

Obsah

Úvod	6
Jak získat z této knihy maximum	10



Jen si představte, že by to šlo	12
Pozorování	14
Myšlenky	28
Napodobování	38

Chce to zdravý rozum	54
Empatie	56
Profilování	62
Témata	66
Charakter	70

Zkoumej a bav se!	78
Materiály	80
Zábava	82
Komunikace	86
Řeč výrobku	96



Otázky smyslového vnímání

Otázky smyslového vnímání	104
DNA	106
Přidaná hodnota	114
Rozpory	118
Emoce	128

Vývoj nápadu	130
Kritická analýza	132
Schopnost změny	134
Rozvoj nápadu	136
Vizuální šum	142

Přání, nebo realita?	144
Zážitky	146
Ekologie	150
Projekty	154

Závěr	166
Slovníček pojmů	168
Další zdroje	172
Kontakty a autoři fotografií	174
Poděkování	176

Hledání nápadu pro návrh designu je záležitostí všech smyslů, nikoli konkrétní aktivity. Vymýšlení nápadů by mělo být nepřetržitým procesem spočívajícím v pozorování, naslouchání a zaznamenávání postřehů. Klíčovými nástroji jsou zrak a sluch, je ovšem snadné dívat se a nevidět, poslouchat a neslyšet. Inspirace číhá všude a všechno nás může inspirovat.

Počáteční myšlenky a názory je vhodné diskutovat s jinými lidmi, a získat tak co nejvíce pohledů na danou problematiku a podnětů pro vývoj. V úvodních fázích vymýšlení nápadů se každý člověk projevuje jinak a dívá se na věci jiným způsobem. Důležité je zabývat se všemi možnými tématy. Často se stává, že počáteční návrh bývá vytržen z kontextu, to však může paradoxně otevřít cestu silnějším nápadům a tématům. Ztotožníme-li se s některou z myšlenek nebo nápadů, je potřeba odvážit se riskovat a stát si za vlastním názorem. Kdo s nápady a možnými řešeními neriskuje, bude stále jen následovat většinu a stěží udávat trendy.

Hledání inspirace je samozřejmě nepřetržitým procesem, kterým se formuje finální řešení, a neodehrává se jen na počátku projektu.

Zkušenosti jsou důležité, nemusíte je však mít přímo z oblasti navrhovaného výrobku. Inspiraci potřebnou k rozvinutí zdánlivě nesouvisějícího projektu může klidně přinést například návštěva koňských dostihů nebo baletního představení – designér by měl být připraven na náhodnou a nečekanou inspiraci. Změnami kontextu lze věci postavit do jiného světla a všimnout si nejen jejich základních významů, ale i těch vedlejších.

„Design je pro mne otazníkem. Tak přistupuji ke každému novému projektu.“

Gijs Bakker, 2007

Knihu *Design výrobků: Hledání inspirace* jsme pro vás připravili s cílem představit různé cesty hledání nápadů a pomoci vám pochopit, co při nich lze pozorovat a zachytit. Proces hledání inspirace často začíná základním seznámením se představami zadavatele. Příliš mnoho informací však může působit restriktivně a bránit tomu, aby se na povrch dostávaly nahodilé myšlenky. Překážkou se může stát i ideové „závaží“, například předpojatý názor. Naopak otevřená mysl dává prostor vzniku a rozvoji myšlenek. Hledání inspirace je procesem skládajícím se z řady různých činností. Za počáteční krok ve vývoji nápadu bývá často považován brainstorming, tento proces však ve skutečnosti začíná mnohem dříve.

Důležitou součástí utváření myšlenek je stanovení kritérií a témat, která jim budou udávat směr a určité hranice. Jejich absencí by se projekt mohl dostat do neřiditelného a bezúčelného stadia. Naše kniha je rozdělena do několika částí, a ačkoli je předkládáme v logickém pořadí, nemění to nic na tom, že účelem vymýšlení nových nápadů je vždy zpochybňovat konvence a zažitou realitu, že něco se dělá tak, jak se dělá. Proto si můžete kdykoli nalistovat libovolnou část knihy, aniž by vás to mohlo svést k nevhodnému postupu.

V knize vás s tematikou hledání inspirace seznamujeme zodpovídáním otázek typu „proč děláme určité věci“ a zkoumáním oblastí, jako je pozorování cílových skupin, různé činnosti či nevědomé jednání lidí. Vysvětlíme si nutnost empatie, důležitost nepředjímání dalších kroků, jakož i nanejvýš důležitou potřebu mít z návrhového procesu radost.

Kniha je naplněna ukázkami strategií mnoha příkladů z oblasti výrobního a průmyslového designu i příklady potíží, na něž můžete často narazit při převádění představ v realitu.

„Zdá se to jako velmi nebezpečná myšlenka. Jinak řečeno: všechny velké myšlenky jsou nebezpečné.“

Oscar Wilde, 1854-1900, *De Profundis*. Monolog Oscara Wilda



Andrea Branzi

Andrea Branzi je od 60. let 20. století vůdčím architektem a designérem. Podílel se na předních designérských studiích a rozvoji časopisů, hnutí a škol, např. Domus Academy. Spolupracoval s řadou mezinárodně uznávaných designérských firem včetně Vitry, Zanotty a Artemide.

Kapitola 1

Jen si představte, že by to šlo

Pozorování věcí, které se dějí okolo nás, a seznámení s metodami získávání inspirace. Poznáme různé způsoby napodobování, sběru informací, využití koláží, výstřižkových alb, zápisníků či časopisů. Budeme se zabývat otázkami typu „Proč se něco dělá?“, „Proč je něco takové, jaké je?“, „Proč to tak musí být?“, „Co kdyby...?“

Kapitola 2

Chce to zdravý rozum

Význam empatie v procesu návrhu a uplatnění přístupu „selského rozumu“ při zkoumání praxe. Ukážeme si příběhy některých designérsky význačných výrobků i to, jaký může mít design vztah k jednotlivci na osobní úrovni. Nastíníme si význam hranic, témat, kritérií a cílů.

Vlevo:

Pouliční nábytek v Roppongi Hills

Pouliční nábytek dotvářející obraz tokijské ulice.

Design:

Andrea Branzi

Foto:

Tom Scott

Kapitola 3

Zkoumej a bav se!

Povzbudíme vás v pátrání po inspiraci za pomoci různých forem, modelů, textur a materiálů s cílem zbavit se konvenčního uvažování. Klíčovými prvky hledání inspirace jsou inovace, experimentování a my se na ně podíváme očima různých přístupů a technik.

Kapitola 4

Otázky smyslového vnímání

I nejdrobnější změny v designu mohou mít výrazný vliv na to, jakým způsobem bude výrobek přijat. Ukážeme si vliv smyslového vnímání a jeho souvislost s designem. Na příkladech a případových studiích probereme například možné rozpory v pohledu na výrobek, problematiku emocí a přidané hodnoty.

Kapitola 5

Rozvoj nápadu

Ilustruje důležitost zdokonalení nápadu a to, jak za pomoci různých kritických nástrojů výrobku správně porozumět. V protikladu k vizuálnímu šumu ukazuje, že „méně je někdy více“ a jako to vidí designéři z praxe.

Kapitola 6

Přání, nebo realita?

Zabývá se otázkou, jakým způsobem se design stává plnohodnotnou součástí výrobku. Na řadě obrazových ukázek prozkoumáme věci jako zážitek z výrobku, roli značky nebo ohleduplnost k životnímu prostředí. Dotkneme se i logistiky výrobků, jakož i problémů, které dosud čekají na své vyřešení.

Jak získat z této knihy maximum

V knize se zabýváme tím, jakou úlohu při vytváření efektivních nápadů hrají zkušenosti, kontext, napodobování a praxe z jiných oborů. Kniha je rozdělena do šesti kapitol, z nichž každá obsahuje množství příkladů od současných designérů a umělců a představuje výrobky, které mohou vzejít z úspěšně zvládnutého procesu.

Nadpisy dílčích oddílů

Každý oddíl je rozdělen na pododdíly, jejichž nadpisy zpřehledňují orientaci v knize.



Hlavní text

Podrobně diskutuje probíraná témata.

Informace v rámečcích

Růžové rámečky obsahují doplňující informace: definice pojmů, údaje o designérech nebo praktické návody.

Navigace uvnitř kapitol

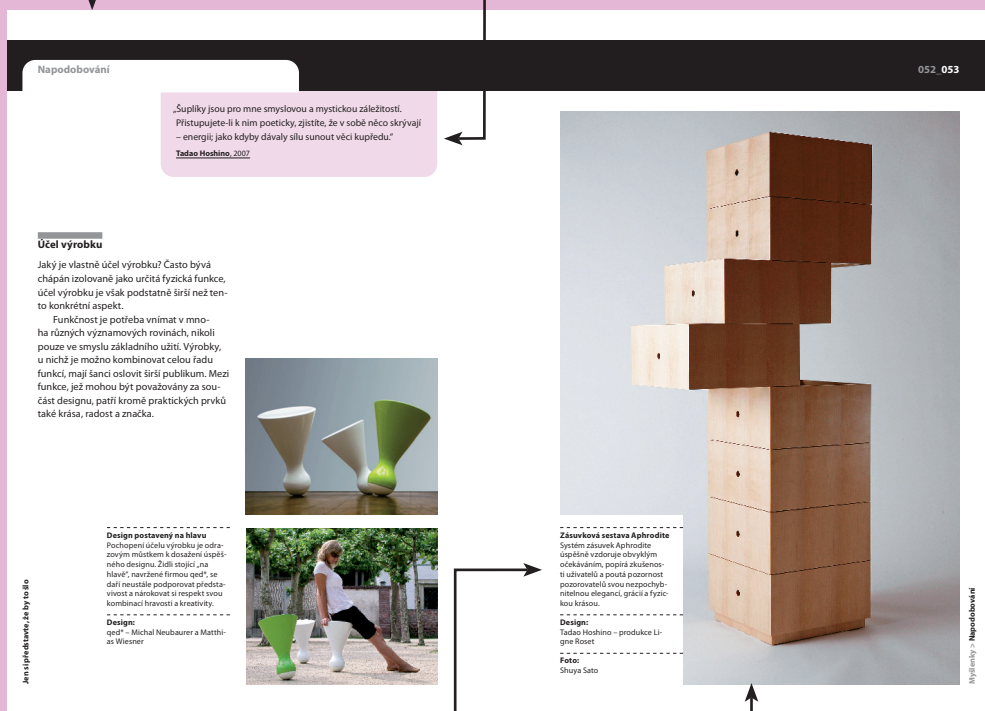
Zvýrazněna aktuální kapitola, uvedená předchozí a následující kapitola

Nadpisy oddílů

Každá kapitola je opatřena nepřehlédnutelným záhlavím, podle něhož snadno najdete tematiku, která vás právě zajímá.

Citace

Pomáhají zasadit probírané téma do správného kontextu prostřednictvím názorů a myšlenek konkrétních designérů a umělců.



Popisky

Doplňují informace o vyrobených výrobcích.

Vizuály

Ukázky od současných designérů a umělců uvádějí probíranou látku v život.