkov. Čo je pre mňa na týchto festivaloch fascinujúce je to, že z ľudí, ktorí sa nikdy predtým nevideli sa odrazu stávajú priatelia, pretože ich spája jedno silné puto — láska k folklóru.

K najznámejším slovenským festivalom patrí *Folklórny festival Východná*, ktorý je najstarším a zároveň najrozsiahlejším festivalom. Už 65. rokom sa počas festivalu mení rázovitá obec Východná na centrum slovenskej kultúry. Niekoľkodenné podujatie sa koná v novovybudovanom areáli s jedným menším a druhým väčším amfiteátrom. Dominantou je 28 metrov vysoká vyhliadková veža, ktorá ponúka panoramatický pohľad na Vysoké, Nízke, aj Západné Tatry. V množstve autorských programov majú návštevníci možnosť vidieť víťazov celoštátnych súťažných prehliadok folklórnych skupín, súborov, ľudových hudieb, speváckych skupín, sólistov spevákov, muzikantov aj tanečníkov. Ako hovoria samotní organizátori festivalu: „*Východná je oslavou folklóru a jej existencia výrazne prispieva k oživovaniu, zachovávaniu, tvorivému rozvíjaniu i verejnej prezentácii vzácných hodnôt našej klenotnice kultúry. Folklor je hlboko zakorenený v tradíciách a kultúre slovenského národa, preto v nás pri každom kontakte dokáže vyvolávať radosť zo vzájomného stretnutia a oživovať nielen históriu, ale aj city.*“ (O festivale, 2018). Tohto festivalu sa pravidelne zúčastňujem ako návštevník a v minulosti párkrát aj ako účinkujúci. Zo všetkých doposiaľ navštívených je mojim najobľúbenejším hneď z viacerých dôvodov. Je organizačne veľmi dobre zvládnutý, program aj stánky v areáli sú vždy bohaté na výber a každý si príde na to svoje. [2, 3]



Obr. 1: Folklórny festival Východná, 2018

Ďalej, len o päť rokov mladší, je *Medzinárodný folklórny festival Myjava*, zastrešujúci folklórne dianie na západe Slovenska. Od roku 1976 sa koná v amfiteátri Trnovce na Myjave. Okrem programu medzinárodných rozmerov ponúka množstvo sprievodných programov, napríklad tradičné kuchyne našich starých mám, tvorivé dielne, ochutnávky páleného alkoholu, alebo folklórnu školu. Tieto programy sú realizované vo festivalovom mestečku *MY-A-VY*. [2]

A nakoniec, *Folklórne slávnosti pod Poľanou* v Detve, ktoré sa budú tento rok konať už päťdesiaty štvrtý krát, ponúkajú okrem vystúpení domácich účinkujúcich náhľad na

folklórne kolektívy Slovákov žijúcich v zahraničí. Súčasťou je taktiež súťaž o *Cenu Ladislava Lengy* vo výrobe tradičných hudobných nástrojov. [2]

Tieto tri festivaly sú realizované pod záštitou medzinárodnej organizácie C.I.O.F.F., čo je najväčšia folkloristická celosvetová organizácia. Počet účinkujúcich každoročne presahuje počet 1000 vystupujúcich zo Slovenska aj zahraničia na každom z nich. [2]

K ďalším obľubovaným a známym festivalom nepochybne patrí *Hontianska paráda* v Hrušove. Svojim rázom a originalitou sa od ostatných festivalov líši. Prepája totiž klasický scénický program s prezentáciou prameňov, z ktorých kultúrne dedičstvo vychádza, k čomu sú uspôsobené štyri programové úrovne festivalu. Prvou je „Život na lazoch“, kde sú naživo prezentované postupy ručnej žatvy, mlátenia obilia, pečenia chleba v kamenných peciach, pálenia dreveného uhlia a kresania dreva a kameňa, čo si návštevníci môžu aj sami skúsiť. Druhá časť je venovaná tunajším aj zahraničným remeselníkom. V tretej časti je možné nahliadnuť do hontianskych dvorov a napríklad ochutnať tradičnú kuchyňu. Štvrtá, a posledná časť, sa koná v amfiteátri v podobe scénického programu účinkujúcich z Hontu, ale aj celého Slovenska a zahraničia. [2]

V rodisku našej národnej legendy Juraja Jánošíka sa od roku 1959 konajú *Jánošíkove dni* v Terchovej. Svoj program však venujú aj interpretom nefolklórneho žánru a stánkom s komerčnými produktami, čo je pre nich charakteristické. Z môjho pohľadu, by tam však táto časť patriť nemala. Moderní interpreti majú mnoho iných možností koncertovania a folklórny festival by si mal zachovať svojráznosť. [2]

Múzeum oravskej dediny sa ročne zaplní návštevníkmi *Podroháčskych folklórnych slávností*, kde sa koná sprievodné podujatie zamerané na remeslá. Hlavná časť slávností sa koná v prírodnom amfiteátri v Zuberici na poľane Brestová. [2]

Posledné väčšie festivaly, ktoré treba spomenúť sú Cassovia Folkfest v Kavečanoch, mestskej časti Košíc, Horehronské dni spevu a tanca v Heľpe a v neposlednom rade Festival ľudovej kultúry Koliesko v obci Kokava nad Rimavicou na Gemeri. „*Zaujímavosťou festivalu sú Ozveny večera z vrchov a dolín — hudobné prezentácie znejúce z balkónov a striech domov na námestí, ako aj večerné zábavy realizované v rámci tematických dvorov.*“ (Morongová, 2019) [2]

Ďalej folklór šíri množstvo lokálnych a regionálnych festivalov. Sú to podujatia menších rozmerov konajúce sa v obciach, či dedinách po celom Slovensku, napríklad v Liptovskej Tepličke, v Raslaviciach, Rozhanovciach, Rejdovej, alebo v Dubnici nad Váhom, ale aj u nás v Turci, pod názvom *Turčianske slávnosti folklóru*. [2]

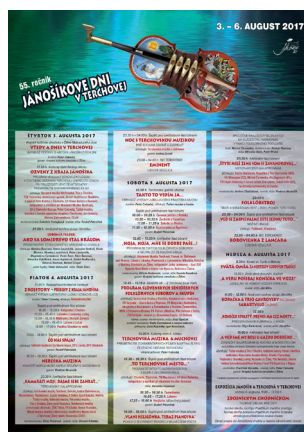
Špeciálne miesto zaujímajú súťažné festivaly. Vysokoškolské, detské, súťaže ľudových hudieb, spevákov, tanečných párov či sólistov, alebo napríklad súťaže mladých choreografov. Možností ako sa zverejniť a prezentovať je mnoho. Čo by som chcela vyzdvihnúť je neustále narastajúci záujem o folklór v každodennom modernom živote. Nachádzam ho v uliciach, v obchodoch s potravinami aj oblečením, či u rôznych umelcov a firiem, predávajúcich prostredníctvom internetových obchodov a na sociálnych sieťach. Živým príkladom je začlenenie folklóru do súčasných moderných festivalov. Od roku 2006 je súčasťou festivalu *Pohoda* v Trenčíne takzvaný *NAY Tanečný dom*, kde majú návštevníci možnosť osvojiť si ako naše ľudové tance, tak aj tance iných kultúr a etník pod vedením profesionálnych choreografov. Počas minulého ročníka festivalu *Grape* na piešťanskom letisku vystúpila na jednom z malých bočných pódii ľudová hudba Ťažká muzika z Terchovej alebo bratislavský SĽUK. [2]

1.3 Folklórne festivaly a grafický dizajn

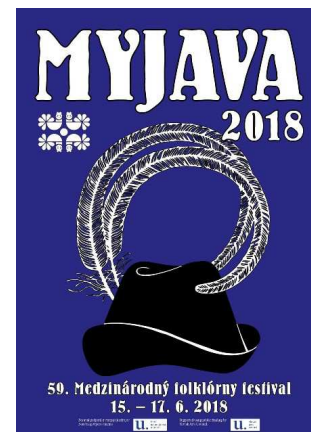
Grafický dizajn na takýchto podujatiach je veľmi rôznorodý. Organizátori často neprikladajú veľký význam vizuálnej komunikácii a jej prevedenie niekedy končí katastrofálne. Či už ide o malé lokálne festivaly, alebo tie väčšie celoštátne. Aj napriek akejsi renesancii ľudových motívov, ktorú folklór teraz zažíva musím zhodnotiť, že mnohé vizuálne identity festivalov ešte stále majú čo doháňať. Väčšina týchto identít pozostáva najmä z rozsiahlej informačnej časti so zanedbateľnou grafickou časťou. Po rešerši plagátov



Obr. 2: Hontianska paráda, 2018



Obr. 3: Jánošíkove dni, 2017



Obr. 4: Myjava, 2018

týchto udalostí som si všimla, že jednotlivé ročníky sú aktualizované len v textovej časti a vizuálna stránka ostáva rovnaká. Niektoré majú obmenenú farebnosť, iné sú identické. Na ukážku som vybrala plagáty z festivalov Hontianska paráda, Jánošíkove dni a Medzinárodný folklórny festival Myjava.

1.3.1. Folklórny festival Východná

Jedným z mála festivalov, ktorý si dáva záležať na grafickom dizajne je práve ten najstarší z nich. Od roku 2013 sa môže pýšiť vizuálom vďaka spolupráci s firmou *AHA Slovakia* na čele s Tomášom Kompaníkom, absolventom ateliéru Grafického designu v Zlíne.



Obr. 5: Východná, 2014



Obr. 6: Východná, 2015

Vďaka svojej diplomovej práci a jej oceneniam sa dostal do povedomia verejnosti, a tak ho organizátori tohto festivalu kontaktovali. „*Chceli nový vietor do celkovej prezentácie a preto oslovili niekoho nového.*“ poznamenal Tomáš, ktorý mi poskytol rozhovor prostredníctvom emailu. Taktiež som sa ho pýtala na čo všetko treba myslieť z ohľadu grafického dizajnu pri tvorení identity festivalu, na čo som dostala odpoveď: „*Pri Východnej je to u mňa hlavne univerzálnosť. Stretávajú sa tam folklórne súbory z celého Slovenska, a preto nechcem, aby na plagáte prevládali vzory z jednej oblasti, ale aby to bolo pestré, a aby som ukázal ako pekne vedia spolupracovať. A tiež je nutné myslieť na rôzne formáty výstupov, lebo pre festival je ich naozaj veľa, online aj offline, a preto to musí byť niečo čo bude fungovať všade.*“ A musím povedať, že to všetko výborne splňa. Vizuálnej identite tohto festivalu nemám vôbec čo vytknúť, ba naopak je mojou najväčšou inšpiráciou.

Koncept identity spočíva v kombinácii vzorov z ľudovej výšivky z rôznych kútov Slovenska, ktorá je prispôbena ústrednému geometrickému útvaru. Je ním väčšinou kruh, do ktorého sú vpísané základné informácie festivalu, a teda názov, miesto, čas a prípadne webové stránky. Vzor aj farebnosť sa každoročne menia, no spomínaný koncept sa po celé roky udržiava.



Obr. 7: Východná, 2017



Obr. 8: Východná, 2018

2. VÝSTAVY

Výstavníctvo je synonymom objavovania, poznávania a taktiež aplikovania nových poznatkov a prostriedkov. Sprostredkováva verejnosti aktuálny stav vývoja, či už politického, kultúrneho, alebo hospodárskeho. Vzbudzuje pozornosť verejnosti, rozširuje prehľad a povedomie o najnovších trendoch a výtvarných moderného sveta. Výstavy sa môžu týkať veľa rôznych oblastí od stravovania, obliekania, bývania, cez umenie, až po vedu a techniku. „*Výstavami poskytujeme návštevníkom nenásilnou formou ucelený obraz o určitej problematike, ktorá ich zaujíma.*“ (Szalay, 1978) Je množstvo prostriedkov, ktorými sa výstavy môžu vyjadrovať. Ich cieľom je zaujať návštevníka pomocou viacerých vnemov, či zmyslov. A tak klasické exponáty, fotografie, obrazy a iné grafické materiály sprevádzajú rozličné zvukové záznamy, svetelné efekty, dotykové a interaktívne exponáty alebo rôzne pohyblivé súčasti. Pomáhajú upútať a umocniť návštevníkovu pozornosť, utvoriť si vlastný názor. Donútia ho prezeráť exponáty detailnejšie, čítať texty a pohybovať sa smerom, ktorým je vedený. [4]

Výstavy majú spravidla dlhú, niekoľkomesačnú prípravu a organizáciu so starostlivo premysleným priebehom, obsahom a programom, a len krátku demontáž, trvajúcu pár dní. [4, 5]

Výstavy môžeme podľa ich charakteru rozdeliť na viacero druhov:

- *Ideovo-výchovné výstavy* majú za úlohu zhrnúť dosiahnuté výsledky v súčasnosti a porovnať ich s obdobím minulým.
- *Populárno-vedecké výstavy* informujú, vychovávajú a vzdelávajú široké masy pútavou formou.
- *Kultúrne výstavy a výstavy umeleckých diel* majú významné miesto v oblasti kultúry a umenia, prehľbujú intelektuálnu stránku človeka a jeho kultúrny rozhľad.
- Nakoniec, *výstavy obchodné a technické*, ktoré považujeme za najrozšírenejšie, dávajú do pozornosti prehľad o súčasnom stave výroby spotrebného tovaru. [4]

Ďalej môžeme výstavy deliť podľa ich trvania na stále (expozičné), krátkodobé, či putovné. Podľa ich okruhu pôsobenia a dosahu poznáme miestne, celoštátne a medzinárodné, či svetové výstavy. [4]

2.1 Vývoj výstavnictva

Pojem výstavnictva sa zrodil spoločne s priemyselnou revolúciou, v dobe technického objavovania. Jeho počiatok môžeme datovať od konca 18. storočia, konkrétne rokom 1791, kedy sa konala prvá výstava v našich dejinách. Výstava usporiadaná v Prahe, na počesť korunovácie Leopolda II. za českého kráľa niesla názov „*Pražská priemyselná výstava*“ a odštartovala tradíciu výstav ako v Česku, tak aj v zahraničí. Keďže priemyselný rozmach naberal na rýchlosti, výstavy sa stali jeho neoddeliteľnou súčasťou so zámerom prezentovať novinky na trhu. Konceptcia ostávala v rovnakom duchu ako pri prvej pražskej výstave. Okrem priemyselných a technických výtvarných výrobkov sa prezentovali taktiež remeselné, či poľnohospodárske produkty. Svoju podstatu si tu našli nielen umelecké remeslá, ale aj výtvarné umenie, ktoré bolo zároveň zakomponované do estetického, bohato zdobeného aranžmánu tovaru jednotlivými vystavovateľmi. [5]

V súvislosti s vývojom nesmiem opomenúť historický míľnik výstavnictva, londýnsku priemyselnú výstavu z roku 1851, ktorá položila základy výstavám vo svete. K prvému ročníku bol špeciálne vybudovaný *Crystal Palace* — *Krištáľový palác*. Stavba vytvorená na spôsob obrovského skleníku s prirodzeným osvetlením celého areálu. Autor, Josphe Paxton, bol architektom aj záhradníkom, čo sa prenieslo na tvorbu stavby, ktorá bola doplnená o veľkolepé rastlinné dekorácie či stromy. K výstave bol taktiež upravený mestský park. Vďaka podmienkam a požiadavkám organizátorov bola táto stavba praktická, úsporná a jednoduchá, s výhodou rýchlej montáže, čo dovoľovalo preniesť celú stavbu na iné miesto. Táto udalosť vniesla do histórie svojou koncepciou a merítkom veľký prínos. [5]

Po roku 1851 sa výstavy rozrastali po celom svete. Nielen priemyselné, ale aj výstavy výtvarného umenia a umeleckého priemyslu, výstavy plagátov či kníh. Významnými mestami výstav sa pre toto obdobie stali najmä Paríž, Londýn, Viedeň, či Chicago. Koncom 19. storočia sa však do popredia znova dostala Praha so svojou „*Všeobecnou zemskou výstavou*“ z roku 1891, alebo „*Národopisnou výstavou*“ z roku 1895. Neskôr sa Československo zúčastnilo aj na výstavách medzinárodných rozmerov a získalo jedno z najvyšších ocenení za modernú architektúru. [5]

2.2 Výstavy kvetov

Výstavy kvetov patria k záhradníckym výstavám, ktoré zahŕňajú všetky odbory záhradníctva a záhradnej kultúry. Netreba zabúdať, že kvety a zeleň všeobecne, sú neodmysliteľným elementom životného prostredia a života. [5]

Cieľ, či účel takýchto výstav je veľmi rozmanitý. Môže ísť napríklad o prezentovanie a propagáciu jednotlivých záhradníctiev v okolí. Konceptia taktiež môže byť spojená so zvýšenou lokálnou produkciou a predajom kvetín.

História záhradníckych výstav siaha už do 19. storočia, no nekládol sa na ne taký veľký dôraz. Asi od polovice 20. storočia sa však tradícia výstav oživila vďaka záujmu mešťanov. A tak sa v Hannoveri roku 1951 konala prvá spolková záhradná prehliadka, ktorá pretrvávala aj ďalšie roky. [6]

2.2.1 Slovenské a české výstavy kvetov

Na území Slovenskej a Českej republiky nemáme mnoho výstav veľkých rozmerov, o ktorých by sa rozprávalo za hranicami. Väčšinou ide o výstavy komornejšieho druhu, ktoré sú početnejšie.

Za najväčšiu výstavu na Slovensku sa dá považovať *Medzinárodná výstava kvetov a záhradníctva Flóra Bratislava*. Nultý ročník tohto podujatia sa konal roku 1966 a v poradí už päťdesiaty tretí krát pretrváva dodnes. Tradične sa výstavy zúčastnilo mnoho európskych firiem a návštevnosť výstavy podporilo celé Slovensko. Ako upútavka nechýbala bohatá výsadba mesta, ktorá upozorňovala na blížiacu sa výstavu. V minulosti bola Flóra Bratislava najväčšou výstavou kvetín v strednej Európe. [7]

Ďalší podnik, ktorý sa čiastočne zaoberá a zaujíma o záhradníctvo sa nachádza v Nitre a nesie názov *Agrokomplex*. Bol založený roku 1973. Vo všeobecnosti sa toto výstaviisko venuje poľnohospodárskemu a potravinárskemu priemyslu a jeho rozvoju. Jeho poslaním je sprostredkovať komunikáciu medzi odbornou a laickou verejnosťou, medzi predajcom a zákazníkom na národnej až medzinárodnej úrovni. *Gardenia* je výstava v Agrokomplexe, ktorá sa zameriava na záhradníctvo, záhradkárov, pestovateľov bonsajov a kvetín. Tento rok sa bude konať už 23. ročník. Súčasťou týchto výstav nie je len ponuka a predaj rastlín, ale taktiež záhradkárská pomoc od odborníkov, či workshopy. [8]

V České republice najdeme viac takýchto výstav väčšieho merítka. Najznámejšou výstavou je určite *Flora Olomouc*, ktorá sa tradične koná v rovnomennom výstavisku. Svojou náplňou a poslaním je v Česku jediná svojho druhu vzhľadom na jej estetickú úroveň a unikátnosť. Uplynulým rokom 2018 sa môže pýšiť už 60. výročím. Je rozdelená na tri etapy, a to jarnú, letnú a jesennú. Táto výstava dosiahla medzinárodných úspechov a zúčastnili sa jej aj zahraniční vystavovatelia hlavne z Holandska, Nemecka, či Dánska. Svoju jedinečnosť si získala vďaka tomu, že výstavy sú prepájané s celým mestom. Skrášľujú životné prostredie, prepájajú umenie, techniku, prírodné vedy a záhradný dizajn. Každoročne má výstava zvolenú tému, ktorá je ďalej obsahovo a umelecky napĺňaná na vysokej estetickej úrovni. Premena mesta nepretrváva len počas výstavy. Je jeho súčasťou a obrazom, a stáva sa tak aj zaujímavou turistickou destináciou. [5]

Ďalšie známe české výstavisko, v ktorom sa konajú rovnomenné záhradnícke výstavy je *Floria Kroměříž*. Toto výstavisko je originálne tým, že má vlastné záhrady, ktoré sú zastrešené, a tak sú ich návštevy priaznivé za každého počasia. Záhradnícke výstavy sa konajú štyrikrát ročne, podľa ročných období, a sú prioritnou udalosťou výstaviska. Okrem nich sa tu však koná veľa iných akcií rôzneho druhu, cez faunu, motorizmus, alebo hudbu. [9]

Výstava, ktorá slúži ako veľtrh záhradnej architektúry, zelene, nábytku, záhradnej a komunálnej techniky nesie názov *For Garden*. Koná sa vo veľtržnom areáli *PVA EXPO Praha* v Letňanoch. Má medzinárodný charakter a ako celok je v súčasnosti najväčšia v Českej republike. V roku 2019 sa bude konať už 13. ročník. Za posledné ročníky zaznamenáva veľký vzostup na kvalite zastúpených značiek, prezentuje sa tu stále viac renomovaných značiek, a taktiež vzrastá počet vystavovateľov. Podľa slov manažérky veľtrhu, za jeho výhodu považujú to, že sa koná na začiatku záhradnej a stavebnej sezóny, kedy všetci návštevníci prichádzajú s cieľom nielen sa pozrieť, ale taktiež si zaobstarať všetko potrebné na doplnenie sortimentu pre záhrady.

2.2.2 Ostatné výstavy kvetov na našom území

Na území Slovenskej aj Českej republiky najdeme množstvo ďalších výstav, no ide skôr o lokálne, menšie udalosti v mestách aj dedinách. Nemajú národný, či nadnárodný dosah, no kvalitatívne sú porovnateľné. V tomto prípade sa jedná viac o výstavy, ktoré sa viažu na zvyky a tradície, sú prezentované so všetkou hrdosťou, rovnako ako je tomu pri Kvetě Podhradia.

2.2.3 Zahraničné výstavy kvetov

Rovnako ako u nás, tak aj vo svete sa niektoré výstavy kvetov viažu na tradíciu a sú spájané s históriou, alebo aj folklórnymi zvykmi danej oblasti. Tieto výstavy sú súčasťou osláv, sprievodov, či festivalov a sú sprevádzané tradičnou hudbou, tancom, či inými zvyklo-
stami a vystúpeniami. Podujatia tohto druhu sa sústreďujú najmä v Latinskej Amerike, Číne, alebo v Španielsku a Portugalsku.

V Kolumbii sa každoročne koná festival kvetov, kedy je mesto Medellín doslova zapla-
vené kvetinami počas 10 dní. Medzi veľkým množstvom podujatí je aj tradičný a repre-
zentačný sprievod, zvaný „*Silleteros*“ a považuje sa za jedno z ich kultúrnych dedičstiev.
Názov pochádza zo slova „*silleta*“, čo je drevená konštrukcia, na ktorej sú aranžmány
kvetín rôzneho druhu. [10]

Ja som sa pri prezentovaní vybraných výstav zamerala na tie súčasné a moderné, nielen
z hľadiska grafického dizajnu, ale aj pre možnosť porovnať ich s tunajšími, o ktorých som
doposiaľ písala.

Podľa internetového zdroja, ktorý zhromažďuje všetky aktuálne, známe a dôležité zá-
hradnícke výstavy a výstavy kvetov vo svete na jednom mieste, som vybrala tri z de-
siatich najlepších aktuálnych výstav, o ktorých sa zmienim. Pri výbere ukážok som
chcela obsiahnuť viacero kútov sveta, takže som vybrala výstavy z troch svetadielov,
a to z Ameriky, Európy a Ázie. [11]

Začnem teda Amerikou, konkrétne štátom Kanada. V jeho hlavnom meste, Toronte,
sa od roku 1997 koná najväčšia výstava kvetín a záhrad v krajine pod názvom *Canada
Blooms*. Ponúka ten najlepší výber z kanadského záhradníctva a kvetinového dizajnu.
Bola založená neziskovou organizáciou *Canada Blooms Horticultural Society*, čo je zá-
hradnícka spoločnosť. Hlavným poslaním bolo vytvoriť opakujúce sa podujatie, ktoré
bude oslavovať kvetiny a záhradníctvo, a rozšíri o ňom povedomie ukážkami toho naj-
lepšieho, či už od amatérskych, alebo profesionálnych účastníkov. V súčasnosti dosahuje
návštevnosť v počte až 200 000 ľudí. [12]

Pokračujúc Európou musím spomenúť krajinu, ktorá je všeobecne známa obľubou kve-
tín, a ktorej symbolom je tulipán. Reč je o Holandsku. Tu sa v meste Aalsmeer koná me-
dzinárodný veľtrh *Trade Fair Aalsmeer*, organizovaný holandským zoskupením floris-

tov pod názvom Royal FloraHolland. Každoročne sa tu počas troch dní stretávajú vývozcovia, obchodníci a ich zákazníci. Táto udalosť ponúka najnovšie trendy v okruhu kvetinárskeho priemyslu, a taktiež sa zaujíma o udržateľný rozvoj. [13]

Nakoniec by som nazrela do Ázie. Vybrala som bienálny záhradnícky festival v Singapure s názvom *Singapore Garden Festival*. Ten sa pýši jedinečnými dizajnami a kreatívnymi výtvormi z kvetín, ktoré si získajú nejedného návštevníka. Je to jediná výstava na svete, ktorá zhromažďuje a prezentuje tých najvyššie svetovo ocenených záhradných a kvetinových dizajnérov pod jednou strechou. [14]

2.3 Výstavy kvetov a grafický dizajn

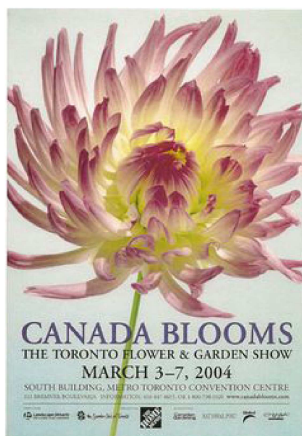
Z môjho subjektívneho pohľadu si naše „domáce“ podujatia tohto žánru nevedú až tak zle, čo sa týka grafického spracovania. Súčasné vizuály sú vcelku kultivované, prehľadné a čitateľné. Neradila by som ich medzi grafické vrcholy, ale taktiež ich nemožno hádzať ani do takzvaného „grafického odpadu“. Je to taký dobrý priemer, ktorý neurazí.

Všeobecne vo väčšine prípadov platí, že zahraničné podujatia si po vizuálnej stránke vedú lepšie. Povedala by som, že dôvodom je vyspelosť týchto krajín, veľkosť a taktiež ich kapacita. Majú viac možností a lepšie finančné zabezpečenie, a tak si jednotlivé podujatia môžu dovoliť aj skúsených grafických dizajnérov, či profesionálne grafické štúdiá a vzájomnú spoluprácu na dlhší časový interval. Úroveň je teda celkovo vyššia, profesionálnejšia a kvalitnejšia.

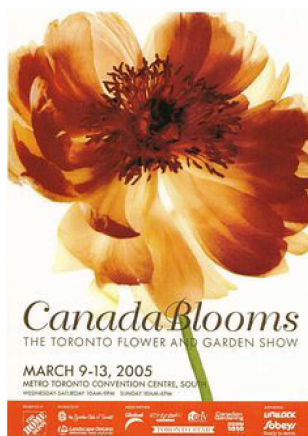
Nie je to však pravidlo a aj podujatia menšieho merítka, ako napríklad tie naše môžu mať kvalitného grafického dizajnéra a solídnu vizuálnu identitu. Tentokrát musím zhodnotiť, že sa to aj potvrdilo. Ako som vyššie napísala, nie je to pravidlo a po rešerši vizuálnych identít jednotlivých podujatí som bola celkom prekvapená. Mala som totiž očakávania, že tie veľké zahraničné výstavy budú mať veľmi kvalitné a estetické výstupy. Takisto ma zarazilo to, že plagáty, banery, či iné propagačné materiály z predošlých výstav neboli tak ľahko vyhľadateľné.

Najskôr by som zhrnula grafický dizajn týchto troch zahraničných výstav. Ku kanadskej výstave *Canada Blooms* sa mi podarilo nájsť staršie aj novšie výstupy. Tie staršie (približne v rokoch 2004–2014) si na tú dobu nevedli zle a v porovnaní so súčasnosťou boli určite lepšie spracované. Dominantu tvorí detailná fotografia kvetu a v spodnej

časti plagátu sa nachádzajú informačné texty. Celé to pôsobí decentne, má to dostatočnú výpovednú hodnotu a farebne sú plagáty pekne zladené. Naopak od roku 2015 zásadne zmenili charakter vizuálu a nanešťastie k horšiemu. Základom sú fotomontáže ľudí s kvetinami namiesto hláv, zasadení do nejakého priestoru, v ktorom sú umelo dodané rôzne predmety a rastliny. Celé to pôsobí prekombinovane a na prvý pohľad každý rozpozná nepodarenú postprodukciiu, elementárne chyby v perspektíve, zanedbanie základných princípov svetla a tieňa a množstvo typografických chýb. Použité farby sú veľmi syté a navzájom príliš kontrastné až agresívne. Samotné logo udalosti je po tvarovej stránke nezaujímavé a na mňa pôsobí ako obyčajný nápis.



Obr. 9: Canada Blooms, 2004



Obr. 10: Canada Blooms, 2005



Obr. 11: Canada Blooms, 2017



Obr. 12: Canada Blooms, 2015



Obr. 13: Canada Blooms, 2016

Vizuál holandskej výstavy Trade Fair Aalsmeer je na tom už omnoho lepšie. Je minimalistický, farebné zladenie námorníckej modrej a magenty, aj výber fontu sú vizuálne príjemné. Aj tu sa nájdu detaily, ktoré by sa dali dotiahnuť a zlepšiť, no na prvý pohľad je to pomerne slušné prevedenie.



Obr. 14: Trade Fair Aalsmeer, 2018

A na záver, Singapore Garden Festival. Tu vo svojich vizuáloch už niekoľko rokov využívajú troch „maskotov“. Sú to počítačom vymodelované tri druhy hmyzu (včela, lienka a lúčny koník), zakomponované do prírodného prostredia. Táto fotomontáž je však opäť veľmi neprirodzená, silená a prekombinovaná. Taktiež tu nie sú dodržané žiadne základné zásady optiky a pôsobí to na mňa veľmi infantilne. Pokiaľ by som si neprečítala textovú časť, z vizuálu by som usúdila, že ide o pozvánku na detské predstavenie.



Obr. 15: Singapur Garden Festival, 2014



Obr. 16: Singapur Garden Festival, 2018

Vzhľadom na to, že ide o udalosti naozaj veľkých, medzinárodných rozmerov s kvalitnou koncepciou, mala som omnoho vyššie nároky na ich vizuálnu identitu. Nemožno to však hodnotiť len na malom zlomku videného a tak verím, že iné takéto výstavy majú lepší grafický dosah.

Pri slovenských a českých výstavách je to viac-menej ten spomínaný dobrý priemer. Pri plagátoch a baneroch ide zväčša o podkladovú fotografiu kvetov či rastlín, cez ktoré je

vypísaná informačná časť. Texty majú svoju hierarchiu a sú farebne zladené so zvyškom plagátu. V nasledujúcich kapitolách sa podrobnejšie venujem dvom najväčším výstavám v Slovenskej a Českej republike.

2.3.1 Flóra Bratislava

Od roku 1993 až po súčasnosť je Flóra Bratislava organizovaná firmou *Kulla*, čo je záhradné centrum a kvetinárstvo sídliace v Bratislave. Vďaka emailovej komunikácii s obchodnou asistentkou firmy Kulla som sa dozvedela, že bola táto firma založená roku 1991 a nesie názov podľa priezviska manželského páru zakladateľov. Súčasnú logo firmy prešlo redizajnom vďaka bratislavskému grafickému štúdiu *DADS*. Zachovalo si prvky tradičného loga, čo bola farebnosť a motív kvetu, zároveň malo byť podľa požiadaviek svieže a pôsobiť radostne a ľudsky, čo bolo hlavným zámerom, aby sa firma vyhla chladnému obchodnému dojmu. Logotyp pozostáva z motívu guľky magentovej farby, zasadenej do dvoch zelených lístkov, čo symbolizuje puk kvetu. Napravo sa od tohto motívu náchádza názov Kulla v bezserifovom písme, v dvoch odtieňoch zelenej a v magente.

Hlavný motív a font sú simultánne využité aj v logotype Flóry Bratislava, kedy písmeno „ó“ je nahradené týmto motívom. Názov Flóra je riešený podobným spôsobom ako názov Kulla. Dôvetok s mestom Bratislava a s aktuálnym rokom sa nachádzajú nižšie, a sú hieraticky odlišené.

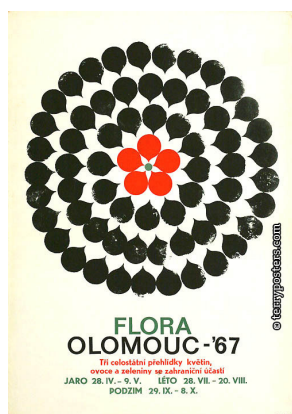


Obr. 17: Logo výstavy Flóra Bratislava a logo firmy Kulla

Oba logotypy na mňa pôsobia hravo, prirodzene, ľahko a ľudsky, ale zároveň decentným a profesionálnym dojmom. Rovnako aj webové stránky a propagačné materiály sú vypracované na úrovni. Myslím teda, že ich zámer bol splnený a firma aj výstava sa prezentujú plnohodnotne.

2.3.2 Flora Olomouc

Spočiatku túto výstavu sprevádzali len informačné plagáty, ktorých autorom bol napríklad František Bělohlávek, pedagóg a umelec pôsobiaci v Olomouci a Jiří Hilmar, grafik, maliar a sochár. Tieto plagáty boli minimalistické, výstižné a môžeme povedať, že aj moderné. Myslím si, že taký vizuál by sa nestratil ani v súčasnosti, a mne osobne sú veľmi sympatické. [15, 16]



Obr. 18: Flora Olomouc '67



Obr. 19: Flora Olomouc '71



Obr. 20: Flora Olomouc '73

Približne od 80. rokov minulého storočia dostalo Výstaviisko Flora Olomouc logo, ktorým sa prezentovali aj výstavy. Vytvoril ho olomoucký výtvarník, Miroslav Střelec. Samotné logo vychádza z kvetu a ďalej je značne geometricky štylizované, do najjednoduchších tvarov. Dominantou sú tri kruhy, ktoré symbolizujú hlavu kvetu. Pod nimi sa nachádzajú elementy z kruhu, ktoré vyjadrujú listy. Celý kvet je umiestnený do kruhu a je rozdelený na polovicu, pričom ľavá strana je inverzná, negatívna, a pravá strana pozitívna, pravdepodobne so zámerom ozvláštniť ho. Okolo tohto tvaru je umiestnené písmo do kruhu a text je vytvorený serifovým písmom. Z môjho pohľadu logo pôsobí ťažkopádne, stiesnene a v čiernej farbe spoločne so serifovým fontom na mňa vytvára pochmúrny dojem. [17]



Obr. 21: Flora Olomouc
– pôvodné logo



Výstaviště Flora
Olomouc

Obr. 22: Flora Olomouc
– nové logo

Toto logo prešlo počas rokov 2015 až 2016 redizajnom, vďaka Jakubovi Kovaříkovi, mladému grafickému dizajnérovi, taktiež s rodiskom a pôsobiskom v Olomouci. Základ, čiže štylizovaný kvet, zostal takmer bez zmien, akurát je čiastočne odprostený od kruhu a je konštrukčne lepšie definovaný. Základnou zmenou je nápis z bezserifového fondu, ktorý už nie je v kruhu, ale nachádza sa pod logom. Celý dizajn je v zelenej farbe, čo mu z môjho pohľadu prospelo. Použitie zelenej ho viac prepojilo s prírodou a nadobudol pozitívnejší, veselší dojem. [17]

Ďalej som zmapovala súčasné vizuály výstavy, teda prierez rokov 2010 až 2018. Počas rokov 2010 až 2017 sa vizuály držali obvyčajného priemeru, boli jednotvárne, bez výrazných zmien. Graficky ani kvalitatívne nijak nevynikali. Základom bola fotografia kvetín, cez ktorú prechádzal jednofarebný pás vyplnený informáciami o výstave. Farebnosť bola ladená najmä do odtieňov zelenej.

Vizuál posledného šesťdesiateho ročníka sa od ostatných rokov značne líši. Vystúpil z akejsi komfortnej zóny a je vizuálne prítlačivejší. Dominantou sú akvarelom maľované kvetiny v ľavom hornom rohu, čiastočne vytvarované do písmena F. To je podporené negatívnymi linkami a umocňuje spodobenie tohto písmena. Informačná časť je pekne hieraticky aj farebne rozlíšená, plagát je čistý, prehľadný, vzdušný a má dostatočnú výpovednú hodnotu.



Obr. 23: Flora Olomouc, 2015



Obr. 24: Flora Olomouc, 2017



Obr. 25: Flora Olomouc, 2018

3. KVET PODHRADIA

Vzhľadom na to, že sa na Kvete Podhradia zúčastňujem už dlhšiu dobu, spočiatku ako účinkujúci v programe a neskôr aj ako výpomoc v prípravách a organizovaní, prirástol mi k srdcu. Pre posledný ročník som vypomáhala aj čo sa týka grafického dizajnu, a tak sa mi v hlave zrodila myšlienka vytvoriť pre ďalší ročník Kvetu Podhradia vizuálny štýl. Nielenže mi je táto udalosť blízka sama o sebe, ale zahŕňa aj folklór a ľudovú tvorbu, čo je téma, o ktorej som si predstavovala svoju bakalársku prácu.

V tejto kapitole predstavím Kvet Podhradia, jeho históriu a tiež ho rozoberiem z pohľadu grafického dizajnu, čo sa týka jeho doterajšej vizuálnej identity a propagácie.

3.1 O Kvete Podhradia

Kvet Podhradia sa koná vždy prvú, alebo druhú júlovú sobotu, odvíjajúc sa od ostatných podujatí na Slovensku. Tento rok sa bude konať už 16. ročník. A síce ide o lokálnu udalosť, chyruje sa o ňom aj za hranicami nášho regiónu — regiónu Turiec. Do tejto udalosti je zapojená takmer celá dedina a na jeden deň sa ulice Podhradia zaplnia množstvom zvedavých návštevníkov hneď od skorého rána, aj keď oficiálny začiatok je naplánovaný až na jedenástu hodinu.

Podstatou celej udalosti je súťažná výstava kvetov, ktorá sa sústreďuje v miestnom parku pozdĺž hlavnej ulice. Tu vystavovatelia predstavujú svoje aranžmány, pričom nie sú nijak obmedzení v kreativite a fantázii, takže majú nad všetkým voľnú ruku. Každým rokom sa tu teda nájdú ukážky od výmyslu sveta, či už tradičnejšie ľudové, alebo menej konvenčné, inšpirované moderným svetom. Počas dňa majú návštevníci možnosť hlasovať o najlepšie aranžmá a v poobedných hodinách sa súťaž vyhodnocuje. Ďalším lákadlom návštevníkov sú tematicky ladené dvory podhradských obyvateľov, takzvané priedomia. Nájdeme tu tkáčske, chovateľské, poľovnícke, či záhradnícke priedomie a takzvaný Dom u Čiernych, kde sú na predaj rezané kvety a medovníky. Oproti parku lemuje hlavnú cestu množstvo stánkov s tradičnými výrobkami a rôznymi pochutinami. Udalosť ďalej ponúka kultúrny a zábavný program na javisku. Vystupujú tu folklórne súbory a skupiny, či sólisti inštrumentalisti. O zábavu je postarané vďaka tombole, kde sa dá vyhrať množstvo vecných cien. A nakoniec sa tu ako sprievodná akcia koná *Podhradská vidiecka galéria*, ktorá prebieha niekoľko dní v Kultúrnom dome Podhradia. Ide o galériu fotografií a obrazov, kde sa prezentujú ako fotografi a výtvarníci amatéri, tak aj profesionáli,

ktorí sú nejak prepojení s regiónom, alebo so samotnou obcou. Každoročne je vyhlásená téma z histórie Turca, a tak majú návštevníci možnosť rozšíriť svoj rozhľad a načerpať nové vedomosti. Na svoje si tu príde naozaj každý a cieľová skupina tak nemá hraníc.

3.1.1 História

Celá myšlienka tohto projektu vznikla dá sa povedať celkom nevinne. Všeobecne bolo v obci záhradníčenie a kvety ako hobby veľmi obľúbené, a tak vznikol nápad výstavy, ktorý prišiel od Anny Jánošíkovej, spolumajiteľky rodinnej firmy *Záhradníctvo EMMA*. Na úplnom začiatku, teda roku 2002, bol Kvet Podhradia len sprievodnou akciou k Prázdninovej veselici, čo je program usporiadaný pre deti k oslave konca školského roka, k otvoreniu prázdnin. A tak sa začal nultý ročník, ktorý bol síce komornejší, no mal kladnú odozvu. Počas nasledovných rokov sa všetko vyvíjalo a rozširovalo spontánne, pretože organizátori nemali žiadne konkrétne plány ani ciele.

Prvý ročník už pokračoval oficiálnejšie, kvalita prezentovania kvetov sa zlepšila a výstava sa dostávala viac a viac do povedomia ľudí. Druhý a tretí ročník sa rozrástol o fotografie vlastných záhrad, ktoré boli naaranžované na plote. Štvrtý a piaty ročník priniesli kultúrny program, zatiaľ však komornejšieho charakteru. Šiestym rokom začal Kvet Podhradia spolupracovať s pobočkou základnej umeleckej školy, ktorá tu vystavovala svoje výtvarné práce. V miestnej reštaurácii sa konala výstava rezaných kvetov, čo malo taktiež veľký úspech. Siedmy ročník bol prelomový, pretože zaznamenal viacero prínosných novínok a zmien. Akcia bola rozšírená o spomínané priedomia a v parku vzniklo pre kultúrny program prvé javisko. Podhradská vidiecka galéria obohacuje rozmanitosť tejto udalosti od jej ôsmeho ročníka. Od deviateho ročníka až po súčasnosť sa konajú už len menšie obmeny, no základ ostáva rovnaký. Javisko sa počas týchto rokov presúvalo na rôzne miesta a zároveň sa rozširovalo. Vďaka tomu sú do programu pozývané folklórne súbory a folklórne skupiny ako miestne, tak aj z iných kútov Slovenska. Návštevníci tak majú možnosť vidieť folklór náš, ale aj ten z iných regiónov. Posledné ročníky dosahovali návštevnosť okolo 2500 až 3000 ľudí, no rok 2018 zaznamenal odhadom až 4000 návštevníkov nielen z nášho regiónu. Na túto udalosť sa radi chodia pozrieť ľudia z rôznych kútov Slovenska.

3.1.2 Propagácia

O propagáciu sa organizátori prehnane snažiť nemuseli a návštevnosť sa zvyšovala celkom prirodzene. Vstupné bolo vždy dobrovoľné, a tak ani to návštevníkov neodradilo od účasti. Propagácia sa vyvíjala priamo úmerne s vývojom akcie. V rok vzniku boli obyvatelia Podhradia informovaní o akcii len miestnym rozhlasom, od prvého ročníka sa však do povedomia ľudí dostávala vďaka plagátu. Niekoľko rokov na to boli susedné dediny oboznámené o možnosti súťaženia vo vystavovaní kvetov prostredníctvom malých informačných letákov. Približne s rokom 2011 prišla aj online propagácia. Vznikla webová stránka občianskeho združenia a taktiež stránka na sociálnej sieti Facebook. V médiách sa Kvet Podhradia zviditeľňuje asi od druhého, či tretieho ročníka vďaka pravidelnej návšteve našej regionálnej Televízie Turiec a raz bol medializovaný komerčnými televíziami Markíza a TA3.

Čo sa týka tlačeného šírenia, reklama sa postupne dostala na mestské a prímestské autobusy, plagáty, a letáky sa rozdávali sponzorom, záhradníctvom a kvetinárstvami v regióne, alebo vďaka obyvateľom, ktorí ich ďalej šírili v práci a podobne.

Viditeľnosť obce a samotnej udalosti je podľa môjho názoru dostatočná, vzhľadom na ich kapacitu a možnosti.

3.2 Kvet Podhradia a grafický dizajn

Rovnako dôležitá je však aj kvalita takejto viditeľnosti. Síce sa hovorí, že aj zlá reklama je reklama, no rozhodne by sme sa tým nemali riadiť. Bohužiaľ aj mne sa stáva, že si lepšie zapamätám reklamu, ktorá bola kvalitatívne veľmi zle prevedená ako tú, ktorá je priemerná, no nezaujímavá. Z pohľadu grafického dizajnu však zlá reklama tvorí len *vizuálny smog*, ktorý je potrebné eliminovať a prinášať do ulíc „*pekný dizajn*“. Čiže niečo, čo ľudí priláka, zaujme a vďaka tomu sa pri takej reklame zastavia a prečítajú si viac.

Keď zhodnotím doterajšiu vizuálnu identitu Kvetu Podhradia musím povedať, že taktiež chtiac či nechtiac spadala k vizuálnemu smogu. Organizátori nedbali na jeho grafickú prezentáciu, teda neprikladali jej dôležitosť. Myslím, že príčinou je akási negramotnosť v tejto sfére a možno aj čiastočný nezaujem z dôvodu nedostatku času a taktiež nedostatku financií k tomu, aby si zabezpečili grafického dizajnéra, alebo inú vzdelanejšiu posilu. Doposiaľ boli grafické výstupy tvorené takpovediac „*na kolene*“.

Logo, ktorým sa Kvet Podhradia prezentuje je zároveň logom rovnomenného občianskeho združenia, ktoré má akciu na starosti. Jeho tvar pozostáva z kruhu a ôsmych lupenňov a tvorí tak kvet. V kruhu je nápis Kvet Podhradia tvorený bezserifovým fontom, pod ktorým sa nachádza skratka OZ (Občianske združenie), ktorú oddeľuje pás krížikovej výšivky. Lupene sú striedavo vyplnené zelenou a žltou farbou, čo sú farby obce. Myslím si, že koncepcia loga je celkom výstižná a použiteľná. Čo však vnímam ako zásadnú chybu sú zvolené odtiene zelenej a žltej. Farby sú neónovo krikľavé a bijú do očí.



Obr. 26: Logo Občianskeho združenia Kvet Podhradia



Obr. 27: Logo k udalosti Kvet Podhradia, 2008

Plagáty, či banery už na tom nie sú tak dobre. Na prvý pohľad je vďaka použitým efektom známe, že sú tvorené v textovom programe Word. Plnia výhradne len informačnú funkciu a tá vizuálna stránka zaostáva. Obsahujú teda množstvo textu, pár fotografií a príliš veľkú a chaotickú lištu s logami partnerov a sponzorov.

Obr. 28: Plagát udalosti Kvet Podhradia, 2018

Moja doterajšia grafická práca sa týkala najmä potlače na tričká, ktoré boli určené pre členov Občianskeho združenia pri príležitosti 15. výročia. Vytvorila som lineárny motív z rôznych florálnych a ľudových vzorov usporiadaný do kruhu, čo pripomína kvetinový veniec. Do jeho vnútra som dodala nápis Kvet Podhradia. Jeden z viacerých variantov obsahuje aj logo, ktoré som trochu redizajnovala. Tento motív sme vo vlastnej farebnej kombinácii využili aj na tričká, ktoré sme mali ako organizátori a predajcovia v Záhradníckom priedomí. Ďalej som pre Záhradnícke priedomie na základe tohto motívu vytvorila rôzne potrebné cenníky, nápisy, ďakovné listy, a podobne.



Obr. 29: Motív pre Kvet Podhradia 2018



Obr. 30: Aplikovaný motív pre Kvet Podhradia 2018

A toto bol hlavný impulz k vytvoreniu vizuálnej identity, ktorá dodá Kvetu Podhradia kultúru po grafickej stránke. Má veľký potenciál a obľubu, a tak by nemala zaostávať ani v tejto sfére aj napriek tomu, že je to „len“ dedinská akcia. Zlepšenie jej grafického dizajnu ju zaceľí a dodá jej profesionálny ráz.

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

4. VIZUÁLNY ŠTÝL KVETU PODHRADIA

Po vypracovaní teoretickej časti som bola schopná utvoriť si názor a predstavu o mojom výstupe v praktickej časti. Mojou najväčšou inšpiráciou z celej rešerše je práca Tomáša Kompaníka. Dôvodom je napríklad schopnosť prepojiť folklór a tradičnú ľudovú výšivku s digitálnymi médiami a súčasnými trendami vo veľmi kvalitnej podobe. Takisto aj responzivita grafických výstupov a celkovej identity festivalu Východná. Teší ma, keď môžem vidieť kvalitný grafický dizajn aj na tradičných podujatiach, a preto sa vo svojej bakalárskej práci usilujem práve o to isté.

Tvorbe vizuálneho štýlu predchádzalo stretnutie so starostom obce Podhradie a tiež niektorými členmi Občianskeho združenia Kvet Podhradie. Predstavila som im svoju koncepciu a utriedili sme si požiadavky a výstupy..

4.1 Pramene mojej tvorby

Svoju prácu som cielene zamerala na slovenskú ľudovú výšivku a folklórne motívy, ako v logu, tak aj vo vizuálnom štýle. Keďže ide o udalosť spojenú predovšetkým s kvetmi, vybrala som si florálne motívy, ktoré som vyhľadala v literatúre a s tými najvhodnejšími som ďalej pracovala. Výšivka z turčianskeho regiónu nie je natoľko bohatá a rôznorodá, a tak som čerpala z námetov zo všetkých oblastí Slovenska.

Florálne motívy našej slovenskej výšivke nie sú cudzie a práve rastlinný ornament tvoril najpočetnejšiu skupinu v ľudovej výšivke. „*Vývoj smeroval od jednoduchých štylizovaných motívov a kompozícií k bohatosti a v niektorých oblastiach až nápadnej dekoratívnosti. Základnými motívmi v rastlinnom ornamente boli tulipán, klinček, granátové jablko, okrúhly lupeňový kvet a ruža. Dopĺňali ich rozličné ďalšie kvety, vetvičky, puky, lístky a pod.*“ (Chlupová, 1985) [18]

4.2 Logo

Prvým krokom mojej práce bolo vytvorenie loga pre túto udalosť, aby ďalej nedochádzalo k zámenám s logom občianskeho združenia, keďže boli totožné.

Logo malo byť originálne, malo vystihovať podstatu a malo byť použiteľné na propagáciu. Konkrétne podmienky som nedostala, takže som mala dá sa povedať voľnú ruku.

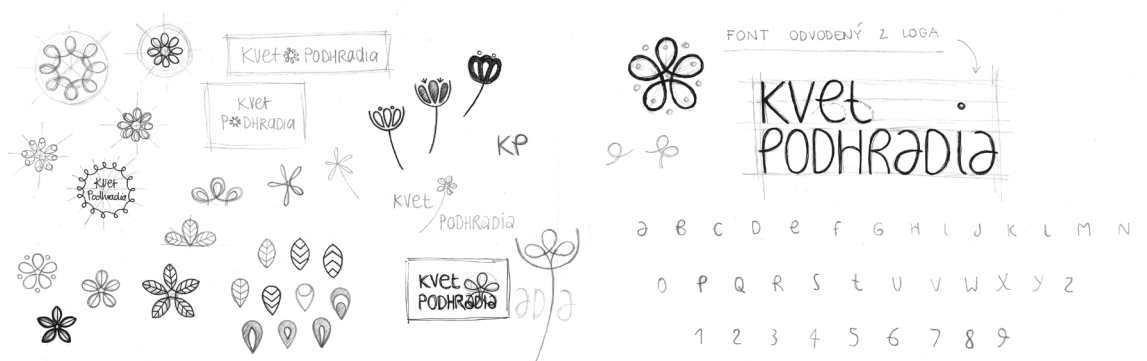
4.2.1 Tvorba loga

Začala som obrazovou časťou loga a teda štylizovaným motívom kvetu. Vymedzila som si pomyselné podmienky, ktorými som sa pri jeho tvorbe viedla. Boli to napríklad lineárnosť, kresba jedným ťahom, kombinovateľnosť s textom, dojem tradičnosti, ale aj modernosti a súvislosť či súdržnosť s nadchádzajúcim vizuálom udalosti.

Na základe týchto pomyselných mantinelov som vytvorila kvet tvarovaný jednou linkou s piatimi lupeňmi. Počet piatich lupeňov som zvolila, aby trochu tvorili dojem nepravidelnosti. Neskôr pri jeho definovaní som ho doplnila o prvky inšpirované práve folklórnu ornamentikou.

Nasledovala tvorba nápisu. Spočiatku som chcela použiť už existujúci font, no pri navrhovaní a pozicovaní kvetu s textom na papieri som dostala nápad vytvoriť autorské písmo, ktoré bude odvodené z motívu kvetu. Za tento nápad som bola nakoniec aj rada, pretože som nevedela nájsť vhodný font, s ktorým by som bola spokojná. Písmo je teda dekoratívnejšieho charakteru a je použité výhradne pre tento nápis.

Po kresbovom návrhu som všetko vektorizovala, a ďalej tvarovala a štylizovala do finálnej podoby. Lupeňom kvetu som nakoniec dodala menej tradičné zakončenie tromi oblúčkami, ktoré korešpondujú s vizuálom.



Obr. 31: Návrhy loga a autorského písma



Obr. 32: Finálne logo k udalosti Kvetu Podhradia

4.3 Vizualný štýl

Tak ako som písala vyššie, hlavným komponentom mojej práce je slovenská ľudová výšivka. Mojim zámerom však nebolo len digitalizovať už existujúce tvary. Niektorými motívmi som sa inšpirovala, iné štylizovala, z niektorých som použila ich elementy, no v neposlednom rade som sa usilovala vytvoriť vlastnú kompozíciu a dodať do toho niečo „svoje“.

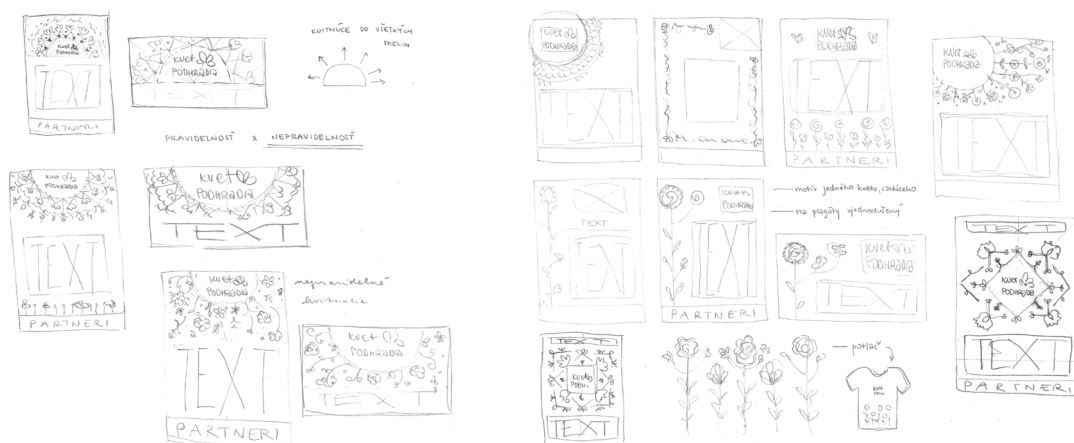
Pri budovaní vizuálneho štýlu som sa viedla zásadami, ktoré sú dôležité na vytvorenie kvalitnej identity. K vymedzeniu týchto zásad mi pomohla webová stránka, kde boli jednotlivé typy výstižne popísané. V súčasnosti, kedy je vôkol nás nespočetné množstvo grafického dizajnu je potrebná osobitosť. Dizajnér by mal nasledovať charakter a príbeh udalosti, prispôbiť mu farebnú paletu, font, alebo aj spôsob reklamy, ktorou má osloviť cieľovú skupinu. Dôležitá je tiež originalita a zapamätateľnosť. Tú podporí premyslený vizuál, ktorý bude naprieč všetkými médiami súdržný, či už ide o tlačené, alebo digitálne výstupy. [19]

Mojim cieľom bolo vytvoriť taký vizuálny štýl, ktorý upúta a vytvorí ľuďom vizuálnu asociáciu s týmto podujatím. V ideálnom prípade si predstavujem, že bude tento vizuálny štýl používaný aj počas nasledujúcich rokov s obmenou dátumu a informačnej časti a prípadne v inom farebnom prevedení. Pri podujatí týchto rozmerov si myslím, že nie je potrebné každoročne inovovať vizuál tak, ako je tomu pri väčších podujatiach, pretože by to mohlo byť skôr máťuce, ako užitočné.

4.3.1 Tvorba vizuálneho štýlu

V prvých návrhoch som sa zamerala na polkruh, do ktorého som komponovala jednotlivé prvky. Túto myšlienku som však ďalej nevedela rozviesť a tak som od nej upustila.

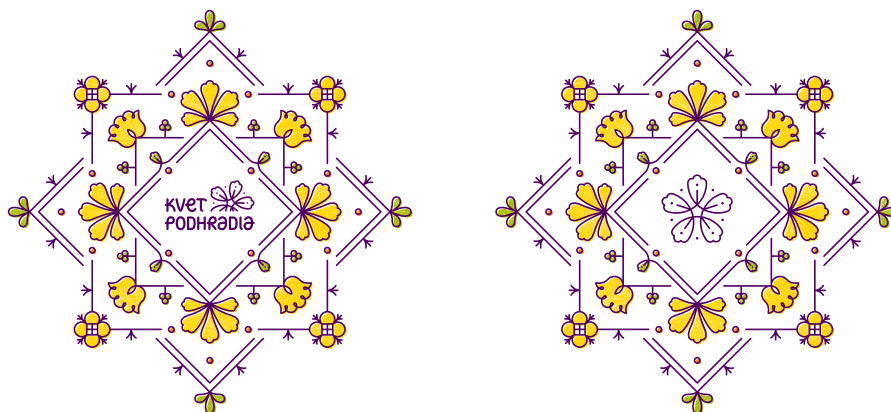
Pri ďalšom navrhovaní som sa zamerala na formát plagátu a podlhovastý formát, do ktorých som sa snažila rozvrhnúť rôzne kompozície. Aj tu som sa ešte čiastočne držala variantu s polkruhom. Po prevedení do počítača, som však ani s jedným návrhom nebola spokojná.



Obr. 33: Návrhy vizuálneho štýlu

Nakoniec som prišla na kľúčový tvar – štvorec. Ten som rôzne množila, natáčala, dopĺňala o florálne motívy a prvky, až nakoniec vznikol hlavný motív vizuálu. Ten sa dá rozdeliť na dva druhy. Prvý, ktorý je používaný samostatne bez akýchkoľvek iných informácií a prvkov, napríklad na tričkách, či iných reklamných predmetoch, obsahuje v jeho strede logo Kvetu Podhradí. Ten druhý má vo svojom strede len motív kvetu z tohto loga. Je používaný napríklad na plagáty, vzor a iné výstupy, kde je logo použité inou formou.

Ako jednu z možných variácií som do farebných výplní použila textúru. Jej štruktúra pôsobí ošúchane a motívu pridá na nevšednosti.



Obr. 34: Hlavné motívy vizuálneho štýlu

4.3.2 Florálne prvky

Ako som spomínala, výber použitých výšiviek pochádza z rôznych kútov Slovenska. Hlavný motív, ktorý sa opakuje ako v logu, tak aj vo vizuále je inšpirovaný vzormi z rukávcoz z oblasti Detvy v okrese Zvolen. Takisto som odtiaľto čerpala pri motíve pripomínajúcom tulipán. Ďalší dôležitý motív je štylizáciou výšivky z mužskej košele práve z Podhradia, z regiónu Turiec. Zakončenie lístkov tohto kvetu som použila aj v logu. Motív bobuliek takisto pochádza z mužskej košele, no tentokrát z územia Lučenca, regiónu Novohrad. Nasledovné florálne motívy, alebo ich prvky, sú inšpirované vzormi z čepcoz z Gerlachova z Podtatranskej oblasti, vzormi z rukávcoz z bratislavskej časti Vajnory, alebo z vyšívanej prikrývky z okresu Levoča v regióne Spiš. [18, 20]

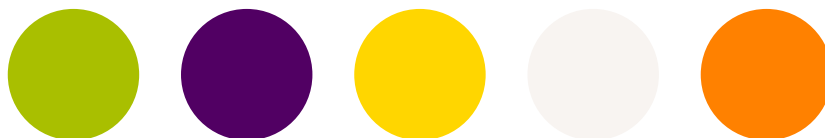
Motívy som vyberala tak, aby spolu ladili, neprebíjali sa a tvorili kompaktný celok.



Obr. 35: Mapka pôvodu výšiviek

4.3.3 Farebná škála

Nasledujúcim krokom bol výber farieb, ktorý bol na moje počudovanie asi ten najťažší. Farebných variant som mala veľké množstvo, no nakoniec som vybrala farby, ktoré vychádzajú z farieb obce. Základnými farbami sa teda stali zelená s komplementárnou fialovou, ktorá tvorí linku motívu, žltá, smotanová a doplnková oranžová.



Obr. 36: Farebná škála

4.3.4 Font

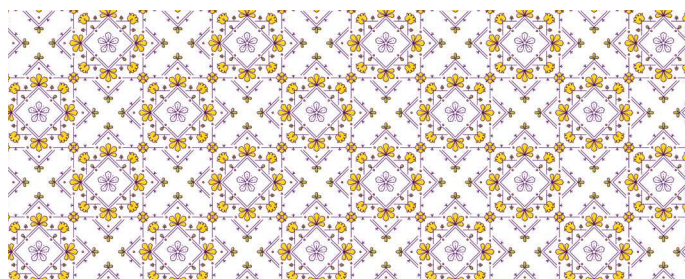
Font som vyberala tak, aby nekonkuroval vzniknutému vizuálu, práve naopak, aby ho dopĺňal. Rovnako, aby sa hodil aj k samotnému logu. Zároveň som hľadala taký font, ktorý bude mať viacero rezov a bude obsahovať všetky potrebné znaky slovenčiny. Vybrala som bezserifový font od nemeckého štúdia Carrois s názvom Fira Sans, ktorý ponúka Google Fonts. Má veľké množstvo rezov a svojim krivkovaním je v ideálnej harmónii s logom aj vizuálom.

4.3.5 Vzor

Jedným z prvkov môjho vizuálneho štýlu je vzor, ktorý pozostáva z namnoženého hlavného motívu vizuálu. Spôsob, akým je namnožený však nie je náhodný. Z diaľky má totiž pripomínať výšivku z mužskej košele, ktorá je pre Podhradie a tiež pre región Turiec charakteristická.



Obr. 37: Font Fira Sans



Obr. 38: Vzor z motívu



Obr. 39: Výšivka na turčianskej mužskej košeli

4.4 Manuál

Manuál, ktorý som vytvorila by mal slúžiť najmä členom občianskeho združenia, ktorí budú s mojou grafikou ďalej narábať, aby nedošlo k jej nesprávnemu použitiu.

Prvé strany predstavujú logomanuál, ktorý je jednoduchý a zahŕňa tie najdôležitejšie body, ktoré pre účely tohto loga plne postačujú. Jeho obsah tvorí základnú verziu a takisto čiernobielu v pozitíve aj negatívne, ďalej konštrukciu loga a ochrannú zónu, základné a doplnkové farby, ktoré vychádzajú z vizuálu, či povolené a tiež zakázané použitie loga.

Nakoniec obsahuje ukážky možnej korporátnej identity a ukážky použitia v praxi, avšak nemyslím si, že bude ďalej takto používané, keďže ide len o logo udalosti.

Ďalšie strany sú venované vizuálnemu štýlu. Tie obsahujú textovú časť, ktorá oboznamuje o jeho vzniku a tiež obsahuje všetky odporúčania správneho použitia a zakázané varianty. Obrazová časť prezentuje možnosti aplikovania a realizovateľné výstupy formou mockupov.

4.5 Výstupy

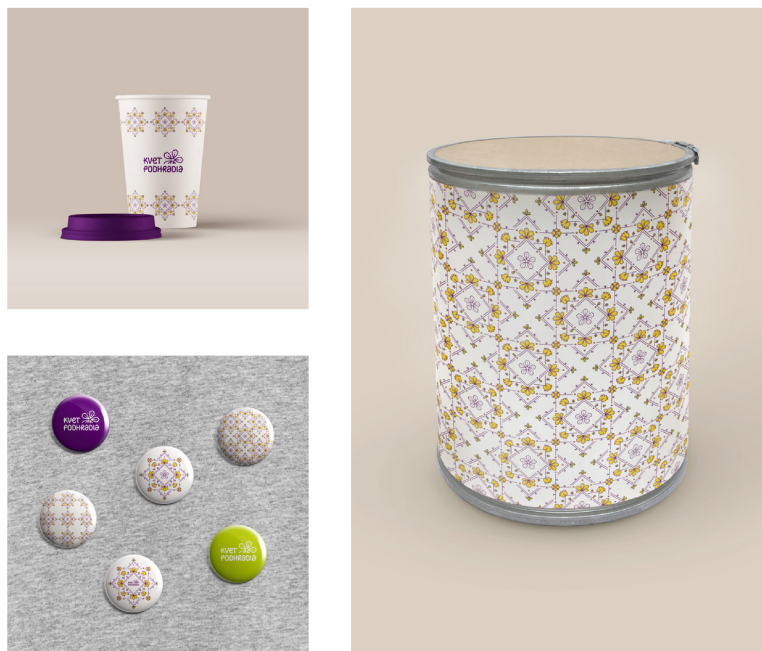
Základným a najhlavnejším výstupom je plagát udalosti pripravený v niekoľkých formátoch. Okrem názvu a dátumu obsahuje informácie o programe a atrakciách. Vizuál je jednoduchý, snažila som sa dodržať prehľadnosť a informačnú hierarchiu. Jeho dôležitými prvkami sú motívy, ktoré sú nepravidelne rozmiestnené v plnej farebnosti v popredí, alebo monochromaticky v pozadí. Podobne spracovaný je aj leták formátu A5, ktorý je doplnený o viacero informácií.

Podlhovastý formát na šírku s motívmi, logom a dátumom akcie využívajú online výstupy ako napríklad úvodný obrázok udalosti na Facebooku, či iné banery určené k propagácii.



Obr. 40: Hlavný plagát a banery

Ďalej medzi tlačené výstupy patria propagačné materiály a iné úžitkové predmety, ako sú papierové poháre, odznaky či tričká, a sudy určené k posedeniu.



Obr. 41: Papierový pohár, odznaky a sud

K lepšej orientácii po areáli slúži navigačná mapka, kde sú zaznačené jednotlivé predajné stánky, priedomia, miesto s javiskom, parkoviská a podobne. Tento rok pribudne aj webová stránka určená špeciálne k tejto udalosti, ktorá bude obsahovať dôležité informácie, aktuality, galériu, či vznik a históriu Kvetu Podhradí.



Obr. 42: Návrhy na tričko.

Počas detailnejších príprav akcie ešte rôzne druhy výstupov pribudnú. To sa však ukáže až blížiacim sa termínom jej konania a preto ešte nemôžu byť obsahom mojej bakalárskej práce. Pôjde napríklad o rôzne cenníky, nápojové a jedálne lístky, informačné tabule, či iné nápisy.

ZÁVER

Vďaka tejto bakalárskej práci som mala možnosť priblížiť slovenské folklórne festivaly, ktoré sú mi veľmi blízke, a tiež podrobnejšie nahliadnuť na výstavy kvetov, o ktorých som doposiaľ nevedela tak veľa. Aj napriek tomu, že je udalosť Kvet Podhradia ojedinelá a výnimočná, snažila som sa svoju teoretickú časť spracovať čo najzrozumiteľnejšie a čo najviac systematicky.

Výstavy kvetov sú veľmi rozsiahlou a pestrou témou. Ja som sa usilovala výberom tých najväčších, najkomplexnejších a najznámejších výstav priniesť do povedomia nielen samotné podujatia, ale aj ich grafický dizajn. Pri zahraničných výstavách ma však ich grafické spracovanie nemilo prekvapilo a musím povedať, že aj sklamalo. Vzhľadom na ich prestížnosť boli moje očakávania z vizuálnej kvality jednoznačne vyššie. Ich vizuálna identita teda pravdepodobne nezohráva tak dôležitú úlohu a aj napriek tomu je ich celkový dosah na vysokej úrovni.

V praktickej časti, ktorá sa venovala vizuálnemu štýlu Kvetu Podhradia som popísala proces mojej tvorby a následne jej výstupy. Od začiatku som vedela, že chcem vychádzať zo slovenskej ľudovej výšivky, no nemala som predstavu ako to uchopiť. Moje návrhy prešli množstvom zmien, kým som neprišla na správnu verziu, s ktorou budem spokojná. Rovnako to bolo aj s farebnou škálou.

Aj keď som na začiatku tvorby nemala jasne určené výstupy práce a počas nej som niekedy tápala, inokedy pochybovala, posunulo ma to o niečo ďalej. Skutočnosť, že som si vybrala reálny projekt mi dodala zodpovednosť nad celou prácou. Zároveň mi je táto udalosť blízka, a tak som s vedomím, komu je moja práca venovaná tvorila s elánom a chuťou pokračovať.

Verím, že realizáciou tejto práce ešte nadobudnem množstvo skúseností, pomôžem eliminovať vizuálny smog, a že posunie môj grafický dosah znova o niečo vyššie.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- [1] Folklór (kultúra) [online], 2019. [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: [https://sk.wikipedia.org/wiki/Folklór_\(kultúra\)](https://sk.wikipedia.org/wiki/Folklór_(kultúra))
- [2] MORONGOVÁ, Barbora, 2019. Folklórne festivaly. Profil slovenskej kultúry [online]. Univerzitná knižnica v Bratislave [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <http://profil.kultury.sk/sk/folklorne-festivaly/>
- [3] O festivale, 2018. Festival Východná [online]. Národné osvetové centrum [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <http://www.festivalvychodna.sk/o-festivale/>
- [4] SZALAY, Július, 1978. Názorná agitácia, výzdoba, výstavy. Bratislava: Slov. pedagog. nakl.
- [5] TICHÁK, Milan, 2008. Flora Olomouc 1958-2008: rozkvetlé púľstoletí. V Olomouci: Výstaviště Flora Olomouc. ISBN 978-80-254-1784-3.
- [6] KALUSOK, Michaela, 2004. Zahradní architektura. Brno: Computer Press. Malá encyklopedie (Computer Press). ISBN 80-251-0287-4.
- [7] História, 2018. Flóra Bratislava [online]. Bratislava: Kulla [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://www.florabratislava.sk/historia/>
- [8] NITRADEN.SK, 2016. Blíži sa 20. ročník výstavy Gardenia na Agrokomplexe, toto na vás čaká. Nitriansky internetový denník [online]. SITA [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://nitraden.sk/blizi-sa-20-rocnik-vystavy-gardenia-na-agrokomplexe-toto-na-vas-caka/>
- [9] Areál výstaviště, 2019. Výstaviště Kroměříž [online]. Výstaviště Kroměříž [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://www.vystavistekromeriz.cz/areal-vystaviste>
- [10] THE MEDELLÍN FLOWER FAIR: A FLOOD OF FLOWERS, Colombia Travel [online]. [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <http://www.colombia.travel/en/blog/celebrations/medellin-flower-fair-flood-flowers>

- [11] TOP FLOWER SHOWS, 2016. International Flower Fairs [online]. International Flower Fairs [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://flowerfairs.org/category/top/>
- [12] About Blooms, 2013. Canada Blooms [online]. Canada Blooms [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://canadablooms.com/about-blooms/>
- [13] Royal FloraHolland Trade Fair Aalsmeer, 2016. International Flower Fairs [online]. International Flower Fairs [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://flowerfairs.org/royal-floraholland-trade-fair-aalsmeer/>
- [14] Singapore Garden Festival, 2016. International Flower Fairs [online]. International Flower Fairs [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://flowerfairs.org/singapore-garden-festival/>
- [15] MARTIN, Hála, 2004. Malíř a grafik František Bělohávek je živou legendou. Olomouc [online]. Magistrát města Olomouce [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://www.olomouc.eu/aktualni-informace/aktuality/2175>
- [16] Hilmar Jiří, 2016. Sophistica Gallery [online]. [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <https://sophisticagallery.cz/encyklopedie/hilmar-jiri>
- [17] Jakub Kovařík, 2016. Výstaviště Flora Olomouc, redesign značky [online]. [cit. 2019-04-27]. Dostupné z: <http://www.jakubkovarik.info/index.php?/projects/vystaviste-flora-znacka/>
- [18] CHLUPOVÁ, Anna, 1985. Slovenská ľudová výšivka: techniky a ornamentika. Bratislava: Alfa. Urob si sám (Alfa).
- [19] Tips for Creating a Strong Visual Identity, 2016. Festival Insights [online]. Festival Awards [cit. 2019-05-02]. Dostupné z: <https://www.festivalinsights.com/2016/09/tips-creating-strong-visual-identity/>
- [20] KUCBELOVÁ, Jana a Peter BRENKUS, 2018. Odetí do krásy. Bratislava: Ikar. ISBN 978-80-551-5985-0.

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obr. 1: Folklórný festival Východná, 2018 — archív autorky

Obr. 2: Hontianska paráda, 2018 — https://www.sdetmi.com/assets/Uploads/Event/49091/_resampled/SetWidth700-parada18.jpg

Obr. 3: Jánošíkove dni, 2017 — <https://www.sdetmi.com/assets/Uploads/2017/07/31/janosikove-dni-2017-sdetmi.com.jpg>

Obr. 4: Myjava, 2018 — <https://www.ajdnes.sk/img/events/18032413161980.jpg>

Obr. 5: Východná, 2014 — https://i.vimeocdn.com/video/481524987_780x439.jpg

Obr. 6: Východná, 2015 — <https://cdn.dancelife.sk/images/2015/07/FF-Vychodna-2015-760x474.jpg>

Obr. 7: Východná, 2017 — <http://kamsdetmi.ozpreliezka.sk/wp-content/uploads/sites/2/2017/06/vychodna.jpg>

Obr. 8: Východná, 2018 — <http://sacr3-files.s3-website-eu-west-1.amazonaws.com/objects/2677/FolkI%25C3%25B3rny%2520festival%2520V%25C3%25BDchodn%25C3%25A1%25202018%2520Banner.jpg>

Obr. 9: Canada Blooms, 2004 — <https://i.pinimg.com/236x/73/20/d1/7320d13d92a36d2c1956edd9458f0723--canada.jpg>

Obr. 10: Canada Blooms, 2005 — <https://i.pinimg.com/236x/e8/31/9a/e8319a9bdca1ba87b256b793a850aee6--garden-parties-canada.jpg>

Obr. 11: Canada Blooms, 2017 — https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQDgkhsHmu4Q5VTvCSBc-Z8yfoZIE_56fZZbCdCdk1I__ZUdK7ggw

Obr. 12: Canada Blooms, 2015 — <https://whisperedinspirations.com/wp-content/uploads/2017/03/National-Home-Show-Toronto-01-1024x683.jpg>

Obr. 13: Canada Blooms, 2016 — <https://www.media.wireservice.ca/wp-content/uploads/2016/01/canada-blooms.jpg>

Obr. 14: Trade Fair Aalsmeer, 2018 — https://lumencms.blob.core.windows.net/media-generated/246/Header_Image_news-1920x600-1920-600.jpg

Obr. 15: Singapur Garden Festival, 2014 — http://4.bp.blogspot.com/-ly-HFeWig28/U_P1ogr1ooI/AAAAAAAAAuOY/tJ-pr-AO7RQ/s1600/Singapore%2BGarden%2BFestival%2B2014.jpg

Obr. 16: Singapur Garden Festival, 2018 — <https://www.irea.org/wp-content/uploads/2018/05/sgf-2018-1670x940.jpg>

Obr. 17: Logo výstavy Flóra Bratislava a logo firmy Kulla — <https://www.florabratislava.sk/wp-content/uploads/2018/12/logo-florabratislava-kulla-1.png>

Obr. 18: Flora Olomouc '67 — <http://www.terryhoponozky.cz/data/products/avatars/25472/watermarked/6877.jpg?1406035065>

Obr. 19: Flora Olomouc '71 — http://www.terryhoponozky.cz/data/products/avatars/28804/watermarked/flora_olomouc.jpg?1406040135

Obr. 20: Flora Olomouc '73 — <http://www.terryhoponozky.cz/data/products/avatars/30061/watermarked/Flora-Olomouc-73.jpg?1424444150>

Obr. 21: Flora Olomouc, pôvodné logo — http://www.jakubkovarik.info/files/gimngs/135_flora-stare-logo.jpg

Obr. 22: Flora Olomouc, nové logo — http://www.jakubkovarik.info/files/gimngs/135_flora-nove-logo.jpg

Obr. 23: Flora Olomouc, 2015 — <http://zahradnikralovstvi.cz/images/inzerce/flora-2015-jaro.jpg>

Obr. 24: Flora Olomouc, 2017 — <https://www.belkovice-lastany.cz/file.php?nid=9562&oid=5564669>

Obr. 25: Flora Olomouc, 2018 — http://www.hornibludovice.cz/userdata/articles/30/lf_plakat_a4_online-verze_kreslici-platno-1.jpg

Obr. 26: Logo Občianskeho združenia Kvet Podhradia — archív autorky

Obr. 27: Logo k udalosti Kvet Podhradia, 2008 — archív autorky

Obr. 28: Plagát udalosti Kvet Podhradia, 2018 — archív autorky

Obr. 29: Motív pre Kvet Podhradia, 2018 — archív autorky

Obr. 30: Aplikovaný motív pre Kvet Podhradia, 2018 — archív autorky

Obr. 31: Návrhy loga a autorského písma — archív autorky

Obr. 32: Finálne logo k udalosti Kvetu Podhradia — archív autorky

Obr. 33: Návrhy vizuálneho štýlu — archív autorky

Obr. 34: Hlavné motívy vizuálneho štýlu — archív autorky

Obr. 35: Mapka pôvodu výšiviek — archív autorky

Obr. 36: Farebná škála — archív autorky

Obr. 37: Font Fira Sans — <http://designershare.net/wp-content/uploads/2014/10/fira-sans.jpg>

Obr. 38: Vzor z motívu — archív autorky

Obr. 39: Výšivka na turčianskej mužskej košeli — archív autorky

Obr. 40: Hlavný plagát a banery — archív autorky

Obr. 41: Papierový pohár, odznaky a sud — archív autorky

Obr. 42: Návrhy na tričko — archív autorky