

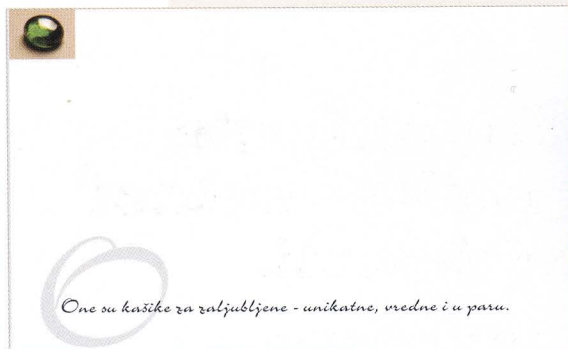
Stanovte koncept.

1

Jestliže nemáte co sdělit, nemáte příběh, myšlenku, nebo vám chybí určitá potřebná zkušenost, výsledkem nebude grafický design. Je jedno, jak úžasně nějaká věc na pohled vypadá, pokud v sobě nemá „něco“ – pojďme to nazývat sdělení, poselství –, je to jen prázdná skořápka, i když, pravda, krásná. To je asi tak stejně složité jako celé toto pravidlo. Pojďme k dalšímu.

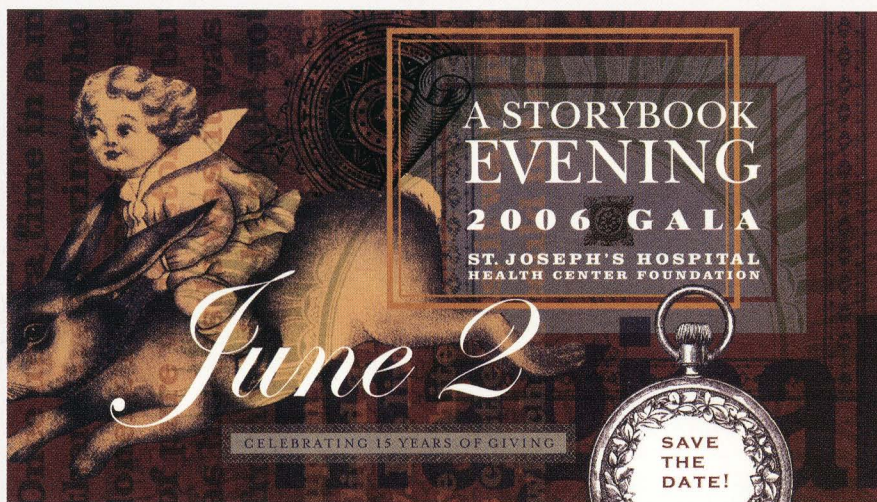
Celkem nenápadný design nám prezentuje příbory špičkové kvality v luxusně stylizovaném a nafotografovaném prostředí, aby tak vyzdvihl jejich prvotřídní jakost. Objekt na fotografii – v tomto případě spirála kávových zrn – je na předloze nenásilně typograficky reprodukován.

Jelena Drobac, Srbsko



Plastikové sáčky na zip s identifikačními štítky mají ve svých útroběch sadu detektivek. Knihy samy se tak stávají artefakty kriminálních příběhů.

Thomas Csano, Kanada



Každý detail této bohatě zdobené pohlednice nás zve na chystanou charitativní událost, jejímž hlavním tématem je fantasy literatura: hodinky evokují naléhavost, dítě jedoucí na králíkově zase příběhy pro děti a rytiny spolu s texturou písma vytváří tajuplnou atmosféru, ve které ožijí vzpomínky všech přítomných.

Lexicon Graphix and STIM
Visual Communications, USA

N

Tato brožura je ukázkou toho, jak se barva a geometrie dokáží samy postarat o zdůraznění sdělení, v tomto případě rad pro businessmeny. Kruhové prvky, přestože jsou abstraktní, skvěle podtrhují smysl citátu svým umístěním, promyšlenými poměry vzdáleností a barvami. Nic „extra“ zde není potřeba.

And Partners, USA

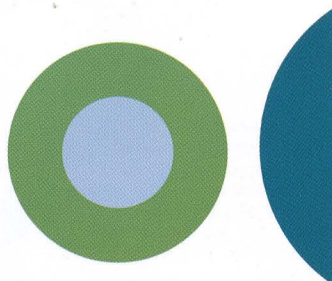
Komunikujte na úkor efektní zdobnosti.

Co to vlastně znamená? Má to něco společného s poučkou č. 1. Toto pravidlo je o tom, jak můžete vyzdvihnout koncept, který je opravdu nanejvýš důležitý. Design vždy nese nějaký význam, ať už je sebevíc prostý či abstraktní. Proto může nevhodný výběr jeho podoby způsobit, že dané sdělení bude chápáno jinak, než zamýšlíte. To platí i pro ta sdělení, u kterých nevíte, jak pro ně vybrat pro veřejnost srozumitelnou podobu nebo je vám dokonce jedno, jestli bude srozumitelná. Je dobré experimentovat s tvary, detaily a efekty, ale jestliže je všechny prostě smísíte dohromady, aniž byste vzali v úvahu, co mohou znamenat a jak korespondují se zamýšleným sdělením, skončí vaše snaha spíše jako brak, který si ani nezaslouží být označován za design.

Seeing, Learn and build rapport by listening first, and talking second. Use the classic tools of probing — who, how, what, why, when and where — as well as statements like, “Tell me more,” to keep them talking until you truly understand their challenges. Being. Avoid the temptation to show them how smart you are by telling them everything that any carpenter can do for them, or risk appearing condescending and overly complex. A solution defined by the problem will be better received than a solution in search of a problem.

Follow effective action with quiet reflection. From the quiet reflection will come even more effective action.

— Peter F. Drucker



3

Mluvte jedním vizuálním hlasem.

Udělejte to tak, aby spolu všechny části sdělení navzájem „mluvily“ stejnou řečí. Podívejte se na celek z nadhledu, projedte ho od největšího obrázku směrem k nejmenším detailům a zeptejte se sami sebe: „Ladí spolu všechno navzájem?“ Předpokladem pro dobrý design je, aby vizuální řeč vašeho dílka – a jeho vnitřní logiky – oslovovala všechny jeho části a aby na sebe tyto části navzájem odkazovaly, a to nejen tvarem, důležitostí či umístěním, ale i koncepčně. Jakmile se jeden prvek zdá být nemístný nebo jen přebytný a nesmyslný, je narušeno celkové vyznění kompozice a vaše sdělení ztrácí sílu.



Shodné použití barvy, typografie a umístění klientova loga přes potisk se stejným motivem vytváří jednotnou image pro obchodní entitu, která tak bude lépe identifikována konkurenty.

Templin Brink Design, USA



Používejte maximálně dva nebo tři druhy písma.

Vybírejte druhy písma přímo pro specifické účely. Budete si muset stanovit, jaké účely to jsou, a pravděpodobně zjistíte, že text má pouze dva nebo tři. Protože změna druhu písma obvykle signalizuje také změnu ve významu nebo funkci, raději svou fantazii krotíte! Jeden druh písma v různých obměnách velikostí a kurzívy by měl sám o sobě stačit; přidání dalšího je vhodné pro ozvláštění textury, ale nepřeházejte to. Příliš mnoho různých typů písem najednou může rozptylovat pozornost, působit rozpačitě a čtenáře – popř. diváka – mást či dokonce unavovat.

COMMUNITY PROGRAM 21

03 04 05



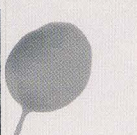
ASO ALPHESCO
with Graham Abbott

Simon Kenway, conductor
A former popular concert within the ASO annual calendar, this evening presents well-known classical music to the majestic surroundings of Mt. Lily Botanic Gardens. You are welcome to bring a picnic along with a bag of chips, pop in coffee and wine, beer and soft drinks will be available, and whilst alcohol will not be for sale, you are free to bring your own.



KEYS TO MUSIC
with Graham Abbott

A former music teacher, choral director and highly sought after conductor, what Graham Abbott doesn't know about classical music isn't worth knowing! In ABC Classic FM's long running program 'Keys to Music', Graham shares his enthusiasm and passion for classical music, with two specially informative and entertaining concerts.



SYMPHONY AUSTRALIA YOUNG PERFORMER AWARDS STAGE III FINAL

This national competition for classical musicians allows audiences to hear Australia's new generation of soloists and performers. Experience the energy that emanates from these rising stars.

ADELAIDE TOWN HALL
Thursday 8 June, 7:00 pm

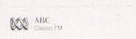
MT LILY BOTANIC GARDENS
Mount Lily Botanic Gardens
Sunday 25 February, 6:30 am
Gates open 6:30 pm



In these one hour performances Graham and the ASO will put two great works under the microscope to explore their inner workings, taking you through the action bit by bit and finishing with their complete performance. Both concerts will be recorded for future 'Keys to Music' programs to be broadcast on ABC Classic FM 103.9 or 97.5 in Adelaide.

Schubert Symphony No. 8, Unfinished
GRANITE STUDIO
97 Hindley Street Adelaide
Monday 3 July, 11:00 am

Schumann Symphony No. 1, Spring (1st and 3rd movements)
ADRIAN FESTIVAL THEATRE
Monday 3 October, 11:00 am



Na této brožůře o orchestru jsou bujné abstraktní tvary vyváženy pomocí nevtíravé typografie. Text a poznámky psané bezserifovým písmem umožňují snadnou orientaci, zatímco vznešenější antika dodává straně větší vřelost a hřejivost – to vše zároveň vytváří zajímavý kontrast.

Voice, Austrálie

Pouze jeden druh písma může také zaručit skvělý efekt, jak můžete vidět na této výroční zprávě. Jen za použití změn velikostí a barvy je designér přijatelně, elegantně a nenásilně schopen prezentovat jasně rozlišitelnou řadu informací.

C. Harvey Graphic Design, USA

Home in motion

The new developments team actively aware to progress by what a number of different approaches to the development of a new office building in the heart of the city. The building will be a mix of office space, residential and retail space. The building will be a mix of office space, residential and retail space. The building will be a mix of office space, residential and retail space.

Our major achievements over our 37-year history include developing and managing 70 properties with over 1,000 units of high-quality, affordable housing, sponsoring numerous cultural and artistic projects, fostering local economic development, and generating a stronger sense of community among East Harlem residents.

Executive Director's report - William Jacoby

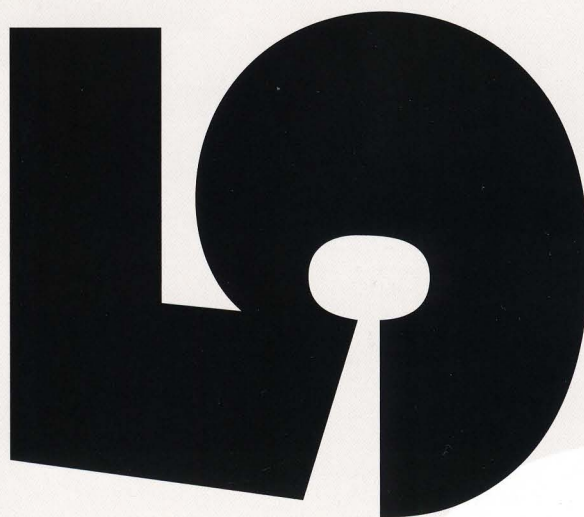
Hope Community, Inc. is committed to engaging the people of East Harlem in the building of a more vibrant, opportunity-filled community. Hope develops and manages attractive, affordable rental and owner-occupied housing as well as commercial space. Hope also seeks to strengthen the social fabric of the neighborhood by assisting in the growth and success of local businesses, by connecting residents to community resources, and by catalyzing tenant organizations to give residents a voice and a vested interest in their neighborhood's present and future.

Hope Community was founded in 1968 by a group of East Harlem residents who joined together to preserve their block on East 104th Street. Together, they acquired an abandoned tenement building and renovated it, creating eight attractive, affordable apartments. From this modest beginning, Hope Community has grown and expanded into one of New York City's largest and most dynamic community housing organizations.



Kolemjdoucí pravděpodobně uvidí název hry na tomto divadelním plakátě díky jeho neobvyklé stylizaci ze vzdálenosti třiceti kroků. Jejich zrak hned následně zachytí název divadla a postupně spolu se snižujícím se kontrastem, důležitostí a velikostí písma také zbytek uvedených informací. Tyto úpravy písma – společně s rozpothybovaným nadpisem a doprovodnými tvary – pomáhají očím čtenáře dynamicky se přesouvat od nejdůležitějších k méně důležitým prvkům.

Design Rudi Meyer, Francie



Upoutejte na první pohled.

Nejdříve zaměřte pozornost diváka (čtenáře) na jednu důležitou věc a potom ho provedte tím ostatním. Jakmile upoutáte diváka velkým tvarem, překvapivým obrázkem, nevšední úpravou písma nebo odvážnou barvou, rovnoměrně a logicky snižte aktivitu každé méně důležité položky, abyste mu pomohli v orientaci. Tento proces nazýváme vytváření „hierarchie“ – tedy pořádku, který určuje pořadí zkoumání jednotlivých prvků tvořících design. Je nezbytný k tomu, aby bylo vaše sdělení divákovi co nejpřístupnější. Navrhujete přece určitou věc proto, abyste k ní přitáhli pozornost lidí, poskytl jim informaci, kterou potřebují, a především abyste jim pomohli si ji zapamatovat. Pokud nemáte nic, čím byste upoutali na první pohled, těžko se vám tohle podaří.

6

Barvy vybírejte s určitým záměrem.

Nevolte barvy bezmyslenkovitě. Mějte na paměti, co se s určitými barvami stane, když je zkombinujete, a co je ještě důležitější, co mohou vyvolat u diváka. Barva má v sobě spoustu psychologických a emocionálních významů, které se u různých kulturních skupin a individualit mohou velmi lišit. Barva ovlivňuje vizuální hierarchii, čitelnost písma a také to, podle jakého principu si divák propojí dvě různé části designu, což někdy nazýváme barevné kódování. Takže, vybírejte s rozvahou. Také nikdy nepředpokládejte, že určitá barva nebo barevná kombinace je ta pravá pro určité povolání jen proto, že jste se nechali ovlivnit konvencemi. Například modrá jako barva finančníků je posledních padesát let neustále velice oblíbené barevné klíče. Volte barvy, jež jsou podle vás ty pravé, ne ty, které všichni ze zvyku očekávají.



Tlumené tóny růžové, které byly použity na tomto flakonu, jsou velmi ženské a přitom ne zase až příliš dívčí; nepatrný tón hnědé v barvě písma vytváří jemnou, ale přesto barevně ucelenou a krásnou kombinaci. Zelenozlatá s touto barvou tvoří kontrast – jde o dvě barvy téměř na hranici vzájemné přímé barevné komplementarity – a dohromady působí velmi dráždivě a tajuplně.

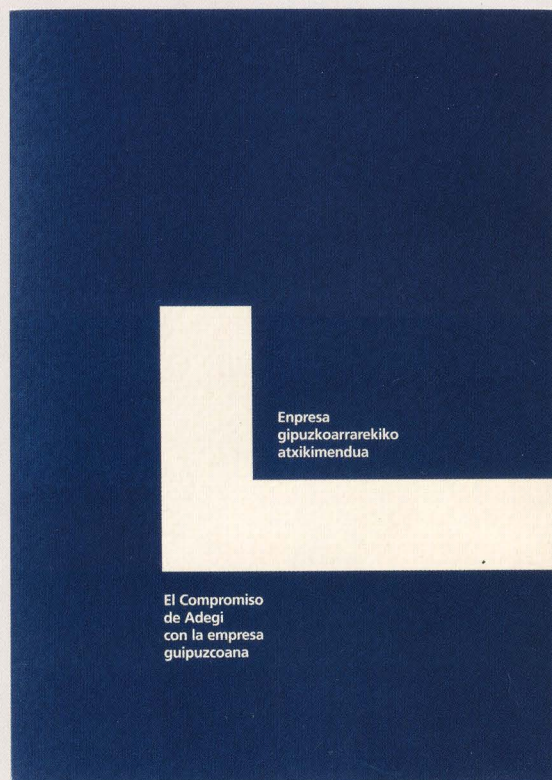
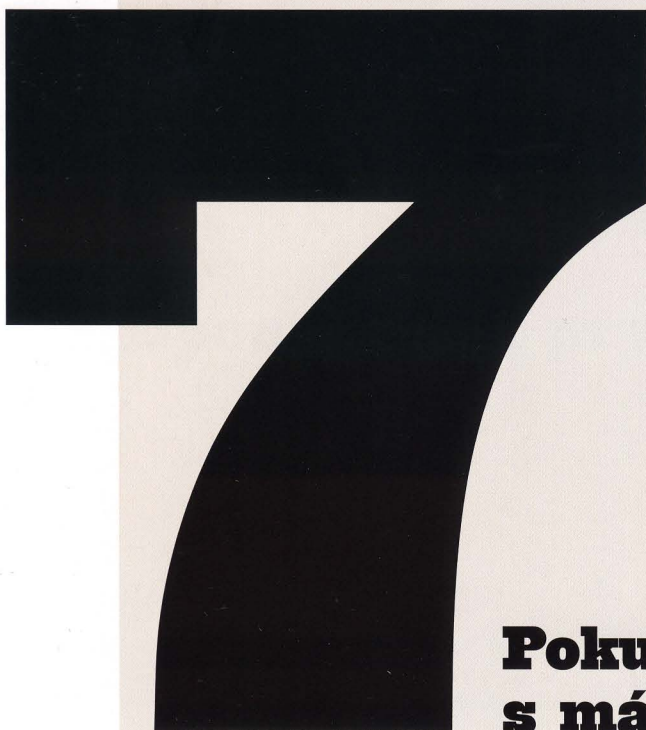
A10 Design, Brazilie

Podobné heslo měli modernisté. Někdy můžete podobná slova slyšet v souvislosti s názorem „méně je více“. Nyní to již není až tak záležitost estetiky jako spíše obyčejného zdravého rozumu: čím více hmoty vtěsnáme do prostoru, tím hůře zde průměrně vnímavý člověk uvidí něco smysluplného. Navíc je to i poměrně laciné; kdokoliv může na hromadu nějakých „krámů“ dát nálepku „sdělení“, ať už je jakkoliv hloupé, a předstírat, že jde o komplexní umělecké dílo. Jenže je velký rozdíl mezi pojmy „komplikovaný“ a „komplexní“, který chápeme jako soubor okolností, jež se

odehrají v jednoduchých souvislostech. Opravdové umění spočívá v harmonickém sblížení myšlení a kreativity, kterého je použito jen pomálu. Jestli jsou koncept a nápad opravdu skvostné, může zde být velmi málo k dívání, aniž by nám byl odepřen úžasný vizuální požitek. Přemýšlejte o tom, kolik vizuálního odpadu ulpívá na lidech každodenně procházejících ulicí a zeptejte se sami sebe: „Nebylo by lepší odstranit tento kýč ve prospěch něčeho úhledného, stylově čistého a nápadného?“ Hledejte ve svém výtvoru více významů; nezanášejte ho zbytečnostími. Jestliže je myšlenka jasná, je zbytečné, abyste „pozlacovali slunce“. Jestliže tam žádná myšlenka není a celek působí vizuálně nezajímavě, je to jako „učit prase jíst přiborem“.

Dokonalá kontrola nad řádem, prvky, jichž je zde minimálně, a okolním prostorem. To vše vytváří dynamický, téměř až architektonický trojrozměrný výtvor. A to je opravdu vše, co je potřeba k vytvoření dobrého designu brožury pro stavební firmu.

LSD, Španělsko



**Pokud si vystačíte
s málem, je to jen
dobře.**



When it comes to
first aid training
for the workplace
be sure you're in
safe hands.



As one of the UK's leading providers of first aid training for the workplace, we offer courses running every week in convenient locations throughout the UK.

Courses include: first aid at work; first aid at work refresher (both HSE approved); basic first aid for the appointed person; on-site training.

To book, call 0870 170 9110 or email ctmarketing@redcross.org.uk
www.redcross.org.uk/faw
Quote ref: 0000000

8

Negativní prostor má své kouzlo – vytvořte ho, ale nezaplňujte!

Často se říká, že negativní prostor – někdy bývá označován za bílý, ačkoliv plocha vůbec bílá být nemusí – je důležitější než samotný obsah, který je v něm. Z velké části je to opravdu tak. Prostor přitahuje pozornost k obsahu, odděluje ho od nesouvisejících objektů kolem a poskytuje očím zázemí pro klid a odpočinek. Negativní prostor může být právě tak plocha, se kterou se musíte v kompozici vypořádat, nebo „pozitivní tvary“, jako třeba obrázky nebo písmena. Když tohle všechno nezvládnete zapracovat, negativní prostor bude působit mdle a jakoby nepatřičně, bez souvislosti s okolním obsahem. Když tento prostor naopak vyplníte, výsledkem vašeho výtvaru bude tísnivý dojem. Nedostatek negativního prostoru diváka zmate a pravděpodobně odradí.

Zevnitř vyplněný prostor je ohraničený vizuálními prvky, tj. oběma částmi textu, titulkem a informačním textem. Ruce jsou zde zdvižené a otevřené, zpodobňující symbol svobody a bezpečí (motýl za letu); poselství tohoto obrázku je dán nový rozměr pomocí kompozice, jež ho obklopuje.

Loewy, Velká Británie

Jak vhodná volba stylu písma (tučné, verzálky, bezserifové), tak jeho umístění, pomohly zdokonalit kompozici tohoto plakátu. Titulek zde vykonal dvojitou službu; jako přistávací dráha i jako jméno. Samotné logo se objevuje v podobě letadla (vrtule zde skvěle poslouží jako bříško číslice 5). Číslice mají hranatou podobu, což přímo kontrastuje s oblými křivkami obláčků; a malý text nahoře s logem dotváří úhlopříčnou osu, která je v návrhu patrná a aktivuje modrý prostor v horní části plakátu.

C+G Partners, USA

Používejte písmo i jako obraz, má stejnou důležitost.



9

Nepříliš pozitivní komentáře k typografii, tak jak se dnes často používá, poukazují především na to, že má v tomto ohledu většinou nedostatky: buď je bez jasné myšlenky oddělena od fotografie podle známé strategie „titulek/obrázek/hlavní text“, což bylo možné vidět v četných reklamních kampaních v posledních šedesáti letech, nebo je text hojně rozmístěn přímo přes obrázky, navíc za použití podivných typů písma; autor přitom zřejmě předpokládá, že velká písmena přes fotografii vyjadřují vzájemnou souvislost. Je však nutné se zamyslet, jestli to tak opravdu funguje. Písmo je vizuální materiál tvořený z čar, bodů, tvarů a textur, který musí být kompozičně propojen se všemi ostatními prvky vašeho designu. A je jedno, jak různorodé se zdají být.

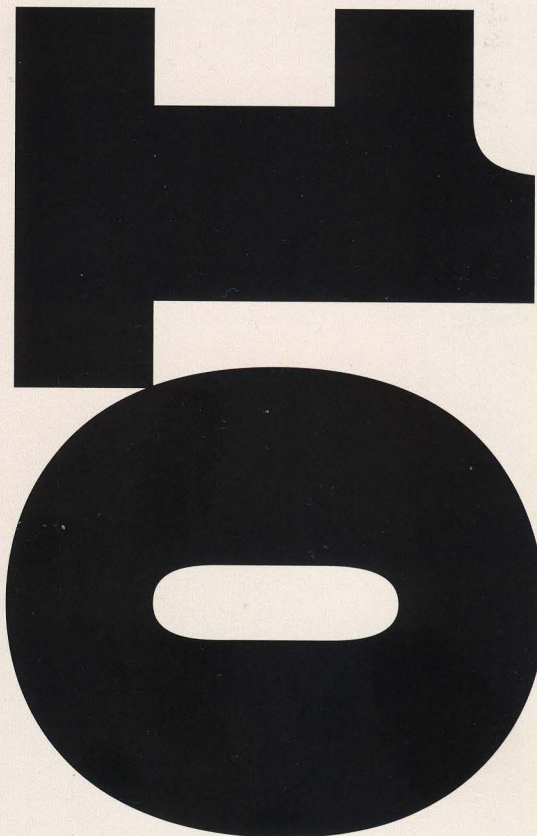
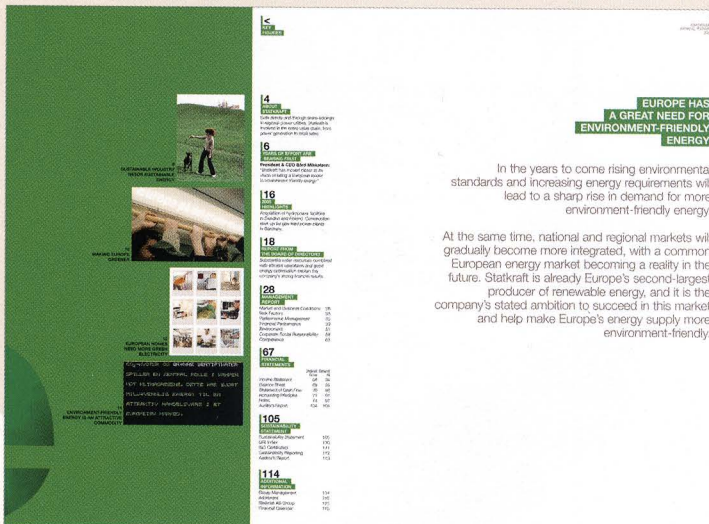
Výrazné změny ve velikostech písma, tvoření barevných bloků a zaměření na detaily jako například dělení slova do slabik či jasná hierarchie. Díky tomu je písmo v této brožuře nejen zajímavé, ale i čitelné a pro oči publika snadno přístupné a plynulé. Jednotlivé barevné bloky a změny v tučnosti písma jsou užitečnými prvky pomáhajícími v orientaci, které informace jsou důležité a které méně.

Cobra, Norsko

Použijte čitelné a čtivé písmo. Mělo by to být samozřejmé, protože písmo, které nelze přečíst, nemá ve vašem designu logicky žádný smysluplný účel. Ale opakování je, jak se říká, matka moudrosti, proto se o tom zmiňuji. Ano, typografie může být působivá, může se s ní být manipulováno za účelem propojení jednotlivých prvků v rámci jednoho stylu, může být vstřícnější spíše ke svému subkulturálnímu publiku či odkazovat na popkulturu. Může vlastně cokoliv. Ale pořád

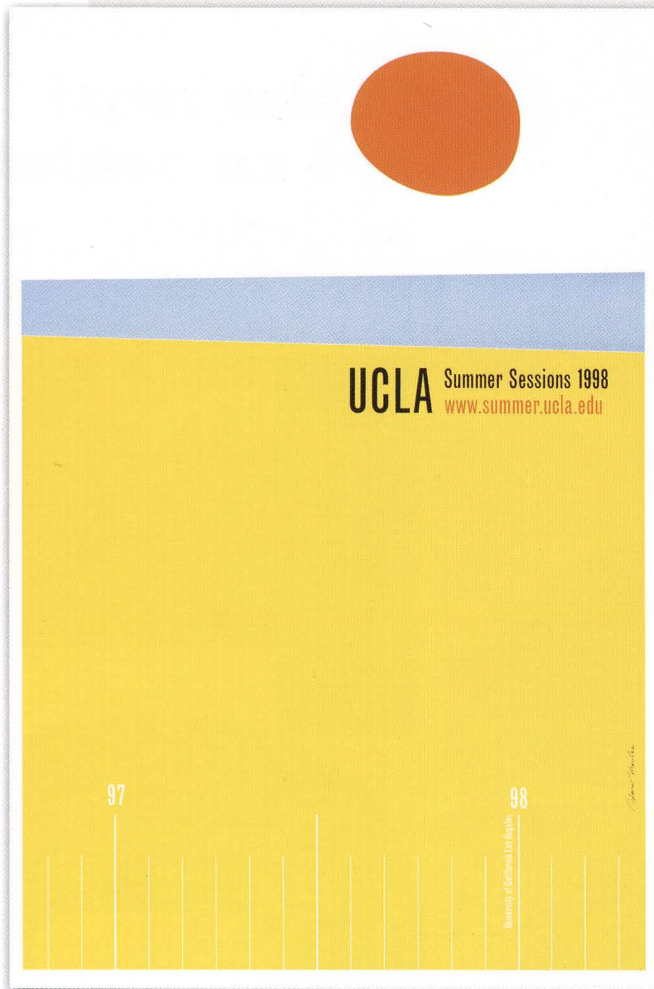
je tu proto, aby zprostředkovala informace. Dříve, když měla tvorba typografie přísná pravidla podřízená výhradně dobrému vkusu, přirovnala to anglická kritička Beatrice Ward ke sklence na šampaňské – byla navržena tak, aby vynikla průzračnost šampaňského, ne účelově kvůli elegantnímu vzhledu. Beatrice už je nyní nejspíš po smrti a její sklenka na šampaňské už byla asi také nahrazena daleko méně těsnými sklenicemi, ale i ty vám pořád umožní vidět, co vlastně pijete.

Písmo musí být na pohled příjemné.



Jeden z důvodů, proč tento plakát vypadá tak skvěle, je ten, že na nás neklade žádné velké intelektuální nároky; vypadá spíš, jako by tu vlastně ani žádný design nebyl. Teplá barva kruhu plujícího nad modrým horizontem je zdůrazněna svěží žlutou, která v tomto kontextu mluví sama za sebe.

AdamsMorioka, USA



Doménou výtvarného umělce je rozmlouvání se sebou samým. Doménou designéra je zase co největší univerzálnost. Co chcete svým výtvořem vyjádřit, co znamená jednotlivý tvar, barva a obrázek, to vše by měla tušit široká veřejnost, ne jen pár zasvěcených ve vašem okolí. Grafický design vždy obsahuje sdělení – někdy sice nepřilíš zásadní (jako např. když chcete přinutit lidi, aby přišli na filmový festival), jindy může mít ovšem zásadní význam, taková je například snaha pomoci lidem nalézt cestu ven z hořící budovy. Jestliže na okamžik přehlédnete nebo jednoduše nevezmete v úvahu tento fakt, riskujete, že vaše sdělení nebude dost jasné. Je nepravděpodobné, že by následkem toho někdo zemřel, takže se na to pojďme podívat s nadhledem. To nejhorší, co se vám může stát, je, že si miliony lidí budou myslet, jak je váš plakát úžasně cool, ale o čem se v něm píše, na to si už nevzpomenou. A klienti z filmové branže, kteří chtěli nalákat lidi na svůj festival, si vás přece příště nenajmou jen proto, abyste se za jejich peníze seberealizovali. Ale zpozorněte, jestliže jste někdy pracovali právě na systému navigace únikové cesty z budovy a ty pěkné vkusné barvy, na kterých jste tak trvali, potom nedostatečně kontrastovaly se zakouřeným ovzduším a následkem toho se dvacet zoufalých lidí hledajících cestu ven udusilo.

**Snažte se být
univerzální.**



THE DIRECTOR'S CUT

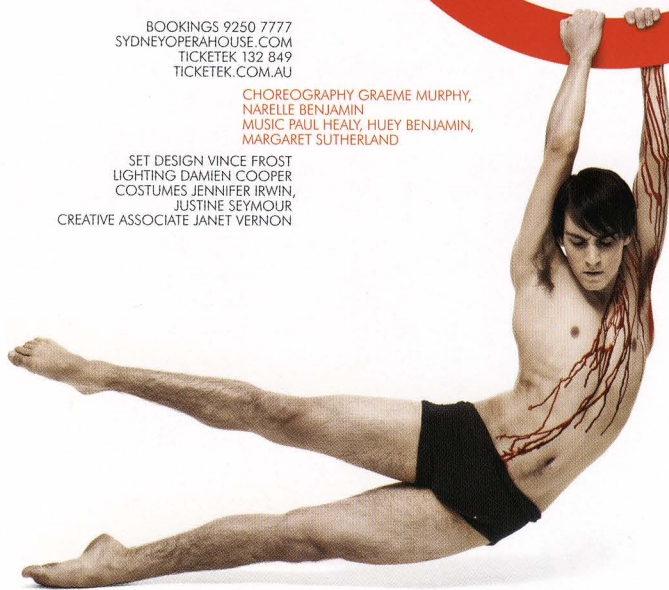
GRAEME MURPHY

WORLD PREMIERE SEASON
30 MAY TO 17 JUNE 2006
OPERA THEATRE
SYDNEY OPERA HOUSE
PREVIEWS 27 AND 29 MAY

BOOKINGS 9250 7777
SYDNEYOPERAHOUSE.COM
TICKETEK 132 849
TICKETEK.COM.AU

CHOREOGRAPHY GRAEME MURPHY,
NARELLE BENJAMIN
MUSIC PAUL HEALY, HUEY BENJAMIN,
MARGARET SUTHERLAND

SET DESIGN VINCE FROST
LIGHTING DAMIEN COOPER
COSTUMES JENNIFER IRWIN,
JUSTINE SEYMOUR
CREATIVE ASSOCIATE JANET VERNON



SYDANCEY COMPANY

PHOTOGRAPHY: DOMINIQUE BRENIGAN; STYLING: NICOLE D'ESSE; PROP STYLING: ANITA BELLERUCCI

Novell
WORKSPACE

ADAMANT
GRAPHIC ARTS

JCDecaux
OUTDOOR ADVERTISING

DTI
COMMUNICATIONS

THE

row
GROUP

Na tomto plakátu si autor pohrává s velikostmi; každé dva prvky mají navzájem specifický vztah. Některé jsou k sobě nahuštěné a lineární, jiné zase vytvářejí otevřené prostory a jsou zaoblené. Hrany jsou umístěny v těsné blízkosti oblín, velké obrazce zase blízko těch malých. Výsledkem je plynulý sled vizuálních kontrastů, které zaměstnávají oči tím, jak je nutí pohybovat se od jednoho prvku k druhému.

Frost Design, Austrálie

12

Spojíte i oddělujete.

Vytvářejte kontrasty pomocí hry s hustotou a rytmem. Některé prvky namačkejte k sobě, některé naopak oddělte mezerami. Najděte určitý rytmus. Dejte prostoru mezi jednotlivými částmi švih a nebojte se kombinovat těsnost s volností. Pokud ovšem nemáte v úmyslu vytvořit něco mdlého a nezajímavého, protože v tom případě by vše mělo být stejně velké, stejně barevné a ve stejných vzdálenostech. Pamatujte, že nic nepohrbí dobrý design tak jako kompozice, která nemá šmrnc. Paul Rand jednou řekl: „Bez kontrastu jako bys nežil.“

Na tomto plakátě vytvářejí jemné přechody z tmavých, černých tónů do zářivě modrých magické pozadí pro světlou a svítivou typografii. Přechodu mezi světle a stínem designér dosahuje změnou velikosti skupin písmen i mezer mezi nimi tak, aby korespondovaly s hrou světla a stínu na pozadí.

Paone Design Associates, USA

Nechte se trochu poučit světem fotografie: ujistěte se, že váš návrh obsahuje širokou škálu tmavých i světlých tónů. Známy fotograf Ansel Adams, specializující se na fotografování krajin, obhájoval systém „devíti zón“, týkající se právě rozložení světla, protože se domníval, že žádná fotografie by bez všech těchto devíti zón nebyla úplná a byl by tím pádem potlačen její potenciál. Je také důležité nerozmišřovat kompletní barevnou škálu po celé ploše návrhu, jak se vám zlíbí. Rozmístujte místa extrémní koncentrace tmavých a světlých barev rovnoměrně; vytvářejte kontrastní záblesky zářivosti či naopak tmavé plochy a doplňujte je jemnými přechody mezi příbuznými barevnými tóny. A především nezapomeňte, že rozdíl mezi světlými a tmavými tóny by měl být viditelný a jasný.

PHILADELPHIA
YOUNG ARTISTS ORCHESTRA
10TH ANNUAL FESTIVAL
CONCERT

Sunday May 15, 2005
3:00 PM • Perelman Theater
The Kimmel Center for the Performing Arts

PHILADELPHIA YOUNG ARTISTS ORCHESTRA
Pauline Yang, Piano
Matthew Kitzen-Abelson, Trumpet
Louis Scaglione, Conductor

HUMMEL
MOZART
DVORAK
SMETANA

Philadelphia Youth Orchestra
Celebrating our 65th
Anniversary Season

Ticket Prices: \$20, \$15, \$10
Kimmel Center Box Office: 215.893.1999
Orchestra Information: www.yaos.org

**Hrajte si
se světlými
i tmavými tóny.**

13

**Vždy si ujasněte
svůj záměr.**

PRV

Jedna věc se může jevit více způsoby. Velká část procesu porozumění tomu, co vidíme, vyžaduje schopnost rozlišovat mezi různými věcmi. Je to strategie, kterou měli k dispozici lidé už před tisíciletími. V houštích či křovinách před sebou spatřili něco velkého a věděli, že je to mohutná skála a ne predátor, který se chystá zaútočit. Rozmístíte prvky s rozvahou a pevně si stanovte velikost, umístění, vzdálenosti mezi objekty atd. Promyšlenost vašeho designu na publikum zapůsobí tak, že bude pravděpodobně věřit tomu, co mu jeho prostřednictvím sdělujete; vrtkavost

a nejistota bude na kompozici znát a otevře divákovi prostor k tomu, aby své myšlenky nechal proudit v chaosu, tím spíš, pokud není příliš znalý zdroje vašeho počínání – dostávají se pocity neurčitosti, zmatku. Divák se snaží zjistit, jaký je smysl dané věci na jejím místě a nevěnuje pozornost samotnému sdělení či myšlence. A to je samozřejmě špatně.

O každém prvku na tomto plakátě, i o tom nejjednodušším, se evidentně přemýšlelo. Jsou patrné rozdíly ve velikostech písma, stejně jako rozdíly v jeho barevnosti. Uspořádání písmen do jednotlivých textových částí je zde v souladu se zřetelným vertikálním a horizontálním členěním. Zbývající negativní prostor vyniká vizuální dynamičností.

StressDesigns, USA

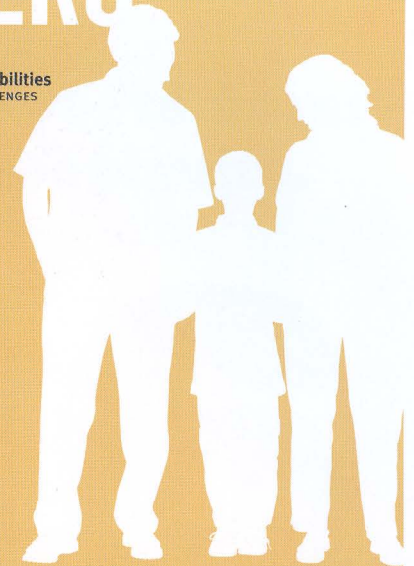
FAMILY MATTERS

THE SOUL OF SYRACUSE
Honoring the Contributions
of Families of People With Disabilities
AND DISCUSSING OUR CURRENT CHALLENGES

Wednesday, June 8, 2005
7:00-9:00 p.m.

May Memorial Unitarian
Universalist Society
3800 E. Genesee, Dewitt, NY

Free and Open to The Public



Co-sponsored by Syracuse University's Center on Disability Studies, Law, and Human Policy; the School of Education; the College of Law at Syracuse University and the Advocacy Board of the Center on Human Policy and other community associations. This public forum will review the contributions of family members in advocating for the rights of people with

disabilities and discuss the challenges ahead in ensuring the right of all children and adults with disabilities to participate in school and community life. Organizers of the forum will also present awards to Central New York family members and leaders who have improved our community through their advocacy on behalf of people with disabilities.

Feature Speakers Include:



Nancy Cantor
Chancellor
SYRACUSE UNIVERSITY



Michael Schwartz
Director
PUBLIC INTEREST LAW FIRM,
COLLEGE OF LAW,
SYRACUSE UNIVERSITY



Sue Swenson
Assistant Director
THE ARC OF THE UNITED STATES AND
FORMER COMMISSIONER OF
THE U.S. ADMINISTRATION ON
DEVELOPMENTAL DISABILITIES



Louise C. Wilkinson
Dean
SCHOOL OF EDUCATION
SYRACUSE UNIVERSITY

FOR QUESTIONS ABOUT THE FORUM, CALL (315) 443-5807 OR E-MAIL: THECHP@SYR.EDU

15

Řid'te se tím, co cítíte: design je vizuální záležitost.

Každá věc má nějaký vzhled. Proto se snažte zobrazit ji tak, jak se všeobecně předpokládá. Naše oči, což je velmi pozoruhodné, jsou často mateny optickými klamy. Ty prý mají z devadesáti procent příčinu v kompoziční logice. Tak například horizontální čáry se opticky jeví jako níže položené a ve skutečnosti se musí posunovat trochu nahoru, aby vypadaly, že jsou přímo uprostřed plochy. Kruhové tvary zase vždy vypadají menší než jejich hranatí sousedé, přestože mají oba navlas stejnou výšku. Proto musí být kruhy trochu zvětšeny, aby v poměru ke čtvercům vypadaly stejně velké. Při tvorbě vašeho designu berte především v potaz, jak ho uvidí divák: Jsou tyto dva prvky stejné velké nebo

ne? Dotýká se tento obrazec okrajů formátu nebo ne? Jsou tyto dva prvky v jedné linii? Jestliže zamýšlíte vyrovnat dva prvky do stejné linie, udělejte to od oka – bez měření. Protože pokud je divák vnímá jako srovnané do řady, předpokládá se, že takové opravdu jsou. Zato když těmto dvěma prvkům opravdu přesně matematicky vyměříte pozici, a přesto nebudou působit dojmem jedné roviny, je pak jedno, jestli takové ve skutečnosti jsou, když tak ve výsledku nevypadají. Efekt je samozřejmě nežádoucí. Tohoto „nesouladu“ si divák všimne a zapamatuje si, že právě vy jste ten designér, který pro svou nedbalost zapomněl srovnat dva prvky tak, jak mají být.

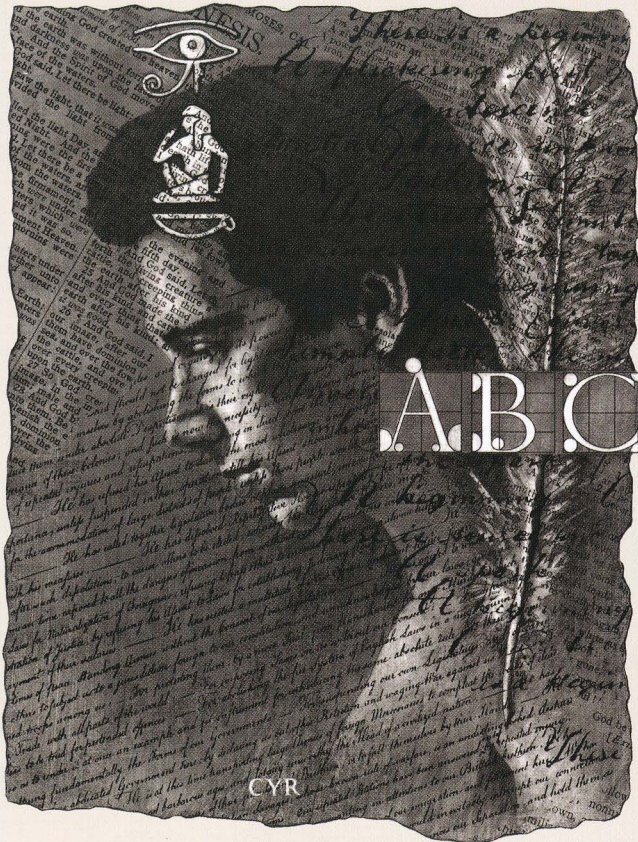
Drsné a nedbalé vzezření této strany je trochu v rozporu se zcela záměrným a přesně promyšleným rozmístěním obrazců v něm. Svůj výtvar se designér snažil vidět velmi objektivně – velikost, texturu, rytmus, ostrost hran, vzájemné prolínání a obrysy každého prvku. Dal jim takovou podobu, která celkově působí velmi harmonicky a sofistikovaně.

Andreas Ortag, Rakousko



Vytvoření vlastní ilustrace umožní designérovi využít svoji tvořivost přesně na míru určitému projektu. Ilustrace – ať už je to běžná kresba, malba nebo digitální ilustrace – však nemusí nutně respektovat zákony přírody.

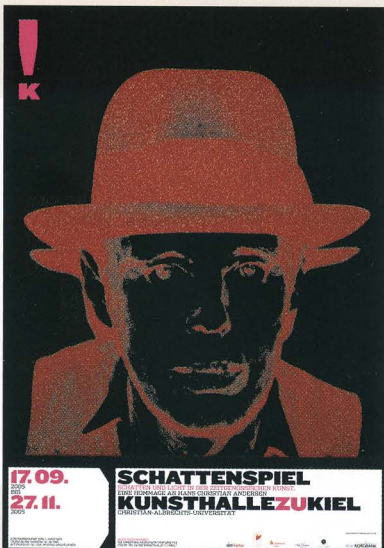
Cyr Studio, USA



**Tvořte sami –
neopisujte.**

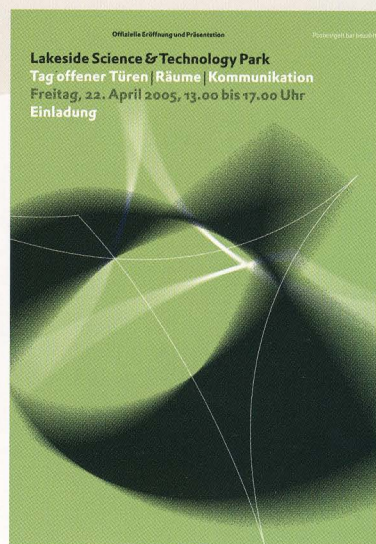
16

Když něco děláte, dělejte to nejlépe jak umíte, nebo někomu zaplaťte, ať to udělá za vás. Je opravdu až příliš banální a otrápané použít prvek, například fotografii, jakých můžete na každém rohu vidět tucty. Zkuste se nespolehat na to, co už je vyzkoušené a co už tu bylo, ať je to jakkoliv levné či pohodlné. Někdy duchaplnější a vlastně i jednodušší řešení spočívá v několika tečkách a čarách nebo v osobitém rukopisu, které – v nevtvářných, méně lesklých a méně křiklavých barvách (jež jste navíc už viděli minulý týden na letáku obchodního centra, na billboardu jakéhosi autobazaru nebo na obalu produktu pro muže na zvýšení potence) – jsou někdy při navazování kontaktu s divákem lepší volbou. A navíc můžete hrdě říct, že to je opravdu jen vaše dílo.



Abyste vytvořili nový a originální obrázek dokonce i z nějakého vyložené špatného, který vám dodá klient, musíte na něm udělat menší úpravy. Není důležité, jaký byl vlastně původní smysl této portrétní fotografie, protože jí byl dodán nový rozměr pomocí změny barev a textury.

Mutabor, Německo



Jak je možné, že zde není žádná ilustrace ani obrázek? Že by autor neuměl kreslit? Ale jděte. Designér, který ví, jak skvěle mohou zapůsobit i abstraktní tvary – a taky ví, co znamená jednoduchost (v tomto případě stačí software na kreslení a filtr typu „blur“) – může pár nenáročných vizuálních efektů povýšit na překvapivě originální a konceptně odpovídající design.

Clemens Théobert Schedler,
Rakousko

**Conservatoire
National
Supérieur d'Art
Dramatique**

**Atelier Danse
de 3^e année dirigé
par
Caroline Marcadé**

Un Bal Blanc Nacré

**Mercredi 12
et jeudi 13 avril 2006
à 19h30**

Design tohoto plakátu se vzpírá téměř všem současným moderním trendům: není zde fotografie ani ilustrace; nesnaží se být okázalý; není technicky komplexní; nevypadá digitálně a je téměř souměrný. Přesto, anebo právě proto, je efektivní, sálá energii a má patřičný švih.

Apeloig Design, France

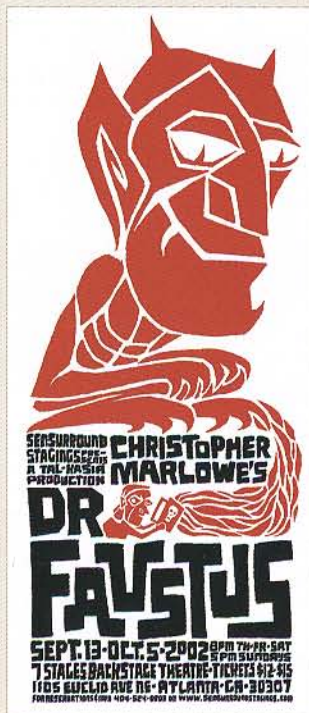
17

Ignorujte módu. Doopravdy.

Připouštím, že to může být ošemetné pravidlo, protože vaše práce je sdělovat něco lidem, kteří však existují pouze a jedině v současnosti (neboť stroj času stále ještě nemáme k dispozici). Tito lidé mají různý vkus a každý má také jiná očekávání a přání, jak by měl být osloven a informován. Ostatním designérům kolem vás se dostává významné pozornosti, protože jejich práce jsou tak současné a cool, jednoduše jdoucí s dobou. To ignorujte a podívejte se na to takhle: jestliže navrhujete projekt a stylizujete ho podle svého, ne podle toho, jak to veřejnost mající určitou představu o současných trendech očekává, může z toho nakonec pro vás vzniknout i pár výhod. Za prvé, vaše práce možná získá časem punc nadčasovosti a může zde být k užítku delší dobu, takže neskončí hned na skládce jako další znečišťovatel životního prostředí. Za druhé, možná se se svým výtvořem dostanete na stránky učebnic. Nikdo si přeci neprohází třeba Pantheon, starý asi dva tisíce let, se slovy: „Ehmm... ten pochází tak z prvního století...“

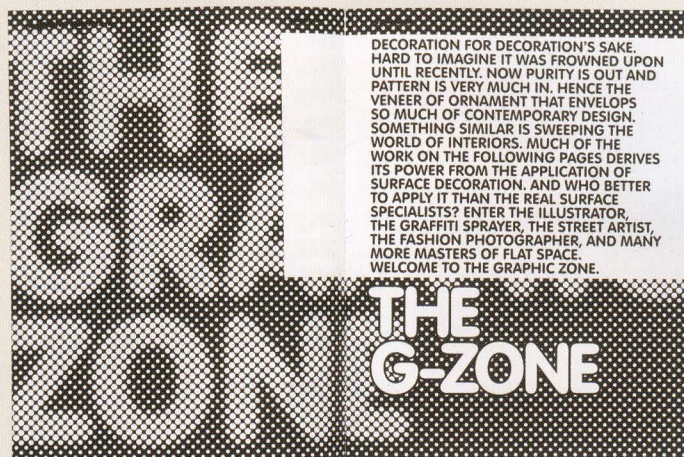
Ačkoliv se ilustrace těší stále větší popularitě, ta na obrázku se vymyká: není plastická, není ani posterizovaná, není to čistě digitální obraz s jednotnou texturou a detaily. Tato ilustrace vytvořená speciálně na počest divadelní hry, na kterou zve, však vypadá téměř jako ručně zhotovená a zjevně se odvolává na staré časy.

Ames Brothers, USA



Rozmístěním písmen ve střídavých intervalech kolem dokola a jejich otáčením na pozadí docílil autor nejen efektní interakce pozitivních a negativních ploch, ale také dojmu vizuálního pohybu písmen mezi pozadím a popředím.

Stereotype Design, USA

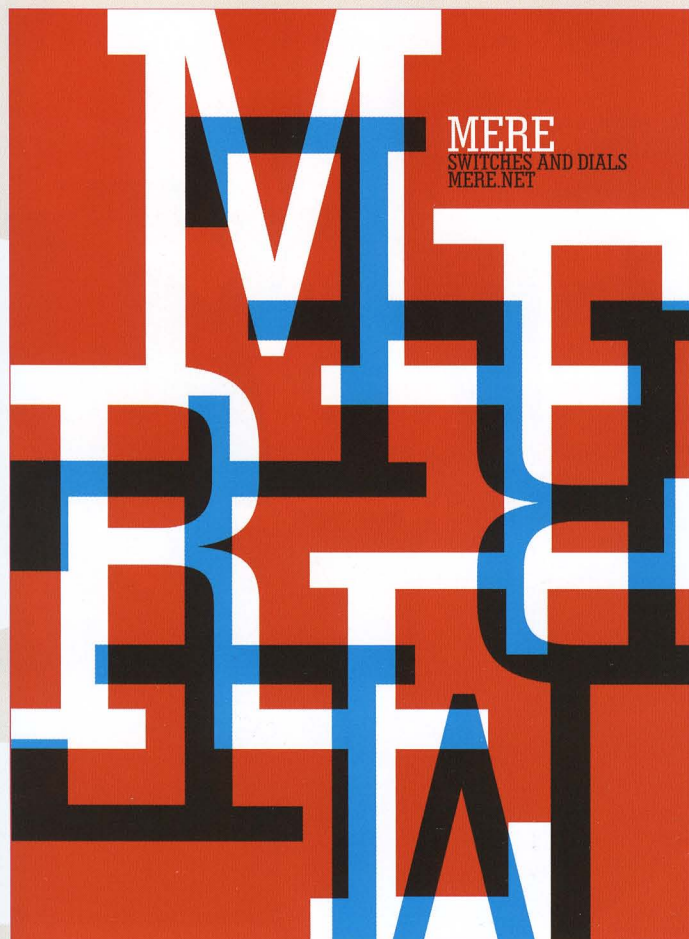


DECORATION FOR DECORATION'S SAKE. HARD TO IMAGINE IT WAS FROWNED UPON UNTIL RECENTLY. NOW PURITY IS OUT AND PATTERN IS VERY MUCH IN. HENCE THE VENER OF ORNAMENT THAT ENVELOPS SO MUCH OF CONTEMPORARY DESIGN. SOMETHING SIMILAR IS SWEEPING THE WORLD OF INTERIORS. MUCH OF THE WORK ON THE FOLLOWING PAGES DERIVES ITS POWER FROM THE APPLICATION OF SURFACE DECORATION. AND WHO BETTER TO APPLY IT THAN THE REAL SURFACE SPECIALISTS? ENTER THE ILLUSTRATOR, THE GRAFFITI SPRAYER, THE STREET ARTIST, THE FASHION PHOTOGRAPHER, AND MANY MORE MASTERS OF FLAT SPACE. WELCOME TO THE GRAPHIC ZONE.

**THE
G-ZONE**

Extrémně velká písmena na pozadí a jejich výrazná textura vyvolávají zdání, že dochází k jejich pohybu směrem doleva k okrajům strany, zatímco bílý obdélník zase vypadá, jako by se pohyboval doprava a jeho levé zarovnání textu vytváří vertikální pohyb. Kompozice se vyznačuje nejasným a proměnlivým vztahem mezi popředím a pozadím.

Coma, Nizozemí



MERE
SWITCHES AND DIALS
MERE.NET

**8
11**

Vdechněte svému designu život! Statický rovná se nudný.

Lidé se obecně domnívají, že to, co je dvojrozměrné, je automaticky ploché a tím pádem bez života. Proto malíři a designéři už celých 1000 let pracují na tom, aby vytvořili iluzi pohybu v trojrozměrném prostoru – na ploše, a pohyblivý zážitek! Jestliže je dojem jednoduše plochý a selhává při poskytování tohoto „prostorového“ pocitu, který je relativně snadno dosažitelný, potom nejspíš nedostatečně zaujmete mozek diváka, aby zjistil, jaké je ve vašem výtvoru ukryto sdělení. Statické kompozice jasně říkají: „Už jsi mě pochopil, tak jen jdi dál, tady už asi nic dalšího neuvídíš.“

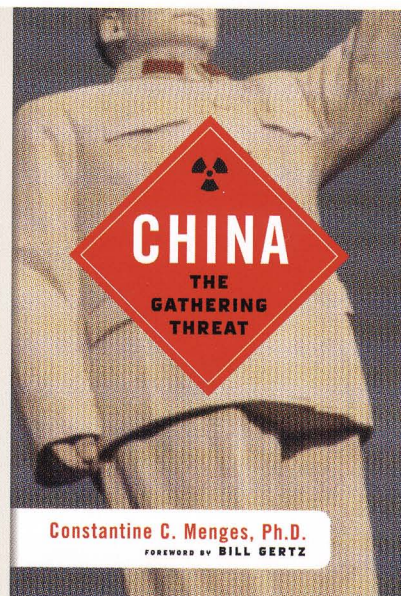
FO

Inspirujte se historií, ale nesnažte se ji opakovat.

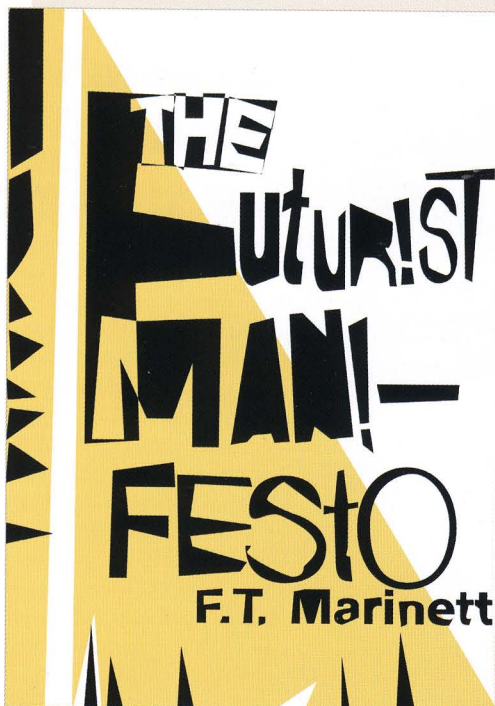
Design minulosti má svou důležitost. Je pramenem inspirace a designérovi může ukázat, jak se v průběhu času změnily estetické a komunikační postupy, a může mu také pomoci pochopit, jak jeho vlastní práci kontinuálně dovést od myšlenky k praxi. Ještě užitečnější je poznání, že s realizací měl někdy v minulosti třeba podobný problém i jiný designér a nakonec si poradil. Je však nepřijatelné pouze otrocky kopírovat styl

Po mírném ořezání jemně vybledlého plakátu, původně zhotoveného pro účely komunistické propagandy, a přidáním dalších prvků se obálka této knihy stává něčím originálním. Jejím účelem je především upozornit na závažnost tématu.

Red Canoe, USA

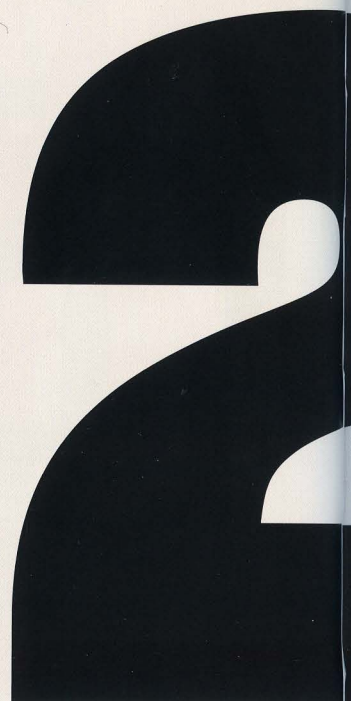


určitého období jenom proto, že je považováno za úžasné, nebo – a to je ještě horší – třeba jenom proto, že si vaši klienti přejí, aby pozvánka na jejich maškarní večírek vypadala přesně jako plakát vystřižený z roku 1846, a to i s dobovými náležitostmi, jako bylo třeba typické „dřevěné písmo“ (wood type). Klidně se poučte z prací ostatních, ale nakonec by to mělo být vaše vlastní dílo.



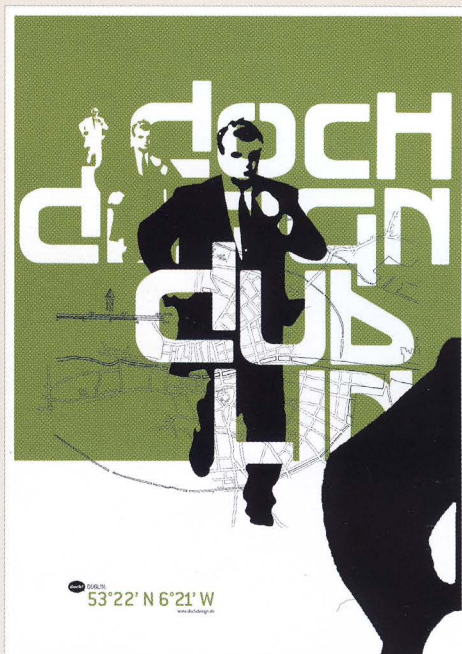
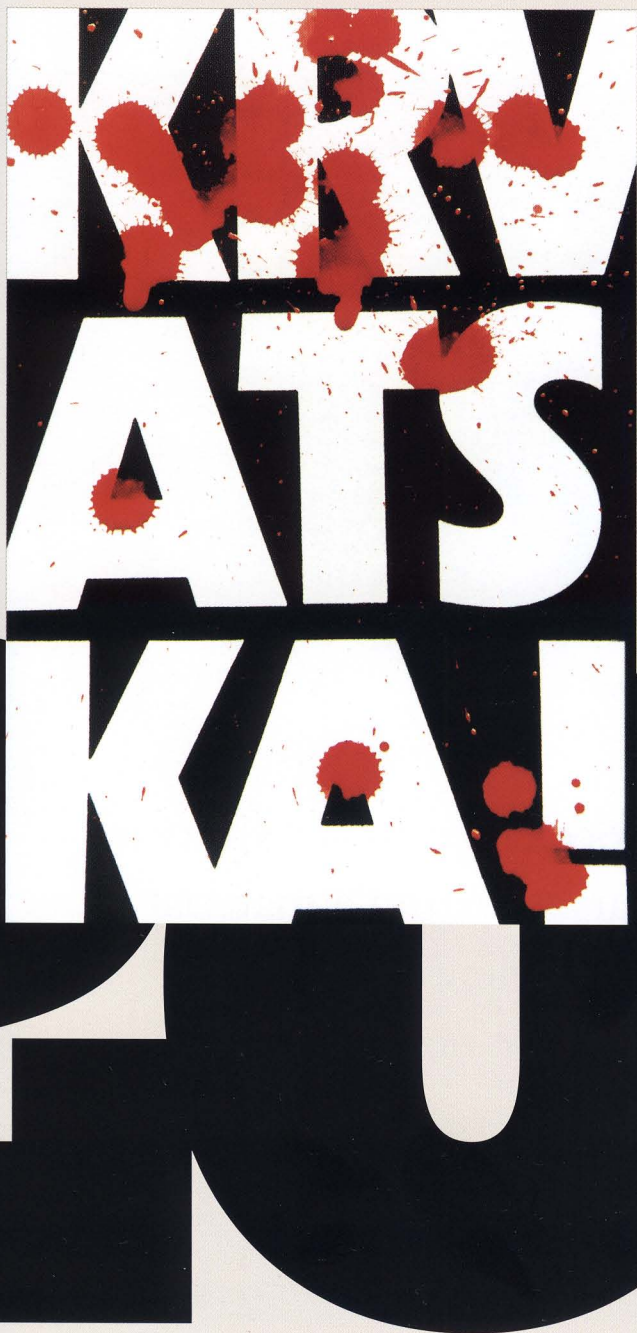
Titulní stránka nově vydané verze díla významného představitele avantgardního uměleckého směru znázorňuje styl a energii, ale také nihilismus doby, aniž by je však autor přebalil knihy imitoval; namísto kopírování a napodobování stylizované písmo spíše zkresluje a deformuje.

Marek Okon, Kanada



Písmena na tomto plakátu jsou tvarově poměrně rozmanitá, přičemž zářející je hlavně jejich mimořádná velikost; v důsledku toho se struktura „co řádek, to tři písmena“ stává trochu nejasnou a asymetrickou tím, jak divák vnímá kontrastní kontury černého prostoru kolem písmen. Dynamicky, ale nepravidelně rozmístěné červené skvrny evokují pocit neočekávaného násilí a krutosti.

Studio International, Chorvatsko



Přestože je černá postava ve skutečnosti uprostřed formátu, podílí se na asymetrickém uspořádání obrázků – jak pozitivních, tak negativních. To způsobuje optický pohyb kompozičních prvků v úhlopříčce z levého horního rohu směrem k pravému dolnímu. Linie písma vlevo dole celkovou asymetrii ještě zdůrazňuje.

Dochdesign, Německo

Je sice pravda, že symetrie se vyskytuje i v přírodě – jen se podívejte na naše těla – ale to neznamená, že je to dobrá strategie pro designéra. Symetrická uspořádání jsou obecně statická a neposkytují příliš dynamiky (viz pravidlo č. 18). Symetrické uspořádání v kombinaci se symetrickým obrázkem působí nemístně a navíc limituje designérovu tvořivost. Ten musí také občas zápasit s tím, že samotný obsah do symetrické formy ani nezapadá. A v neposlední řadě, symetrie křičí do všech stran, že designér je lenoch a neumí si poradit se složitějším uspořádáním. Protože zřetelná centrální osa, která je symetrii vlastní, vás vlastně při tvoření naviguje sama o sobě. Ale proč nechávat vlastní dílo, aby vás vedlo za ručičku? Ať je jasno, kdo je tu šéf.

Symetrie je největší zlo.