

# Základní směry designu

Designéři mohou vyjít z určitého výchozího bodu (často z designu stávajících nebo i konkurenčních produktů, značek či firem) a uvažováním v určitém „směru“ dospět k novým nápadům od těch již existujících.

### Divergence

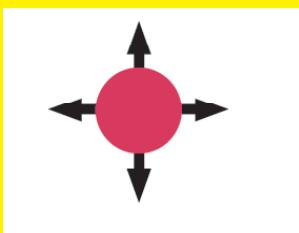
Divergence je rozvíjení či rozšiřování věci z ústředního bodu nebo tématu směrem ven. Můžeme se s ní setkat všude tam, kde se používá tržní segmentace či tržní topografie. Divergence v designu je podněcovatelem i odrazem velké divergence ve společnosti, kdy designéři reagují na změny v demografii a stále rozmanitější tržní segmentaci svých klientů.

### Konvergence

Konvergence je sbíhání se směrem k ústřednímu, obecnějšímu bodu. Ačkoli v designu celkově převládá tendence k divergenci, lze se s konvergencí stále setkat v oblastech, jako jsou například generické značky. Díky značkám se dnes výrobky často vracejí do obecnější podoby, jakou měly před vznikem značek – například kdy plechovka fazolí byla plechovkou fazolí.

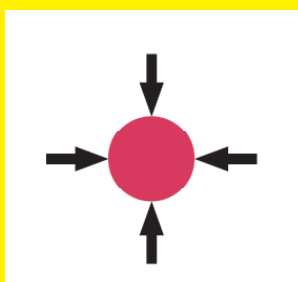
### Transformace

Při transformaci dochází k významné kvalitativní změně, například k redesignu vizuální identity nebo k vytvoření nového obalu, který bude vyhovovat novému způsobu distribuce.



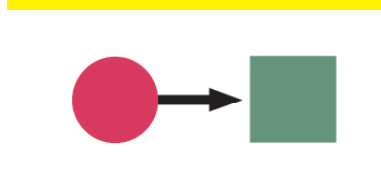
**Divergence**

Směřování ze společného bodu různými směry ven. Též rozvětřování.



**Konvergence**

Směřování dovnitř, do společného bodu, ze dvou nebo více směrů.



**Transformace**

Kvalitativní změna vzhledu nebo charakteru.



**Klient:** Ian Macleod Distillers

**Design:** Navyblue

**Designové myšlení:**

Odklonění (divergence) od typického tradičního přístupu přináší zajímavou, jedinečnou alternativu

### Ian Macleod Distillers

Při redesignu balení whisky Scotch Smokehead od Ian Macleod Distillers zvolilo studio Navyblue divergenční přístup. Výchozím bodem se stal tradiční přístup ke značce skotské whisky, Navyblue se od něj odklonilo a přišlo s neobvyklým, jedinečným designem. Místo tradičního historického přístupu k balení vytvořilo mladý a energický image, zaměřený na zdůraznění tradiční kvality a chutě typické pro produkt.

## Základní směry designu

Po zvolení celkového směru navrhovaného designu je na řadě přemýšlet, jak bude tento design působit ve vztahu ke konkurenčním produktům, značkám a organizacím. Bude zvolené designové řešení odlišné, nebo podobné? Bude se odlišovat od konkurence, nebo s ní splývat?

### Prvek odlišnosti, jedinečný prodejní argument

Prvek odlišnosti neboli jedinečný prodejní argument je kombinací hodnot a atributů, jimiž se firma nebo výrobek odlišuje od všech ostatních firem nebo výrobků. Ve své podstatě jde o divergenci, posun od řešení používaných jinými firmami či značkami.

### Shlukování (clustering)

Se shlukováním se můžete setkat v každém městě. Například tím, že restaurace bývají soustředěny do určité oblasti, což do ní přitahuje lidi, kteří se chtějí najíst – nemusí být přitom rozhodnutí, ve které z nich se navečeří, dokud sem nepřijdou. Design může být zvolen tak, aby splynul s vizuálním obrazem ostatních subjektů v dané skupině (konvergence), nebo tak, aby se od nich odlišil (divergence).

### Inkluzivní design

Cílem inkluzivního designu je zvýšit sociální rovnost a zajistit, aby produkty, služby a prostředí byly dostupné všem lidem. Pokud má být podle demografických odhadů v roce 2020 ve Velké Británii polovina dospělé populace ve věku přes 50 let nebo 20 % Američanů stejně jako Čechů ve věku přes 65 let, stává se tento typ designu stále důležitějším faktorem hodným úvahy.

### MTV (naproti)

Na ukázce vidíte dvě webové stránky vytvořené pro hudební televizní stanici MTV. Obě jsou příkladem transformace, pokud jde o způsob předávání a prezentace obsahu.

Stránka vlevo je z nového webu britské MTV na MySpace. Aplikaci Chart v MySpace lze sdílet na síti MySpace, což MTV umožňuje zpřístupňovat svým uživatelům exkluzivní obsah. Stránka na MySpace natahuje obsah z britského webu MTV, čímž se snadněji rozšiřuje mezi publikum. Jedná se o shlukový design (viz výše), protože v obecných rysech je struktura této prezentace obdobná jako na webu.

Stránka napravo je z webu FUR televizní stanice MTV na MySpace. Zde se design liší od typického layoutu MySpace, vypadá jako stůl nebo nástěnka. Jedná se o inkluzivní design, kde jsou informace na ploše rozloženy do symbolických částí, takže je lze snadno najít a pochopit jejich význam. To je v protikladu k běžným webům, jejichž přesycenost informacemi může být pro starší lidi nebo pro ty, kdo jsou vnímavější vůči grafické formě, bariérou.



Klient: MTV

Design: UsLot Everywhere

Designové myšlení:

Konvergenční přístup k web designu, umožňující zachovat kompatibilitu s ostatními weby, a více divergenční přístup



## Základní směry designu



**Klient:** Design Museum

**Design:** Studio Myerscough

**Designové myšlení:**

Tematický přístup k designu  
výstavy vytváří intenzivní,  
hluboký zážitek





**Klient:** Crawley Library

**Design:** Gordon Young a Why Not Associates

**Designové myšlení:**

Pískem vytvořená typografie je transformací a současně i konvergencí různých textů

### **Crawley Library**

Tyto typografické stromové skulptury jsou ukázkou transformace a konvergence. Design je zde tvořen čtrnácti stromy, vztyčenými od podlahy ke stropu budovy knihovny jako pilíře. Do jejich kmenů jsou pískem vyryty výňatky z literárních děl, typograficky řešené ve stylu odpovídajícím různým tématům archivovaných textů.

### **Design Museum (naproti)**

Tyto pokoje byly vytvořeny studiem Studio Myerscough pro výstavu věnovanou britskému designérovi Alanu Aldridgeovi v londýnském Muzeu designu. Tento design zdůrazňuje prvek fantasy v Aldridgeově díle s intenzitou, díky níž výstava návštěvníka maximálně pohltí a dodává pocit divadla.

# Způsoby uvažování

**Designéři se často setkávají s problémem, jak na omezený formát vměstnat velké množství informací. Řešení tohoto problému si lze usnadnit dodržováním několika zásad.**

### **KISS („Keep It Short and Simple“, popř. „Keep It Simple Stupid“)**

Anglická zkratka doporučující věci zbytečně nekomplikovat, pro niž se v češtině hodí též rčení „Méně je více“, je v moderní době velmi populární, neříká však nic jiného, než co v praxi demonstrovala už Ockhamova břitva před staletími. Myšlenkou je omezovat design jen na nezbytné elementy – na to, které jsou nutné pro jasné pochopení sdělení, jež má být komunikováno, publikem, jemuž je určeno.

### **Soustředění, zacílení**

Jako ústřední bod svého designu zvolte jen hlavní prvky zamýšleného sdělení. Firma může mít řadu různých produktů nebo projektů, design by se však měl zaměřit jen na ty nejdůležitější. Informace o dalších aktivitách firmy lze publiku zprostředkovat jinými formami komunikace, například tištěnými materiály, brožurami nebo na webu.

### **Shora dolů, zdola nahoru**

Z rozvoje informačních technologií přejímáme stále více analytický přístup, znamenající dívat se na designový problém z celkového, systémového úhlu, a pak jej teprve „rozkládat“ na detaily v konkrétních směrech (shora dolů). Opačný přístup velí zaměřit se nejprve na základní prvky a pak se dívat výše a snažit se spojovat tyto souvislosti coby součásti celkového systému (zdola nahoru).

### **Ockhamova břitva**

Ockhamova břitva je princip připisovaný anglickému logikovi, františkánovi Williamovi z Ockhamu, skýtající oporu metodickému redukcionismu – principu říkajícímu, že prvky, jež nejsou nezbytně nutné, je potřeba vyloučit. Obvykle se tak získá jednodušší řešení a současně se i redukuje riziko zavlečení nekonzistence, nejednoznačnosti a nadbytečnosti. Synonymem k Ockhamově břitvě je také princip úspornosti nebo zákony ekonomie.

**Klient:** Home MCR

**Design:** Mark Studio

**Designové myšlení:**

Méně je více – k předání základního sdělení stačí minimum grafiky i textu



### Home MCR

Tuto brožuru vytvořilo Mark Studio k výstavbě domu na adrese Stockton Road 31–33. Vyznačuje minimalistický přístup k designovému problému („KISS“). Použitý design je jednoduchý a soustředí se na jemné detaily, díky nimž se dům stává domovem. Například na třístránkovém obalu (dvojitá skládačka) jsou čísla domů, jak bývají uvedena na vstupních dveřích. Brožure dávají rozhodující vizuální obraz a navozují pocit dobře obyvatelného prostoru, ne jen pouhé budovy nebo stavby.

#### Skládačka

Další list, podélně skládaný ke hřbetu publikace. Skládačka dopřává větší prostor pro grafiku. Na výše uvedené ukázce je dvojitá skládačka se dvěma přidavnými listy.



## Způsoby uvažování

### Pythonovská filozofie

Mezi zásady odvozené z myšlenek statě *The Zen of Python*, tvůrců programovacího jazyka Python, patří: krásné je lepší než škaredé, jednoduché je lepší než složité, řídké je lepší než nahuštěné, čitelnost je výhodou, praktičnost vítězí nad čistotou a braňte se domněnkám.

### Prázdný prostor

Existuje přesvědčení, že prvky designu mohou v prázdném prostoru lépe „dýchat“ a jsou více na očích. Divák se na ně také lépe soustředí, a dělají na něj proto větší dojem.

### Minimum textu

Tato zásada říká, že rozsah textu by měl být co nejmenší, věty co nejkratší – pokud možno fráze, které dávají smysl.

### Význam grafiky

Mnoho designérů je přesvědčeno, že hlavní vizuální dojem by měla vytvářet grafika, která na sebe strhuje pozornost a podtrhuje textové sdělení. Avšak přesycená grafika, příliš velké či složité vizuály nebo jejich velký počet rovněž odrazují.

### Měřítko

Designér si musí uvědomovat měřítko – věc, na kterou se při návrhu na obrazovce lehce zapomíná. U malých nebo naopak velkých produktů, jako jsou třeba poštovní známky nebo plakáty, je korektura návrhu ve skutečném měřítku zcela nezbytná – jen tak bude zaručeno, že text a grafika budou mít vhodné velikosti a budou snadno čitelné.

### Design zaměřený na uživatele

Design zaměřený na uživatele klade potřeby, požadavky a omezení na straně uživatele do centra pozornosti každého kroku projektu a vyžaduje od designéra představivost či předvídavost, jak bude uživatel výsledný produkt používat.

### Ergonomie

Ergonomie znamená navrhování designu v souladu s fyzickými potřebami člověka, optimalizaci výkonu a minimalizaci nepohodlí. Ergonomie se soustředí na to, aby výrobky, služby a prostředí byly po stránce bezpečnosti, efektivity, produktivity a zdraví v souladu s lidskou přirozeností.

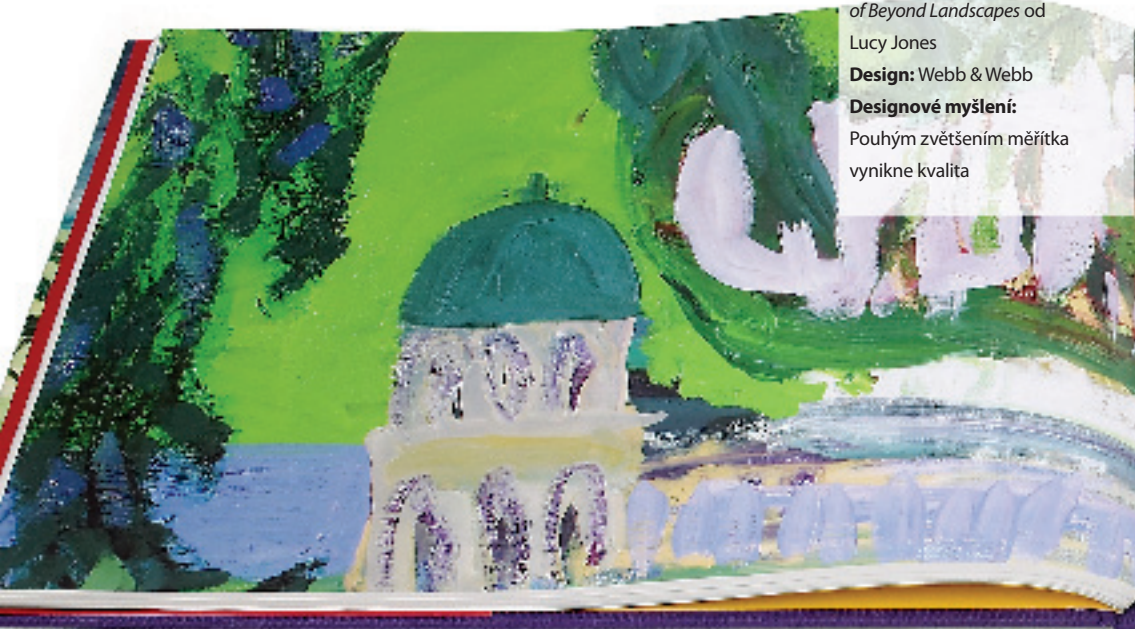
### ...možných řešení je více

K vyjádření tohoto poznání slouží v angličtině zkratka TIMTOWTDI („There is more than one way to do it“, vyslovováno „Tim Today“). Ta říká, že v designu vždy existuje víc než jedno možné řešení, z nichž každé je stejně platné.

**Klient:** *Stepping Out Into a World of Beyond Landscapes* od Lucy Jones

**Design:** Webb & Webb

**Designové myšlení:**  
Pouhým zvětšením měřítka vynikne kvalita



### ***Stepping Out Into a World of Beyond Landscapes* od Lucy Jones**

Tato kniha obsahuje reprodukce díla Lucy Jonesové v měřítku 100 %. Díky většímu zobrazení než u jiných knih mohou čtenáři pozorovat detaily tahů štětce a nakreslených textur, v jiných tištěných reprodukcích malířských děl obvykle ztracené. Ve zmenšených reprodukcích obrazů se detaily vytrácejí a mnohdy vypadají uměle. Při této formě prezentace je kvalita výtvarných děl autorky zachována a zprostředkována čtenářům.