

Redesign vybrané www stránky - ARTLIST

Kateřina Novotná

Bakalářská práce
2010



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav vizuální tvorby
akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina NOVOTNÁ**
Osobní číslo: **K07266**
Studijní program: **B 8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Vizuální komunikace**

Téma práce: **Redesign vybrané www stránky – ARTLIST**

Zásady pro vypracování:

1. Vypracování rešerše dané problematiky.
2. Zpracování analýzy současného stavu vybrané www stránky.
3. Určení změn na základě analýzy, výtčení cílů a výběr technologií.
4. Vypracování projektu.
5. Závěrečné vyhodnocení práce.

Rozsah bakalářské práce: viz. Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz. Zásady pro vypracování
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

KLANTEN, Robert. Data Flow. Die Gestalten Verlag (DGV) 2008.
FAWCETT-TANG, Roger, JURY, David. New Typographic Design. Laurence King Publishing Ltd 2007.
TUFTE, Edward. Beautiful evidence. Graphic Press LLC 2006.
KRUG, Steve. Webdesign: Nenuťte uživatele přemýšlet! Computer Press, a.s. Brno 2006.

Vedoucí bakalářské práce: **M. A. Bohuslav Stránský**
Ústav vizuální tvorby
Datum zadání bakalářské práce: **1. prosince 2009**
Termín odevzdání bakalářské práce: **17. května 2010**

V Uherském Hradišti dne 12. března 2010


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




M. A. Vladimír Kovařík
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 6.4. 2016

KATEŘINA HOVOŠOVA *Kateřina*
Jméno, příjmení, podpis

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce požítovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnožení.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

²⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

³⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výděleku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výděleku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Cílem bakalářské práce je redesign webové databázové stránky artlist.cz s využitím přístupu designu informací. Teoretická část se zabývá obecně problematikou informačního designu. Jeho historií, současností, prezentuje vzorové příklady a shrnuje principy kvalitního projektu. Praktická část analyzuje současný stav Artlistu a na základě poznatků navrhuje vlastní grafické i technologické řešení obohacené o informační hodnotu designu.

Klíčová slova: katalogizace na internetu, redesign, struktura, uživatelský komfort, vizualizace dat, webová prezentace

ABSTRACT

The goal of this bachelor's thesis is to redesign the database website artlist.cz using recent results in the field of information design. The theoretical part deals with the problems of information design in general - its history and present situation. The thesis presents model examples and summarizes principles of high-quality projects. The practical part analyzes the current state of the Artlist website and these newly gained findings serve as a groundwork of an original graphical and technological solution enriched with informational value of design.

Keywords: Internet cataloguing, redesign, structure, user's comfort, data visualization, web presentation

Prohlášení

Prohlašuji, že tato bakalářská práce je mým autorským dílem vypracovaným samostatně, s využitím odborné literatury, kterou řádně cituji a uvádím v závěru práce. Dále prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Poděkování

Tímto děkuji MgA. Bohuslavovi Stránskému za přínosné rady během studia a této práce.
Dále Richardu Vodičkovi za pomoc v průběhu bakalářské práce.

OBSAH

ÚVOD.....	10
1 DESIGN INFORMACÍ.....	12
1.1 CHARAKTERISTIKA.....	12
1.2 HISTORIE KOMUNIKACE.....	12
1.3 HISTORIE DESIGNU INFORMACÍ.....	13
1.4 VÝZNAMNÍ PŘEDSTAVITELÉ.....	14
1.5 VZOROVÉ PROJEKTY.....	15
1.5.1 Growth of Walmart and Sam's Club, 1962 - 2010.....	16
1.5.2 Data visualization of a social network.....	16
1.5.3 Ostatní.....	17
1.6 SITUACE V OBLASTI DESIGNU INFORMACÍ V ČR A ZAHRANIČÍ.....	17
1.7 PRINCIPY DOBRÉHO DESIGNU INFORMACÍ.....	18
2 KULTURNÍ INTERNETOVÉ DATABÁZE.....	19
2.1 PREZENTACE KULTURNÍCH INSTITUCÍ A ORGANIZACÍ.....	19
2.2 CO JE TO DATABÁZE.....	19
2.3 DATABÁZE UMĚNÍ.....	20
2.3.1 Databáze umění - konkurence Artlistu (ČR).....	21
2.3.2 Příklady konkurence v zahraničí.....	21
3 SHRUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI.....	24
4 ANALÝZA.....	26
4.1 SMYSL ANALÝZY.....	26
4.2 ANALÝZA WEBU ARTLIST.CZ.....	26
4.2.1 Charakteristika.....	26
4.2.2 Navigační architektura webu.....	26
4.2.3 Design.....	28
4.2.4 Cílové skupiny.....	29
4.2.5 Technická část.....	30
4.2.6 Propagace.....	30
5 URČENÍ ZMĚN NA ZÁKLADĚ ANALÝZY, VYTYČENÍ CÍLŮ.....	32
6 NÁVRH MÉHO ŘEŠENÍ ARTLISTU.....	33
6.1 PROCHÁZENÍ WEBEM, MOŽNOSTI ZOBRAZENÍ DAT.....	33
6.1.1 Vyhledávání a filtr informací.....	33
6.1.2 Obrazový jmenný seznam.....	33
6.1.3 Textový jmenný seznam a klíčová slova.....	34
6.1.4 Textový jmenný seznam a časová osa.....	34
6.1.5 Karty umělců a děl.....	35
6.2 WIREFRAME.....	35

6.3	DESIGN.....	36
6.3.1	Logotyp Artlistu.....	36
6.3.2	Hlavička webu.....	37
6.3.3	Menu.....	37
6.3.4	Barevnost.....	37
6.3.5	Tvary.....	38
6.3.6	Písmo.....	38
6.4	TECHNOLOGIE.....	38
	ZÁVĚR.....	40
	SEZNAM CITACÍ.....	41
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	42
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	44
	SEZNAM PŘÍLOH.....	45

ÚVOD

Dnes žijeme v době informačního nadbytku a s příchodem nových médií, převážně televize a internetu jsme se dostali do situace, kdy údaje ztrácejí hodnotu v důsledku přehlcenosti, deformace a degenerace. Právě tato média, převážně webová síť, dávají svobodu každému, kdo má potřebu vyjádřit se, či přispívat vlastní tvorbou i do „odborných“ zdrojů. Záruka kvality informací se stala nedostatkovým zbožím. V souboji na naučné půdě, v rámci dychtivého chtíce po co nejrychleji ulovené kořisti, vítězí lépe dostupná data, často na úkor hodnoty. Většina z nich je zdarma. Jediným naším vkladem je drahocenný čas pro jejich vyhledání, kterým nechceme plýtvat. Ano, aby hodnotné věci v dnešní době sloužily svému účelu, nestačí je pouze „hodit na web“. Musí být dobře vyhledatelné, přístupné a kvalitně zpracované tak, aby jim uživatel porozuměl správně a v co nejkratší době. Této problematice se věnuje design informací. Vstoupili jsme do nové doby, kdy na špičkové úrovni nestačí používat chudé a nevhledné nástroje programu PowerPoint, ale je žádoucí pracovat přínosněji a zajímavěji, bez ztráty srozumitelnosti a efektivnosti. Je důležité si uvědomit, že oblast designu informací se těsně protíná s uměleckými a vzdělávacími institucemi, dále s vědními obory jako např. biologie, chemie, statistika, lékařství, různé výzkumy, ale setkáváme se s ním i v běžném životě téměř každý den. Design informací může být silným nástrojem ve všech oblastech lidského bádání. Část vědců, inženýrů a businessmanů na to již přišla a začala spolupracovat s grafickým designérem. Vědí, že dobrý designér využije nejvhodnějších vizuálních prostředků k úspěšnému dosažení cíle.

Artlist je nejlépe naplněnou databází současného umění v České republice. Obsahuje kvalitní textové i obrazové podklady. Katalogizace na internetu přináší obrovské množství možností a výhod, které jsou na našem trhu stále opomíjeny ze strany zákazníků i tvůrců stránek. Např. provázanost napříč webem, úprava obsahu uživatelem, různé flexibilní pohledy na jednu informaci, atd. Nejinak je tomu i u Artlistu, proto jsem si vybrala jeho redesign jako výzvu k tématu bakalářské práce. Ráda bych využila design informací jako vhodný prostředek komunikace a navrhla interaktivnější řešení s větší informační a uživatelskou hodnotou při zachování obsahu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 DESIGN INFORMACÍ

1.1 Charakteristika

Informační design je v posledních letech velmi perspektivní a rozvíjenou disciplínou grafického designu díky příchodu nových médií. Lze se také setkat s pojmenováním informační design, infodesign, vizualizace informací, informační estetika. Zabývá se zpracováním dat, jejich organizováním, tříděním, abstrahováním, hierarchií, strukturou a úpravou do vizuálně atraktivní a srozumitelné podoby. Na vrcholné úrovni vznikají dokonalé práce, které na první pohled nepřipomínají formální statistiku, neboť nenásledují formu sloupcových grafů, koláčů a tabulek na něž jsme zvyklí. Mnohé z nich využívají konkrétní připodobnění, např. mapy, krajiny, předměty běžného života, nebo se vydávají abstraktní cestou.

„Optické metafory jsou mocnou pomůckou lidského přemýšlení. Od Sanskrtu přes hieroglyfy k moderní abecedě, jsme užívali šifer, objektů a ilustrací ke sdílení významů s ostatními lidmi, což nám umožnilo kolektivní a spolupracující myšlení. Zároveň s tím, jak se naše zkušenost se světem stala komplexnější a různorodější, nároky na pomůcky, které nám pomáhají přemýšlet se úměrně zvýšily. Schémata, grafická data a vizuální sestavování se stali jazykem, ke kterému se uchylujeme v tomto abstraktním a komplexním světě. Pomáhají nám porozumět, tvořit a zcela pochopit realitu.“ [1]

pozn. autora: Sanskrt = staroindický jazyk

1.2 Historie komunikace

Již od počátků lidské existence tedy existovaly různé pomůcky, které sloužily k vyjádření, zachování či zapamatování faktů. Již jeskynní malby a petroglyfy jsou svědky prvních pokusů o převedení informace na obrazovou hodnotu, která dovolila celé tlupě pravěkých lidí pochopit sdělovaný význam nejsnazší formou jež ovládali. Svědčí o tom nálezy v Altamire (Španělsko), v Lescaux (Francie) a v jeskyni Pindal (Španělsko). Stejnou funkci plnily i mnemogramy (vlastnické, obchodní, válečné, aj. značky). Z těchto projevů se vyvinuly piktogramy - stylizované objekty zastupující různé významy. Tento druh komunikace v současném kontextu používáme i dnes (orientační systémy, označení budov a zařízení, atd.). Spojením piktogramů vznikl ideogram, kam řadíme například klínové písmo a hieroglyfy. Poté se přidala zvuková složka a vývoj postoupil na slabičné a hláskové písmo. Nejznámějšími zástupci je řecké písmo a samozřejmě latinka.

Od samých počátků tyto projevy komunikace doprovázel i materiál, na který byly zhotovovány (kámen, dřevo, hlína, vosk, papyrus, papír).

Zde vidíme, že potřeba zachytit myšlenku obrazovou či textovou formou (které prošly obrovským procesem změn) je tu od pravěku neustále a s nárůstem vědomostí úměrně vzrůstá s dobou. I když se hláskové písmo ustálilo a latinka je používána po staletí, navracíme se zpět a vedle textu úspěšně využíváme obraz pro rychlejší orientaci.

1.3 Historie designu informací

Za důležité historické mezníky designu informací pokládáme mapu londýnské čtvrti Soho z roku 1854, sestavenou Johnem Snowem, jenž stanovila vodní pumpu za zdroj smrtící cholery a díky níž byla epidemie zastavena. [P1]

Dále dílo Charlese Josepha Minarda z roku 1869, který vytvořil mapu tragických následků tažení Napoleonových vojsk do Ruska roku 1812. Pomocí diagramu schématicky zachytil směr cesty vojsk a postupnou ztrátu mužů (průměrně připadá na jeden milimetr diagramu deset tisíc mužů). Diagram doplnil číselnými hodnotami, názvy řek, měst, důležitých míst a hodnotami stupňů teploměru, které byly stále hluboko pod nulou. Nechybí zde ani dokumentace - název a popis díla, autor, datum a místo vzniku, použité zdroje, měřítko. Mapa dosahuje vysokých kvalit a uznání právě díky preciznímu zpracování a převedení údajů do obrazové podoby, díky níž mnohem rychleji pochopíme sdělení a lépe si jej zapamatujeme. [P1]

Předchůdcem designu informací je i rakouský filozof a logický pozitivista Otto Neurath. Jeho životním dílem byla snaha o vzdělávání za pomoci jednoduchých piktogramů a ideogramů, které jak věřil, dokáží v mnoha případech vysvětlit složitý pojem lépe než psané slovo i na mezinárodní úrovni. Tento projekt nazvaný Isotype (International System of Typographic Picture Education) se stal známějším po roce 1930. Jeho poznávacím znamením může být i fakt, že pro vyjádření množství se jeden soubor duplikuje do požadovaného rozsahu. Množství se tedy nerozlišuje změnou proporčních hodnot. Neurath se věnoval teoretické části a jako socialista chtěl snížit rozdíl ve vzdělání lidí a zpřístupnit informace všem. Vytvoření vizuálního stylu měl na starosti ilustrátor Gerd Antz. Na vývoji se podílela i budoucí manželka Marie Reidemeister (Neurath). [P2]

Další Rakušan Charles Bliss se také snažil pomocí jednoduchých prvků vytvořit mezinárodní obrázkový jazyk, který se nesešel s velkým ohlasem. Avšak v pozdějších letech byl systém úspěšně redesignován pro potřeby postižených a stal se známým jako Blissymbols.

Pojem design informací začal být používán od 30. let dvacátého století. Znázornění pomocí grafů, diagramů a schémat začalo být používáno až mezi dvěma světovými válkami.

Jak jsem již výše zmínila, dorozumívání se pomocí znaků bylo součástí všech civilizací a vždy mělo sloužit ve prospěch jednoduchosti a čitelnosti. Současnost není výjimkou. Kromě již běžného využití piktogramů a ideogramů v grafickém designu (corporační styl firem, orientační systémy, aj.) technologický pokrok vyžaduje a umožňuje efektivnější přístup ve zhmotnění informace a tato potřeba vzrůstá obzvláště s příchodem a rapidním rozšířením nových médií a komunikačních prostředků.

Přestože dnešní doba nabízí spoustu přístupů a možností, je důležité vědět, že v České republice existuje Institut informačního designu (dostupné z WWW: <<http://www.institut-informacniho-designu.cz/>>). Stanovuje konvence pro zobrazování obecně známých symbolů (zdravotnictví, ekologie, turistika, ...). V těchto případech je důležité dodržovat barevnost a tvarovost zaužívaných prvků, aby zbytečně nevznikal chaos.

1.4 Významní představitelé

Zástupce České republiky, **Ladislav Sutnar**. Jeden z největších průkopníků designu informací - světového významu - emigroval z Čech do New Yorku na počátku druhé světové války roku 1939. Jedním z jeho prvních přínosů v tomto oboru v novém prostředí bylo zpřehlednění amerického telefonního seznamu s využitím závorek. Svou tvorbou usnadňoval tehdejší život prostřednictvím eliminace složitých textů za pomoci obrazových vizualizací (grafů, atd.) ke snazší a univerzálnější interpretaci údajů. Jeho projekty byly jednoduché, čisté a srozumitelné. Styl abstraktní. Navrhoval především katalogy (pro firmu Sweet's Catalog Service), dále knihy, plakáty. Ještě ve dvacátých a třicátých letech úspěšně infograficky koncipoval výstavní prostory: Lidovýchovná výstava v Praze, 1929 [P3], Výstava československého užitého umění a architektury ve Stockholmu, 1931 [P3], a další. Mimo jiné s přítelem **Knudem Lonberg-Holmem** definoval teoretickou úroveň problematiky, zásady a pojmy (např. optická zajímavost, jednoduchost a souvislost). Ladislav Sutnar se věnoval ve svých publikacích interpretaci dat ovlivněnou grafickými prostředky - Shape, Line and Color. Dále zrakovému vnímání prostoru - Controlled Visual Flow [P4].

Dalším reprezentantem je inovátor a teoretik designu informací, Američan Edward Tufte.

Edward Tufte narozený roku 1942 je uznávaným expertem díky čtyřem knihám vydaným v rozmezí let 1983 - 2006: *The Visual Display of Quantitative Information*, *Envisioning Information*, *Visual Explanations* a nejnovější *Beautiful Evidence*. Stal se emeritním profesorem na Yale University, kde přednášel o analytickém designu, statistice, počítačové vědě a počítačovém designu. Nyní se ve svých přednáškách nadále zabývá problematikou prezentací, jejich důvěryhodností a doprovodnými prvky (grafy, tabulky a diagramy), jasností a čitelností komplexních údajů, animací či vědeckou vizualizací. Dále také různými nosiči, jako jsou multimédia, webové stránky, tisk. Edward Tufte propaguje prezentace bohaté na zobrazení faktů bez zbytečných dekorací v designu. Kritizuje software PowerPoint za neúčinné primitivní statistické nástroje, chudou typografii a layout. V oboru informačního designu prosadil termíny jako jsou chartjunk (neužitečné, zmatené prvky) a sparklines (křivka zhuštěná do vymezeného prostoru zobrazující průměrné hodnoty).



Obr. 1. Sparkline.

Design informací tedy není úplnou novinkou, jak by se mohlo zdát. Již dlouho nás provázejí jeho tištěné projevy. Mohou jimi být tabulky a ilustrace v novinách a časopisech, grafy, schémata, mapy měst, oblastí, kalendáře, časové osy, různé typy pokynů, návodů a mnoho dalších prvků.

Často spoléháme i na prostorové realizace - orientační systémy metra a nákupních center, navigační tabule na silnicích a ve městech, adjustace výstav, označení budov.

Avšak poslední dobou zažívá informační design obrození díky elektronickým médiím. S pomocí animace a interaktivity dostává nové rozměry a internetová síť umožňuje přístup téměř všem, kdo mají zájem.

1.5 Vzorové projekty

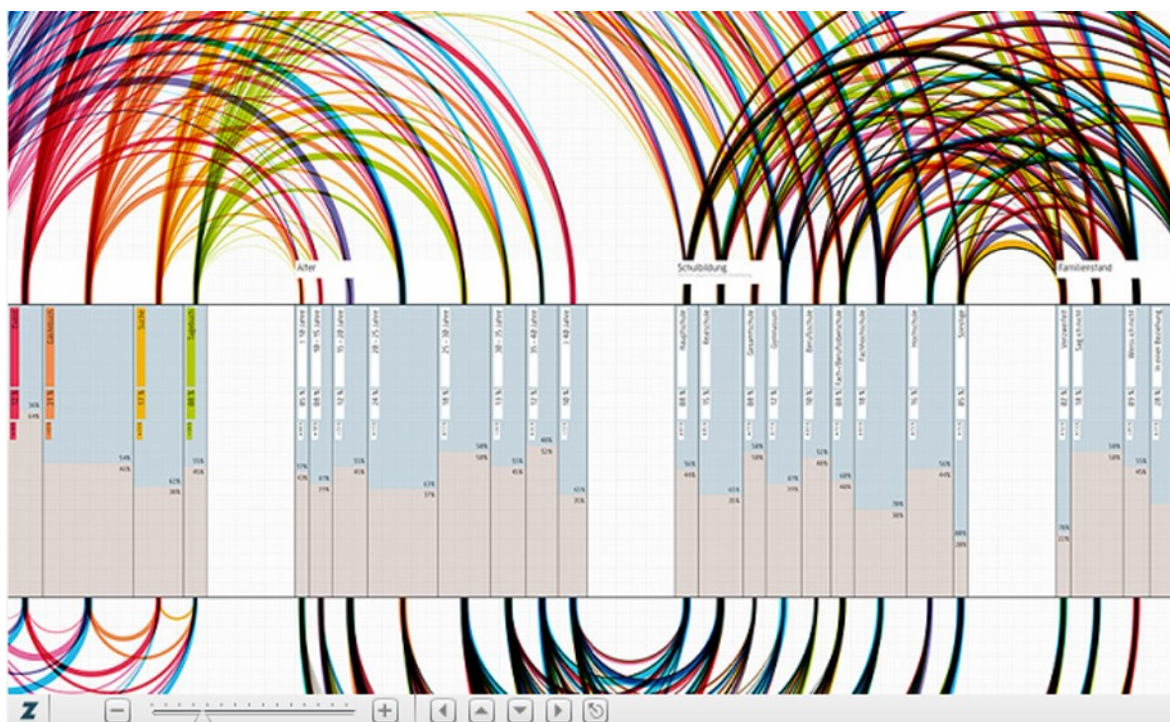
Zde jsem pro představu vybrala jen pár ukázkových realizací.

1.5.1 Growth of Walmart and Sam's Club, 1962 - 2010

Interaktivní animovaný projekt mapující růst amerického Sam's Clubu a obchodního řetězce Walmart od roku jeho založení po současnost. Animace začíná pohledem na mapu USA v roce 1962 s jedním bodem. V jejím průběhu přibývají roky a vzrůstá počet obchodních domů a clubů zobrazených pomocí modrých a zelených bodů. Podle zvoleného měřítká se nám nabízejí různé situace. S přiblížením vidíme detail jednotlivých měst ve Státech. S oddálením se dostaneme na globální náhled celé Ameriky i s Evropou a firmy se rozšiřují v barevných skvrnách. V roce 2010 je zde 4393 obchodních domů a clubů! Řešení existuje i v dalších mutacích na obdobná témata. Původně (ještě v březnu 2010) projekt mapoval pouze Walmart do roku 2006. O dva měsíce později je již v provozu tato rozšířená verze (dostupné z WWW: <<http://projects.flowingdata.com/walmart/>>). [P5]

1.5.2 Data visualization of a social network

Autor Felix Heinen vytvořil grafické znázornění sociálních sítí a porovnával hodnoty: užitá aplikace, věk, vzdělání, rodinný stav uživatele, procentuální poměr žen a mužů. Stuhy různých barev spojují jednotlivé položky a slouží jako schéma, díky němuž si můžeme udělat představu o trhu. Toto zobrazení je dobrým nástrojem pro cílený marketing. Dílo získalo několik ocenění a bylo publikováno v mnoha člancích, knihách, aj. (Dostupné z WWW: <<http://www.felixheinen.de/>>).



Obr. 2. Data visualization of a social network.

1.5.3 Ostatní

Existuje i spousta statických projektů znázorňujících témata jako například nezaměstnanost v USA od roku 2004 do současnosti, kolik vody denně spotřebujeme, trest smrti ve světě, růst ateismu v Americe, největší zprávy roku, které země jedí nejvíce masa, zastoupená zvířata v zoo, nejbohatší náboženství v Americe, atd.

1.6 Situace v oblasti designu informací v ČR a zahraničí

Elektronický informační design je celkem mladá kategorie a nové poznatky jsou velmi důležitou součástí úspěšných řešení. Trh tohoto druhu zatím v České republice absenuje. Zdá se, že je u nás grafický design stále postaru zaškatulkován (vizuální styl, tiskoviny, popř. web) a nerozšiřuje své obzory. Na zahraniční scéně je situace mnohem lepší. Za hranicemi (stereotypu) vydávají knihy, zakládají kvalitní webové stránky a blogy, publikují články, představují a rozebírají úspěšné projekty, realizují multimediální a interaktivní aplikace.

Mezi kvalitní publikace patří Data Flow, kniha zabývající se současným přístupem k designu. Je převážně obrazová, ukázky děl jsou doplněny stručnými odstavci popisu, vzorové příklady jsou rozděleny do skupin. Prvním z nich je Datasphere - tvorba inspirovaná základním geometrickým tvarem, kterým je kruh. Následuje Datanets - práce, které souvislosti údajů propojily sítí. Datascape - realizace připomínající krajinu, mapy. Datanoid - připodobnění k lidskému tělu. Datalogy - analogie s jinými předměty. Datablock - data uspořádaná do bloků. Protože kniha byla velmi úspěšná, vydali její autoři (Robert Klenten, Nicolas Bourquin, Thibaud Tissot a Sven Ehmann) tohoto roku 2010 druhou verzi - Data Flow 2.

The Information Design Handbook a The Visual Miscellaneum jsou další precizně vypracovaná díla týkající se této problematiky.

Internetových zdrojů je mnohem více a mají obrovskou výhodu aktualizace, dynamického obsahu a prolinkování. Mezi spolehlivé odborné stránky patří magazín Noupe, InfoDesign (převážně textový web), Information Aesthetics, FollowingData a Good Magazine (bohaté na obrazový materiál). Info Design Patterns zpřístupňuje vzory rozřazené do skupin s popisem a v některých případech i s demo ukázkou.

1.7 Principy dobrého designu informací

Na konci svého výzkumu jsem sestavila principy, které myslím, že jsou zásadní a důležité a kterými se budu řídit.

Redukce obsahu na důležitá a přínosná sdělení, přiměřená míra informativnosti s ohledem na plánované využití a cílové publikum. Systematické **uspořádání dat** do celků s podobnou charakteristikou. **Hledání souvislostí** v daném obsahu a zvolení vhodných prostředků k jejich **vizualizaci**. **Čitelnost a srozumitelnost**. **Čistý a jednoznačný design** - jednotný pro celou práci, oprostěný od zbytečných dekorů (textury, efekty, přechody), které odvádí pozornost od hlavního sdělení. Pomocí **kontrastu** (barev, tvarů, velikostí, písma, obrazů) a **zvýrazňování** upozornit na primární informace a odlišit je od těch sekundárních. Nalezení vyváženosti mezi **jednoduchostí a komplexností**. V ideálním případě jednoduchost v designu a složitost ve výběru technologií, které nabízejí mnoho výhodných a netradičních variant posouvajících práci díky svým možnostem interakce s uživatelem na vyšší, profesionální úroveň.

„Nikdo nechce mít pouze věci jednoduché. Bez kontrapunktu složitosti bychom nemohli jednoduchost rozeznat i kdybychom ji viděli. Naším očím a smyslům prospívá, když pocítujeme rozdíly. Já osobně neupřednostňuji růžovou barvu, ale mám ji rád jako špetku jasu v jednotvárném moři olivově zelené. Růžová se jeví troufale a zářivě ve srovnání s jejím temným a utlumeným okolím. Jednoduchost a komplexnost potřebují jedna druhou. Složitosti je na obchodním trhu příliš, takže jednodušší věci zde vyčnívají. A protože technologie bude pokračovat v růstu komplexnosti, zde je jasná ekonomická výhoda pro přijetí strategie jednoduchosti, která pomůže postavit váš produkt stranou. To znamená, že otevření pocitu jednoduchosti v designu vyžaduje vytváření složitostí vědomě v nějaké explicitní formě. Tento vztah může být zjevný buď v témž objektu či zkušenosti nebo v kontrastu s jinými nabídkami ve stejné kategorii - jako jednoduchost iPodu ve srovnání s jeho složitějšími konkurenty na trhu MP3 přehrávačů. Bez této zkušenosti je hledání rovnováhy mezi jednoduchostí a složitostí těžké. Nejtěsnější přiblížení k řešení, které jsem našel je v konceptu rytmu, který je zakotvený ve formování rozdílu. Rytmus, jak se jednoduchost a složitost vyskytuje v čase a prostoru, je ten klíč.“ [2]

V neposlední řadě je to výběr způsobu **propagace**. Výsledkem by měl být originální, efektivní a dobře zpracovaný projekt. Díky obrazovému ztvárnění by měl zaujmout a měl by být i snadno pochopitelný a lehce zapamatovatelný, což každému z nás ušetří drahocenný čas při vstřebávání nových poznatků.

2 KULTURNÍ INTERNETOVÉ DATABÁZE

2.1 Presentace kulturních institucí a organizací

Kulturní instituce je fyzické zařízení jehož posláním je pořádání výstav, akcí, přednášek, seminářů, workshopů či konferencí s relativní uměleckou hodnotou. Výběrem svého programu formují výtvarný názor zasažené veřejnosti.

Jedním z prvků jejich komunikace mohou být i webové stránky. V České republice existuje mnoho on-line projektů zakládaných muzei, galeriemi a uměleckými sdruženími, které dodnes podceňují internet, jako silné médium. Výsledkem je většinou chabá struktura, chaotické informace a podprůměrný design.

Česká scéna je různorodá a situace se pomalu zlepšuje. Mezi přední projekty v této oblasti patří Muzeum umění Olomouc, Langhans galerie Praha [P6], Wannieck Gallery. Nejvíce zastoupená je skupina s vyšší úrovní, ale stále s množstvím nedostatků. A nakonec odstrašující kategorie, kterou bohužel reprezentují tak významné instituce jako Muzeum hlavního města Prahy a galerie Rudolfinum. [P6]

Dále internet umožňuje vytvoření vlastní databáze na stránkách, kde se mohou evidovat vystavované exponáty, předměty sbírkové činnosti, aj., což úzce souvisí s organizacemi, jejichž výsledkem práce jsou pouze databáze s přehledem českého umění. Tyto organizace nedisponují kamennou budovou a nabídkou reálné prohlídky. Jejich produkt „visí na síti“.

„V době, kdy u nás dochází ke stagnaci zájmu o muzea a kulturní dědictví, je vynalézavé využívat internetu jednou z potenciálních možností, jak stimulovat zájem o návštěvu muzea zejména u mladších generací, jejichž volnočasové aktivity jsou silně orientovány právě na internet a svět digitálních a elektronických médií.“ [3]

2.2 Co je to databáze

Databáze je elektronické úložiště dat. Data se musí uložit do tabulek ve správně navržených řádcích a sloupcích mezi kterými vznikají vazby. Jednotlivým vloženým údajům se přiřadí atributy pro rozeznání charakteru (jméno, věk, klíčová slova). Databáze se různí podle výrobce. Dnešní trh ovládá jazyk relačních databází SQL = System Query Language (systémový dotazovací jazyk). Produkty jsou MySQL, Oracle, PostgreSQL, aj. Aby byla databáze přínosná, musí být součástí takzvaného dynamického webu. Dynamičnost je zajiš-

řována různými vyhledávacími poli a filtry. Uživatel si tímto přizpůsobuje obsah svým potřebám. Informace si může přeskupit a nechat sestavit vlastní výsledek. Po odeslání požadavku databáze vyše relevantní data zpět, která se vypíší na stránkách. Správný výstup zaručují přiřazené atributy. Pokud stránky vyhledávání nemají, web se nazývá statický.

Díky těmto technologiím lze katalogizovat téměř cokoli (evidence zaměstnanců, zboží, atd.), zpřístupnit komukoli a uchovávat to po dlouhá léta. S nesmírným nárůstem materiálů v dnešní době se to jeví, jako nejlepší možnost.

2.3 Databáze umění

Jestliže máte zájem o přehled současného výtvarného dění, stylů a jednotlivých umělců, je lepší navštívit databázi umění, která eviduje významné osoby české scény, než weby muzeí a galerií. Produktů tohoto druhu je u nás více. Existují čtyři různí provozovatelé. Jedná se o Společnost pro současné umění - SCA (Society for Contemporary Arts), Archiv výtvarného umění, o.s., Vědecko-výzkumné pracoviště AVU (centrum pro studium českého moderního a současného umění) a Databáze současného umění Artlist. Tyto projekty také spadají do kategorie prezentace kulturních institucí a organizací, ale ve srovnání s předchozím tématem je v tomto odvětví situace mnohem horší.

Co se týče designu, nenajdeme zde jediného kvalitního zástupce (nyní není řeč o hodnotách zpracovaného obsahu). Do očí bijící paradox špatné spolupráce estetické stránky prezentace a "obchodu" s uměním ovlivňuje všeobecné mínění o kvalitě a závažnosti společnosti. Právě proto je důmyslně zpracovaný a dobře identifikovatelný vizuální styl důležitým prvkem. Všechny databáze fungují na principu dlouhých a nepřehledných seznamů seřazených dle abecedy. Uživateli neumožňují snadné, intuitivní procházení, grafický design neznají a z podstaty chaosu a nezajímavosti zájemce spíše odradí. Všeobecným úskalím je neefektivní práce s fotografiemi. V galeriích a muzeích si se vstupenkou kupujeme zážitek zprostředkovaný převážně očním kontaktem a vstupenka je jediným hmotným statkem v našich rukou. Stejná situace nastává i ve virtuální síti, kde je nám onen zážitek zprostředkován reprodukovanou cestou. Proto je obrazová absence závažným problémem. Koho zajímají bloky textu blikající z obrazovky? Ani zmatené uspořádání menu a obsahu uživatele nepřesvědčí zůstat déle, než je nezbytně nutné či zůstat vůbec. Dalo by se říci, že pro tento typ katalogů není prioritou vzhled ani funkčnost, ale pouze (ale ne vždy) kvalitní informace. Což v době technologických zázraků a vysoké konkurence nestačí. Z důvodu,

že tato specifická oblast budí dojem archeologických vykopávek, jsem si vybrala redesign Artlistu, jako téma bakalářské práce. I databázový systém nabízí prostor ke kreativní realizaci, inovaci struktury webové architektury a prostor pro uživatelský komfort.

2.3.1 Databáze umění - konkurence Artlistu (ČR)

sca-art.cz

Webová prezentace Společnosti pro současné umění je plně nevyhovující po grafické i funkční stránce. Již kompoziční a barevné provedení úvodní strany je v současné době zastaralé. Ve druhé úrovni je výčet umělců či galerií seřazen dle abecedy a umístěn do neestetické tabulky. U jednotlivých položek je uvedeno jméno a příjmení, rok narození (úmrtí) a místo působení. Pro rozbalení karty je potřeba vždy kliknout na nesmyslný odkaz www.sca-art.cz. Také je zde možnost vyhledávání a výběru osoby podle druhu činnosti - keramika, malba, fotografie, atd. [P7]

artarchiv.cz

Černobílé textové stránky Archivu výtvarného umění opět patří k podprůměru. Přestože disponují širokým výběrem sekcí (výtvarníci, skupiny, instituce, kurátoři, aj.), informace v nich jsou mizivé. Velikým záporem je příliš dlouhé načítání HTML obsahu a nepřehledná struktura. [P7]

vvp.avu.cz/idatum/search

Databáze Vědecko-výzkumného pracoviště AVU zabírá umění od 80. let a je svou charakteristikou velmi podobná Artlistu. Proto není divu, že s ním od roku 2009 spolupracuje. Zde si můžeme vybrat z kategorií umělců, institucí, výstav a periodik. Obsahově kvalitní a spolehlivý produkt. Pokud jde o vzhled, excelový výpis je obvyklým, avšak přestárlym trendem těchto řešení.

2.3.2 Příklady konkurence v zahraničí

artist-info.com

Německá databáze umělců je ze skupiny zahraničních zástupců nejhorší a je podobná našim stránkám. Nenabízí příjemné prostředí, ani výhody v procházení a oproti ostatním, níže uvedeným, nenabízí ani atraktivnější design. [P8]

culturebase.net (The international artist database)

V současné době je tento příklad (strukturou, funkcemi i vzhledem) vysoko nad průměrem, byť mu k nejmodernějšímu pojetí ještě kus chybí. Ale co mu nechybí je (mnou nejvyhledávanější) výběrový filtr, který slouží zájemcům k získání informace co nejkratší a nejpohodlnější cestou bez ztráty nervů. Mohu vybírat podle média, zadat jméno výtvarníka či skupiny, označit klíčové slovo, žánr, geografickou oblast, nástroj, instituci a jazyk, ve kterém je článek napsaný. Po vyhledání požadovaných dat se u článků vypíše i relevantnost ke klíčovým slovům v procentech.

eyestorm.com

Eyestorm.com je internetová prodejní galerie současné tvorby a její webová stránka je nejlepší z prohledávané problematiky, kterou jsem našla. Jelikož je jejím cílem obchod, záleží jí na zákaznicích a tudíž i na vzhledu. Je přehledná, jednoduchá a plní svůj účel. Jako pomocný nástroj zde slouží filtr parametrů, podle kterého vybírám autora (a-z) nebo dílo (žánr, médium, cena, barva, rozměry). [P8]

moma.org - databáze při kulturní instituci

Muzeum moderního umění v New Yorku [P9], využívá na stránkách všech současných dostupných prostředků k upoutání pozornosti. Svěží prezentace zahrnuje animaci, velké image obrázky s vhodnou typografií, barevně vyřešené sekce a podsekce menu, dostatek textu ke každému tématu. Mezi uživatelské výhody patří nastavení velikosti písma, sdílení stránky a přidání do oblíbených, napojení na facebook, flicker, youtube, twitter, kalendář akcí, rss, e-news, e-shop, zakoupení lístku on-line, registrace, on-line výukové programy, vyhledávání a drobečková navigace. Dokonce zde nechybí ani databáze umělců s výběrovým filtrem. Hledáme ve stylech, slozích, v dekadách a v umělcích dle abecedy. Důvěryhodnost snižuje neoptimální funkčnost filtru. U vyhledaných položek je přínosné nastavení barvy pozadí a stylu prohlížení děl (ikony, seznam, slideshow, jednotlivé objekty).

Muzeum moderního umění se věnuje i interaktivním záležitostem, které byly nominovány na cenu Webby Awards. Jsou to flashové projekty Design and the Elastic Mind a Color Chart: Reinventing Color 1950 to Today. [P10]

S pokročilým stupněm provázanosti našich životů s internetem, mnoho lidí již očekává od stránek přidanou hodnotu, která se liší podle cílových skupin. Jiné potřeby budou mít studenti základních, středních a vysokých škol, učitelé, široká veřejnost či odborníci v oboru. Na stránkách se mohou objevit například interaktivní aplikace, hry, výukové programy a v některých případech i virtuální prohlídky. Běžnou praxí je spojení webu se sociálními sítěmi jako je facebook, jehož výhodou je propagace zdarma a příležitost pravidelně informovat fanoušky o nových aktivitách.

3 SHRNU TÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Přestože design informací zažívá poslední dobou nebývalou pozornost, je tu již velmi dlouho. V jistém slova smyslu od pravěku. Konkrétněji nastoupil v první polovině dvacátého století. Byť možná nevědomě, setkáváme se s ním každý den v běžné životě i ve všech oborech. I on má svoji historii, významné představitele a vzorová řešení. Na současných příkladech lze demonstrovat jeho proměnu ovlivněnou dobou a technologiemi (animace, interaktivita, aj.). Design informací má své principy a zásady, které je dobré dodržovat, či vědomě porušovat.

Dalším bodem teoretické části byly databáze zaměřené na umění. Z technologického hlediska umožňují rozsáhlý přístup k informacím, možnosti vyhledávání, zobrazování a přístupnosti, ale z hlediska designu jsou na estetickém chvostu.

Praktická část bude zkouškou, lze-li tyto dvě věci (design informací a databázi) úspěšně propojit.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ANALÝZA

4.1 Smysl analýzy

Analýza je nepostradatelný nástroj sloužící ke zmapování trhu dané problematiky, k rozboru a vyhodnocení současného stavu projektu. Je odrazovým můstkem pro následný postup práce a měla by být na počátku všech plánů. Po jejím vypracování se mohou objevit nové příležitosti k vylepšení, nebo může odkrýt významné hrozby a pomůže tak předejít špatným rozhodnutím.

4.2 Analýza webu artlist.cz

4.2.1 Charakteristika

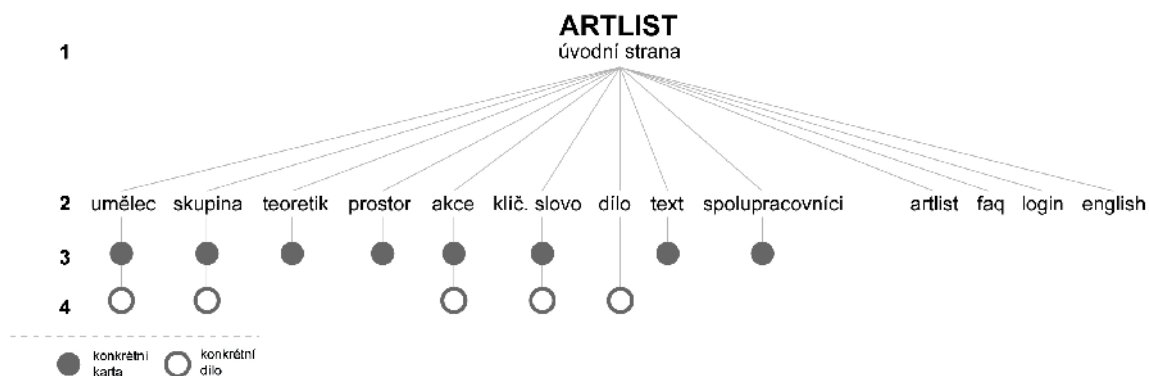
„ARTLIST je projekt Centra pro současné umění Praha, o.p.s (www.fcca.cz), který dokumentuje vývoj českého umění ve všech jeho projevech (tj. umělci, výstavy, galerie, pojmy) od 2. poloviny 20. století do současnosti. Databáze si klade za cíl sloužit jak odborné, tak laické veřejnosti, a to na místní i mezinárodní úrovni.“ [4]

Databáze založená roku 1992 se profiluje jako výběrová. Podmínkou zařazení výtvarníka je umělecká hodnota, kterou musí schválit uměleckohistorická obec. Proto se na Artlist nedostane každý. Tímto je zajišťována patřičná kvalita.

Pod každým textem dokumentačních karet je podepsán autor, který ručí za zobrazená data. Autorem může být pouze odborník v oblasti současného umění.

4.2.2 Navigační architektura webu

Stránka Artlist má čtyři úrovně. První úroveň - úvodní strana. Druhá úroveň - abecedně řazený seznam konkrétní sekce - menu (umělec, skupina, teoretik, prostor, akce, klíčové slovo, dílo, text, spolupracovníci). Třetí úroveň - karta osobnosti (skupiny, akce). Poslední, čtvrtá úroveň je popis a fotogalerie specifického díla.



Obr. 3. Názorná ukázka úrovní webu artlist.cz.

Souvislosti v různých úrovních jsou prolinkovány napříč webem a některé pojmy jsou zařazeny pod více hesel. Z konkrétní stránky se můžete dostat do jiné části webu, což slouží k většímu úspěchu nalezení požadovaného.

Menu, jak bylo zmíněno výše, je tvořeno z odkazů umělec, skupina, teoretik, prostor, akce, klíčové slovo, dílo, text, spolupracovníci. Zde bych doporučila přeskupení do logických bloků jdoucích za sebou: umělec, skupina, dílo, klíčové slovo, prostor, akce, teoretik, text, spolupracovníci. Jinak má menu výstižné názvy a pod heslem se nachází i očekávaný obsah. Myslím, že se zde labeling (správné pojmenování) povedl. Výjimkou mohou být spolupracovníci. Jsou to odborníci, kteří se podílejí na tvorbě obsahu a jsou autory dokumentačních karet. V tomto případě bych doporučila přejmenování na autoři karet.

Artlist lze tedy procházet pomocí odkazů nebo vyhledávání. Vyhledávání ovšem neumožňuje prohledat samostatné sekce, funguje pouze v rámci celého webu. Po odeslání dotazu se vrátí velmi nepřehledný výsledek. Jednotlivé informace vztahující se k umělcům, skupinám, dílům, atd. nejsou nijak rozděleny do skupin a položky jsou promíchány. Je zde také porušeno pravidlo abecedního řazení a nedodržuje se ani posloupnost zápisu - příjmení, jméno. Tento problém se týká celého webu.

The screenshot shows the top navigation bar of the ARTLIST website. On the left is the logo 'ARTLIST' with the tagline 'databáze současného umění'. In the center is a search bar containing the word 'příroda' and a 'hledat' button. On the right is the logo for 'CENTRUM PRO SOUČASNÉ UMĚNÍ'. Below the navigation bar is a green menu with various categories: umělec, skupina, teoretik, prostor, akce, klíčové slovo, dílo, text, spolupracovníci, ARTLIST, FAQ, odkazy, login, english.

(untitled)

[Příroda](#), Jasanský, Polák, 1994 - 1995 (dílo)
[Maur Milan](#)
[Klimeš Svatopluk](#)
[Skála František](#)
[Gebauer Kurt](#)
[Kvíčala Petr](#)
[Zemánková Anna](#) (umělci)
[Šejn Miloš](#)
[Střížek Antonín](#)
[Šiquť Jiří](#)
[Fekar Miloslav](#)
[Malich Karel](#)
[Malina Václav](#)
[40 králíků](#), Zorka Ságlová, 1988 (dílo)
[Měkkohlaví](#) (skupina)
[Topičův salón \(obnovený\)](#) (prostor)
[Martina Pachmanová](#)
[Ludvík Hlaváček](#) (umělci)
[Jiří Zemánek](#)
 Vnitřek Lahoda prof. PhDr. C.Sc.

Obr. 4. Výsledek vyhledávání po zadání slova příroda.

4.2.3 Design

Na úvodní straně nás na první pohled zaujme jediný grafický prvek stránek, nekreativní oranžovo-zeleno-černé pruhy, kde je umístěno menu. Výběr barev se mi nezdá šťastný, neboť působí zastarale. Barva pozadí je bílá. Dále v úvodu nalezneme příliš dlouhou charakteristiku činnosti. Zde by stačilo pár vět na přivítanou a zbytek obsáhnout v sekci Artlist. Věci po kterých lidé pátrají po vstupu na web je design a klíčová slova, která zachytí během prvních pár vteřin. Užitečné jsou fotografie naposledy přidáné do databáze, které se pokouší aktivně komunikovat s uživateli a jsou velmi často obnovovány. Jejich adjustace však neodpovídá rovině, kterou by si zasloužily. Důkazem je minimálně chybějící jméno autora děl. [P11]

Ve druhé úrovni je obsah uspořádán podle abecedy. V praxi se nám zobrazí příliš dlouhý, jednosloupcový výčet položek, zabírající pouze jednu třetinu prostoru stránky na šířku. Naštěstí je zde vypsaná abeceda - podpůrný nástroj orientace ve výpisu. [P11]

Jako webový font byla vybrána Helvetica (zástupně arial, lucida sans, trebuchet ms) s dostatečnou velikostí písmen (12 b) a s řádkovým prokladem 17 b, které zaručují čitelnost textů. Chybí mi tu spolupráce s barvou nebo s různými velikostmi písma pro přehlednější článků karet umělců ve třetí úrovni. Tyto karty nejsou ideálně uspořádány, zby-

tečně duplikují některé údaje a kompozice textového sloupce a obrazového materiálu je chaotická, nepřehledná a nevzhledná. [P11] Chaos podporují i dva přístupy řazení děl umělců. Některá jsou uspořádána vzestupně (podle data vzniku), u jiných je systém sestupný. U děl ve čtvrté úrovni je informativní část stručná a přesto zbytečně zabírá příliš místa. Velkým mínusem je nemožnost procházet plynule tvorbou jednoho autora. Vždy se musíme vrátit o úroveň výš a zvolit dílo jiné. [P11]

Navzdory tomu, že se stránka artlist.cz věnuje mapování současné české umělecké scény, nedá se říci, že by to svou formou potvrdovala. Design se nikterak nesnaží “prodat“ kvalitní informace, kterých o tomto období v umění mnoho není. Svým řešením by měl povznést webový projekt na mezinárodní úroveň, neboť jsou stránky překládány do angličtiny.

Stávající poloha rozhodně není dostačující a musíme si uvědomit komu mají stránky sloužit, jaké informace budou cílové skupiny hledat a jaký je pro ně ideální způsob pohybu po stránkách. Současný stav Artlistu rozhodně neslouží dobře odborné ani laické veřejnosti a nevyužívá skvělých možností, které nám databázový systém nabízí. Důsledkem může být malá návštěvnost či opuštění stránek uživatelem.

4.2.4 Cílové skupiny

Definováním cílových skupin se snažíme určit potenciální zájemce o web. Zkoumáme jejich potřeby, informace, které je mohou zajímat a cestu, jakou je mohou vyhledávat. Jelikož se jedná o elektronickou databázi, zajímají nás v tomto případě uživatelé internetu.

První cílovou skupinou jsou samotní umělci, skupiny, teoretici a kulturní zařízení, jež mají zájem o vlastní evidenční kartu a primárně potřebují informace o podmínkách pro přijetí do databáze nebo jsou již zařazeni a rozšiřují si znalosti v oboru.

Další skupinou mohou být lidé, kteří hledají vhodné spolupracovníky, nové kontakty nebo talenty, jež mohou představit ve své galerii.

Lidé bez kterých by projekt nefungoval jsou autoři karet, pro které je důležitý snadný a intuitivní přístup k nahrávání či změně informací.

Poslední cílová skupina jsou odborníci, zájemci o umění, žáci a učitelé, kteří na stránkách především vyhledávají odborné informace (textového či obrazového charakteru).

Tyto cílové skupiny se dělí podle typu vyhledávaných informací (viz. výše) nebo podle způsobu používání stránek.

„Někteří lidé (Jakob Nielsen jim říká „vyhledávači“) se budou vždy po vstupu na nějakou stránku pít po vyhledávacím poli. (Stejní lidé možná ihned po vstupu do obchodu kontaktují nejbližšího prodavače.) Jiní lidé (podle Nielsena „odkazovači“) se budou téměř vždy nejprve snažit objevit nějaký odkaz a začnou vyhledávat teprve až vyzkouší všechny pravděpodobné odkazy, na které lze klepnout. Anebo budou stránkami značně frustrováni. U všech ostatních bude záviset rozhodnutí, zda mají začít prohlížením nebo vyhledáváním, na jejich aktuálním rozpoložení, na tom, jak moc spěchají a zda jim stránky připadají přehledné.“ [5]

4.2.5 Technická část

URL adresa je krátká, dobře zapamatovatelná a výstižná. Výhodou je také národní doména nejvyššího řádu. Stránky jsou vytvořené v HTML jazyce, obsahují databázi. Předností je rychlé načítání dat a neustálá aktualizace. Obsah karet je průběžně doplňován a vytvářejí se i karty nové. V pravé části menu je kolonka login, ale nelze se registrovat, zřejmě slouží k interním účelům jako například nahrávání dat na web. Stránky neobsahují RSS čtečku ani možnost newsletteru.

4.2.6 Propagace

Podle Českého statistického úřadu vzrostl počet domácností, které mají internet ze 14,8% v roce 2003 na 49,2% v roce 2009. Z toho má 90,1% vysokorychlostní připojení. Údaje z roku 2008 říkají, že z 83% je internet využíván doma, z 39% v práci a ze 17% ve škole. Ve věkovém rozpětí 16 - 24 let využívalo v roce 2008 internet 90% (rok 2005 = 64%). 74% lidí v rozmezí 25 - 34 let (rok 2005 = 41%), 69% lidí v rozmezí 35 - 44 let (rok 2005 = 41%). S vyšší věkovou hranicí počet procent klesá na 56% lidí mezi 45 až 54 lety (rok 2005 = 29%). Nad 55 let se využití snižuje ke třiceti procentům a méně (rok 2005 = 15% a méně). Měření ve druhém čtvrtletí roku 2009 odhalilo, že 43,1% uživatelů starších šestnácti let použilo internet za účelem vyhledání odborné informace. Důležitou roli v tomto údaji hraje vzdělání, s výše dosaženým stupněm podíl stoupá. 22,7% jedinců v rozpětí 16 - 24 let bylo ve druhém čtvrtletí 2009 aktivních na sociálních sítích (11% = 25 - 34 let). Z toho vyplývá, že se internet stává lehce dostupným zdrojem odborných informací. Ve starších věkových kategoriích oproti roku 2005 hodnoty prudce stoupají, ale nejvíce je

internet využíván mladými lidmi, mezi které se cílená propagace rozšíří nejrychleji a vzrůstající potenciál v tomto směru mají právě sociální sítě.

Artlist lze najít na sociální síti facebook, kde se převážně zobrazují novinky doplněné do databáze, pozvánky na vernisáže a výstavy. Probíhají zde diskuze a čas od času se objeví anketa. Ke dni 31. března 2010 měl 859 fanoušků. O měsíc déle, tj. k 30. dubnu počet vzrostl na 936 fanoušků. Z uvedených údajů je vidět, že tento způsob propagace má opravdu smysl.



Obr. 5. Statistika růstu fanoušků Artlistu na Facebooku za duben.

5 URČENÍ ZMĚN NA ZÁKLADĚ ANALÝZY, VYTYČENÍ CÍLŮ

Z analýzy vyplynulo, že by se změny měly projevit ve sjednocení a důsledném dodržení principů na celém webu. Texty by měly být přehlednější, hierarchicky strukturované a galerie děl komfortnější více směrem k uživateli.

Nevyhovující je také zastaralá grafika webu. Počínaje logotypem, přes užitou barevnost a prvky, po minimální využití fotografie. Zde bych ráda uplatnila design informací a částečně vizualizovala obsah vhodnými prostředky, čím bych dané položky obohatila o další informační hodnotu a estetickou stránku.

Definování cílových skupin odhalilo, že se dělí podle hledaného obsahu, ale i podle způsobu procházení webem. Proto bych chtěla rozšířit možnosti vyhledávání a způsoby zobrazování informací!

Jako příležitost vidím slabou konkurenci na trhu, Artlist je nejlépe naplněnou databází a žádný konkurent není atraktivně zpracován. Je tu možnost být průkopníkem, stát se vedoucí špičkou republiky a zajímavým zdrojem i na mezinárodní úrovni. Toho se dá dosáhnout pomocí moderních přístupů v grafickém designu s podporou současných technologií. Ráda bych svěžím vzhledem zapůsobila na mladší generaci a nabídla jim Artlist jako kvalitní přísun informací. Komunikaci bych zaměřila na sociální síť, stránky propagovala díky novému vzhledu a veřejnost seznámila s redesignem. Dobrá by mohla být i nabídka newsletteru na stránkách (newsletter = email informující o novinkách společnosti zasílaný v pravidelných intervalech s jednotnou grafickou úpravou).

6 NÁVRH MÉHO ŘEŠENÍ ARTLISTU

Redesignem neprochází kompletní web. Zachován zůstane obsah a úroveň webu, o kterých jsem psala v analýze (viz. obr. č. 3).

6.1 Procházení webem, možnosti zobrazení dat

6.1.1 Vyhledávání a filtr informací

U vyhledávání zůstala zachována volba prohledat celý web, jak tomu bylo doposud a nově se nabídka rozšířila o prohledání jednotlivých sekcí (umělec, skupina, ...).

Dále jsem přidala nový velmi užitečný nástroj - filtr informací. Je pro uživatele, jenž mají hrubou představu o tom, co se chtějí dozvědět a využijí příležitost navolit hesla podle své potřeby - kategorie, časové období, atd. Lze zaškrtnout více položek stejného druhu najednou (např. padesátá i devadesátá léta dvacátého století). [P12]

Avšak největší uživatelský komfort byl dopřán lidem, jímž je nejbližší procházení po sekcích. Inovaci jsem provedla ve způsobu zobrazení dat po rozkliknutí položky menu. Názornou ukázkou následujících příkladů demonstruji na oddělení umělec, které nabízí nejširší škálu pohledů.

6.1.2 Obrazový jmenný seznam

Každý umělec je zastoupený vlastním dílem a popisem PŘÍJMENÍ, Jméno (tento zápis použitý i v kartách umělců není příliš osobní, zato plně odpovídá katalogizačnímu stylu). Díla jsou řazena vedle sebe bez mezer do čtyř sloupců. Vytváří tak pomyslnou mozaiku. Jejich výběr není náhodný. Zobrazí se vždy to, které je nejnovější. Jehož datum vzniku je nejbližší současnosti. Seznam je řazen dle abecedy. Díla, jejichž příjmení autorů začínají jiným písmenem jsou oddělena mezerou a pokračují na nové řádce. [P12]

Přínos: Komunikace s uživatelem pomocí fotografie řeší problém malého využití obrazového materiálu. Lidem, jež náhodně brouzdají stránkami může být tento přístup užitečný a umělce si mohou vybrat prostřednictvím děl, která jsou jim blízká, preferovaného stylu, barevnosti, atd.

6.1.3 Textový jmenný seznam a klíčová slova

Jména umělců zapsaná stylem PŘÍJMENÍ, Jméno jsou abecedně seřazena do svislého pásu ukotveného na levé straně. Písmena abecedy jsou oddělena mezerou. V hlavičce jsou vodorovně vypsané kategorie umění - klíčová slova. Tato pomyslná tabulka přiřazuje příslušné kategorie k umělcům pomocí koleček ve střetu osy x (jména) a osy y (kategorie). Protože je jmen na straně hodně a vizualizace se pro některé může stát nepřehlednou, po najetí na jméno umělce se všechny souvislosti zbarví červeně a propojí vodíčovými čárkami. Aktivní kolečka změni velikost podle počtu zastoupených děl v kategorii. Existují případy, kdy je umělec zařazen do více stylů, ale v nějakém odvětví nemá žádné dílo zařazené v databázi. Kolečko má bílou barvu a červený tah. Princip funguje i naopak. Po najetí na kategorii se vybarví všichni výtvarníci, kteří do ní patří. Kliknutím na kategorii nebo jméno se dostaneme do karty s charakteristikou. Kliknutí přímo na kolečko nás přesměruje do konkrétní oblasti tvorby zvoleného umělce (např. do instalací Silviny Arismendi). Při rolování strany směrem dolů hlavička s obsahem zůstává na místě, aby se vazby neztratily. [P12]

Přínos: Díky “zhmotněným“ souvislostem získáme větší informační hodnotu o umělci. Již v prvním kroku zjistíme zda pro nás může být atraktivní. Toto řešení má pomoci efektivněji nalézt požadované.

6.1.4 Textový jmenný seznam a časová osa

Tento způsob funguje na stejném principu jako 6.1.3. Místo kategorií se v hlavičce zobrazí časová osa dělená od roku 1940 do roku 2010 po dekadách. Díla se vypíší do kolonky (x - y) opět prostřednictvím kolečka podle data vzniku. Kliknutím na rok se šipkou v časové ose (1980 >) rozepíšeme desetiletí po letech. Tento podrobnější seznam se barevně oddělí od zbytku schématu. [P12]

Pozn.: Jelikož je Artlist internetovým katalogem, nesnaží se pokrýt celé období tvorby. Zapisuje pouze díla uložená v jeho databázi.

Přínos: Pro uživatele, kteří hledají umělce podle data tvorby. Např. umělce, kteří byli aktivní v roce 2009 nebo v osmdesátých letech dvacátého století.

Výše zmíněné přístupy platí i pro skupinu, díla, akce, texty. Každý z nich využívá alespoň jednoho principu. Řešení je variabilní a přizpůsobí se například položce prostor (seznam muzeí a galerií), kde je nejdůležitější členění v hlavičce podle krajů. Teoretici a kategorie -

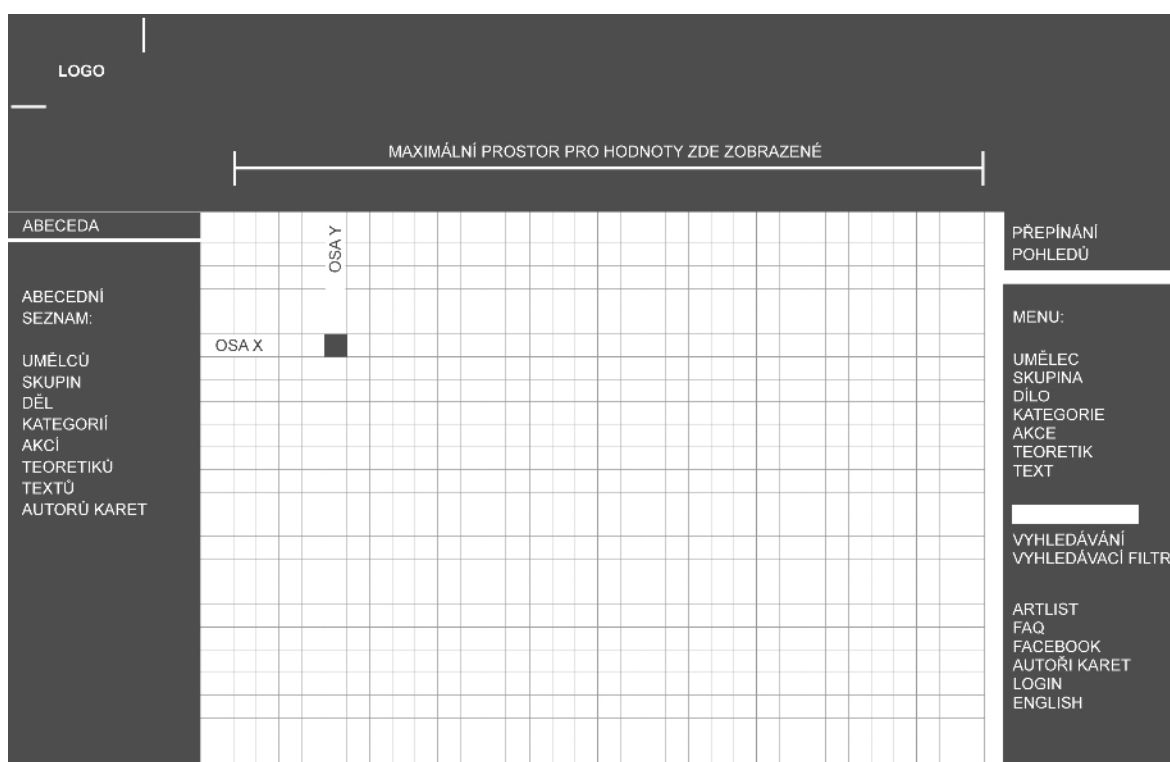
nyňí položka menu, nemají souvislosti žádné, tudíž zůstává pouze abecední seznam.

6.1.5 Karty umělců a děl

Zásadní úpravy se projeví v textové části a v procházení mezi jednotlivými díly - prvním krokem je galerie děl umělce, opět seřazená do "mozaiky". Díla se dají rozkliknout a procházet v galerii. [P12]

6.2 Wireframe

Mezi principem popsaným výše a vlastním designem jsem v průběhu práce zhotovila wireframe, abych si ověřila, zda má myšlenka v praxi neselže. Wireframe, česky drátěný model, slouží k vizualizaci myšlenek a k najítí ideálního a funkčního řešení struktury za pomoci strohých čar a ploch. Měl by předejít zbytečným grafickým realizacím, které selžou na základě chybného postupu, čímž šetří designérův čas a úsilí.



Obr. 6. Ukázka jedné obrazovky wireframu.

6.3 Design

Na úvodní straně [P12] je upozornění, že web prošel redesignem a popis v čem změna spočívá. Text pokračuje zredukovanou charakteristikou Artlistu. Poslední přidaná díla jsou prezentována jediným velkým obrázkem (s popisem autor + název), který se po určitých časových úsecích vymění za jiný. Layout stránek (stabilní uspořádání prvků) je tvořen níže popsanými částmi.

6.3.1 Logotyp Artlistu

Redesignem prošel i samotný logotyp. Původní inverzní variantu (bílé písmo na černém pozadí) typografického logotypu seříznutého ze všech stran do obdélníku jsem nahradila logotypem vlastním. Na název Artlist jsem použila geometricky konstruovaný free font GEIST KNT. Písmo Arial na doplňující text - databáze současného umění. Logotyp lze číst kromě typického způsobu také jako abstraktní znaky, pod kterými si lidé mohou představit cokoliv. Což by mělo asociovat současnou polohu umění. Logotyp je umístěn do levého horního rohu, neboť je to obecně zaužívané místo a každý ho zde očekává. Kliknutím na něj se vždy dostaneme na úvodní stranu.



Obr. 7. Původní logotyp a napravo můj redesign logotypu.

6.3.2 Hlavička webu

Hlavička webu svým tvarem a barvou připomíná list papíru. Podle stavu webu popsany či panensky čistý. Ohnutý roh částečně ilustruje název stránek. Na druhý pohled by měl asociovat střechu. Chtěla jsem tím vyjádřit “zastřešení“, stabilitu projektu. Tudíž z velké části se dění odehrává právě pod ní. Jemný stín pro zviditelnění bílé plochy jsem použila, protože další barva by zde neměla již své opodstatnění (viz barevnost).

6.3.3 Menu

Menu je atypicky umístěné v pravé části webu. Záměrně jsem porušila klasické řešení z kompozičního důvodu. Stejná barevnost logotypu a menu je kompozičně v opozici, tudíž vyvážená. Položky svislého menu zůstaly původní, jen jsou přeskupeny (viz. výše). Velikostí písma jsem hierarchicky rozdělila důležitost menu, jež skrývá hlavní obsah od menu, které se týká dotazů, atd. Tyto dvě části jsem ještě přepažila políčkem vyhledávání a filtrem informací. Nad hlavním menu jsou další funkce (spojeny s hlavičkou) pomocí kterých přepínáme pohledy (obrazový seznam, kategorie, časová osa). Posledním pomocným nástrojem procházení je abeceda nad jmenným seznamem (pod hlavičkou vlevo) rozdělená do skupin a - e, f - j, k - o, p - t, u - z.

6.3.4 Barevnost

Barevnost plní funkci estetickou i praktickou. Z praktického pohledu všechny aktivní odkazy mají barvu. Zelenou v obsahu stránek - jména umělců, klíčová slova, časová osa, odkazy v textu, atd. Šedivou - odkazy menu a logotyp. Ke zvýraznění slouží komplementární (doplňková) barva zelené - červená. Poslední aktivní barva je zeleno-žlutá, která se zobrazuje pouze po rozkliknutí časové osy, aby oddělila normální seznam od podrobného. Čistá černá je určena výhradně pro text ke čtení, jako v knihách. Bílá barva pozadí je zvolena z důvodu vysokého podílu textu na stránkách a tudíž zaručuje dobrou čitelnost a dostatečný kontrast. Je to barva neutrální, hodící se ke každému uměleckému dílu. Zmíněné barvy jsou v režimu RGB (barevný prostor pro elektronická média). Mají evokovat svěžest, mladistvost, moderní přístup a perspektivu Artlistu, který je stále ve vývoji.

6.3.5 Tvary

Vizualizaci dat na Artlistu jsem zvolila z důvodu, že: „Zrak je ze všech lidských smyslů schopen nejlépe přijímat informace. Vizuelní informace je tudíž nejefektivnější metoda vysvětlování problémů.“ [6] Jako doprovodný grafický prvek je zde geometricky konstruované kolečko. Jeden ze základních a nejjednodušších tvarů. Chtěla jsem dosáhnout vyváženosti mezi principy dobrého designu informací - jednoduchostí a komplexností. Jednoduchost dodržuji v designu (čisté barvy, bílé pozadí, elementární prvky, žádné nadbytečné „ozdoby“), aby byl jasný záměr a stránky byly srozumitelné. Složitost se projevila v řešení obsahu. Poukázala jsem na souvislosti a tak vznikl variabilní rastr z koleček, který je silným vizuelním prvkem a může se stát hlavním prostředkem komunikace s veřejností. V podstatě může postupem času zastoupit funkci logotypu a Artlist může být ztotožňován právě s tímto rastrem. Důkazem aplikovatelnosti je potisk přiloženého CD.

6.3.6 Písmo

Na stránkách jsem zvolila bezpatkový font Arial. Velikost textu nejde pod hranici 12 bodů, proklad (mezera mezi řádky) v textu je zvětšen na 19 bodů, aby se oči pohodlně udržely ve větách. Výběr speciálního fontu je vyloučen. Každý uživatel má na počítači nainstalovaná jiná písma a obsah stránek by se všem nezobrazoval optimálně. Proto je definováno pár fontů, určených pro web, které má každý (Helvetica, Arial, Times New Roman, Courier New, Georgia, Verdana, Geneva). Pokud nastane problém, a font i v tomto případě chybí, nahradí se jiným, podobným, opět z tohoto seznamu.

6.4 Technologie

Parametry stránek jsou 950 pixelů na šířku (maximální prostor pro grafiku při tvorbě webu), na výšku se rozměry mění podle obsahu. Šířku přesahuje pouze hlavička, která vede do okrajů stránek a bude se odkrývat podle velikosti prohlížečového okna. Stránky jsou ukotveny na střed. Rozlišení je 72 DPI.

K realizaci projektu je nutná databáze (viz. 2.2). Pro můj návrh se hodí jakákoli. Důležité je správné navržení vazeb, tabulek a sloupců. Otázkou je, zda-li by se dalo využít stávající databáze Artlistu nebo jestli by musela být navržena jinak pro nově vzniklé potřeby. Aby mohl být obsah komfortně spravován a rozšiřován je zapotřebí redakčního systému.

Nová podoba Artlistu by měla být vytvořena pomocí více programovacích prostředků pro tvorbu stránek. HTML a CSS + JavaScript + PHP. Toto kombinování pro dosažení techno-

logicky a graficky atraktivního výsledku pojmenovává weby jako hybridní.

HTML, slovy HyperText Markup Language je (jak z názvu vyplývá) značkovacím jazykem pro tvorbu www stránek. Zapisuje se pomocí tzv. tagů, kterým se dají přiřadit další funkce. Tento jednoduchý jazyk lze psát v obyčejných textových editorech. Lepší je ale využít speciálního programu (např. Adobe Dreamweaver), který je vyvinutý na programování a nabízí kromě psaní v kódu úpravu přímo v náhledech stran.

K HTML připojíme kaskádové styly - **CSS**. Kde definujeme jednotný layout pro celý web. Použité písmo, velikosti textu, nadpisů, barevnost, umístění prvků, atd. Pokud zasáhneme do kódu HTML, na vizuální stránce se to neprojeví. A to proto, že jsou psané zvlášť.

JavaScript je prohlížečový scriptovací jazyk, který zajistí požadovanou interaktivitu projektu a animované efekty. Lze zapsat přímo do HTML kódu.

Podstatou Artlistu je jeho dynamičnost. Data lze vyhledávat a uspořádat podle potřebných pohledů (klíčová slova, časová osa, obrázky, atd.). Abychom toho dosáhli musíme využít serverového skriptovacího jazyka **PHP**.

ZÁVĚR

Díky zvolenému tématu jsem si prošla historií komunikace od pravěku po současnost. Představila jsem nové kvalitní projekty designu informací a čerpala inspiraci z odborných zdrojů. Dále jsem rozebrala problematiku oborových databází a stránek zaměřených na umění. Tyto zpracované podklady mi byly prospěšným odrazovým můstkem pro praktickou část. Zde jsem využila výhod analýzy a seznámila se s Artlistem podrobně. Na základě nabytých znalostí jsem se pustila do realizace projektu.

Za největší přínos a osobní pokrok pokládám snahu vizualizovat informační hodnotu stránek. Oblast designu informací v elektronických médiích je v České republice stále opomíjena, na rozdíl od zahraničí. Bakalářská práce se pokouší o navázání kontaktu s tímto krásným oborem. V redesignu jsem se zaměřila na navržení uživatelsky příjemnějšího prostředí. Grafický styl jsem se snažila držet v čisté, srozumitelné, ale i atraktivní rovině. Samozřejmě s ohledem na zvýraznění obsahu, jakožto hlavního předmětu stránek. Dále jsem využila fotografií. Jedná o stránky s uměním a vizuální složka tohoto typu by neměla chybět. I když projekt vznikl na akademické půdě, respektuje možnosti dnešních technologií a řešení je realizovatelné. Artlist se stal propojenější a ucelenější.

SEZNAM CITACÍ

- [1] KLANTEN, Robert. *Data Flow*. 1. vyd. Berlin : Die Gestalten Verlag, 2008. 256 s. ISBN 978-3-89955-217-1. s. 5. Přeložila Kateřina Novotná.
- [2] MAEDA, John. *The Laws of Simplicity*. 1. vyd. Massachusetts Institute of Technology, Cambridge : The MIT Press, 2006. 127 s. ISBN-10: 0262134721. s. 45 - 46. Přeložila Kateřina Novotná.
- [3] KESNER, Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1104-4. s. 210.
- [4] *Artlist : databáze současného umění* [online]. [cit. 2010-04-26]. Dostupné z WWW: <<http://artlist.cz/>>.
- [5] KRUG, Steve. *Webdesign: Nenuťte uživatele přemýšlet!* 2. aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2006. 167 s. ISBN 80-251-1291-8. s. 48 - 49.
- [6] NOGA, Pavel. „*Tvorba informačního designu je posláním, jak pomáhat lidem*“. Font. 2010, č. 110, s. 13.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. KLANTEN, Robert. *Data Flow*. 1. vyd. Berlin : Die Gestalten Verlag, 2008. 256 s. ISBN 978-3-89955-217-1.
2. *Smashing Magazine* [online]. 11. 9. 2009 [cit. 2010-03-07]. Data Visualization and Infographics Resources. Dostupné z WWW: <<http://www.smashingmagazine.com>>.
3. *Smashing Magazine* [online]. 14. 1. 2008 [cit. 2010-03-08]. Data Visualization and Infographics. Dostupné z WWW: <<http://www.smashingmagazine.com>>.
4. *Smashing Magazine* [online]. 2. 8. 2007 [cit. 2010-03-08]. Data Visualization: Modern Approaches. Dostupné z WWW: <<http://www.smashingmagazine.com>>.
5. *Citrinitas.Elif.Ayiter.aka.Alpha.Auer* [online]. 2006 [cit. 2010-03-25]. The History of Visual Communication. Dostupné z WWW: <<http://www.citrinitas.com>>.
6. TUFTE, Edward. *Beautiful Evidence*. Graphic Press, 2006. 213 s. ISBN 0961392177.
7. *Ikaros : elektronický časopis o informační společnosti* [online]. c1997-2010 [cit. 2010-04-18]. Dostupné z WWW: <<http://www.ikaros.cz/node/1556>>.
8. *Vizuální kultura* [online]. 28. 11. 2008 [cit. 2010-04-18]. Piktogram revival. Dostupné z WWW: <<http://www.vizualnikultura.cz>>.
9. *Institut informačního designu* [online]. [cit. 2010-04-29]. Dostupný z WWW: <<http://www.institut-informacniho-designu.cz/>>.
10. *Ladislav Sutnar : Design in Action*. 1. vyd. ARGO, 2003. 389 s. ISBN 80-7203-515-0.
11. *Edward Tufte* [online]. [cit. 2010-03-16]. Dostupné z WWW: <<http://www.edwardtufte.com/>>.
12. *FolowingData* [online]. 2010 [cit. 2010-05-02]. Watch the Growth of Walmart and Sam's Club. Dostupné z WWW: <<http://projects.flowingdata.com/walmart/>>.
13. *Felix Heinen* [online]. c2010 [cit. 2010-05-02]. Data visualization of a social network. Dostupné z WWW: <<http://felixheinen.de/>>.
14. *GOOD* [online]. 2010 [cit. 2010-05-02]. Transparency. Dostupné z WWW: <<http://www.good.is/departments/transparency/>>.
15. MAEDA, John. *The Laws of Simplicity*. 1. vyd. Massachusetts Institute of Technology, Cambridge : The MIT Press, 2006. 127 s. ISBN-10: 0262134721.
16. KESNER, Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1104-4.

17. OPPEL, Andrew. *Databáze bez předchozích znalostí*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2006. 320 s. ISBN 80-251-1199-7.
18. *Artlist : databáze současného umění* [online]. [cit. 2010-04-26]. Dostupné z WWW: <<http://artlist.cz/>>.
19. KRUG, Steve. *Webdesign: Nenuťte uživatele přemýšlet!* 2. aktualiz. vyd. Brno : Computer Press, 2006. 167 s. ISBN 80-251-1291-8.
20. *Český statistický úřad* [online]. c2010 [cit. 2010-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/informacni_technologie_pm>.
21. FAWCETT-TANG, Roger, JURY, David. *New Typographic Design*. Laurence King Publishing, 2007. 192 s. ISBN 978-1-85669-468-1.
22. *Information Aesthetics* [online]. 2010 [cit. 2010-05-9]. Dostupné z WWW: <<http://infosthetics.com/>>.
23. *Visual Complexity* [online]. 2010 [cit. 2010-05-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.visualcomplexity.com/>>.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Sparkline.....	15
Obr. 2. Data visualization of a social network.....	16
Obr. 3. Názorná ukázka úrovní webu artlist.cz.....	27
Obr. 4. Výsledek vyhledávání po zadání slova příroda.....	28
Obr. 5. Statistika růstu fanoušků Artlistu na Facebooku za duben.....	31
Obr. 6. Ukázka jedné obrazovky wireframu.....	36
Obr. 7. Původní logotyp a napravo můj redesign logotypu.....	37

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P 1: Historie designu informací

Příloha P 2: Isotype

Příloha P 3: Ladislav Sutnar, výstavy

Příloha P 4: Ladislav Sutnar, Controlled Visual Flow

Příloha P 5: Growth of Walmart and Sam's Club

Příloha P 6: Webové prezentace galerií

Příloha P 7: Konkurence (ČR)

Příloha P 8: Konkurence v zahraničí

Příloha P 9: Muzeum moderního umění v New Yorku

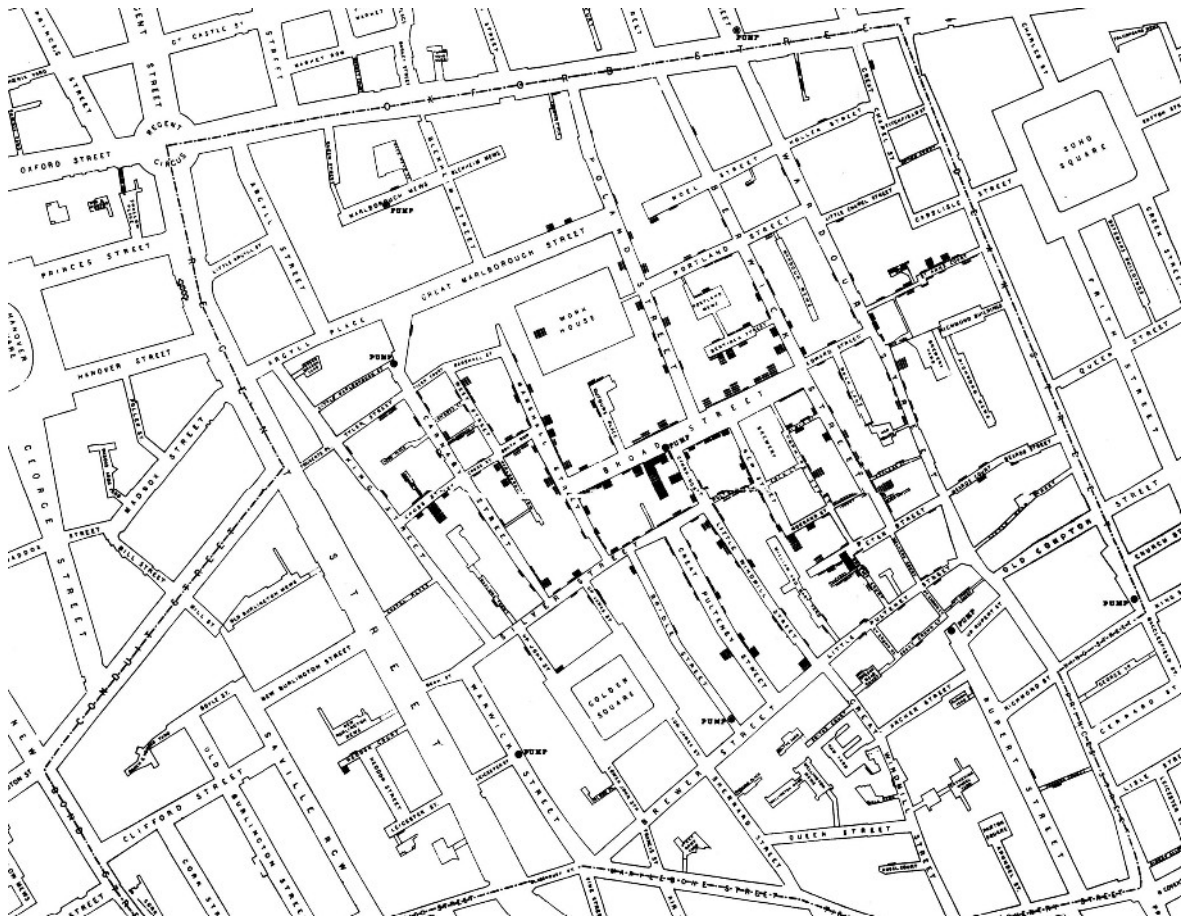
Příloha P 10: Interaktivní projekty Muzea moderního umění v New Yorku

Příloha P 11: Artlist.cz

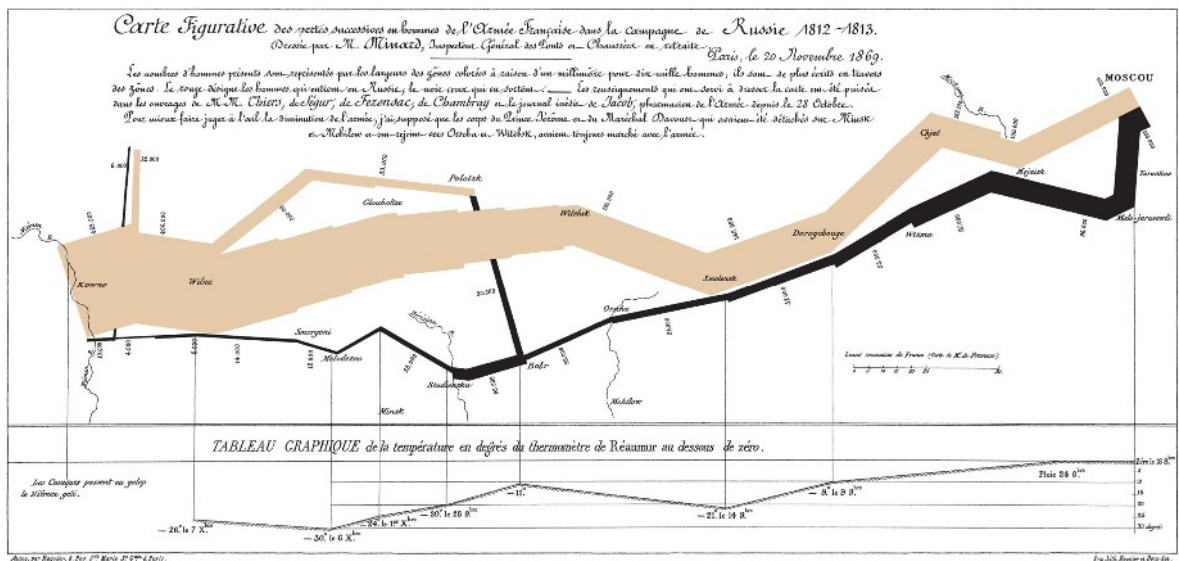
Příloha P 12: Redesign Artlistu

Příloha P 13: CD

PŘÍLOHA P 1: HISTORIE DESIGNU INFORMACÍ

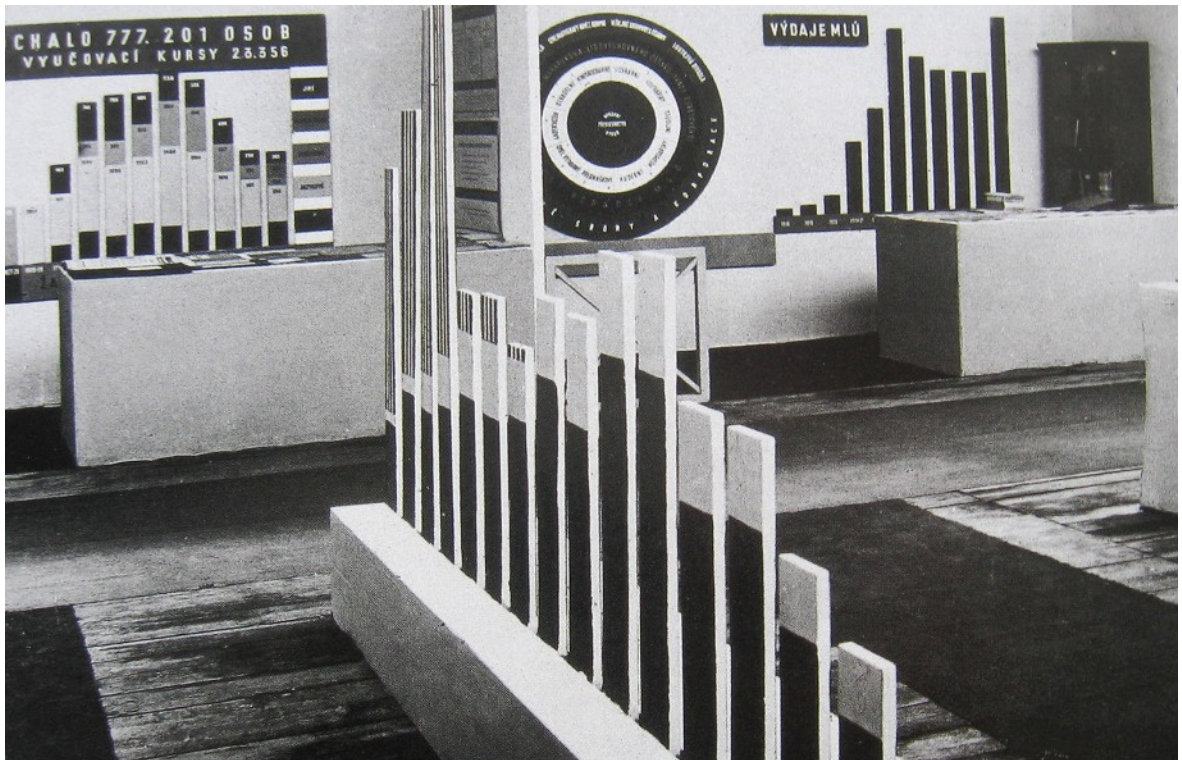


John Snow - mapa londýnské čtvrti Soho (<http://www.en.wikipedia.org/>).

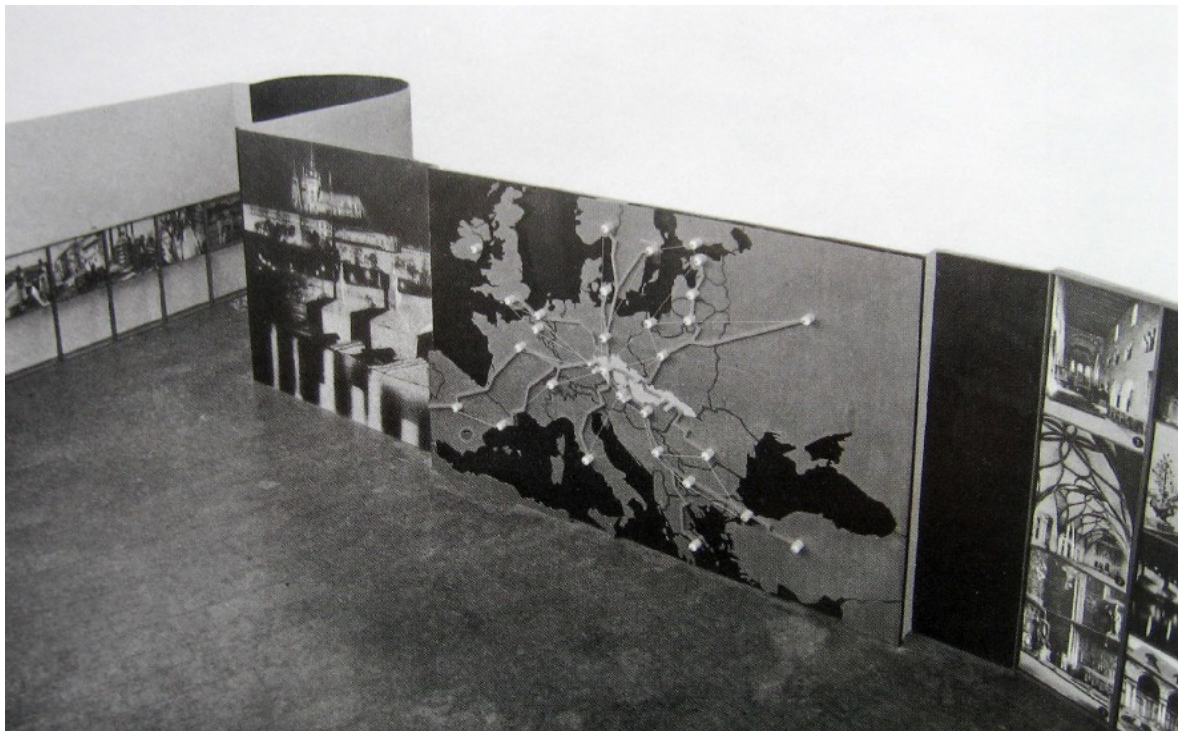


Charles Minard - tažení Napoleonových vojsk do Ruska r. 1812 (*Beautiful Evidence*).

PŘÍLOHA P 3: LADISLAV SUTNAR, VÝSTAVY

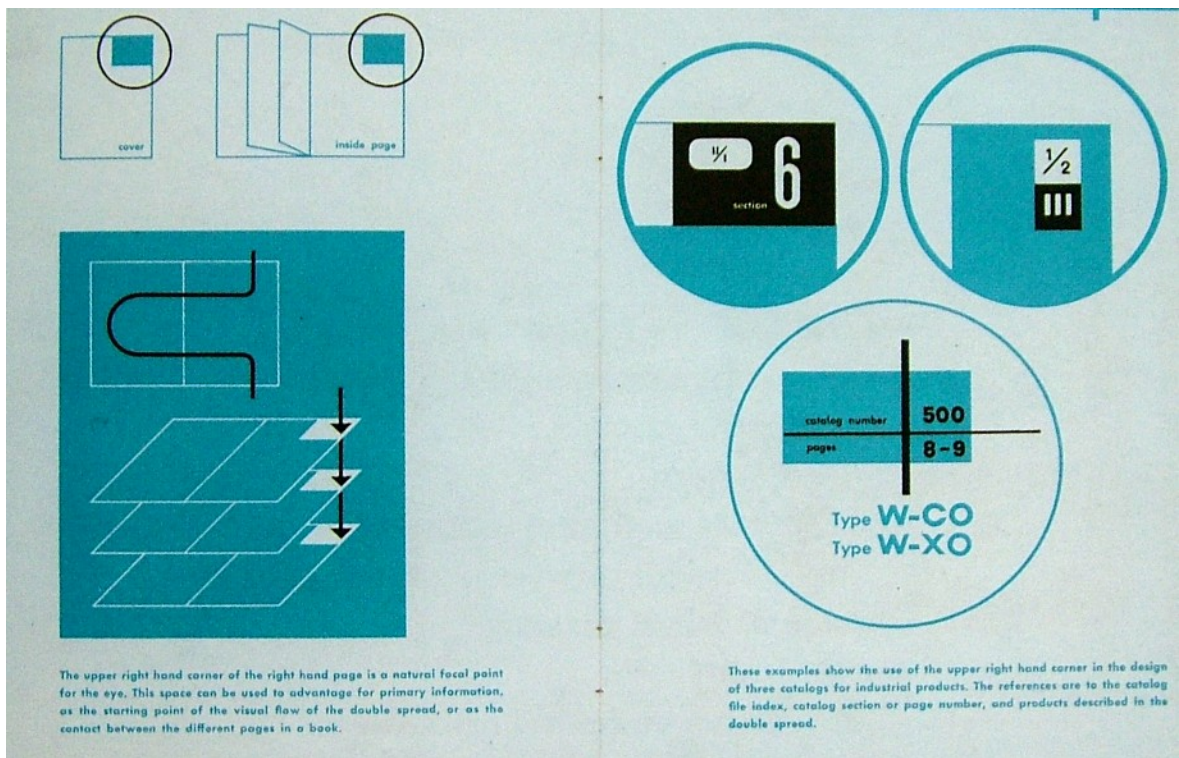


Lidovýchonná výstava v Praze, 1929 (*Ladislav Sutnar : Design in Action*).

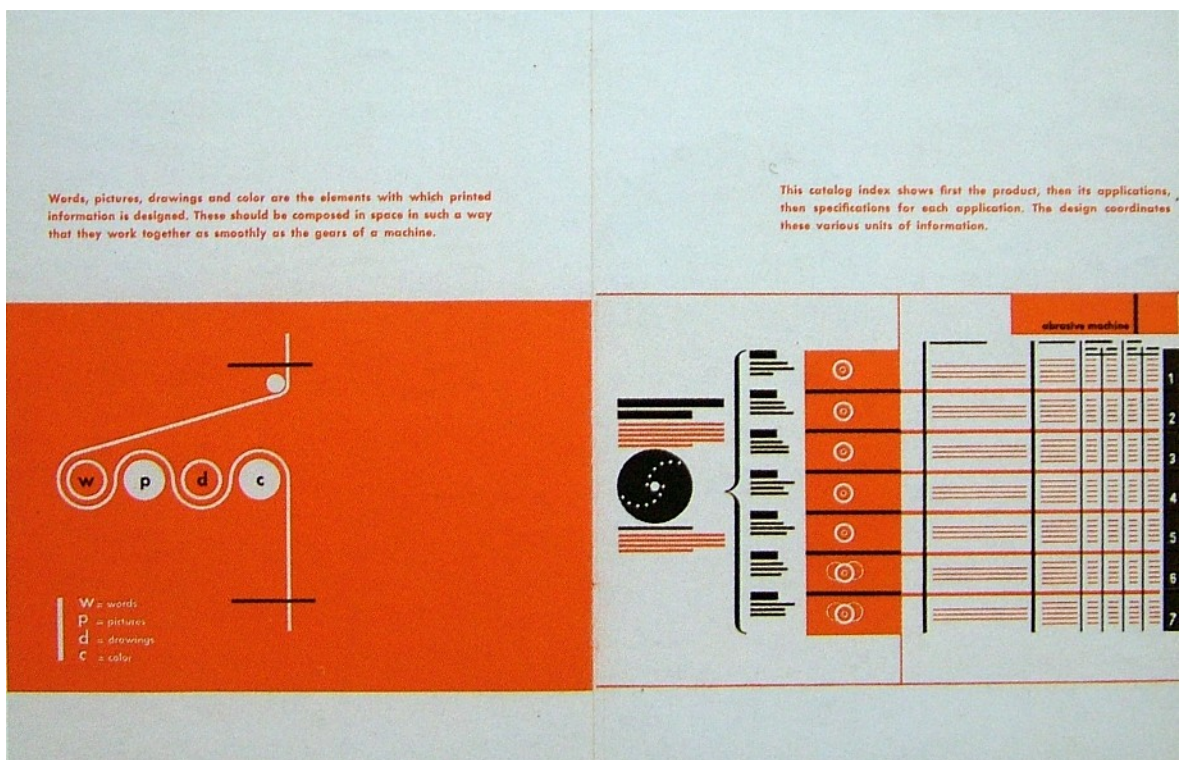


Výstava československého užitého umění a architektury ve Stockholmu, 1931
(*Ladislav Sutnar : Design in Action*).

PŘÍLOHA P 4: LADISLAV SUTNAR, CONTROLLED VISUAL FLOW

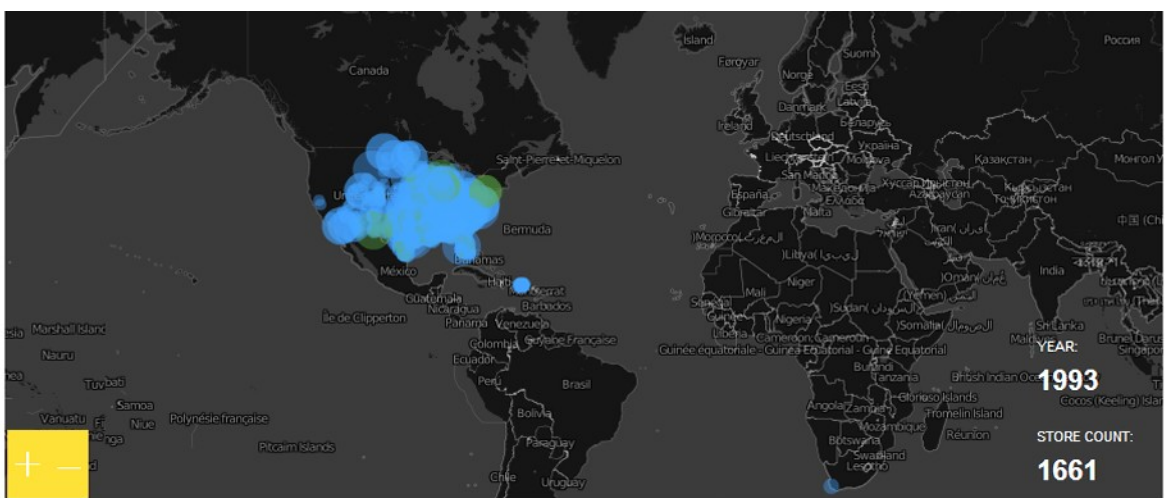
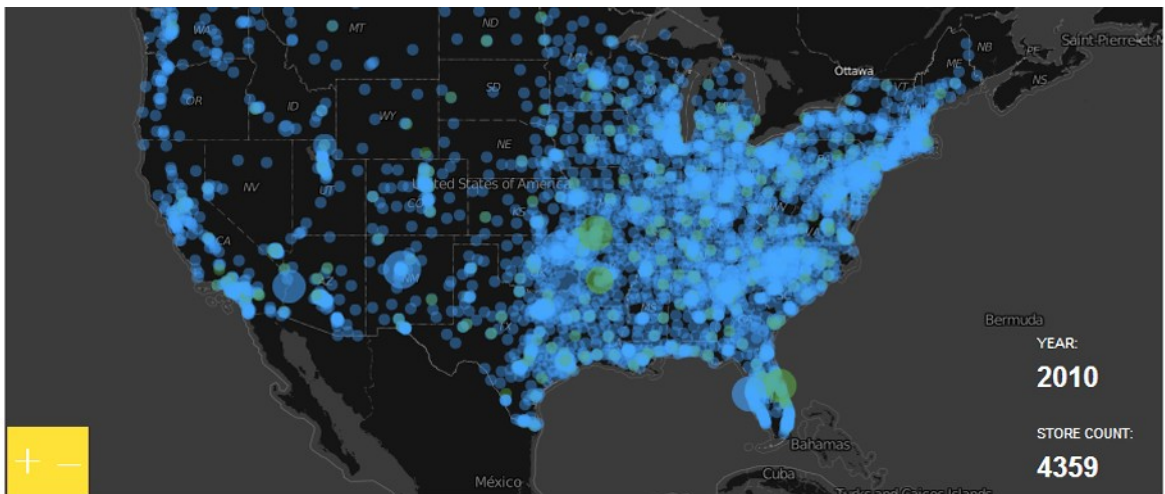
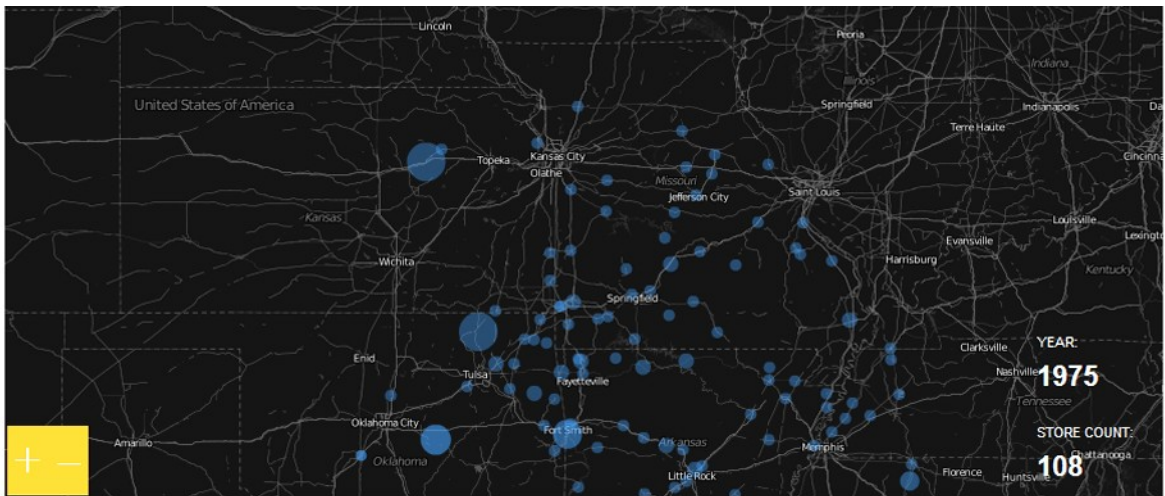


Ukázka z knihy pojednávající o pravém horním rohu v tiskovinách (*Ladislav Sutnar : Design in Action*).



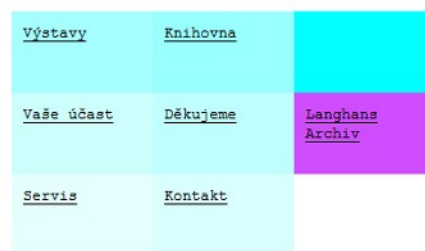
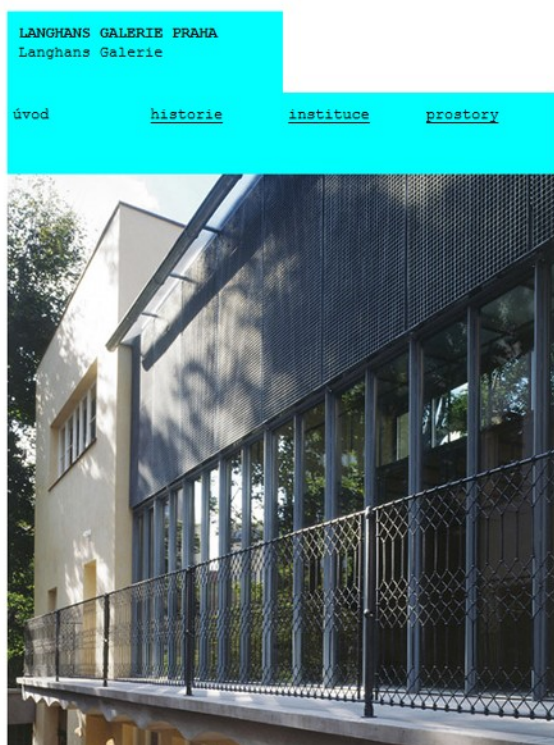
Ukázka z knihy pojednávající o uspořádání prvků v tiskovinách (*Ladislav Sutnar : Design in Action*).

PRÍLOHA P 5: GROWTH OF WALMART AND SAM'S CLUB

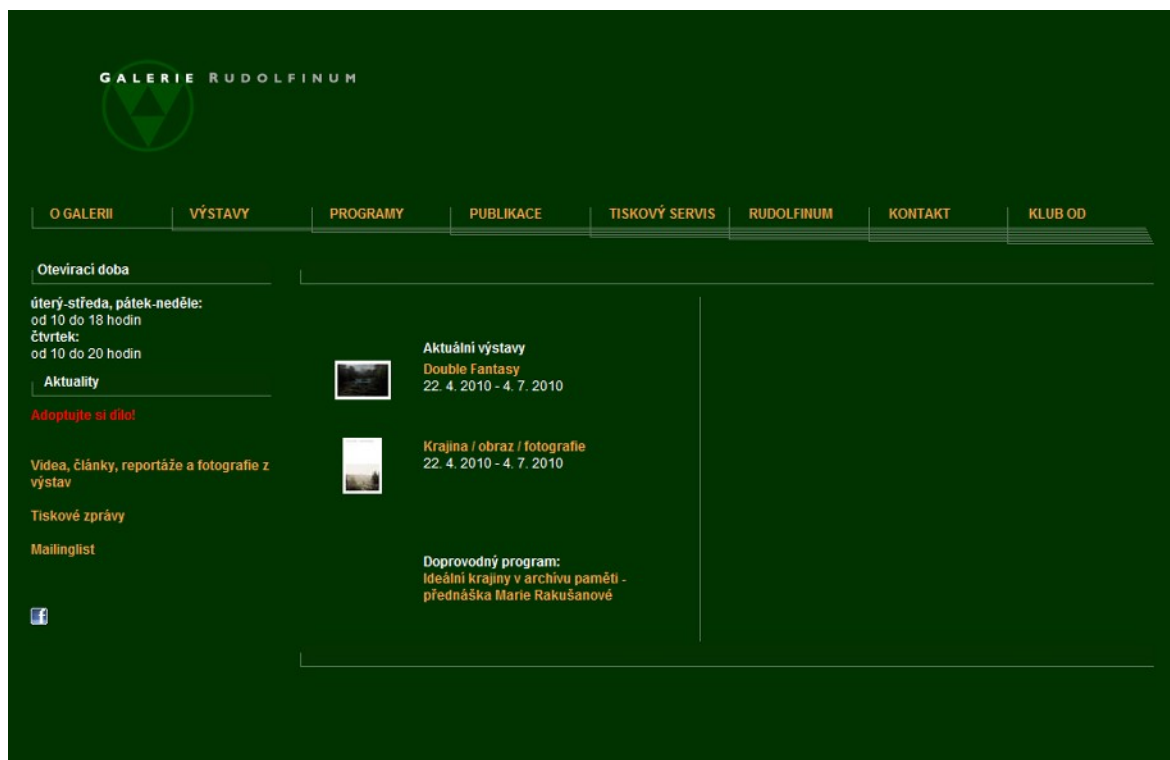


(<http://projects.flowingdata.com/walmart/>)

PŘÍLOHA P 6: WEBOVÉ PREZENTACE GALERIÍ

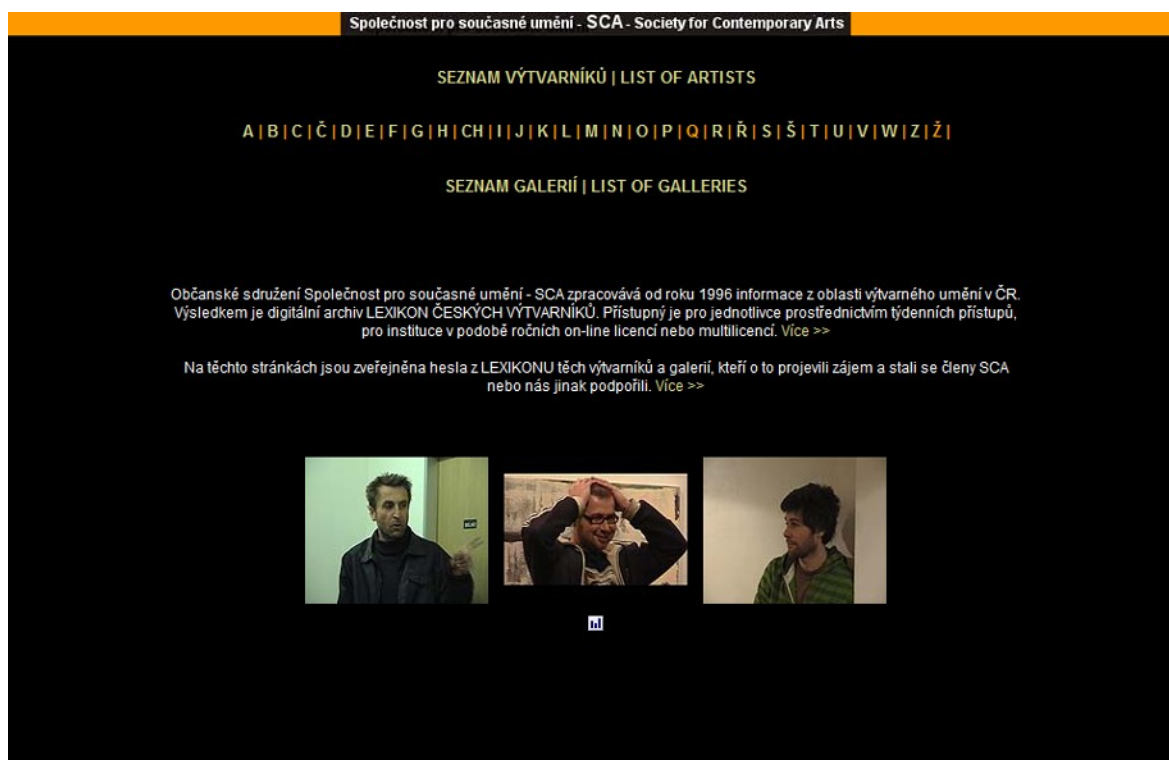


Langhans galerie Praha (<http://www.langhansgalerie.cz/>).

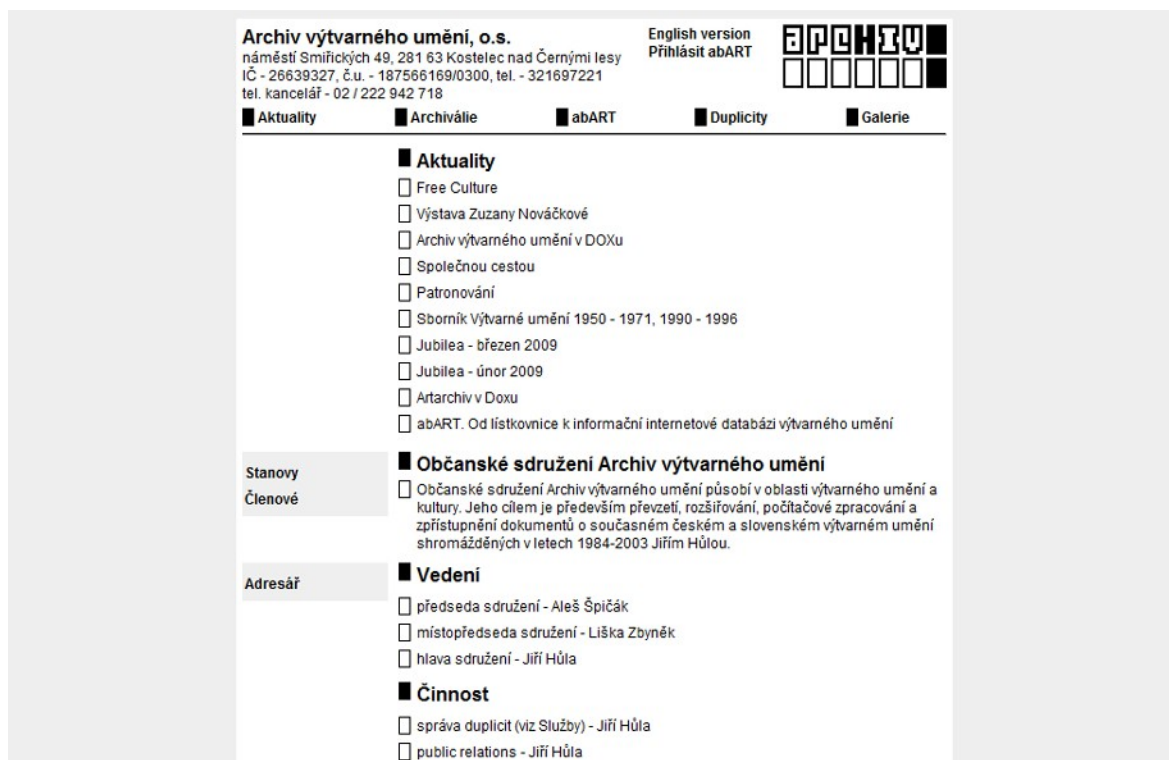


Galerie Rudolfinum (<http://www.galerierudolfinum.cz/>).

PŘÍLOHA P 7: KONKURENCE (ČR)



Úvodní stránka Společnosti pro současné umění - SCA (<http://sca-art.cz/>).



Úvodní stránka Archivu výtvarného umění (<http://artarchiv.cz/>).

PŘÍLOHA P 8: KONKURENCE V ZAHRANIČÍ

ARTIST-INFO
contemporary art database

Newsletter
Find artist

HOME | LOGIN | FREE REGISTRATION | FREE SERVICES | TRADE SERVICES | CONTACT

SEARCH
ARTIST SEARCH | GALLERY / MUSEUM SEARCH

PRIVATE TO SELL LOOKING FOR | GALLERIES EDITIONS ART TO BUY

Today you find 98434 artists in 230717 shows in 9964 galleries in 1036 cities in 93 countries plus 0 private classifieds and 0 professional offers

Now featuring artist | Now featuring gallery | Advertisement | Art Fairs

Welcome to artist-info.com - the worldwide contemporary art database.

ARTIST SEARCH - Research artists and their exhibitions around the world.

GALLERY / MUSEUM Find exhibition spaces, their address and the history of shown artists.

SEARCH

TO SELL - Private persons display in this area art work they are selling.

LOOKING FOR - Are you looking for a specific art work or art related information? Uses this feature to question thousands of artist-info users.

EDITIONS - Offers from Galleries and Editions.

ART TO BUY - Galleries are showcasing here special offers.

Advertisement

Director required for the new Canòdrom Barcelona Contemporary Arts Centre

Now featuring gallery

Úvodní stránka webu ARTIST-INFO (<http://artist-info.com/>).

ASSISTANT

GENRE: All

MEDIUM: Painting, Photography, Print, Sculpture, Other Media

PRICE: 1 to 98324

COLOUR

HEIGHT: 10 to 518

WIDTH: 10 to 518

YOUR BASKET

SEARCH RESULTS

Showing results 1 to 16 of 1347 works | Page: 1 2 3 4 > Last >

Order by Newest First

Green Felt Tip ... Lucie Bennett... £ 2200.00 VIEW MORE BUY NOW	Stealth... Mark Hayward... £ 195.74 VIEW MORE BUY NOW	Bude V... Tim Wood... £ 475.00 VIEW MORE BUY NOW	Coastal Break... Tim Wood... £ 475.00 VIEW MORE BUY NOW
Woodpecker... Susie Wright... £ 251.06 VIEW MORE BUY NOW	Duck... Susie Wright... £ 251.06 VIEW MORE BUY NOW	Hen... Susie Wright... £ 251.06 VIEW MORE BUY NOW	Ways of The Wor... Marcelle Hansel... £ 510.64 VIEW MORE BUY NOW

Stránka Eyestorm s parametry, podle kterých mohu vyhledat dílo (<http://eyestorm.com/>).


PŘÍLOHA P 9: MUZEUM MODERNÍHO UMĚNÍ V NEW YORKU

HOME > EXPLORE > EXHIBITIONS & THE COLLECTION


CALENDAR BUY TICKETS JOIN ABOUT A-1 A+

Exhibitions / Film / The Collection IMAGES LIST TIMELINE


On View | Upcoming | Past ▶ 2010 2009 2008 2007 2006 2005 2004 2003 2002 2001 2000 1999 pre-1999 ▼



Marina Abramović: The Artist Is Present
THROUGH MAY 31



Henri Cartier-Bresson: The Modern Century
THROUGH JUNE 28



William Kentridge: Five Themes
THROUGH MAY 17

9 Screens
A repertoire of images.

Projects 92: Yin Xiuzhen

The New Typography
DIE FRAU OHNE NAMEN
ZWEITER TEIL

Picasso: Themes and Variations

The Modern Myth: Drawing Mythologies in Modern Times


Performance 7: Mirage by Joan Jonas

MoMA VISIT EXPLORE LEARN SUPPORT SHOP Search P.S.1

Sign in here Welcome. Are you...? Register to save your favorite pages

HOME > EXPLORE > MoMAMULTIMEDIA

CALENDAR BUY TICKETS JOIN ABOUT A-1 A+



William Kentridge: Five Themes: Bio
On view February 24–May 17, 2010

For more information
moma.org/williamkentridge

Excerpt from projection for
The Magic Flute, 2004–05

Images and video courtesy of the artist
and ©William Kentridge

PERMALINK EMBED
<http://moma.org/explore/multimedia/videos/95/55>

PLAYLIST
Special Exhibitions Video: William Kentridge (6)

- William Kentridge: Five Themes: Bio
- William Kentridge: Five Themes: Process
- William Kentridge: Five Themes: Art Changes

MoMA Channels

SELECT

- Featured Content ▶
- Most Recent ▶
- Audio ▶
- Videos ▶
- Interactive ▶

Multimedia

- INTERACTIVE Henri Cartier-Bresson: The Modern Century
- INTERACTIVE Picasso: Themes and Variations
- INTERACTIVE Rising Currents
- INTERACTIVE Marina Abramović: The Artist Is Present
- INTERACTIVE William Kentridge: Five Themes
- INTERACTIVE Performance 7: Mirage by Joan Jonas
- INTERACTIVE Tim Burton
- INTERACTIVE What is a Print?
- VIDEO Film Trailers: Frederick Wiseman

MoMA VISIT EXPLORE LEARN SUPPORT SHOP Search P.S.1

Sign in here Welcome. Are you...? Register to save your favorite pages

Webová prezentace (<http://www.moma.org/>).

PŘÍLOHA P 10: INTERAKTIVNÍ PROJEKTY MUZEA MODERNÍHO UMĚNÍ V NEW YORKU

Design and the Elastic Mind

MoMA The Museum of Modern Art

Over the past twenty-five years, people have weathered dramatic changes in their experience of time, space, matter, and identity. Individuals cope daily with a multitude of changes in scale and pace—working across several time zones, traveling with relative ease between satellite maps and nanoscale images, and being inundated with information. Adaptability is an ancestral distinction of intelligence, but today's instant variations in rhythm call for something stronger: elasticity, the product of adaptability plus acceleration. Design and the Elastic Mind explores the reciprocal relationship between science and design in the contemporary world by bringing together design objects and concepts that marry the most advanced scientific research with attentive consideration of human limitations, habits, and aspirations. The exhibition highlights designers' ability to grasp momentous changes in technology, science, and history—changes that demand or reflect major adjustments in human behavior—and translate them into objects that people can actually understand and use. This Web site presents over three hundred of these works, including fifty projects that are not featured in the gallery exhibition.

Read More [Catalogue](#) [Checklist](#) [Links](#) [MoMA/SEED Salons](#) [Credits](#) [Search](#)

Thinking **People and Objects** **Design for Debate** **Visualization** **Thought to Action**

Many designers, scientists, and artists have turned to design to give method to their productive tinkering, or what John Seely Brown has called "thinking." They all belong to a new culture in which experimentation is guided by engagement with the world and open, constructive collaboration with colleagues and other specialists. Whether in form of origami, nanofabrication, or growth and gelatin, thinking gives shape to the dynamic dialogue between design and science.

Design has expanded into new fields, including the interactions between people and objects. Responsive design features objects that respond to our needs rather than awaiting our instructions. The tagging of information in our environment makes this world into a live information platform. New interfaces incorporate instinctive human traits, expanding our relationships with the objects they enable us to access.

Design for Debate is a new type of practice that devises ways to discuss the social, cultural, and ethical implications of emerging technologies by presenting not only artifacts, but also the quizzical scenarios that go with them. These projects shamelessly place the human being at the center of the universe and seek to take into account scientific and technological progress while respecting and preserving our essence as individuals.

We live in an age when information is more prolific and widely available than ever before, and to visualize it is to understand it. The projects in this category demonstrate the ways in which designers and scientists tackle the extremely small and the extremely large in order to bring them to a human scale, facilitating our ability to comprehend great amounts of data.

Designers have been working to envision just objects, but also new methods of manufacture and behavioral rules that establish the future of design forms and capabilities. 3-D printing enables digital items to be directly printed into objects. Process is a new design tool that, despite its simplicity, is valuable in high-level design projects. Algorithms define how objects will evolve and respond to their circumstances, which, in a way, gives them lives of their own.

Origami

Computational Origami
Computational origami aims to create underlying geometry of paper folding and how computers can help automate the process.

Fold Load
John Van Dyke describes Fold Load as "a participatory medical interface based on folding wired paper using simple origami techniques."

Origami Compositions
Origami has come a long way from cranes folded from single squares of paper. With developments in origami mathematics, complex, extrastandard

Origami Crease Patterns
Origami has come a long way from cranes folded from single squares of paper. With developments in origami mathematics, complex, extrastandard

Origami models of the Fresnel lens
The biggest Fresnel lens base, the more light it can gather, and the deeper it can look into space. The

Future Mores

Accessories for Lonely Men 1 of 8
Accessories for Lonely Men are eight electronic devices designed to alleviate loneliness by stimulating—sometimes annoying—those that one

Accessories for Lonely Men 2 of 8
Accessories for Lonely Men are eight electronic devices designed to alleviate loneliness by stimulating—sometimes annoying—those that one

Accessories for Lonely Men 3 of 8
Accessories for Lonely Men are eight electronic devices designed to alleviate loneliness by stimulating—sometimes annoying—those that one

Accessories for Lonely Men 4 of 8
Accessories for Lonely Men are eight electronic devices designed to alleviate loneliness by stimulating—sometimes annoying—those that one

Accessories for Lonely Men 5 of 8
Accessories for Lonely Men are eight electronic devices designed to alleviate loneliness by stimulating—sometimes annoying—those that one

Harvesting the Internet

CodeProfiles
CodeProfiles is a tool developed for the Web by Museum of Modern Art and Microsoft as part of the exhibition CODES: A Cultural Database Project.

Digg Arc
Digg Arc provides a window to what's interesting about any moment—on blogs, mainstream news sites, or any other type of online content—letting users

The Dumpster (Valentines Day)
The paper relationship ending card with the prospect of addressing an e-mail for people to send back and forth on the line.

Flight Patterns
Aerial Mechanics visualizes the flight paths of birds—starlings, swarms, flocks—flying and hovering around the earth. The installation, which

Google Earth mashups 1 of 14
Aerial Mechanics explores culture, new type, and conditions of embeddedness computational path

3D Printing

3-D woven scaffolds for tissue regeneration
Patrick Galle and Francis Heesler's 3-D woven scaffolds are bioinspired used to guide tissue growth in order to "develop living materials that can be

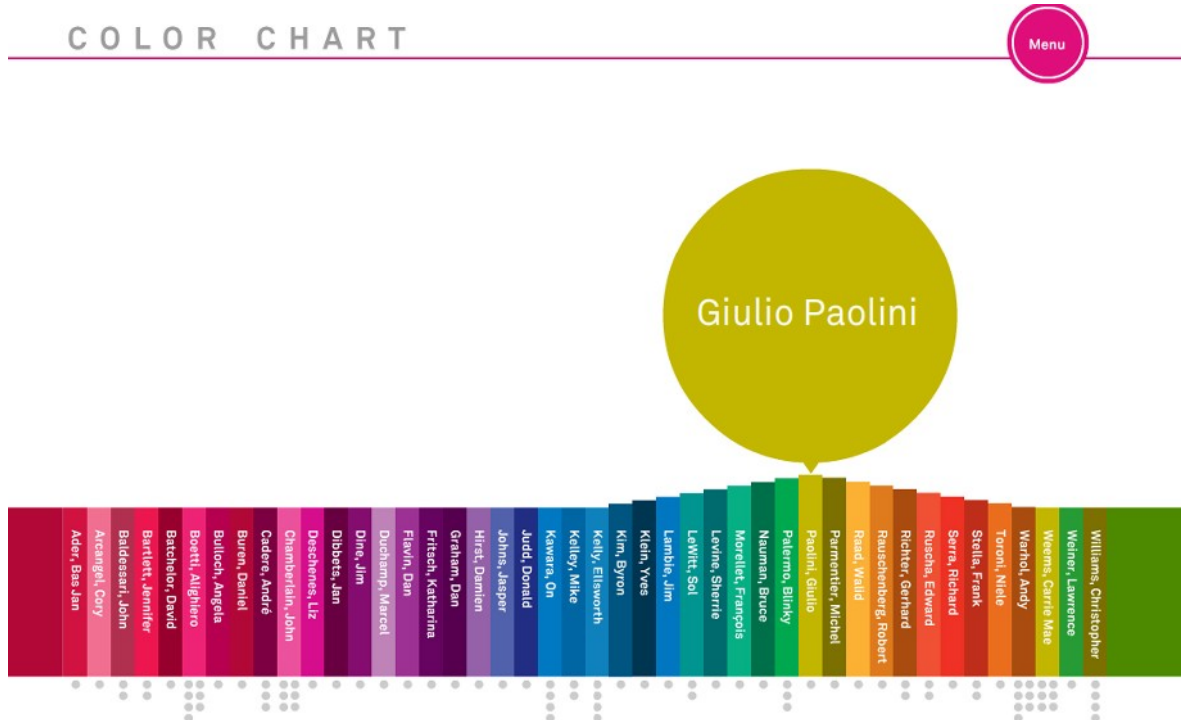
Attracted to Light
Attached to Light restores the waste behavior's motion upon the stimulus of light," explains the designer. The trajectory is captured through

Bone Furniture 1 of 2
In a transfer of design from the natural world to a man-made object, Lawrence's Bone Furniture is based on the generative process of bones. They

Bone Furniture 2 of 2
In a transfer of design from the natural world to a man-made object, Lawrence's Bone Furniture is based on the generative process of bones. They

Contour Crafting
The active of mass production of complex 3-D objects

Design and the Elastic Mind (<http://www.moma.org/>).



Color Chart: Reinventing Color 1950 to today (<http://www.moma.org/>).

PŘÍLOHA P 11: ARTLIST.CZ



ARTLIST

ARTLIST je databáze současného českého výtvarného umění, projekt Centra pro současné umění Praha, o.p.s. (www.foca.cz), která dokumentuje vývoj českého umění ve všech jeho projevech (tj. umělci, výstavy, galerie, pojmy) od 2. poloviny 20. století do současnosti. Databáze si klade za cíl sloužit jak odborné, tak laické veřejnosti, a to na místní i mezinárodní úrovni.

Internetová verze ARTLISTu byla spuštěna roku 2006 jako pokračování dokumentace Sorosova centra pro současné umění-Praha budované od roku 1992. ARTLIST se tak připojí k dalším obdobným projektům mapujícím české výtvarné umění na internetu: www.sca-art.cz, www.artarchiv.cz a především www.i-datam.cz, projekt VVP AVU, se kterým ARTLIST uzavřel spolupráci o propojování databází formou vzájemného protínkování. Obě databáze si však přitom zachovávají svou specifickou podobu (i-datam má stručnější a přesnější vědecký charakter, ARTLIST je extenzivnější, vede kritických anotací zdůrazňuje i obrazovou dokumentační složku).

ARTLIST představuje otevřený projekt, jenž je v neustálém procesu vývoje, vznikají nová hesla, aktualizuje se obrazová dokumentace, doplňují se anglické překlady – vše v závislosti na finančních prostředcích – grantech. Mějte s námi tedy prosím trpělivost, pokud zde hned nenaleznete to, co jste hledali!

ARTLIST je databáze výběrová, o zastoupení umělců spolurozhoduje odborná obec teoretiků a historiků umění, kterou v současné době (rok 2010) jmenovitě zastupují tyto osoby: V. Borozán, G. Bukovinská, M. Fišer, V. Havránek, V. Havlík, L. Hlaváček, J. Hlaváčková, E. Jeřábková, V. Jirousová, M. Kalhous, M. Kimešová, D. Korecký, R. Koryčánek, D. Kulhánek, V. Magid, P. Morganová, M. Nešlehová, M. Pochmanová, K. Pietrasová, T. Pospiszyl, P. Sedláč, Z. Štefková, P. Vančát, P. Vaňous, J. Zemánek.

ARTLIST má i své facebookové své stránky (www.facebook.com/pages/ARTLIST/285010970594), kde informuje o novinkách a nabízí otevřený prostor pro připomínky a dotazy.

Máte-li jakékoli dotazy ohledně technického fungování databáze, navštivte prosím sekci "FAQ". Připomínky, dotazy a názory týkající se obsahové náplně ARTLISTu pište prosím na adresu: katerina.pietrasova@seznam.cz.

poslední přidaná díla



Obvdlí, 1979



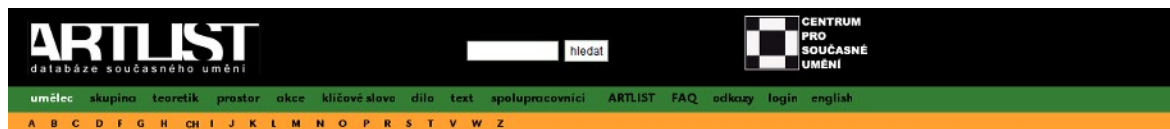
Figura, 1979



Díptich, 1974



Úvodní stránka webu (<http://artlist.cz/>).



A

[Adamec David](#)
[Alt Hynek](#)
[Alvaer Jesper James](#)
[Ambrož Jan](#)
[Anlaufová Jitka](#)
[Arisмени Silvína](#)
[Artamonov Vasil](#)

B

[Baladrán Zbyněk](#)
[Balcar Jiří](#)
[Baňka Pavel](#)
[Baňková Markéta](#)
[Baráčková Daniela](#)
[Bartůnek Jiří](#)
[Benish Barbara](#)
[Bielický Michael](#)
[Birous Vladimír](#)
[Blabolilová Marie](#)
[Bohm David](#)
[Boff Josef](#)
[Bomová Erika](#)
[Bošák Václav](#)
[Boudník Vladimír](#)
[Brodý Ondřej](#)
[Bromová Veronika](#)

C

[Cais Milan](#)
[Cíler Václav](#)
[Cihlář Michal](#)
[Čiřaňovský Tomáš](#)
[Čzesání Jonáš](#)
[Čechová Olga](#)
[Černický Jiří](#)
[Černý David](#)
[Černý Filip](#)

[Daněk Josef](#)

Abecední seznam v sekci umělec (<http://artlist.cz/>).

Jiří Thýn

Jméno
Jiří

Příjmení
Thýn

Narození
1977

Místo narození
Praha

Žije a pracuje v
Praze

E-mail
jirka.thyn@post.cz

Web
www.ladwebic.cz

Klíčová slova
fotografie

Info

Ve své práci ohledává Jiří Thýn možnosti fotografie a testuje hranici mezi fotografovaným a viděným. Přestože řadí fotografie do cyklů, nevytváří početné série snímků na jedno téma. Cyklus využívá jako rámec přemýšlení o určitém problému, na který ukazuje z různých úhlů pohledu. Na výstavách kombinuje fotografie různých formátů s trojrozměrnými objekty a vytváří rytmizovaný celek, kde mezprostory zesilují sdělení. Obnažuje fotografii, aby ukázal, co předurčuje veškerou práci v tomto médiu. V jeho tvorbě se fotografická tradice nenásilně propojuje se současným postkonceptualismem.

Vybraná díla



Anna Chromý, 2002



Bez názvu, 2002



Bez názvu (z cyklu Best Before),
2004



Bez názvu (z cyklu Best Before),
2004



Ukázka karty umělce Jiřího Thýna (<http://artlist.cz/>).

Bez názvu (z cyklu All the Best)

Název
Bez názvu (z cyklu All the Best)

Autor
Thýn Jiří

Rok
2006

Technika a rozměry
instalace, diapozitiv

Info
Tento bod je od této chvíle také součástí tvého života.

Foto



Ukázka konkrétního díla od Jiřího Thýna (<http://artlist.cz/>).

PŘÍLOHA P 12: REDESIGN ARTLISTU

databáze současného umění
ARTLIST

UPOZORNĚNÍ. Artlist prošel redesignem. Přibyl nový nástroj vyhledávací filtr a sekce menu byly obohaceny o různé možnosti zobrazení informací (v souvislosti s fotografiemi, časovou osou, kategoriemi). Dalším přínosem je uspořádání karet a vylepšená fotogalerie.

ARTLIST je databáze současného českého výtvarného umění, která dokumentuje vývoj ve všech jeho projevech (tj. umělci, výstavy, galerie, pojmy) od 2. poloviny 20. století do současnosti. Databáze představuje otevřený projekt, jenž je v neustálém procesu vývoje, vznikají nová hesla, aktualizuje se obrazová dokumentace, doplňují se anglické překlady – vše v závislosti na finančních prostředcích – grantech. Mějte s námi tedy prosím trpělivost, pokud zde hned nenaleznete to, co jste hledali!

Více v sekci [ARTLIST](#)

POSLEDNÍ PŘIDANÁ DÍLA DO DATABÁZE:
ADAMEC, Jakub
Západ slunce na čerstvě posečené louce, 2003



UMĚLEC
SKUPINA
DÍLO
KATEGORIE
PROSTOR
AKCE
TEORETIK
TEXT

celý web

HLEDAT
VYHLEDÁVACÍ FILTR

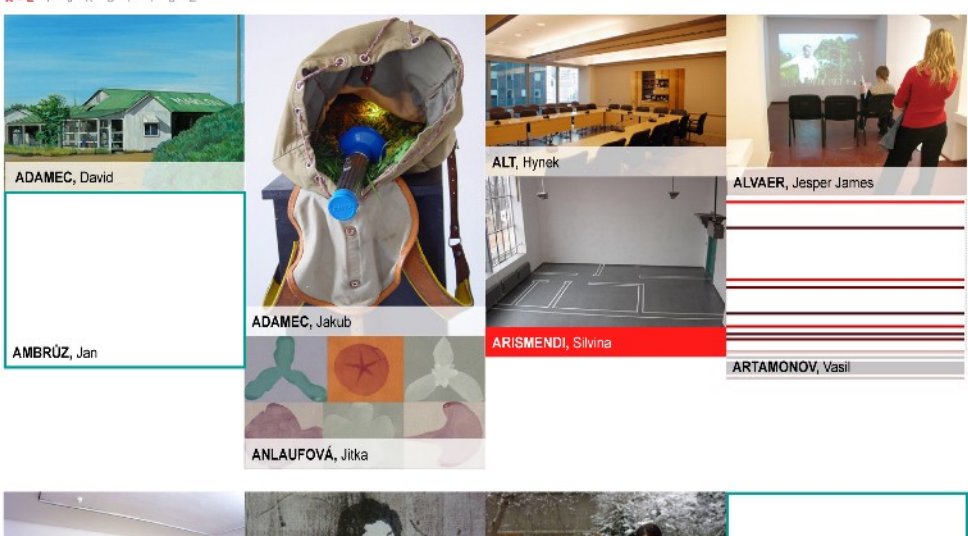
ARTLIST
FAQ
FACEBOOK
AUTOŘI KARET
LOGIN
ENGLISH

Úvodní strana.

databáze současného umění
ARTLIST

A - E F - J K - O P - T U - Z

obrazový seznam



ADAMEC, David

AMBRŮZ, Jan

ADAMEC, Jakub

ANLAUFOVÁ, Jitka

ALT, Hynek

ARISMENDI, Silvína

ALVAER, Jesper James

ARTAMONOV, Vasil

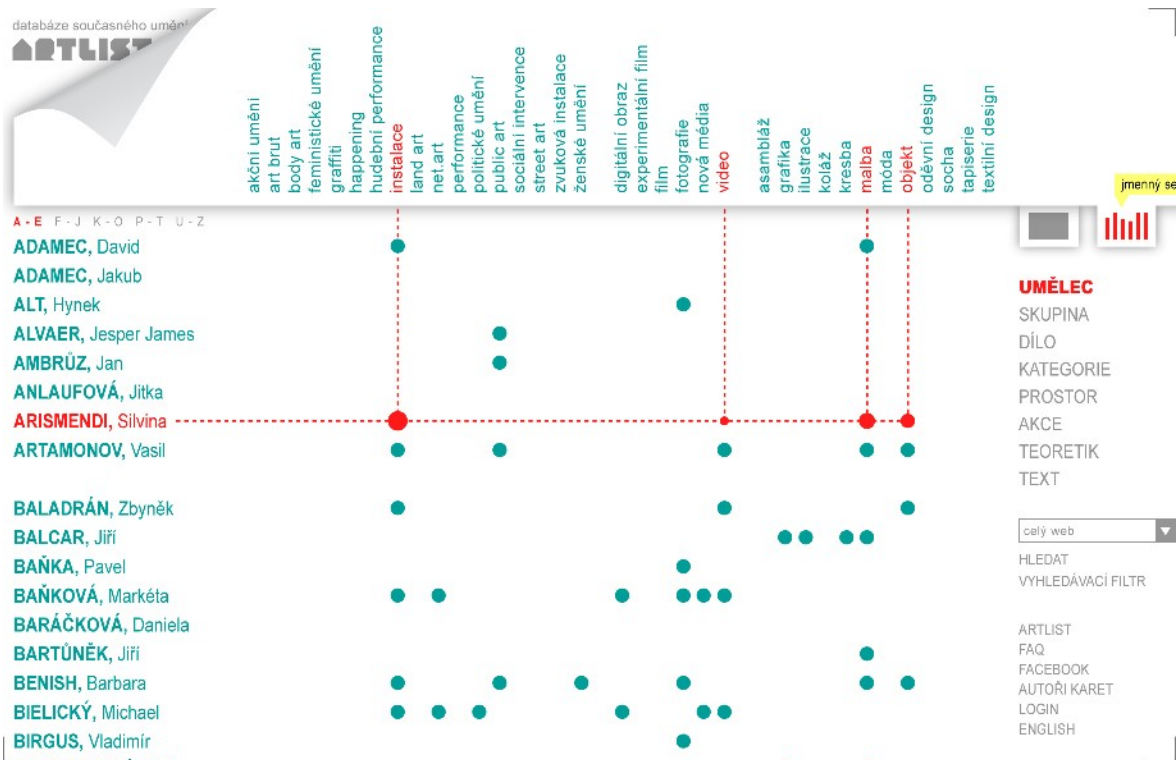
UMĚLEC
SKUPINA
DÍLO
KATEGORIE
PROSTOR
AKCE
TEORETIK
TEXT

celý web

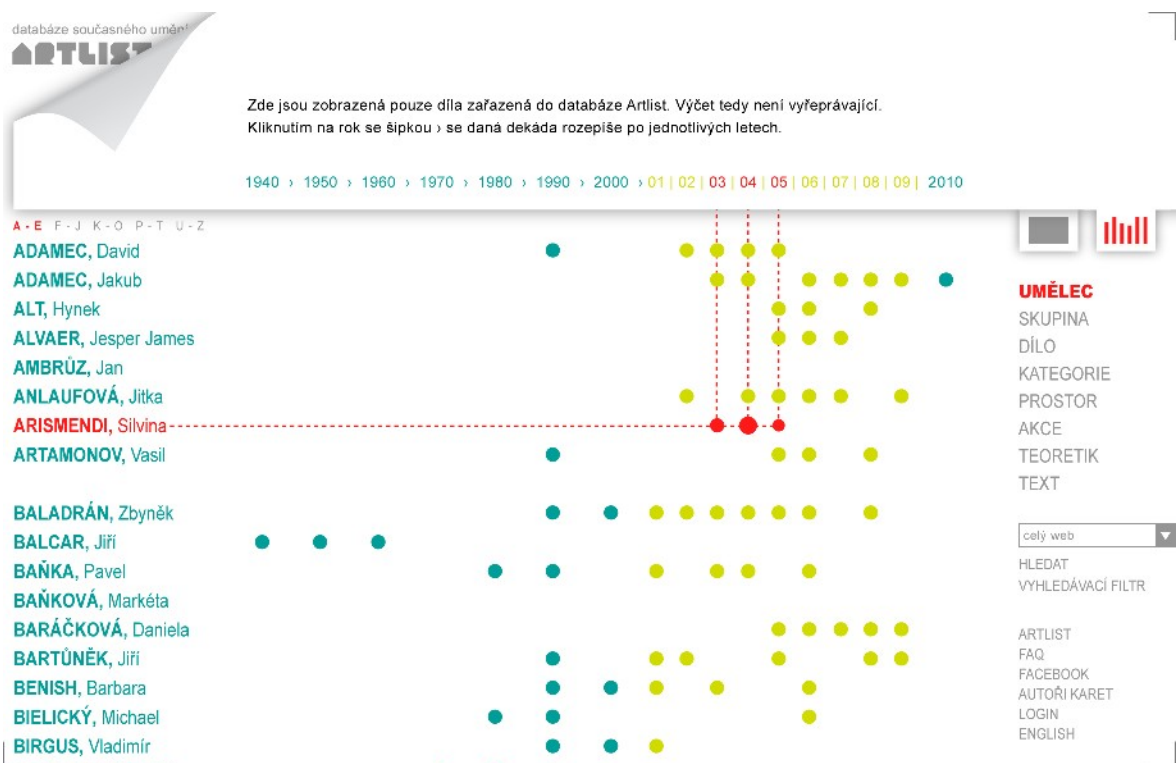
HLEDAT
VYHLEDÁVACÍ FILTR

ARTLIST
FAQ
FACEBOOK
AUTOŘI KARET
LOGIN
ENGLISH

Obrazový seznam v sekci umělec.



Abecední seznam umělců a kategorie.



Abecední seznam umělců a časová osa.

databáze současného umění
ARTLIST

hlavní město Praha
Jihočeský kraj
Jihomoravský kraj
Karlovarský kraj
Královhradecký kraj
Liberecký kraj
Moravskoslezský kraj
Olomoucký kraj
Pardubický kraj
Plzeňský kraj
Praha
Středočeský kraj
Ústecký kraj
Vysočina
Zlínský kraj

A · E F · J K · O P · T U · Z

(A)Void Gallery ●

36 Olomouc ●

A.M. 180 Gallery ●
Altán Klamovka ●
AP Galerie ●
Art Wall ●
ArtPro - Galerie plastiky ●
Ateliér Josefa Sudka ●
Aulos ●

Blatiny ●
Bubec, sochařské studio ●

Centrum nové architektury ●
Černý pavouk ●
České centrum ●

UMĚLEC
SKUPINA
DÍLO
KATEGORIE
PROSTOR
AKCE
TEORETIK
TEXT

celý web ▼
HLEDAT
VYHLEDÁVACÍ FILTR

ARTLIST
FAQ
FACEBOOK
AUTOŘI KARET
LOGIN
ENGLISH

Abecední seznam muzeí a galerií a kraje České republiky.

databáze současného umění
ARTLIST

VYHLEDÁVACÍ FILTR

KATEGORIE

- akční umění
- art brut
- body art
- feministické umění
- graffiti
- happening
- hudební performance
- instalace
- land art
- net.art
- performance
- politické umění
- public art
- sociální intervence
- street art
- zvuková instalace
- ženské umění
- digitální obraz
- experimentální film
- film
- fotografie
- nová média
- video
- assembláž
- grafika
- ilustrace
- koláž
- kresba
- malba
- móda
- objekt
- oděvní design
- socha
- tapiserie
- textilní design

OBDOBÍ

- 1950 ^
- 1960 ^
- 1970 ^
- 1980 ^
- 1990 ^
- 2000 v
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- 2009
- 2010

TYP

- umělec
- skupina
- dílo
- akce

VYHLEDEJ

UMĚLEC
SKUPINA
DÍLO
KATEGORIE
PROSTOR
AKCE
TEORETIK
TEXT

celý web ▼
HLEDAT
VYHLEDÁVACÍ FILTR

ARTLIST
FAQ
FACEBOOK
AUTOŘI KARET
LOGIN
ENGLISH

Vyhledávací filtr.

ARISMENDI, Silvina

Narozen/a 23 červenec 1976 v Montevideo, Uruguay
Žije a pracuje v Praze

Kontakty
www.silvinaarismendi.com

Klíčová slova
[instalace](#)
[malba](#)
[objekt](#)
[video](#)

Info
[Profesní životopis](#)
[Samostatné výstavy](#)
[Skupinové výstavy zařazené do databáze](#)
[Skupinové výstavy nezařazené do databáze](#)
[Články](#)

Silvina Arismendi patří k všestranně zaměřeným umělcům. Často využívá strategie drobných zásahů do Artlist reality ([U Kuliové, Štítkovačka](#)) a konceptuálně laděných sérií inspirovaných bezprostředním sledováním okolí ([dokumentace barevných zkoušek na fasádách](#)). S oblibou rozvíjí situace, které jí umožňují přímo komunikovat se svým publikem. Tak tomu bylo například v projektu [cincuentacincuenta](#) (padesát na padesát), kdy na objednávku malovala barevné čtverce přímo na zeď u známých doma, nebo když uspořádala oslavu svých narozenin v galerii, kam pozvala nic netušící návštěvníky ([Díky, že jste přišli](#)). Jiným zdrojem inspirace je napětí mezi její vzdálenou domovinou a místem, kde v současnosti žije. Toto téma využila v projektu [-scape*](#), v rámci kterého přenesla do galerie [púdorys svého rodného domu](#), nebo když v manipulovaných fotografiích oživila pražské ulice palmami. Podobně zaměřené jsou i práce tematizující její věčné stěhování ([Things made by people, Stěhování](#)). Jejím oblíbeným námětem a zároveň také sochařským materiálem se staly mycí houbičky ([instalace podlahy v Galerii Jelení](#), v bratislavské galerii Hit, či v rámci výstavy [Indikace](#) v prostorách bývalé zubní polikliniky).

Autor anotace
Zuzana Štefková

info

T

UMĚLEC

[SKUPINA](#)
[DÍLO](#)
[KATEGORIE](#)
[PROSTOR](#)
[AKCE](#)
[TEORETIK](#)
[TEXT](#)

celý web

[HLEDAT](#)
[VYHLEDÁVACÍ FILTR](#)

[ARTLIST](#)
[FAQ](#)
[FACEBOOK](#)
[AUTOŘI KARET](#)
[LOGIN](#)
[ENGLISH](#)

Osobní karta umělkyně Silviny Arismendi.

ARISMENDI, Silvina

Globus

Rok
2004

[objekt](#)

Technika a rozměry
papír, 13 cm průměr (různé)

Vzala jsem mapu světa a jednoduchými gesty proměnila toto dvourozměrné fiktivní znázornění světa v poněkud hmatatelnější lež.



tvorba

T

UMĚLEC

[SKUPINA](#)
[DÍLO](#)
[KATEGORIE](#)
[PROSTOR](#)
[AKCE](#)
[TEORETIK](#)
[TEXT](#)

celý web

[HLEDAT](#)
[VYHLEDÁVACÍ FILTR](#)

[ARTLIST](#)
[FAQ](#)
[FACEBOOK](#)
[AUTOŘI KARET](#)
[LOGIN](#)
[ENGLISH](#)

Karta konkrétního díla Globus od Silviny Arismendi.