

Vizualni identitet za kpop festival

Jemić, Gabriela

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:957374>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-07**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 201/MED/2023

Vizualni identitet za K-pop festival

Gabriela Jemić, 0336042587

Koprivnica, rujan, 2023.godine



**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 201/MED/2023

Vizualni identitet za K-pop festival

Student

Gabriela Jemić, 0336042587

Mentor

Luka Daniel Borčić, doc.art.


Koprivnica, rujan, 2023.godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za umjetničke studije		
STUDIJ	preddiplomski sveu ilišni studij Medijski dizajn		
PRISTUPNIK	Gabriela Jemić	MATIČNI BROJ	0336042587
DATUM	12.07.2023.	KOLEGIJ	Vizualne komunikacije
NASLOV RADA	Vizualni identitet za kpop festival		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	visual identity for kpop festival		
MENTOR	doc. art. Luka Borčić	ZVANJE	doc. art.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. Doc. art. dr. sc. Mario Periša, predsjednik povjerenstva		
	2. doc. art. Luka Borčić, mentor		
	3. izv. prof. art. Iva-Matija Bitanga, član		
	4. doc. art. Niko Mihaljević zamjenski član		
	5.		

Zadatak završnog rada

BROJ	201/MED/2023		
OPIS	<p>Cilj završnog rada je projektirati vizualni identitet kpop glazbenog festivala kroz standardne elemente vizualnog identiteta poput dizajna logotipa, plakata, programske knjižice, ulaznica, zastava i sl. Želja je osmisliti vizualnu komunikaciju koja prati duh žanra, ali se i na nešto inovativniji način izdvaja od ostalih već postojećih kpop festivala. Iz tog razloga teorijski dio bi sadržavao i istraživanje o uspjesima i neuspjesima ostalih festivala za kpop glazbu.</p> <p>U ovom radu student će:</p> <ul style="list-style-type: none">- sam sebi kreirati "brief" za projektiranje (osmisliti ime, lokaciju, izvođače i sl.), generirati sav potreban sadžaj- istražiti će postojeće kpop i druge festivale na kojima nastupaju kpop izvođači- odabrati smjer vizualnog identiteta- izraditi finalni vizualni identitet (logotip, plakat, programsku knjižicu, ulaznice, zastavu i sl.)		
ZADATAK URUČEN	12.9.2023.	POTPIS MENTORA	

Predgovor

Svoj završni rad na temu „Vizualni identitet za K-pop festival” odabrala sam zbog ljubavi prema K-pop glazbi i iz razloga što sam zadivljena kreativnim procesom kroz koji K-pop industrija prolazi u stvaranju vizualnih identiteta i koncepta grupa. Kroz K-pop sam shvatila koliko se truda ulaže u najmanje detalje. Problem na koji sam nailazila je bio taj da obično festivali za K-pop glazbu ne pridodaju isti trud i rad u stvaranju vizualnih identiteta za festivale koji slave i predstavljaju toliko kreativnu glazbenu industriju.

Sažetak

Vizualni identitet za izmišljeni K-pop festival pod nazivom „Universe” kreiran je od samog koncepta grupa u k-popu. K-pop je poznat po tome da svaka grupa ima svoj izmišljen svijet kroz koji grade glazbu i cijeli svoj vizualni identitet grupe. Festival „Universe” je festival koji bi bio kao mali svemir za sebe, gdje bih se ljubitelji našli i uživali u glazbi i na neki način dobili doživljaj da su u nekom drugom svijetu. Za vizualni identitet kreiran je logotip, plakat, raspored izvođača, ulaznica, identifikacija, zastava i roba za promociju festivala.

Ključne riječi: festival, K-pop, vizualni identitet, Universe

Summary

The visual identity for the fictional K-pop festival called „Universe” was created from the very concept of a K-pop groups. K-pop is known for each group having their own fictional world through which they build their music and their entire visual group identity. The „Universe” festival is a festival that would be like a small world of its own, where fans would meet and enjoy the music and somehow get the feeling that they are in another world. The visual identity of festival was created as: a logo, poster, schedule of performers, tickets, identification, flag and merch for the festival.

Keywords: festival, K-pop, visual identity, universe

Popis korištenih kratica

K-pop Korejska popularna glazba

BTS Bulletproof Boy Scouts

TXT Tomorrow By Together

NCT Neo Culture Tehnology

IVE Innovation Visual Entertainment

PT Point

VIP Very Important Person

List of used abbreviations

K-pop	Korean popular music
BTS	Bulletproof Boy Scouts
TXT	Tomorrow By Together
NCT	Neo Culture Technology
IVE	Innovation Visual Entertainment
PT	Point
VIP	Very Important Person

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. KPOP.....	2
2.1. Što znači K-pop?	2
2.2. Što je K-pop glazba?.....	2
2.3. Što je K-pop na korejskom?	2
2.4. Koje su karakteristične značajke K-popa?.....	2
3. Vizualni identitet u k-popu.....	4
3.1. Konceptne fotografije i teme	4
3.2. Strateško razmišljanje.....	5
3.2.1. Primarni logo.....	6
3.2.2. Logo za fanove	7
3.2.3. Ujedinjeni logotip.....	7
4. Kako tipografija oblikuje brend K-Pop grupe?	9
4.1. Kako se imenuju k-pop grupe?	9
4.2. Zašto je tipografija neophodan element u vizualnom brendiranju K-pop grupa?	9
4.3. Analiza tipografije logotipa	11
4.3.1. AESPA	11
4.3.2. NCT.....	11
4.3.3. TXT	12
4.3.4. IVE	12
5. Glazbeni festivali.....	13
5.1. K-pop festivali	14
5.1.1. K-Music Festival	14
5.1.2. Gangnam Festival.....	14
5.1.3. KCON.....	15
5.1.4. KPOP.FLEX.....	15

5.2.	Festivali s gostujućim k-pop izvođačima	16
5.2.1.	Coachella Valley Music and Arts Festival	16
5.2.2.	Lollapalooza	16
6.	Proces rada	18
6.1.	Zašto K-pop festival?.....	18
6.2.	Skice – nastanak ideje.....	18
6.3.	Izrada plakata.....	19
6.3.1.	Što je Y2K?	20
6.4.	Korištena Tipografija.....	21
6.5.	Finalizacija plakata	21
6.6.	Mockup plakata	23
7.	Ostali promotivni materijali	24
8.	Zaključak.....	29
9.	Literatura	31
10.	Popis slika	32
11.	Prilozi	35

1. Uvod

Korejska je glazba u posljednjih nekoliko godina postala sve popularnija i doprla do zapadne publike više nego ikad prije. Zbog novostečene popularnosti žanra, glazbeni festivali u Južnoj Koreji su u porastu i privlače i strane i lokalne vrhunske talente, dok K-pop festivali u zapadnom djelu svijeta tek počinju dobivati svoju popularnost.

Kada je riječ o izradi vizualnog identiteta K-pop festivala, to je uzbudljiva prilika za spajanje živahne energije, zadivljujućih izvedbi i jedinstvenog stila K-popa u kohezivno iskustvo brenda. U svom seminarskom radu istražiti ću proces dizajniranja logotipa, odabira paleta boja i stvaranja vizualno zapanjujuće grafike koja ne samo da predstavlja bit K-popa, već ostavlja i trajan dojam na posjetitelje festivala. Udubljujući se u svijet K-pop estetike, možemo otkriti tajne stvaranja vizualnog identiteta koji se uistinu ističe i osvaja srca obožavatelja.

2. KPOP

2.1. Što znači K-pop?

K-pop je kratica za korejsku popularnu glazbu. Najčešće je poznat kao K-pop, što je *mainstream* glazba koja potječe iz Južne Koreje.

Najčešće ćete vidjeti korejski pop napisan kao K-pop, K pop, Kpop, K-Pop i KPOP. [2]

2.2. Što je K-pop glazba?

Izraz K-pop uključuje mnogo različitih glazbenih elemenata i drugih žanrova pod svojim „kišobranom”. Uz korejski pop, može uključivati i korejsku rock glazbu, hip hop i elektronsku glazbu. K-pop se danas smatra prilično novim oblikom glazbe, no vrsta K-pop glazbe koju danas slušate nastala je 1990-ih godina. [2]

Međutim, korijeni K-popa započeli su 1950-ih i od tada su već bili pod velikim utjecajem različitih tipova zapadne glazbe i pop grupa. Američka pop glazbena kultura posebno je imala i još uvijek ima velik utjecaj na K-Pop. [2]

2.3. Što je K-pop na korejskom?

Ranije smo saznali da K-pop znači korejska popularna glazba. Međutim, K-pop na korejskom je 대중음악 (*daejeungeumak*). Ovaj pojam doslovno znači pop glazba. No, ovaj izraz može biti pomalo formalan ili literaran, tako da mnogi mladi umjesto njega koriste 가요 (*gayo*), što znači pjesma. [2]

2.4. Koje su karakteristične značajke K-popa?

Za stvaranje različitih koncepata K-pop glazbe koristi se puno različitih žanrova. Većina K-pop grupa ima određenog repera i posebna karakteristika je ta da se engleske fraze miješaju s južnokorejskim tekstom u pjesmi. K-pop koreografije uglavnom imaju jake i sinkronizirane pokrete, s članovima koji mijenjaju pozicije više puta u rutini. Ovo je strategija koja se zove 자리바꿈 (*jaribaggum*), ili „promjena formacije”. [2]

Također je planirano da se pokreti koreografija ponavljaju i izazivaju da se koreografija što brže zapamti za viralan Tik tok izazov. Isto tako da odgovaraju konceptu svake pjesme. Izraz za to

je 포인트 안무 (*pointeu anmu*), ili „ples s točkama”, zbog čega su neki plesovi i pjesme postali posebno viralni.

Na primjer, Psyjeva „Gangnam Style”, Super Juniorova „Sorry Sorry”, INFINITE-ova „Be Mine”, Brown Eyed Girls „Abracadabra”, i Blackpinkova „DDU DU DDU DU” sve su imale koreografiju koja je svaku pjesmu učinila jako upečatljivom i nezaboravnom. Osim toga, jednako je važna upečatljiva odjeća grupa ili umjetnika koja se koristi u nastupima i glazbenim spotovima. [2]

3. Vizualni identitet u k-popu

3.1. Konceptne fotografije i teme

Jedan uobičajeni aspekt K-popa je korištenje koncepata, definiranih kao teme (umjetnički stil) vizualnih elemenata za njihove povratke. Svaki put kada se potvrdi povratak idola/grupe, njihov tim odlučuje o vizualnoj temi koja bi dala ton ostatku albuma. Konceptne ideje i teme uspostavljaju osjećaj identiteta za ove grupe, dodajući njihovu jedinstvenost. [3]



Slika 3.1.1. Koncept fotografija grupe Aespa



Slika 3.1.2. Koncept fotografija grupe NCT Dream

Od početka K-popa do danas, koncepti su bili jedna od najranijih industrijskih taktika u formiranju njihovih grupa i određivanju njihovog imidža. [3]

Upotreba koncepata je jedna stvar koja ovaj glazbeni žanr čini različitim od ostalih. Svaki koncept priča priču. Nadogradnja na toj priči ključna je u industriji. Ovi koncepti utječu na njihovu odjeću, nastupe, fotografije, koreografije, a ponekad i na sam izbor pjesama te tekstove. Njihova upečatljiva odjeća i usklađenost boja ono je što često određuje vizualnost koncepta. Koreografije se uglavnom oslanjaju na snažne, sinkronizirane pokrete, s članovima koji mijenjaju položaje više puta u rutini. [3]

Svaki član koji izvodi određenu ulogu u dobro posloženoj koreografiji uključuje vizualni *hook* – ponovljeni plesni niz koji odgovara melodiji i tekstu pjesme. Ovisno o konceptu grupe, koreografije i drugi vizualni aspekti uvelike ovise o izboru. Kada budu izabrani, njihova uprava počinje s pripremama u sortiranju njihovog povratka. Fotografiranje je najvažniji dio, koristeći odabranu temu pri određivanju položaja, odjeće i koordinacije boja. [3]

Popularna K-pop grupa Stray Kids objavila je svoj album „Oddinary” s njihovom naslovnom pjesmom „Maniac”, konceptualna tema za ovaj povratak bila je mračna, Noć vještica, estetika nadahnuta *Coraline* (inspirirana američkim animiranim filmom *Coraline* iz 2009.). [3]



Slika 3.1.3., Slika 3.1.4, Koncept fotografija grupe Stray Kids

3.2. Strateško razmišljanje

Najveća stvar po kojoj se K-pop grupe ističu je njihov temeljit pristup brendiranju i marketingu. Svaka K-pop grupa ima ime, web stranicu, logo, službene boje, svjetlosni štamp; a fanovi za svaku grupu također imaju sve te stvari. Sve su te stvari pažljivo isplanirane prije nego što grupa uopće debitira. To je nešto što se ne događa s američkom pop glazbom i može biti najveći šok za dio međunarodnih obožavatelja koji ulaze u okružje K-pop grupe; imaju toliko toga za naučiti. [4]

Kada je u pitanju K-pop, pojam „povremeni slušatelj” zapravo ne postoji. „Svatko dobije kuću... kao u *Hogwartsu*”. Obožavatelji svake grupe ukrašeni su košuljama, šeširima, torbicama, čak i ogrtačima, s bojama ili logotipom svoje grupe. U svrhu ove analize, promatrat ću samo grupu BTS, logotipe i njihov svjetlosni štamp (eng. *lightstick*). [4]

BTS je trenutno najpoznatija korejska pop grupa u svijetu koja je oborila mnogo rekorda posljednjih godina. Prevedeno na engleski, *Bangtan Sonyeondan* znači *Bulletproof Boy Scouts* odnosno na hrvatskom – izviđači otporni na metke. Često ih se naziva BTS, što je njihovim međunarodnim obožavateljima obično lakše izgovoriti. [4]



Slika 3.2.1. Grupa BTS

3.2.1. Primarni logo



Slika 3.2.2. Logo grupe BTS

Njihov logo, jednostavna, ali snažna slika, izvrstan je primjer emocionalne povezanosti obožavatelja s ovom grupom. [4]

Oblik rešetki stvara sliku otvaranja dvaju vrata. Ovo oponaša prizor koji obožavatelji vide trenutak prije nego što grupa izađe na pozornicu ili na okupljanje obožavatelja. (U Koreji grupe obično imaju „sastanke obožavatelja” koji uključuju igru grupe na pozornici, razgovore o svojim životima, ponekad kratki nastup i potpisivanje autograma. To se obično događa nakon izdavanja velikog albuma). Oponašanjem tog prizora, fanovi se odmah podsjećaju na svoja nevjerovatna sjećanja s koncerata i iščekivanja da vide članove grupe. Slika prolaza kroz vrata također treba simbolizirati odlazak benda u bolju budućnost. [4]

3.2.2. Logo za fanove



Slika 3.2.2. Logo obožavatelja grupe BTS (ARMY)

Njihovi fanovi se zovu ARMY, odajući počast njihovom pomalo militarističkom nazivu, *Bulletproof Boys*. Logo ARMY namjerno je vrlo sličan logotipu grupe. Jednostavno naličje logotipa grupe, dajući obožavateljima pogled na vrata iz perspektive BTS-a. Još jednom, povezivanje obožavatelja i umjetnika s ove dvije komplementarne slike. [4]

Ideja je možda jednostavna, ali je također moćna jer obožavateljima omogućuje da vide kako su u istoj grupi kao i članovi grupe. Susreću se s istim osobnim borbama usamljenosti i samopoštovanja, što je fokus većine glazbe grupe BTS. [4]

Oba logotipa fokusiraju se na točan trenutak uspostavljanja izravne veze između umjetnika i slušatelja. Ovaj podsjetnik pomaže obožavateljima da izgrade jaču vezu s grupom. [4]

3.2.3. Ujedinjeni logotip



Slika 3.2.3. Prikaz ujedinjenih loga grupe BTS i njihovih obožavatelja ARMY

Treća varijacija logotipa spaja ove oblike u jedinstveni znak. Kada se svi dijelovi spoje, otkriva se slika većeg otvora vrata. Štoviše, ako oduzmete bijeli prostor, on postaje štit - još jedna poveznica s njihovim imenom *Bulletproof Boy Scouts*. [4]

Dopuštanje da se svi logotipi spoje u jednu oznaku povezuje moto benda o zajedništvu s njihovim obožavateljima. Stalno ističu kako su blisko povezani sa svojim obožavateljima. [4]

4. Kako tipografija oblikuje brend K-Pop grupe?

4.1. Kako se imenuju k-pop grupe?

K-pop grupe nazivaju se na različite načine, a postupak imenovanja grupe može varirati ovisno o tvrtki koja upravlja grupom i konceptu koji grupa treba utjeloviti. Mnogo je odluka uključenih u proces imenovanja u K-pop industriji, na primjer, imenovanje grupe, imenovanje koncepta i imenovanje obožavatelja. Sve je to važno kako bi se osiguralo da je debitantska grupa dobro osmišljena.

Mnoge K-pop grupe imenovane su prema svojim tvrtkama za upravljanje. U ovom slučaju, naziv grupe odabire tvrtka na temelju različitih čimbenika, kao što su imidž ili koncept grupe, potencijalna utrženost imena i ciljana publika grupe. Na primjer, grupe EXO i NCT su imenovane od strane njihove kompanije za upravljanje, SM Entertainment. Dok su BTS i TXT imenovani od strane BigHit Entertainmenta.

Neke K-pop grupe nazvane su na temelju koncepta koji grupa treba utjeloviti. To može uključivati određeni stil glazbe, određenu sliku ili estetiku, ili kulturnu ili povijesnu referencu. Na primjer, ime grupe BLACKPINK trebalo bi predstavljati ideju grupe koja je i žestoka i ženstvena. Iako je XG akronim za „Xtraordinary Girls”, grupa nastoji oboriti s nogu mlade ljude diljem svijeta.

Nekim K-pop grupama ime su dali njihovi obožavatelji, posebno kada je grupa još u ranoj fazi i još nije službeno imenovala njihova tvrtka za upravljanje. U tom slučaju, fanovi mogu smisliti potencijalna imena za grupu i glasati za svoje favorite, pri čemu se pobjedničko ime prihvaća kao službeni naziv obožavatelja grupe. Primjeri uključuju Army iz BTS-a, MOA za TXT, Blinks za BlackPink, Carat za Seventeen i mnoge druge.

4.2. Zašto je tipografija neophodan element u vizualnom brendiranju K-pop grupa?

Tipografija je bitan element u vizualnom brendiranju K-pop grupa i igra značajnu ulogu u dizajnu grupnih logotipa. Logotip je neprepoznatljiviji element brenda i često je prva stvar koju fanovi povezuju s njihovim omiljenim K-pop grupama. Dobro dizajniran logotip može pomoći grupi da se istakne iz gomile i stvori snažan identitet robne marke koji obožavatelji mogu lako prepoznati i s kojim se mogu poistovjetiti. [5]

K-pop logotipi obično su dizajnirani s tipografijom, umjetnošću i tehnikom raspoređivanja slova kako bi pisani jezik bio čitljiv i privlačan kada se prikazuje. Tipografija koja se koristi u logotipu može prenijeti niz emocija i poruka, ovisno o stilu i dizajnu. Na primjer, odvažna i oštra tipografija može se koristiti za prenošenje osjećaja snage ili moći, dok se mekana i delikatna tipografija može koristiti za stvaranje romantičnije ili otkačenije slike. [5]



Slika 4.2.1. Prikaz logotipa K-pop grupa

Mnoge K-pop grupe imaju logotipe koji imaju stiliziranu tipografiju, što znači da su slova dizajnirana da izgledaju jedinstveno i razlikuju se od standardnih fontova. Ovi logotipi često uključuju elemente slike ili poruke grupe, kao što je simbol ili grafika koja predstavlja koncept grupe. Na primjer, logo za grupu BLACKPINK sadrži slova „BLACKPINK” što odražava imidž grupe kao moćne i samouvjerene. [5]



Slika 4.2.2. Logotip grupe Blackpink

Tipografija je također ključna u stvaranju kohezivnog i dosljednog vizualnog brenda za K-pop grupu. Tipografija koja se koristi u logotipu grupe često se prenosi na druge elemente brendiranja, kao što su naslovnice albuma, roba i promotivni materijali. To pomaže stvoriti jedinstvenu i prepoznatljivu sliku grupe u svim njezinim medijima i marketinškim kanalima. [5]

4.3. Analiza tipografije logotipa

4.3.1. AESPA

Tipografija iza logotipa Aespa ima elegantan, futuristički font koji nadopunjuje visokotehnoški koncept grupe. Naziv „Aespa” stiliziran je velikim slovima, a slova „A” i „E” povezana su vodoravnom crtom. Slova su dizajnirana da izgledaju trodimenzionalno, s oštrim rubovima i kutnim oblicima koji logotipu daju futuristički izgled. [5]

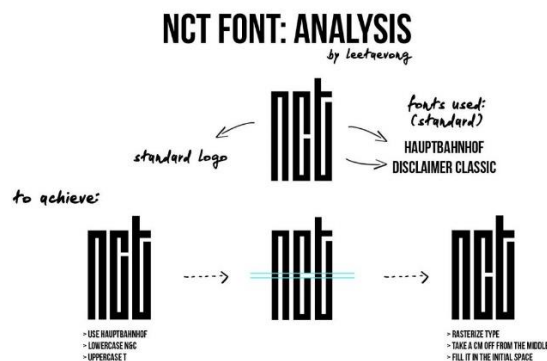


Slika 4.3.1. Logotip grupe Aespa

Tipografija i elementi dizajna logotipa Aespa pažljivo su izrađeni kako bi odražavali koncept grupe „avataara” i njihovu upotrebu umjetne inteligencije u glazbi i nastupima. Korištenje oštrih, kutnih oblika i trodimenzionalni izgled slova imaju za cilj pobuditi osjećaj vrhunske tehnologije i inovacije. [5]

4.3.2. NCT

Tipografija iza logotipa NCT (*Neo Culture Technology*) posebno je dizajniran font koji je kreiran posebno za grupu. NCT logotip ima podebljana, blok slova s oštrim kutovima, što mu daje futuristički i oštar izgled. Font je jedinstven po tome što sadrži kombinaciju velikih i malih slova, a svako slovo ima prepoznatljiv oblik koji nadopunjuje cjelokupni dizajn logotipa. [5]

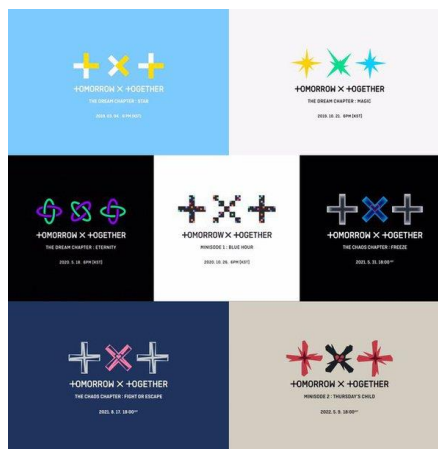


Slika 4.3.2. Logotip grupe NCT

Dizajn NCT logotipa inspiriran je konceptom „beskonačnih veza”, koji odražava globalni identitet grupe i njezin cilj povezivanja s obožavateljima diljem svijeta. Tipografija i elementi dizajna logotipa pažljivo su izrađeni kako bi odražavali ovaj koncept, pri čemu se svako slovo povezuje u kohezivnu i vizualno upečatljivu sliku. [5]

4.3.3. TXT

Logo grupe sadrži akronim „TXT” podebljan, velikim slovima, sa slovima „X” i „T” povezanim stiliziranom linijom. Tipografija je čista i moderna, sa sans-serif fontom koji odražava mladenački i suvremeni imidž grupe. [5]



Slika 4.3.3. Logotip grupe TXT

Logo je često popraćen jedinstvenim simbolom koji uključuje zvijezdu i krunu, što predstavlja koncept grupe „TXT”. Logo i simbol dosljedno su korišteni u promotivnim materijalima grupe, omotu albuma i robi, stvarajući snažan i prepoznatljiv identitet marke TXT. [5]

4.3.4. IVE

Ive je K-pop djevojačka grupa koja je debitirala u listopadu 2021. pod vodstvom Starship Entertainment-a. Naziv grupe znači „Innovation Visual Entertainment”, a njihov logo sadrži stilizirani „IVE” u podebljanom, sans-serif fontu. Slova su spojena, a „V” se proteže prema gore i zavija u obliku kruga iznad „I” i „E”. [5]



Slika 4.3.4. Logotip grupe IVE

5. Glazbeni festivali

Festival je organizirani događaj, koji obično traje nekoliko dana ili vikenda, a uključuje nastupe raznih glazbenika, pjevača i grupa. [6]



Slika 5.1. Fotografija festivala

Glazbeni festivali nevjerojatna su proslava umjetnosti, kulture i snage glazbe. Okupljaju ljude iz svih društvenih slojeva kako bi uživali u nastupima svojih omiljenih izvođača uživo, otkrili nove talente i stvorili nezaboravne uspomene. Živahna atmosfera, pulsirajući ritmovi i kolektivna energija publike čine glazbene festivale neusporedivim iskustvom. Bez obzira volite li rock, pop, hip-hop ili elektronsku glazbu, postoji festival koji će zadovoljiti vaš glazbeni ukus. Od trenutka kada kročite na festivalsko područje, bit ćete prebačeni u svijet ispunjen živopisnim pozornicama, očaravajućim svjetlosnim predstavama i atmosferom koja vrvi od uzbuđenja. Postava je uvijek puna raznolikog spektra umjetnika, što vam daje priliku da otkrijete nove favorite i svjedočite legendarnim nastupima. Prijateljstvo među posjetiteljima festivala je svakodnevno, jer stranci postaju prijatelji, plešući i pjevajući zajedno u savršenom skladu. To je prilika da pobjegnute od uobičajenog i prigrlite neobično, stvarajući uspomene koje će trajati cijeli život. [6]

5.1. K-pop festivali

5.1.1. K-Music Festival



Slika 6.1. Vizualni identitet K-music festivala

K-music festival jedan je od korejskih glazbenih festivala koji se održavaju u Velikoj Britaniji, točnije u Londonu. Događaj, koji se obično održava oko mjeseca listopada, pokušava izgraditi most između promocije i razmjene korejske popularne glazbe. [7]

Ovaj festival održava se već osam godina zaredom, a njegove izvedbe raspoređene su na pet pozornica koje se nalaze u različitim područjima gradova Londona i Norwicha. [7]

5.1.2. Gangnam Festival



Slika 6.2. Vizualni identitet Gangnam festivala

Gangnam Festival glazbeni festival koji se održava od 2017. godine u listopadu u jednoj od najpopularnijih četvrti Seula, po kojoj je i dobio ime: Gangnam. Na ovom događaju možete uživati u najistaknutijim izvođačima korejske popularne glazbe, budući da nudi brojne koncerte najboljih pjevača u svijetu K-popa. [7]

5.1.3. KCON



Slika 6.3. Vizualni identitet KCON festivala

KCON je godišnja konvencija koja se održava na lokacijama diljem svijeta, kreirao ju je Koreaboo, a organizira CJ E&M. Prvi put je održan u južnoj Kaliforniji 2012., a od tada se proširio na deset zemalja od 2022. [8]

Godine 2015. KCON se proširio na Japan, a zatim je ubrzo najavio prvi KCON USA na istočnoj obali. Godine 2016. KCON se proširio na Abu Dhabi, Ujedinjene Arapske Emirate i Pariz, Francuska. U siječnju 2017. KCON je najavio da će ugostiti svoj prvi KCON Mexico u Mexico City Areni. [8]

5.1.4. KPOP.FLEX



Slika 6.4. Vizualni identitet Kpop.flex festivala

KPOP.FLEX je najveći festival posvećen K-pop-u u Europi. Okupljajući tisuće obožavatelja, događaj slavi impresivnu umjetnost K-pop superzvijezda. [9]

Uz izvedbe koje oduzimaju dah, impresivne plesne sesije i prostore za interakciju s umjetnicima u sponu, KPOP.FLEX je nevjerojatno uranjanje u živahni svemir K-popa. [9]

Uz uzvišene obožavatelje i spektakularnu koreografiju, ovaj jedinstveni festival prenosi srce Koreje ravno u Europu, šireći svu energiju K-pop glazbe. [9]

5.2. Festivali s gostujućim k-pop izvođačima

5.2.1. Coachella Valley Music and Arts Festival



Slika 6.1.1. Vizualni identitet Coachella festivala

Coachella je godišnji glazbeni i umjetnički festival koji se održava u Empire Polo Clubu u Indiou, Kalifornija, u dolini Coachella u pustinji Colorado. Osnovali su ga Paul Tollett i Rick Van Santen 1999. godine, a organizira ga Goldenvoice, podružnica AEG Presents. [10]

„Djevojačka grupa BLACKPINK trebala bi predvoditi Coachella Valley Music and Arts Festival, jedan od najvećih glazbenih festivala u SAD-u, osnovan 1999. godine.” [1]

5.2.2. Lollapalooza



Slika 6.1.2. Vizualni identitet Lollapalooza festivala

Lollapalooza je godišnji američki četverodnevni glazbeni festival koji se održava u Grant Parku u Chicagu. Izvorno je započeo kao događaj na turneji 1991., ali nekoliko godina unazad Chicago je postao njegovo stalno mjesto. [1]

„U kolovozu će dječaćka grupa Tomorrow X Together (TXT) predvoditi još jedan veliki glazbeni festival, Lollapalooza, zajedno sa šest drugih izvođača uključujući Billie Eilish, Kendricka Lamara i Lanu Del Rey.“ [1]

6. Proces rada

6.1. Zašto K-pop festival?

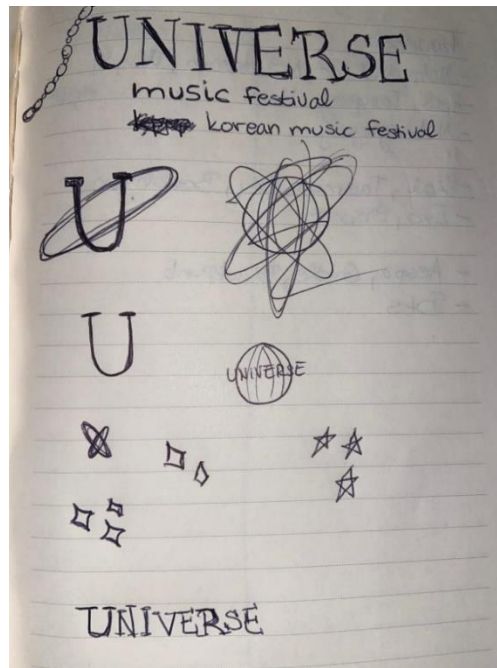
Kao što sam već navela da je jedan od uobičajenih aspekata K-popa korištenje koncepata, definiranih kao tema (umjetnički stil) vizualnih elemenata za njihove povratke, smatram da je tu promašena prilika da se takav aspekt ne prinese na sam festival koji reprezentira glazbu s takvim promišljenim konceptom. Iz tog razloga odlučila sam izraditi svoj vizualni identitet za festival uzimajući inspiraciju iz koncepta K-pop glazbe koju slušam.

6.2. Skice – nastanak ideje

Prije samog odabira kako bih identitet festivala izgledao trebalo je odabrati ime. Bilo je tu podosta ideja kao što su imena nekih od pjesama iz K-popa npr. *Temptation, Magic, Proof, Frost, Be*. Druga ideja je bila da bude možda nešto iz korejskog jezika primjerice „*chingu*” što u prijevodu znači prijatelj, no u završnici je odabir pao na ime *Universe*.

Universe festival bio bih kao mali svijet u kojem bi se svi obožavatelji K-pop glazbe našli i dobili doživljaj da u stvarnosti i jesu na nekom magičnom i posebnom svijetu odnosno mjestu. Ime *Universe* isto se može povezati s konceptom da svaka grupa ima neki svoj izmišljeni svijet po kojem grade svoj vizualni identitet i glazbu grupe.

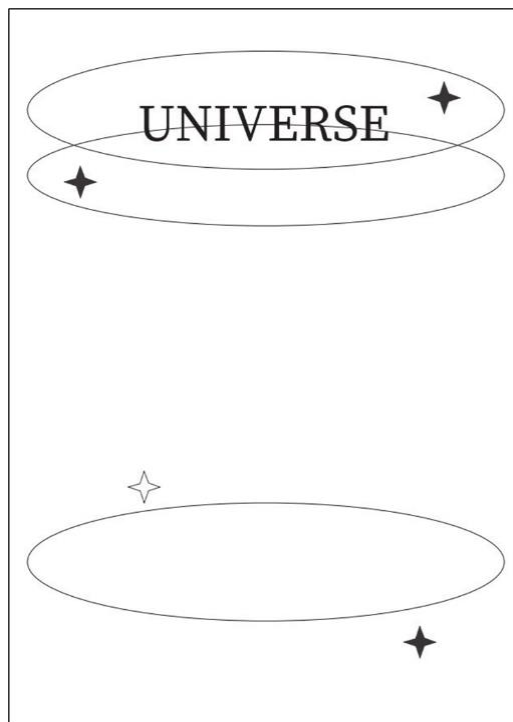
U samom procesu razvitka teme i ideje kako bih vizualni identitet festivala izgledao radila sam skice na papiru. U početku sam htjela da festival ima futuristički i minimalistički izgled, što se da primijetiti po odabiru serifnog fonta na skicama. Dok sam tako i razmišljala o samim idejama kako bih pridodala dizajnu festivala skicirala sam male zvijezde i elipse koje daju svemirski doživljaj.



Slika 7.2.1. Skica1

6.3. Izrada plakata

U programu Illustrator odlučila sam izraditi početnu skicu plakata B1 formata, kako bih dobila ideju kako će plakat festivala izgledati.

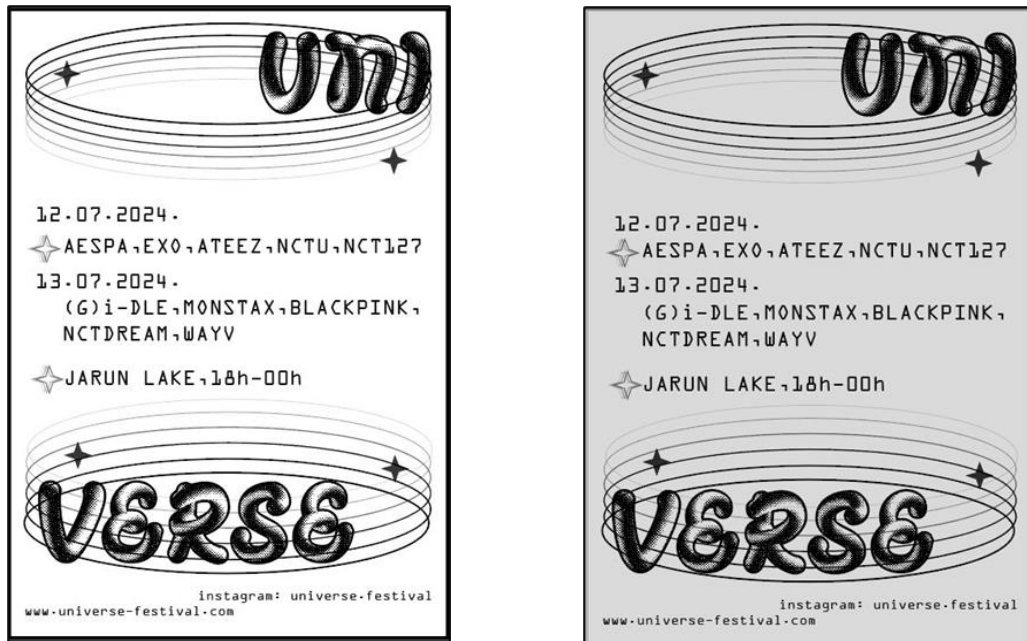


Slika 7.3.1. Skica2

Iako je prvobitna ideja dizajna bila minimalizam, dizajn se činio prazno i previše jednostavno.

Iz tog razloga promijenjen je font. Font za koji sam se odlučila je pod nazivom *Organical personal use bold italic* i za sekundarni font *OCR A Extended*.

Odabirom navedenog fonta mijenja se prvobitna tema dizajna.



Slika 7.3.2. Prikaz prve verzije plakata

Dizajn sada dobiva novo ruho i prelazi iz futurističko-minimalističke ideje u y2k stil. Naravno y2k stil ima futurističke elemente, no više u zaigranijem i veselijem stilu nego sofisticiranom i jednostavnom kojem sam prvobitno htjela. Isto tako u zadnjih godinu dvije y2k stil jako je popularan u K-pop dizajnu – što sam smatrala da još više pridonosi dizajnu za K-pop festival.

Na primjerima je prikazana prva verzija plakata. Za daljnju razradu dizajna definirala sam da su glavni elementi koji će činiti sam dizajn biti tipografija logotipa i ostalog teksta, simboli zvijezda i elipse. Na plakatu sam navela najvažnije informacije kao što su: naziv festivala odnosno logotip, datum i mjesto održavanja, izvođače i moguću stranicu i Instagram za dodatne informacije. Iako je ovo solidna verzija, nedostajalo je boje, jer y2k stil zahtjeva boju.

6.3.1. Što je Y2K?

Za grafički dizajn, Y2K je trend koji koristi mnogo svjetlucavih, metalnih i futurističkih elemenata. Prepoznatljiv je po *bubble gum pink* boji, svim stvarima vezanim za tehnološki entuzijazam i fontovima inspiriranim internetom. Y2K estetika također koristi mnogo naljepnica, kromirane boje i bold fontove.

6.4. Korištena Tipografija

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

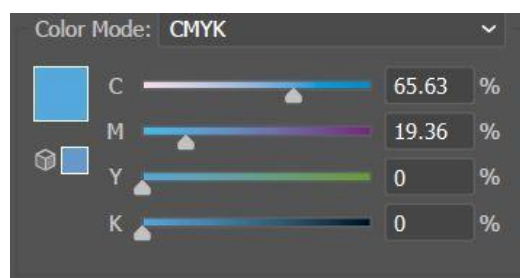
Slika 7.5.1. Primarni font *Organical personal use bold italic*

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
0123456789

Slika 7.5.2. Sekundarni font *OCR A Extended*

6.5. Finalizacija plakata

U finalizaciji plakata bila je najvažnija odluka boje. Boja za koju sam se odlučila je plava.



Slika 7.6.1. Prikaz korištene boje

Plava boja u teoriji boja predstavlja nebo i povezuje se s otvorenim prostorima, slobodom, osjetljivošću, maštom, intuicijom i inspiracijom. Plava također predstavlja značenje povjerenja, odanosti, samopouzdanja, stabilnosti – baš sve što bi ovaj festival bio. [11] Boja koja se širi kroz plakat u gradijentu još više pridonosi y2k stilu. Gradijent sam dosta primjećivala kako u K-pop dizajnu tako i u ostalom dizajnu. Jako je popularan u zadnje vrijeme i koristi se u

različitim vrstama dizajna. Jedna od bitnih promjena na plakatu je taj da je tekst centriran radi lakše čitljivosti i kako fokus od teksta ne bi oduzimao gradijent, u ovoj verziji gradijent pridonosi samom dizajnu. Neizostavan element koji daje karakter plakatu su zvijezde koje su u mix-u crne i bijele ili samo crne ili samo bijele; te elipse koje daju iluziju nestajanja, koju sam dobila tako što sam svaku sljedeću liniju elipse smanjila za jedan pt (point).



Slika 7.6.2. Prikaz gotovog plakata

6.6. Mockup plakata



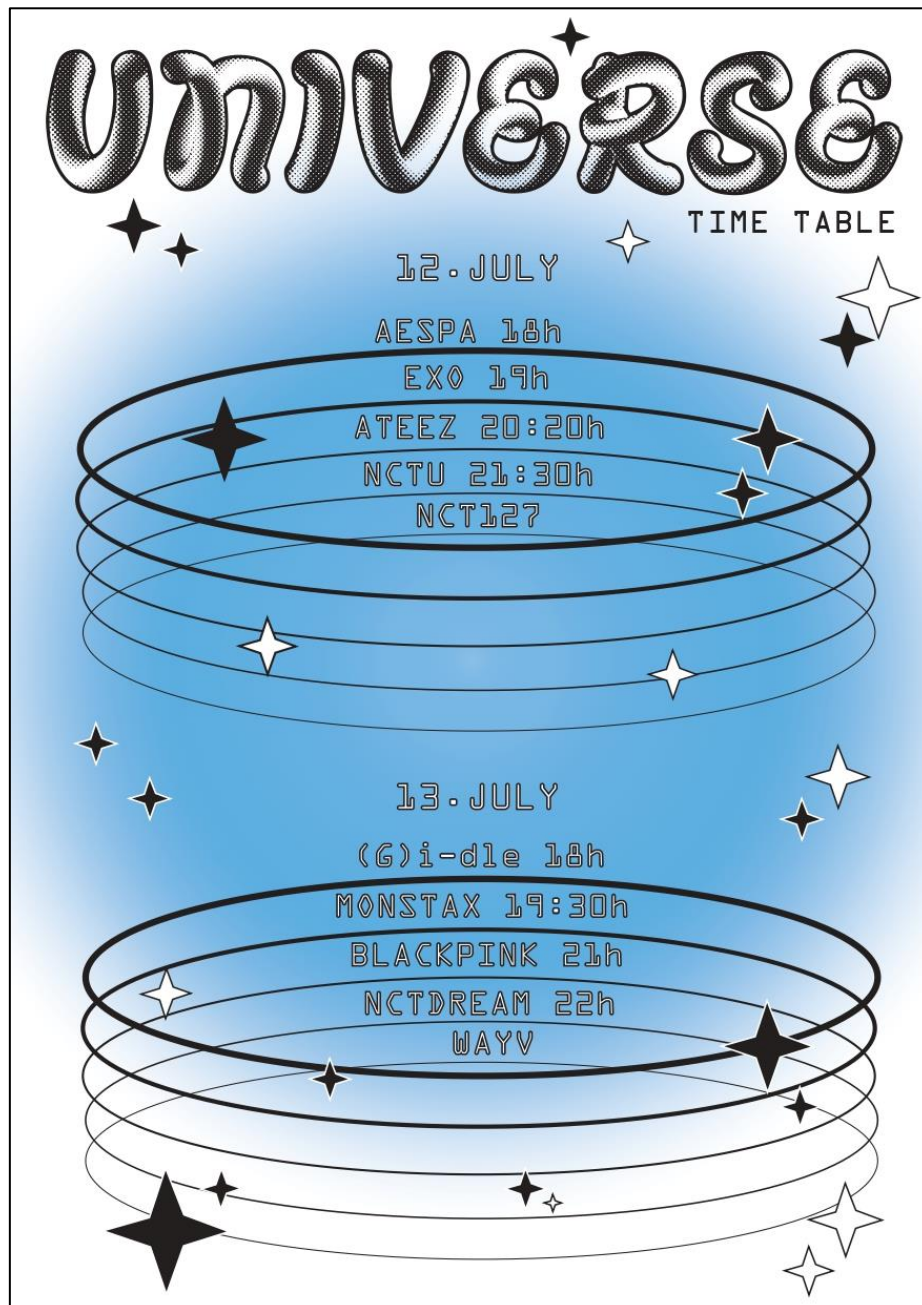
Slika 7.7.1. Mockup plakata1



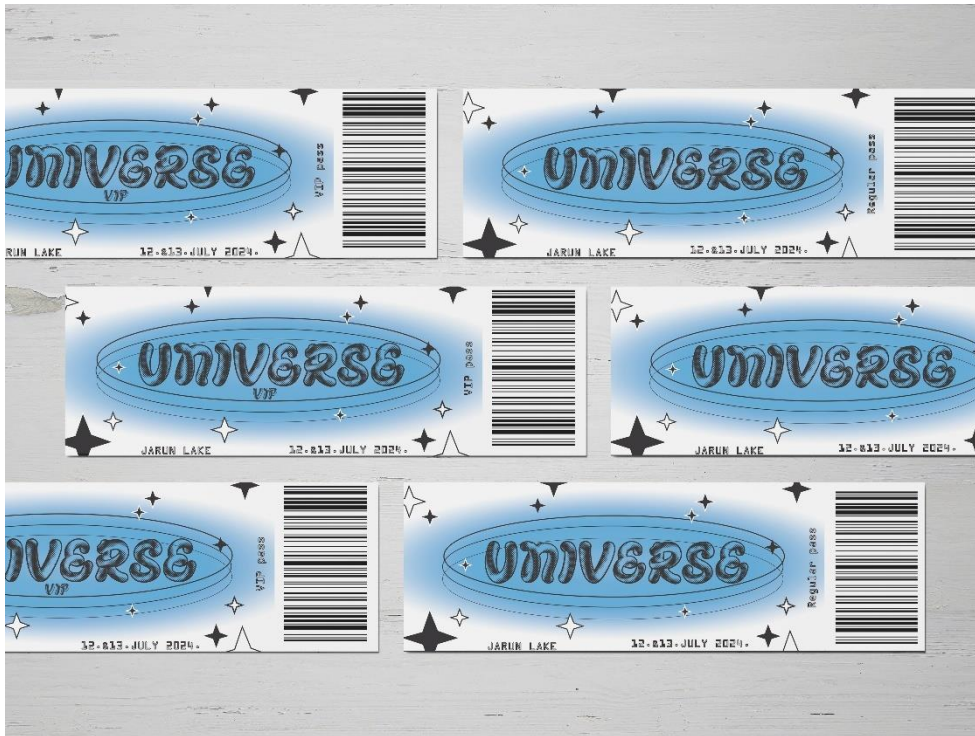
Slika 7.7.2. Mockup plakata2

7. Ostali promotivni materijali

Uz plakat kreirala sam raspored izvođača koji bi služio kao brošura u veličini A5, ulaznice za VIP dio i redovne karte, identifikacijske oznake za VIP dio, radnike i izvođače. Sadrže sve ključne elemente dizajna koji se nalaze i na plakatu.



Slika 8.1. Prikaz rasporeda izvođača



Slika 8.2. Mockup Vip i regularnih ulaznica



Slika 8.3. Mockup identifikacije za vip



Slika 8.4. Mockup identifikacije za osoblje



Slika 8.5. Mockup identifikacije za izvođače



Slika 8.6. Mockup zastave



Slika 8.7. Mockup torbe



Slika 8.8. Mockup šalice



Slika 8.9. Mockup papirnatih čaša sa slamkom

8. Zaključak

Zaključno, proces stvaranja vizualnog identiteta K-pop festivala je uzbudljiv i dinamičan pothvat koji zahtijeva brižljivo obraćanje pažnje na detalje i duboko razumijevanje suštine žanra. Tijekom ovog seminarskog rada zaronila sam u detaljan svijet dizajniranja logotipa, odabira živih paleta boja i izrade vizualno zadivljujuće grafike koja utjelovljuje duh K-popa. Uranjajući u bogatu tapiseriju K-pop estetike, stekla sam dragocjene uvide u to kako stvoriti kohezivno i nezaboravno iskustvo brenda za posjetitelje festivala.

Vizualni identitet koji sam stvorila služit će kao snažan prikaz energije, zarazne strasti i jedinstvenog stila koji definira K-pop.



SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, GABRIELA JEMIC (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom VIZUALNI IDENTITET ZA KPOP FESTIVAL (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Gabriela Jemic
(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/li na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.

9. Literatura

- [1] https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2023/09/398_348202.html, dostupno 11.09.2023.
- [2] <https://www.90daykorean.com/what-is-kpop/#what-does-kpop-stand-for>, dostupno 11.09.2023.
- [3] <https://visualculture.blog.torontomu.ca/influence-of-visual-culture-in-kpop/>, dostupno 11.09.2023.
- [4] <https://glantz.net/blog/for-the-love-of-k-pop-branding/>, dostupno 11.09.2023.
- [5] <https://xsmultimedia.com/2023/05/10/how-typography-shapes-k-pop-group-branding/>, dostupno 11.09.2023.
- [6] https://en.wikipedia.org/wiki/Music_festival, dostupno 11.09.2023.
- [7] <https://www.topfestivals.com/en/best-kpop-festivals-in-the-world>, dostupno 11.09.2023.
- [8] [https://en.wikipedia.org/wiki/KCON_\(music_festival\)](https://en.wikipedia.org/wiki/KCON_(music_festival)), dostupno 11.09.2023.
- [9] <https://www.ticketmaster.it/artist/kpop-flex-tickets/1126043?language=en-us#about>, dostupno 11.09.2023.
- [10] [https://en.wikipedia.org/wiki/Coachella_\(festival\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Coachella_(festival)), dostupno 11.09.2023.
- [11] <https://www.supercolor.com/blog/the-meaning-of-the-color-blue/#:~:text=The%20color%20blue%20represents%20both,stability%2C%20faith%2C%20and%20intelligence.>

10. Popis slika

Slika 3.1.1. Koncept fotografija grupe Aespa, izvor:

<https://pin.it/2s23fxR> dostupno:11.09.2023

Slika 3.1.2. Koncept fotografija grupe NCTDream, izvor:

<https://pin.it/7tHJ3OQ> dostupno:11.09.2023

Slika 3.1.3. Koncept fotografija grupe Stray Kids, izvor:

<https://www.archyde.com/unreal-appearance-stray-kids-releases-personal-teaser-photo-of-new-album-ordinary-han-jicheng-seo-changbin-group/> dostupno:11.09.2023

Slika 3.1.4, Koncept fotografija grupe Stray Kids, izvor:

<https://www.allkpop.com/article/2022/11/stray-kids-to-hold-2-day-maniac-show-in-manila>
dostupno:11.09.2023

Slika 3.2.1. Grupa BTS, izvor:

<https://people.com/music/bts-members-everything-to-know/> dostupno:11.09.2023

Slika 3.2.2. Logo grupe BTS, izvor:

<https://glantz.net/blog/for-the-love-of-k-pop-branding/> dostupno:11.09.2023

Slika 3.2.2. Logo obožavatelja grupe BTS (ARMY) , izvor:

<https://glantz.net/blog/for-the-love-of-k-pop-branding/> dostupno:11.09.2023

Slika 3.2.3. Prikaz ujedinjenih loga grupe BTS i njihovih obožavatelja ARMY, izvor:

<https://glantz.net/blog/for-the-love-of-k-pop-branding/> dostupno:11.09.2023

Slika 4.2.1. Prikaz logotipa K-pop grupa, izvor:

<https://pin.it/6xaHg00> dostupno:11.09.2023

Slika 4.2.2. Logotip grupe Blackpink, izvor:

<https://xsmultimedia.com/2023/05/10/how-typography-shapes-k-pop-group-branding/>
dostupno:11.09.2023

Slika 4.3.1. Logotip grupe Aespa, izvor:

<https://xsmultimedia.com/2023/05/10/how-typography-shapes-k-pop-group-branding/>

dostupno:11.09.2023

Slika 4.3.2. Logotip grupe NCT, izvor:

<https://xsmultimedia.com/2023/05/10/how-typography-shapes-k-pop-group-branding/>

dostupno:11.09.2023

Slika 4.3.3. Logotip grupe TXT, izvor:

<https://xsmultimedia.com/2023/05/10/how-typography-shapes-k-pop-group-branding/>

dostupno:11.09.2023

Slika 4.3.4. Logotip grupe IVE, izvor:

<https://xsmultimedia.com/2023/05/10/how-typography-shapes-k-pop-group-branding/>

dostupno:11.09.2023

Slika 5.1. Fotografija festivala, izvor:

<https://www.dw.com/en/music-festival-season-kicks-off-in-europe/a-62024454>

dostupno:11.09.2023

Slika 6.1. Vizualni identitet K-music festivala, izvor:

<https://kccuk.org.uk/en/programmes/k-music-2023/> dostupno:11.09.2023

Slika 6.2. Vizualni identitet Gangnam festivala, izvor:

https://visitgangnam.net/en/%EB%AC%B8%ED%99%94%ED%96%89%EC%82%AC-%EC%B9%B4%ED%85%8C%EA%B3%A0%EB%A6%AC/upcoming/2022-%EA%B0%95%EB%82%A8%ED%8E%98%EC%8A%A4%ED%8B%B0%EB%B2%8C/?c_kattemp=2 dostupno:11.09.2023

Slika 6.3. Vizualni identitet KCON festivala, izvor:

<https://www.kconusa.com/home/> dostupno:11.09.2023

Slika 6.4. Vizualni identitet Kpop.flex festivala, izvor:

<https://www.ticketmaster.it/artist/kpop-flex-tickets/1126043?language=en-us>

dostupno:11.09.2023

Slika 6.1.1. Vizualni identitet Coachella festivala, izvor:

<https://www.dontdiwondering.com/americas-greatest-music-festival-coachella/>

dostupno:11.09.2023

Slika 6.1.2. Vizualni identitet Lollapalooza festivala, izvor:

<https://www.crunchbase.com/organization/lollapalooza> dostupno:11.09.2023

Slika 7.2.1. Skica1, izvor: vlastita izrada

Slika 7.3.1. Skica2, izvor: vlastita izrada

Slika 7.3.2. Prikaz prve verzije plakata, izvor: vlastita izrada

Slika 7.5.1. Primarni font Organical personal use bold italic , izvor:

<https://www.ffonts.net/ORGANICAL-PERSONAL-USE-Bold-Italic.font>

dostupno:11.09.2023

Slika 7.5.2. Sekundarni font OCR A Extended , izvor:

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Inkscape_Fonts_-_OCR_A_Extended.png

dostupno:11.09.2023

Slika 7.6.1. Prikaz korištene boje, izvor: vlastita izrada

Slika 7.6.2. Prikaz gotovog plakata, izvor: vlastita izrada

Slika 7.7.1. Mockup plakata1, izvor: vlastita izrada

Slika 7.7.2. Mockup plakata2, izvor: vlastita izrada

Slika 8.1. Prikaz rasporeda izvođača, izvor: vlastita izrada

Slika 8.2. Mockup Vip i regularnih ulaznica, izvor: vlastita izrada

Slika 8.3. Mockup identifikacije za vip, izvor: vlastita izrada

Slika 8.4. Mockup identifikacije za osoblje, izvor: vlastita izrada

Slika 8.5. Mockup identifikacije za izvođače, izvor: vlastita izrada

Slika 8.6. Mockup zastave, izvor: vlastita izrada

Slika 8.7. Mockup torbe, izvor: vlastita izrada

Slika 8.8. Mockup šalice, izvor: vlastita izrada

Slika 8.9. Mockup papirnatih čaša sa slamkom izvor: vlastita izrada

11. Prilozi

Tiskani plakat, ulaznice, raspored izvođača i identifikacija za K-pop festival „Universe”.