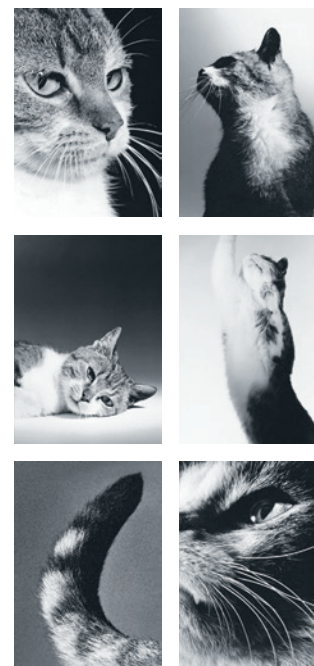
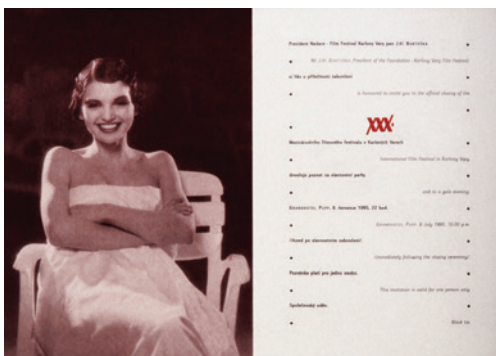


Tam, kde má Berlinale medvěda, Rotterdam tygra a Cannes retušované krásky šedesátých let, mají Karlovy Vary černý kočky a hnusný chlapy. Tyhle leitmotivy vyjadřují několik věcí. Unikátní pozici, kterou Vary zastávají na festivalovém okruhu. Legendární nadšenectví festivalu filmových fanoušků, tj. batůžkářů, a ne obchodníků. Český nesnadný vztah k oficiálům, shazování všeho a předcházení neúspěchu zanecháním snahy. A konečně i výjimečnou volnost a důraz na design, kterou festivalové vedení uplatňuje každoročním kompletním vizuálním restartem.

Každoročním v tomhle případě znamená od roku 1994, kdy vedení převzal Jiří Bartoška. O rok později fotograf Tono Stano přizval k designu Aleše Najbrta, který s sebou přivedl bratry Cabanovy, aby se postarali o architekturu, úvodní a závěrečné ceremoniály i design trofeje. Vznikl tak základ týmu, který v různých obměnách funguje dodnes – i když ne vždy jako tým.

30, 32

V roce 1995 se slavilo sto let české kinematografie, z nichž se Bartoška navrhl vypíchnout první nahou ženu na stříbrném plátně, Hedy Lamarr v Extázi Gustava Machatého z roku 1932. Úvaha, která se z dnešního hlediska zdá výrazně archaičtější než před dvaceti lety, zvláště u ženy, jejíž vědecká práce později položila základ wifi. „Tono našel obyčejnou barmanku, udělal s ní krásný retrofotografie a Jaroslav Brabec podle toho v bazénech Mariánských lázní natočil znělku, která pak uváděla každé festivalové promítání,“ připomíná Najbrt. Snad krom vizuálu na kongresu biochemiků v roce 1988 neměl žádnou předchozí zkušenost s akcí podobného rozměru. Už při prvním ročníku festivalu ale nepřipravoval jen plakát, ale velkou pozornost věnoval tomu, aby sjednotil katalogy, programy a pozvánky a návštěvníci se díky nim ve Varech pohodlně orientovali.



Úvodní situace zafixovala model, kde znělky určují námět ročníku a s reklamní kampaní a dalšími vizuály festivalu tvoří jeden celek. Každý rok měl takhle dostat šanci jiný režisér. Najbrt někdy ideu znělky připravoval s režisérem, jindy filmaři přicházeli už s hotovou představou a designem, v hlavní roli s fotografií, z ní vycházel. Focení – do roku 2000 s Tonem Stanem, potom s Adamem Holým a od roku 2006 s Václavem Jiráskem – většinou probíhalo přímo během natáčení znělek. Tito tři velice rozdílní tvůrci, kteří dominují celé fotografické tvorbě ve Studiu Najbrt, poměrně přesně vystihují období, v nichž se festival nacházel – nejprve touha

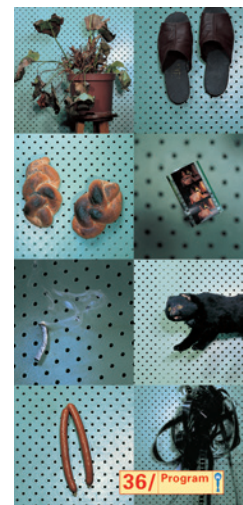
uvést se do vyšší společnosti krajně estetizovanými akty, potom pronikavý, ironický, syrový, saturovaný, ale věčně lačný podbřišek a konečně rozvážnost a verzatilita etablovaného festivalu.

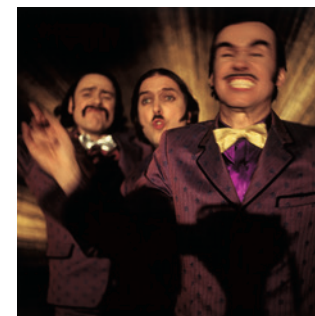
Už druhý rok natáčel znělku Jan Svěrák, po něm Saša Gedeon a Jan Hřebejk, tehdy přední místní režiséři. V 32. ročníku se Svěrákově černé kočce spíš než dramatickým až detektivkovým fragmentům ženských těl podařilo spojit fotografii s grafikou, která koncentrovala dobovou estetiku, včetně experimentů s počítačově modulovanými mřížkami kolem písma. „S Tonem jsme v té době už spolupracovali na hodně věcech, ale Tono je silná fotografická osobnost, vytvořil si prostor a fotil si svoje. Ale na tom, že vyfotíme kočku ještě mimo znělku v dalších situacích jsme se dohodli.“ Zatímco plakátová fotografie zkresleného „bodáku“ se siluetou kočky navazovala na naivní hollywoodskou stylizaci černobílé znělky, ostatní aplikace pokryly volné Stanovy fotografie dalších, vizuálně dost odlišných koček, které působily jako portréty hvězd čekající na podpis.

36

Začátek tisíciletí znamenal zlom v několika oblastech. Festival se profesionalizoval. Skleněnou trofej v podobě karlovarské oplatky v plechovce na filmový pás, která oceňným neustále padala z rukou, nahradila Oscarova mladší sestra-cvičenka s míčem navržená podle Stanových fotografií. Režiséry, jejichž působnost končila třicet kilometrů západně od Varů, nahradili Londýnem prověřeni mladí tvůrci krátkých forem. A místo umělecké snahy Stanových fotografií nastoupila provokativně realistická sexy věcnost s dynamikou filmařů souzníciho Holého.

V roce 2001 to do sebe všechno zapadlo. Přestože jedním z vizuálů 36. ročníku byla zase černá kočka, její vyznění nemohlo být jiné – místo teatrálního stínu a stříbrné bohatosti klasicky nasvíceného kožichu byla vycpaná, vypelichaná a přišpendlená k zelenému, socialisticky sololitovému pozadí surovým bleskem. Cenila zuby v toporné bezmocnosti. Ve znělkách režiséra Ivana Zachariáše příběhy bezradného promítače spojovaly satirickou bystrost české nové vlny s kubrickovským citem pro styling, čemuž dokonale posloužila Holého sytá barevnost a Najbrtova schopnost používat fotografii jako suverénní grafický prvek – v tomhle případě v podobě devíti objektů-log reprezentujících hlavní rekvizity z devíti verzí znělek. Třicátý šestý ročník zůstal nejen jedním z vrcholů varských identit a do jisté míry nestárnoucím





vzorem pro jakékoli další kampaně aspirující na inteligenci, ale hlavně perfektním vyjádřením nové, smělejší generace přelomu tisíciletí, pro niž ale byl svět pořád stejně prapodivně absurdní jako pro tvůrce v šedesátých nebo osmdesátých letech. Ačkoli Eddie Marsan, později například inspektor Lestrade z Sherlocka Holmese, je anglický herec ne úplně zanedbatelného profilu, v roli černo-petrovského promítače působil jako neherec – stejně autenticky jako ostatní části konceptu. A možná specificky česky: kde by jiný skočil a začal oheň hasit, Eddie se jen rozpačitě drbe na hlavě. V té době už mezinárodně uznávaní reklamní režiséři Zachariáš a později Martin Krejčí ovládali řemeslo krátkého sdělení, neokázalého, ale do detailů propracovaného, a tady navíc dostali vzácně volnou ruku místního laissez-faire. Možná i proto, že se na situaci dívali zvenčí, hleděli využít české národní poklady – místo patetické snahy o ladnost se divákovi dostalo shození a sebeironie, jen s rychlostí a úderností nejlepších stylistů světa. Najbrt byl první, kdo na takový tón slyšel, a fakt, že se na hotelu Thermal festivalu dominovala gigantická plachta s chciplou pokojovou rostlinou, je ve studiu považován za jeden z klíčových a dodnes do jisté míry neuvěřitelných triumfů vlastní vůle. A tenhle rys už ze znělek a v určitých obdobích ani identit nikdy nezmizel.

37

Pokud promítač Eddie znamenal pro Najbrta jakýsi návrat k humoru Pražské pětky, k blbnoucím chlápčům, následující ročník jím byl skutečně a trojnásob. Na Thermalu visel obrovský Najbrt, společně s Františkem Skálou a Jaroslavem Rónou. Všichni v roli, s kníry a tralaláčky tančících Tros Sketos. Ročník režiséra Davida Ondříčka vynesl zábavu pro zasvěcené k pozornosti mainstreamového publika a národní úspěch vernisážových scének tří kašparů nastavil laťku karlovarské identity coby domácí taškařice, po níž byl každý další ročník už jen zklamáním. „Rozpustilá znělka Davida Ondříčka a tří sketařů ve fialových oblecích s jejich naučeným pózováním před objektivy fotoaparátů a kamer se staly donekonečna připomínaným vrcholem novodobé historie festivalu,“ píše se v oficiální zprávě. „Skety jsem prožíval složitě, nebyl jsem si jistý, jestli je správně, že budu designérem a zároveň se ocitnu na plakátě. Báľ jsem se, jestli to není samožerství. A jestli to dobře dopadne,“ přiznává Najbrt. Neúnavně ale dělal to, co umí nejlíp – všechno. „Natáčelo se v Akropoli a po celodenním natáčení znělky se ještě šlo fotit. Všichni toho měli plný kecky, a já jsem si musel řídit Adama a zároveň u toho poskakovat. Ale výsledek nakonec zarezonoval.“ Varietní stylizace, která poprvé zahrnula i typografii, neměla krom připomenutí, že

veškeré pózování jakýchkoli hvězd tady na vesnici bereme jako křečovitou šaškárnu, s filmem mnoho společného a tento tematický odklon znamenal i do budoucna větší nezávislost ve výběru námětů i zpracování vizuálů.

38, 39, 40, 41, 42

Skála se vrátil ještě jednou jako jakási labutí píseň období autorských znělek a z nich odvozených kampaní s ošklivými, ale veselými kumpány. Styly se zatím rozkývaly do všech stran. Po nahém tvůrci, jenž se ve znělce Petra Zelenky omývá slávou na prknech, která znamenají svět (podle skutečné události, 38),¹ Krejčího sedmdesátkové honičce za lístkem, která poprvé otočila objektiv směrem k charakteristikám vlastního festivalu (v prvním ročníku, který Najbrt přenechal jinému autorovi – Mikuláš Macháček jím diplomoval na UMPRUM, 39), a následujícím ročníku, který nevěděl, co se čtyřicítkou, přišla Skálova kostýmní hra, již rozuměl asi jen umělec ve svém molitanovém období. Tvůrčí volnost tu narazila na svoje limity a zajímavě, jakkoli nepřesně, ověřila překryv českého kulturního publika. Podobně jako překročila okruh zájemců o festival znělka Tros Sketos, jen rok před 41. ročníkem Skálova rudolfínská výstava trhala návštěvní rekordy jako jedna z mála porevolučních výtvarných „povinností“ i pro umělecky nezainteresované publikum. Diváky filmového festivalu ale Skálova popkulturní idiosynkrazie mexického hmyzího rituálu říznutého pozdním Elvisem nepobavila a Jiří Bartoška na to konto koncept znělek zrušil úplně.

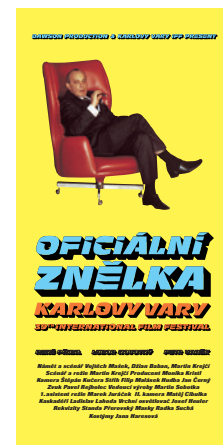
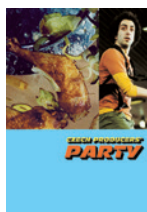
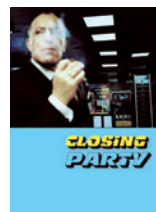
Paradoxně s tím skončila i legrace. Po jednoročním pokusu zavést znělku univerzální, typografickou, podle návrhu Mikuláše Macháčka, a paralelně návratu k vlastním devadesátkovým kořenům ženy-hvězdy ve vizuálu (42), si znělky publikum vydupalo zpět. Tentokrát už je na Najbrtovo doporučení dostal do rukou Zachariáš na dobu neurčitou, s dlouhodobě jednotným pojetím. U rozdělení znělek a vizuálů už ale zůstalo.

43

Festival si vybudoval svoji kulturu a její folklór – zaplavené stanové městečko, fronty na lístky a boje o vstupy na večírky, bivakování v Thermalu, manželky fotbalistů a funkcionářů v Becher's Baru, pokladač mikrofónů i Marek Eben –, který tradičně lemoval vstup do okurkové sezony. Najbrt připravoval svůj třináctý ročník a témata se začala zaměřovat na to, „jak vnímáme samotný festival, jeho situaci a co od něj lidi očekávají.“ Namísto úletů se začínala obrušovat na to nejzákladnější. V tomhle případě klíčová slova „Film“, „Festival“,



Adam Holý fotí v hotelu Thermal během natáčení znělky Martina Krejčího 2004

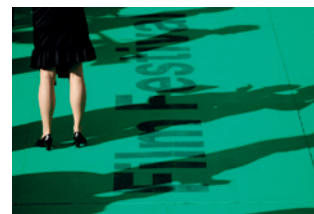
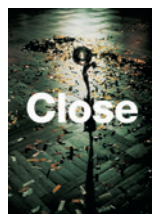
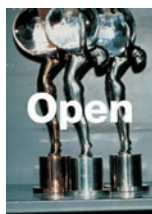
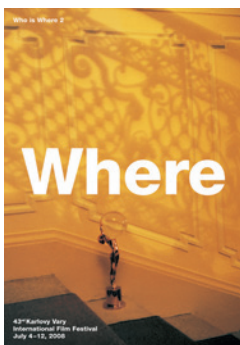


¹ „Toho holohlavého chlapa jsem vůbec nechápala. Já myslela, že je záměr, že tam jsou pořád hnusní chlapi,“ hodnotí Lednická.

43rd Karlovy Vary International Film Festival, July 4–12, 2008

Vary

Generální partner
E
SKUPINA ČEZ



„Vary“, vyvedená maximální velikostí na střed, tučnou bezpříznakovou Helvetikou (redukce později viděná například u výstav Malich, Koudelka nebo Najbrt). Vznikl dojem, že všichni už vědí. Zavedený festival se vyvíjel v mezích stanovených v polovině devadesátých let, užíval si postavení události roku a těžko o něm z této pozice šlo říct něco nového.

Mírnou únavu tematizoval i nový Zachariášův koncept znělek. Ten šel ale ještě dál – zaútočil na samotnou festivalovou cenu. Zatímco v promítačském ročníku znělka a fotografie vizuálně souzněly, v tomto roce fotografie používaly umělé, jakoby snapshotový, ale pořád poměrně strnulý styl, kdežto Zachariáš točil své puntičkářské scény klasicky a černobíle. V linii například s fotografiemi Jürgena Tellera nebo později vlnou street stylu a post-soviet chic v módě, které letargii vůči módní fotografii a přepychu narušují zasazením luxusu do banálního kontextu blazeovaným přístupem někoho, kdo si může dovolit přehlížet hodnoty jako samozřejmost, se na fotografiích Václava Jiráska soška cvičenky dostává do všelijakých nesnází festivalového vření. Tak, aby v kontrastu vynikl význam obojího.

Režisér Vladimír Michálek kdysi tvrdil, že „cena po ceremoniálu akorát překáží instalatérovi“ a Zachariáš takhle po vzoru Twainova Prince a chudase louskal ořechy královským pečetištěm. „Ivan přišel s nápadem pracovat s tím, že všichni touží po ocenění a ve chvíli, kdy dostanou cenu, je ta soška najednou trošku obtížný předmět. Na tom základě dodneška točí další. Se zahraničními hvězdami, které ve Varech získaly ocenění za přínos kinematografii, a později s českými legendami,“ říká Najbrt. Miloš Forman, jemuž Zachariášovy práce pro festival leccos dluží, soškou drtí prášky, Věra Chytilová nadává při lepení roztržitěné křišťálové koule, Harvey Keitelovi rozdrtila nohu a Danny De Vito soškou pokládá telefon. Ve věčné hře se zdáním a pozlátkem, sebeironií a rovnostářstvím, byl ale zřejmý další stupeň emancipace, jehož festival a jeho země dosáhli (jakkoli souzněly s celkovým západním trendem k větší autenticitě a neformálnosti). Vzhledem k absenci filmového trhu si karlovarská přehlídka v zahraničí vybuodovala pozici sympaticky uvolněného setkání především s filmovými entuziasty a Zachariáš věděl jak na takové značce stavět tím, že posune hranici možného zase o trochu dál. Tentokrát úplným přiznáním, v němž festival potvrdí jako místo tak bezvýznamné nebo podivné, že si tu režiséři a herci můžou dovolit téměř cokoli, dokonce být k sobě upřímní. Umění dělat si legraci ze všeho, včetně toho, že Vary nejsou Cannes a tvůrci tu dostávají ceny za celoživotní dílo jako nepřiliš snažně maskovanou záminku pro



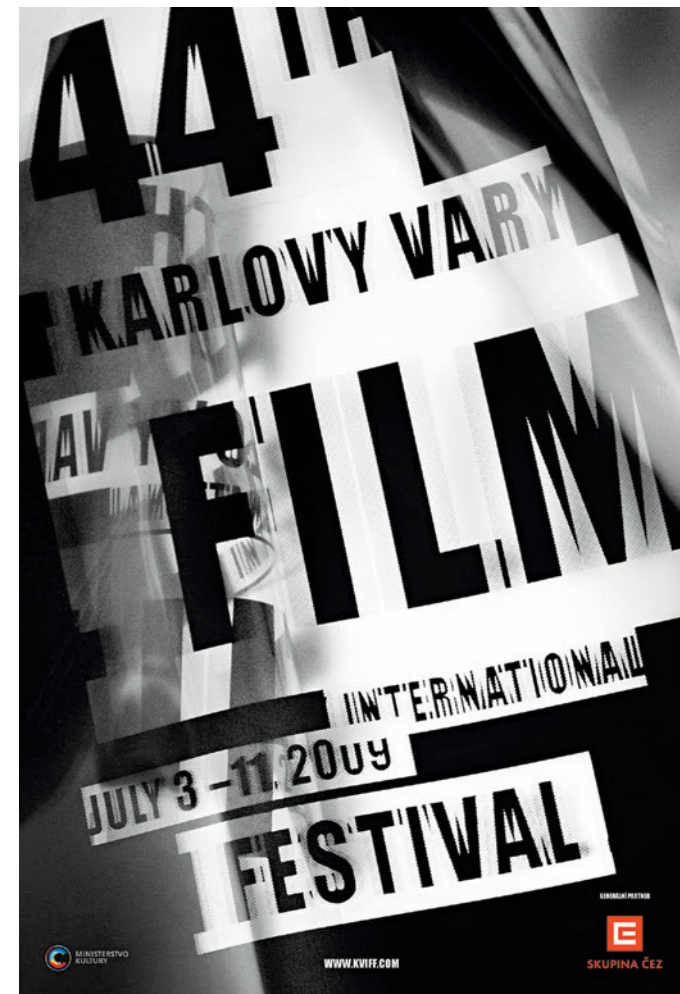
návštěvu poutající pozornost médií, působilo zejména v kombinaci s hollywoodskými hvězdami a vůbec lidmi, kteří umějí nosit smoking, fenomenálně nactiutřačně. Kdo nemohl soustředit velkolepostí a pláží, mohl soutěžit inteligencí a zábavou.

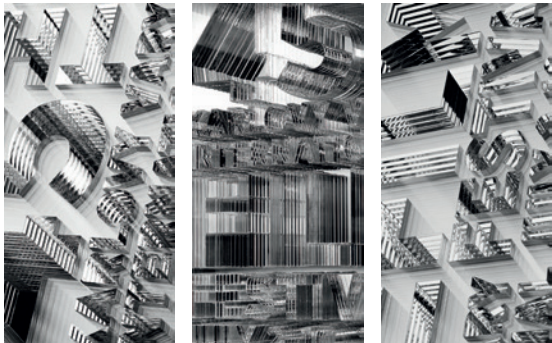
44

Vzniklé schizma uvolnilo designérům ruce a dalo jim novou kreativní kontrolu. Dokud se vizuály odvíjely od spolupráce s režiséry, propojení s fotografií, jakousi povýšenou fotoskou nebo plakátem na znělku, bylo logické. V momentě, kdy znělka přestala určovat styl ročníku, ztratilo nutnost i spojení s fotografií. Ta ale odcházela postupně. Designéři se v první řadě obrátili k tomu, co znali nejlíp – grafice (typografii), ale zatím pořád ještě fotografované.

Zuzana Lednická na festivalovém designu spolupracovala od 40. ročníku, svůj vlastní ročník ovšem vyhrála až o čtyři roky později. „Paradoxně když se mi narodila Amálka. Bylo jí asi měsíc nebo dva, já doma kojila a Aleš přišel, jestli si to nechci zkusit. Jenom takový návrh do počtu. Když to prvně uviděl, konstatoval, že je to divoké a nikdo to neschválí. Barták pak řekl, že jsem vymyslela pěknou blbost,“ vzpomíná Lednická. „Hledala jsem, jak jednoduše po stopadesáté vyjádřit film. Nejdřív jsem vytvářela posunuté písmo. Pak mě napadlo, jestli by to nemohly být filmové pásy, ale hodně abstraktní. Bavilo mě, že na tom není žádná další typografie, všechno je ve fotce. A krom toho byla zábava fotit s Jirkou Veselkou u nás ve studiu – všechno je vytištěné na fólie, já jsem je držela, kroutila, a různě mi to klouzalo a padalo.“ Na program, katalog, industry guide, na všechno vznikly originální fotografie.

Formální hra s rozpořbovanou typografií testovala hranici čitelnosti, ale formáty byly už tak zavedené, že si nikdo nestěžoval, číst je nepotřeboval. „Barták to překvapivě schválil.“ Bartoška, stejně jako Lednická, má rád věci černobílé. Jeho představě filmu dominuje klasický Hollywood, film pro pamětníky, a tuhle touhu po formální úrovni mají s Lednickou společnou. Vedle toho informace, které grafická komunikuje, nejsou většinou barva, emoce tohoto druhu. „Bud' jsem hodně barevná, nebo černobílá. Mám ráda vrstvení a další podvědomé věci, ale zároveň mám ráda, když se vizuál i barevně co nejvíc zjednodušuje. Nechci používat na každou brožuru jinou barvu, když to není potřeba. Pokud mám důvod barvu použít, použiju ji, ale většinou žádný důvod nenajdu. Další tři barvy výsledek rozmělní. Černobílá fotka vždycky vytáhne podstatu. Někdy je barva podstatou. Ale většinou ne.“





Lednická je zvyklá pracovat v sériích, a pokud je Bartoška spokojený, nemá zájem měnit každý ročník přístup od základu. Spontánně tak vznikla sourozenecká trojice rozpočítaných typografických ročníků, model, který se ještě dvakrát až třikrát – to podle výkladu – zopakoval. Ale hlavně začala celá nová éra černobílé elegance, která trvá dodnes. Jakoby návrat k ambicím let 1995–2000, ale tentokrát od někoho, kdo zahajovací a závěrečný ceremoniál nebere jako nutné zlo, ale jako příležitost se patřičně obléknout a vyjít do společnosti. Značila taky přechod do doby, v níž už aspoň někteří členové této společnosti věděli, co to black tie je.

45, 46

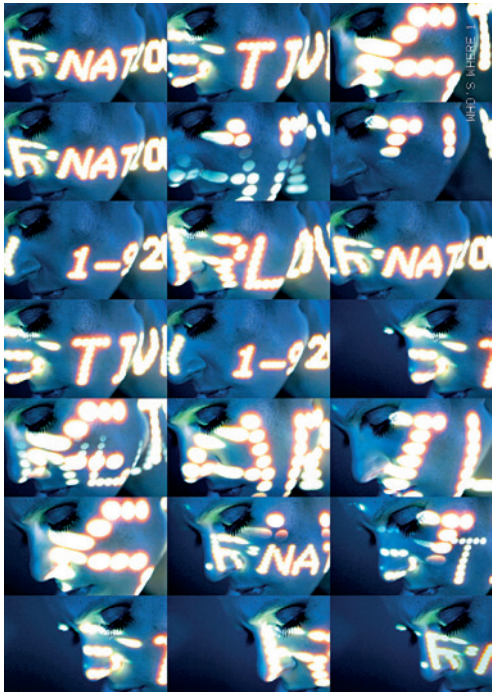
Čtyřicátý pátý ročník už nastoupil přímo do grafické velkoleposti třicátých let, kde světlomety protiletického kalibru v titulcích šátraly po 3D logách hollywoodských studií. V tomhle případě byla písmena vyřezaná do perspektivy, neboli plexiskla. „45. ročník měla být oslava, světlo, tma. Vyšel z toho takový pomníček. Perspex ve světle vypadá výborně. Dala jsem bednu s číslem Václavovi Jiráskovi, ať zkusí různé nasvícení. Tím, že je z několika slepených vrstev, divák ve výsledku vůbec neví, na co se kouká a jak to vzniklo,“ vysvětluje autorka hru netypickou pro studio, kde design většinou vzniká, aby divák věděl, ne znejistěl, a kde slovo „formální“ má v zásadě vždycky negativní nádech. „Někdy forma může být obsahem, mně osobně nevadí, když je návrh jenom vizuální a silný. Byla to pro mě zkouška, jak pracovat s písmem ve fyzickém prostoru a fotit ho jako objekt,“ říká Lednická, která se obecně nevyhýbá ani slepým cestám. Ten, kdo ve studiu eliminuje rozhodování za diváka a nabízí jen hotová řešení, je Najbrt.

Další rok už se „rozměnil barvou“. „V 46. ročníku dostal hodně prostoru Václav, měl svoji modelku a zkoušel filmové promítání,“ říká Lednická. Nebyla to ale jenom barva, co třištilo pozornost. Jirásek na jedenadvaceti temných polích používajících ženské tělo jako plátno pro mužskou projekci zdolal další metu nečitelnosti a vůbec zastřenosti sdělení. Mimovolně tak opět připravil půdu pro to, co mělo následovat.

47

V roce 2012 připravovalo studio už sedmnáctou kampaň. O dva roky dříve na pozici programového ředitele festivalu vystřídal dlouhodobý člen programového oddělení Karel Och Evu Zaoralovou, která se stala uměleckou poradkyní. Festival se vnitřně neustále vylepšoval. Návštěvníci už nemuseli stát v ranní mlze kolem zlomyslně nazvané řeky

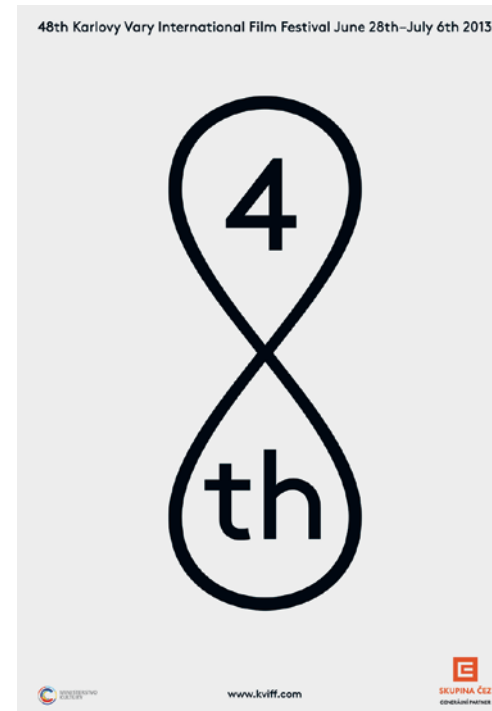
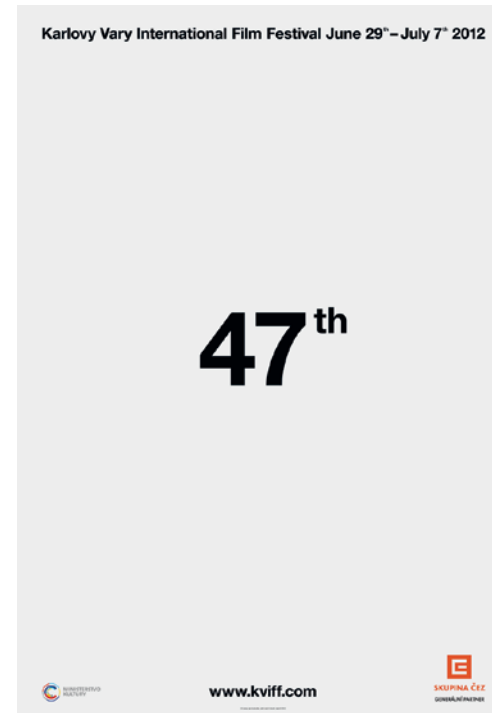




Teplé fronty na lístky a svoje zklamání, že místo na snímek o pěti mladých lidí hledajících smysl života v současném Montevideu se zase dostanou jen na dokument o zakládajícím členovi rakouské komunistické strany, si mohli prožít ve spacáku na mobilu. Jinak se ale ustavil koloběh podivných úvodních a závěrečných ceremoniálů, návštěv „akčních“ hvězd, báječných večírků na všech úrovních a hlavou a srdcem vybraných filmových maratonů – mikrosvět, kde se na jednom koberci několik dní potkávají lidé s motýlky s lidmi se zmoklými spacáky. Ale i kdyby se něco změnilo, kampaně to přímo nezmiňovaly, neavizovaly, kdo přijede, ani se nezaměřovaly na festivalovou soutěž nebo přehlídkové sekce. Připomínaly jen, že budou Vary. Čím dál víc tematicky odkazovaly k samotnému festivalu, který se tak trochu stal povinnou výbavou celoročního kalendáře, společenskou, stejně jako kulturní událostí všech tříd. Jelikož promítání jsou neustále vyprodaná a kapacita hotelů praská ve švech, kampaně nemusely lákat, spíš tvořily kulisy. Jako součást zážitku přímo na festivalu udávaly nové téma každoročního letního tábora. Všude jinde stačilo připomenout, že zas přišel ten čas, kdy všichni jsou už ve Varech.

Pokud bylo v roce 2008 jediné, co se dalo říct „Film“, „Festival“ a „Vary“, o čtyři roky později už zbylo jen další číslo v pořadí. Drobná čtyřicet sedmička z Helvetiky uprostřed bílé plochy předběhla vlnu černobílých identit vyvedených výrazprostými grotesky, ze které by Jan Tschichold v závislosti na období buď jásal, nebo zešedivěl. V tu chvíli ale působila jako radikální minimalistické gesto. Na leckoho, krom Bartošky – ten by pravděpodobně ve své lásce k jednoduchosti, jak se občas žertuje ve studiu, nejradši, kdyby mu konečně nabídli pouze prázdnou bílou plochu. A ačkoli v příštích letech dostal množství různých návrhů, trval na pokračování číselné řady. Vystřídali se na ní čtyři autoři. „Čtyřicet sedmičku jsme postavili na představě, že nepotřebujeme design. Všichni vědí, že festival se koná začátkem července. Důležité je jediné, které dny to letos přesně je. Kdy jedeš do Varů? Kdy to začíná? Zbytek všichni vědí. Takže byl jeden plakát s číslem 47 a na druhém kalendář s dny, kdy ten rok festival probíhal,“ říká Najbrt.

Ročníky mezi sebou dlouhodobě nic nespojovalo, ale čím dál víc stály na nevyřčeném předpokladu znalosti společné historie. „Ve skutečnosti tam za těch 23 let, co Vary děláme, spousta potenciálních návštěvníků ještě nebyla. Pořád stojí za to lidi informovat a dávat najevo, že festival existuje. Ambice udržovat silné povědomí o značce zůstává, už jenom kvůli nastupující generaci,“ pokračuje Najbrt, který číslo 47





připravil s mladým designérem Janem Matouškem. „Vary můžou vypadat definitivně, ale tým Jiřího Bartošky musí každý rok znova a znova získávat peníze, potvrzovat si s politickou reprezentací, že mají nárok na podporu ministerstva kultury, a totéž se sponzory. Vedle kvality programového oddělení a organizačního týmu, a dneska třeba otevírání se karlovarské veřejnosti i mimo filmová promítání, je vizuální identita jedním z hlavních prvků při vytváření vnímání hodnoty festivalu.“

49

Familiárnost festivalu, ke kterému nebylo co dodat, ale ještě zplodila jednoho hrdinu. Prase. Jen shodou okolností ten rok přijel do Varů i Mel Gibson, v té době na černé listině Hollywoodu za barvitě postoje k gayům, židům, ženám a konspiračním teoriím. Ačkoli byl autorem 49. identity Marek Pistora, její znevažující humor jako by byl typicky Najbrtův – jeden z důkazů Pistorovy pozoruhodné schopnosti nasát a přirozeně reprodukovat styl. A taky toho, jak málo stačí, aby bylo řečeno mnohé. 49. ročník spojoval černobílou typografickou důstojnost, která se sluší na filmový festival této úrovně, s rozverností, na kterou čeští batůžkáři čekali od ročníku s Tros Sketos. Sázka na to, že návštěvníci přijmou motiv za svůj a budou s ním dál pracovat, se proměnila ve fronty na merch dlouhé jak na finské filmy. Prasátko zlidovělo. Kviííííí.



50

To, co od 44. ročníku směřovalo k typografickým plakátům postupným odhazováním zátěže, nejdřív filmu, pak fotografie, a nakonec i festivalu, v 50. ročníku vybuchlo zpět do opulence. Tentokrát se základem stal Jiráskův vlastní projekt portrétování účastníků různých veřejných akcí. Design mezi kolonádním pitkem a plechovým odznáčkem na vycházkovou hůl směl poprvé tematizovat lázně, ale absurdní typografickou vzpomínku na imaginární staré časy korigovali lidé, kteří tvoří současnost festivalu, od vítězů cen po jejich řidiče. Jirásek jich během čtyř ročníků ve svém mobilním studiu nafotil kolem tisíce. Jenom na jednom z hlavních plakátů bylo 431 portrétů a během jubilejního ročníku přibývaly další, promítané na obrazovkách v hotelu Thermal. Zvýšená digitální presence taky vedla k zvýšené viditelnosti loga festivalu, jak většinou lidé říkali celému hlavnímu vizuálu, zde ale převedenému do zjednodušené podoby ikony nebo dalšího zástupného symbolu – čísla, prasete, v 50. ročníku jelena/kamzika a později třeba fotoaparátu. Rozšířená nabídka merchandise, festivalová architektura i množství inzerce umožňovalo



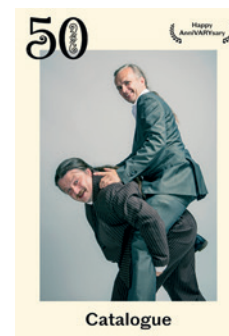
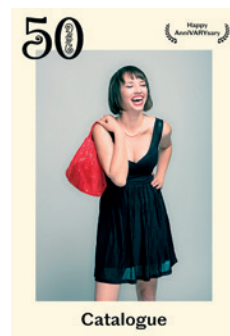
jako i v dalších letech pracovat s desítkami odlišných variant vizuálu, v tomhle případě se stovkami fotografií.

Vary jsou vůbec místem, odkud lze dobře sledovat zvláštní pozici, jakou má v práci Studia Najbrt fotografie. „Mně je jedno, jestli pracuju s fotkou nebo typografií,“ říká Najbrt, jako by to byla v grafické komunitě samozřejmost. „S Adamem fotky vznikaly ve velmi úzké spolupráci, vždycky jsme se domlouvali, co a jak uděláme, vždycky jsem byl u focení. Třeba u 39. ročníku, který graficky dělal Mikuláš, jsme s Adamem inscenovali bordel z jídla, které se sesypalo, jak se tam VIP, frajírek a batůžkář honili a převrhli stůl. Udělali jsme u toho divoké fotky, tam jsme s Adamem opravdu řádili,“ vzpomíná Najbrt. Vzrušení z bordelu předznamenalo focení 43. ročníku s Václavem Jiráskem. Ale s tím může být člověk mnohem víc klidu. „Václava přivedl Franta Skála, jejich 41. ročník byl pro nás takové ořukávání. Ale líbilo se nám to tak, že spolu fotíme v těsné spolupráci dodnes, nejen Vary. Václav má ve zvyku vyposlechnout si, co jsme vymysleli, naplnit naši představu a přitom k tomu ještě přidat hodně ze sebe – nikdy by nešel proti té původní myšlence. Oproti tomu Adam byl trochu komplikovaný a nepředvídatelný a Tono si šel svojí vlastní cestou,“ rekapituluje Najbrt. Jirásek přichází i s vlastními návrhy. Navíc dokáže vyfotit všechno od světla procházejícího spleným plexisklem po neviditelnou topmodelku. „Václav realizuje, co navrhne, a ještě to vždycky posune. U posledních tří ročníků jsme měli představu, jak by to mohlo fungovat, a všichni víme, že to udělá přesně, jak jsme chtěli, a skvěle. My můžeme vymyslet koncept, bavit se o lokacích a castingu, pomáhat se stylingem, nebo tam i hrát, ale Václav to dokáže uvést v život,“ shrnuje Lednická poslední ročníky, jejichž je autorkou.²

51

Přestože po padesátce byly ve hře různorodé varianty nového začátku včetně ilustrací, vítězná podoba 51. ročníku pokračovala v kombinaci typografie s fotografiemi rozličných návštěvníků festivalu. Rozšířený tým ale vytvořil identitu s rozšířenou působností odpovídající době, které nestačí jenom vtipy nebo hezké obrázky, ale vyžaduje příběhy na několika úrovních. Vedle vlastního festivalu se rozhodli angažovat širší společenská témata, od kultury celebrit přes permanentní sledování a politickou situaci v zemi.

Padesátá první identita reflektovala kulturu, v níž se máloco stane bez přítomnosti kamer, mnoho, včetně návštěv hvězd ve Varech, se toho děje právě jen pro objektiv, a bez dokumentace jako by nic nemělo cenu. Odrážela touhu diváků,



² Spolupráce: Michal Nanoru a Aleš Najbrt.

51st Karlovy Vary International Film



Festival

1-9 July 2016

www.kviff.com



SKUPINA ČEZ
GENERÁLNÍ PARTNER

51st Karlovy Vary International Film



Festival

1-9 July 2016

www.kviff.com



SKUPINA ČEZ
GENERÁLNÍ PARTNER



Program



Program



Program



Catalogue



Program



Program



Program

51st Karlovy Vary International Film



Festival

1-9 July 2016

www.kviff.com



SKUPINA ČEZ
GENERÁLNÍ PARTNER



aby zbožštěné celebrity byly poníženy na jejich úroveň, zachycené u zadního vchodu nebo po cestě ze cvičení, a oni naopak pozvednuti ke slávě a věčnosti, když se vyfotí v samoobsluze nebo před fotopozadím na festivalu. Vizuály 51. ročníku pomocí stylu starých paparazzi fotografií a typografie odkazující k novinám a časopisům šedesátých a sedmdesátých let lehce ironizovaly posedlost známostí, selfies a předváděním se vůbec. Na fotografiích se skrývali lidé spojení s festivalem, stejně jako vybrané osobnosti, „které se nepotřebují exponovat, ale v dnešní době něco znamenají.“ Rezervovaly si právo neukazovat a zůstat vzácný.



Napínavou odkrývačku asi hrál málokdo, ale v kontextu rostoucího ruského vlivu, xenofobie a zpochybňování demokratického směřování země nebyla náhoda, že většinou šlo o lidi reprezentující názory spojené s odkazem Václava Havla nebo třeba hvězdu filmu o úniku z ghetta. Jako jsou audiovizuální fanoušci zvyklí číst skryté vzkazy v ceně, za kterou namarkují Maggie ve znělce Simsonových, podobně nabízela identita významy pro ty, kdo je chtěli hledat.³



52



„Na internetu nikdo neví, že jste pes,“ říká klasický vtip o virtuální anonymitě. „Já je někdo jiný,“ říkal Arthur Rimbaud. „Malkovich, Malkovich...“ říkají hlavy Johna Malkoviche v hlavě Johna Malkoviche Johnu Malkovichovi, který hraje Johna Malkoviche ve filmu V kůži Johna Malkoviche. Každý hraje divadlo. A čím dál víc rolí, nejen na sociálních sítích, ale speciálně při vytržení z každodennosti jako na festivalu ve Varech. Hra s identitou nebyla nikdy snazší. Někdo chce být krásná Jana Brejchová, někdo, dnes bohužel až příliš často, spalovač mrtvol. Herci hrají naše životy ve filmech, svoje životy v bulváru – herečka Geislerová v posteli s prezidentem festivalu! – a my si hrajeme na ně. Smyčka (ne)autenticity se uzavírá v momentě, kdy s podobiznou Aňi Geislerové pózuje skutečná Aňa Geislerová. Dokonce i Aňa Geislerová někdy chce být Aňa Geislerová.



Padesátý druhý ročník dál rozvíjel téma skrývání se a hraní si na něco – známé lidi, „festival kategorie A“ nebo třeba Ferdinanda Vaňka. Stejně jako předchozí dva ročníky využíval fotografie skutečných i fiktivních návštěvníků festivalu k už klasické varské přetahované mezi velkolepým a všedním, celebritymi a normálními lidmi, princí a chudasi. Zatímco loni nikdo nebyl poznat, ale všude čněl zadržovaný glam modelek, zpěváků, malířů, lékařů a hereček, teď jako by spojením většinou obyčejného prostředí s ikonickými



³ Jedna z postav se třeba zakrývá výtiskem The New York Times s článkem o fanoušcích Barbary Streisand.

tvářemi světového i českého filmu tvůrci kombinovali nostalgické identity se soškou v nesnázích 42. ročníku. Nabízelo se vizuály čist jako další legraci z festivalu, sarkastický návrat do doby, kdy Vary ve znělce hrály Mariánské lázně a Hedy Lamarr představovala barmanka z pražské francouzské restaurace. Jak udělat plakát s Belmondem, když jste v Čechách v roce 2017, a ne v Cannes v roce 1960 (a nechcete mít bezzubý plakát jako Cannes v roce 2017)? Objednáte Belmonda z večerky.



Získat souhlas portrétovaných i autorů jejich fotografií se ale paradoxně ukázalo jako téměř stejně složité, jako kdyby hvězdy skutečně stály v pražských ulicích. Mnoho z nich, jako třeba mezinárodně srozumitelnou postavu Hugo Haase, představitele dr. Galéna z Čapkovy Bílé nemoci, kterého v roce 1939 vyhodili z Národního divadla kvůli židovskému původu a po emigraci uspěl v Hollywoodu, nebylo možné použít, protože stopy majitelů práv na jeho identitu se ztrácejí na Blízkém východě. Těla celebrit pak hráli běžní obyvatelé pražských Vinohrad, Jiráskovi blízcí, členové studia a Aňa Geislerová. „Nejvíc mě baví, že jsme tam vnesli nějaké společenské rezonance. Trochu z toho děláme zábavu a zároveň ale vím, že ten plakát bude fungovat i za deset let. Není omezený na tuhle dobu, i když je to její záznam. Jako když se dívám na plakáty z šedesátých let – cítím z nich tu dobu a její důležité momenty, ale baví mě dál,“ předpovídá Lednická.

Season 6

Potvrzení aktuality jejich uvažování se studiu dostalo v prosinci 2017, půl roku po 52. ročníku, když Kanye West odhalil šestou sezonu své značky Yeezy jako sérii paparazzi fotografií své ženy Kim Kardashian v prázdnotě losangeleských parkovišť, benzínek a fitness center. Hra pokračovala o dva měsíce později, když Westovi zveřejnili druhou fázi, „o nic méně geniální, než byla ta první“,⁴ kde ve stejných situacích hvězdu reality shows Kardashian hraje množství kreativců, influencerů a přátel v blondatých parukách.

Klíčové téma generace devadesátých let, stejně jako pozdějších digitálních domorodců, je autenticita – otázka, jak ve světě, který je čím dál více a čím dál věrnější simulací, něčemu věřit. Hra na schovávanou, kde sledovací záznamové techniky a jejich „zrnitý“ styl jsou nástrojem k vytváření zdání pravdivosti, stojí v základu naší posedlosti sociálními médii a „reality“ stylem všeho, od vyhledávání superstar zpěváků po „uniklou“ pornografii. Stejně jako neformální varské znělky, Yeezy Season 6 si hraje s rostoucím nesouladem



CATALOGUE



CATALOGUE



CATALOGUE

⁴ Server Dazed Digital uvedl zprávu z 31. ledna 2018 s titulem „Kanyeho falešné paparazzi fotky pro Yeezy jsou módní genialita – řeknu to: jeden z nejoriginálnějších nápadů roku 2017“ a pokračoval „jeden z nejkreativnějších tahů v módní reklamě za dlouhou (dlouhou) dobu“.

52ND
KARLOVY VARY
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL
JUNE 30–
JULY 8, 2017



www.kviff.com



SKUPINA ČEZ
GENERÁLNÍ PARTNER

52ND
KARLOVY VARY
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL
JUNE 30–
JULY 8, 2017



www.kviff.com



SKUPINA ČEZ
GENERÁLNÍ PARTNER



52ND
KARLOVY VARY
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL
JUNE 30–
JULY 8, 2017

www.kviff.com



SKUPINA ČEZ
GENERÁLNÍ PARTNER



52ND
KARLOVY VARY
INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL
JUNE 30–
JULY 8, 2017

www.kviff.com



SKUPINA ČEZ
GENERÁLNÍ PARTNER

51st Karlovy Vary International Film



Festival 1-9 July 2016

www.kviff.com



52ND KARLOVY VARY INTERNATIONAL FILM FESTIVAL JUNE 30 - JULY 8, 2017

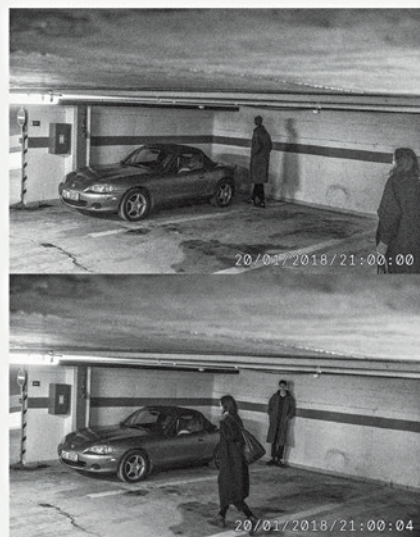
www.kviff.com



mezi světem úspěchu a obyčejnými životy většiny. Město Karlovy Vary, tradiční sídlo okázalého přepychu především ruských lázeňských hostů, trčí v jednom z nejhudších krajů země jako křišťálová socha mezi plastovými kelímkami a je jen na místě, že vizuály jeho festivalu v průběhu let zvažovaly otázky hodnoty, postupného sociálního rozrůznění až rozdělení společnosti a vůbec komplikovaný vztah místní rovnostářské kultury k vysokému a nízkému.

Ve stejný den jako druhá fáze Yeezy se na Instagramu objevila další módní fotosérie. Balenciaga, historický módní dům nyní pod vedením gruzínského návrháře Demny Gvasalii, který je hlavní postavou současného okysličování luxusu ironickou autenticitou východoevropské anti-estetiky, také nahradila přehlídku na molu paparazzi fotografiemi, jen o něco klasičtějšími. Zatímco Kardashian a její armáda klonů na cestě na poštu byli foceni civilně, z dálky teleobjektivem a jako by nevěděli, že jsou sledováni, tady šlo o klasickou konfrontaci. Kampaň fotila tisková agentura, a jak píše server Dazed Digital, stává se patřičně meta, když si všimnete, že Stella Tennant, jedna ze supermodelek viditelná tak akorát, aby byla rozeznatelná, má na sobě košili potištěnou novinovými výstřižky. Snad jen jejich bodyguardi byli uvěřitelnější.

Festivalové plakáty, design Zuzana Lednická, Michal Nanoru a Aleš Najbrt, foto Václav Jirásek 2016-2018



13TH
FESTIVAL KRÁTKÝCH FILMŮ PRAHA
PRAGUE SHORT FILM FESTIVAL
KINO SVĚTOZOR, KINO PILOTŮ
17-21/1/2018 PRAGUESHORTS.COM



Dvanáct vydání knihy Invaze 68, design Aleš Najbrt 2008

Jak se dalo předpokládat, identita s mladým Belmondem, i zlevněným, sklídila ovace a řadu „no konečně“. Jirásek, nominovaný za poslední tři karlovarské ročníky, vyhrál Czech Grand Design jako Fotograf roku.

53/13

V lednu 2018, několik týdnů předtím, než se objevila Balenciaga SS18 a Paris Hilton coby Kim Kardashian, už v pražských ulicích visela poslední kampaň z řady zkoumající skrývání a odhalování. Jestliže profesionálové jako Kardashian mají omezenou kontrolu nad svým obrazem zachyceným a šířeným médiem, jejich možnosti jsou pořád mnohonásobně větší než možnosti běžných lidí, kteří zachycení takové informace většinou ani nevěnují pozornost. Každý z nás se například denně, třeba jen na krátkou chvíli, stává hlavním hrdinou filmů, které se odehrávají na ulicích, v hotelových chodbách, vestibulech metra a dalších veřejných prostorách. Hromadí se v nekonečných záznamech kamer a nikdo neví, kdo se na ně bude dívat.

Kampaň reagovala celoevropské posilování nedemokratických nálad, které doposud nevinně ignorovanému konstantnímu sledování naší všednodennosti daly novou



důležitost. Myšlenka nabrala na vizuálech romanticky postapokalyptický směr s umělým šumem všudypřítomné bezpečnostní kamery. V době, kdy čínské přechody pro chodce rozeznávají obličej a rovnou rozesílají pokuty, ani nebylo v souvislosti s kampaní potřeba připomínat sledovačky StB a jen o dva měsíce později skandál kolem zneužití dat facebookových uživatelů během americké předvolební kampaně připomněl stovkám milionů lidí na celém světě, jak hluboko do jejich životů některé subjekty vidí.

Až na to, že karlovarské kampaně nezačínají dřív než v červnu. Závěrečný díl neviditelného seriálu běžel na jiném kanálu v jiném čase, jako identita 13. ročníku Festivalu krátkých filmů. Odmítnutý návrh pro velkého karlovarského bratra přesunula společná mateřská organizace do Prahy.

Díky Barťák

A to už jsme u legendárních zakouřených schvalovaček, v hlavní roli s Jiřím Bartoškou, který vládne celou silou své dramatické osoby diskuzím o tom, zda číslo 47 je „filmovější“ než například fotostory, a vše ostatní zůstává ve funkci rekvizity či komparzu. Najbrt dokázal v oblasti grafického designu mnohé i proto, že umí vyjít s osobnostmi, jako je Josef Koudelka, Zdeněk Sklenář nebo právě Bartoška. A příběh dosavadních třidvaceti let spolupráce je příběhem o narážení snů a reality nejen ve smyslu nadějí pro malou zemi a její festival, který se různě posouvá z východu do středu Evropy a zpět, ale i ve smyslu konfrontace ideálů designérů a vnějších okolností. „Vary jsou dost odpracovaná zakázka. Někdo si myslí, že nám Barťák schválí ležatou osmičku, protože už mu je všechno jedno a my můžeme přinést cokoli, ale je to naopak. Často nechce, co mu nabízíme,“ odhaluje Lednická.⁵ „Barťák je neuvěřitelně věrný klient, ale pořád na nás má velké nároky. Chce vidět návrhy, aby si mohl vybrat, protože ho baví do procesu zasahovat. Výjimečné je to v tom, že nám často schválí naprosto nečekané věci. Schválil Eddieho, Tros Sketos i číslo 47. Na to je třeba se dívat z hlediska rozpočtu a serióznosti festivalu. Z hlediska sponzorů a politiků, kteří o jeho existenci rozhodují. Je radost, že tyhle věci přijímá,“ vypočítává Najbrt.

Někdy se konfrontují ideály designérů mezi sebou a vášnivě se diskutuje o tom, které návrhy ukázat. Každý má svoje favority, někdo přípravou strávil týdny a jiný prezentuje. „Na 47. jsme měli několik verzí a Barťák překvapivě vybral ten nejextrémnější,“ vysvětluje Najbrt. Následující rok se o to víc trápili s tím, jak navázat na radikální gesto. Přinesli



13TH
FESTIVAL KRÁTKÝCH
FILMŮ PRAHA
PRAGUE SHORT
FILM FESTIVAL
KINO SVĚTOZOR
KINO PILOTŮ
17-21/1/2018

PRAGUESHORTS.COM



13TH
FESTIVAL KRÁTKÝCH FILMŮ PRAHA
PRAGUE SHORT FILM FESTIVAL
KINO SVĚTOZOR, KINO PILOTŮ
17-21/1/2018

PRAGUESHORTS.COM



⁵ Autorem 48. ročníku je Petr Štěpán.



13TH FESTIVAL KRÁTKÝCH FILMŮ PRAHA
PRAGUE SHORT FILM FESTIVAL
KINO SVĚTOZOR, KINO PILOTŮ
17-21/1/2018 PRAGUESHORTS.COM



13TH FESTIVAL KRÁTKÝCH FILMŮ PRAHA
PRAGUE SHORT FILM FESTIVAL
KINO SVĚTOZOR, KINO PILOTŮ
17-21/1/2018 PRAGUESHORTS.COM



13TH FESTIVAL KRÁTKÝCH FILMŮ PRAHA
PRAGUE SHORT FILM FESTIVAL
KINO SVĚTOZOR, KINO PILOTŮ
17-21/1/2018 PRAGUESHORTS.COM



pět různých návrhů a stejně museli přijít znovu. Bartoškovi se zalíbilo v černých číslech a ze série nechtěl slevit.

Někdo by možná mohl mít identitu jako kalendář víceméně neustále, ale taková představa budí ve studiu rozporné reakce. „Fakt, že k identitě přistupujeme každý rok vlastně od nuly, je unikátní. I další festivaly, Cannes nebo Rotterdam, začaly každoročně připravovat jiný vizuál, ale přistupují k nim konzervativně. Tak jako my to nedělá nikdo,“ myslí si Najbrt, který má rád jistotu čitelných, uzavřených celků. Je umělec možného a je spokojený, když návrh projde. Lednická chce vždycky víc a uvažuje v souvislostech. Ve Varech má za sebou dvě trojice a má ráda edice, spíš než izolované jednotlivosti, kde je v jednom tvaru řečeno vše. „Pořád se snažím smířit s tou různorodostí. Aleš to vnímá tak, že každý rok funguje nezávisle a diváci čekají, s čím přijdeme. Ale když si to člověk představí na restauraci, je to jako pokaždé přijít do trochu jiného podniku,“ říká spolumajitelka studia, která v rámci vizuální čistoty designérům odstranila odpadkové koše. Jednotnou myšlenku na ploše několika ročníků ostatně studio rozvíjí u jiných událostí – Pražského jara, Strun podzimu, sezon České filharmonie nebo veletrhu dětského designu mini. V současné nadprodukcí vynikají větší celky. „Pro mě je kontinuita důležitá a nemám ráda, když je něco jiné jenom, aby to bylo jiné. Koncept posiluje, když navazuje na to, co bylo před ním.“



13TH FESTIVAL KRÁTKÝCH FILMŮ PRAHA
PRAGUE SHORT FILM FESTIVAL
KINO SVĚTOZOR, KINO PILOTŮ
17-21/1/2018 PRAGUESHORTS.COM



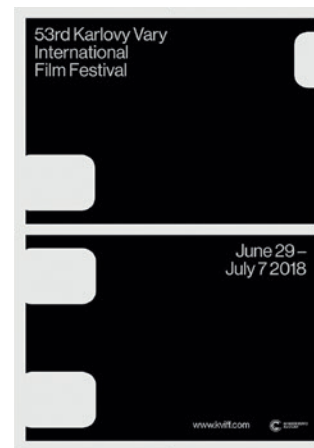
13TH FESTIVAL KRÁTKÝCH FILMŮ PRAHA
PRAGUE SHORT FILM FESTIVAL
KINO SVĚTOZOR, KINO PILOTŮ
17-21/1/2018 PRAGUESHORTS.COM



13TH FESTIVAL KRÁTKÝCH FILMŮ PRAHA
PRAGUE SHORT FILM FESTIVAL
KINO SVĚTOZOR, KINO PILOTŮ
17-21/1/2018 PRAGUESHORTS.COM

Kdo se dívá zpětně na karlovarské identity, může vidět střídání rukopisů a s nimi střídavé nahazování a zase shazování elegance, přítakávání princům nebo chudásům, i klikčování momentálně prosaditelných návrhů. Mít v rukou zakázku téměř čtvrt století je výjimečná příležitost přesáhnout obzor jednoho roku. To ale nepočítá se situací, kde se ani po letech nikdy přesně neví, co přijde, a každý rok se začíná, jako by žádný odkaz neexistoval. Vizuál se schvaluje jen na jeden ročník dopředu a jeho působnost je omezená i koncepčně. Festival nedrží jednotnou linii v úvodním a závěrečném ceremoniálu, festivalové architektuře a vizuálech, případně znělce. Tyto profese spolu většinou nekomunikují. „Dřív znělka dost jasně určovala, jak bude plakát vypadat. Tam, kde se to povedlo propojit, třeba v ročnících 36, 37, 39 a 41, vznikla celistvá věc, v níž se síly násobily,“ uzavírá Lednická.

Pestrost přístupů varských vizuálů dobře ilustruje procesy a profil studia, jehož zakladatel v posledních deseti letech čím dál víc uvolňuje místo kolektivu. A probíhající diskuze otevírá možnosti dalšího vývoje. „Asi bych už dávno ztratil sílu to dělat, kdybych neměl kolem sebe kolegy, se kterými Vary vymýšlíme a konstantě nepřicházeli s nápady,“ uzavírá Najbrt.



„Pořád se snažíme lidi přitahovat, udělat z festivalu téma hovoru, vzbudit zájem. Je důvod vířit prach a na festival neustále upozorňovat. Konkurence je veliká, dneska už má svůj festival úplně všechno. Dáváme signál, že ve Varech to žije, něco se tam děje. Pořád se snažíme vymyslet něco nového a lidi vyprovokovat. Ať už se jim to líbí, nebo nelíbí, šťve je to, jsou nadšení, chtějí přijet... Nutíme je zaujmout postoj.“



Foto: Tono Stano, Adam Holý, Václav Jirásek,
Michal Šeba, Jan Šibík, Milan Jaroš,
Jiří Veselka, Aleš Najbrt, archiv KVIFF
© Studio Najbrt, 2018