

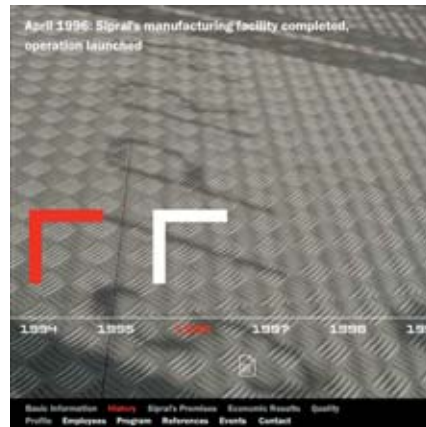


Tato tři písmena mohou znamenat ledacos. Po zadání do vyhledávače dostanete podobná vysvětlení jako: Deutsche Gesellschaft für Urologie, Dansk Golf Union nebo také Dílna pro grafickou úpravu... Pod tímto názvem dnes existuje pražské design studio. Následující rozhovor jsem vedl s partnery studia Petrem Knoblochem (1962) a Tomášem Celiznou (1977).

Kde jste se poprvé potkali a jak došlo ke vzniku studia?

Poprvé jsme se potkali v roce 2000 ve firmě Samba Digital Media, internetovém start-upu, kde jsme společně pracovali v designovém týmu. Postupně jsme pak po roce ze Samby odešli. Ke vzniku vlastního studia byl už jenom krok.

Jak vnímáte svoji pozici na trhu?



Snažíme se profilovat jako design studio, které nabízí servis pro široké spektrum komunikačních médií – od webu přes tisk po informační systémy či video.

Které z médií ve vaší práci převládá?

Hodně se na nás klienti obracejí ohledně tvorby webových a interaktivních projektů, nicméně téměř polovinu práce tvoří ostatní média – zakázky pro tisk, spolupráce s architekty na informačních systémech budov a exteriérové grafice apod.

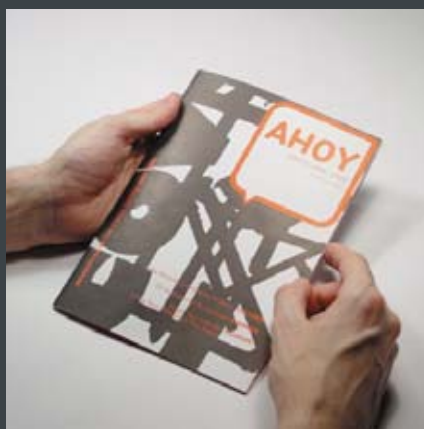
Kdo jsou vaši klienti?

V podstatě se dá říci, že jsou z různých sfér. Od firem různé velikosti přes kulturní instituce a galerie až po neziskové a státní organizace. Patří mezi ně například Národní galerie, Sipral, Husky, Správa Českých Center, ADNS architekti, České centrum v New Yorku, Galerie Jaroslava Fragnera, Uměleckoprůmyslové muzeum, Divadelní ústav a další.

Poprvé jsem si vás jako studia všiml v kreditu k webu firmy Husky (www.huskycz.cz).

Webové stránky pro Husky jsou projekt, který měl prozatím největší ohlas. Asi proto, že pojetí produktového webu je tu trochu netradiční. Koncept je postaven na nápadu „oblékání“, což si přímo říkalo o použití technologie Flash. Ta se nám hodila nejen pro realizaci vlastního konceptu, ale i z technických důvodů – stránky obsahují značné množství fotografií produktů a pomocí Flashe se nám podařilo velmi dobře optimalizovat jejich načítání.





Jak se připravovaly fotografie?

Fotografie jsou prací Salima Issy a Štěpánky Stein a určitě přispěly k úspěchu celého projektu.

Fotografování bylo poměrně náročné, protože bylo potřeba nafotit všechny produkty na těle modelů ve stejné pozici, abychom mohli zaimagovat „oblékač“ efekt.

Vím, že jste s webem Husky uspěli i ve světě...

Web byl jedním ze čtyř finalistů Flash Forward 2003 – Flash Film Festival, který se koná každoročně v San Franciscu. Byli jsme vybráni v kategorii Commerce mimo jiné společně s webem pro Nike a Volvo, což nás potěšilo i přes to, že nakonec cenu dostaly stránky pro Volvo :). Husky stránky byly také oceněny na řadě oborových serverů a psalo se o nich ve francouzském designovém časopise Étapes a v britském Create Online.

Máte tedy k této zakázce zvláštní vztah?

Je to zakázka jako každá jiná, možná jen trochu viditelnější. :) Snažíme se přistupovat ke každému projektu individuálně a hledat nejvhodnější řešení na konkrétní zadání. Autentičnost je pro nás určitě jednou z hlavních priorit.

Jakými dalšími weby se můžete pochlubit?

Například webem pro dodavatele prosklených obvodových pláštíků Sipral (www.sipral.cz), stránkami výstavy Pokladnice umění z Kjóta pro Asijskou sbírku Národní galerie (www.ngprague.cz/japanautumn), stránkami soukromé prodejny galerie Antikva Nova Kodl (www.galeriekodl.cz), webem výstavy Andy Warhol: His Art and Life pro Sbirku současného a moderního umění Národní galerie (www.ngprague.cz/warhol), stránkami Národní galerie samotné (www.ngprague.cz).

Jak dlouho trvá vývoj webu, jako je například Sipral.cz?

Vlastní práce trvala zhruba tři až čtyři měsíce, předcházelo jí však ještě

dvouměsíční pilování struktury a obsahu společně s klientem. V tomto ohledu se považujeme nejen za designérské studio, ale i za konzultační firmu. Klient často přesně netuší, jaké možnosti mu internet nabízí a jak informace pro toto médium strukturovat. Každý projekt začínáme společným vytvořením takzvané „sitemap“ (mapy stránek), která detailně popisuje strukturu, rozsah informací a funkční parametry budoucího webu. Z tohoto dokumentu vycházejí veškeré další práce – ze strany klienta je to dodání kompletních podkladů, z naší strany vytvoření koncepčních a vizuálních návrhů či vlastního technického řešení celého webu atp.

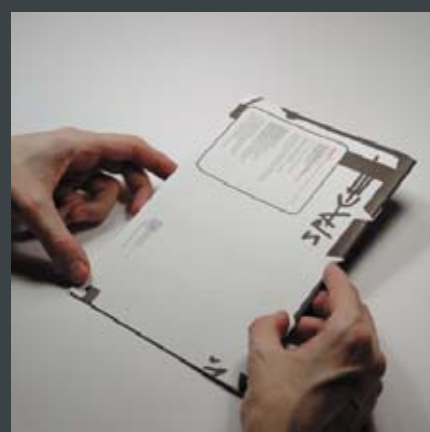
Všiml jsem si, že většina vašich webů je postavena ve Flashi...

Ano, Flash nám vyhovuje svými možnostmi – jednak dává šanci více pracovat s interaktivitou, současně to už dnes není jen efektní animační nástroj jako ve svých počátcích, ale umožňuje i poměrně složitá technická řešení (propojení s databází, optimalizace načítání dat, propojení s webovými službami apod.).

Standardně stavíme Flashe a potažmo všechny weby tak, aby byly jednoduše aktualizovatelné – ať už přes XML soubory či přes komplexní administrační systém. Klient tak může využít hlavní přednosti internetu – aktuálnosti publikovaných informací. Nikdo přeci nemá rád web s rok starou „novinkou“ na hlavní stránce.

Jaký používáte administrační nástroj?

Vytvořili jsme si vlastní systém, který se, postupem času, s každým dalším projektem snažíme zdokonalovat. Striktně oddělujeme obsah od formy a pokoušíme se nabídnout uživateli maximální komfort ovládání. Celá správa nevyžaduje znalost technických detailů (HTML atp.). Administrátorem webu tak může být každý, kdo má základní znalost práce s počítačem. Ve výsledku pak administrátor zadává pouze „čistá“ data (včetně obrazových), která se na serveru automaticky





formátují do námi předem navržené a definované vizuální podoby.

Programujete si svoje weby sami?

Ano, preferujeme kontrolu nad celým procesem projektu – výsledná vizuální forma je „jen“ jednou ze složek celkového řešení. Stejný důraz klademe i na obsahovou a funkční stránku. Programátor je tak nepostradatelným členem studia stejně jako site builder.

V čem je pro vás web jako médium zajímavý?

Je to platforma, která je stále ještě relativně mladá, neustále se vyvíjí a neustále nabízí další nové možnosti. Přitahuje nás na něm snadná a rychlá dostupnost informací, celosvětový dosah, interaktivita, propojení s jinými technologiemi, svým způsobem i jeho pomíjivost... Není předem jednoznačně definovaná struktura a hierarchie informací a způsob, jak se k nim dostat. Informace se pokaždé dají „poskládat“ jinak – ke stejnému cíli vede mnoho cest.

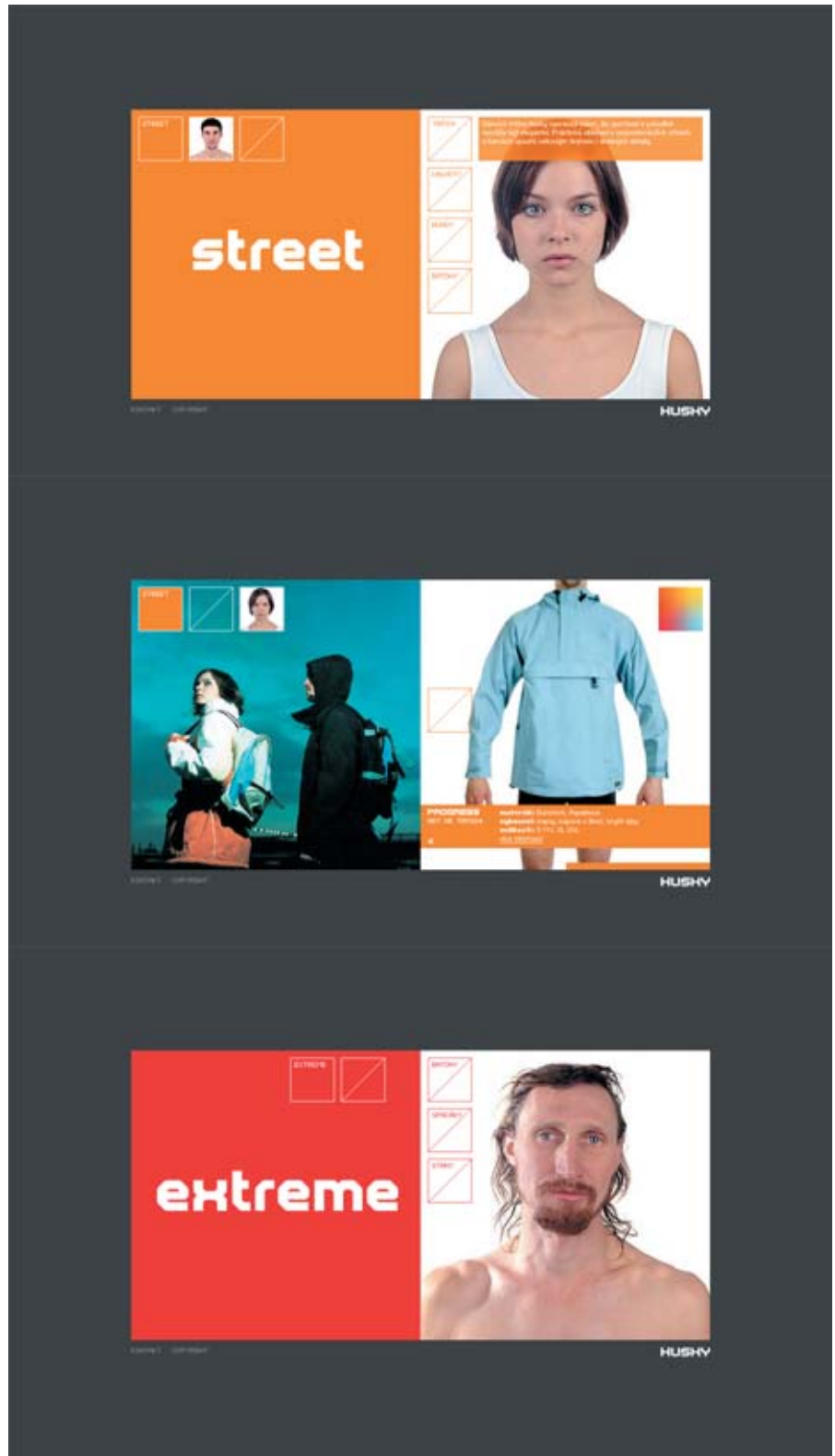
Jaká je vaše spolupráce ve studiu?

Nejsme v tomhle žádnou výjimkou – studio jsme zakládali především kvůli výhodám týmové práce. Podle potřeb projektu a časové vytíženosti pracujeme buď individuálně nebo i společně u jednoho počítače dohromady, což se nám překvapivě osvědčilo.

Zmínili jste, že tiskové zakázky tvoří téměř polovinu práce studia...

Pracovali jsme nebo pracujeme na projektech firemní identity, výročních zprávách, firemních prezentacích, katalozích k výstavám, publikacích, knížkách... Ze všeho nejrady ale máme, když za námi někdo přijde s komplexní zakázkou. Je nesporně výhodou, když klient komunikuje ve všech médiích jednotně a promyšleně s využitím jedinečnosti a specifik každého z nich. Tak může například web podporovat/doplňovat tisk či třeba architektonické řešení výstavy a nebo samozřejmě naopak.

Jaká kritéria by měl podle vás splňovat moderní corporate identity?





Autentický, nadčasový, snadno a rychle rozpoznatelný a zapamatovatelný, osobitý.

Potěšil vás nějaký počín ve světě grafického designu z poslední doby?

Našlo by se toho určitě víc. Když vezmeme „poslední dobu“ trochu ze široka, tak třeba autorská knížka Štefana Sagmeistera *Made You Look*, vlajka Evropy od architekta Rema Koolhaase, všechna dosavadní čísla časopisu *dot.dot.dot* Petera Biláka a Stuarta Baileyho, v českém rybníce výstava *Isotype* připravená Alanem Zárubou, taky přerod časopisu *Typografia* na *Typo*, standardně kvalitní úprava časopisu *Blok*, celá kampaň na supermarket *Český sen...* A vlastně ze všeho nejvíc, že jsme si konečně po dlouhém rozhodování vybrali a pořídili brašny Freitag (www.freitag.ch). :-)

Rozladilo vás něco ze světa grafiky, připadalo vám něco na tomto poli diskutabilní?

Rozladit se jen tak nenecháme. :) Ale o diskutabilní věci není nikdy nouze, obzvláště v Čechách. Třeba značka pro pražský summit NATO byla podle nás skutečně vyparáděná, pokud máme uvést jeden příklad za všechny.

Na čem v současné době pracujete?

Právě finišujeme na webových stránkách a velkoplošných animacích k retrospektivní výstavě Ladislava Sutnara, kterou společně pořádají Uměleckoprůmyslové muzeum a Správa Pražského hradu. Zároveň vytváříme firemní identitu pro jednu londýnskou „healthcare“ firmu, součástí je i webová prezentace. Před námi je také změna firemního stylu české softwarové firmy, opět včetně webu. Dokončili jsme tiskové materiály k výstavě mladých rakouských architektů pro Galerii Jaroslava Fragnera a právě se tiskne kniha o současné české scénografii, jejímž zadavatelem byl Divadelní ústav.

Máte nějaký vysněný projekt?

www.dgu.cz :-)

Jan Tippman



healthcare technology and life science

biodee

biodee

biodee

biodee is a consultancy focusing on the intersection between healthcare and technology. Specialising in strategy, marketing and innovation, we provide real solutions with real implementation plans.