

# **Analýza přebalů alb pop music a alternativní hudební scény**

BcA. Miloslav Frič

---

Diplomová práce  
2022



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ateliér Grafický design

Akademický rok: 2021/2022

# ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **BcA. Miloslav Frič**  
Osobní číslo: **K19369**  
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimédia a design – Grafický design**  
Forma studia: **Prezenční**  
Téma práce: **Vizuální identita nového alba Řeka od Lenky Dusilové**

## Zásady pro vypracování

Rozsah teoretické práce minimálně 40 – 45 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě na Portál IS/STAG (dle předepsané celouniverzitní šablony viz směrnice rektora č. 33/2019) a 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 práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část: hudební alternativní scéna ve světě a v České republice a její projevy estetiky, jak v umění, tak v designu
2. Praktická část: vizuální identita alba Řeka od Lenky Dusilové

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

Seznam doporučené literatury:

Proměny hudebního sektoru vlivem nových technologií – Lenka Dohňalová  
Mezinárodní management v hudebním sektoru – Lenka Dohňalová  
Czech Music Guide – Lenka Dohňalová  
Aesthetic Experience of Metabolic Processes – Desiree Foerster  
Vyhořelá společnost – Byung-Chul Han  
Action at a Distance – John Durham Peters  
Vytváření věcí – Bruce Sterling, Marie Neurath  
Co je designér: věci, místa, sdělení – Norman Potter  
Antologie textů k teorii a dějinám designu – Martina Pachmanová (ed.)  
Kmeny – Tomáš Souček, Karel Veselý, Vladimír 518  
Umění ve vědě a věda v umění: metodologické imaginace – Ivo Čermák, Michal Miovský, Vladimír Chrz

Vedoucí diplomové práce: **doc. Mgr.A. Pavel Noga, ArtD.**  
Ateliér Grafický design

Datum zadání diplomové práce: **1. listopadu 2021**  
Termín odevzdání diplomové práce: **20. května 2022**



---

**Mgr. Josef Kocourek, PhD.**  
děkan

---

**doc. Mgr.A. Pavel Noga, ArtD.**  
vedoucí ateliéru

# PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

## Beru na vědomí, že

- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji 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 – 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 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 diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem 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 diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 1. 12. 2021

Jméno a příjmení studenta: BcA. Miloslav Frič

.....  
podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Analýza přebalů alb interpretů popové a alternativní hudby. Práce si dává za cíl popsat signifikantní znaky těchto dvou hudebních proudů mezi léty 2000—2020.

Klíčová slova: CD přebal, CD, pop music, alternativní scéna, analýza, hudební průmysl

## **ABSTRACT**

Text abstraktu ve světovém jazyce (angličtině)

CD cover analysis of pop and alternative music artists. The goal of this thesis is to describe significant features of these two musical genres between the years 2000 – 2020.

Keywords: CD cover, CD, pop music, alternative music, analysis, music industry

## **PODĚKOVÁNÍ**

Chtěl bych poděkovat vedoucímu práce doc. Mgr. A. Pavlu Nogovi, ArtD. za vedení mé teoretické i praktické práce a PhDr. Lence Dohnalové, Ph.D za velkou odbornou pomoc při psané mé teoretické práce. Velké díky patří i mé rodině, která mě podporovala po celou dobu mého studia.

Děkuji také všem hudebníkům, kteří mi obětovali svůj čas a s laskavostí zodpověděli mé otázky pro účely této práce. Jmenovitě to jsou bílej kluk, Ephemeral Harms, For you Katrina, Lenka Dusilová a Toyota Vangelis.

Následně děkuji vedení Fakulty multimediálních komunikací UTB a vedení Fakulty informatiky UTB, která mi poskytla technickou podporu pro praktickou část mé práce.

Závěrečné díky patří studentu Janu Kinclovi, který po dobu jednoho roku se mnou ochotně spolupracoval a staral se o technickou část mé praktické diplomové práce a s velkým pochopením a vřelostí odpovídal na mé naléhavé emaily v jakýkoliv den a v jakoukoliv denní i noční hodinu. Moc díky!

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>10</b>
<b>1 ÚVOD DO HUDEBNÍHO PRŮMYSLU.....</b>	<b>11</b>
1.1 HUDEBNÍ PRŮMYSL DNES .....	11
1.2 SPOTIFY.....	12
1.2.1 Spotify a algoritmy.....	12
1.3 ŽIVÉ VYSTUPOVÁNÍ.....	13
<b>2 ANALÝZA FORMÁLNÍ ČÁSTI CD PŘEBALŮ.....</b>	<b>15</b>
2.1 TERMINOLOGIE .....	15
<b>3 POP MUSIC.....</b>	<b>17</b>
3.1 UMĚLEC JAKO MARKETINGOVÝ PRODUKT – IMAGE JAKO CESTA K ÚSPĚCHU .....	17
3.2 HLAVA .....	18
3.3 KOMPOZICE A DYNAMIKA OBRAZU.....	23
3.4 TYPOGRAFIE.....	25
3.5 ZÁVĚR ROZBORU FORMÁLNÍ ČÁSTI.....	28
<b>4 ARCHETYPY V POP MUSIC .....</b>	<b>29</b>
4.1 CO JE TO ARCHETYP?.....	29
4.2 ARCHETYP HRDINY .....	32
4.3 ARCHETYP MILENCE.....	34
4.4 ARCHETYP JEDEN Z NÁS .....	34
4.5 ARCHETYP PSANCE .....	35
4.6 ZÁVĚR ARCHETYPY V POP MUSIC.....	36
<b>5 ALTERNATIVNÍ HUDEBNÍ SCÉNA.....</b>	<b>37</b>
<b>6 ÚVOD DO ANALÝZY FORMÁLNÍ ČÁSTI CD PŘEBALŮ ALTERNATIVNÍ HUDEBNÍ SCÉNY.....</b>	<b>40</b>
6.1 NEZÁVISLOST, SOBĚSTAČNOST A SPOLUPRÁCE .....	41
6.2 POZICE GRAFICKÉHO DESIGNÉRA .....	42
6.3 INTERNET A ALTERNATIVNÍ HUDEBNÍ SCÉNA.....	44
6.4 ACID DESIGN .....	47
7.1 KLÍČ K VÝBĚRU UMĚLCŮ.....	51
7.2 HLAVA A TĚLO .....	52
7.3 DYNAMIKA OBRAZU A KOMPOZICE.....	55
7.4 TYPOGRAFIE.....	57

7.5	SROVNÁNÍ ANALÝZY FORMÁLNÍ ČÁSTI ALTERNATIVNÍ HUDEBNÍ SCÉNY A POP MUSIC .....	59
<b>8</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>62</b>
<b>II</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>63</b>
<b>9</b>	<b>TVORBA VIDEOKLIPU PRO SKLADBU BIAĽE KONIE OD LENKY DUSILOVÉ .....</b>	<b>64</b>
9.1	MOTIVACE .....	64
9.2	O ČEM JE ALBUM ŘEKA A SKLADBA BIAĽE KONIE .....	64
9.3	NÁMĚT VIDEOKLIPU BIAĽE KONIE .....	65
9.4	ŘEŠENÍ VIDEOKLIPU .....	66
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>72</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>75</b>



## ÚVOD

Jaké je pozadí hudebního průmyslu? Jak se hudební průmysl měnil v čase a jaké změny nastaly v prezentaci a distribuci hudebníků a jejich hudby po rozvoji internetu a streamovacích platform? Jak se přebaly alb mění v čase a existují nějaké společné signifikantní znaky CD přebalů? Na všechny tyto otázky jsem se pokoušel ve své teoretické části diplomové práce zaměřit.

Od hudebníků české alternativní scény jsem se snažil zjistit fungování jejich vizuální komunikace a nároky na produkci, Analyzoval jsem přes 150 CD přebalů a sledoval proměny v estetice v letech 2000–2020.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 ÚVOD DO HUDEBNÍHO PRŮMYSLU

Na následujících několika stránkách se budu věnovat současnému stavu hudebnímu průmyslu a hudební streamovací platformě Spotify. Považuji za nutné nastínit ekonomické fungování tohoto odvětví, neboť je to jeden z fragmentů, jak hlouběji pochopit přístup hudebního průmyslu k vizuální prezentaci umělců.

Dále představím hudebního interpreta jako produkt nahrávacích společností, který je vytvořen za účelem co možná největšího zisku.

### 1.1 Hudební průmysl dnes

Hudební průmysl je bohatě strukturovaný organismus, který jako každý průmysl touží po co největším zisku, ovšem je to také průmysl, který v minulých dekádách (od roku 2000) zažil velmi turbulentní změny a čelil mnoha výzvám. Jednalo se například o nelegální kopírování CD nosičů nebo pirátské stahování hudby z internetu, což vedlo k drtivému poklesu tržeb. V tento moment bylo třeba vytvořit nové obchodní strategie pro zachování zisku. (Wave rozhlas © 2018)

Mezinárodní federace hudebního průmyslu (dále jen IFPI z anglického The International Federation of the Phonographic Industry) každoročně vydává výroční zprávu o růstu hudebního průmyslu. Zpráva z roku 2019 ukazuje celkový roční zisk, který činí 20,2 miliard dolarů, což je o 8,2% více než předešlý rok. Skok zapříčinily streamovací platformy jako jsou například Spotify nebo Apple Music. Zisky z těchto platform stouply o 22,9% a celkově tak vydělaly 11,4 miliard dolarů, což představuje 56% z celkových příjmů hudebního průmyslu. (Radio Wave © 2018)

Zatímco streamovací platformy a zisky z nich jen vzkvétají, prodej hmotných nosičů jako je CD a vinyl stále vytváří jen zlomek zisku (22%, tedy 4,4 miliard dolarů), avšak někteří hudební odborníci prohlašují, že nastává renesance vinylu. U čeho IFPI zaznamenala pokles je přímý downloading (tzn. zákazník si nezakoupí hmotné CD, ale pouze si zaplatí za stažení do PC mimo streamovací platformy). Pokles činí z 15% na pouhé 5%. Díky streamovacím platformám se hudební průmysl přiblížil ziskům z roku 2003, které tehdy dosáhly na 20,3 miliard dolarů. (2019 – 20,2 miliard dolarů). (IFPI © 2020)

## 1.2 Spotify

Tak či onak, hudební průmysl začíná opět vzkvétat. Lidé začínají být znovu ochotni platit za hudbu, a především za snadný přístup k ní. Pokud se zaměříme na jednu z neznámějších hudebních streamovacích platformy Spotify, zjistíme, že pokud se hudebník rozhodne vydělávat tímto způsobem, musí tvořit populární hudbu nebo mít opravdu silnou fanouškovskou základnu.

Spotify vyplácí umělcům peníze podle toho, co je nazváno „*stream share*“. *Stream share* je koncipován tak, že si umělec zjistí celkový počet streamů za měsíc v zemi, ve které působí. Tím způsobem si určí, jaký díl z celkového streamu tvoří jeho produkce. Čím více streamů z celkového počtu streamu v zemi umělec během měsíce obdrží, tím více také roste cena za jeden stream. Podle dostupných zdrojů je třeba k vydělání 1 dolaru 229 streamů. (Visual capitalist © 2019) Pro dosažení základní mzdy v USA (která ke květnu 2020 činí 2 080 dolarů) by bylo nutno dosáhnout přibližně 324 250 streamů měsíčně.

### 1.2.1 Spotify a algoritmy

V předchozích odstavcích jsem nastínil, kolik peněz umělec obdrží za streaming na platformě Spotify. Nyní se zaměřím na pohyb umělce mezi hudebními playlisty. Přibližná cena jednoho poslechu skladby od daného interpreta činí 0,004 dolary. Skladby interpreta se mohou objevovat v různých žánrových playlistech, které mají dvojí základ. Jeden druh playlistu je tvořen algoritmem platformy. Algoritmus sleduje, jaké skladby uživatel poslouchá. Analyzuje tempo, melodii a další parametry, podle kterých vyhledává podobné písně.

Dalším typem playlistu je takzvaný „*editorial playlist*“, který již není dílem algoritmu, ale vybraného editora. Dlouho dobu Česká republika svého editora vůbec neměla. Pro celou východní Evropu zde fungoval jen jediný polský editor. V listopadu 2019 ovšem nastal zlomový moment, kdy i Česká republika získala svého editora. Do této doby byla pro českého hudebního interpreta šance „probojovat“ do hudebního playlistu editora velmi mizivá. Spotify totiž průměrně každý den nahraje 40 tisíc nových skladeb. (Jan Gregor, Vojtěch Kalina, OSA © 2019)

Primárním úkolem editora je udržet na platformě co největší počet posluchačů. Čím více se skladba daného interpreta poslouchá a algoritmus spolu s editorem vyhodnotí skladbu jako úspěšnou, má šanci se probíjet do populárnějších playlistů, čímž získává profit jak umělec, tak sama platforma, která tak může svým uživatelům nabídnout nový obsah. (Jan Gregor, Vojtěch Kalina, OSA © 2019)

V případě, že má daná skladba nízký počet streamingů, přirozeně tak klesá její popularita a ztrácí podporu jak algoritmu, tak i samotného editora. Spotify však nabízí i jinou cestu, jak si najít nové posluchače. Každý uživatel platformy si může vytvářet své vlastní (privátní) playlisty a nastavit jim různé typy viditelnosti pro ostatní uživatele Spotify. Pokud je playlist veřejný a viditelný pro ostatní, mohou si jiní uživatelé tento playlist přehrát a dál jej řetězově sdílet. Výhodou je, že tyto playlisty Spotify nijak neznevýhodňuje. Skladby méně známých nebo alternativních interpretů se tak mohou šířit v určité sociální bublině, která má podobný hudební vkus. Na výdělek ze streamingu tak mají naději i umělci, kteří nejsou zatíženi standardními kapitalistickými modely marketingu, od kterých se očekává jasný zisk jak pro platformu, tak i pro ostatní subjekty, kteří na skladbě participují. (Jan Gregor, Vojtěch Kalina, OSA © 2019)

Spotify privátní playlisty žádným způsobem finančně nedotuje, pokud má ovšem soukromý playlist například několik miliónů posluchačů měsíčně, umělci mohou navázat „spolupráci“ s vlastníkem tohoto playlistu a zaplatit za zařazení do tohoto playlistu.

(Jan Gregor, Vojtěch Kalina, OSA © 2019)

### 1.3 Živé vystupování

Živé vystupování je však stále klíčovým aspektem. Bez živého vystupování a setkávání s fanoušky by existence hudebního průmyslu nebyla možná. Je to nejvýraznější zdroj příjmu pro umělce. To je také důvod proč se umělci snaží čím dál tím více dbát na to, jak se vizuálně prezentují. (Václav Pešička © 2019) Tour a koncerty se tak stávají velkolepou show, které jsou oznamovány a propagovány dlouhou dobu dopředu – nyní se bavíme především o světových hvězdách jako je Beyoncé, Taylor Swift, Madonna atp.. Z českých řad bychom mohli vybrat Lucii Bílou, která již několikrát vyprodala pražskou O2 Arénu.

Koncerty slouží nejen ke kontaktu s fanoušky, ale i jako promo akce, kde si fanoušci mohou pořídit produkty spojené s daným umělcem, ať už se jedná o CD, vinyl, hrnky, trika a další produkty propagující umělce. (Václav Pešička © 2019)

Změnila se také „bezpečná zóna umělce“, tím myslím prostor, kam až nechá umělec nahlédnout své fanoušky. V dřívějších časech se intimní život a pracovní život striktně odděloval. Dnes, vlivem sociálních sítí, především Instagramu, se naopak očekává sdílení osobního života – ať už se jedná o šťastné rodinné fotografie, fotografie z dovolených nebo fotky z backstage, těsně před koncertem. (Václav Pešička © 2019)

Zkrátka umělci začínají sdílet svůj intimní život, protože vědí, že takovýmto způsobem nalákají pozornost a přilákají tak fanoušky na své živé koncerty. Jak jsme si totiž mohli v předešlých odstavcích o hudebním průmyslu všimnout, výnosy ze streamovacích platforem nejsou nijak vysoké, natož zisky z prodeje alb. (Václav Pešička © 2019)

## 2 ANALÝZA FORMÁLNÍ ČÁSTI CD PŘEBALŮ

V následujících kapitolách se budu věnovat rozboru titulních stran alb a pokusím se zaměřit na klíčové znaky přebalu alb popového interpreta a interpreta alternativní hudební scény. Každý interpret má bezpochyby svou vlastní vizuální strategii, já se ovšem pokusím pojmenovat pouze signifikantní znaky, které rezonují těmito dvěma kulturními proudy, definovat jejich proměnu od roku 2000 po současnost, a poté pojmenovat rozdíly.

Analyzuji nejen formální část CD přebalů – kompozici, výrazy tváře, dynamiku obrazu, písmo a jejich proměnu v čase, ale i obsahovou část. Zajímá mě, jestli lze najít a popsat různé typy archetypů, na jejichž základě lze predikovat estetiku nebo obsah vizuální komunikace. Důvodem, proč jsem si zvolil právě přebaly CD je ten, že oproti plakátům nebo jiných částí vizuální komunikace je hudební album jádrem a perlou celého vizuálu. Album má narozdíl od plakátů, vstupenek a jiných grafických částí vizuální prezentace umělce naprostou jinou temporalitu. Plakáty po koncertech mizí, vstupenky končí v koši. Právě CD přebal má největší šanci na to, aby přežil v čase.

Druhý důvod je zcela praktický, a to snadná a bohatá dostupnost obrazového materiálu se kterým se dá pracovat.

Jsem si vědom, že celá práce popisuje jen velmi malý střípek z obrovské struktury populární hudby a nemusí přinášet zásadní tvrzení a podrobné poznatky, ale v každém případě může nastínit model, jak se můžeme na alba hudebních interpretů dívat.

### 2.1 Terminologie

Než se pustím do analýzy CD přebalů, rád bych zde uvedl na pravou míru několik pojmů. V diplomové práci se objevuje termín *zpěvák*, *interpret*, *umělec*. Všechny tato slova jsou synonymem pro člověka, který zpívá nebo jinak produkuje hudbu a je *tváří* celé skupiny nebo svého jména nezávisle na tom, zdali je autorem hudby nebo textu.

Pojem *krása* je dalším obsahově náročným slovem, které používám především v části Pop music. Jak víme z filozofie od Immanuela Kanta, *krása* je subjektivní. Pojem *krása* je v této diplomové práci myšlen jako *konvenční krása* — tedy *krása, na které se shoduje většinová společnost*.

## 2.2 Klíč k výběru umělců

Výběr popových umělců se řídil podle dvou parametrů. Prvním parametrem byl vstup na popovou scénu po roce 2000. Druhým parametrem je označení samotného zpěváka jako popového v žebříčku jednoho z největších hudebních serverů *musicbrainz.org*. Interprety jsem volil jednoho po druhém tak, jak se v žebříčku objevovali.

Do výběru jsem ovšem zařadil i dva umělce (Woodkid, Imagine Dragons), kteří vstupují na hudební scénu až po roce 2010. Důvodem je jejich vizuální přístup, který budu rozebírat v pozdější části diplomové práce.

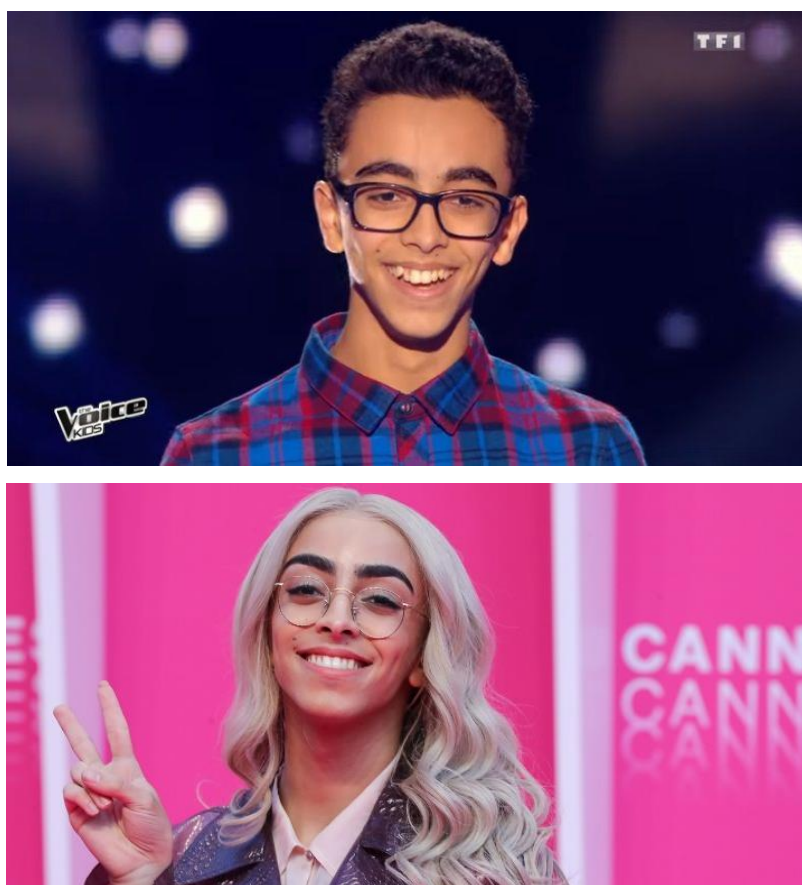


### 3 POP MUSIC

#### 3.1 Umělec jako marketingový produkt – image jako cesta k úspěchu

Za velkými hudebními hvězdami přirozeně stojí celé týmy profesionálů, které pracují na interpretově vizáži a vizuální prezentaci. Umělec na pódiu nebo na obrazovce vašeho počítače je výsledkem práce mnoha desítek i stovek lidí. Hudební interpreti od nástupu hudebních kanálů jako MTV pochopili, že již neprodávají jen svou hudbu, ale sami sebe, jako *značku*. Což podstatně určuje marketingové strategie a z nich ústící design. (Lenka Dohňalová © 2021)

Výborným příkladem toho, jak pop music pracuje s interpretem, je Bilal Hassani, francouzský hudebník, který se v roce 2015 zúčastnil pěvecké televizní soutěže The Voice Kids. I když soutěž nevyhrál, ujala se jej nahrávací společnost Play Two, která jej proměnila z mladého kluka na androgynní zpěváka/zpěvačku, jehož/jejíž image neustále eskaluje. (Lenka Dohňalová © 2021)



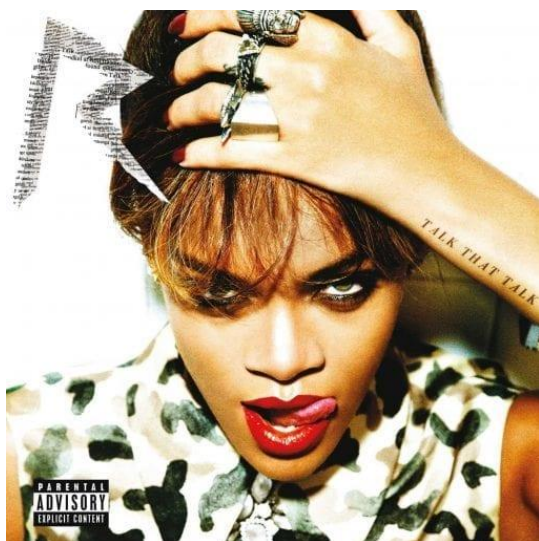
Obr. 1—2 / Bilal Hassani

### 3.2 Hlava

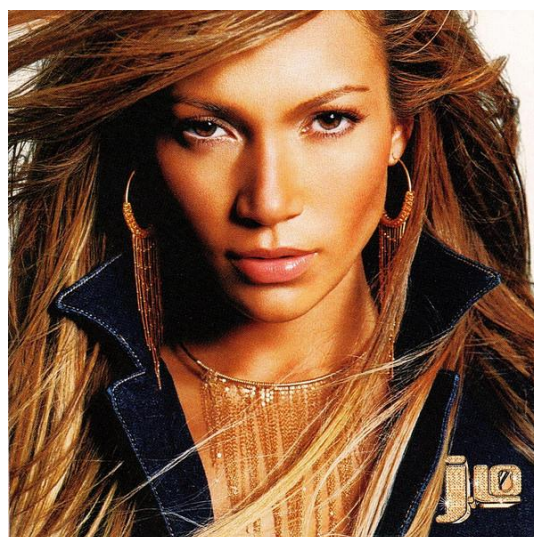
Na vzorku 84 alb různých interpretů pop music je patrné, že přibližně na 90% alb je portrét interpreta. Zrak velmi často směřuje kolmo ven z formátu, přímo na člověka, který album drží v rukou. Oči jsou z psychologického hlediska velmi důležitým bodem na tváři. Již nesčetněkrát jsme se v dějinách umění přesvědčili, že tvář a oči jsou bodem, kam zrak pozorovatele směřuje nejdříve. (Výborným příkladem je notoricky známý obraz *Mony Lisy*.)

Z marketingového hlediska je takovéto zobrazování důležité, protože potenciální nakupující v obchodě nebo uživatel na hudebních platformách tak mnohem rychleji dokáže rozpoznat svého oblíbeného interpreta nebo si dokáže mnohem lépe zakódovat poslouchanou hudbu s konkrétní tváří. Trend zobrazování tváře na přebalech alb můžeme sledovat po celou dobu mnou vymezeného období, tj. 2000 – 2020.

Ovšem i poloha/postavení tváře v obrazu má svá specifika. Přibližně do roku 2013 se velmi často objevují na přebalech alb tváře, které jsou situované z mírného podhledu nebo nadhledu. Jmenovitě to jsou skoro všechna alba zpěvačky Rihanny a Jennifer Lopez. Dále P!nk, Miley Cyrus, Christina Aguilera a další.



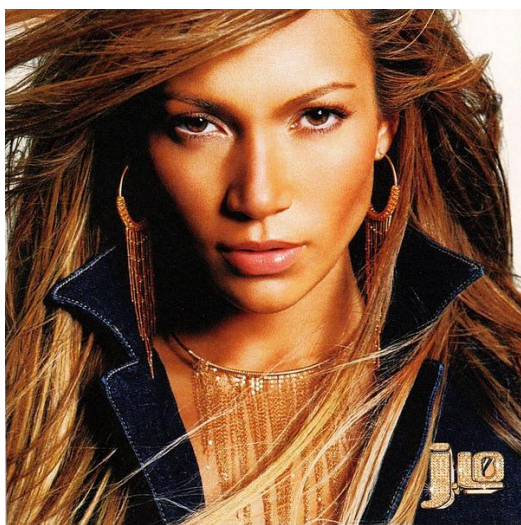
Obr. 3 / CD cover Rihanna



Obr. 4 / CD cover Jennifer Lopez

### 3.2.1 Stylizace tváře

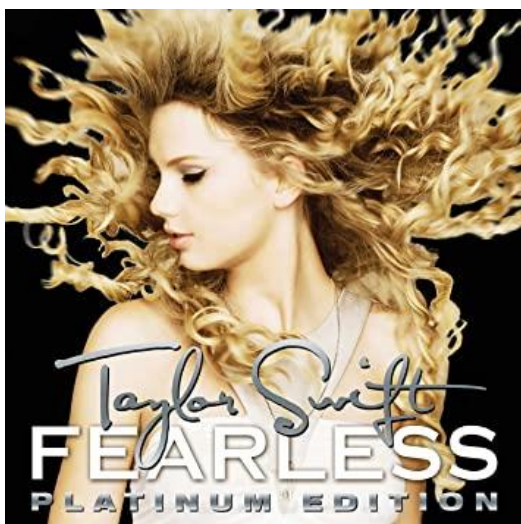
Stylizace tváře je výrazná. Popmusic staví svou estetiku na silné stylizaci – což je patrné především ve videoklipech. Využívá se výrazného až extravagantního líčení. Mezi léty 2000 až 2013 si můžeme všimnout, že se velmi často pracuje i s rozfoukanými vlasy, které dodávají celému obrazu dynamiku. V případě přebalu alb Christiny Aguilery a Taylor Swift se jedná prakticky i o stejnou pózu.



Obr. 5 / CD cover Jennifer Lopez



Obr. 6 / CD cover Christina Aguilera



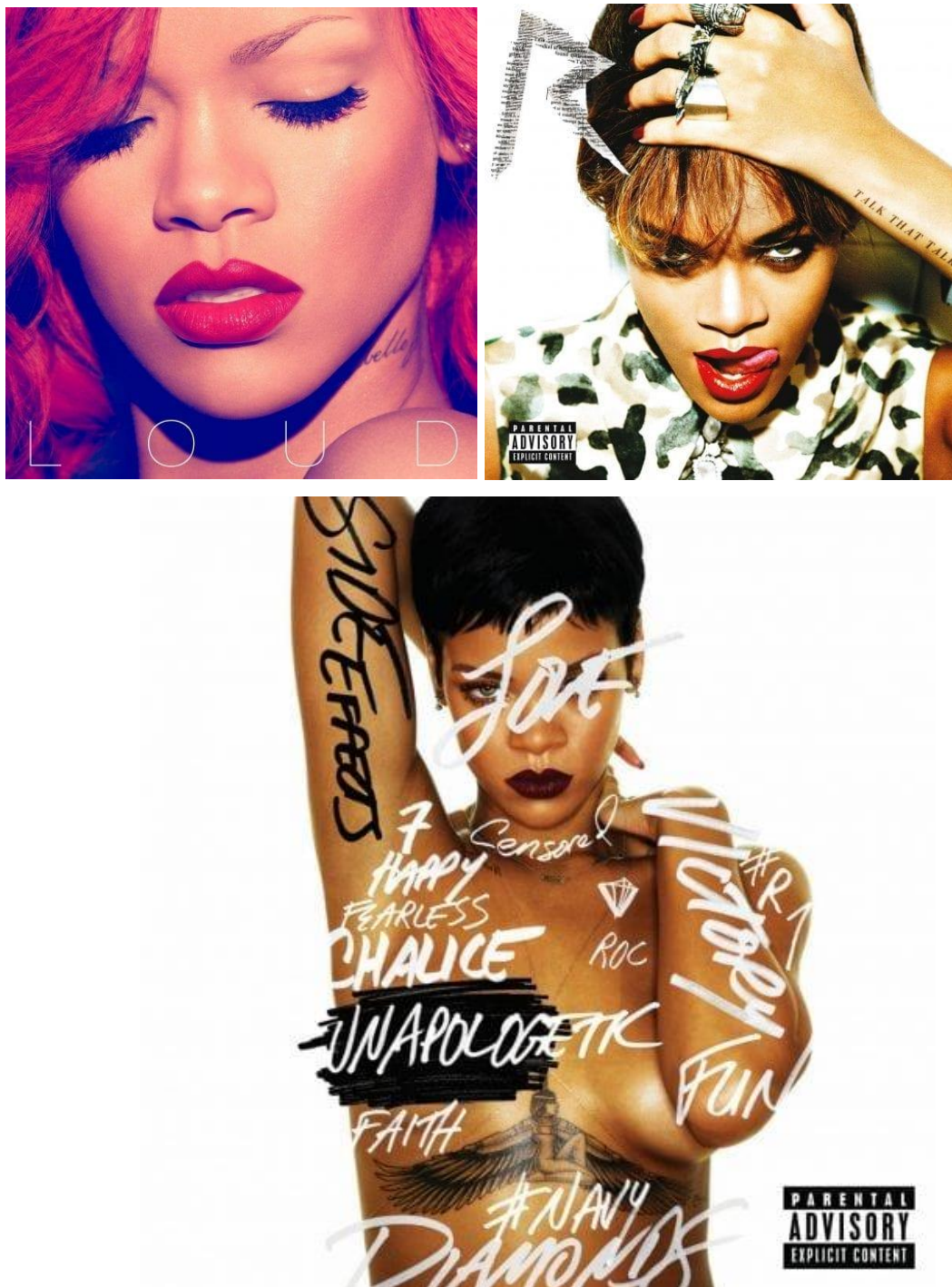
Obr. 7 / CD cover Taylor Swift



Obr. 8 / CD cover Miley Cyrus



Zpěvačka Rihanna zase velmi často pracuje s erotickým nábojem. Ten vnímám především v mírném sklopení hlavy a upřeného pohledu ven z formátu na zákazníka/posluchače. Na jednom ze svých alb s názvem Unapologetic se dokonce objevuje prakticky nahá. Erotický náboj je patrný u velké řady jiných zpěváků a zpěvaček.

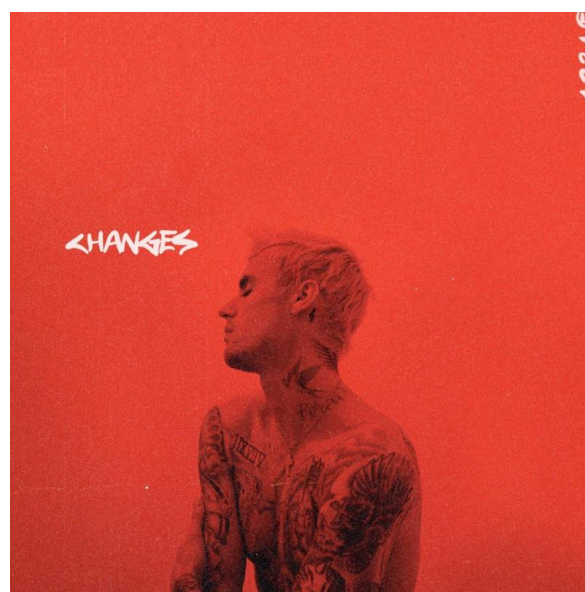


Obr. 9—11 / CD cover Rihanna

Od roku 2015 ubývá erotičnosti a někteří interpreti se dokonce přestávají objevovat na přebalech svých alb. Například Taylor Swift stojí otočena zády nebo je viditelná jen jako drobná postava ve vzrostlém lese. Justin Bieber se sice na přebal svého alba nechal vyfotografovat, ale nepřítomně a unaveně hledí do rudého pozadí – odvrácen od diváka. Katy Perry je převlečená za smutného klauna a pod sebou má ironický nápis „Smile“. Christina Aguilera má na svém CD přebalu svůj portrét, ale vymyká se všem portrétům ze začátku milénia. Má mokré, splihlé vlasy a fotografie působí mnohem více ponurým dojmem než její všechna dřívější alba.



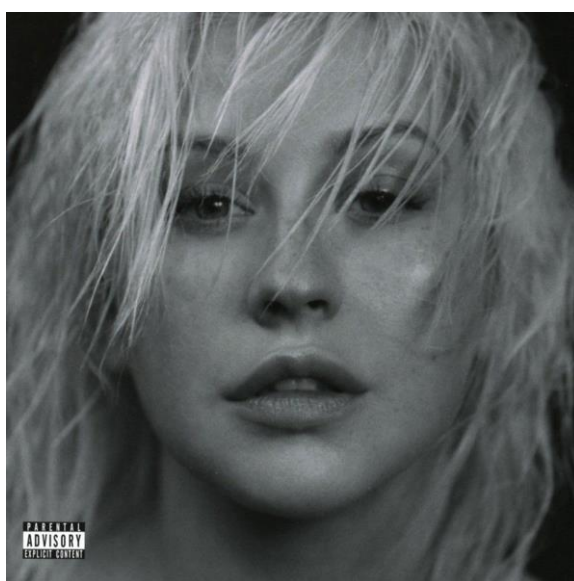
Obr. 12 / CD cover Taylor Swift



Obr. 13 / CD cover Justin Bieber



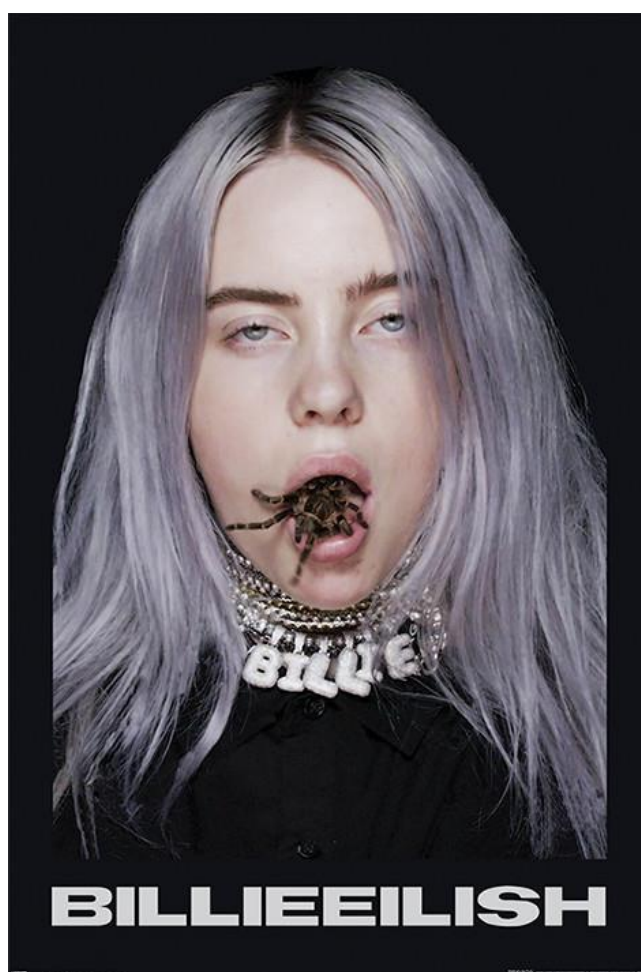
Obr. 14 / CD cover Katty Perry



Obr. 15 / CD cover Christina Aguilera

Tento vizuální posun může způsobovat hned několik faktorů. Interpreti jsou již natolik známí a nepřetržitě sledování jak fanoušky, tak odbornou společností, že si mohou dovolit anonymnější zpracování alb nebo se může jednat o celkový posun v estetice.

Dalším důvodem může být reflexe nálady mezi mladými lidmi, kteří mnohem častěji trpí úzkostmi a dalšími psychickými problémy. Stačí jen připomenout pěveckou ikonu mladé generace — Billie Eilish, která se stala klíčovou představitelkou v reformě samotné struktury pop music. Zasloužila se o to, že z pop music mizí refrén a nastupuje místo něj takzvaný *drop* nebo *hook* — tedy *krátký, opakující se a zapamatovatelný úsek, který zaháčkuje a chytí posluchače*. (Pavel Turek © 2021) Další věc, které Billie Eilish vévodí, je právě její veřejné přiznání svých psychických poruch. Trpí Touretovým syndromem, depresemi, spánkovou paralýzou a úzkostmi. (iDnes © 2019) Její hudba je často zpovědí, která s nejmladší generací zřejmě velmi rezonuje a vnesla do pop music mnohem ponuřejší „světlo“.



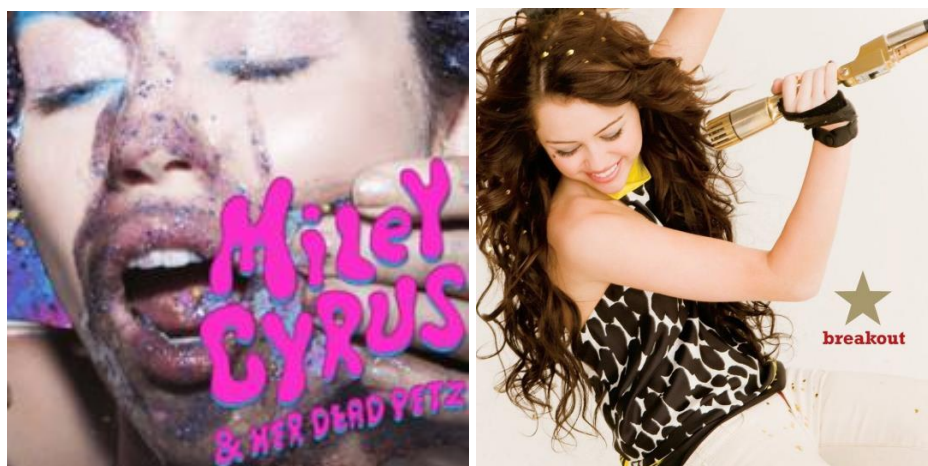
Obr. 16 / Plakát Billie Eilish



### 3.3 Kompozice a dynamika obrazu

Na vybraných vzorcích si můžeme všimnout zajímavého trendu v kompozici a dynamiky obrazu. Interpreti, kteří vstupují na pop kulturní scénu mezi léty 2000 – 2006, mají ve velké většině případů kladen velký důraz na obličej. Dynamika obrazu, a dokonce i tváře jednotlivých interpretů jsou většinou klidné. Nejedná se o žádné grimasy ani rozmáchlá gesta. Z výběru vyčnívá jen rebelka P!nk.

Od roku 2007 se dynamika obrazu, kompozice i práce s typografií výrazně dramatizuje. Na přebalech alb se začínají objevovat dynamické pózy i komplikovanější kompozice. Detail na tvář ubývá a přibývají přebaly, na kterých se popové hvězdy objevují do poloviny pasu. I když se portréty stále objevují, jsou výrazněji dramatizované – vypláznutý jazyk či jiné grimasy.



Obr. 17—18 / CD cover Miley Cyrus



Obr. 19 / CD cover Madonna

Zklidnění přichází od roku 2014. Kompozice se vrací k jednoduchosti, především díky návratu k portrétu, který je většinou umístěn centrálně. Celkové zpracování začíná působit spíše chladným a klidným dojmem. Tváře na albech od roku 2016 do roku 2020 jsou výhradně vážné a působí spíše pesimistickým a některá až naléhavým dojmem. Například: Justin Bieber – Changes, Madonna – Madame X, Beyoncé – Lemonade, Rihanna – ANTI, Taylor Swift – Folklore, Woodkid – S16 a Katy Perry – Smile.

Co vede marketéry a designéry k této skleslosti, se můžeme jen domnívat. Možná je to jen přesycenost z předešlých dekád nebo je to jen nová obchodní strategie, která se mnohem více dotýká současné generace teenagerů, jak jsem zmínil již výše.



Obr. 20 / CD cover Beyoncé

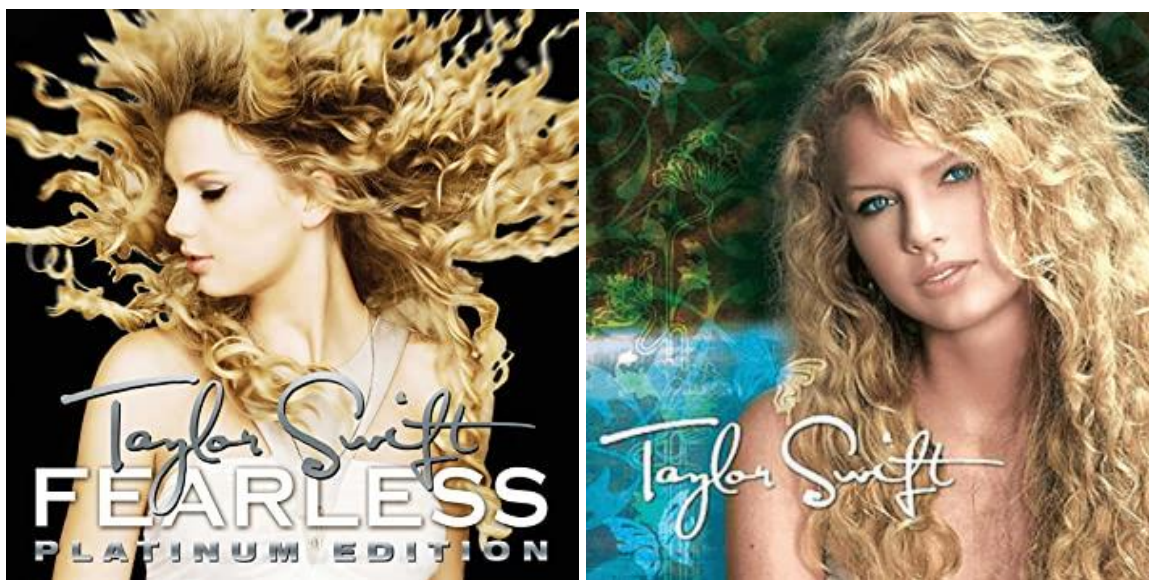


### 3.4 Typografie

Jasně popsat typografii, její proměny a použití je komplikovanější úloha. Nedá se přesně kategorizovat, jaké písmo bylo kdy použito. V celém vymezeném období se používají různá písma různým způsobem. Spíše než na pojmenování konkrétních fontů se zaměřím na to, jakým způsobem je písmo použito, a pokusím se alespoň z části interpretovat některá použití.

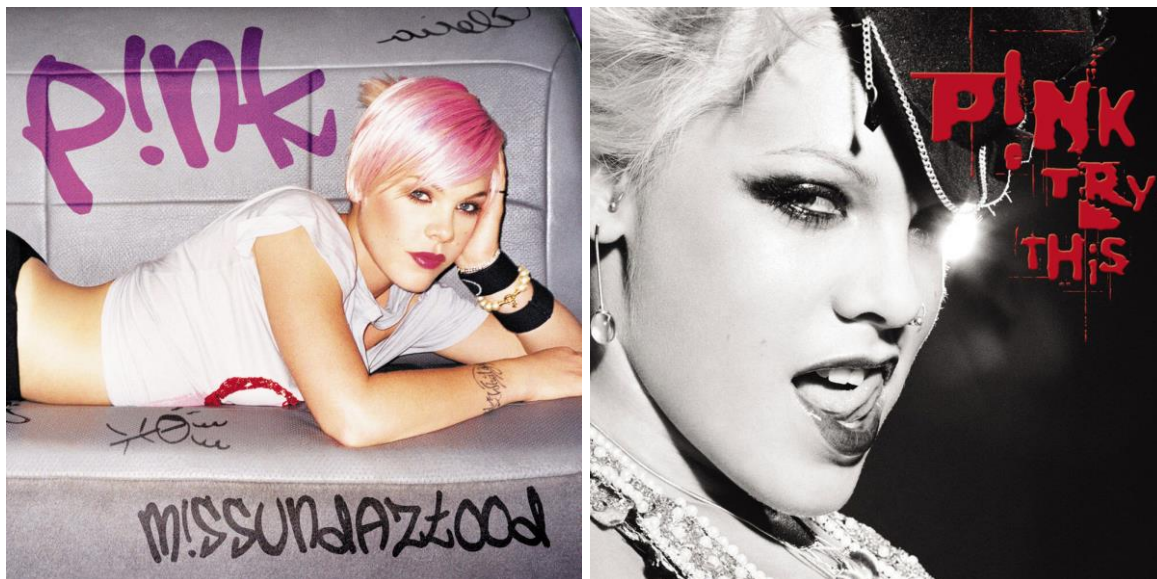
U interpretů, kteří vstupují na hudební scénu, se můžeme setkat s poměrně přirozeným trendem. Ve většině případů je kladen velký důraz na jméno interpreta – mnohem větší než na titul alba (Rihanna, Beyonce, Justin Bieber, Christina Aguilera, P!nk, Adele, Katy Perry, Taylor Swift). Používají se bezpatková písma, ale i ručně psaná – například u Taylor Swift.

Ručně psaná písma, kterými jsou napsány jména autorů, jasně odkazují k ustáleným klišé, která se dají velmi snadno rozklíčovat. Podpis umělce bezesporu nese přidanou hodnotu a přináší určitý typ autenticity. Autogramy, podpis umělce na obraze, to všechno diváka utvrzuje o pravosti a „posvěcenosti“ díla. Každý předmět podepsaný uznávaným umělcem se stává automaticky hodnotným.



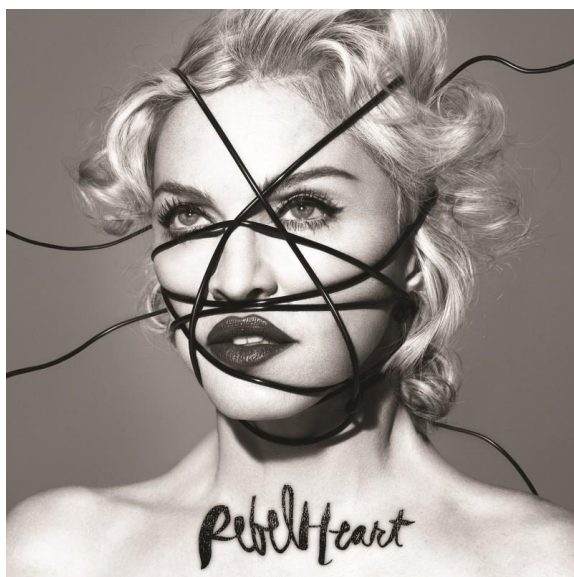
Obr. 21–22 / CD cover Taylor Swift

Například zpěvačka P!nk si po celou dobu své kariéry drží estetiku rebelky, což je také důvod, proč je na mnoha albech použita velmi expresivní typografie připomínající například škrábance na zdi, grafity nebo dokonce krev (album Try this).

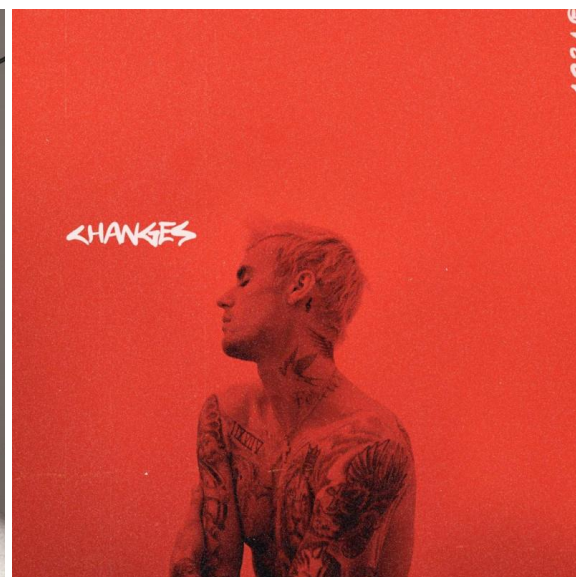


Obr. 23—24 / CD cover P!nk

V rámci vymezeného období se typografie objevuje nejvíce na albech od roku 2000 do roku 2015. Jak jsme se již několikrát přesvědčili, posledních pět let, tj. 2015 – 2020, se začíná nad estetiku v pop music uvažovat trochu jinak a nastupují jiné trendy. Začínají se objevovat alba, která nemají na svých přebalech jméno interpreta, a dokonce ani název alba samotného, a to především mezi léty 2018 – 2020.

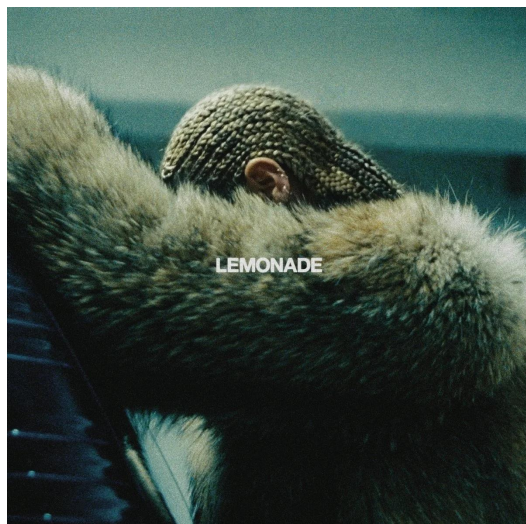


Obr. 25 / CD cover Madonna



Obr. 26 / CD cover Justin Bieber





*Obr. 27 / CD cover Beyoncé*



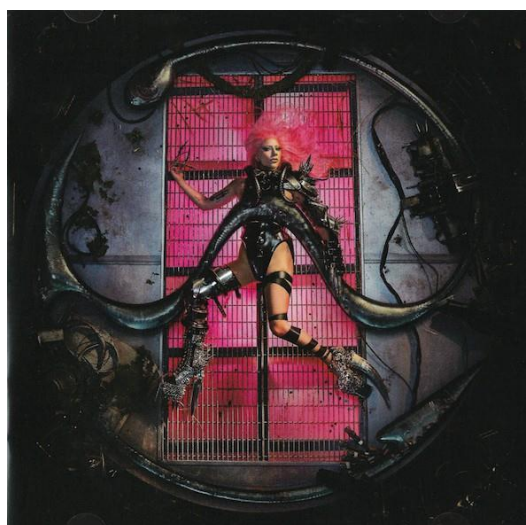
*Obr. 28 / CD cover Christina Aguilera*



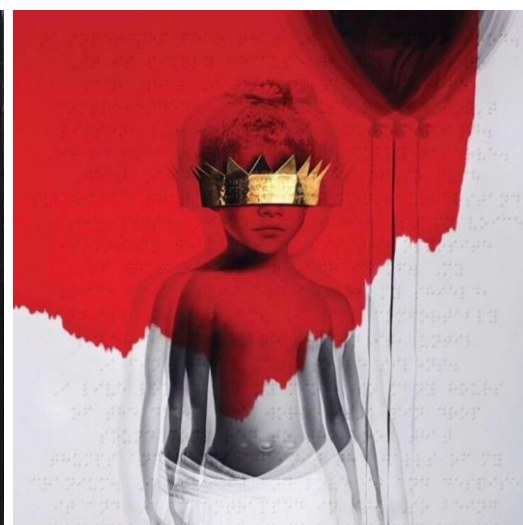
*Obr. 29 / CD cover Taylor Swift*



*Obr. 30 / CD cover Miley Cyrus*



*Obr. 31 / CD cover Lady Gaga*



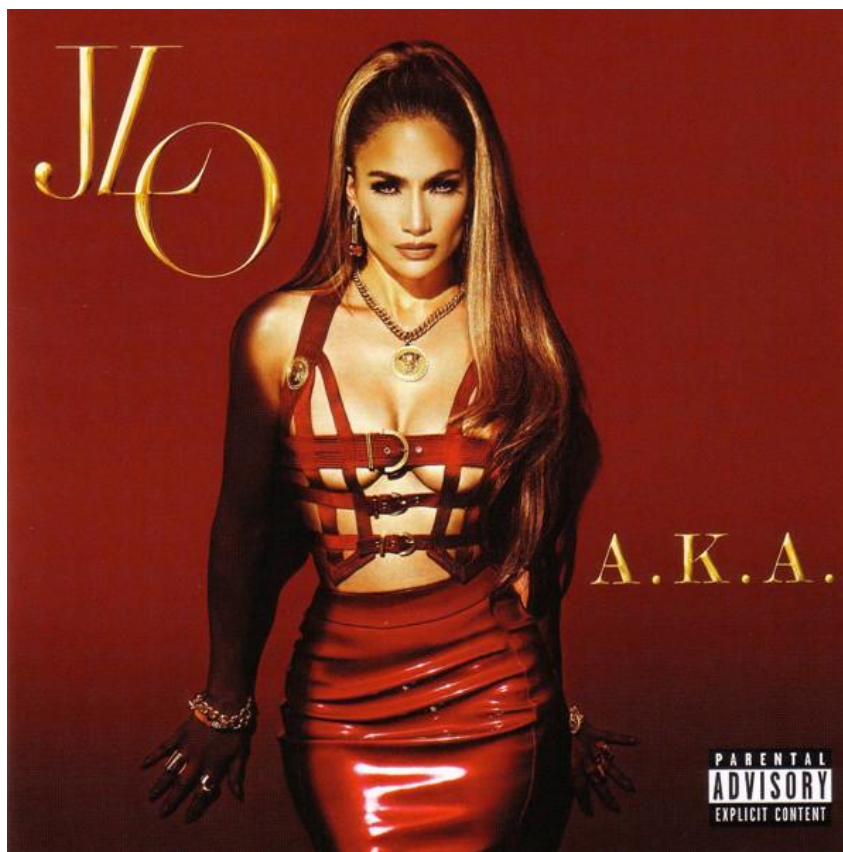
*Obr. 32 / CD cover Rihanna*

Dalším zajímavým zjištěním je to, že někteří zpěváci pro svá jména používají stejný font, který se opakuje na několika řadových albech. Můžeme tak mluvit o budování „vizuální identity“ nebo „loga“, které přispívá jen k dalšímu budování image/značky. Jsou to například Justin Bieber, Taylor Swift nebo Imagine Dragons.

### 3.5 Závěr rozboru formální části

V této kapitole jsem se pokusil zanalyzovat a pojmenovat některé estetické prvky, které se objevují na přebalech alb popových zpěváků. Popsal jsem, jak pop music pracuje s tváří interpreta, jeho stylizací a výrazem na přebalech CD. Vysvětlil jsem práci s kompozicí a dynamikou obrazu, která se v posledních letech zklidňuje, a alba tak mohou působit klidnějším dojmem. Poukázal jsem na práci s typografií a její výrazné omezení v posledních letech.

Z analýzy je patrné, že pop music klade velký důraz na tvář interpreta a extravaganci, excesy. V posledních letech se z přebalů alb vytrácí názvy interpreta a vůbec celá estetika působí mnohem jednodušeji a sklíčeněji.



Obr. 33 / CD cover Jennifer Lopez

## 4 ARCHETYPY V POP MUSIC

Alba popových zpěváků mají určitou formu estetiky, stojí primárně na charismatu osobnosti a jsou velmi často expresivní až exhibicionistické. Estetizace interpreta je často vygradována na maximum.

V této kapitole se pokusím objasnit, co stojí v pozadí vizuality umělců a jaké hodnoty a vzory nese. K této analýze využiji dílo Carl Gustav Junga a dalších psychoanalytiků, psychologů, ale i marketérů, kteří se zajímají o téma archetypů.

Plně si uvědomuji, že postava i dílo C.G. Junga může pro některé stát na pomezí empirických věd a ezoteriky — možná až šarlatánství? Předem bych se ale rád vyhnul jakémukoliv hodnocení Jungova díla, protože k takovým závěrům nejsem kompetentní a ani to není cílem této práce. Výzkumu C.G. Junga se ovšem nedá upřít to, že vytvořil *hypotézu*, jak lze fenomenologicky nazírat na lidskou psychiku. Důležité je zde slovo *hypotéza*, které nám jasně říká, že se jedná pouze o model, myšlenkový konstrukt, který nám poskytuje vybrané nástroje k tomu, jak zkoumat lidskou duši, jejíž empirické zkoumání je samo o sobě náročnou disciplínou, neboť předmět zkoumání je i samotným nástrojem výzkumu.

Tato kapitola je tedy pouze také modelem, jak lze číst a chápat estetiku jednotlivých interpretů. Vzhledem k rozsahu práce zde pouze nastíním analýzu estetiky vybraných interpretů.

### 4.1 Co je to archetyp?

Carl Gustav Jung byl švýcarský lékař a psychoterapeut a byl také zakladatelem analytické psychologie. Lidskou psychiku se snažil popsat a pochopit pomocí snů, umění, mytologie, náboženství a filozofie, a na základě těchto poznatků léčit své pacienty z různých typů psychóz. Jako první také přišel s pojmem „*archetyp*“. (Radan Wagner © 2020)

Je velmi těžké popsat co to archetypy skutečně jsou, protože sám Jung jejich zkoumání zasvětil celý život a věnoval jejich popisu mnoho svých knih. Mám-li ovšem tento pojem pro účely této práce nějak shrnout, mohu o archetypech říci, že se jedná o určité *kolektivní praobrazy, které se objevují v lidské mysli nepodmíněné v čase, místě a kultuře*. Každý archetyp má své atributy a projevy působení na chování člověka. (C.G. Jung © 2018)

Poznání o archetypech můžeme využít nejen v psychologii, psychiatrii, ale i v marketingu, ve kterém nám archetypy pomáhají definovat potřeby cílové skupiny a mohou nám poskytovat i určité předpoklady pro volbu estetiky, která je pro dané konzumenty žádaná. Protože jak jsem popsal již výše, pop music je určena masovému posluchači, *tudíž se dá předpokládat, že marketing je zde nadřazen designu nebo je s ním velmi úzce propojen.*

Carl S. Pearsonová koncept archetypů posouvá na další úroveň a pokouší se je aplikovat v marketingu při budování značky. Svá zjištění vydává v knize *The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes*. Brand archetypy pomáhají budovat značku, definovat pocity a emoce, které mohou nabízet zákazníkům, kteří tyto pocity podvědomě nebo i vědomě vyhledávají. (Ecommerce Magazine Bridge © 2020)

Jako ukázka postačí například značka mýdel Dove, která je ukázkovým příkladem archetypu „Nevíňátka“. V reklamních spotech nečekáte žádné drama, nejistotu a porušování pravidel, naopak – očekáváte pocity nevinnosti, péče a jistoty. (Ecommerce Magazine Bridge © 2020)

Základních archetypů, se kterými se v marketingu pracuje, je 12:

Tvůrce – Vytváří nové hodnoty.

Pečovatel – Někdy také archetyp „matky“, který spočívá v péči o druhé.

Vládce – Archetyp kontroly a vůdcovství.

Klaun – Bezstarostnost, užívání si života.

Jeden z nás – Všichni jsou si rovni. Touží někam patřit, být součástí celku.

Milenec – Smyslnost, krása a užívání si lásky. Vášeň, ocenění a oddanost.

Hrdina – Odvaha, houževnatost. Chce dokázat svou hodnotu tím, že se postaví nebezpečí, je ochoten riskovat.

Psanec – Rebel, který porušuje pravidla. Revoluce, šok.

Kouzelník – Dokáže nemožné, překračuje hranice. Uskutečňuje sny. „Nic není nemožné“.

Nevíňátko – Život je jednoduchý a bezstarostný, plný optimismu.

Objevitel – Nezávislost, pohyb v před a neustálé zkoumání možností. Objevování světa. Nezávislost.

Mudrc – Analyzuje svět kolem sebe. Chce jej poznat intelektem a uchopit jej.

(Petr Mysák © 2020)





Obr. 34 / Archetypy značek

Přiřazení určitého archetypu k danému interpretovi nám pomůže lépe pochopit jeho prezentaci, vystupování i přístup k estetice. Můžeme také zjistit přibližný okruh jeho fanoušků.

Pro to, abych mohl hudební interprety správně kategorizovat, bylo třeba je hlouběji nastudovat – přečíst rozhovory, prohlédnout si videoklipy, interview a další. Pouze na základně estetiky CD přebalů by to nebylo u všech zcela možné.

## 4.2 Archetyp hrdiny

Definovat archetyp hrdiny je poměrně snadná věc, protože je to klíčový archetyp, se kterým se setkáváme v každém příběhu a se kterým celý příběh prožíváme. Hrdina odolává nesnázi osudu, riskuje, většinou putuje sám, každá překážka je výzva, kterou je třeba překonat. (Ecommerce Magazine Bridge © 2020) Zcela jasným archetypem hrdiny je skupina Imagine Dragons a Woodkid. V případě Imagine Dragons by nám mohl postačit bližší průzkum jejich CD přebalů.

Hlavním hrdinou jejich CD přebalů je prostě oblečený kluk, který se ocitá v různých prostředích a situacích. Postava je vždy umístěna centrálně. Výběr kompozice dává divákovi jasnou nápovědu, co je na obraze klíčovým bodem – kdo je hrdinou obrazu. Více zřejmou estetizaci archetypu hrdiny snad skupina nemohla zvolit. Navíc jak lze vidět, Imagine Dragons s motivem chlapce/hrdiny pracují na všech svých řadových albech.



Obr. 35—37 / CD cover Imagine Dragons



Woodkid je dalším příkladem archetypu hrdiny. Sám Yoann Lemoine, alias Woodkid, řekl v rozhovoru „*Chci, aby lidé, kteří poslouchají mé skladby, získali pocit, že jsou hrdinové... Texty jsou o tom zmateném životním období mezi dospíváním a dospělostí*“. Hrdina Yoann Lemoine se tak v souboji utkává se sebou samým a čelí iniciaci z chlapce na muže. O hrdinství pojednává i název jeho posledního singlu z roku 2020 „Goliath“, jehož samotným názvem odkazuje ke známému biblickému příběhu o Davidovi a Goliáši.

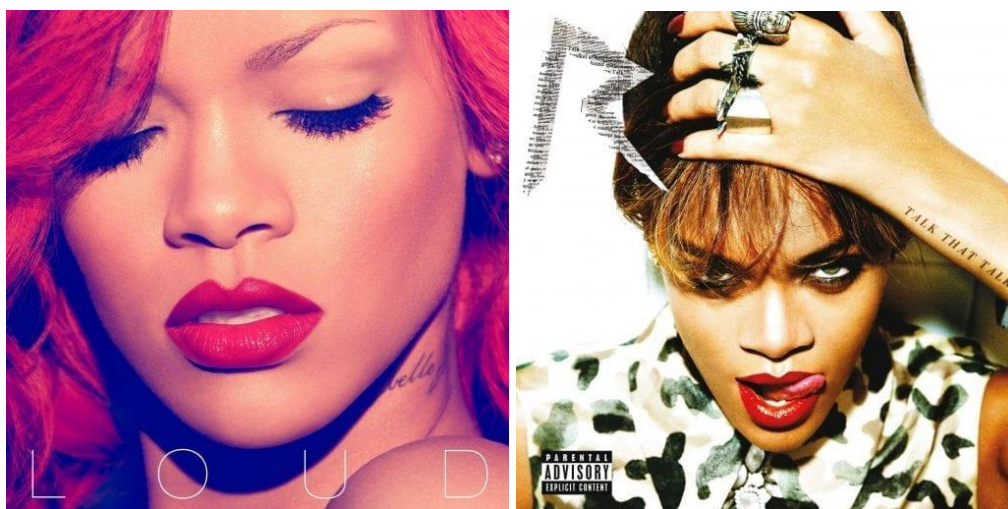


Obr. 38—41 / CD cover Woodkid

### 4.3 Archetyp milence

Rihanna je archetypem milenky. I když slovo „milenka“ může působit pejorativně, skrývá v sobě významné kvality. Atributy archetypu jsou otevřenost, vášnivost, touha po opravdivém a autentickém propojení s ostatními, citovost, emoce. (Petr Mysák © 2020)

Smyslnost a určitý typ erotičnosti jsou přítomny na několika CD přebalech Rihanny. Citovost není obsažena jen v jejich videoklipech, názvech písní a textech, ale i v její bohaté prezentaci charitativní pomoci, stejně tak jako například u Beyoncé, která se prezentuje také v archetypu milenky. Rihanna založila také nadaci Nadace Clary Lionel, která pomáhá především dětem třetího světa. (Marc Malkin © 2020)

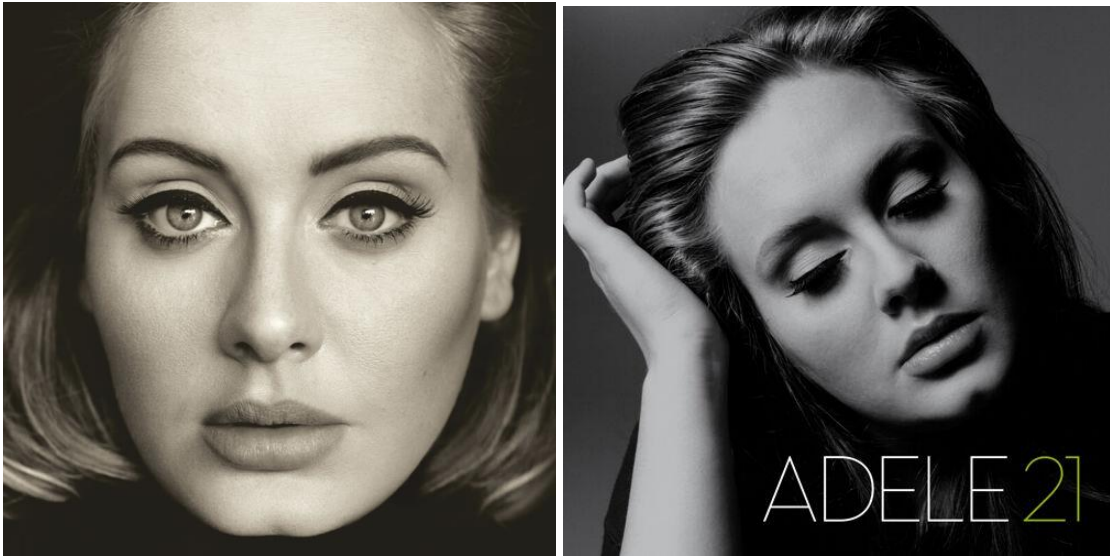


Obr. 42—43 / CD cover Rihanna

### 4.4 Archetyp jeden z nás

“Všichni lidé jsou si rovni.” Archetyp „jeden z nás“ chce komunikovat s ostatními lidmi. Touží někam náležet a nevybočovat i v případě, že je tak úspěšný jako zpěvačka Adele, která se v tomto archetypu prezentuje.

Adele je po celou dobu své kariéry velmi autentická. Sama několikrát řekla, že zpívá jen kvůli tomu, protože si to fanoušci přejí. Od jejich vystoupení nečekáte žádné sexy oblečky, nečekáte ani show se spoustou polonahých tanečníků, jako tomu je například u Beyoncé nebo Rihanny. Adele se prezentuje atributy jako stálost, lidskost, citlivost. Adele v jednom rozhovoru prozrazuje „*Se svou kariérou seknu na čtyři nebo pět let. Když neustále pracuji, mé vztahy se hroutí... Vdám se, budu mít nějaké děti a budu pěstovat zeleninu.*“ (Lucy Buckland © 2020)



Obr. 44—45 / CD cover Adele

#### 4.5 Archetyp Psance

Psanec je rebel. Vzpírá se systému a mnohdy šokuje. Jasným příkladem je zpěvačka P!nk, která si celou svou vizualitu zakládá na rebelce, drsné, upřímné holce se zvednutým prostředníčkem. Její rebelství je snad patrné na všech přebalech studiových nahrávek. Dramatická práce s typografií, která využívá ručně psaných fontů nebo estetiky graffiti. To vše vizáž rebela jen podtrhuje.



Obr. 46—47 / CD cover P!NK

## 4.6 Závěr Archetypy v pop music

V této kapitole jsem ukázal, jak lze pomocí archetypů alespoň částečně uchopit estetiku a vystupování jednotlivých interpretů. Na základě tohoto poznání lze částečně predikovat další vizuální výstupy.

Samozřejmě je možné, že může dojít u některých interpretů k rapidní změně, ale například u výše zmiňované P!nk můžeme dobře vidět její postupný vývoj v rámci archetypu rebela po celou dobu její kariéry. Dále jsou to Imagine Dragons, Woodkid, Rihanna, Adele — ti všichni se drží konzistentní estetiky.



## 5 ALTERNATIVNÍ HUDEBNÍ SCÉNA

I když jsem se rozdíl mezi popovou a alternativní hudbou věnoval již na začátku této diplomové práce, rád bych se k tomuto tématu rád vrátil a lépe jej specifikoval.

*Alternativní hnutí se zformovalo v 70. letech 20. století v zemích západního bloku. Toto hnutí odmítalo konzumerismus moderní společnosti. Nebylo to jen hnutí hudební, ale i ekologické a politické. (Akademický slovník © 2001) V 70. letech se alternativní kultura spojuje s ustupujícím hnutím hippies a následným zrodem punku, který přichází na scénu v 80. letech. V této době také roste velký zájem o malé rozhlasové stanice na vysokých školách. (Karla Melichnová © 2001)*

Josef Vlček je hudební publicista a hudební dramaturg, který se v 70. letech ve zpravodaji z 9. Pražských jazzových dnů (1979) pokusil definovat alternativní hudební scénu v několika bodovém manifestu, i když on sám text za manifest nepovažoval. (Petr Hrabalik ©)

*„Tyto teze nechtějí být žádným manifestem nějakého nového hudebního obrození, ale prostým pokusem shromáždit naše představy o cílech a možnostech, které má (nebo by měla mít) neustálým hudebním kvasem pulzující scéna mladých hledačských kapel. Je to defakto jen námět k úvaze, předběžná pravidla hry, pokus o obnažení vztahů mezi komerční kulturní scénou a námi. Čím důrazněji z nich vysvitne váha, jež je kladena především na morálku mladých, tím lépe.*

*Přesto si však tyto teze nečiní nároků být závaznými pro všechny kapely. Naopak, jediným vpravdě závazným pravidlem je tvůrčí volnost. Alternativní kapela může být elektrická, akustická, ovlivněná Zappou, jazzovou novou vlnou i orientální hudbou, lidovým blues, punkem i moravským folklórem, dětskou říkankou i absolutní poezií.“ (Petr Hrabalik ©)*

- 1. Není rozdíl mezi manipulací s mladým talentem kdekoliv na světě. Všude je podřizován normám, na nichž systémy stojí. Buď na obchodních nebo ideologických.*
- 2. Umělecké normy našich médií v oblasti zábavného průmyslu jsou špatně maskovaným pláštěm prospěchářství, alibismu, korupce, omezenosti, konservatismu a nedynamické aplikace dialektického materialismu.*

3. *Výsledkem těchto norem je playbacková, rozjásaná televizní maloměšťácká kultura a jazz rocková zvukomalba do filmů. Vše se kryje nadnesenými pojmy jako „umělecká kvalita“, „nadčasové hodnoty“ apod. O tom, co nás přežije, rozhoduje doba a čas, nikoli soudy příslušně vyškolených odborníků.*
4. *Alternativní hudba je proud, který se snaží vytvářet svébytnou hudbu mimo obchodní a estetický diktát médií. Patří do ní folkoví zpěváci i experimentální kapely, bourající vžitě konvence, pro něž jsou naše disco studia uzavřena.*
5. *Cílem hudby je vyjádřit takovou myšlenku, kterou nemá možnost vyjádřit žádný jiný druh umění. Nikdy se nesmí ztratit ta kapela, která má lidem co říci, i když přitom zpěvák dokonale neintonuje nebo bubeník vypadává z rytmu.*
6. *Teprve z myšlenky se rodí forma, nikdy naopak.*
7. *Na muziku není třeba absolventského diplomu z konzervatoře. V některých případech je takový diplom i brzdou.*
8. *Síla leží v nových, nastupujících generacích. Ty je třeba přitáhnout a zbourat jejich strach ze zkušenějších.*
9. *Umělec nepotřebuje žádný glejt na to, aby byl umělcem. Rekvalifikační zkoušky ponižují. Každý se ohání Beatles – a ti ani neznali noty.*
10. *Není pravda, že umění má jen lidi bavit, ale taky nesmí jen mentorovat a poučovat. A když – od toho je tu umělecký průmysl od Eltona Johna po falešně realistický Dietl-rock Katapultu. Alternativní hudba nenabízí takové zboží denní spotřeby.*
11. *I negativní reakce je pozitivní, když kapela vyprovokuje posluchače k přemýšlení.*
12. *Nezbytečnějšími kritickými měřítky jsou technická zdatnost, perfektnost a blízkost k modernímu jazzu nebo klasické hudbě. Zdůrazňována budiž snaha po originalitě, spontánnost a svéráznost. Upřímnost se rozumí sama sebou.*
13. *. Alternativní hudba není systémem hvězd; vycvičenými tvory v roztleskávaných sálech nás dost krmí komerční kultura. Hlavní je muzika, pak teprve její tvůrce.*
14. *Nešpiňme se s konzumní kulturou. Peníze, které z této spolupráce koukají, jsou příliš draze vykoupěny. Dělají z umělce slouhu a otroka, nutí ho vytvářet věci, s nimiž nesouhlasí. Ale i s tím nejčistším úmyslem se musí vždycky zeptat: Komu tím slouží? Taktika „ústupek za ústupek“ je nepřijatelná.*
15. *Cvičit, cvičit, cvičit. Jen mít kde! Budoucnost se však na tyto potíže nikdy neptá.*
16. *Na vlastní nahrávací studia a gramofonové desky zatím nemáme. Ale dobré dílo přežije i bez toho. The Primitives Group nenatočili jedinou nahrávku a přesto si o nich nová generace má co povídat.*

17. *Nebojte se nahrávat sami. Stačí dva magnetofony a už to jsou čtyři stopy. Seržant Pepper nebyl natočen na víc! A místo desek? Magnetofonové pásky nebo kazety.*
18. *Není ani příliš mnoho možností ke koncertování. Kulturní pracovníci budou ještě dlouho uvažovat v dimenzích, které jsme už dávno překonali. Necht' je proto každý koncert pamětihodnou událostí, o níž se budou dlouhou dobu vyprávět legendy.*
19. *Syntetizér není jediným zdrojem elektrického zvuku.*
20. *Nevěřte předstíranému progresu. Niemen a SBB jsou tu proto, aby lidi dezorientovali, aby jim prezentovali dávno zastaralou řemeslnou práci jako krok vpřed. Pokrok tkví v hledání – třeba neúspěšném – a ne v drmolení omletých formulí.*
21. *Alternativní hudba není žádný underground, dobrovolně se izolující od reality. Alternativní hudba nezmění svět, ba ani jen naši kulturu, není příčinou jeho budoucích změn, ale důsledkem jeho krize.“ (Petr Hrabalik ©)*

Některé body se z dnešního hlediska mohou zdát diskutabilní (například poslední bod), ale důležité je, že se Vlčkovi podařilo popsat realie, pomocí kterých můžeme definovat alternativní hudební scénu i dnes. Jsou to především body č. 1 – 8.

Alternativní hudební scéna tedy vytváří svébytnou hudbu, kterou se snaží posouvat a bortit ustálené estetické i obchodní hranice. (Petr Hrabalik ©)

## 6 ÚVOD DO ANALÝZY FORMÁLNÍ ČÁSTI CD PŘEBALŮ ALTERNATIVNÍ HUDEBNÍ SCÉNY

Jak naznačil Josef Vlček ve svém prvním bodě – na populární, masovou kulturu působí mocenské a obchodní tlaky, které mohou skrze popového zpěváka prosazovat svou ideologii nebo využívat interprety populární hudby jako nástroje k co největšímu zisku. V rámci grafického designu je bezesporu patrné, že se popoví interpreti řídí stejnými pravidly. Krásná tvář prodává a buduje značku, šok a skandál přiláká fanoušky.

Jak je to ale v případě alternativní scény? Je to o mnoho komplikovanější. Když se podíváme na CD přebaly alternativních interpretů zjistíme, že zde není výrazný společný jazyk, jako je tomu u populární hudby.

Například královna alternativní hudby, islandská zpěvačka Björk, sice naplňuje strukturu alb interpretů pop music ve smyslu, že je na každém studiovém albu umístěna její osoba, zásadně se ale vyhýbá konvenčnímu zobrazení *krásné tváře*. Stylizace zpěvačky je mnohdy výrazně stylizovaná, vyhnána až do extrému.



Obr. 48 / CD cover Björk



Je jasné, že se s alternativní hudební scénou pojí velmi abstraktní pojmy jako je jinakost a experiment. Rád bych nyní pojmenoval některé fenomény, které se napříč celou touto hudební scénou objevují – jsou to především *nezávislost, soběstačnost a spolupráce*.

## 6.1 Nezávislost, soběstačnost a spolupráce

Velké procento alternativních umělců si hudbu produkuje samo – jsou to například Imogen Heap, Björk, Arca, For you Katrina, Ephemeral Harms, bílej kluk, Toyota Vangelis, Fever Ray a další. Často tak zastávají roli několika pracovních pozic zároveň. V případě české alternativní scény jsou to čtyři z pěti oslovených umělců – Ephemeral Harms, bílej kluk, Toyota Vangelis a For you Katrina alias Jan Durina (finalista ceny Oskara Čepána 2019), který popisuje svůj projekt jako extrémně vyčerpávající právě z toho důvodu, že každou show, vizuál, ale i komunikaci s festivaly a organizátory koncertů řeší sám.

V případě zahraničních interpretů mohu jmenovat Imogen Heap, několikanásobnou držitelku Grammy Awards, která si u sebe v domě postavila nahrávací studio a vše si produkuje sama. Vzhledem k tomu, že si alternativní scéna uvědomuje svoji pozici v rámci hudebního průmyslu a populární kultury, velmi často funguje jako komunita.

V českém prostředí je soudržnost mnohem patrnější už jen proto, že se pohybujeme na velmi malém socioekonomickém území. Ptal jsem se českých hudebníků (bílej kluk, Toyota Vangelis, Ephemeral Harms, For you Katrina), zda-li kolem sebe mají tým spolupracovníků, a jak probíhá jejich vizuální produkce. Stále převažuje fakt, že umělci zastávají většinu vizuální produkce sami nebo se spoléhají na své přátele a kamarády, většinou studenty vysokých, ale dokonce i středních uměleckých škol. Spolupráce zde často není založena na penězích, ale na přátelské výpomoci a zážitku z tvorby.

Je samozřejmé, že v českém prostředí zde výrazně hraje roli kapitál, který mnoho umělců nemá, a proto využívá všechny možné způsoby, jak zůstat tvůrčí. Mohou to být například podpůrné granty pro umělce, residence nebo „přátelské výpomoci“ studentů, přátel a rodiny, které mohou být právě klíčem k tomu, jak přirozeně posouvat zažité hranice. Jak zmiňuje Josef Vlček ve své stati o alternativní hudbě:

a) „8. Síla leží v nových, nastupujících generacích. Ty je třeba přitáhnout a zbourat jejich strach ze zkušenějších.“



Nejde jen o technický růst, kdy na svých stolních počítačích dokážeme obstarat kompletní postprodukcí videí, počínaje stříhem, přes vizuální efekty, až po práci se zvukem a následný upload na platformy jako je YouTube nebo Vimeo, Spotify, a to ve velmi vysoké kvalitě, ale jde i o úpravu fotografií jako přidání jasů, kontrastu nebo oříznutí – které v dnešní době zvládne snad úplně každý.

Naše doba nám tedy naskýtá nejen *hardwarovou dostupnost* v podobě výkonných počítačů, ale i *dostupnost softwarů*. Ableton, Cubase, sada Adobe, Cinema4D, Blender a mnohé další programy jsou přístupné všem, ať už za poplatek nebo zcela zdarma, jako například 3D program Blender. K produkci audiovizuálního obsahu nám tedy postačí velmi málo v porovnání s minulými léty. Například český hudebník Bílej kluk sice spolupracuje s BCAA systémem, což je kreativní kolektiv, který vznikl na Akademii výtvarných umění v Praze, který je schopen zastřešit kompletní hudební a vizuální produkci, ale i přesto si Bílej kluk většinu grafických materiálů, postprodukcí videí i obsah sociálních sítí vytváří sám. (Bílej kluk ©2021) Ostatně jako většina umělců pohybujících se na alternativní hudební scéně v Česku i v zahraničí – například Doon Kanda. Doon Kanda je vystudovaný sochař, který produkuje vlastní hudbu a své sochařské schopnosti využívá v 3D modelovacích programech. Výstupy pak používá ve svých videoklipech nebo na přebalech svých CD. (Core Pan © 2019)

Dalším faktorem, jež vede k hybridnosti umělce, který v sobě spojuje jak grafického designéra, hudebníka, výtvarníka, producenta i manažera, je přístup k internetu – i když to zní možná banálně. Internet poskytuje přístup k samotným softwarům, ale například i výukovým tutoriálům, které si může prohlédnout kdokoli kdo má motivaci se naučit s jakýmkoliv programem. Existuje zde mnoho platform, kde můžete diskutovat s lidmi se stejnými zájmy, ať už se jedná o facebookové skupiny, Instagram, skupiny na platformě Discord, Twitch, Are.na atp., a získávat zpětnou vazbu.

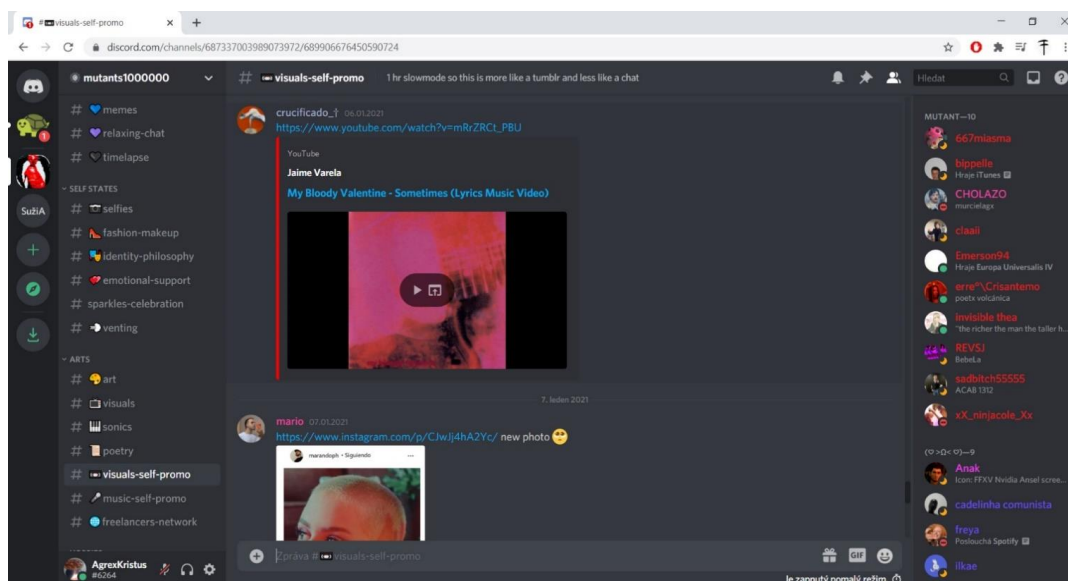
Ať už se tedy hudebník rozhodne zpracovávat si vizuální obsah sám a jeho motivace jsou jakékoliv, nedostatek kapitálu nebo vlastní touha kontroly nad veškerými kreativními a produkčními procesy, nic mu nebrání tuto pozici zastat. V případě mnou oslovených českých umělců jsou to všichni až na Lenku Dusilovou. U zahraničních umělců je tento přístup dobře patrný u Doon Kanda. Smývání hranic mezi hudebníkem a grafickým designerem, i samotné rostoucí nároky na technologické znalosti, jsou jen přirozeným

vyústěním technologické progresu a nároků trhu. Dalším faktem je i to, že samotní hudebníci často přichází na hudební scénu z prostředí výtvarného umění, takže je jim tento způsob práce blízký. Například Doon Kanda, For you Katrina, Ephemeral Harms nebo Fever ray, která se dříve živila jako web designer.

### 6.3 Internet a alternativní hudební scéna

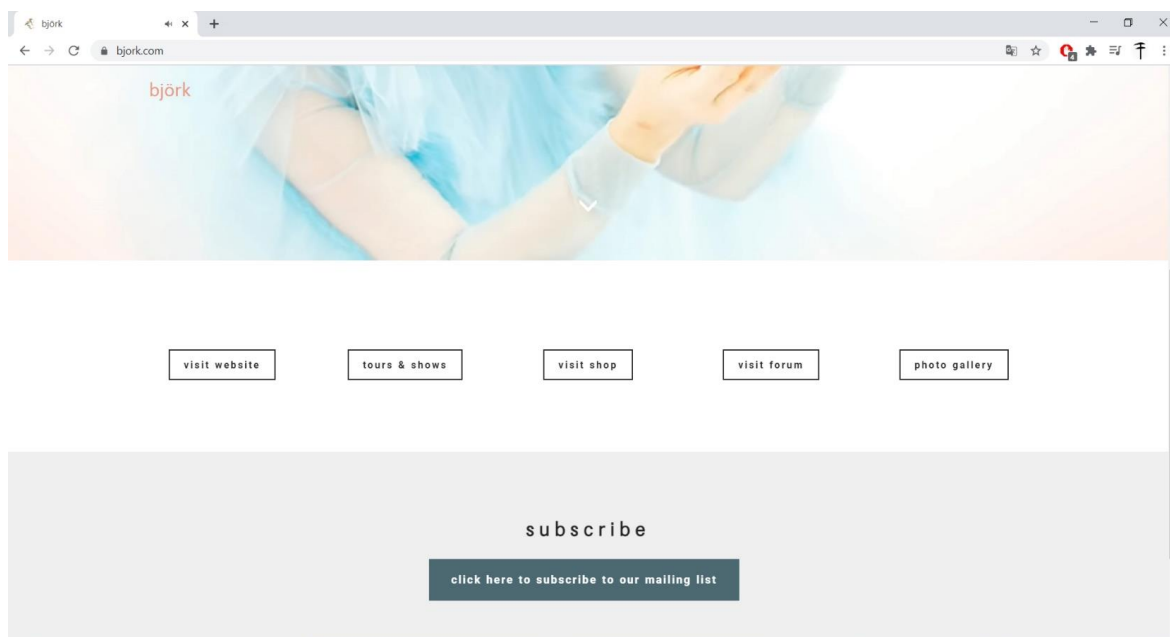
Nemohu si odpustit krátce popsat, jakým způsobem se alternativní hudební scéna pohybuje na internetu. Jaké platformy využívají a proč někteří z autorů nechtějí vydávat hmotné nosiče v podobě CD nebo LP. Z toho také ústí parametry a nároky na grafický design, neboť někteří hudebníci se pohybují výhradně v online prostoru.

Internet se stal jádrem alternativní hudební scény. Oficiální webové stránky zpěvačky Arca (<http://www.arca1000000.com>) fungují spíše jako rozcestník. Jsou zde vypsány různé platformy jako například Discord a Twitch (které primárně slouží pro hráče a streamery online her). Na těchto platformách mohou fanoušci komunikovat mezi sebou anebo přímo se samotnou Arcou. V případě Discordu mohou fanoušci prezentovat své umělecké počiny, diskutovat nad filozofií a sdílet další obsah, který tuto komunitu spojuje, a to vše „pod křídly“ svého oblíbeného hudebního interpreta. Arca taktéž velmi intenzivně plní svůj Instagram desítkami videí denně. V případě popové scény, jsem žádnou oficiální platformu, která by byla zřízena samotným umělcem, a na které by se i on sám pohyboval, nezaznamenal. Možná i samotná představa toho, že by Madonna nebo Beyoncé živě streamovaly na platformě určené pro hráče PC her, je poměrně nepředstavitelná, a možná až komická.



Obr. 50 / Printsreen serveru Discord zpěvačky Arca

Zpěvačka Björk má svou oficiální webovou prezentaci velmi zastaralou. Od hudebníka tohoto formátu možná očekáváte šťavnatější, experimentální přístup, ale po zadání [www.bjork.com](http://www.bjork.com) do vašeho vyhledávače vás přivítá standardizovaná stránka s velmi chudým web designem.



Obr. 50 / Printscreen webu zpěvačky Björk

Z dotazovaných českých hudebníků (Ephemeral Harms, bílej kluk, Toyota Vangelis, For you Katrina) nemá ani jeden svůj oficiální web. Hudebníci se pohybují na platformách jako je Facebook, Instagram, Vimeo, YouTube. Na SoundCloud, BandCamp a Spotify publikují pouze audio obsah podpořený fotkami coverů. I když nikdo z autorů nemá svůj oficiální web, při dotazu, jak velkou důležitost pro ně hraje vizuální sebe prezentace, odpovídali takto:

Toyota Vangelis

*„Web nemám. Používám Instagram a YouTube. Facebook jen z nutnosti. Experimentoval jsem i s tikotem. Žádná ze sítí (kromě tiktoku) už dnes necení organicky obsah a proto přichází o relevanci. Náhrada zatím v nedohlednu. Web smysl dnes už nedává – leda jako rozcestník“* (Toyota Vangelis © 2020)

bílej kluk

*„Používám jenom facebook a instagram. Hlavně teda instagram. Ten mám nejradši tím, jak je jednodušej a vizuální. A taky sem na něj dost zvyklej.“* (bílej kluk © 2020)

Ephemeral harms

*„Nemám vlastní web ako hudobník. Vlastný web mám iba ako vizuálny umelec. Pre hudobné projekty používam Facebook, Instagram, Bandcamp, Soundcloud. Niektoré menej, niektoré viac.“* (Ephemeral harms © 2020)

Je patrné, že oficiální webové stránky jsou na ústupu, jak poznamenal sám Toyota Vangelis. Interpreti se začínají spíše orientovat na sociální sítě – a to z dvou velmi jednoduchých důvodů.

Prvním důvodem je uživatelská přívětivost. Hudebník nemusí platit za webdesign, doménu ani další služby, které jsou nezbytné pro vytvoření webu. I samotná správa webu, jako je přidávání novinek, je časově náročnější záležitost.

Druhým důvodem je fakt, že sociální sítě jsou primárním komunikačním kanálem mnohých z nás. Jsou zdarma, jsou dostupné, a skoro každý má nějaký typ sociální sítě. Přidávání příspěvků na Facebookový profil nebo na profil na Instagramu je velmi jednoduché, orientace na těchto platformách je také velmi snadná. Primární výhoda však tkví v okamžité odezvě od fanoušků a možnosti sdílení. Stačí se jen zamyslet nad tím, kolikrát člověk navštíví oficiální web svého oblíbeného interpreta, a kolikrát vidí jeho příspěvek na sociálních sítích, popřípadě kolikrát navštíví jeho profil a odkud čerpá novinky.

Faktem, který potvrzuje vzestup sociálních sítí na úkor oficiálních webů interpretů, je i vyhledávač Google. První dva články po zadání jména interpreta jsou většinou odkazy na Wikipedii – samozřejmě záleží na tom, jak moc známý interpret je. Na třetí příčce se většinou objevuje odkaz na sociální sítě – Facebook, Instagram, Twitter, BandCamp atp.. Teprve až na spodních příčkách za sociálními sítěmi nacházíme odkaz na oficiální webové stránky. (Například Björk, Fever Ray, Ephemeral Harms, Lenka Dusilová...)

Jednou z hudebních webových platforem je BandCamp, který slouží pro streamování a nákup hudby, ale naleznete zde i zajímavé rozhovory s různými interprety.

Pokud zde vyhledáme kolektiv BCAA, který sdružuje umělce, designéry a IT specialisty, se kterými spolupracuje a jehož členem je i český rapper bílej kluk, můžeme vidět přebaly různých interpretů. Layout webu je jasně definovaný a umělci mohou upravovat pouze

záhlaví a přidávat covery jednotlivých alb. Uživatel se může samozřejmě stát fanouškem a přihlásit se k odběru novinek. Jsou zde i odkazy na sociální sítě a další kontakty. Primárně bych chtěl ovšem poukázat na estetiku CD přebalů, které na profilu BCAA kolektivu můžeme zhlédnout. Využití 3D, metalických textur, odlesků, radikální vrstvené kompozice. To všechno bychom mohli shrnout pod jediný pojem, který v sobě tyto estetické prvky nese, nazývá se „Acid design“.

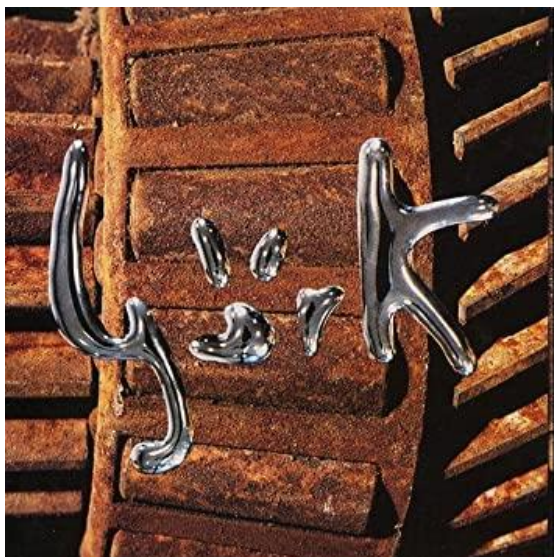


*Obr. 52 / Chrometype*

## **6.4 Acid design**

Fluidnost, metalické textury, chromatický design, nestálost, člověk a stroj, šum, data, gradient, virtuální realita. Acid design je pojem, který rezonuje jak grafickým designem, tak i hudebním průmyslem, výtvarným uměním, ale i módou. „Kyselinová grafika“, jak by mohl znít neúhledný český překlad, se „proleptala“ do všech vrstev kultury.





Obr. 53 / Singl cover Björk



Obr. 54 / Acid design

První kapky Acid designu můžeme sledovat již v 60. letech spolu s vlnou LSD a se subkulturou techno a raves z 90. let. Můžeme zabrousit i do počítačových her, žánru sci-fi, ale i fantasy, kde má Acid design bezesporu své místo. Je zde patrný i návrat „retro“ barevné škály ze 70. let. (Emily Gosling © 2019)

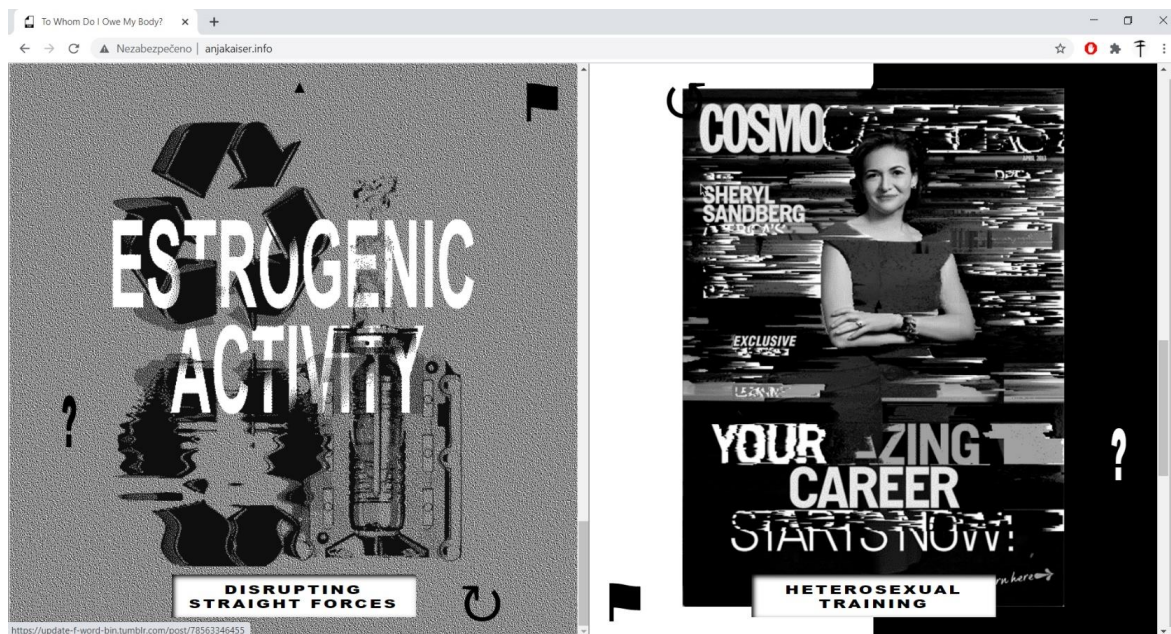
Grafický designer Daniel Brokestad komentuje estetiku Acid designu jako snahu vyhnout se minimalismu, který graduje od roku 2000 do současnosti. Acid design je podle něj návrat do 90. let, kdy barevné gradienty, 3D výřezy a další efekty zažívaly svůj velký boom díky dostupnosti stolních počítačů a software. (Emily Gosling © 2019) Tento trend můžeme chápat jako snahu současné umělecké scény vymezit se populární kultuře, popřípadě minimalistické, funkční grafice. Kyselinová grafika se šíří primárně po sociálních sítích, kde ji naleznete stovky. Nejznámější instagramový účet „Chrometype“ k dnešnímu dni (tj. 15. 1. 2021) čítá nad 62 tisíc odběratelů.

Luigi Brusciano, italský grafický designér pracující pro módní značky, chápe Acid design také jako revoltu grafických designéru v době, kdy úhledný grafický design může dělat každý. (Emily Gosling © 2019) Ať už pomocí různých internetových stránek, které nabízejí všemožné šablony, jako například Canva, nebo díky větší dostupnosti grafických programů.

Jedna z prvních designérek Acid designu je německá designérka Anja Kaiser. I když ona sama pojem „kyselina“ nerada používá, její vizuální proleptávání, práce se šumem, rastrem a „technologickými chybami“ je samo o sobě vypovídající. (Emily Gosling © 2019) Nejde



o žádnou úhlednost, o dodržování typografických pravidel, ale spíše o experimentování s programovacími jazyky a nacházení nových hranic estetiky.



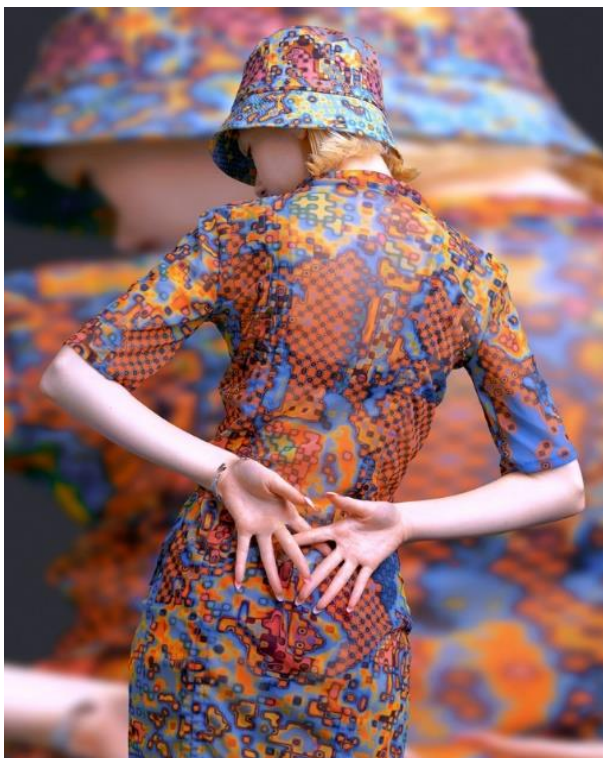
Obr. 55 / Anja Kaiser web

*„Eurocentrický grafický design je nabitý převládajícími imperativy, jako je potřeba jednoduchosti a přehlednosti. Mám pocit, že Acid design a proleptávání by mohl být jedním ze způsobů, jak tyto koncepty zpochybnit.“* komentuje Kaiser. (Emily Gosling © 2019)

Otcem Acid designu je ovšem amsterdamský designér Johnatan Castro, který se v posledních letech stal hvězdou této estetiky. Jeho web čítá nespočet příkladů Acid designu - [www.jonathancastro.pe/](http://www.jonathancastro.pe/)

Acid design je velmi atraktivní a stále živoucí současný estetický styl. Ať už je chápán jako revolta současných grafických designéru vůči komerční, funkční grafice, nebo jen jako přirozený návrat k dřívějším trendům.

Jediným velkým úskalím Acid designu je fakt, že se skutečně proleptal do všech vrstev vizuální kultury, a tím pádem začíná postrádat svou toxicitu. Svou všudypřítomností se pomalu ale jistě stává z vizuálně zajímavého přístupu umělecký standard, který očekáváte od většiny uměleckých projektů, a který se snaží mnoho mladých začínajících umělců nebo grafických designéru napodobit. Nicméně jen čas ukáže, jak dlouho si Acid design udrží svou toxicitu, a kam se posune jeho estetika.



*Obr.56 / Design — Jonathan Castro*

## 7 ANALÝZA FORMÁLNÍ ČÁSTI ALTERNATIVNÍ HUDEBNÍ SCÉNY

Strukturu analýzy formální části zachovám stejnou jako v případě populární hudby. Chtěl bych tak poukázat na rozdílný přístup v sebeprezentaci těchto dvou hudebních proudů. Uvědomuji si, že se alternativní scéna a její přístup k estetice projevuje jiným způsobem, na který nebude struktura použitá při analýze popových zpěváků stačit. Proto jsem se rozhodl popsat další aspekty, které se na coverech alternativních hudebníků objevují.

### 7.1 Klíč k výběru umělců

Klíčem k výběru interpretů byly stejné parametry jako u výběru popových zpěváků. Prvním parametrem byl vstup na Alternativní scénu po roce 2000. Druhým parametrem je označení samotného zpěváka jako „experimental“ jedním z největších hudebních serveru MusicBrainz.org.

Při hledání interpretů, které bych mohl zařadit do analýzy CD přebalů, jsem došel ke zjištění, že existuje jen velmi málo tvůrců tohoto hudebního žánru, kteří mají tak bohatou tvorbu a počet CD jako například Björk, která je ve své tvorbě i přístupu velmi konzistentní.

Pokud se budeme pohybovat v českém prostředí, situace je ještě komplikovanější, protože se mi nepodařilo najít prakticky jediného interpreta, který by vstoupil na hudební scénu kolem roku 2000 a byl v tomto hudebním žánru tvůrčí až dodnes.

Rozhodl jsem se proto zařadit do seznamu i interprety, kteří se na scéně objevují až v pozdějších letech. Dovolím si ovšem tvrdit, že to v případě žánru jako je alternativa nebude fatální. Proč? Protože estetika přebalu interpretů tohoto žánru je velmi různorodá a často se vymyká masové estetice své doby, jak se přesvědčíme sami.

## 7.2 Hlava a tělo

Jak jsme se přesvědčili v minulých kapitolách, hlava a oči jsou jedním z nejčtetnějších a nejvýraznějších znaků popového alba. V případě alternativního žánru se interpreti také objevují na přebalech svých CD, ale rozhodně v nižší míře.

Tváře interpretů alternativního žánru se na přebalech alb objevují napříč celým vymezeným časovým horizontem, čím se ale výrazně odlišují, je jejich míra stylizace.

Na přebalech popových zpěváků jsme se často setkávali s tvářemi, které bychom mohli podle obecně přijímané estetiky hodnotit jako krásné, upravené. V případě alternativní hudby se často setkáváme s opakem. V případě Dorian Electra se můžeme dokonce setkat s poměrně androgynní tváří, kdy divák neví, jestli se dívá na fotografii muže nebo ženy. Relativizace pohlaví samozřejmě není přítomna jen na alternativní scéně, ale rezonuje celým hudebním průmyslem i společností. Například Conchita Wurst je velmi výraznou androgynní postavou pop music nebo i již zmiňovaný Bilal Hassani.



Obr. 57 / Conchita Wurst

Jako protipól „popové krásy“ můžeme chápat i sesterské duo CocoRosie, které se na své album *Grey Oceans* nechalo vyfotografovat s neúhlednými nalepovacími vousy. Nebo i zpěvačku Fever ray, která má název svého alba napsaný podivnou černou tekutinou na tváři. Stejně jako Björk, která sice naplňuje schéma coverů popových zpěváků, ve smyslu, že je její osoba umístěna na každé přebalu alba, ovšem míra její stylizace je tak velká, že spíše připomíná bytost z jiných planet. Ať už jde o organické tvary připevněné na tváři nebo latexový oblek, který tak trochu vypadá jako odkvetlá pampeliška.



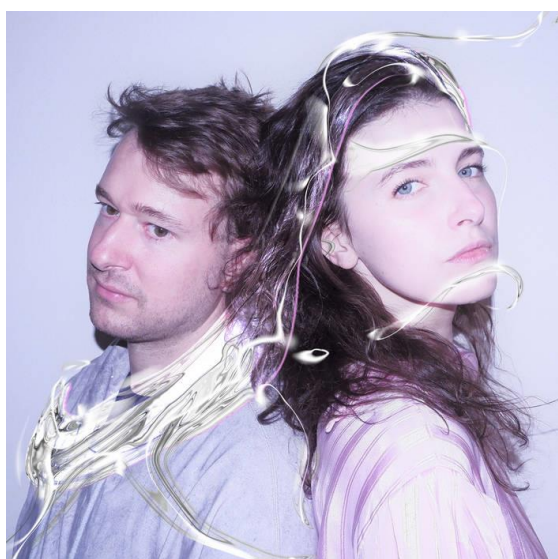


Obr. 59 / CD cover CocoRosie



Obr. 60 / CD cover Björk

Alternativní scéna také pracuje s dalším výrazným trendem, a tím je 3D, které zasahuje přímo do tváře interpreta. Tento trend se objevuje v 90. letech minulého století, ale i v letech posledních. V případě Holly Herndon můžeme vidět kombinaci fotografie s 3D rendery, které se přes sebe různým způsobem prolínají. Covery FKA Twigs jsou dílem Jeseeho Kandy alias Doon Kanda, což je výtvarný umělec a zároveň i hudebník, který spolupracoval s řadou alternativních hudebníků (Björk, Arca, FKA Twigs). Kandova práce pro FKA Twigs taktéž kombinuje klasickou fotografii s 3D obrazem. Tento postup práce můžeme najít i u českého hudebníka, který si říká Toyota Vangelis.



Obr. 61 / CD cover Toyota Vangelis



Obr. 62 / CD cover Holly Herndon

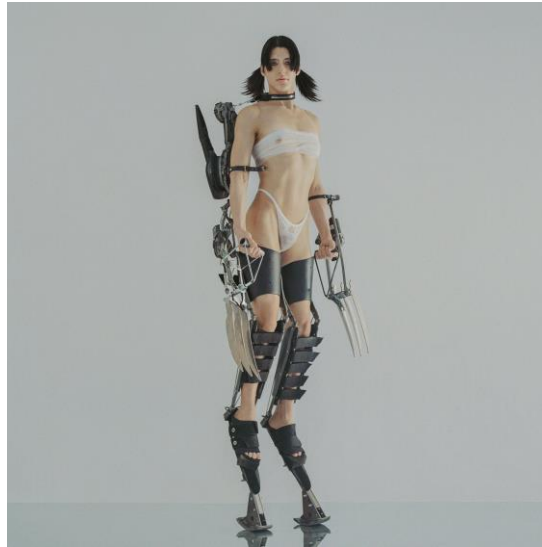
Dorian Electra si pro svou desku „Flamboyant“ pro jistotu nechali vymodelovat celé tělo ve 3D a svou tvář pouze do obrazu dodali. (I když se jedná o jednu osobu, v angličtině využívají zájmena they,/them, tedy oni, jim). (Aneta Martínková © 2022) Autorkou zlatého 3D názvu alba je shodou náhod má bývalá spolužačka, studentka grafického designu Fakulty výtvarných umění VUT v Brně, Kristýna Kulíková, (Krstnklkv © 2019) která je jednou z nejvýraznějších grafických designerek u nás a troufám si říci, že i ve světě. Spolupracovala také například s Lady Gaga. (Gagapedia ©)



Obr. 63 / CD cover Dorian Electra

Oproti popové scéně se skoro vůbec neseťkáváme s erotickým nábojem. Z výběru interpretů by se dalo označit za „provokativní“ album zpěvačky Arca – KiCk I, kde stojí interpretka skoro nahá v konstrukci připomínající stroj. Její postoj připomíná sci-fi válečníka asijských počítačových her. Je zřejmé, že je zde kladen důraz na kontrast mezi

strojem a tělem ženy, i přestože je zde přítomen erotický náboj. Arca si zde s naprostou zřejmostí pohrává s posthumanistickými myšlenkami a kyberkulturou.



*Obr. 64 / CD cover Arca*

### 7.3 Dynamika obrazu a kompozice

Kompozice je ve značné míře centrální, tak jako u popové scény, a to v celém zkoumaném časovém období, tzn. 2000 – 2020. Hudebník Swans je ukázkovým příkladem této kompozice. Na všech svých řadových albech si zvolil grafický prvek, který umístil vždy centrálně. Zaměříme-li se na portréty interpretů, ty jsou také ve značné míře umístěny centrálně, což je pochopitelné, protože čtvercový formát CD obalů k tomu vybízí.



*Obr. 65 / CD cover Swans*

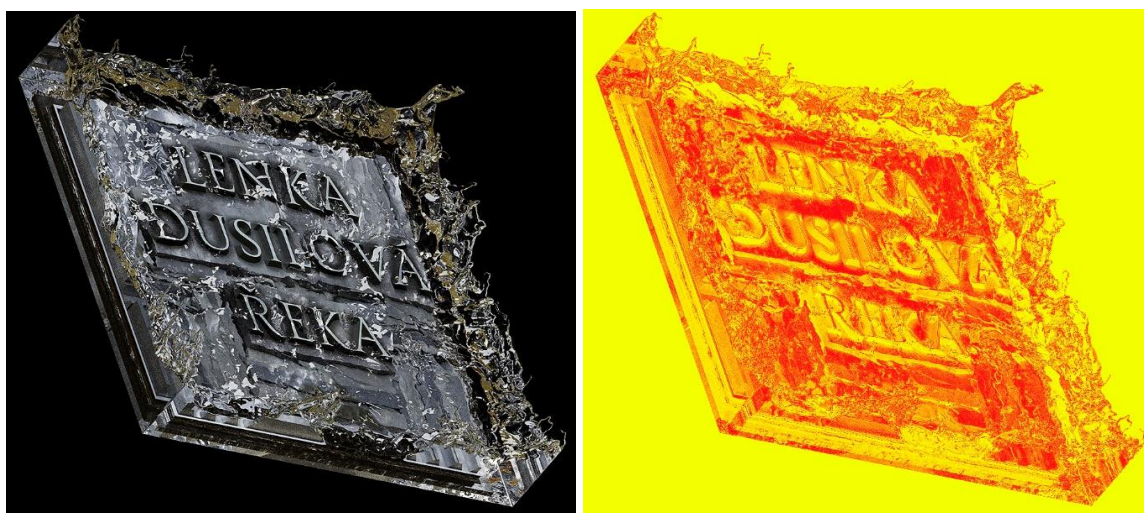


Zajímavé kompoziční řešení nabízí bílej kluk na svém EP albu z roku 2019 Snowy. Digitální malba na pomezí trash estetiky a acid designu se vyhýbá středové kompozici, a na první pohled spíše působí jako barevná abstrakce.



*Obr. 66 / CD cover bílej kluk*

Barva je také důležitou částí dynamiky obrazu. Divákovi může velmi dobře komunikovat náladu celého alba. Může působit zklidňujícím dojmem, nebo naopak vybízet k aktivitě. Jako demonstraci jsem přebarvil album Lenky Dusilové — Řeka. Původní černobílé album jsem překryl červenožlutým přechodem.



*Obr. 67 / CD cover Lenka Dusilová*



Jak vidíme, barva se přímo neúčastní na tvarové kompozici, ale na dynamice obrazu rozhodně ano. Při mé snaze popsat projevy alternativní hudební scény jako celku, jsem zjistil, že právě barva je jedním z klíčových aspektů, který je signifikantní pro celou alternativní scénu. V mém vzorku interpretů je barevná paleta alternativní hudební scény rozhodně více lazená do tmavších tónů.

## 7.4 Typografie

Stejně tak jako v pop music používá i alternativní scéna různá písma, a velmi těžko se dá určit, kdy a jaká písma byla používána. Znovu se tedy zaměřím spíše na to, jak se s písmem na přebalech CD pracuje, než na jejich přesné pojmenování a kategorizování.

Co je na první pohled patrné je fakt, že se alba alternativních interpretů vyskytují velmi často bez použití písma na přední straně alba. Jmenovitě to je třeba Björk, Swans, FKA Twigs, For you Katrine.



Obr. 68 / CD cover Doon Kanda

Pokud se písmo na albu vyskytuje, tak se v mnohem větší míře objevuje jako malý text vyplňující kompozici alba.

Autechre. NTS Session 1.



*Obr. 69 / CD cover Autechre*

Další variantou zobrazení písma je písmo jako ornament, které se v současné době bezpochyby pojí s vlnou Acid designu a chrom type designu (Chrom type design je využití 3D programů pro vytvoření chromových, fluidních, dispersních či metalických písem/nápisů.). Pokud budeme na tento přístup nahlížet optikou popkultury nebo hudebního průmyslu, umělci alternativní hudební scény pokládají všanc svá jména (chápejme zde jméno jako značku, která prodává) na oltář současné vlně estetiky, která se velmi často pojí právě s undergroundovými subkulturami. Tento trend práce s typografií je přítomný jak na české scéně, tak i v zahraničí.



*Obr. 70 / CD cover Toyota Vangelis*



*Obr. 71 / CD cover Dorian Electra*

## 7.5 Srovnání Analýzy formální části alternativní hudební scény a pop music

Alternativní hudba se jakožto nezávislý, nekonvenční hudební proud projevuje na svých CD přebalech mnohem více různorodě než populární scéna, u které je již po prvním shlédnutí vybraných alb patrné, že se mnohem více řídí danými pravidly, které stanovuje trh/hudební průmysl.

Zobrazování interpreta a stavění celé vizuální komunikaci na jeho image je v pop music klíčovým aspektem. Oproti alternativní hudební scéně pracuje pop music s naprosto jinými parametry image. Pokud se podíváme na alba popových zpěváků, zjistíme, že se v mnohem větší míře klade důraz na konvenční krásu a zdůraznění feminity/maskulinity. I v případě relativizování a dekonstruování genderu se výsledná image zpěváka/zpěvaček/zpěváků stále pohybuje v mantinelech obecně přijímané krásy, i když spolu vedle sebe koexistují velmi silné pohlavní mužské a ženské znaky. Příkladem toho je například již dříve zmiňovaná Conchita Wurst, nebo Bilal Hassani. Vlasy jsou upravené podle posledních dámských trendů, vousy zastřižené a zvýrazněné ostrými konturami. Líčení je velmi ženské a zvýrazňuje, prodlužuje oči.



*Obr. 72 / Bilal Hassani*



*Obr. 73 / Conchita Wurst*



Samozřejmě, že i alternativní hudební scéna pracuje s míšením pohlavních znaků, ovšem výsledky jsou v optice obecně přijímané krásy spíše odpuzující.



Obr. 74 / For you Katrina



Obr. 75 / CD cover Dorian Elektra



Obr. 76 / CD cover Cocorosie

Jan Durina alias For you Katrina má nalíčené oči a rty, na hlavě paruku a děsivě se usmívá. Dorian Elektra se zase nechali zvěčnit ve 3D programu a ulehli ve stahovacích punčoškách a saténovém županu na huňatou kožešinu. Svou image doplnili zelenými vlasy načesanými dozadu a tenkým knírem. Sesterské duo CocoRosie má na hlavě hadry z plsti a kolem úst

nalepené neúhledné vousy/chlupy. Když se podíváme, jakým způsobem relativizuje pohlaví pop kultura a alternativní hudební scéna, jasně vidíme, že se *pop kultura i v případě mísení ženských a mužských pohlavních znaků stále drží v mantinelech obecně přijímané krásy*. Jako ukázkou jsem oddělil ženské a mužské znaky Conchity Wurst, abych tak lépe demonstroval svá zjištění. Kdybychom totiž neznali kontext fotografie, mohli bychom tvrdit, že se jedná o výstřižky z modelingového časopisů.



Obr. 77 / Conchita Wurst

Práce s typografií je oproti populární hudbě rozdílná především v tom, že jí není dán tak velký prostor. Alba popových zpěváků jsou označena (vyjímaje poslední 2 – 3 roky) jménem zpěváka i názvem alba. Alternativní scéna má jména svých alb a interpretů v porovnání s pop music malá a nevýrazná. V některých případech nepracuje s typografií vůbec anebo typografii používá jako dekor, ze kterého divák může cítit pouze náznak písma, což by rozhodně neobstálo před nároky vydavatelů pop music. I při rozhovoru s Lenkou Dusilovou o jejím přebalu alba *Řeka* zmínila, že jediným nárokem nahrávací společnosti AnimalMusic bylo, aby bylo její jméno a název alba dobře čitelné, i když pro ni samotnou to nebylo nijak zvlášť důležité.



Obr. 78 / CD cover Lenka Dusilová



Obr. 79 / CD cover Fever Ray

## 8 ZÁVĚR

Estetika alternativní a popové scény je zásadně rozdílná. Některé rozdíly v estetice jsou patrné více a některé méně. Uvědomuji si, že práce pokryla jen malinkatý střípek z celého hudebního průmyslu a ve výsledku se podařilo výrazněji popsat projevy popové scény, právě díky jejím jednotným nárokům na vysoký prodej a zisk z prodeje alb.

Jak jsme se přesvědčili, prodej pop alb má zajistit silná a snadno zapamatovatelná osobnost, která se mnohdy řídí zásadami konvenční krásy. Zpěvákův pohled navíc velmi často míří na potenciálního kupujícího. Je zde patrná i excesivnost a sexuální náboj. Typografie je různorodá, každopádně je na přebalu alba ve velké většině případů uvedeno jméno zpěváka i název alba. Někteří hudebníci dokonce opakovaně používají stejná písma na více řadových albech a můžeme tak mluvit o budování vizuální identity.

Alternativní scéna se spíše projevila jako solitérská větev umělců, která se může stavět do přímé opozice pop music a která se projevuje mnohem méně společným vizuálním jazykem. Zobrazování interpreta je zde druhotné, a pokud se interpret již objeví na přebalu svého alba, je často silně stylizován mimo hranice konvenční krásy. Typografie se na přebalu alb objevuje také v menším počtu, často plní funkci dekoru nebo není tak výrazná jako v případě pop music.

Z mého výzkumu tak vyplívá, že alternativní scéna stojí v přímé opozici pop music, a i když přebírá některé její strategie a postupy, často stojí na opačné straně spektra — konvenční krása vs ošklivost, jasný a viditelný název alba a interpreta vs žádný text na přebalu alba.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**



## 9 TVORBA VIDEOKLIPU PRO SKLADBU BIAŁE KONIE OD LENKY DUSILOVÉ

### 9.1 Motivace

Hudbu Lenky Dusilové sleduji již mnoho let, i když zprvu nebyla mezi mými nejoblíbenějšími interprety. To vše se ovšem zlomilo v momentě, kdy jsem narazil na YouTube na improvizované vystoupení v Moravské Galerii v Brně, které bylo zčásti improvizované a doprovázeno tanečníky. Dusilová opustila klasickou formu písničkářství a rozběhla se do širých krajín ambientní elektronické hudby. Od toho okamžiku jsem se začal o její osobou zajímat a netrpělivě očekával vydání jejího nového alba *Řeka*. Tajně jsem totiž doufal, že na něm zúročí své zkušenosti s elektronickou hudbou.

6. listopadu 2020 album *Řeka* skutečně vyšlo a naprosto předčilo má očekávání. Pochmurná elektronika v kombinaci s vokály Dusilové byly totiž něco, co jsem na české hudební scéně postrádal. Album bylo pro mne tak moc osvěžující, že jsem se rozhodl napsat jejímu manažerovi, zdali by Dusilová neměla zájem o spolupráci a nechtěla vytvořit videoklip na skladbu *Białe konie* — a odpověď byla ano.

### 9.2 O čem je album *Řeka* a skladba *Białe konie*

S Lenkou Dusilovou jsme v době pandemie koronaviru spojili online hovorem a velmi dlouho dobu jsme debatovali o tom, jaká a o čem *Řeka* vlastně je.

Člověk v *Řece* putuje časem, prostorem, krevním řečištěm, strukturou, vlastní historií. *Řeka* očišťuje od nánosů bahna, balastu, čeří dno, aby vše mohlo znovu opět klesnout, a člověk viděl věci v nových souvislostech. *Řeka* volá do temných hlubin, protože právě v hlubinách se nachází zamčené, zapomenuté poklady, a právě takové poklady Dusilová ve svých ponorech do řeky odemyká.

Ústředním motivem alba je nalézání vlastní historie v čeřených hlubinách rodinné řeky a čištění jejího dna pro budoucí generace.

I když se možná jedná o příliš ambivalentní a umělecký popis alba, řekl bych, že právě taková *Řeka* je. Proměnná, ohýbající se ve svých meandrech, divoká i klidná. Abych byl ale o něco konkrétnější, Dusilová v našem rozhovoru mnohokrát zmiňovala, že právě rodinná historie a její „*očišťování od nánosů*“ je jejím klíčovým tématem. Skladba *Białe konie*,

kteřou jsem si vybral pro tvorbu videoklipu, jí asociuje její prarodiče, které rozdělila druhá světová válka a kteří se už nikdy nesetkali.

Slunce moje  
zajdi za les za pole  
Nespíchej  
ať nesplašíš stádo bílých koní

V černé zemi  
Mladé srdce spí  
Ne jedno leží tu  
Které se už nikdy nevrátí domů

Pochování  
V otiscích kopyt bílých koní  
Zpívají  
Staré písně spolu s větrem

Velká řeka plyň,  
Dolinami plyň pokojně  
Řekni všem ještě jednou  
Řekni všem o téhle válce  
Aby nikdo nezapomněl...

Překlad skladby Białe konie, jejíž text napsala Dorota Barová.

Album Řeka jde proti proudu pop music a je vystavěna jako dlouhohrající deska, jejíž jednotlivé písně se do sebe plynule vlévají. Skladby proto od sebe nelze oddělit a vnímat je odděleně, ale jako tok, jako řeku, která má své prameny, ale i slepá ramena. Nejkratší skladba trvá 3:57 a nejdelší skladba 13:59. Skladba Białe konie, kterou jsem zvolil pro svou diplomovou práci trvá 6:55.

### 9.3 Námět videoklipu Białe konie

Spíše než text skladby, byl pro mě mnohem více inspirující rozhovor s Lenkou Dusilovou. Na skladbu jsem nenahlížel jako na píseň, ale jako na součást většího celku. Album Řeka beru jako celek, a proto jsem se rozhodl pracovat spíše s tématy jako — putování, cesta, očista, konfrontace, smrt a život, zkrátka s tématy, které album Řeka protékají skrz naskrz.

Celý videoklip má svou vnitřní logiku, která nemusí být divákovi úplně zřejmá. Nejedná se totiž úplně o narativní příběh, ale spíše o kombinaci designerského uvažování a příběhu, které ústí ve vizuální zážitek. (Objekty se navzájem ovlivňují, přelévají se, naráží do sebe podle předem určených pravidel.) Rád bych, kdyby se divák nechal unášet proudem obrazů

a zvuků Řeky, než aby se ji snažil racionálně pochopit. Z toho ústí fakt, že videoklip může být pro někoho velmi špatně uchopitelný, ale jak řekla sama Dusilová v jednom ze svých rozhovorů: „nevím proč se někomu cpát do vobýváku.“ (Lenka Dusilová ©)

Kdybych měl alespoň částečně naznačit příběh videoklipu, popsal bych jej jako putování řekou, která očišťuje od nánosů, rozpouští a transformuje. Jako cestu na druhý břeh, za Sluncem, kde se shledají všichni, kteří byli odloučení.

## 9.4 Řešení videoklipu

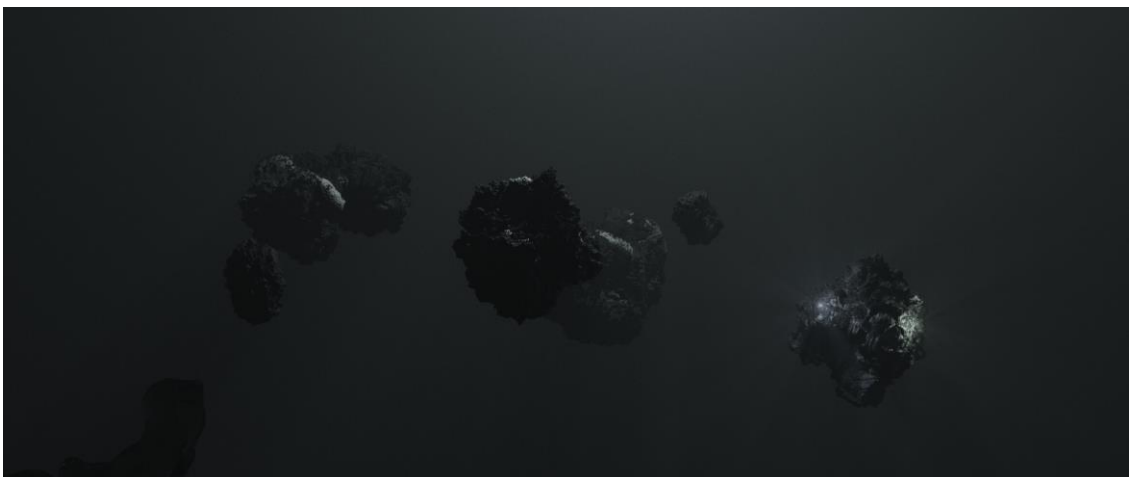
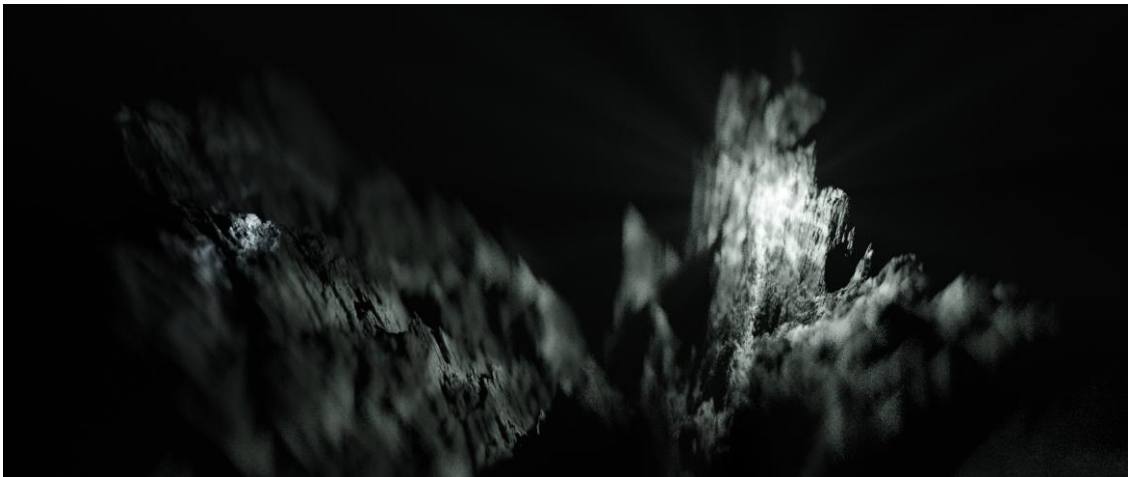
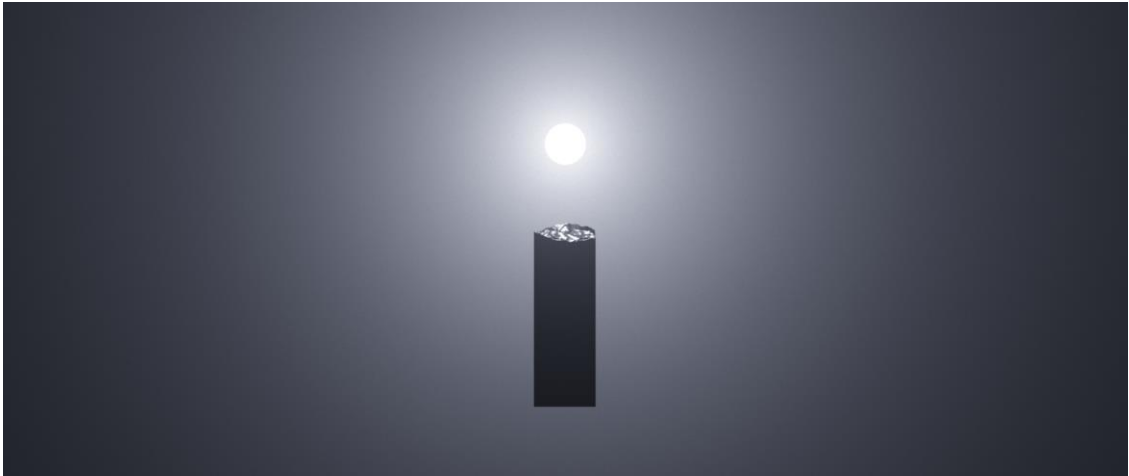
Na videoklipu jsem s přestávkami pracoval od ledna 2021. Práce mi tedy zabrala přibližně rok. Hlavním problémem byla neznalost 3D programu Blender, ve kterém jsem videoklip realizoval a se kterým jsem měl jen půlroční zkušenosti.

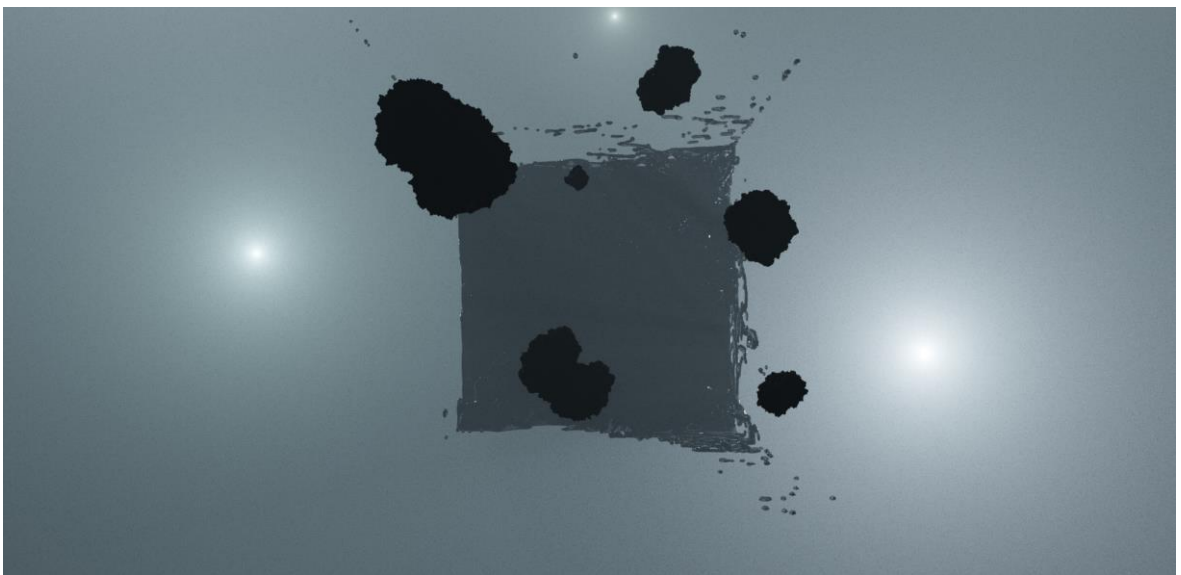
Z rozhovoru s Lenkou Dusilovou jsem se dozvěděl, že sdílíme sympatie k minimalismu. To byl pro mě jasný impuls ubírat se přesně touto cestou. Celá scéna je tedy naprosto minimalistická. V celém videoklipu používám jen 3 textury a to texturu skal, vody a skla. I samotné scény jsem redukoval na to nejpodstatnější.

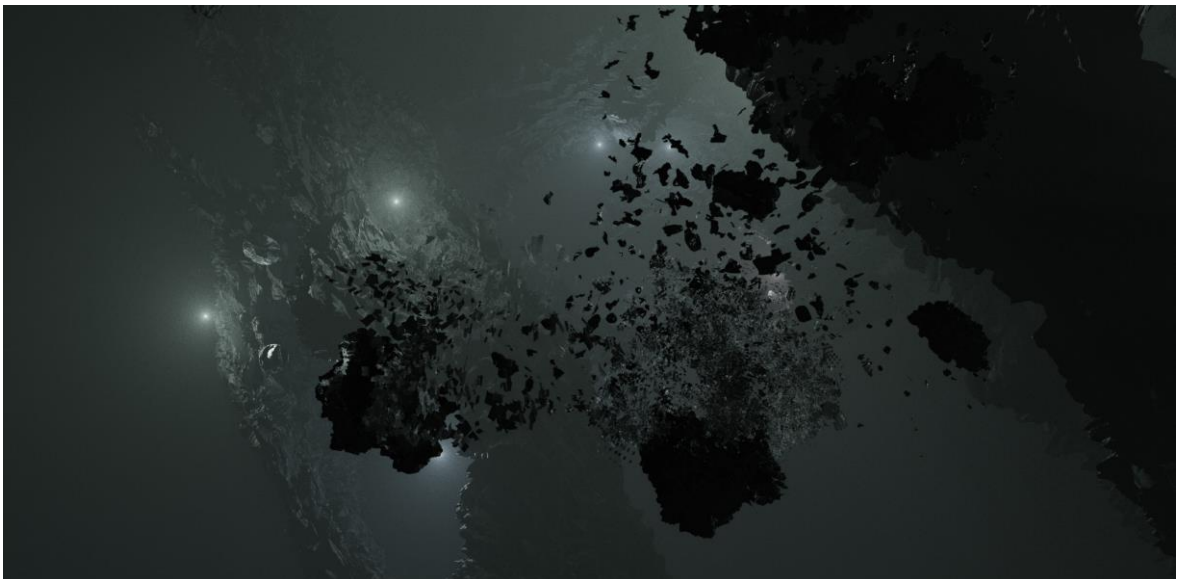
Příběh a svět, ve kterém se videoklip odehrává, je rozdělen na tři části. Kameny, řeku a Slunce. Kameny propadávají řekou, kde se postupně transformují ze svých kamenných skořápek a splývají v objekt, který jsem nazval „Buňka“. Klip končí záběrem na Slunce.



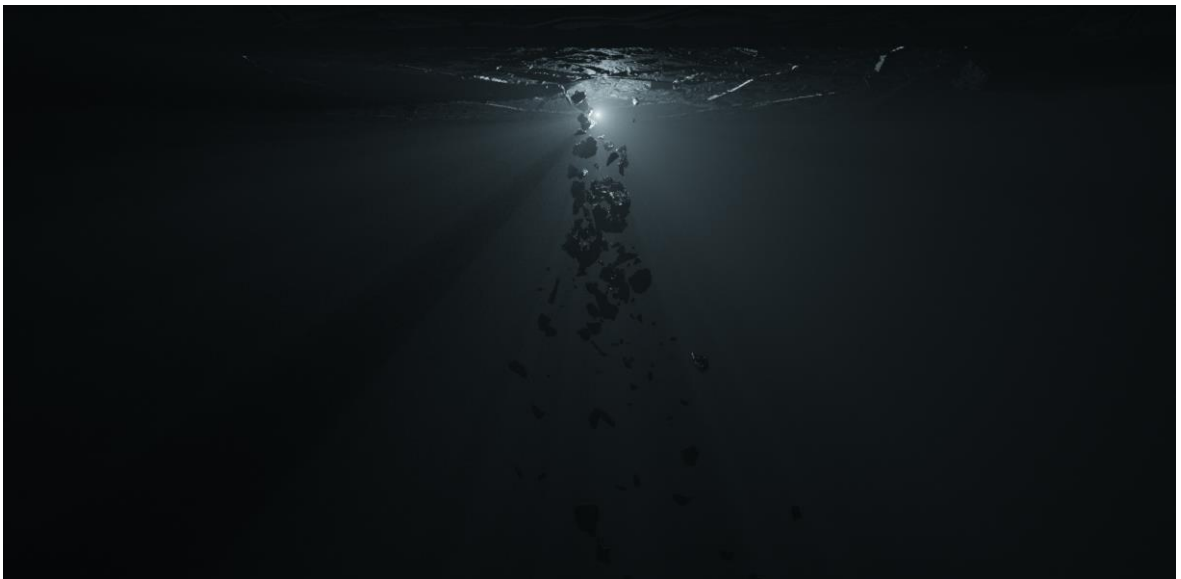
Obr. 80 / Skica

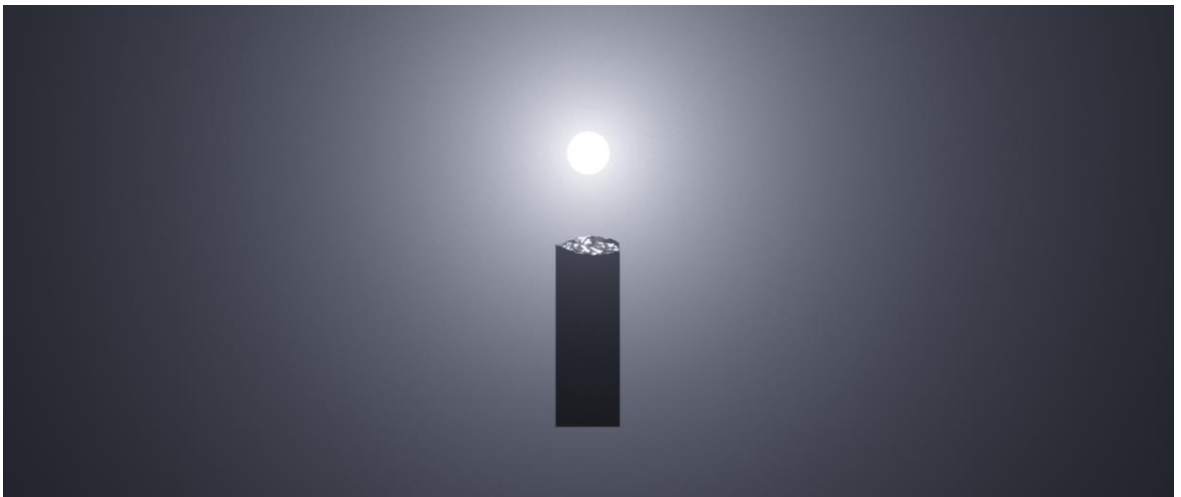












*Obr. 81—94/Ukázka z videoklipu*

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Radio Wave: Czeching [online]. Česká Republika, 2018 [cit. 2021-01-08] Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/jak-proc-a-kam-ridit-hudbu-czeching-se-zameri-na-hudebni-management-7935747>

IFPI: THE INDUSTRY IN 2019 - IFPI [online]. United Kingdom, 2020 [cit. 2021-01-09] Dostupné z: [https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/07/Global\\_Music\\_Report-the\\_Industry\\_in\\_2019-en.pdf](https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/07/Global_Music_Report-the_Industry_in_2019-en.pdf)

Visual capitalist: TECHNOLOGY: How Many Music Streams Does it Take to Earn a Dollar? [online], 2020 [cit. 2021-01-09]

GREGOR Jan, Vojtěch KALINA, OSA: Spotify for Artists pro začátečníky [online]. Česká Republika, 2020 [cit. 2021-01-10] Dostupné z: <https://www.osa.cz/blog/spotify-for-artists-pro-zacatecniky/>

PEŠIČKA Václav: Jak se mění hudební průmysl? [online]. Česká Republika, 2018 [cit. 2021-01-10] Dostupné z: <https://plus.rozhlas.cz/jak-se-meni-hudebni-prumysl-7556987>

DOHNALOVÁ, Lenka, muzikoložka a specialistka v oboru analýzy hudebního sektoru a zvukové tvorby [online dotazník autora]. Česká Republika, 2021 [cit. 2021-01-14].

IDNES: Mám Tourettův syndrom a trpím spánkovou paralýzou, říká Billie Eilish [online]. Česká Republika, 2019 [cit. 2021-03-14] Dostupné z: [https://www.idnes.cz/zpravy/revue/spolecnost/billie-eilish-zpevacka-tourettuv-syndrom-spankova-paralyza-koncert-o2-arena-praha.A190820\\_100417\\_lidicky\\_sub](https://www.idnes.cz/zpravy/revue/spolecnost/billie-eilish-zpevacka-tourettuv-syndrom-spankova-paralyza-koncert-o2-arena-praha.A190820_100417_lidicky_sub)

TUREK Pavel, Respekt: PROČ UŽ V POPU NEJSOU REFRÉNY [online]. Česká Republika, 2021 [cit. 2021-03-21] Dostupné z: <https://www.respekt.cz/kontext/proc-uz-v-popu-nejsou-refreny>

WAGNER Radan, Lidovky: Carl Gustav Jung byl nejen psycholog, ale i výtvarný umělec [online]. Česká Republika, 2020 [cit. 2021-03-21] Dostupné z: [https://ceskapozice.lidovky.cz/recenze/carl-gustav-jung-byl-nejen-psycholog-ale-i-vytvarny-umelec.A200120\\_185448\\_pozice-recenze\\_lube](https://ceskapozice.lidovky.cz/recenze/carl-gustav-jung-byl-nejen-psycholog-ale-i-vytvarny-umelec.A200120_185448_pozice-recenze_lube)

JUNG Carl Gustav. Speculative everything. Výbor z díla II. Archetypy a nevědomí. 2018. Česká Republika: Nadační fond Holar, 2018. ISBN 978-80-906731-5-1.

MALENOVSKÁ Klaudia: Co jsou brand archetypy a proč jsou opravdu potřebné [online]. Česká Republika, 2020 [cit. 2021-03-25] Dostupné z: <https://www.ecommercebridge.cz/co-jsou-brand-archetypy-a-proc-jsou-opravdu-potrebne/>

MYŠÁK Petr, Next Vision: MARKETING POMOCÍ ARCHETYPŮ [online]. Česká Republika, [cit. 2021-03-25] Dostupné z: <https://www.nextvision.cz/blog/marketing-archetypy/>

MALKIN Marc, Variety: Rihanna's Clara Lionel Foundation Donates \$5 Million to Help Fight Coronavirus [online]. 2020 [cit. 2021-03-26] Dostupné z: <https://variety.com/2020/music/news/rihanna-clara-lionel-foundation-coronavirus-donation-1203541324/>

BUCKLAND Lucy, Mail Online: After Grammys triumph Adele reveals she is taking a five year break from music... to concentrate on love [online]. 2012 [cit. 2021-03-26] Dostupné z: <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2100887/Grammys-2012-Adele-reveals-shes-taking-5-year-break-music-concentrate-love.html>

KRAUS Jiří, Věra Petráčková. Akademický slovník cizích slov. 2001. Česká Republika: Academi, 2001, ISBN 80-200-0982-5

MELICHNOVÁ Karla. Bakalářská diplomová práce, Česká alternativní hudba 90. let 20.století. 2015. Česká Republika [online][cit. 2021-03-30] Dostupné z: [https://is.muni.cz/th/wslbz/Ceska\\_alternivni\\_hudba\\_90.\\_let\\_20.\\_stoleti.pdf](https://is.muni.cz/th/wslbz/Ceska_alternivni_hudba_90._let_20._stoleti.pdf)

HRABALIK Petr. Úkoly české alternativní hudby, Česká Republika [online][cit. 2021-03-30] Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/specialy/bigbit/clanky/193-ukoly-ceske-alternativni-hudby/>

Bílej kluk, hudebník. [online dotazník autora]. Česká Republika, 2021 [cit. 2021-04-10].

PAN Core: JESSE KANDA. 2019. Česká Republika, 2019. [online][cit. 2021-04-11] Dostupné z: <https://www.advojka.cz/archiv/2019/25/jesse-kanda>

VANGELIS Toyota, hudebník. [online dotazník autora]. Česká Republika, 2021 [cit. 2021-04-11].

HARMD Ephemeral, hudebník. [online dotazník autora]. Česká Republika, 2021 [cit. 2021-04-11].

GOSLING Emily: “Acid Graphics” Are the New Psychedelia—With a Heady Dose of Cynicism [online]. [cit. 2021-04-25]

Dostupné z: [https://ladygaga.fandom.com/wiki/Dawn\\_of\\_Chromatica\\_\(compilation\)](https://ladygaga.fandom.com/wiki/Dawn_of_Chromatica_(compilation))

Krstnklkv. Instagram [online]. [cit. 2021-04-25]

Dostupné z: <https://www.instagram.com/p/BwU5Xd8hOP4/>

MASTÍNOKVÁ Aneta. Radio Wave [online]. 2022 [cit. 2022-04-25]

Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/musime-ukazovat-ze-maskulinita-je-nejenom-toxicka-ale-i-krasna-rikaji-dorian-8728963>

Dawn of Chromatica (compilation). ladygaga.fandom.com [online]. 2019 [cit. 2021-05-1]

Dostupné z: [https://ladygaga.fandom.com/wiki/Dawn\\_of\\_Chromatica\\_\(compilation\)](https://ladygaga.fandom.com/wiki/Dawn_of_Chromatica_(compilation))

Conchita Wurst. Wikipedia [online]. [cit. 2022-04-20]

Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Conchita\\_Wurst](https://cs.wikipedia.org/wiki/Conchita_Wurst)

DUSILOVÁ Lenka. KENVELOmagazine [online]. [cit. 2022-05-11]

Dostupné z:

[https://www.youtube.com/watch?v=ENkxJqxZbvo&ab\\_channel=KENVELOmagazine](https://www.youtube.com/watch?v=ENkxJqxZbvo&ab_channel=KENVELOmagazine)

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obr. 1—2 / Bilal Hassani

Dostupné z: <https://www.rtl.fr/culture/musique/eurovision-2019-bilal-hassani-madonna-israel-que-sait-on-de-cette-edition-7797484316>

Dostupné z: <https://www.telestar.fr/tele-realite/the-voice-kids/j-avais-peur-que-ce-soit-comme-au-college-bilal-hassani-devoile-ses-craintes-ava-404587>

Obr. 3 / CD cover Rihanna

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/73e5e69d-3554-40d8-8516-00cb38737a1c>

Obr. 4—5 / CD cover Rihanna

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/f0602f55-1770-483d-89bd-4bae0d0ac086>

Obr. 6 / CD cover Christina Aguilera

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/b202beb7-99bd-47e7-8b72-195c8d72ebdd>

Obr. 7 / CD cover Taylor Swift

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/20244d07-534f-4eff-b4d4-930878889970>

Obr. 8 / CD cover Miley Cyrus

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/7e9bd05a-117f-4cce-87bc-e011527a8b18>

Obr. 9—11 / CD cover Rihanna

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/73e5e69d-3554-40d8-8516-00cb38737a1c>

Obr. 12 / CD cover Taylor Swift

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/20244d07-534f-4eff-b4d4-930878889970>

Obr. 13 / CD cover Justin Bieber

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/e0140a67-e4d1-4f13-8a01-364355bee46e>

Obr. 14 / CD cover Katty Perry

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/122d63fc-8671-43e4-9752-34e846d62a9c>

Obr. 15 / CD cover Christina Aguilera

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/b202beb7-99bd-47e7-8b72-195c8d72ebdd>

Obr. 16 / Plakát Billie Eilish

Dostupné z: <https://www.posters.cz/plakaty/billie-eilish-spider-v62471>

Obr. 17—18 / CD cover Miley Cyrus

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/7e9bd05a-117f-4cce-87bc-e011527a8b18>

Obr. 19 / CD cover Madonna

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/79239441-bfd5-4981-a70c-55c3f15c1287>

Obr. 20 / CD cover Beyoncé

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/859d0860-d480-4efd-970c-c05d5f1776b8>

Obr. 21—22 / CD cover Taylor Swift

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/20244d07-534f-4eff-b4d4-930878889970>



Obr. 23—24 / CD cover P!nk

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/f4d5cc07-3bc9-4836-9b15-88a08359bc63>

Obr. 25 / CD cover Madonna

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/79239441-bfd5-4981-a70c-55c3f15c1287>

Obr. 26 / CD cover Justin Bieber

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/e0140a67-e4d1-4f13-8a01-364355bee46e>

Obr. 27 / CD cover Beyoncé

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/859d0860-d480-4efd-970c-c05d5f1776b8>

Obr. 28 / CD cover Christina Aguilera

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/b202beb7-99bd-47e7-8b72-195c8d72ebdd>

Obr. 29 / CD cover Taylor Swift

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/20244d07-534f-4eff-b4d4-930878889970>

Obr. 30 / CD cover Miley Cyrus

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/7e9bd05a-117f-4cce-87bc-e011527a8b18>

Obr. 31 / CD cover Lady Gaga

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/650e7db6-b795-4eb5-a702-5ea2fc46c848>

Obr. 32 / CD cover Rihanna

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/73e5e69d-3554-40d8-8516-00cb38737a1c>

Obr. 33 / CD cover Jennifer Lopez

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/f0602f55-1770-483d-89bd-4bae0d0ac086>

Obr. 34 / Archetypy značek

Dostupné z: <https://www.ecommercebridge.cz/co-jsou-brand-archetypy-a-proc-jsou-opravdu-potrebne/>

Obr. 35—37 / CD cover Imagine Dragons

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/012151a8-0f9a-44c9-997f-ebd68b5389f9>

Obr. 38—41 / CD cover Woodkid

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/420e923e-e74c-42ef-b771-2e2bcee93394>

Obr. 42—43 / CD cover Rihanna

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/73e5e69d-3554-40d8-8516-00cb38737a1c>

Obr. 44—45 / CD cover Adele

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/cc2c9c3c-b7bc-4b8b-84d8-4fbd8779e493>

Obr. 46—47 / CD cover P!nk

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/f4d5cc07-3bc9-4836-9b15-88a08359bc63>

Obr. 48 / CD cover Björk

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/87c5dedd-371d-4a53-9f7f-80522fb7f3cb>

Obr. 49 / Tabulka z knihy Mezinárodní management v hudebním sektoru

DOHNALOVÁ Lenka, Gabriela Boháčová, Jiří Šticel. Strana 31

Obr. 50 / Printscreen serveru Discord zpěvačky Arca

Obr. 51 / Printscreen serveru Discord zpěvačky Björk

Obr. 52 / Chrometype

Dostupné z: [https://mobile.twitter.com/chrome\\_type](https://mobile.twitter.com/chrome_type)

Obr. 53 / Singl cover Björk

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/87c5dedd-371d-4a53-9f7f-80522fb7f3cb>

Obr. 54 / Acid design

Dostupné z: <https://eyeondesign.aiga.org/acid-graphics-are-the-new-psychedelia-with-a-heady-dose-of-cynicism/>

Obr. 55 / Anja Kaiser web

Obr. 56 / Práce od Jonathan Castro

Dostupné z: <https://www.jonathancastro.pe/>

Obr. 59 / CD cover Cocorosie

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/e162b2eb-6a42-4240-8c1b-c94d9a0acb73>

Obr. 60 / CD cover Björk

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/87c5dedd-371d-4a53-9f7f-80522fb7f3cb>

Obr. 61 / CD cover Toyota Vangelis

Dostupné z: <https://toyotavangelis.bandcamp.com/track/moc-feat-never-sol>

Obr. 62 / CD cover Holly Herndon

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/c53a4380-257c-4814-bda3-b38bd3bb28b3>

Obr. 63 / CD cover Dorian Electra

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/aefba883-dfc2-45ee-bce4-1dd903b13341>

Obr. 64 / CD cover Arca

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/search?query=arca&type=artist&method=indexed>

Obr. 65 / CD cover Swans

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/3285dc48-9505-469d-ad8a-bdf2d3dba632>

Obr. 66 / CD cover bílej kluk

Dostupné z: <https://soundcloud.com/bcaasystem/2-540d>

Obr. 67 / CD cover Lenka Dusilová

Dostupné z: <https://animalmusic.cz/album/lenka-dusilova-reka-0>

Obr. 68 / CD cover Doon Kanda

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/f64e7230-754e-412f-ab2f-251da43b5cf4>

Obr. 69 / CD cover Autechre

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/f64e7230-754e-412f-ab2f-251da43b5cf4>

Obr. 70 / CD cover Toyota Vangelis

Dostupné z: <https://toyotavangelis.bandcamp.com/>

Obr. 71 / CD cover Dorian Electra

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/aefba883-dfc2-45ee-bce4-1dd903b13341>

Obr. 72 / Bilal Hassani

Dostupné z: <https://www.rtl.fr/culture/musique/eurovision-2019-bilal-hassani-madonna-israel-que-sait-on-de-cette-edition-7797484316>

Obr. 73 / Conchita Wurst

Dostupné z: <https://qmunicatemagazine.com/2014/06/02/beneath-the-sequins-the-curious-politics-of-eurovision/>

Obr. 74 / For you Katrina

Dostupné z: <https://www.bandsintown.com/e/19055191-for-you-katrina-at-creepy-teepee-2k17>

Obr. 75 / Dorian Electra

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/aefba883-dfc2-45ee-bce4-1dd903b13341>

Obr. 76 / CD cover Cocorosie

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/e162b2eb-6a42-4240-8c1b-c94d9a0acb73>

Obr. 77 / Conchita Wurst

Dostupné z: <https://qmunicatemagazine.com/2014/06/02/beneath-the-sequins-the-curious-politics-of-eurovision/>

Obr. 78 / CD cover Lenka Dusilová

Dostupné z: <https://animalmusic.cz/album/lenka-dusilova-reka-0>

Obr. 79 / CD cover Fever Ray

Dostupné z: <https://musicbrainz.org/artist/f7df5df4-4dfa-459d-972b-1ba051c15ddc>

Obr. 80 / Foto skicy

Obr. 81—94 / Ukázka z videoklipu