

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Bakalářská práce

Plzeň 2012

Philipp Bächer

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Bakalářská práce

**NÁVRH SÉRIE PLAKÁTŮ NA TÉMA:
OSOBNOSTI SVĚTOVÉHO GRAFICKÉHO DESIGNU**

Philipp Bächer

Plzeň 2012

Západočeská univerzita v Plzni

Ústav umění a designu

Oddělení výtvarného umění

Studijní obor Ilustrace a grafika - Grafický design

Bakalářská práce

**NÁVRH SÉRIE PLAKÁTŮ NA TÉMA:
OSOBNOSTI SVĚTOVÉHO GRAFICKÉHO DESIGNU**

Philipp Bächer

Vedoucí práce: Jan Pelc

Oddělení designu

Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2012

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

Plauen, duben 2012

.....
podpis autora

Obsah:

1. Úvod	1
2. Hlavní část	8
2.1 Max Bill.....	8
2.2 Bruno Monguzi	12
2.3 Wim Crouwel.....	14
2.4 Massimo Vignelli.....	17
2.5 Otl Aicher.....	20
3. Závěr.....	22
4. Uvedení zdrojů.....	24
5. Shrnutí (summary).....	25
6. Přílohy.....	26

1.Úvod:

Existují dvě paralelity dějin umění a dějin grafického designu, o kterých se domnívám, že jsem je poznal, a které mají pro mne a moji práci zvláštní význam:

Za prvé, že vládnoucí elity určité epochy se nechaly vždy reprezentovat převládající formou umění a za druhé, střídající se rytmus klasicistických, po případě konzervativních a provokujících nebo liberálních hnutí, snažících se od prvních odpoutat.

Stejně jako sochaři minulých období transformovali nárok absolutní nadvlády elit jejich doby, od církve přes šlechtu až ke kupcům, do univerzálního zákona ve formě reprezentativních staveb, platí to dnes pro grafické designéry, kteří absolutní nárok nadvlády podniků a koncernů přenášejí do formy utváření moderních médií. Jistě si činí koncerny i dnes prostřednictvím svých reprezentativních a impozantních staveb nárok na nadvládu, avšak jejich priorita byla přesunuta silně zpět. V globálně propojeném světě nevnímá normální občan prestiž firmy pouze podle jejich staveb, ale podstatně více podle jejich prezentace v internetu, podle jejich vzhledu na reklamních plochách a na reklamních klipech na monitorech všech druhů, od televize až po obří obrazovky v centrech všech hlavních světových měst.

Rozhodujícími prvky pro reklamní strategii elit naší doby je neustálé opakování a všudypřítomnost. Bylo by nad rámec této práce vyjmenovat všechny možnosti reklam všech firem, pokud to je vůbec možné, a především proto, jelikož se nedá omezit jejich oblast použití, a pokud k tomu připojíme ještě umístění produktu, vyplyne z toho obrovský celkový obraz džungle, kterou jednotlivec nemůže prohlédnout. Chtěl bych zde jmenovat pouze dva příklady, v prvním všechna profesionální sportovní mužstva každého sportovního odvětví a logo jejich hlavního sponzora, které nosí na prsou a které od sportu

už nemůže být ani vzdálenější, a ve druhém značku automobilu, kterému papež svěří svou bezpečnost při okružní jízdě městem.

Myslím, že roční výdaje koncernů na reklamu lze naprosto porovnat s vynaloženými náklady církve nebo šlechty té doby na stavbu největších katedrál a paláců, které obyvatelstvo v té době vidělo. Psychologické asociace, které přitom byly a jsou navazovány lze zjednodušeně vyjádřit takto: Ten, kdo má největší stavbu musí mít i největší vliv. Koncern, který je nejvíce prezentován musí být i nejvlivnějším. Rovnice, která se sama doplňuje.

Pro podnikatele to dnes znamená, že nic a naprosto nic není důležitější než přesvědčivost jeho jména a loga. U velkých podniků, u kterých některé machinace mohou u morálně založených lidí vyvolat pochybnosti, musí být tato výtka podle možností pomocí transparentního, neutrálního designu preventivně smetena, ještě však lépe pomocí zodpovědného, svědomité a kompetentně působícího designu nahrazena. Je třeba vybrat i složku, která má poukázat na špičkovou pozici podniku ve svém oboru, má působit moderně a nadčasově. To jsou ideální veličiny, které musí grafický designer v typografii a logu vystihnout, změny v estetice se tomu podřídí. Naposled hraje i praktická složka svou roli, design musí působit ve všech velikostech a ve všech mediích. Dále by měl být v podnikovém designu, který v dnešní době nastupuje i do poslední firmy, veškerý design navzájem odsouhlasen, co tedy platí pro logo platí i pro zbytek vizuelní prezentace podniku nebo koncernu a obráceně.

Spojitost, kterou zde chci vytvořit mezi grafickými designery a logem, jakož mezi podnikovým designem, který používá světová elita, po případě, který v mnoha případech navrhli, nebo které byly podle jejich lekcí utváření navrženy, by měla být zřejmá. Hodnota a popularita grafického designera se určuje podle úspěchu firem, které svou tvorbou reprezentoval.

Dále lze rovněž tvrdit, že mezi grafickým designerem a zadavatelem je vzájemná závislost. Myslím, že většinou avantgard bylo vlastní dát světu veškerý design, zda byly popudem politické nebo ideologické motivy nemá pro mne dále žádný význam, rozhodující úsek dějin grafického designu je pro mě ten, kdy se velká část koncernů rozhodla přijmout neutrální, přehledný a uspořádaný moderní design. Na základě reflexe, kdy si koncerny uvědomily tento nový design, došlo později k definici prostřednictvím nového designu. Proces rovnováhy v tržním hospodářství mezi nabídkou a poptávkou završil, že se jiné grafické proudy dále nešířily, popřípadě že se právě nejvíce rozšířil design s největší poptávkou.

Vzájemná závislost spočívá také v tom, že designérům i podnikům jde o to uspořádat svět a to s jediným rozdílem v tom, že grafičtí designéři chtějí svět uspořádat v rozporu s převládajícím chaosem, elity a jejich koncerny chtějí dát světu svůj pořádek jako prostředek nároku absolutní nadvlády.

Další velice důležitou součástí a jejího vzájemného působení na design je udržení moci. Firma nebo koncern, který ve svém oboru zaujmul určitou velikost nebo dokonce monopolní postavení, chce si ho také udržet. Ve většině případů by proto bylo velice kontraproduktivní změnit stávající fungující design, se kterým se podnik ztotožňuje, a který je podle okolností celosvětově známý. Jsem toho mínění, že nejvýznamnější letecké společnosti, banky, automobilové a motocyklové společnosti, jakož telekomunikační společnosti, ale i vývojáři software a hardware (při vyjmenování pouze nejvýznamnějších pilířů hospodářství), které desítky let udržují své postavení na světovém trhu, toho dosahují se stejným designem, který převzali z doby vývoje moderního grafického designu.

Jako dalšimu bych se chtěl věnovat střídajícím se uměleckým proudům se zohledněním výše vysvětleného. Sociologický vývoj od moderny do dneška se liší od předcházejících epoch v tom, že vývoj postupuje neustále rychlejším tempem. A to exponenciálně, protože ne pouze technické novinky zjednodušují a zrychlují každý druh práce, ale i internet, prostřednictvím kterého je šíření nezávislé na vzdálenosti a pro každého volně přístupné. Dnes je možné prostřednictvím sociálních sítí sledovat v reálném čase pracovní postup jiné osoby, pokud své výsledky poskytne online.

Dalším vedlejším aspektem technických novinek a zjednodušení je to, že je každému člověku umožněno zkoušet práci v grafické oblasti. Zde je ale třeba zohlednit, že v žádném programu není funkce pro automatické grafické korekce, moderní grafický design nebyl vždy jen řemeslem ale i uměním. Pokud při svém způsobu práce nezohledníme obecně platné poučky, na kterých spočívá moderní grafický design, je výsledek tohoto často velice experimentálního nekonvenčního způsobu práce právem označován jako "Visual pollution".

Je však významnou skutečností, že se při moderním grafickém designu nejedná o umělecký směr jako u předcházejících, ale také o komunikační formu moderny. Vizuální utváření médií je možné pouze potud, pokud to dovolí účel použití. Bezpochyby má grafický designer možnost v rámci zadané a uskutečňované zakázky ji vtisknout osobní výraz, toto však bude vždy druhořadé. Jde o to, zabalit obsah do pokud možno nejvhodnější formy.

Je známo, že v rámci rozšíření moderního designu se hodně firem a měst rozhodlo nechat se jím reprezentovat. Pokud by moderní design měl svůj prapor, bylo by na něm znázorněno velké písmeno H. Jen procentní podíl těch podniků, které používají helvetiku speciálně pro utváření loga je velmi vysoký, řada dalších používají rovněž typ písma grotesk.

K těmto změnám nedošlo náhodně, podle mého názoru vyzařují typy písma grotesk, pokud se především použijí u versálek nebo kapitálek, často onu imperialistickou myšlenku, která se znovu objevuje ve všech pro člověka přebujelých stavbách, vyzařujících jasný impuls dominance. To je právě duch doby, který by měl zachytit každý umělec, jakým by měl být vždy i grafický designer, tak jak příslušelo stavitelům katedrál obléct ducha doby do roucha, přísluší dnes grafickým designerům zachytit ducha doby. Většina podniků a koncernů moderny jsou vůči sobě v nemilosrdném konkurenčním boji, pokud neexistuje někdo s monopolním postavením anebo kartel, který celý trh kontroluje. Obchodní svět je bojiště moderny, počet těch, kteří budou spolknuti a budou integrováni do jiného podniku je veliký, ale stejně bezvýznamní jsou jako jednotlivci, protože na konci se počítá pouze vítěz, je to ten, jehož jméno zůstává. A v konkurenčním boji zformovaný podnik se pouze ve vyjímečných případech rozhodne pro volbu podnikového designu, který otázky své identity nechá otevřené.

Vývoj postmoderny se nyní vykládá v tom směru, že se příští generace grafických designerů odtrhne od image těchto, v prospěchu i záhubě za každou cenu neutrálních a ve své materii nenapadnutelných nevýrazných výtvorů. Moderní design se změnil k obrazu bezohledného kapitalismu. Chtěli použít výraz a emoce v utváření jako prvky komunikace. Především však nechtěli být takovými jako předcházející. To je hned dvakrát ke ztroskotání odsouzené směřování grafického designu, jak bych to chtěl objasnit v následujícím.

Massimo Vignelli označuje postmodernu právem jako "disease", jako nemoc, která napadla modernu. Postmoderna není žádným soběstačným systémem, může působit pouze v kontrastu k moderně, když se nemoc rozšíří a potlačí jasné formy moderního designu, ke kterému se však vztahuje, zůstanou pouze chaotické formy, které už nedávají žádný smysl. Subtraktivní forma utváření, jak se používá v postmoderně, se nakonec sama pohltí.

V dalším nalezne postmoderna sotva využití v některém shora popsaném podniku, protože i když došlo ke změně v grafickém rozsahu, zůstalo sociologické prostředí stejné s dominancí velkých podniků. Myslím, že to je přirozený vývoj, že se i nově rozvíjející podniky orientují podle těch velkých, které působí v kapitalistickém významu jako vzor. Jistě to může být i reklamní strategie, upoutat pozornost vědomě extrémním designem, přičemž takováto, z řady vybočující odlišnost, bude v etablovaných dominujících strukturách hrát pořád roli outsidera. Chtěl bych tvrdit, že velká část obyvatelstva staví úspěch naroveň s finančním ziskem.

Nevím, s jakými nepřehlednými neo-strašidly budoucnost vystoupí, ale vím, co se potom bude připomínat. Nevím, jaké nesmyslné typy písma budou v budoucnu vytvořeny, ale vím, které budou ještě v budoucnu využívány. Působí mi bolest, poháněn jejími věčnými provokacemi, být lidmi poučován jak zastaralý a opotřebovaný má být určitý druh písma nebo nauka o jeho vzhledu, když je zatím tak pevně zakotvena v naší kultuře, že kdyby se na jeden den vymazala, bylo by ještě sotva něco k vidění. A tak jak písmo bude existovat, bude tak existovat i nauka o jeho vzhledu na něm založená, v písmu, které je definováno svým vzájemným vztahem k ploše, by neměla být ignorována plocha jako výtvarný prvek.

Koho pak ještě udivuje, že monopolisté její vzhled po desetiletí nemění a proč se neprosadí ty firmy, jejichž design je proměnlivý, ten ještě nepochopil systém v jeho celistvosti. Tak jako stavitel musel pochopit cíl zadavatele, musí v naší epoše každý grafický designer podle převládajících sociologických struktur pochopit cíl dnešních zadavatelů. Co přináší velmi expresivní forma ztvárnění v oblasti použití, která vyžaduje jasné formy, pevné struktury a přehlednost ?

Vědom si této celistvosti, rozhodl jsem se vytvořit o nejvýznamnějších tvůrcích naší epochy sérii plakátů. Neuběhne jeden den, kdybychom nebyli s díly nebo s naukou o vzhledu od těchto autorů konfrontováni, a k tomu není ani nutno opustit domov.

2. Hlavní část:

v následujícím bych se chtěl věnovat osobnostem, které jsem si zvolil pro moji práci, popsat jejich způsob práce jak jsem ho pochopil, a objasnit, jak jsem se pokusil jejich individuální hlediska znázornit na jednotlivých plakátech. Protože dílo všech těchto designérů je velice obsáhlé, mohu tak reflektovat pouze část jejich souborného díla.

2.1 Max Bill:

Cítím se bozmocný při pokusu shrnout do slov souhrnnou látku toho, co představuje Max Billovo dílo. Sama skutečnost, že byl činný ve všech oblastech, které mohou být uvedeny do souvislosti s designem, je skličující. Ztvárnil mnohé produkty, navrhl skulptury, byl architektem, malířem a samozřejmě typografem a grafickým designerem - a přesto přitom zvládl vytvoření souhrnného konceptu a jeho definování jako "konkrétní umění". Pokusím se zde pohybovat pouze v rámci oblasti jeho díla, významného pro moji práci.

V pohledu zpět napsal Max Bill v roce 1981 v katalogu k výstavě "*Styl Reklamy 1930 - 1940. Každodenní mluva obrazů jednoho desetiletí*" ve výtvarném museu v Curychu ke svým typografickým pracím: "Chtěl jsem dělat architekturu, přišel jsem z Bauhausu do Curychu a zde téměř samozřejmě do okruhu architektů z "neuen bauen". Protože v těchto krizových letech se beztoho málo stavělo a já jsem měl zájem a zdánlivě i přirozené nadání pro grafiku, připadly mi grafické práce: Nápisů na stavbách, hlavičky dopisů, výstavy, reklama. Tedy vše, co bylo dodatečně a nutně zapotřebí v oblasti moderní architektury a jejího prostředí. Finančním základem mého prvního desetiletí v Curychu, ve 30-tých letech, byla grafika a reklama."¹

1 Gerd Fleischmann, Typografische Monatsblätter 4/1997

Proto by nemělo nikoho udivovat, že *typografie, grafické utváření a publicistické práce byly pro Maxe Billa prostředkem k účelu*², jelikož měl od začátku své kariéry vždy nějaký praktický vztažný bod pro svoji práci, dále "ztvárnění bylo pro Billa zprvu ztvárněním života. Nechápal se po celý život jako mnozí architekti na začátku moderny jako umělec, nýbrž jako "konstruktér nové společnosti" - i se svým uměním. Společenský vývoj měl směřovat k harmonii a míru. Pořádek byl jedním z jeho centrálních pojmů. Cílem byl "totální člověk", jak to požadoval ve svém autoportrétu v *Gefesselter Blick 1930*."³

V důsledku toho zasadil Max Bill svoji práci do značně rozsáhlejšího kontextu - ve velkém i malém si byl pořád vědom svého životního prostředí, účelnost a design byly pro něho nerozlučně svázané, největší možný praktický užitek jako postranní úmysl při každé činnosti. To je dále očividné, pokud pohlédneme na učební plány, které Max Bill navrhl nebo zastupoval jak pro výtvarnou vysokou školu v Ulmu tak i později v rámci jiné výukové činnosti. Chtěl svým žákům asi vždy zprostředkovat různými metodami celistvost "utváření životního prostředí" a stejně jak mělo být životní prostředí utvářeno uceleně, musel i grafický design následovat tento princip celistvosti.

Ale též ve své práci v učitelském sboru jakož i v celé instituci vysoké školy pro utváření viděl rozsáhlou souvislost, a tak "představovala Ulmská vysoká škola pouze jeden sektor jednoho značně rozvětveného kulturního programu"⁴. Pro mně se odráželo toto dalekosáhlé pojetí světa i v jeho skulpturách *nekonečné smyčky* - vše musí být sledováno do společného a jeden do druhého přecházejícího celého kontextu, pokud chceme konkrétní přehled dostat do takové blízkosti, jak toho je rozum jednoho člověka schopen prostě dosáhnout. V Max Billisově stati *o typografii*, která byla v roce 1946 poprvé vytištěna, označil "typografii i v její nejčistší formě v nejvyšší míře vhodnou pro vytvoření

2 Gerd Fleischmann, *Typografische Monatsblätter* 4/1997

3 Gerd Fleischmann, *Typografische Monatsblätter* 4/1997

4 Max Bill: *Aspekte seines Werkes* S.91

něčeho vsutku uměleckého. "Typografie je utváření sazečských obrazů (...) tyto sazečské obrazy sestávají z písmen, které se spojují do slov. Vztahy písmen a rozdíly ve velikosti a různé stupně písma jsou přesně stanoveny. V žádné skupině uměleckých řemesel neexistuje taková míra přesných předpokladů pro tvorbu jako v typografii. (...) S tímto matematicky přesným materiálem, který stojí v příkrém protikladu k nahodilému psanému slovnímu obrazu, dosáhnout vždy plně uspokojivých výsledků a dát jim jednoznačnou formu, není vždy jednoduché, zůstává však cílem každého typograficko-uměleckého snažení. Protože především musí být splněny potřeby jazyka a čtení, než mohou nastoupit čistě estetické úvahy. Nejdokonalejší bude takový sazečský obraz, který harmonicky spojí logické vedení očí a typograficko-estetické potřeby."⁵ Pro mně nyní znamená druh písma ve své nejčistší formě druh písma bez vlastního výroku, neutrální druh písma, které pouze přenáší obsah vyobcovaného slova na papír. V dalším se nechá obráceně k jeho zjištění o precizních předpokladech říct, že když vztahy, rozdíly velikostí a stupně písma, tak jak byly navrženy typografií, zobecníme a odcizíme, připravíme se o základ, na kterém spočívá celý typografický systém. Takový typ písma, které vykazuje Max Billem zdůrazněné vlastnosti, a velice se blíží čisté formě je jistě univers, který jsem použil pro utváření plakátu.

Největší úspěch Maxa Billise spočíval jistě v designu produktů, už v roce 1949 proklamoval " Masová spotřeba zboží bude v budoucnu měřítkem pro kulturní úroveň země."⁶ Jeho v roce 1956 navržené kuchyňské hodiny pro Junghanse jsem proto pojal i do mého plakátu.

Pro můj plakát k Max Billovi jsem použil pojem "konkrétní umění", jelikož tento pojem je nerozlučně spjat s tímto umělcem, stejně jako jeden z jeho nejznámějších citátů " jsem toho názoru, že je možné umění rozsáhle rozvíjet na základě matematického způsobu myšlení".

5 Schweizer Graphische Mitteilunge 4/1946

6 Alle Zitate: Max Bill, 'Schönheit aus Funktion und als Funktion', in Werk, Nr.8, 1949, S.273

K matematickému způsobu myšlení píše Jörg Glattenfelder o Maxillovi " v roce 1949 publikoval proto v časopisu *Werk text* " Matematický způsob myšlení v umění naší doby". V této ještě dnes neustále citované stati udává kritéria jak oddělit nové od starého. Podle analýzy malířství Mondrians zjistil, že " utvářecí prostředky jsou nyní dalekosáhle stanoveny" a ptá se, zda tím jsou vyčerpány poslední možnosti v eliminaci mimokulturních elementů a je tak dosaženo konce tohoto vývoje. "Dvě cesty zůstávají otevřeny", uvádí dále Bill: "Návrat k dávno známému anebo pokračování k nové tematice". Novou tematiku popisuje větou, která se stala slavnou: " Jsem toho názoru, že je možné umění rozsáhle rozvíjet na základě matematického způsobu myšlení". Těchto několik slov se stalo směrodatnými pro další rozvoj konkrétního umění a získalo si - jak sám Bill v roce 1976 v pohledu zpět zjistil - "celosvětovou publicitu, interpretaci i chybnou interpretaci ". (...) Právě matematické myšlení je na řešení problémů a vynalézání zaměřená aktivita, při které přebírají struktury, postavy a konstelace vedoucí estetickou funkci. "Krása" má v matematice velkou hodnotu. Afinita k uměleckému myšlení je jasná: Obraz je pro konkrétní umění totéž co důkaz pro matematiku. V obou oblastech je metodický, logicky pochopitelný postup nutný, současně však vede pouze otevřenost a hranice překračující experimentování k pravým objevům."⁷

Jeho utváření plošných rytmů v malířství jsem převzal k doplnění celkového designu plakátu, ale i zde hrály matematické úvahy při rozdělení mé plochy roli, rytmus, který jsem použil lze však jednoduše prohlédnout, aby byl okamžitě patrný.

7 Max Bill: Aspekte seines Werkes, S.23-24

2.2 Bruno Monguzzi:

Způsob práce Bruna Monguzziho mě obzvláště inspiroval, zvládnul jako žádný jiný mně známý grafický designér dát svým plakátům dynamiku v uspořádání ploch a typografie a přitom přesto dodržet nutné předpoklady pro zachování smyslu toho, co vlastně chtěl vyjádřit. Jeho práce dokazuje, kolik možností je k dispozici i přes určitá pravidla utváření - pokud pouze víme, jak je poznat.

„I think the problem is still that graphic design schools seem to be more involved with building or destroying formal dogmas, or aesthetic values, than with content; with the look rather than with the meaning; with the layout rather than with the message. But I doubt that the goal of the ‘more experimental graphic designers’, [...], is to communicate with my mother.“⁸ Zde Monguzzi uvádí jedny z nejvýznamnějších tezí moderního designu, primárním prvkem každé práce v oblasti grafického designu by měl být smyslový obsah nebo slovní význam a ne grafická doktrína, prostřednictvím které jim je propůjčena pouze forma. Hodně prací se v ní ztrácí, i když se v ní vyskytuje kvalita utváření obsahu ve všech variantách, ale zapomíná se přitom, že jde vlastně o onu podstatu a ne všechno kolem. Čím více se grafická práce definuje prostřednictvím formálních nebo estetických doktrin, tím více se podle okolností odchýlí od vlastní substance. Smyslový obsah má být pořád odíván do formy grafických prostředků - grafické prostředky by měly obsah podle nejlepších možností podporovat a ne se od něj odchýlit.

„I do not believe that the use of the computer has really changed the thinking of most graphic designers. Unfortunately, the sclerosis of thinking has increased due to the enormous facility and versatility of the machine, which is, of course, only as intelligent as the person sitting in front of it. Education now has to face an even greater challenge. The machine is fantastic, but not all of

8 Bruno Monguzzi <http://www.eyemagazine.com/feature.php?id=32&fid=33>

the typefaces or programs are as good. The designer has to catch up with the engineer.”⁹ Zde vystihuje grafický designer významný prvek moderního utváření, při všem technickém zjednodušení při přenášení grafiky přes počítač nesmí být zapomenuto, že na konci se počítá kvalita toho, co je v realitě z toho viditelné. S pomocí počítače s odpovídajícím programovým vybavením je možné navrhnout grafické řešení pro nějaké téma rychleji, než kdy před tím. Avšak jak pro uvědomělého pozorovatele svého životního prostředí vyjde najevo, jsou zde znalosti obsluhy - totiž k jakému účelu náradí, a nic jiného počítač pro designéra prakticky není, v zamýšleném smyslu slouží - před moudrostí ve značném předstihu.

Pro mně je na osobě Monguzziho dále zajímavé, že byl sice Švýcar, od začátku své tvorby ale své úspěchy slavil na mezinárodním poli. Ta různá místa nebo lépe ta města, která se s tím spojují jsou důležitým prvkem mé plakátové tvorby. Protože Monguzzi si byl rovněž vědom této okolnosti, citátem „From the Swiss, renowned for their parsimony, all I got was a lot of paper.”³¹⁰ jsem k tomu vyjádřil znovu přímý vztah.

Další citát, který jsem použil pro utváření mého plakátu je následující: „I still believe in the axiom 'form follows function', and I have fun - within the mandatory rush for new waves - in perpetuating those languages that our fashion system insists in wiping out.”⁴¹¹ Tento princip ukazuje opětovně jádro každého grafického výrazu - pokud si uvědomujeme relace mezi formou a funkcí, není tím nikdo omezován, protože vytvoření formy jako takové není stanoveno, pouze její závislost na funkci je fixní. Pro praktické využití to znamená znovu, že v centru utváření má stát obsah a utváření nesmí být pokládáno za samostatnou, nezávislou složku. V různých formách, které jsem použil pro vytvoření mého plakátu, jsem chtěl tuto zásadu následovat.

9 Bruno Monguzzi <http://www.eyemagazine.com/feature.php?id=32&fid=33>

10 Bruno Monguzzi http://www.yanef.com/html/plates/hl_61.html

11 Bruno Monguzzi http://www.yanef.com/html/plates/hl_61.html

Různé plochy propůjčují plakátu zajímavý rytmus, sledují ale pořád určité funkce, tak na příklad vedení pohledu z jednoho grafického pohledu k dalšímu, nebo jejich rozčlenění do různých úseků.

Jako druh písma jsem s helvetikou zvolil rovněž takové písmo, které shora uvedené svou neutrální formou podporuje. Ve své funkci jako písmo slouží pouze k tomu účelu, aby bylo nositelem významu jednotlivých slov.

2.3 Wim Crouwel:

Vnímám Wim Crouwelovu práci jako velice zajímavou, protože mně jeho jasně sledovatelná stavba vždy dojde, zvláště, když je přitom ještě nositelem osobního výrazu jeho designu. Wim Crouwelova metoda na utváření plakátů je velice orientována na praxi a řešení, jeho mřížové sítě, které jsou v přímé relaci k typografii, zjednodušují mnohonásobně její využití. Tento způsob přístupu pramení z úzkého vztahu k rovněž na řešení orientované architektuře této doby. Jeho myšlenky na konstrukci písma pramenily z tehdy se prosazujících metod tisku, při kterých měly body písma své uspořádání, a které ještě nebyly vhodné k mechanické reprodukci tehdejších písem - při poznání tohoto problému navrhl písma, která byla dimenzována na onu mřížovou síť, po případě rastr. Nenavrhnout typ písma na tisíciletí staré kultuře písma nebo na jeho vztahu k rukopisu každého člověka, ale konstruovat je podle matematicky zadaného úkolu podle technických možností své doby, bylo revoluční, tak revoluční, že všechna písma, zakládající se na jednotlivých pixlech monitoru, mohla být teprve po letech nasazena do různých oborů utváření, zatímco v době vzniku jimi bylo pohrdáno.

Prvním z těchto geometrických typů písma bylo new alphabet v roce 1967, nejznámější bylo po něm pojmenované gridnik v roce 1974. Můj plakát k Wimu Crouwelovi předkládám ve dvou různých verzích, přičež se oba liší ve volbě

typu písma. V první verzi jsem použil pro utváření new alphabet od Wima Crouwelse, první mně známý geometrický typ písma svého druhu, ve druhém návrhu používám visitor, jeden úplně nový, rovněž k použití na pixelovém rastru vytvořený typ písma. Použité písmo "gridnik" při utváření plakátu se vztahuje k jeho přezdínce, která mu byla dána za důsledné jednotné utváření jeho mnoha plakátů podle zadané mřížové sítě.

Jako citát jsem se rozhodl pro „Of course design is about problem solving, but I cannot resist adding something personal. A page should have tension.“¹², jelikož to reprodukuje mnoho aspektů osobnosti Wima Crouwelse. Popisuje zde konflikt, který vysvětluje i v jiných rozhovorech, že funkční design je sice nutný, ale přesto může dojít k estetickým konfliktům při utváření s čitelností nebo jinými praktickými danými úkoly. Při takovýchto rozhodovacích otázkách záleží v poslední instanci pouze na designerovi, chtějí vyzvednout nějaký estetický aspekt, nebo zda chce striktně dodržet pravidla funkčnosti. Tím však nejsou míněna žádná hrubá porušení proti jakýmkoliv principům utváření, ale právě jen malé detaily, které mohou dát jedné stránce nebo plakátu charakter, aby bylo možné rozlišit něco vymyšleného člověkem od něčeho spočítaného strojem. Konflikt mezi designem a uměním, který má značný význam přinejmenším pro mnohé v tomto oboru činných, je už po mnoho let chťe nechtě jádrem diskuse o budoucím rozvoji grafického designu. I když je z mnoha míst požadováno striktní oddělení obou oblastí, nebylo to do dnešní doby ještě jednotně akceptováno, obráceně je stejné množství těch, kteří grafický design jako integrovanou formu umění odmítají. K jakým výsledkům tyto neustávající tahanice jedním a potom zase druhým směrem nakonec povedou je třeba vyčkat. Momentálně je možné se orientovat pouze podle argumentů obou stran, a všechno zvažovat.

Že Wim Crouwel pro své plochy volí nejvíce monochromatické nebo dvoubarevné rytmy, je dáno tím, že by hlavní váhu celkového utváření chtěl

12 Wim Crouwel <http://www.creativereview.co.uk/cr-blog/2007/july/striking-the-eye-an-interview-with-wim-crouwel>

položít na typografii. I jeho redukované používání obrazových prvků ve formě fotografií nebo jiných figurálních prvků ukazuje, jak je jeho ztvárňování fixováno na typografii. I tento přístup k utváření plakátů nebyl v jeho době ještě tak rozšířen, a teprve spolupůsobením Crouwelse doznal v této formě celosvětového uznání.

Jednoduše utvářená plocha je samozřejmě ideální pro taková písma, která profitují z velkých volných ploch, protože toto místo mohou sami vyplnit, může tím být vyvolán u pozorovatele pocit svobody nebo může být i zvrácen, pokud se neponechá písmu dostatek prostoru. Monochromatická barevná plocha má zřejmě na duši pozorovatele mnohem jednoznačnější účinek, než kdyby byla rozdělena do více dílů. Domnívám se, že nejlepším příkladem v Crouweleho díle pro to, s jakým jednoduchým utvářením lze u pozorovatele vyvolat velice silný emocionální efekt, je jeho plakát "Hiroshima". Jistě neexistuje žádný jednotný význam, který by byl pro každou barvu a pro každého člověka stejný, jelikož každý s ním spojuje jiné osobní asociace, přesto si myslím, že účinek červené monochromatické barvy je v prvním okamžiku na všechny lidi stejný, protože neexistuje žádná silnější signální barva.

Zvolil jsem rovněž tuto červenou plochu, abych vyvolal co nejsilnější reakci u pozorovatele, avšak jsem podle možností nechtěl pozorovatele provokovat déle, než to je nutné pro jeho pozornost. Z toho plyne, že bílé písmo, místo černého, je v kombinaci s červenou plochou mnohem vhodnější, přičemž lze toto zdůvodnit i osobními subjektivními pocity. Přičemž se alespoň pro mne opět potvrdil Wim Crouwelsův citát, že volba bílého místo černého písma pramení z osobních motivů a propůjčuje plakátu jisté napětí.

2.4 Massimo Vignelli:

Stejně, jako je u jiných grafických designérů velká paralelita způsobu práce k principům utváření v architektuře, je při pozorování Massima Vignelliho něco takového bez designu produktu asi sotva možné. Ale to není vůbec nutné, protože Vignelli sám říká: „Design is one - it is not many different ones. The discipline of Design is one and can be applied to many different subjects, regardless of style.“¹³ Silné tvrzení, které ten, kdo se jako designer osvědčil ve všech oborech, může jednoduše proklamovat, ale jestli však v praxi talent kohokoliv postačí k prosazení v právě tolika různých oborech designu, lze zpochybnit. Tento výrok je však hypoteticky zformulován správně, design má být zajedno. Každému druhu utváření ve větším rozsahu má být základem jednotný koncept.

Vignelli nám však také dává návod, podle kterého může každý zájemce svým požadavkům pro moderní design vyhovět. „I like design to be semantically correct, syntactically consistent, and pragmatically understandable. I like it to be visually powerful, intellectually elegant, and above all timeless.“¹⁴ Relativně férové je na tomto kompaktním výroku, který obsahuje tolik zásadních pojmů, skutečnost, že Vignelli je pro nás jeden po druhém rozpracovává: K sémantické správnosti udává: „Semantics, for me, is the search of the meaning of whatever we have to design. The very first thing that I do whenever I start a new assignment in any form of design, graphic, product, exhibition or interior is to search for the meaning of it.“¹⁵ Aby bylo dosaženo lepšího výsledku, měl by si každý před zahájením nové práce objasnit její význam. Proces, který může dát hodně informací o jádru utvářeného materiálu, který může být i časově velice náročný a ve společnosti orientované na výkon, však ne vždy dostatečně oceněný.

13 Vignelli Cannon S.22

14 Massimo Vignelli <http://daniellemillerjewelry.blogspot.de/2010/04/massimo-vignelli.html>

15 Vignelli Cannon, S.10

Syntax rozpracovává Vignelli následovně: Mies, my great mentor said: “God is in the details.” That is the essence of syntax: the discipline that controls the proper use of grammar in the construction of phrases and the articulation of a language, Design. The syntax of design is provided by many components in the nature of the project. In graphic design, for instance, they are the overall structure, the grid, the typefaces, the text and headlines, the illustrations, etc.⁴¹⁶ Syntakticky stálými mají být v grafickém designu tedy celková struktura, rastr, jakož i písmo a ilustrace. Než se se všemi těmito prvky v detailu lopotit, spíše bych však vycházel z toho, že ďábel vězí v detailu a že je jej třeba vypudit, kdyby byl Bůh v detailu od samého počátku, byla by práce často mnohem jednodušší.

Konečně je třeba posuzovat práci s aspektem pragmatické srozumitelnosti „Whatever we do, if not understood, fails to communicate and is wasted effort. We design things which we think are semantically correct and syntactically consistent but if, at the point of fruition, no one understands the result, or the meaning of all that effort, the entire work is useless.“¹⁷ Doufám, že při zohlednění semantické správnosti, jakož i syntaktické stálosti vyplyne pragmatická srozumitelnost sama od sebe. Avšak na základě rozličného vnímání jednotlivce není vždy jasné, zda je nyní práce pragmaticky srozumitelná. To, co se zdá jednomu logické a přirozené, může na jiného působit iracionálně a cize.

Nyní nejjednodušší princip syntaxe grafického designu u Vignelliho je práce s rastrem nebo mřížkou. Proto jsem se rozhodl, toto zahrnout do utváření mého plakátu. Co by mohlo jednodušeji odhalit způsob práce, než viditelnost mřížkové sítě, která obvykle působí na pozorovatele neviditelně. Ke způsobu práce s mřížkou píše Vignelli: „Nothing could be more useful to reach our intention than the Grid. The grid represents the basic structure of our graphic design, it helps to organize the content, it provides consistency, it gives an

16 Vignelli Cannon, S.12

17 Vignelli Cannon, S.14

orderly look and it projects a level of intellectual elegance that we like to express."¹⁸ Pokud by se mne zeptal někdo, komu je téma grafického designu zcela neznámé, na nějakou pokud možno jednoduchou, srozumitelnou formuli, nebo nějakou univerzální formuli pro použitelný grafický design, poradil bych mu, aby použil rastr v kombinaci s helvetikou - jiná nekomplikovanější formule při stejně dobrém výsledku neexistuje.

V mém plakátu použitý citát Vignelliho „In the new computer age the proliferation of typefaces and type manipulations represents a new level of visual pollution threatening our culture. Out of thousands of typefaces, all we need are a few basic ones, and trash the rest.“¹⁹ jsem zvolil na základě jeho závažného významu. Nejen nezodpovědné zacházení některých osob se stávajícími typy písma, která jsou pouze na základě technických možností zohavená, ale také skutečnost, že z tisíců druhů písma se nechá použít pouze zlomek v praxi, vnímám jako rušivý doprovodný jev nového počítačového věku. Vignelli se pokouší tomuto "visual pollution" odporovat. A jako žádný jiný mně známý grafický designer se o to pokouší kromě jiného důsledným používáním helvetiky v mnoha svých projektech, proto je pochopitelné, že jsem použil rovněž helvetiku pro utváření plakátu.

18 Vignelli Cannon, S.40

19 Vignelli Cannon, S.56

2.5 Otl Aicher:

Otl Aicher šel ve svém úsilí o vytvoření srozumitelnosti a řádu v utváření tak daleko, že se chtěl maximálně odvrátit od umění. "Umění je svobodné. Ani podle metody, ani podle materiálu, ani podle obsahu, ani podle estetické doktríny se nenechá umění nějak upevnit. Proto může i s písmem zacházet, aniž by se drželo pravidel. Když se pak ale písmo použije tak, že je sotva čitelné, a někdy není ani rozluštitelné? Pod tímto aspektem lze s písmem nakládat, jak se nám zamane. Lze je otočit, postavit na hlavu, rozstříhnout. Tím ale přestává být písmo sdělením. Mírou sdělení je čitelnost, srozumitelnost. Jinak se písmo použije pouze jako grafický materiál, jako formální kamenolom pro znaky a struktury v černém a bílém. Písmo se stane pouhým estetickým objektem. Umění je úplnou smrtí typografie"²⁰.

Nevidí typografii jako uměleckou výrazovou formu, ale spíše jako komunikační médium, a dokonce kritizuje odcizení prapůvodního smyslu upoutání slov na rovinu teoreticky přetrvávající čas. "Typografie je obrazová forma řeči. V důsledku toho je řeč měřítkem typografie. Měřítkem řeči je její srozumitelnost. Měřítkem typografie by podle toho měla být její čitelnost"²¹. Hlavní pozornost utváření Otl Aichera spočívala vždy na praktické čitelnosti typografického díla. Avšak tím to nekončilo, význam typografie jde pro něj dále: "Typografie je morální, politická záležitost. Hledá estetiku svobodného společenství tím, že sleduje pravidla svobodné komunikace, řeči, která vystačí bez manipulací."²² Je to zajímavá myšlenka, na jedné straně kritizovat estetické prvky na základě jejich odklánění od čitelnosti a na druhé straně estetiku svobodného společenství do vztahu k typografii pojmout. Toto vzájemné působení lze najít i v citátu, který jsem použil: "Není možné se stejnou naivitou, s jakou se dělá umění, vytvořit plakát"²³, jelikož Aicher rovněž napsal "ale snad spočívá pravé

20 otl aicher: typografie, S.118

21 otl aicher: typografie, vorwort

22 otl aicher: typografie, S.3

23 otl aicher: typografie

umění v tom, odstranit potíže, které stojí čitelné typografii jako komunikaci v cestě"²⁴.

Ve svém rozboru typografie jako komunikačního média se Otl Aicher zabýval častěji i prvky komunikace. Chápe naší moderní společnost jako společnost informační, která je pouze jednostranně ozařována informacemi ze všech médií, přičemž však nedochází k žádné komunikaci. Pokoušel se rovněž definovat podstatu typografie prostřednictvím různých druhů písma, tak zhruba vystihl souvislost mezi kapitálkami a versálkami podobně, jak jsem to popsal v předmluvě. "Typografie pro reprezentativní demonstrování se chápe vždy versálek a římských kapitálek. A to v rozsahu, že platí i obráceně: Kdo sahá po římských kapitálcích, kdo sahá po středové sazbě a versálcích, odhalí, že musí uspokojit potřebu demonstrování, z důvodu skrytí vnitřního vakua."²⁵

Vytvořením písma rotis, které jsem použil pro plakát, chtěl Otl Aicher působit v protikladu k duchu doby. Písmo, která sám používal pouze pro malá písmena jako znamení odmítnutí hierarchie. Písmo, které vykazuje velkou míru čitelnosti a tím plní svůj smysl.

Do mého plakátu jsem se pokoušel zapracovat nejznámější prvky tvorby Otl Aichera. Piktogram Lufthansy, se kterým jsem chtěl pokrýt hned dva aspekty, v prvním revoluční tvorbu v oblasti piktogramů a ve druhém, vedle utváření olympických her jeho asi největší projekt, design charakteru společnosti Lufthansa. Část struktury plakátů pro utváření olympijských her jsem rovněž převzal, zde však nevystupuje Mnichov nýbrž Ulm, ono snad nejdůležitější místo pro Otl Aicherovu tvorbu. Jelikož písmo rotis, které jsem použil, bylo pojmenováno podle druhého nejdůležitějšího místa jeho tvorby, je toto zastoupeno v typografii. Jako poslední prvek jsem portrét od samotného Otl Aichera transformoval do technické kresby.

24 otl aicher: typografie, S.14

25 otl aicher: typografie S.91

3. Závěr:

Možná byste mě chtěli na základě mého vysvětlení, mého výběru umělců a způsobu, jak jsem je reprezentoval, nazvat reakcionářem, nic mi však není vzdálenější. Podle mého mínění je pouze důležité rozpoznat, co znamená minulost a současnost grafického designu, než může být umožněn další rozvoj. Další rozvoj se nekoná tím způsobem, že se stávající rozbije a ze střepů se bude vykládat budoucnost.

Lze proklamovat, že pokud existují naše momentální sociologické struktury ekonomické diktatury a iluzí, bude i s tím spojený design dále existovat, design obsahově prázdné, neutrální dokončené formy. Pokud se nyní trend bude dále rozvíjet, že se společnost změní v tom směru, že ochrana životního prostředí se stane centrem pozornosti každého člověka, může se na základě ekologické společnosti rozvinout nový design. A pokud zde mluvím o ekologii, mám na mysli tu, která ovládne jednotně celou planetu a ne tu, která nám je v rámci uchválení svědomí pořád více prodávána. Stejně dobře však mohou zkolektivizovaní lidé dále zcela sledovat momentální trend a úplně se odklonit od reality a uchýlit se do iluze virtuálního "nového" světa.

Na moderním designu visí mezitím dlouhý krysí ocas, a to nejen od různých spolukráčejících (interpretovaných) učení, ale i od ideálních hodnot, jejichž mediem se stal moderní design v průběhu posledních 70 let..

Utváření spojené s čistým učením tohoto designu lze pouze jen ztěžji jako takové rozpoznat, protože zde působilo mnoho cizích vlivů a bylo uzavřeno mnoho kompromisů.

Končit bych chtěl posledním citátem Otlá Aicherse : "Existují věrohodná a nevěrohodná písma. Existuje věrohodná a nevěrohodná typografie. Existuje věrohodný a nevěrohodný layout. Je nejméně těch, kteří hledají věrohodnost,

ale kdo jednou začal rozpoznávat to pravé, to, co je správné, je tím po celý život infikován. Otevře se nová dimenze, životní prostor se obohatí o další oblast, hodnoty se rozšíří o další vesmír, vesmír kvality. Typograf, který hledá krajní kvalitu, musí jít vlastní cestou".

Podle mé definice je individualista autarkicky myslící člověk, a pouze jako takový vidím možnost vytrvat na vlastní cestě proti dálkově ovládanému kolektivismu mas.

4. Uvedení zdrojů:

Knižní zdroje:

1. Max Bill: Aspekty svého díla, vydáno uměleckým museem ve Winterthuru a museem řemesel ve Winterthuru, 2008 Vydavatelství Niggli AG, ISBN 9788-3-7212-0652-4

Max Bill: Aspekte seines Werks, herausgegeben von Kunstmuseum Winterthur und Gewerbemuseum Winterthur, 2008 Verlag Niggli AG, ISBN 978-3-7212-0652-4

2. Otl Aicher: Typografie, originální reprodukce 2.vydání z roku 1989, nakladatelství Hermann Schmidt Mainz a Florian Aicher, rotis, ISBN 3-87439-683-5

otl aicher: typografie, originalreproduktion der 2. auflage von 1989, verlag hermann schmidt mainz und florian aicher, rotis, ISBN 3-87439-683-5

3. Otl Aicher k 75.narozeninám, museum v Ulmu, HfG-archiv, 1997, ISBN 3-88294-249-5

Otl Aicher zum 75.Geburtstag, Ulmer Museum, HfG-Archiv, 1997, ISBN 3-88294-249-5

4. Typografický měsíčník, 4/1997, vydáno Gewerkschaft Druck und Papier pro podporu výchovy a vzdělávání.

Typografische Monatsblätter, 4/1997, herausgegeben von der Gewerkschaft Druck und Papier zur Förderung der Berufsbildung

5. Massimo Vignelli: The Vignelli Cannon

Internetové zdroje:

<http://www.eyemagazine.com/feature.php?id=32&fid=33>

http://www.yanef.com/html/plates/hl_61.html

<http://www.creativereview.co.uk/cr-blog/2007/july/striking-the-eye-an-interview-with-wim-crouwel>

5. Shrnuti (summary):

The series of posters is about important graphic designers. To understand the importance of graphic design today there is a historical view on the subject first. It shows how the elite of any time uses the art of that period to represent themselves. Then there is the connection to graphic design shown, and its function in the present. Here is also mentioned how graphic design has changed in the last decades.

In the main part the important graphic designers are presented. It starts with Max Bill and a description of his interpretation of graphic design, which were important for the composition of the poster to his person.

In the next part there is the description of Bruno Monguzzi's style in relation to the composition of his poster.

After that there is a description of Wim Crouwel, and how his style in graphic design influenced the composition of the poster.

It follows a description of Massimo Vignelli's way of working in the world of design. His basic content for the creation of any design is explained. There are also the reasons mentioned for the composition of the poster to his person.

The last graphic designer, Otl Aicher, and his way of working are explained in the next part. Here are also the reasons for the composition of his poster explained.

In the conclusion the reason for the selection of the graphic designers is certified as also a view to a possible future of graphic design and a personal statement to the work.

6. Přílohy:

Příloha 1 - plakát k Maxu Billovi

Příloha 2 - plakát k Bruno Monguzzimu

Příloha 3 - plakát k Wimu Crouwelovi (verse 1)

Příloha 4 - plakát k Wimu Crouwelovi (verse 2)

Příloha 5 - plakát k Massimo Vignellimu

Příloha 6 - plakát k Otlu Aicherovi

Příloha 7 - písmo: helvetica

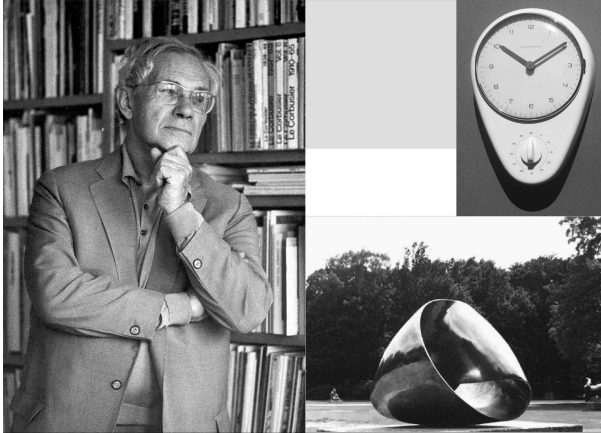
Příloha 8 - písmo: univers

Příloha 9 - písmo: rotis

Příloha 10 - písmo: new alphabet

Příloha 11 - písmo: gridnik

konkrete kunst



>>ich bin der auffassung, es sei möglich, eine kunst weitgehend aufgrund einer mathematischen denkweise zu entwikeln<<

- 22. dezember 1908 wird in winterthur geboren
- 1925-27 lehre als silberschmied in zürich
- 1927/28 studium am bauhaus in dessau
- seit 1929 selbständig als typograph, grafiker, architekt, maler, plastiker, ausstellungsgestalter und autor
- 1936 schweizer pavillion an der *triennale di milano*, grand prix, konzept der konkreten kunst
- 1939-45 bücher *wiederaufbau* und *robert maillart*
- 1941 gründung des allianz-verlages
- 1947 gründung des institut für progressive cultur
- 1949 ausstellung die gute form
- 1950-57 mitentwicklung der *hochschule für gestaltung ulm*
- 1951-56 rektor der *hochschule für gestaltung ulm*

- 1956-57 große wanderausstellung über das gesamtwerk: ulm, münchen, hagen, duisburg, zürich
- 1964 ehrenmitglied des *american institute of architects*
- 1967 windsäule an der weltausstellung *expo 67*
- professor an der staatlichenhochschule für bildende künste, hamburg
- 1967/68 bau des wohn- und atelierhauses in zürich
- 1972 mitglied der akademie der künste, berlin
- 1985 vorsitzender des vereins bauhaus-archiv
- 1986 übergabe der skulptur *kontinuität* an die deutsche bank in frankfurt am main
- 1993 *premium imperale*, tokyo
- 9. dezember 1994 max bill stirbt in berlin

max bill

Příloha 2 - plakát k Bruno Monguzzimu

Bruno Monguzzi



London
Lugano
New York

Montreal
Venice

Milan
Toyama
Paris

„I still believe in the axiom
‘form follows function’, and I have fun
-within the mandatory rush for new waves-
in perpetuating those languages that our
fashion system insists in wiping out.“

„From the Swiss, renowned for their parsimony, all I got was a lot of paper.“

1941 born in Mendrisio
1960 courses at *St Martin's School of Art*, London and the *London College of Printing*, London
1961 joined Studio Boggeri (Antonio Boggeri), Milan
1963 teacher for typographic design, Venice
1965-68 designed nine pavilions for the *Expo 67*, Montreal
1969 married Anna Boggeri (played a key role for his career)
1970 taught visual perception and typographic design, Lugano
since 70s worked independently from his atelier in Meride
1971 received the *Premio Bodoni*, Italy
1979 member of the *Alliance Graphique Internationale (AGI)*
1983 wins the competition of the visual identity of the *Musée d'Orsay*, Paris
1990 *Gold Medal* of the *New York Art Directors Club*
1991 *Janus prize* in Paris and *Silver Medal* at the *Toyama poster Biennial*
1994 *best swiss typographer* by the architectural magazine *Hochparterre*
1997 honoured by the *Tokyo Type Director Club*
2000 *Gold Medal* and *Yusaka Kamekura Award* at the *Toyama poster Biennial*
2003 *Royal Designer for Industry*, Royal Society of Arts, London

Příloha 3 - plakát k Wimmu Crowelovi (verse 1)

drīdnit wim crowjel

of course dešign is about problem solvīng,
but it cannot rešolve addīng togethēr personā.
A pūde should hāve fēnsion.



WIM GRIDONIK CROUWEL

OF COURSE DESIGN IS ABOUT PROBLEM SOLVING, BUT I CANNOT RESIST ADDING SOMETHING PERSONAL. A PAGE SHOULD HAVE TENSION.



Příloha 5 - plakát k Massimo Vignellimu

Quote				
			In the new computer age the proliferation of typefaces and type manipulations represents a new level of visual pollution threatening our culture. Out of thousands of typefaces, all we need are a few basic ones, and trash the rest.	
Name				
			Massimo Vignelli	
Photo				
				
Awards				
	1964	Gran Premio Triennale di Milano		
	1964-1998	Compasso d'Oro, from (ADI), Italian Association for Industrial Design		
	1973	Industrial Arts Medal of the American Institute of Architects (AIA)		
	1982	New York Art Directors Club Hall of Fame		
	1982	Honorary Doctorate in Fine Arts from Parsons School of Design, New York		
	1983	AIGA Gold Medal		
	1985	first Presidential Design Award, presented by President Ronald Reagan, for the National Park Service Publications Program		
	1987	Honorary Doctorate in Fine Arts from Pratt Institute, Brooklyn, New York		
	1988	Interior Design Hall of Fame		
	1988	Honorary Doctorate in Fine Arts from Rhode Island School of Design, Providence, Rhode Island		
	1991	National Arts Club Gold Medal for Design		
	1992	Interior Product Designers Fellowship of Excellence		
	1993	New York State Governor's Award for Excellence		
	1994	Honorary Doctorate in Architecture from the University of Venice, Italy		
	1994	Honorary Doctorate in Fine Arts from Corcoran School of Art, Washington D.C.		
	1995	Brooklyn Museum Design Award for Lifetime Achievement		
	1996	Honorary Royal Designer for Industry Award, Royal Society of Arts, London		
	2000	Honorary Doctorate in Fine Arts from Art Center College of Design, Pasadena, California		
	2002	Honorary Doctorate in Fine Arts from Rochester Institute of Technology, Rochester, New York		
	2003	National Lifetime Achievement Award from the National Museum of Design at Cooper-Hewitt, New York		
	2004	Visionary Award from the Museum of Art and Design, New York		
	2005	Architecture Award from the American Academy of Arts and Letters, NY		

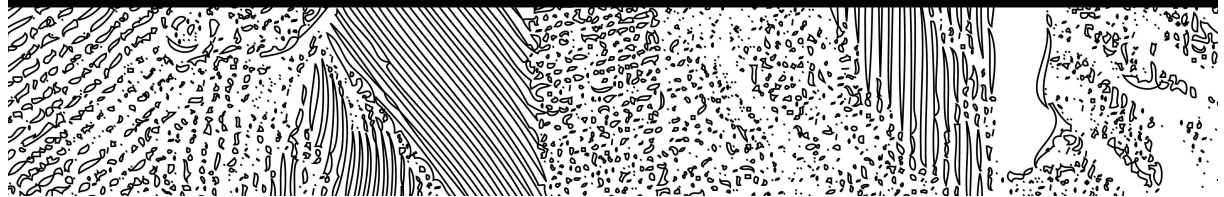
ulm

otl aicher



- 1922 am 13. mai in ulm geboren
- 1941 entziehung des abiturs aufgrund der weigerung, der hitlerjugend beizutreten
- 1941-45 soldat in rußland (1942-43) und frankreich (1944-45)
- 1946 gründung der *ulmer volkshochschule*
- 1946-47 studium an der *akademie der bildenden künste* in münchen
- 1948-55 eigenes grafisches atelier in ulm
- 1952 heirat mit inge scholl
- 1953 gründung der *hochschule für gestaltung ulm*
- 1953-68 dozent für die abteilung visuelle kommunikation an der *hochschule für gestaltung ulm*
- 1954 *prix d'honneur* der triennale mailand
- 1956-58 mitglied des rektoratskollegiums
- 1957-64 leiter einer entwicklungsgruppe an der *hochschule für gestaltung*
- 1962-64 rektor der *hochschule für gestaltung ulm*
- 1967-72 gestaltungsbeauftragter der olympischen spiele in münchen
- 1968 schließung der *hochschule für gestaltung*
- 1972 übersiedlung der familie und des büros nach rotis im allgäu
- 1984 gründung des *rotis institut für analoge studien*
- 1988 entwicklung der schriftenfamilie „rotis“
- 1991 am 1. september stirbt otl aicher an den folgen eines unfalls

„man kann nicht mit der selben naivität, mit der man kunst macht, ein plakát gestalten.“



Příloha 7 - písmo: helvetica

Helvetica, 1957

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Příloha 8 - písmo: univers

Univers, 1956

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Příloha 9 - písmo: rotis

rotis, 1988

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Příloha 10 - písmo: new alphabet

new alphabet, 1987

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
אבגדהוזחטיךכלםןפעק
אבגדהוזחטיךכלםןפעק

Příloha 11 - písmo: gridnik

Gridnik, 1974

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890