

# **Neville Brody**

Leona Kubišová, DiS.

---

Bakalářská práce  
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Kabinet teoretických studií  
akademický rok: 2011/2012

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Leona KUBIŠOVÁ, DiS.**  
Osobní číslo: **K09262**  
Studijní program: **B 8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimedia a design – Grafický design**

Téma práce: **Neville Brody**

## Zásady pro vypracování:

### 1. Teoretická část:

**Rozsah práce:** minimálně 25 stran + přílohy, odevzdat válelektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz Směrnice rektora č. 15/2010) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiči, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má mít volnější grafickou podobu.

**Pokyny pro vypracování:** Shromáždění dat a informací o životě a díle, obrazové dokumentace osoby i díla, jazykové a literární zpracování všech údajů do formy dokumentu či popisu.

### 2. Praktická část:

**Vytvoření malé monografie.** Autorská kniha ve všech segmentech realizace, s uplatněním všech získaných údajů tak, aby zvolené prostředky vystihovaly charakteristické prvky vybraného autora (autorská typografie, formát, písmo, skladba knihy, kompozice stran, kapitol a začlenění obrazového materiálu do struktury knihy, včetně vazby).

**Forma zpracování:** tištěná/umělecké dílo.

Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 ks obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK.

**Formát pro bitmapové podklady:** JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. **Formáty pro vektory:** AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

Wozencroft, John, *The Graphic Language of Neville Brody 1*,

Londýn: Thames & Hudson, 1988. ISBN 0-500-27496-7

Wozencroft, John, *The Graphic Language of Neville Brody 2*,

Londýn: Thames & Hudson, 1994.

ISBN 0-500-27770-2

Samara, Timothy, *Grafický design*, Praha: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3

Dabner, David, *Grafický design v praxi*, Praha: Slovart, 2004. ISBN 80-7209-597-8

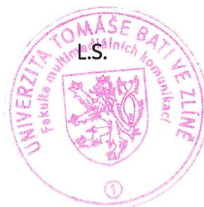
Blažek, Filip a Pavel Kočíčka, *Praktická typografie*, Brno: Computer Press, 2007.


ISBN 80-7226-385-4

Vedoucí bakalářské práce: **doc. PaedDr. Jiří Eliška**  
Ústav reklamní fotografie a grafiky  
Datum zadání bakalářské práce: **15. listopadu 2011**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **18. května 2012**

Ve Zlíně dne 6. března 2012

  
doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.  
*děkanka*



  
Mgr. Lukáš Gregor  
*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 <sup>1)</sup>;
- 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 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> 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 <sup>3)</sup> 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 .....  
16.3.2012

LEONA KUSÍČOVÁ  
Jméno, příjmení, podpis

<sup>1)</sup> 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 nahlázení 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 pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

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

<sup>2)</sup> 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, u které 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 vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

<sup>3)</sup> 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 výdělku jím 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 přihlídnou k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Práce se zabývá tvorbou jednoho z nevlivnějších designérů posledních dvou dekád 20. století, britského grafika, typografa a art directora Nevilla Brodyho.

Klíčová slova:

experimentální typografie, nové trendy ve vizuální komunikaci, grafický jazyk, digitální zpracování

## **ABSTRACT**

This thesis is concerned with work of one of the most influential designers last two decades of 20<sup>th</sup> century, british graphic designer, typograph and art director Neville Brody.

Keywords:

experimental typography, new trends in visual communication, graphic language, digital processing

Děkuji vedoucímu mé bakalářské práce Doc. Paedr. Jiřímu Eliškovi za rady a připomínky při konzultacích.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské / diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

*"People think that digital language is a fixed language, but it's not: it's very fluid. It's like I'm doing a painting where the paint refuses to dry."*

Neville Brody

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST.....</b>	<b>11</b>
<b>1PŘEDSTAVENÍ.....</b>	<b>12</b>
<b>2POČÁTKY TVORBY.....</b>	<b>14</b>
2.1TYPOGRAFIE.....	17
2.1.1Tvorba fontů.....	18
2.1.2Logo The Face.....	19
2.2PRÁCE PRO HUDEBNÍ VYDAVATELSTVÍ.....	20
2.2.1Fetish Records .....	20
2.2.2Cabaret Voltaire.....	21
2.2.323 Skidoo.....	22
2.3KNIŽNÍ TVORBA .....	23
2.4ČASOPISECKÁ TVORBA .....	23
2.4.1Magazín The Face.....	25
2.4.2Časopis New Socialist.....	26
2.4.3Programový magazín City Limits.....	27
2.4.4Arena.....	28
2.5PLAKÁTOVÁ TVORBA.....	28
<b>3GRAFICKÝ JAZYK NEVILLA BRODYHO.....</b>	<b>29</b>
3.1TYPOGRAFICKÉ UMĚNÍ NEVILLA BRODYHO.....	34
3.1.1Fuse.....	34
3.1.2FontShop.....	34
3.2MAGAZÍNY PRO PÁNY, DÁMY A OSTATNÍ.....	35
3.2.1Per Lui.....	35
3.2.2Lei .....	36
3.2.3Actuel.....	36
3.2.4Časopis Arena.....	37
3.3KLIENTI BRODYHO STUDIA A DALŠÍ ZAJÍMAVÉ ZAKÁZKY.....	37
3.3.1PTT holandský Telecom.....	38
3.3.2Obchodní dům Parco.....	38
3.3.3Body Shop.....	39
3.3.4Haus der Kulturen der Welt.....	39
3.3.5Kunst und Ausstellungshalle v Bonnu.....	40
3.4TELEVIZNÍ GRAFIKA.....	40
3.4.1ORF.....	41
3.4.2Stanice Premiere.....	42
<b>4RESEARCH STUDIOS.....</b>	<b>44</b>
4.1HISTORIE STUDIA.....	45
4.2TYPOGRAFIE.....	46
4.2.1Fuse.....	46
4.2.2Nové fonty.....	47



4.3	INTERAKTIVNÍ PROJEKTY A MULTIMÉDIA.....	47
4.3.1	Guardian Unlimited .....	47
4.3.2	“Double dip” granimator.....	48
4.3.3	BBC.....	48
4.4	FILMOVÉ ZAKÁZKY.....	49
4.5	PUBLIKACE.....	50
4.5.1	Výroční zpráva pro D&AD.....	50
4.5.2	Kalendář Research Studios.....	50
4.5.3	The Graphic Language of Neville Brody 1 a 2.....	51
4.6	ČASOPISY A NOVINY.....	51
4.6.1	The Times – redesign klasiky.....	51
4.6.2	Arena Homme +.....	52
4.7	KLIENTI RESEARCH STUDIOS.....	52
4.7.1	Kenzo.....	53
4.7.2	YSL.....	53
4.7.3	Tribeca / Issey Miyake.....	54
4.7.4	Bonfire Snowboarding.....	54
4.7.5	Macromedia.....	54
4.7.6	Aniboom.....	55
4.7.7	Music for Youth.....	55
4.7.8	Dom Pérignon.....	56
4.8	VÝSTAVY.....	56
4.8.1	Umění na posvátných místech.....	57
4.8.2	Embedded Art.....	57
4.8.3	Super Contemporary.....	58
4.8.4	Anti Design Festival.....	58
4.8.5	Summer Exhibition 2010 - Royal Academy of Arts.....	58
4.8.6	GGG Tokyo.....	59
4.8.7	Off Canvas.....	59
<b>II</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>60</b>
	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>63</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>65</b>
	<b>SEZNAM CITACÍ.....</b>	<b>67</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>69</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ – PŘÍLOHA A.....</b>	<b>70</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ – PŘÍLOHA B.....</b>	<b>84</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>85</b>

## ÚVOD

Cílem této práce je dokumentace dosavadní tvorby typografa a grafického designéra Nevilla Brodyho a vytvoření jeho monografie. Jen málo výjimečných osobností dokázalo po celá desetiletí kontinuálně měnit estetiku i způsob vnímání grafického designu. Zcela osobité a průkopnické dílo Nevilla Brodyho zanechalo nesmazatelnou stopu v historii výtvarného umění 20. a 21. století. Na první pohled avantgardní, rebelující přístup Brodyho, podporovaný dobově podmíněným nástupem nových technologií, si dodnes uchovává svou specifickou provokativní dynamiku, novátorství a nekompromisní popírání zažitých stálostí a klišé.

Brodyho aktivity se neomezují jen na grafický design, zahrnují rovněž koncepční či spíše konceptualistická řešení některých komerčních či nekomerčních projektů, vizuální komunikaci a lektorskou a konzultační činnost.

Vzhledem k tomu, že Neville Brody patří k žijícím současníkům, není dokumentace jeho rozsáhlé tvorby ani ucelená, ani dokončená. Zásadním zdrojem při tvorbě této práce jsou publikace Brodyho oficiálního biografy a editora Jona Wozencrofta. Kromě toho existuje dokumentace tvorby Research Studios v internetových zdrojích. Tato dokumentace však není kompletně systematicky zpracována a její prezentace se liší dle regionálních aktivit poboček Research Studios. Přesto všechno je stopa Nevilla Brodyho v současném designu více než hluboká.

Praktická část této bakalářské práce je inspirována Brodyho převážně časopisovou tvorbou. Prezentuje jednotlivé etapy Brodyho díla formou časově odpovídajících layoutů a příslušné obrazové dokumentace. Kapitoly jsou uspořádány podle jednotlivých klíčových etap či oblastí v tvorbě Nevilla Brodyho a s ním spojeného Research Studios. Prezentace obrazové dokumentace v této práci je limitována kvalitou dostupných zdrojů.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 PŘEDSTAVENÍ

Není náhodou, že Brodyho debut se odehrával v prostředí nezávislých gramofonových firem, které tehdy vznikaly po desítkách. Podobně jako hudba té doby, popírající nudnou konvenci, působí i Brodyho ranné grafické práce z počátku 80. let 20. století, mezi něž patří řada přebalů dlouhohrajících desek pro vydavatelství Rocking Russian a Stiff Records. Posouvání hranic vizuální komunikace mu následně pomohlo získat místo art directora ve významnější společnosti Fetish Records. Tady už Brody pracuje například pro uznávané avantgardní Cabaret Voltaire experimentující poprvé s elektronickou hudbou či pro industriálně postpunkovou skupinu 23 Skidoo.

V roce 1981 se Brody stává art directorem přelomového, legendárního lifestylového časopisu The Face. Tento magazín, často označovaný jako „módní bible“ se záhy stal neformální autoritou v oblasti designových trendů pro celou jednu generaci. Jeho vliv na styl grafického designu magazínů je možné stopovat až do dnešních dnů.

Brodyho talent, který našel výraz v charakteristickém a na první pohled rozpoznatelném individuálním stylu, je však třeba chápat v kontextu doby. Zejména počátky jeho tvorby jsou poznamenány sociopolitickým prostředím Británie 80. let, nástupem „nové negující kultury“ generace X a raketovým startem nových technologií. Bourání konvencí, revoluce stylu a nová estetika té doby určovala Brodyho tvorbu od samých počátků.

Za posledních třicet let si Brody vydobyl v oblasti grafického designu pozici, která je zcela výjimečná, unikátní. I díky tomu byl počátkem roku 2012 jmenován děkanem fakulty vizuální komunikace na prestižní londýnské Královské akademii umění (The Royal College of Art).

The Face se pro Brodyho stala současně jakousi laboratoří, v níž se pokoušel o novátorské spojení formy a obsahu, sledoval proměny vizuální percepce, experimentoval v do té doby nebývalé míře s fonty a podpůrnými grafickými prvky, které povyšuje na nosné elementy

designu dotvářejícího obsah článků i celkový charakter magazínu jako stylově uceleného díla. Od roku 1986 pak všechny tyto koncepční přístupy využívá v novém módním časopisu s názvem Arena.

Nepřehlédnutelný přístup k vizuální stránce těchto magazínů zcela jistě pomohl Brodymu k uspořádání jeho první autorské výstavy, která se uskutečnila v dubnu roku 1988 v londýnském muzeu V&A pod názvem Grafický jazyk Nevilla Brodyho (The Graphic Language of Neville Brody). Záhy pak vychází stejnojmenná publikace, která je v současné době považována za nejvíce prodávanou knihu o grafickém designu.

Brody je rovněž jedním ze zakládajících členů londýnské banky fontů FontWorks. Během své kariéry zatím sám navrhl přes dvě desítky fontů.

V roce 1994, nyní už jako renomovaný designér a art director zakládá Brody společně se svou obchodní partnerkou Fwou Richards společnost Research Studios. Firma se má primárně věnovat rozvoji vizuální komunikace a to jak v komerční oblasti, tak mimo ni. Rozsah činnosti Research Studia je poměrně široký a zahrnuje internetové stránky, tiskoviny, animaci nebo tvorbu filmových titulků.

Sesterská firma Reseach Studios, vydavatelství Research Publishing, produkuje a vydává experimentální multimediální díla mladých umělců. Právě zde je také těžiště Brodyho edukativní a lektorské činnosti následujících dekád. Nejvíce výrazným Brodyho projektem v rámci Research Publishing se stává projekt FUSE, nepravidelně vycházející publikace zaměřená především na experimentální typografii a nové trendy vizuální komunikace [Příloha A. Obr. 2].

## 2 POČÁTKY TVORBY

Neville Brody se narodil 23. dubna 1957. Vyrostl v Southgate, na předměstí Severního Londýna. Již od mládí projevoval nesporné výtvarné nadání.

Na střední škole zcela logicky studoval výtvarná umění. Od roku 1975 pak pokračoval ve studiu na Fakultě výtvarných umění na Univerzitě v Hornsey. Tato škola byla ve své době podle Brodyho extrémně konzervativní. Profil studenta se řídil heslem ničím nevyčínat.

To vše v době, kdy se mládež v zemi cítila více než okouzlena nastupující vlnou revoltujícího punku, který boural zavedená klišé, přinášel nový vizuální kánon a reflektoval sociální atmosféru thatcherovské Británie 80. let. Brodyho tak přímo ovlivňovala deziluze generace X s jejím mottem „No Future“ (Žádná budoucnost).

Brody uvádí: „...měl jsem pocit, že z masové komunikace se úplně vytratil člověk jako lidská bytost. Chtěl jsem porozumět každodennímu světu, který jsem viděl okolo sebe, ale viděl jsem jen manipulaci a bezobsažný svět reklamy. Myslel jsem si, že kdybych pochopil základní prvky této manipulace, mohl bych vytvořit opačný efekt a namířit jejich nástroje proti nim samotným. Mým největším rozhodnutím tak bylo, zda pokračovat ve studiu výtvarných umění nebo se věnovat výhradně grafice. Výtvarné umění pro mne v té době představovalo uzavřený, elitářský svět podporovaný specifickým galerijním trhem. Můj pobyt na Hornsey tento pocit nijak nerozptýlil. Usoudil jsem tedy, že mi grafika skýtá mnohem lepší možnosti. Chtěl jsem, aby si lidé uvědomili, že i pomocí grafiky mohou objevovat nové světy, podobně jako u malby.“<sup>1</sup>

Brody tedy začal na podzim roku 1976 studovat tříletý bakalářský kurz grafiky na Londýnské fakultě polygrafie. „Chtěl jsem oslovit tolik lidí, kolik jen by bylo možné, ale také to udělat zajímavou formou umění, které je více osobní a méně manipulativní. Potřeboval jsem zjistit, jak celý proces funguje. Jediným možným řešením bylo jít na školu a naučit se to.“<sup>1</sup>

Ačkoli mu škola poskytovala výborné profesní vzdělání, které bylo pro jeho další rozvoj nezbytné, atmosféra na škole byla spíše represivní. Pedagogové nechtěli vidět žádné

experimenty a Brodyho řešení jim připadala jako naprostý propadák na hony vzdálený od osvědčených postupů.

*„Studoval jsem na Londýnské fakultě polygrafie (London College of Printig) právě v období jejího přechodu od stanovisek Bauhausu. Znamenalo to zvládnout širokou škálu technik – od kresby až po technologii tiskové přípravy. Zkrátka, co by designér mohl využít ve své práci a v hledání jiného chápání výrazu.“<sup>1</sup>*

Brody tak v této době experimentoval se sítotiskem, offsetem, využíval jako designérský nástroj fotokopírku, zkoušel nové techniky a kombinace.

Po roce 1977 ovlivňoval londýnský život punk. Byl to přesně ten umělecký katalyzátor, který Brody potřeboval k dalšímu rozvoji. To pochopitelně nebylo pedagogy na fakultě přijímáno příliš kladně. Brody píše: *„Šel jsem na fakultu proto, že měla pověst nejnáročnější grafické školy v Evropě. Měl jsem ten pocit, že pokud chcete něco dokázat, postavit se proti konvenci, můžete se to naučit právě a jen tam. Opak byl pravdou. Byla to jen lítost a utrpení.“<sup>1</sup>*

Brodyho neinspirovala jen energie punkového hnutí, ale i jeho historické zdroje: dada a pop art. Tématem jeho závěrečné práce v prvním ročníku bylo porovnání dadaismu a pop-artu. Dada představovalo spíše „anti umění“, prezentující jako „vysoké umění“ obyčejné průmyslové výrobky každodenní potřeby. Z futurismu pak Brodyho více než filozofický základ zaujaly experimenty s typografií.

*„Práce Boccioniho mě inspirovala. Futuristé uchopili nové technologie, ale bylo to něco víc než jen způsob přežití – v každém případě se však záhy projevilo, kam směřují jejich pravé sympatie. Marinetti obdivoval Mussoliniho fašisty. Pop art, jenž měl velký význam pro punk, byl jednoznačně jen komerčním uměním, a jen díky této podpoře byla nekomerční punková díla přijatelná.“<sup>2</sup>*

Z Brodyho pohledu Man Ray a Duchamp odhalili podstatu pop artu ve dvou či třech dílech. Pop Art představoval marketingové cvičení, které bylo spíše poplatné moderní masové americké kultuře než uměleckému experimentování. Další vliv na Brodyho práci můžeme najít ve fotogramech Mana Raye, Laszla Moholy-Nagyho a Alexandra Rodčenko. A rovněž v konstruktivismu E. Lissitzkého a K. Maleviče s jeho „nadřazeností ryzí senzitivity“.

Brody uvádí: *"Rozdíl mezi tím jak jsem já přistupoval k dadaismu a konstruktivismu je ten, že jsem se - narozdíl od mnoha jiných lidí v té době - je nikdy nesnažil kopírovat. Díval jsem se na ně a snažil jsem se vyhodnotit to podstatné. Odnosl jsem si z toho pocit dynamiky, lidskosti a programového nepřijímání tradičních pravidel a hodnot."*<sup>3</sup>

Z designerů let 70. Brodyho nejvíce oslovil Barney Bubbles, který pracoval pro malou nezávislou nahrávací firmu Stiff Records (kam také Brody hned po škole nastoupil) a Al McDowell, který vedl grafickou agenturu Rocking Russian (opět zaměřenou ponejvíce na hudební průmysl) specializující se na Fanziny – fanouškovské magazíny, které v té době zažívaly nebývalý boom.

Ještě na škole dostal Brody příležitost navrhnout několik plakátů pro studentské koncerty skupiny Pere Ubu, doprovázené skupinou Human League. Z podobných základů vzešla i skupina Cabaret Voltaire, pro kterou později Brody pracoval.

Po absolutoriu Brody nastupuje právě u McDowella (pro Rocking Russian pracoval devět měsíců, na pokraji chudoby přežíval ve squatu v Covent Garden). *„Rocking Russian byla velmi kreativní a expresivní agentura, ale naprosto bez jakéhokoliv obchodního řízení. Byla to určitě nejhůř vedená agentura, se kterou jsem měl kdy co do činění.“*<sup>4</sup>

Po odchodu z Rocking Russian pracuje Brody pro Stiff Records, první nezávislou nahrávací firmu, která se snažila soupeřit s velkými společnostmi. Zde Brody vytváří návrhy pro 23 Skidoo. Tady také potkal Roda Pierce, zakladatele Fetish Records, a svého budoucího zaměstnavatele.



## 2.1 Typografie

Brody uvádí: „*Na škole vás naučí designem řešit problémy v tom smyslu, že vytvoříte něco líbivého a ne inovativního.*“<sup>5</sup>

Podle Brodyho nemůže design jako způsob komunikace zůstat neutrální. Design je řeč, jazyk - podobně jako francouzština nebo němčina. Zatímco někteří lidé rozumí designu plynule, jsou jiní, kteří užívají jen naučené fráze. Nerozumí slovům, která používají, ale tyto formulace splňují jejich potřeby. Toto svoje krédo Brody plně uplatňuje ve svém další působišti, časopisu *The Face*. Ten se stane skutečným odrazovým můstkem pro jeho kariéru i tvorbu následujících let.

*The Face* se stal pro celé generace designérů jakousi grafickou učebnicí. Brody píše: „*Než jsem začal pracovat pro *The Face*, měl jsem dostatek svobody a prostoru k tomu, abych v hudebním průmyslu mohl vyjádřit své představy.*“<sup>6</sup>

Tento přístup začíná plně uplatňovat hned po nástupu do redakce. Jde mu především o výraz, moment překvapení, provokaci. Chybí mu síla punkové vlny, která se postupně asimiluje do konzumní šedi komercializované střední zóny. Čím dále více začíná pod vlivem okolností experimentovat s typografií. Sám se necítí odborníkem, ale právě tato nejistota pro něj znamená určitou svobodu.

Ve své biografii píše: „*Bál jsem se používat písmo, protože jsem se cítil naprosto nezpůsobitý pro typografii. Postrádal jsem klasické vzdělání. Na druhé straně to byla výhoda – nic mě nesvazovalo. Když jsem začal pracovat pro *The Face*, neměl jsem žádný respekt k zažitým zvyklostem, protože jsem jim nerozuměl. Ale chápal jsem to, co jsem kolem sebe viděl – obdivoval jsem typografii dadaistů, futuristů a Rodčenska....Také jsem přišel na to, že typografická pravidla nejsou žádná zábava, ale komunikace by přece zábavná být měla.*“<sup>7</sup>

### 2.1.1 Tvorba fontů

Brody se programově staví proti používání již zažitých či vyzkoušených mechanismů. To se projevuje zejména v použití fontů. Brody experimentuje s tvary, vytváří si vlastní písma, či jen typograficky realizuje jednotlivé nápisy v časopise. Výběr fontu, charakter písma v každém jednotlivém případě podřizuje způsobu použití. Ručně kreslené fonty, které vznikaly v reakci na rostoucí využívání počítačové sazby se tak postupně stávají charakteristickým prvkem Brodyho výtvarného rukopisu.

S rostoucím sebevědomím a ohlasem na jeho práci začíná Brody vytvářet i první řezu písem. Tomu částečně napomáhá i rozvoj nastupujících počítačových technologií, které zejména ve vydavatelském průmyslu znamenají skutečnou revoluci. Brodyho první řez písma - Typeface One z roku 1979, byl založen na systému čar o třech různých tloušťkách a limitovaných úhlech, přičemž element určující charakter písmene byl nejvýraznější [Příloha A. Obr. 3].

Současně si Brody uvědomuje význam prázdného či negativního prostoru na stránce. Ten je pro něj stejně významný jako prostor pozitivní, v němž se nachází písmo. Článek tak existuje na mnoha úrovních – neskládá se jen ze slov. Každý layout představuje cestu, při níž čtenář vstřebává obsah. Řez písma, jeho velikost, rozpaly, umístění – to vše ovlivňuje způsob, jakým bude dílo čteno.

Počítačové technologie v době svého raného nástupu však znamenají výzvy při řešení dalších problematických oblastí typografie. Nešvarem hektických 80. let bylo například zhušťování mezer místo používání tenkého řezu písma. Počítač rovněž neřešil například překrývání dvou řádků nad sebou (např. malé g na jednom řádku zasáhlo velké A na řádku pod ním) nebo rozpal liter ve slově.

Pět let po vzniku Typeface One, v roce 1984, vytváří Brody další řez písma s názvem Typeface Two. Písmo je přímo navrženo pro časopis The Face a podle Brodyho vzniklo na základě neschopnosti ostatních fontů vyjádřit určitý specifický druh nálady. Geometrický

charakter Typeface Two pak působí již na první pohled značně autoritativně [Příloha A. Obr. 5, 6].

Na Brodyho druhý řez ve stejném roce vzápětí navazuje font pojmenovaný Typeface Three [Příloha A. Obr. 4], ten představuje mínuskovou variantu předchozího řezu. O rok později Brody dokončuje další font – Typeface Four [Příloha A. Obr. 7]. Ten je navržen tak, aby se dal používat zejména ve velkém formátu. Font vyniká zejména v negativním prostoru a tak dynamizuje layout stránky. Font byl vytvořen výhradně pro časopis The Face. Ve stejném roce dále vzniká Typeface Five [Příloha A. Obr. 8], jenž představuje kombinaci širokých a tenkých linek s geometrickou strukturou. Font navozuje dojem moderního klasicismu a je záměrně úsporný

*„V časopisech jsem užíval Helveticu a Futuru tehdy, kdy jsem měl pocit, že použití vystihne podstatu. Futura je nepřekonatelná ve své čistotě, Helvetica naopak představuje elegantní autoritu. Existují zde ale i praktické aspekty. Futura je obvykle nevhodná kvůli malé střední výšce a potřebuje navíc poněkud stáhnout tak, aby se vešlo více slov na řádek. Helveticu si vyberu spíše než Univers, který je podle mne příliš neosobní.“<sup>8</sup>*

Poslední z řady fontů vytvořených speciálně pro časopis The Face s názvem Typeface Six [Příloha A. Obr. 9] byl navržen jako náhrada za Brodym používaný řez Futura. Typeface Six je založen na prolínání geometrických tvarů, zejména čtverce a kruhu.

### 2.1.2 Logo The Face

The Face se pro Brodyho stává postupně jakousi laboratoří mediálního designu. Zde poprvé představuje ucelený systém, jednolitý grafický jazyk log a informačních značek [Příloha A. Obr. 10]. Ty se postupně stávají předobrazem součástí všech soudobých časopiseckých designů. Postupem času dochází Brody v rámci svého působení v The Face k určitým hraničním možnostem. Shodou okolností v té době přichází zakázka na redesign levicového měsíčníku New Socialist (1986). Brody vytváří novou vizuální identitu celému časopisu, což zahrnuje rovněž další podpůrné tiskové materiály a corporate identity.

Typografický styl měl vyjádřit ideu, že politika je součástí každodenního života a tudíž jej přímo ovlivňuje. Styl tedy měl být výrazný, moderní a přitom schopný konkurovat tradičnímu pojetí. Brody toto zadání dokázal splnit kombinací ručně navrženého geometrického fontu doplněného o řez Bodoni s tím, že používal netradičně široký rozpal.

## 2.2 Práce pro hudební vydavatelství

Punk z přelomu 70. a 80. let se snažil rozbít zažitou představu o tom, že osobnosti hráčů jsou důležitější, než jejich hudba. Vizualita přebalů desek záměrně potlačovala individualitu hudebníků a stavěla do popředí především ideje toho či onoho konkrétního alba. A tato skutečnost rovněž představovala příležitost pro nastupující vlnu mladých experimentujících designerů (Barney Bubbles, Al McDowell, Jamie Reid...) [Příloha A. Obr. 11].

### 2.2.1 Fetish Records

Brody se v roce 1981 stal art directorem vydavatelství Fetish Records. Tento nezávislý label poskytl Brodymu možnost částečně pokračovat v experimentech, které započal již během studií na univerzitě.

*„Vydavatelství Stiff mě naučilo hodně o práci v hudební branži, ale nedostal jsem šanci realizovat nápady, které jsem chtěl prosadit. Pro Fetish Records jsem začal pracovat v době, kdy jsem žil ve squatu na Covent Garden. S námi tam bydlel i Tomem Heslope, zpěvák skupiny 23 Skidoo. Byli jsme na tom oba tak špatně, že jsme pracovali v kuchyni v Peppermint parku (restaurace blízko Leicester Square). Myli jsme nádobí, poslouchali rock and roll a při tom nás napadlo vytvořit obal na jejich první desku u Fetish Records. Tam jsem potkal Roda Pierce, šéfa hudebního vydavatelství, a padli jsme si do noty.“<sup>9</sup>*

Fetish Records dali Brodymu téměř absolutní tvůrčí svobodu. Jediným omezením byl rozpočet.

*„Vždy jsme si rozuměli v tom, že chci dělat návrh odpovídající nahrávce a ne na ni jen dělat reklamu. Poslední, co kdo chtěl bylo, abych dal na obálku fotku skupiny. V této době byla nejspěšnější firma Industrial Records, protože na obálky skupiny Throbbing Gristle použila obrazy skutečného prostředí např. Supermarket Tesco, tovární bloky nebo budovy ministerstva obrany. Má práce pro Fetish vycházela z velké části jako reakce na jejich hudbu. Nikdy jsme nechtěli prezentovat věci na podnose, ale hlavní částí mé práce bylo otevřít brány, které byly zavřené kvůli strachu, poukázat na ztrátu lidské identity a důstojnosti v našem nejbližším okolí.“<sup>9</sup>*

Jak sám Brody uvádí, ve Fetish Records strávil zhruba 70 % produktivního času experimentováním, zkoušením nových technik. *„Někdy byl výsledek jiný, než jsem očekával, ale já jsem taková překvapení měl rád. Od Ala a Barneyho jsem se naučil, že některé chyby se mohou ukázat jako přínos.“<sup>10</sup>*

[Příloha A. Obr. 12-14]

### 2.2.2 Cabaret Voltaire

Skupina Cabaret Voltaire vznikla v r. 1973 jako výsledek hudebních experimentů Richarda Kirka, Stephena Mallindera a Chrise Watsona. Sdíleli společné zájmy, v tvorbě experimentovali s kombinací filmu, videa a hudby. Jedním z hlavních záměrů Cabaret Voltaire bylo „naštvat“ lidi jak to jen jde. Dohnat publikum až na hranici frenetické zuřivosti a takto jej energizovat. Ranná videa této skupiny jsou v současnosti nejen oceňována kritiky, ale jsou již i součástí sbírky new yorského Muzea moderního umění.

Neville Brody se výtvarné tváři Cabaret Voltaire věnoval od roku 1979. *„Na každém obale, který jsem kdy pro Cabaret Voltaire udělal, byl dominantním tematem proces*

*postupného rozkladu a ztráta lidské identity plynoucí z odosobněné komunikace prostřednictvím technologických prostředků. Řadu nápadů, které byly rozhodující v mé práci pro Fetish Records, jsem aplikoval také v tvorbě pro Cabaret Voltaire, formoval jsem identitu skupiny tak, jak by se to mělo dělat s obchodní značkou.*“<sup>11</sup>

*„Fungoval jsem spíše jako překladatel vizuálního citění Cabaret Voltaire, což je obecně často právě role designera... Kapela mi pokaždé dala nějaký obrazový materiál, se kterým jsem mohl dále pracovat. To bylo blízké mému způsobu uvažování, vytvořit abstraktní formou další dimenzi k hudbě, která fungovala spíše souběžně než doslovně.*“<sup>12</sup>

Na přebalu alba Just Fascination Brody například použil části fotografií, které mu poskytli hudebníci. Portréty členů skupiny nazvětšoval do té míry, až vytvořil abstraktní, texturovaný obraz. K označení alba využil Brody symboly písmen C a V (iniciály názvu skupiny Cabaret Voltaire). *“Snažil jsem se dát písmu zdání pohybu, vytvořit jakousi arénu kolem symbolů...*“<sup>12</sup>

[Příloha A. Obr. 15]

### 2.2.3 23 Skidoo

Na návrzích pro skupinu 23 Skidoo posunuje Brody rozšíření dvourozměrného prostoru na přebalu díla ještě mnohem dále. *„Zformoval jsem předlohu jako 3D objekty, které jsem pak následně nafotil z různých úhlů pohledu a doufal jsem, že tak mohu přenést diváka daleko dál do prostoru, že tak rozšířím možnosti vizuality za obvyklé hranice. Chtěl jsem experimentovat s různými tiskovými technikami a tak reprodukovat předlohy z původního trojdimenzionálního zdroje [17].*“<sup>13</sup>

Podobně Brody pracuje i s logem samotné hudební skupiny. S každým novým albem se logo stává více abstraktní, fonty ztrácí svůj původní tvar, připomínají spíše sekvenci symbolů, která ve svém zjednodušení maximalizuje možnosti okamžité identifikace. *„Čím*

*více jste se na logo dívali, tím lehčeji jste ho rozeznali. Logo nedávalo žádný smysl jako slovo, komunikovalo již zcela jiným způsobem.*“<sup>14</sup>

[Příloha A. Obr. 16-19]

## 2.3 Knižní tvorba

Knižní tvorba představuje z hlediska designu zcela specifickou oblast. Knihy vyžadují primárně jasný typografický systém. Design knih je odlišný od časopisecké tvorby, která nejenže disponuje jinou strukturou, ale v daleko větší míře spoléhá na obrazový materiál a možnosti jeho využití. Design knihy musí být pečlivě vyvážený, musí spíše podporovat konzumaci obsahu, než přinášet komplexní vizuálně obsahové podněty.

Prvním pokusem Brodyho o uchopení této specifčnosti se stala obálka ke knize Zpráva z bunkru s Williamem Burroughsem od Victora Bockrise (Vermillion Books, 1982). Tento knižní přebal představuje zcela zásadní moment ve vývoji Brodyho designerské práce. Zadání v tomto případě přišlo od subdodavatele, reklamní agentury Hipgnosis (známé například designem přebalů desek pro skupinu Pink Floyd či pro Petera Gabriela). Brody zvolil výtvarný styl detektivky z 50. let a poměrně odvážně jej aplikoval na spisovatele Burroughsova charakteru. Chtěl tak přidat jakési mystérium knize, jejíž obsah je spíše biografický.

Dalším příkladem Brodyho přístupu může být obálka knihy Mr Love and Justice a City of Spades od Colina MacInnese (Penguin books, 1986). Zde Brody pokračuje v nápadu, použitém pro knihu o Burroughsovi. S pomocí charakteristických prvků designu 50. let převádí knihu do doby jejího vydání.[Příloha A. Obr. 20, 21]

## 2.4 Časopisecká tvorba

Tisková média představují obrovský reklamní trh, který se řídí svými specifickými zákonitostmi. Bez reklamy by časopisy, magazíny a ostatní periodika ve své podstatě nemohly existovat. Těto skutečnosti je podřízena i vnitřní struktura a skladba tištěných médií, která se do značné míry podobná televizní dramaturgii. I zde médium zprostředkovává jednotlivá témata, jejich odraz, často ve své zjednodušené formě a reaguje na zvláštní potřeby publika a poptávku po konkrétních obsazích.

Přelom 70. a 80. let znamenal jak oživení v segmentu obrázkových magazínů, které svoji vizualitu čím dál více přizpůsobovaly tzv. televiznímu čtení, ale zejména nástup nových typů tiskovin – fanzinů, často podomácku redigovaných publikací, které se díky novým reprodukčním technologiím staly fenoménem doby. Právě tento typ tiskovin dokázal dokonale vystihnout atmosféru doby, společenské nálady a velice přesně reagoval na poptávku čtenářů.

Ve fanzinech se obsahově míchal provincialismus s politikou, film s módou, to vše hned vedle nových hudebních stylů, které ovlivňovaly celou generaci. Fanziny prezentovaly lokální a často velmi osobní pohled na svět. Jedním z nich byl i čtrnáctideník Smash Hits redigovaný Nickem Loganem, který se záhy stal nejlépe prodávaným pop magazínem v Británii. Logan později prokázal svůj vydavatelský talent i cit pro nové trendy jako zakladatel mnohem významnějšího ikonického magazínu The Face (1980). V tandemu s Brodym dokázali dát The Face výtvarný styl, který pak po desetiletí ovlivňoval časopisecký design a to dokonce i v mezinárodním měřítku. Z pohledu redakce The Face kombinoval osobitou prezentaci konzumního pop stylu s jeho kritikou a reagoval na sociální otřesy v každodenním životě Británie 80. let.

V roce 1986 byl Brody přizván ke spolupráci s časopisem Tatler [Příloha A. Obr. 22, 23]. Jako art director však byl z tohoto spojení spíše nešťastný - z jeho návrhů se realizovalo jen velmi málo. V magazínu Tatler zavedl Brody pro titulkové písmo kondenzovaný font Gill Bold Extra, který byl úderný a současně působil elegantně a moderně. Dalším realizovaným návrhem, i když tento byl původně zamýšlen jako žert, byla obálka bez textů.



### 2.4.1 Magazín The Face

Práce Nevilla Brodyho pro časopis The Face je svým způsobem revoluční a znamená zpochybnění tradiční struktury časopiseckého designu.

Brody uvádí: „Vše v *The Face* mělo své odůvodnění, každá značka na stránce byla emoční odpovědí nebo představovala logické rozšíření obsahu. Chtěl jsem změnit zejména tři věci. Zaprvé titulky - co je potřeba vidět z headlinu, aby byl stále čitelný? Zadruhé – chtěl jsem dát čtenáři dojem, že každý výtisk je výrazem jen malé části nekonečných možností prezentace tématu. A nakonec jsem chtěl využít trojrozměrný prostor časopisu. Časopisy samy o sobě jsou trojdimenzionální předměty existující v prostoru a čase – mezi první a poslední stranou existuje kontinuita. Časopis tedy nemusí diferencovat obsah a informace jako denní tisk, časopisecká informace představuje z hlediska prezentace širokou škálu možností a spojení mezi různými stylovými prvky. Tak proč se například omezovat okrajem stránky?“<sup>15</sup>

I přes zdánlivou neuspořádanost představuje Brodyho přístup určitý řád, na sebe navazující systém jednotlivých elementů, které jsou vůči sobě ve vzájemné rovnováze. Avantgardní The Face si uchovával základní funkce časopisu, jednou z jeho hlavních priorit byla například čitelnost a vyváženost obsahu a výtvarné složky.

Časopis vycházel nejdříve se čtyřsloupcovým layoutem, později přešel ke třem sloupcům a nakonec používal kombinaci dvou a trojsloupcového layoutu. Výjimku představoval editorial a recenze, u nichž byla potřeba značné flexibility. Další složkou designu The Face byl obrazový materiál. Brody používal převážně velký formát. Fotografové přitom měli volnou ruku a stávali se spolutvárci designu magazínu.

Brody k tomu dodává: „Zacházel jsem s designem jako bych tvořil územní plán rozvoje města – čtenáře bylo potřeba provést jednotlivými články. K tomu jsem potřeboval symboly a značky udávajících směr a také na specifických místech otevřený prostor...“<sup>15</sup>

Každý použitý grafický element v časopisu se tak stával součástí celkové kompozice. Čtenáři The Face si záhy zvykli, že s časopisem musí pracovat – vnímání obsahu prezentovaného popsaným stylem bylo potřeba porozumět. (Vydavatel se domníval, že hudební skupina New Order není všeobecně známá širokému publiku. Brody proto zvolil pro titulní stranu nekonvenční přístup - radikálně ořízl fotku protagonisty seskupení Stephena Morrise a pro zvýšení pozornosti čtenáře použil v titulku kurzívu. Toto „překročení konvencí“ bylo následně oceněno jako „Obálka roku“ 1983 při udílení cen Magazine Publishing Awards.). [Příloha A. Obr. 24, 25]

Grafika k recenznímu sloupku - abstraktní tvary byly použity jako podtisk pro zvýraznění jinak nudné stránky. Spolu s vertikálním titulkem vytvářel podtisk rozpoznatelnou strukturu [Příloha A. Obr. 26-29]. Literární význam titulků byl částečně destruován používáním různých typů písem, které Brody sám vytvořil. Byl to modulovaný design v pravém slova smyslu, jazyk supermarketových polic, označující konec Brodyho důvěry v etablované rodiny fontů [Příloha A. Obr. 30-32]. Použitím kapitálek a fontu Baskerville pro úvodník časopisu pokračoval Brody ve své stylotvorné práci pro The Face. Tento design předposledního čísla, které Brody navrhoval, představuje příklon ke klidnějšímu stylu a odklon od typografických Experimentů [Příloha A. Obr. 33, 34].

#### 2.4.2 Časopis New Socialist

Styl, který Brody vtiskl magazínu The Face byl vlastní právě těm vrstvám čtenářů, které chtěl časopis New Socialist oslovit. Práce pro New Socialist představovala pro Brodyho možnost pokračovat v tvůrčím přístupu, který předtím uplatňoval v The Face. V New Socialist chtěl Brody dokázat, že jeho koncept má nejen širší uplatnění, ale že je na první pohled rozpoznatelný od prací jeho epigonů.

*„Byla to výzva, jak udělat politický projekt dostatečně zajímavým pro lidi tak, aby si o něm chtěli něco přečíst... Nemělo smysl cílit jen na čtenáře věrné Labouristické straně, New Socialist se potřeboval stát konkurenceschopným časopisem zejména na novinových*

*stáncích, takže nejdůležitější bylo vylepšit jeho obálku. Pro periodikum jsem navrhnul symetrickou horní část, která nebyla černá ani bílá, ale která používala barvy přímočarým a jasným způsobem. Následovalo logo časopisu a titulkové písmo. Chtěl jsem vytvořit něco, co by fungovalo jako korporátní identita, kdy by čtenář mohl časopis otevřít na jakékoliv straně a hned by poznal, že se jedná o New Socialist.*“<sup>16</sup>

Brody navrhoval jen tři vzorová čísla a poté předal štafetu Philu Bickerovi, který na časopisu dále pracoval. [Příloha A. Obr. 35-37]

### 2.4.3 Programový magazín City Limits

Titul City Limits začal vycházet v roce 1981 jako dceřinný časopis londýnského programového průvodce Time Out. Časopis stavěl na základech alternativní kultury pozdních 60. let a v jeho čele stál vydavatel a editor Tony Elliot. K redakci City Limits se Brody připojil v letech 1983-87.

*„Zadání znělo – navrhnout pro časopis flexibilnější systém a dynamičtější strukturu. Musel jsem najít rovnováhu mezi výrazným členěním jednotlivých prvků a systémem řazení stran, který bude zajímavý a poutavý po celý rok, tedy vydrží všech 52 čísel.*“<sup>17</sup>

Restrukturalizace časopisu a jeho redesign byl také otázkou dalšího finančního přežití, magazínu City Limits, jehož náklad se v té době propadl na 22 000 výtisků, což bylo na Velkou Británii velmi málo.

Brody komentuje: *„I když se báli změn, vytvořil jsem nakonec pevnou strukturu magazínu a takový systém, jehož výsledek vždy vypadal dobře. Použil jsem směs fontů řezů Gill a Garamond, které evokovaly spíše než noviny časopisecký styl. Titulní strana se tiskla na kvalitnější papír, uprostřed časopisu pak byla vložena programová příloha, která se tiskla na horší papír a byla vytištěna tmavě modrou barvou.*“<sup>18</sup>

[Příloha A. Obr. 38-42]

#### 2.4.4 Arena

V roce 1986 nakladatelé The Face a editor Nick Logan přistoupili k realizaci nového projektu. Stal se jím magazín Arena, až dosud na anglickém trhu chybějící časopis určený především pro mužské čtenáře. Nově navržené logo pro Arenu bylo záměrně „evropské“ s prodlouženými částmi jednotlivých liter tak, aby bylo okamžitě rozeznatelné.

[Příloha A. Obr. 43-45]

Po grafické stránce trvalo nějakou dobu, než se Arena oprostila od pozůstatků The Face, ale jakmile se ustálil redakční obsah, vznikl zcela nový a svébytný časopis, který se lišil klidným, informativní přístupem jak k designu layoutu, tak ke zpracování jednotlivých obsahových temat. Jako titulkové písmo Brody v tomto případě použil Helveticu, ale stále v dynamickém duchu [Příloha A. Obr. 46, 47]. Nakonec opět navrhl pro nadpisy různých sekcí vlastní písmo [Příloha A. Obr. 48, 49]. Vlastní typografický materiál se tak i v tomto případě stává charakteristickým Brodyho rukopisem. „*Chtěl jsem, aby měl časopis svoji vlastní osobnost...*“<sup>19</sup>

#### 2.5 Plakátová tvorba

V případě designu plakátu neexistují žádná obecně aplikovatelná pravidla. Reklamní designéři se většinou domnívají, že informace na plakátě má být jasně viditelná i na větší vzdálenost. Výsledkem je ale uniformita díla a redukce informačního obsahu, která jde často až za hranici dostatečnosti. [Příloha A. Obr. 50-52]

Brody říká: „*Navrhoval jsem plakáty pro muzeum Moderního umění v Oxfordu a využil jsem své reakce na celou výstavu, která ukazovala originální fotografie prvních osadníků. Chtěl jsem zobrazit primitivismus kolonií současně s vývojem fotografické techniky, tak, jak je to možné vidět na práci průkopníků té doby. Chtěl jsem spíše tento primitivismus vyjádřit, než ho znázornit.*“<sup>20</sup>

### 3 GRAFICKÝ JAZYK NEVILLA BRODYHO

Rok 1994 znamená rozhodující moment pro rozvoj sociální komunikace. Přejít od analogových postupů k digitálním technologiím měl svým významem stejný dopad jako Gutenbergův vynález knihtisku. Nástup nových technologií představoval vždy i nový způsob komunikace. Knih tisk umožnil hromadné šíření informací a ovlivnil jak vzdělávací systém té doby, tak rozvoj umění. Film změnil vnímání rozdílu mezi realitou a uměleckou fikcí a přiměl umělce hledat daleko expresivnější způsoby vyjádření pohledu na svět. Fotografie ovlivnila výtvarné umění stejně razantně, jako později počítače dokázaly transformovat svět užité grafiky.

Nástup nových technologií v 80. a 90. letech 20. století provází v Británii rovněž vzrůstající potřeba sociálních reforem. Technologické proměny znamenaly mimo jiné i značné omezení moci tiskařských odborů. Vzrůstající nezaměstnanost a silné sociální otřesy thatcherovské éry tak dokreslovaly napjatou atmosféru doby.

Nápad založit vlastní studio přišel někdy v roce 1985. John Wozencroft, pozdější autor Brodyho oficiálních monografií, pracoval tehdy na novém vydání audiovizuálního magazínu Touch, jehož byl od roku 1982 rovněž editorem. Brody do tohoto magazínu přispíval již od prvního vydání. Tehdy právě dokončoval design „The Death of Typography”, což měl být také název jeho přednášky u příležitosti výstavy „Prvních pět let magazínu The Face“, konané v Bristolu. Úzkostlivý a nervózní Brody požádal Wozencrofta o schůzku a při cestě do Bristolu probírali plány založit studio. To mělo přitáhnout i další umělce, kteří by dokázali prosazovat společnou, ale současně nezávislou a svobodnou vizi nového grafického designu. Tento koncept pak následně svedl dohromady jak grafiky a designéry, tak i hudebníky, spisovatele a další umělce.

Studio Nevilla Brodyho, otevřené v březnu 1987, sídlilo v malé kanceláři ve druhém patře na Tottenham Court Road. Fwa Richards, obchodní partnerka Nevilla Brodyho, záhy vytvořila tým studia a dokázala využít svých organizačních schopností jako manažer agentury. Prvním velkým projektem studia byla publikace s názvem „The Graphic

Language of Neville Brody”, která představovala shrnutí Brodyho práce za posledních 10 let.

S počátky studia je spojeno zejména objevování nových výrazových možností, které přinesly počítače. První domácí Apple se na trhu objevil již v roce 1984. Zhruba mezi lety 1989–1994 Brody experimentuje s tímto novým médiem a snaží se zvládnout techniku počítačové grafiky a prozkoumat její možnosti.

V té době Brody dokončuje přípravu výstavy u příležitosti prvního vydání knihy *The Graphic Language* v Londýnském Victoria a Albert muzeu (1988) [Příloha A. Obr. 54-55]. Studio začíná pracovat na řadě zakázek ze zahraničí, zejména z Japonska. Brody se stává art directorem milánských módních časopisů *PerLui* a *PerLei*. Mezi významné klienty té doby dále patří i například newyorský obchodní dům *Bloomingdales* či japonská značka *Mens Bigi*.

Zakázky z Japonska přicházely do studia dalších pět let, zejména díky Grantu Gilbertovi, agentovi Nevilla Brodyho v Tokyu. Mezitím se v Londýně studio rozrůstalo, ke třem stávajícím členům studia přibylo dalších sedm spolupracovníků (John Crossland, Mark Mattock, asistentka z *The Face* Robin Derrick, Cornel Windlin, David Davies, Tony Cooper, designer v *the Face* a *Arene* Ian Swift, a Simon Staines), z nichž někteří byli zpočátku přijati jen jako výpomoc při organizaci výstavy.

Samotná výstava však pro Brodyho představovala spíše rozpačitý výsledek. Přestože během několika dní shlédlo expozici více než 40 000 návštěvníků, Brodyho studio se potýkalo s nedostatkem zakázek. Studio přežívalo na pokraji úpadku. Epigonové vykrádali Brodyho často za daleko menší honoráře.

V červenci 1988 se výstava přesunula do *Grutimarket Gallery* jako součást slavného edinburského festivalu. Krátce na to byl Brody požádán o návrh pro *Greenpeace* na jejich projekt *Breakthrough* realizovaný v tehdejší Sovětském svazu. Následovala práce pro

Haus der Kulturen der Welt, pro nějž Brody navrhl novou vizuální identitu a sérii plakátů pro výstavy a další akce centra.

Studio Nevilla Brodyho se tak díky těmto zakázkám přeneslo přes hrozící krizi. Brody dále navrhuje identitu a celkový design německého ekonomického magazínu Tempo. Návštěvy v Berlíně Brodymu umožnily být často v kontaktu se studiem MetaDesign, jehož vůdčí osobnost Erika Spiekermanna potkal na konferenci „Type 87“ v New Yorku. Spiekermann se svojí partnerkou založili první FontShop, v němž bylo možné nakupovat prostřednictvím elektronické pošty digitalizované fonty. Později byl do toho projektu zapojen i Brody.

V létě 1988 se firma z důvodu nedostatku prostor přestěhovala do starého viktoriánského skladiště nábytku na East Road. Postupem času se všichni členové studia adaptovali na práci s počítači, tehdy ještě černobílými Apple Macintosh řady II. Od roku 1991 vede Brodyho studio Simon Staines a Fwa Richards. Samotný Neville Brody pobývá stále častěji v zahraničí.

Další velká zakázka pro studio přišla z magazínu Guardian Review, přílohy liberálního týdeníku The Guardian. Úkolem bylo redesignovat titulní stranu suplementu. Práce vyvolala velký ohlas a společně s publikovaným článkem v The Guardian představovala revoluci ve vnímání počítačového designu. Ohlasy na práci by enormní. Následující čtyři roky se lidé ve studiu usilovně věnovali průzkumu možností širšího využití počítačových technologií. Brody se přitom snažil napojit na společnosti, které by dokázaly společně s ním sdílet jeho globální vizi.

Brodyho strategie byla pracovat jen pro několik málo klientů, ale vždy jen na dlouhodobých zakázkách. Raději než řady nových log, chtěl vytvářet ucelené firemní komunikační systémy. Jako konzultant pracoval s klienty, kteří chápali jeho snahy – a téměř žádný z nich nebyl z Británie.

Brody dále plánoval rozšířit mezinárodní působnost FontShopu. V dubnu 1990 byla zaregistrována Londýnská pobočka obchodu, z důvodů ochrany autorských práv si firma musela změnit jméno na FontWorks UK. Obchod začínal s malým provozním kapitálem, ale již brzy nabízel přes 9 000 fontů. V roce 1990 byla lhůta pro dodání fontů od čtyř do čtrnácti dnů, v roce 1994 již byl font doručen za hodinu.

Nové možnosti díky počítačům našly odezvu rovněž v experimentování s tiskem na různé druhy materiálů a další novátorské postupy. Další inovativní oblastí pro designéry v Brodyho studiu představovala televizní grafika. V roce 1990 přichází zakázka od kabelové televizní společnosti Premiere z Hamburku.

Svou první kompletní digitální práci odvedl pro kalendář Tokyjského obchodního domu Parco. Zakázky z Japonska byly stále častější. Japonsko bylo velmi pokročilé ve vývoji hardwaru a příležitost k vytvoření nového softwaru byla stále otevřená. Byl pokus založit anglo-japonskou multimediální společnost, Global Force. Plánováno bylo také rozvinutí nového digitálního vydavatelského programu, Fuse, který bude produkovat a provozovat FontShop International. Měl to být časopis, který by podporoval dialog z pohledu digitální typografie a jejího působení na výrazové prostředky v protikladu s tiskem a digitálními médii, se zřeknutím se autorských práv, jenž podporovala kupující k zneužívání daných fontů.

V této době přichází na scénu legenda mezi designérskými software – Adobe Photoshop. Ten umožnil designerům exekuci obrazu i písma, manipulaci s tvary, detaily a jednotlivými literami tak, jako by to byly fotografie či spíše kapky digitální malby. Programy jako Altys Fontgrapher a Letraset FontStudio dovolovaly každému kreslit písma, mnohdy to bylo spíše elektronické grafiti než návrh písma. S grafickými programy jako Photoshop a jeho sesterským Illustratorem mohl nyní každý nakládat s fonty dle libosti. Nastoupila doba, kdy se časopis dal najednou vytvořit a připravit pro tisk takřkajíc z pohodlí domova.



V roce 1991 navrhl Brody novou rodinu fontů v názvem Blur. Font odrážel probíhající přeměny dekády. Často používanou technikou bylo vytvoření měkkých okrajů u klasického fontu, experimentováním s ohniskovou vzdáleností a expozicí. Výsledek se nedal předpovědět a často trvalo velice dlouho, než designéři došli ke kýženému výsledku. Další Brodyho fonty - Pop, Gothic a Harlem – byly jeho odpovědí na otázky po vztahu mezi tištěným slovem a digitálním jazykem. Tento vztah představoval pro Brodyho i jakousi formu vnitřní posedlosti. Současně s prací na Fuse a ve FontShopu zahájil Brody spolupráci s Bostonským Font Bureau.

Experimenty s Photoshopem a první plnobarevné návrhy si pak Brody vyzkoušel při práci pro holandskou telekomunikační společnost PTT. Jednalo se o speciální edici známek připomínající Floriade, největší holandskou výstavu květin. V té době ještě počítače Macintosh nedisponovaly žádným systémem pro správu barev, takže v rámci procesu návrhu představovala snaha dosáhnout požadovaný barevný výstup značně zdlouhavý proces.

Brodyho aktivity dále narůstají. Založil rakousko-německou společnost DMC, v jejímž rámci spolupracoval s Hubertem Schillhuberem a Oliverem Kartakem na vývoji designu vizuálních systémů pro televizi. Zde také vytvořil například firemní identitu pro rakouskou veřejnoprávní vysílací společnost ORF.

V roce 1992 se Brodyho studio opět stěhovalo do větších prostor, do Islingtonu. Jádro studia nyní tvořili Richardsová, Staines, Critchley, Dunn a Emery.

Tv reklama a inzerce pro Nike

Výhradní použití fontu Franklin Gothic, rozdíl ve velikostech písmen jsou zde nakombinovány a rozmístěny tak, že vytvářejí dojem hravosti a dynamického pohybu. Kompozice jednotlivých písmen poskládaných do zvukomalebných tvarů vytváří dojem 2D animace.

[Příloha A. Obr. 56]

## 3.1 Typografické umění Nevilla Brodyho

### 3.1.1 Fuse

Projekt FUSE byl založen v říjnu 1990, a jeho původní účel nebyl zcela komerční. Propagaci Fuse zajišťoval FontShop, který jej prezentoval jako nové médium upozorňující na kreativní možnosti digitální typografie. Fuse představoval platformu, která umožnila designerům bojovat proti konvenčnímu chápání formy a funkce i využití fotografie a prezentovat nové inovativní přístupy.

Společně s tím představoval Fuse rovněž komunikační laboratoř, neformální vzdělávací instituci a místo pro výměnu tvůrčích zkušeností. Brody ke každému vydání magazínu navrhoval propagační plakát [Příloha A. Obr. 57-66] a od pátého čísla Fuse vytvářel i „ukrytý“ font, který byl vždy připojen k sadě čtyř vložených řezů písma. CD disk s pěti plakáty byl umístěn v ambaláži z mikrovlnné lepenky. Užití fontů vycházejících ve Fuse nebylo limitováno obvyklými autorskými právy a umožňovalo tak výtvarníkům s nimi manipulovat a vytvářet další díla. Prvních devět čísel tohoto magazínu demonstruje rozsáhlé změny, které se udály ve světě vizuality a naznačuje jakým způsobem je toto nové chápání aplikováno v praxi. [Příloha A. Obr. 67-68]

### 3.1.2 FontShop

V 80. letech byla produkce, prodej a distribuce fontů v rukách čtyř dominujících společností. Řada designérů si mnohdy ani nedokázala představit, že by si fonty mohla zakoupit pro svoji vlastní osobní potřebu. Změnu přinesl až jazyk PostScript od Adobe v roce 1984 – digitální výstup přestal být omezen „bitmapovými obrysy“. První FontShop byl založen v roce 1989 v Německu. Nákup a prodej se odehrával prostřednictvím emailové komunikace. Existence FontShopu byla svými způsobem přelomová a umožnila přímý styk designérů s distributorem fontu, což do té doby nebylo obvyklé.

V roce 1990 zformoval Body se Stuartem Jensenem FontWorks UK, brzy potom, co Ed Cleary spustil FontShop v Kanadě. Obě nové firmy byly postaveny na franšíze FontShop International, jejíž vznik reagoval na organizační potřeby stále se rozrůstající sítě. FontShop uváděl na trh každé tři měsíce deset rodin nových fontů. Tento enormní počet ovšem zkracoval životnost fontů. Příkladem by mohl být Meta Erika Spiekermanna. Font byl původně navržen v roce 1985 pro Německý poštovní úřad, ale nebyl nikdy použit. Poté, co byl uveden na trh FontShopem, stal se Helveticou moderní současnosti.

FontShop představil i experimentální sady písem jako například „nahodilý font“ Beowolf vytvořený Justem Van Rossumem a Erikem Van Bloklandem. Ten při každém použití vytvářel jiné nahodilé tvarové mutace. Z dílny této dvojice pochází rovněž série fontů Instant a Dirty Faces, která vedla posléze k digitalizaci písma klasického stylu psacího stroje (Trixie), fontu se stylem gumového razítka (Confidential) a fontu sloužícího k označování přepravních krabic (Karton). [Příloha A. Obr. 69-72]

## 3.2 Magazíny pro pány, dámy a ostatní

### 3.2.1 Per Lui

Italský vydavatelský koncern Condé Nast pověřil v roce 1989 Brodyho redesignem pánského módního magazínu Per Lui. Stalo se tak v době, kdy časopis stagnoval a ztratil značnou část své vitality z 80. let. Zadání přišlo společně se zakázkou redesignu sesterského časopisu Lei. U obou magazínů nebyl nutný jen redesign, ale celková restrukturalizace skladby a obsahové struktury. Brody vzal za základ pro redesign jednoduchý, elegantní layout založený na kombinaci tvarů a mísení emocí pomocí typografických výrazových prostředků. Jasnost a mírná odtažitost Helveticy byla umocněna kontrastem s výřezy nazvětšovaných fotografií. Ani tento redesign však magazínu nepomohl přežít, za další rok bylo jeho vydávání ukončeno. [Příloha A. Obr. 73-76]

### 3.2.2 Lei

Magazín o módě především pro dívky - Lei rovněž zabředl do rutiny a vyžadoval nezbytné oživení. Navržená struktura pro magazín Lei kontrastovala v tučných titulcích nesoucích hlavní informace s jemnějším použitím typografie. Během 12 měsíců prošel časopis dvěma redesigny. Při druhém redesignu vytvořil Brody zjemněný a klasičtější vzhled tím, že vybral do headlinu font Didot, a rovněž dal daleko větší prostor fotografiím.

[Příloha A. Obr. 77-80]

### 3.2.3 Actuel

Společenský magazín Actuel byl založen v roce 1969 v Paříži jako odpověď na sociální bouře z jara 1968. Zakladatel a editor Jean-Francois Bizot chtěl „tvořit revoluci myšlenkami a barvami“. Actuel byl po celých pět let součástí undergroundového tisku, následně se na několik let odmlčel, aby znovu ožil - bez kapitálu a s mladými reportéry, kteří vysoké prodejnosti dosáhli výhradně díky svému nasazení. Když se ve Francii po volbách dostali v roce 1980 opět k moci socialisté, ztratil Actuel svou dřívější levicově orientovanou odlišnost. Investigativní novinářský styl začali napodobovat další a mezi nimi i významné televizní stanice.

Actuel byl výjimečný, byl řízen politicky, ale byl i jediným časopisem ve Francii věnujícím se životnímu stylu. S rostoucím počtem soukromých televizních stanic se novináři Actuel pustili do tématu, kterým byla role časopisů v televizní éře. V roce 1989 se nakonec Actuel propojil s tituly The Face a Tempo v Německu, aby zorganizoval protestní kampaň „Fax China“, kampaň následující po represích na náměstí Tian An Men v Pekingu.

Bizot obdivoval The Face a v roce 1989 kontaktoval Brodyho s požadavkem na vytvoření nové tváře Actuelu. Požadavkem byl minimalistický design, který by kontrastoval s obsahovou složkou publikace. I když Brody vytvořil design, který znamenal spíše pravý

opak původního zadání, vznikla tři pozoruhodná čísla, která svou koncepcí značně předběhla dobu. Spolupráce pak byla především díky Brodyho zaneprázdnění ukončena. Bizot ukončení spolupráce komentoval následovně: *“...Vydali jsme tři skvělá čísla, ale čas byl pro Nevillea obrovský problém. Partnerství skončilo, ale můžeme na něj kdykoli navázat.”*<sup>21</sup>

[Příloha A. Obr. 81-91]

### 3.2.4 Časopis Arena

Brody stál v čele uměleckého vedení Areny celé tři roky. Byl autorem ručně kresleného loga, zavedl do magazínu kombinaci fontů Garamond, Helvetica a Kabel a kladl důraz na dostatek bílého prostoru, který dodával magazínu uhlazený, ale duchaplně elegantní nádech. Brody, chtěl aby byl design „nudný“, spíše ve smyslu strohosti, ale brzy jej tento koncept přestal bavit. I když brojil proti Helvetice, využil její neemotivnosti k povzbuzení emotivních reakcí publika. *“Chtěl jsem sledovat sílu jednoduchosti.”*, uvedl později.<sup>22</sup>

Časopis stavěl zejména na síle fotografie. Vytvořit pro Arenu vizuální styl definovaný formou a strukturou byla pro Brodyho velká výzva a zvládl ji zejména díky počítačové grafice. Program Adobe Freehand byl v té době pro Brodyho velkou oporou a současně nástrojem, který umožňoval realizovat další typografické experimenty. V této fázi začal Brody používat výhradně minusky a „architektonicky zpracovávat text“, ořezávat headlines přetékající přes stránku, tvořit dynamiku využívající těžkou váhu Helveticy Black. Písmena se překrývala a různila ve velikostech – slova se propojovala, formovala samostatné tvary.

[Příloha A. Obr. 92-95]

## 3.3 Klienti Brodyho studia a další zajímavé zakázky

### 3.3.1 PTT holandský Telecom

Brody byl požádán, aby navrhl sadu známek připomínající Floriadu – největší květinové expo v Holandsku. Tato zakázka přišla právě v době, kdy se snažil ovládnout Adobe Photoshop, který umožňoval úpravu fotografií. Brody se rozhodl použít zjemnělé geometrické formy, aby tak evokoval organické tvary květin. Dále řešil velikost a měřítko známek, která vyžadovala jemné ale zároveň zřetelné vizuály.

Kontrastu jemných tvarů s ostře ohraničenými aplikacemi písma dosáhl použitím kombinovaných postupů v Adobe Photoshopu a v Quarku. Návrhy se líbily zvláště proto, že v nich PTT vidělo využití květin jako metafory pro obchod a komputerizaci přetvořenou do estetické formy. Při tisku se řešily obrovské problémy s dosažením požadovaných barev. [Příloha A. Obr. 96-98]

### 3.3.2 Obchodní dům Parco

Parco je jeden z největších obchodních domů v Tokyu. Brodyho agent v Japonsku Grant Gilbert a jeho asistent Junko Wong se snažili po mnoho měsíců sestavit výstavu Graphic language. Britský konzulát organizoval řadu výstav a kulturních událostí pod logem „UK90“ a Gilbert dojednal s Parcem, aby mohla být Brodyho výstava prezentována v centru tohoto obchodního domu jako součást festivalu „Alternative UK90“.

V 80. letech pracovalo v Japonsku jen pár zahraničních designerů. The Face zde byl proslulý, ale jen málo lidí vědělo, kdo je zodpovědný za art direkci magazínu. Japonské firmy navíc nebyly vesměs ochotné spolupracovat s malými nezávislými studií.

První velkou zakázkou pro Brodyho byla práce pro Men's Bigi, divize prodeje pánských oděvů společnosti Bigi Group. Výsledek však skončil zklamáním. I když některé z Brodyho návrhů přijal s nadšením hlavní designér Men's Bigi, management značky je nakonec odmítl. Rovněž z rozpracovaného projektu s názvem Global Force s týmem z Men

's Bigi (Yuri Funatsugawa, Yuji Imanishi, Shinichi Kobayashi) nakonec sešlo, i když Brody připravil veškeré korporátní podklady. Ve výsledku Funatsugawa, Imanishi a Kobayashi zformovali textilní firmu Planet Plan, pro kterou pak Brody přece jen několik návrhů zrealizoval. [Příloha A. Obr. 99-103]

### 3.3.3 Body Shop

Studio vyhledávalo inspirující zakázky. Díky těmto aktivitám se Brody dostal do kontaktu se značkou Body Shop, firmou propagující přírodní kosmetiku. Body Shop velmi rychle expandoval z malého řetězce do mezinárodní franšizové organizace. Firma si však stále ponechávala ducha rodinného podniku. Na přelomu let 1987 a 1988 přišlo zadání vytvořit výroční zprávu a firemní brožuru, která by jako výchozí materiál využívala recyklovaný papír. Brody použil zemité barvy reflektující přírodní charakter značky, zrnité fotografie, typografii využívající tučný řez písma, to vše v kombinaci s kresbou. [Příloha A. Obr. 104]

### 3.3.4 Haus der Kulturen der Welt

V létě 1988 po výstavě V&A v Londýně byl Brody požádán o rozhovor pro německý magazín Der Spiegel a byl vyzván, aby si šestistránkový článek sám graficky upravil. Jedna z odpovědí v interview zaujala Gunthera Coenena, šéfa Goethe institutu v Londýně. Pracovní spolupráce byla neobvyklá. Brody a Coenen rozšířili brief na řadu nesouvisejích oblastí, aby tak našli jazyk, který bude pro HdKdW sloužit jako správný každodenní základ. Nakonec se rozhodli, že vše by se mělo odehrávat uvnitř určitého základního tvaru. Přednost dostal čtverec, který symbolizoval hmotné centrum, fyzický střed a bod zájmu světové kultury. Kruh naopak pro ně spíše reprezentoval zobecněnou zeměkouli. Brody navrhl adaptabilní barevný systém, jenž rozlišoval různé aktivity HdKdW. Společně s Cornelem Windlinem pak nadesignoval nový font, který vše vizuálně sjednotil. Na promočních materiálech pracoval Brody následujících pět let. [Příloha A. Obr. 106-111]

### 3.3.5 Kunst und Ausstellungshalle v Bonnu

Vídeňský architekt Gustav Peichl zvítězil v roce 1985 v mezinárodní soutěži o zakázku na stavbu nového centra umění a výstavní haly v Bonnu. V roce 1991 přizval Brodyho, aby navrhl orientační systém výstavního komplexu, což byla vedle grafického projektu vizuální identity pro televizní stanici ORF druhá největší Brodyho zakázka vůbec.

Na projektu spolupracoval s Gilesem Dunnem a Jo Haganem. Projekt neměl být jen moderní, unikátní a nepodobný jiným tehdejším příkladům, ale měl i reprezentovat umění a kulturu v novém Německu, a navíc měl být platný i za 20 let. Hlavní prioritou bylo navrhnout systém, který efektivně provede veřejnost po samotné budově, a zároveň bude ruku v ruce s architekturou komplexu.

Brody navrhl novou sadu písma a symbolů tak, aby fungovaly na mezinárodní úrovni. Vycházel z hieroglyfů a aztéckých ornamentů. Systém měl rovněž komunikovat stálé i měnící se informace.

Brody se snažil o to, aby architektura „promlouvala k veřejnosti“, a tímto hlasem mělo být značení. Dosáhl toho „rozšířením“ budovy do okolního prostoru použitím zvláštních panelů. Bylo důležité odlišit prostory pro veřejnost od administrativních prostorů. Proto byly vytvořeny dva systémy aplikující vždy stejný základní jazyk, ale pokaždé jiným způsobem. Informace se staly variabilní díky použití LED panelů a LCD monitorů. Dále bylo potřeba vytvořit plán s vyznačením místa, kde se právě návštěvník nachází. Systém byl tedy vytvořen tak, aby dal každé zóně jinou totožnost a to použitím písem a čísel. Systém byl rovněž vytištěn v průvodci, který obdržel při vstupu každý návštěvník.

[Příloha A. Obr. 113-116]

## 3.4 Televizní grafika



### 3.4.1 ORF

Televizní grafika jako korporátní design je často typizována do dvou extrémů – jedním z nich je střízlivý systém postavený na tradicionalistickém logu, druhým poletující 3D loga s rychle se měnícími styly písem. Řada televizních stanic používá jako šablonu americký systém, přičemž designér jako jednotlivec dostává jen zřídka možnost ovlivnit komplexní vizuální identitu celého vysílání.

Když Brody obdržel v roce 1991 zakázku od Gerda Bachera z ORF, dostal jedinečnou příležitost jak dostát požadavkům moderní televizní grafiky, tak i tradiční představě o korporátní identitě této veřejnoprávní stanice.

Východiskem pro toto zadání byla pro Brodyho stávající poměrně úspěšná grafika ORF, která sloužila již přes 25 let, a dále změny ve vysílací struktuře, která zachovávala grafiku hlavních pořadů již zhruba pět až sedm let. Brody vytvořil strukturální model grafiky, který vycházel z barevného kruhu a byl inspirován Paulem Klee - „duha viděná jako prsten“. Tento princip Brody adaptoval jako satelitní systém přiřazený k hlavní identitě ORF vyjádřené symbolem oka. Logo stanice si ponechalo původní barevné schéma – černou, bílou, červenou a šedou. Barevný systém základního loga ORF však mohl být dále kombinován s dalšími doplňkovými barvami kruhu a v této kombinaci zastupovat jednotlivé programové bloky či oddělení stanice.

Ve spolupráci se Simonem Stainesem tak Brody vytvořil jednoduchý vizuální systém s cílem pro čistotu a srozumitelnost. Systém pracoval se třemi řezy fontu, který se používal pro titulky, hlavní nadpisy a perexy. Fonty Meta a Scala byly využity jako základní písmo. Logo ORF bylo aplikováno jako objekt s tvrdými ostrými hranami, který může stát v kontrastu s jemějším obrazem na pozadí či s rychlou dynamickou sekvencí. „U grafiky všech televizních kanálů chybí vzrušení, atmosféra, dialog, hloubka. Je třeba vyvinout jazyk, který je srdcem televize, který jde ke kořenům, a to předtím, než začneme přestavovat a ne jen přetírat praskliny. Měli bychom prozkoumat pocity ze struktury, z pohybu, ze světla.“<sup>23</sup>

Natočená projekce světelných paprsků. Jemné obrysové linie obrazů se prolínaly s ostrou grafikou hlavní identity. Abstrakce vedla k potvrzení identity. [Příloha A. Obr. 117-127]

### 3.4.2 Stanice Premiere

Premiere je placený televizní kanál, jehož ústředí sídlí v Hamburku. Premiere vysílá několik bloků ve vlastní produkci, dominantní část programové skladby však vysílání filmových titulů. Hlavním cílem zadání bylo odlišit Premiere od záplavy satelitních a kabelových televizí na trhu.

Stanice navíc nevysílala žádné reklamy, hlavní pozornost diváků v přechodových fázích vysílání se koncentrovala na logo. To se zobrazovalo mnohokrát za den a bylo jej třeba prezentovat v neustále obměňované a zábavné formě. Létající loga a 3D animace byly vedením stanice předem zamítnuty, televize byla vzhledem ke každodenním kulturním informacím tzv. předesignovaná.

Televizní design Premiere tedy měl být jednodušší a více informativní. Brody zvolil jako ústřední grafický prvek písmo, které tak zřetelně určovalo místo ve struktuře vysílání a informace pro diváky. Systém tvořený pouze písmem stál v ostrém kontrastu s obrazovým doprovodem. Výsledkem byl daleko přehlednější obsah, design spíše podporoval programový materiál, než aby s ním soutěžil.

Brody se rozhodl nevytvářet jako logo symbol, ale použil stejný font písma jak pro název stanice, tak pro informace ve vysílání. Jediný rozdíl představovala iniciála P – speciálně vytvořená pro tyto účely. Použitým fontem je zde Franklin Gothic, jednoduchý, moderní a velice flexibilní font s širokou škálou různých řezů.

Rozhodující byl rovněž výběr barev. Různé programové bloky byly opatřeny vlastním barevným systémem – informace o filmech byly v purpurové barvě, dokumenty v béžové či zelené. Všechny doplňkové informace se netypicky zobrazovaly výhradně na černé obrazovce. To podporovalo zcela výjimečnou identitu kanálu a posilovalo důraz na

barevná schemata programových bloků. V titulcích pak Brody používá 2D animace, všechny pohyby jsou zde pomalé a elegantní, s jemným prolnutím v kontrastu k rychlým střihům. Vizuální rytmus je umocněn zvukovým doprovodem, přičemž zvuk i barva mají rovnocennou roli. [Příloha A. Obr. 128-130]

## 4 RESEARCH STUDIOS

Studio Neville Brodyho změnilo v roce 1994 svůj název na Research Studios. Tato změna se časově shodovala s premiérou druhého dílu publikace *The Graphic language of Neville Brody*. Studio se postupně rozrostlo a vznikla síť poboček v dalších světových centrech. Vedle brandingu se studio zabývalo rovněž obalovým designem, redesignem a tvorbou vizuální identity. Sám Brody pak stále více přednáší, účastní se řady různých konferencí a vzdělávacích iniciativ. Souběžně s tím však realizuje jak své soukromé zakázky, tak práce pro Research Studios.

Významné jsou zejména Brodyho mediální zakázky – pro deník *The Times* v roce 2006 (včetně vytvoření nového fontu *Times Modern*, vizuálně podobnému fontu *Mercury*, který navrhl Jonathan Hoefler; byl to mimo jiné první nový font pro tyto noviny od roku 1932) a pro veřejnoprávní stanici BBC v roce 2011 (zakázka zahrnovala komplexní redesign včetně internetového portálu stanice).

Tvorba nových řezů písma pak zahrnuje například font *New Deal*, původně navržený pro film *Public Enemies* Michaela Manna z roku 2009 a font *Peace 2* vyvinutý pro srpnovou edici *Wallpaper\** magazine (časopisu věnovaného plakátové tvorbě).

Neville Brody obdržel několik ocenění a vyznamenání, včetně *D&AD President's Award* (2011) a zvláštního čestného uznání *Prince Philip Designers Prize* (2010) [Příloha A. Obr. 131-133]. V lednu 2011 se Brody stal děkanem školy designu (*School of Design*) a ředitelem institutu *Vizuálních komunikací na Královské akademii umění (Visual Communication programme at the Royal College of Art)*. V září roku 2011 byl Neville Brody také jmenován viceprezidentem profesní asociace *D&AD*.

Brody byl, jak již bylo zmíněno dříve, jedním ze zakládajících členů knihovny digitálních fontů *FontShop*, pro kterou vytvořil řadu typů písem včetně fontů *Industria* a *Blur*. Posledně jmenovaný font byl nedávno zahrnut do designerské kolekce Muzea moderního

umění a architektury v Londýně a Muzea moderního umění v New Yorku. Blur byl vybrán společně s dalšími dvanácti digitálními fonty, například Carterovou Verdanou, Speikermannovým FF Meta, Poolovým FF Dinem, Frere-Jonesovou a Hoeflerovou Retinou, Crouwelovou New Alphabet, Barnbrookovým fontem Manson a dalšími.

Brody je rovněž autorem experimentálního jazyka pro typografickou publikaci Fuse, která inspirovala následné konference a čtvrtletní fóra, výstavu v grafické galerii Ginza v Japonsku a publikaci (připravenou Nevillem Brody a Jonem Wozencroftem k 20. výročí prvního vydání Fuse v roce 2012).

#### 4.1 Historie studia

Research Studios dnes představují multidisciplinární designovou agenturu s kanceláři v Londýně, Paříži, Berlíně, Barceloně a se zastoupením v New Yorku a Tokyu. Research Studios se věnují realizaci rozmanitých zakázek - od jednorázových až po komplexní vizuální strategie, jejich klienty jsou jak globální korporace, tak i místní obchodníci. Koncepce Research Studios je určena dvěma hlavními pilíři – hloubkovým výzkumem cílů zadání a principem kooperace při jejich řešení. Výzkum je jádrem všech činností Research Studios.

Původní Research Studios Londýn bylo založeno v roce 1994 Nevillem Brodym a jeho obchodní partnerkou Fwou Richards. Londýnským studiem prošla řada designérů - někteří z nich pak založili další pobočky studia a vytvořili tak fungující mezinárodní síť Research Studios. V roce 2001 otevřel Lionel Massias pobočku v historické části Paříže. Pobočka v Berlíně byla založena o rok později a pomáhali ji zakládat bývalí senior designeři Research Studios Jason Bailey a Daniel Borck. Studio v Berlíně řídí Sandra Steinebrunner. V roce 2008 bylo otevřeno studio v Barceloně, v jehož čele stojí Pablo Rovalo, který rovněž dříve působil v Londýně. Všechny tyto dceřinné agentury se pak podílejí rovnocenným způsobem na tvorbě ideových konceptů.

Research Studios Londýn zůstalo přirozeným centrem sítě a jeho tvůrčí základnou. Klientela Research Studios Londýn je impozantní a nesmírně široká. Mezi značky

a společnosti, které se svěřily do rukou Research Studios patří např. Apple, Asics, Barbican, BBC, Bentley, Bonfire Snowboarding, Chloé, D&AD, Deutsche Bank, Dom Pérignon, Guardian News and Media, Institute of Contemporary Arts London, Issey Miyake, Kenzo, Martell, Microsoft, MTV Europe, Nike, Parco, Philips, Salomon, Sony PlayStation, The Times, Wallpaper\* a YSL. Práce Research Studia zahrnuje tvorbu firemních strategií, packaging, vizuální identitu, reklamu, art direkci a další činnosti.

Mezi Brodyho privátní projekty z poslední doby patří např. Vortext - instalace pro projekt Off Canvas na Pekingském týdnu designu; výstava a doprovodný katalog v grafické galerii Ginza v Japonsku; Freedom Space (interaktivní instalace na Super Contemporary show v Muzeu designu v Londýně); 'Unentitled' – Blank Canvas projekt podporující Amnesty International či The Big Issue Foundation.

## 4.2 Typografie

### 4.2.1 Fuse

Fuse představuje mezinárodně uznávanou platformu pro experimentální design a typografii. V rámci Fuse jsou pořádány pravidelné konference, jichž se účastní špičky v oboru. Společně s tím vychází čtvrtletník Fuse prezentující jedinečné autorské fonty. Na každém čísle Fuse spolupracují čtyři designeři či typografové. Úkolem každého z nich je navrhnout experimentální písmo společně s jeho aplikací na plakátu, který se k písmu vztahuje tematicky.

V roce 2012 byla dosavadní činnost Fuse zmapována v publikaci Fuse 1-20 From invention to Antimatter: 20 years of Fuse (Od myšlenky k antihmotě: 20 let Fuse). Publikaci navrhl Neville Brody a zahrnuje kompletní vydání Fuse 1-18 a zatím nepublikovaná čísla 19 a 20. Do knihy přispěla řada slavných designérů a typografů, úvodní teoretické statě pocházejí od dlouholetých spolupracovníků Fuse, teoretiků Jona Wozencrofta a Adriana Shaughnessyho. [Příloha A. Obr. 134-145]

## 4.2.2 Nové fonty

### New Deal

Research Studios vytvořilo v červnu 2009 font New Deal jako zakázku pro filmový titul Michaela Manna *Public Enemies* (Veřejní nepřátelé). Tento titul je adaptací románu Bryana Burroughse odehrávajícího se v době velké hospodářské krize v USA, v časech rostoucí kriminality. Research Studios již s Michaelem Mannem spolupracovalo na titulech *Heat* a *The Insider*. Ve všech případech vytvořilo studio pro filmové tituly zcela zvláštní fonty přímo na míru. Font New Deal je ve své podobě záměrně „naivní“ a odráží typografii na dobových plakátech. [Příloha A. Obr. 146-150]

### Popaganda a Buffalo

Poprvé byly oba Brodyho fonty představeny ve 32. čísle módního pánského magazínu *Arena Homme +* v září roku 2009. [Příloha A. Obr. 151]

### Peace 2

Neville Brody navrhl jednu z autorských karet, typografických hříček pro společný projekt časopisu *Wallpaper\** a knihovního fondu *St. Brides*. Dílko bylo publikováno ve speciální sex-edici magazínu *Wallpaper\** v červenci 2009. V rámci projektu byli vybraní autoři přizváni k tvorbě „poznámkového lístku“. Brody použil font „Freeform Four“ původně navržený pro FUSE. [Příloha A. Obr. 152-154]

## 4.3 Interaktivní projekty a multimédia

### 4.3.1 Guardian Unlimited

The Guardian požádal Research Studios o spolupráci v roce 1998. Týdeník již disponoval existující online extenzí vydání, ale její vzhled i funkčnost již byla překonána a stránky nebyly konkurenceschopné. Za přispění redakce a vydavatele byl vytvořen unikátní modulový systém založený na blocích umístěných na přesných souřadnicích sítě. Tyto bloky mohly být jen barevné, nebo obsahovat obrázek či text. Byly to jakési flexibilní kotvící body, podle kterých byl pak sestaven zbytek stránky. Celá soustava dále používala jednoduchý typografický systém využívající font Neue Helvetica Extended. Ten byl zvolen jednak pro svůj elegantní vzhled, ale také kvůli rychlosti načítání v prohlížeči. Tento font byl pak doplněn o systémový html textový řez.

Stránky obsahovaly řadu podsekcí, které byly nazvány jako Unlimited network. Často se jednalo o zcela samostatné kompletní mikrostránky, které potřebovaly mít svoji vlastní identitu, ale současně patřit pod zaštiťující značku Guardian Unlimited.

Od roku 1998, kdy byly stránky spuštěny, získaly celou řadu ocenění za design a obsah.

[Příloha A. Obr. 155]

### 4.3.2 “Double dip” granimator

Research Studios spolupracovalo na vizuální podobě kreativní aplikace pro iPad Granimator. Balíček nazvaný ‘Double Dip’ experimentující s typografií, je produktem pěti designerů, kteří vytvořili pět autorských fontů. Produkt byl oficiálně představen na zvláštní akci v londýnském AppStore. [Příloha A. Obr. 156-158]

### 4.3.3 BBC

#### **Globální vizuální komunikace**

Počátkem roku 2010 získali Neville Brody a Research Studios zakázku společnosti BBC na redesign jejich celosvětové online vizuální komunikace (Global Visual Language - GVL).



Cílem projektu bylo spojit prolínající se platformy národní [bbc.co.uk](http://bbc.co.uk) a mezinárodní [bbc.com](http://bbc.com) takovým způsobem, který by dokázal redefinovat digitální prostor, který až dosud BBC zaujímala.

Research Studios vyhráli v roce 2009 výběrové řízení BBC na vývoj interaktivní grafiky a celkovou strategii jejího užití. Od toho úkolu pak Research Studios přešli k základům GVL (typografie, barevná škála, ikony apod.). Na dalším vývoji pak Research Studios pracovali současně s interními týmy BBC. Celý projekt je nyní postupně realizován.

[Příloha A. Obr. 159-164]

### **BBC News online**

V prosinci 2010 vyhrál kanál veřejnoprávní stanice BBC News titul “Redesign roku” v rámci .Net Awards, ceny udílené na základě veřejného hlasování. Na novém vizuálním stylu BBC News spolupracovala BBC s Research Studios v letech 2009 až 2010.

Neville Brody komentuje: *“Jsme pyšní na to, že jsme pomohli vytvořit nový grafický jazyk (GVL) pro BBC. Bylo úžasné mít možnost podílet se na novém designu a všech těch změnách, které přináší nová filozofie digitální BBC. Byla to velká čest. BBC je celosvětově vnímána jako důvěryhodný zdroj informací a jako maják nezávislosti a kvalitní žurnalistiky. Nastává doba kritického zlomu nejen pro BBC, ale i pro ostatní média, hledají se nové cesty, kterými se v budoucnosti budou šířit informace a zábava. Cílem bylo nalézt jednoduchý, moderní a přesvědčivý vzhled obalený kolem dramatických a otřepaných vydavatelských konceptů. Dnes je BBC online neobyčejně expanzivní záležitost, která nabízí přes 400 stran materiálů té nejvyšší úrovně. Uvažuji o dalších a dalších vylepšeních a nápadech, které by mohly vstoupit do hry, až se projekt rozvine.”*<sup>24</sup>

[Příloha A. Obr. 165, 166]

## **4.4 Filmové zakázky**

Pro první díl Mission Impossible vytvořili Research Studios grafické návrhy upoutávek a spořičů obrazovek. Další práce v roce 1998 se týkala filmu The Insider režiséra Michaela Manna. Úkolem studia bylo vytvořit úvodní titulky. Výsledkem byla čistá typografie, každé písmeno postupně bledlo a ztrácelo se v imaginárním horizontu, což mělo odrážet celkově temnou náladu filmu. V roce 2000 se pro film The Avengers opět vytvářely spořiče a televizní upoutávky. [Příloha A. Obr. 167, 168]

## 4.5 Publikace

### 4.5.1 Výroční zpráva pro D&AD

Neville Brody a Research Studios navrhli v roce 2008 pro asociaci D&AD výroční zprávu, která se měla vztahovat k 45. výročí existence této instituce. Tištěná publikace byla doprovázena rovněž online verzí. [Příloha A. Obr. 169-173]

### 4.5.2 Kalendář Research Studios

Research Studios vydávají každý rok designový kalendář, který je odeslán klientům a přátelům studia. V roce 2011 byl kalendář inspirován možnostmi deformace písma. Font Research Studios byl upravován různými způsoby, aby tak vyjádřil přirozeně zkoumavé přístupy studia, jejich pohled na věci kolem, snahu o posouvání hranic a princip využívání obecně známých, obyčejných prvků k vytvoření jedinečného, neobvyklého díla.

Kalendář pro rok 2012 byl věnován chystanému vydání souborné publikace Fuse 1-20 a proto byly stránky plné ikonických písem vzešlých z Fuse, včetně fontů, které byly inspiračními zdroji Research Studios. [Příloha A. Obr. 174-177]

### 4.5.3 The Graphic Language of Neville Brody 1 a 2

U Thames and Hudson vydal Brody ve spolupráci s Jonem Wozencroftem v roce 1988 první díl a poté, v roce 1994, díl druhý. Každá kniha mapuje zhruba 10 let jeho grafické práce. [Příloha A. Obr. 178-179]

## 4.6 Časopisy a noviny

### 4.6.1 The Times – redesign klasiky

Na přelomu let 2006 / 2007 dokončili Research Studios práci na jedné z nejprestižnějších zakázek pro ikonu žurnalistiky - deník The Times.

Research Studios navrhli novou vizuální komunikaci pro The Times spojenou s přechodem z tehdy tradičního velkého formátu novin na menší moderní formát, který až do té doby používaly především tabloidy. Tento přechod pak byl spojen s celou řadou nezbytných změn, jakými byli vývoj nového fontu nazvaného Times Modern, významná úpravou prvků sloužících k orientaci při procházení obsahu novin, nová tiráž, nový znak deníku, ikonografie, layout stránek, návody na použití a úpravu fotek a vytvoření manuálu, podle kterého by mohl redakční tým pokračovat v práci respektující dosavadní tradici.

Nový font Times Modern odráží tradicionalistický odkaz deníku, i když se přizpůsobuje nárokům nového kompaktnějšího formátu. Jako předchozí používaný font Times Classic, byl i Times Modern navržen výhradně pro tento deník, který je jediným titulem nechávajícím si vytvářet fonty na zakázku. Ostatní noviny nakupují fonty „k přímému použití“. [Příloha A. Obr. 180, 181]

## Times 2

Neville Brody spolupracoval na redesignu přílohy Times 2 již v roce 2005. Úkolem bylo oslovit širší čtenářskou obec a vytvořit více současný vzhled publikace. Úspěch těchto úprav pak vedl k tomu, že Research Studios dostávají od The Times za úkol redesignovat celý deník. [Příloha A. Obr. 182-188]

### 4.6.2 Arena Homme +

Neville Brody a Research Studios pokračují v roce 2009 v práci pro módní magazín Aréna Homme +. Brody pro časopis navrhuje fonty Popaganda a Buffalo a po několika letech se tak opět vrací do světa časopisů – k art direkci, typografii a tvorbě layoutu.

Brody se svým pojetím snažil nasměrovat magazín více do mužského prostoru, navrhl jednoduchý a silný layout, který by vhodně doplnily stylizované fotografie legendárních fotografů. Brody vycházel z teorie televizního čtení, kdy při čtení nedochází k hlubšímu náhledu do tématu, ale lidé text jen přelétnou. Ke zvýraznění sdělení použil font Popaganda a nazvětšoval kapitálkami klíčová slova v článku. [Příloha A. Obr. 189-192]

Inspirací pro další číslo magazínu bylo téma čas a cestování. Brody pro toto vydání navrhl font “Research Studios Champions”, který byl kombinován s fontem Mercury. Tak vznikl neoklasický layout. [Příloha A. Obr. 193-95]

Brody dále upravil logo magazínu, neboť původní navrhoval již v roce 1986. Na práci pro magazín Arena Homme + s Brodym spolupracoval tým z Research Studios, designer George Sheldrake a project manager Phil Rodgers.

## 4.7 Klienti Research Studios

#### 4.7.1 Kenzo

Research Studios se zapojilo do práce pro Kenzo Perfumes již během roku 2000. Tehdy bylo Research Studios požádáno o vytvoření návrhu webových stránek pro ještě nepojmenovaný parfém. Od té doby Research Studios redesignovali všechny obaly Kenzo parfémů a s nimi související tiskové propagační materiály. Navíc mohli Research Studios dohlížet i na design POS materiálů a implementaci brandu do jednotlivých prodejen.

##### **Kenzo: Flower by Kenzo**

Nepojmenovaný parfém nakonec díky Research Studios dostal své jméno: z řady variant byl vybrán název „Flower by Kenzo“. Tento produkt se stal nejvíce prodávaným parfémem značky Kenzo po více než 10 let a nejprodávanějším parfémem roku 2000 v pravlasti všech parfémů - ve Francii. [Příloha A. Obr. 196-199]

Další klíčová spolupráce Research Studios a Kenzo se týkala designu nábytku a jeho umístění na prodejnách. V Research Studios vyvinuli novou vizuální identitu značky a tiskové materiály pro první „smyslový“ obchod **La Bulle** Kenzo v Paříži.

Dále spolupracovali na reklamní kampani a obalu pro parfém ze série **Eau Perfumes** pro ženy a muže. Během posledního kola návrhářského procesu prezentovali Research Studios pět návrhů obalů **Parfum d'ete**. Místo toho, aby si klient vybral jen jeden, rozhodl se použít všechny návrhy a nechat na zákaznících, aby si zvolili svůj nejoblíbenější.

[Příloha A. Obr. 200-207]

#### 4.7.2 YSL

V roce 2007 Research Studios vytvořili obaly, flakony a grafické návrhy obalů pro parfémy **My Queen, Opium a Elle** značky YSL. [Příloha A. Obr. 208-209]

### 4.7.3 Tribeca / Issey Miyake

Issey Miyake otevřel na podzim roku 2001 v New Yorku první z nové generace obchodů stejnojmenného řetězce. Byla to první vlajková loď rozšiřující se firmy a současně sídlo vedení všech amerických poboček. Research Studios navrhli základ obchodu v konstruktivistickém stylu jako montáž všech logotypů značky Issey Miyake. Pro projekt bylo navrženo rovněž unikátní písmo. [Příloha A. Obr. 210-212]

### 4.7.4 Bonfire Snowboarding

S Bonfire Snowboarding spolupracuje Research Studios od roku 2005 na široké škále projektů - od tvorby značky po návrhy vzorů potisků látek. [Příloha A. Obr. 213-220]

Research Studios je autorem oválného loga značky a celkového stylu vizuální komunikace. Research Studios provádí každoroční korekce původního návrhu tak, aby značka neustále působila svěže a inovativně. Navržená komunikace je svým způsobem průkopnická, vymyká se stylu typickému pro dané odvětví. Společně s tím je Research Studios autorem jednotlivých sezonních reklamních kampaní Bonfire Snowboarding. Další spolupráce se týká výstroje. Spolu s návrháři se vytvářejí vzory pro látky a výšivky značky. V roce 2010 začali Research Studios se značkou rovněž spolupracovat na návrzích obuvi.

### 4.7.5 Macromedia

Se společností Macromedia spolupracuje Research Studios od roku 1995. První zakázka se týkala modernizace image softwarové společnosti tak, aby více odrážela pozici inovativní a progresivní firmy. Výsledkem byl jeden z nejúspěšnějších modelů moderního tzv.

„totálního komplexního designu”. Research Studios vytvořili styl vizuální komunikace Macromedia, který vycházel ze zobrazování měnících se elementů přecházejících z produktu na produkt. Ten se dále prolínal všemi komunikačními komponenty a vytvářel tak silný, konzistentní a zároveň proměnlivý celek. Speciálně navržené písmo podtrhovalo expresivní ilustrace aplikované na produktový design a na ikony pracovní plochy. V roce 2001 Macromedia požádala Research Studios o vypracování grafického jazyka, který by podpořil potřeby nových obchodních cílů firmy. Řešením bylo zjednodušení grafických elementů u každé produktové řady a vytvoření symboličtějšího a bezprostřednějšího vizuálního stylu. [Příloha A. Obr. 221-222]

#### **4.7.6 Aniboom**

Aniboom je virtuální animační studio a mezinárodní internetová platforma začínajících animátorských talentů.

Pro Aniboom Research Studios přepracovali vizuální identitu, vytvořili konzistentní strategickou platformu, nový logotyp, písmo, webové stránky a rozsáhlou vizuální komunikaci. Díky těmto změnám se Aniboom přesunul do další fáze růstu a podařilo se mu zaujmout místo hned vedle významných mezinárodních animačních studií.

Logo a identita pro Aniboom musely být hravé, mladistvé a přitažlivé a současně efektivně komunikovat s klienty studia, sponzory a spolupracovníky. Součástí projektu byl také design nového fontu „Boom“, ve třech řezech – heavy, medium a light. Ten se stal spojujícím elementem využívaným ve všech promo materiálech. Prvky Boomu se také staly součástí vizuální komunikace studia. [Příloha A. Obr. 223-227]

#### **4.7.7 Music for Youth**

Research Studios je autorem nové vizuální komunikace hudební organizace Music for Youth poskytující příležitosti mladým hudebníkům.

V roce 2009 slavilo Music for Youth 40 let. To byl důvod pro redesign loga a identity tak, aby organizace mohla efektivněji komunikovat s mladými umělci a sympatizanty. Organizace rovněž chtěla rozšířit komunikaci tak, aby odrážela široké spektrum hudebních žánrů, které Music for Youth zastřešuje.

Klíčové bylo také posílení digitální prezentace. Princip nově navržené identity spočíval v opakování hlavníhologu. Research Studios dále pracovali na organizaci webových stránek a programu aktivit včetně Národního festivalu v Birminghamu v roce 2010.

[Příloha A. Obr. 228-237]

#### **4.7.8 Dom Pérignon**

Research Studios vytvořili nový vzhled pro výběrovou značku šampaňského Dom Pérignon. Research Studios byli Dom Pérignon požádáni v roce 2004 o asistenci při tvorbě firemní strategie. Úkolem bylo dodat značce více elegance, atmosféry přitažlivosti a zároveň zachovat dojem luxusu. Studio navrhlo jedinečný obal, vertikálně se otevírající matný černý monolit. Jen speciálně barvený papír se zdokonaloval více než rok. V pařížské pobočce Research Studios v art direkcí Nevilla Brodyho vytvořili rovněž nové barevné kódy pro označení výběrových vín Dom Pérignon, přičemž použili černou, stříbrnou a metalickou růžovou. Originální logo Dom Pérignon zůstalo nezměněno. Následovalo vánoční balení pro ročník vín 1998. [Příloha A. Obr. 238, 239]

#### **4.8 Výstavy**



#### 4.8.1 Umění na posvátných místech

Umění na posvátných místech (Art in Sacred Spaces) si dalo za cíl posilovat tradicionalistická pouta mezi uměním a náboženstvím prostřednictvím netradiční spolupráce mezi umělci, věřící komunitou a školou.

Na dvanácti místech, kde se ve Východním Londýně konají bohoslužby, se zformovala unikátní výstavní stezka. Research Studios vyvinulo vizuální identitu včetně plakátů a letáčků a také se akce zúčastnilo jako jeden z vystavujících umělců. Všech 12 míst, kde akce probíhala, bylo zaneseno do diagramu mapy Londýna, pro každé z míst a každého umělce byla vytvořena abstraktní ikona. Tvary pocházely z průniku slov "sacred" a "spaces". Průnik rozložil tvary písmen na jednotlivé nezávislé segmenty. Výsledkem byla tvarová typografická koláž. Tyto tvary byly následně aplikovány na letáčky, rozměrné plakáty, tvořily součást interiérových dekorací, podklady pro projekce v exteriérech.

[Příloha A. Obr. 240-243]

#### 4.8.2 Embedded Art

U příležitosti výstavy pořádané berlínskou Akademií umění v červenci 2009, která se zabývala otázkami posedlosti terorismem a bezpečností, vytvořil Brody informační poster Free me From Freedom. Byl to jeden ze šesti úvodních plakátů zadaných kurátory, které byly instalovány v prostorách galerie a po městě. Dalšími zúčastněnými designery byli např. Banbrook Designs, Gunter Rambow, Fons Hickmann Yuki Shimizu nebo Omar Vulpinari. Na výstavě se sešlo celkem 28 unikátních tematizovaných příležitostných návrhů od umělců z Německa, Japonska, Jižní Afriky, Itálie, Slovinska a Británie.

[Příloha A. Obr. 244, 245]

### 4.8.3 Super Contemporary

#### The Freedom Space

Výstava „Svobodný prostor“ se konala jako součást poslední velké akce Super Contemporary v Muzeu Designu v Londýně. Brody byl požádán jako jeden z 15 designérů o vytvoření centra celé expozice. Výstava měla oslavovat progresivního ducha a tvůrčí mysl londýnských umělců. Výstava Super Contemporary trvala od června do října 2009 a představila také práce dalších celebrit designu jakými jsou např. Paul Smith, Zaha Hadid, Wayne Hemmingway, El Ultimo Grito nebo Baber Osgerby. [Příloha A. Obr. 246-248]

### 4.8.4 Anti Design Festival

V Research Studios byli požádáni, aby se stali součástí „Anti Design Festivalu“ tím, že uspořádají jednodenní workshop nazvaný ANARCHY/apathy. Cílem bylo položit šest otázek návštěvníkům procházejícím ulicí Redchurch Street v části Londýna nazvané Shoreditch a odhadnout, zda jsou tito lidé rebelující individua nebo zda jsou občansky apatyčtí.

Otázky se týkaly např. bez čeho by lidé nemohli žít, zda je pro ně zajímavější bulvár a celebrity nebo zprávy a příběh, apod. Odpovědi byly graficky upraveny, vytištěny a vystaveny na odpovědní zdi. Také na iPadu byl instalován Granimatorský balíček, kde mohli návštěvníci během této akce vytvořit své vlastní vzkazy. [Příloha A. Obr. 249-254]

### 4.8.5 Summer Exhibition 2010 - Royal Academy of Arts

Research Studios spolupracovali s Královskou Akademií na změně identity a plakátech pro populární Summer Exhibition 2010. Kromě toho Research Studios rovněž dlouhodobě kooperují s dalšími londýnskými kulturními centry jakými jsou např. Barbican, ICA

a Somers Studioset House. Research Studios vypracovali vizuální identitu, koncept plakátu. Hlavním vizuálem pro kampaň byla fotografie sochy sira Joshuy Reynoldse.

[Příloha A. Obr. 255-260]

#### 4.8.6 GGG Tokyo

V roce 2010 byla realizována zatím poslední Brodyho výstava v japonské GGG galerii (Ginza Graphic Gallery) v Tokyu. Obsah tvořila volná tvorba z řady Free Thought (2010); plakáty projektu LUST s Jamesem Victorem (New York 2009); práce na vydáních Areny Homme+ (2009/2010); instalace Freedom Space původně navržená pro Design Museum v Londýně (2009); experimentální písma a výstupy z FUSE; obálky magazínů Wallpaper\* a GQ (2009); zeď určená Anti-Design Festivalu (2010) a díla vytvořená pro japonské klienty za posledních 10 let. [Příloha A. Obr. 261-265]

#### 4.8.7 Off Canvas

Converse a Pekingský týden designu

“Off Canvas“ byl inspirující projekt vystavující typografii přímo na ulicích v různých částech Pekingu. Projekt byl realizován v rámci Pekingského týdne designu a věnoval se různým oblastem užitého umění. Brodyho příspěvek s názvem Vortext byl nainstalován na fasádě domu v části nazvané 751 D-Park, součástí uměleckého centra v severovýchodním Pekingu. Vortext byl vytvořen z Brodyho fontu Antimatter navrženého pro Fuse 20.

[Příloha A. Obr. 266-267]

## II. PRAKTICKÁ ČÁST

Pro prezentaci díla Nevilla Brodyho jsem zvolila formát časopisu [Příloha B. Obr. 1-4]. Dle mého názoru se jedná o současnou, moderní a stále aktuální formu prezentace, zejména s ohledem na skutečnost, že Brody si vydobyl mezinárodní renomé především díky své časopisecké tvorbě.

Layout fiktivního časopisu je mým autorským designem. Je však inspirován Brodyho grafikou v tom či onom konkrétním časovém úseku, což dokládají obrazové materiály. Ty byly vybrány tak, aby zobrazily charakteristické trendy konkrétní etapy jeho tvorby a rozsah jeho činností.

Například předělová dvoustrana Research Studios vznikla jako digitální úprava malby portrétu Nevilla Brodyho, který jsem vytvářela do hodin kresby, a byla inspirována Brodyho rannou tvorbou při jeho snaze o ovládnutí počítačové grafiky a programů Adobe Photoshop a Freehand. Forma je zvolená záměrně tak, aby vycházela z možností tehdejších programů [Příloha B. Obr. 5, 6].

Inspirací pro některé úvodní stránky kapitol a stránky pojednávající o fontech a experimentálním časopise Fuse byly zejména plakáty pro jednotlivá vydání Fuse [Příloha B. Obr. 7, 8].

V práci jsou použity některé z originálních Brodyho fontů. Část z nich se nachází v databázi Microsoft a část mi byla zapůjčena výhradně pro účely této práce ze soukromých zdrojů. Tam, kde daný font nebyl přímo k dispozici jsem použila jeho obrázkovou, respektive vektorovou alternativu, kterou jsem podle předlohy aplikovala v programu Adobe Illustrator.

Podobně jsem postupovala při ladění barevností jednotlivých layoutů [Příloha B. Obr. 9]. Podobně jako Brody jsem zkoušela řady variant barevností a jejich posun při zobrazení na

monitoru a při tisku. Tímto postupem jsem se snažila dosáhnout přesné tonality - tak aby ladila s barevnou škálou, kterou používal Brody ve svých dílech. Při tomto postupu bylo potřeba absolvovat řadu fází a korekcí. Jednotlivé tiskové výstupy jsem pak porovnávala jak s originály, tak s mým původním záměrem.

Podobným postupem jsem designovala jednotlivé strany publikace a snažila se dosáhnout efektu, který by se přiblížil Brodyho stylu aplikovaném v daném popisovaném časovém úseku. Při tvorbě layoutu jsem se však nesnažila nevycházet z konkrétní předlohy, ale spíše vystihnout styl, atmosféru a charakter přístupu designéra. Tak vznikl původní design, který je reflexí Brodyho tvorby [Příloha B. Obr. 10, 11].

Výběr a design titulní strany vycházel jednak z Brodyho stěžejní práce pro časopis *The Face*, která v zásadě odstartovala jeho mezinárodní kariéru, jednak z jeho inovativních a provokujících přístupů k řešení konkrétních zadání. Proto byla na obálku publikace vybrána portrétní fotografie, která opakováním motivu na zadní straně publikace symbolicky završuje přehled jeho dosavadního díla.

Řada doprovodných materiálů, které jsem zamýšlela původně zařadit do práce zůstala v archivu. Dílem díky své kvalitě – internetové zdroje byly nepoužitelné pro tisk díky nízkému rozlišení – dílem proto, že tato publikace má limitovaný počet stran. Proto jsem vybrala ta díla, která byla pro dané období či etapu pokud možno co nejvíce charakteristická.

Obtížná byla rovněž práce s textem. Charakter této publikace je spíše popisný, zatímco Brody v designu jednotlivých článků mohl pracovat i s jednoslovnými pojmy, či designovat titulkové proklamace, jejichž použití by však bylo v této práci nevhodné. Layout časopisu je rovněž odlišný od již zmíněných přehledových biografických předloh a snaží se daleko více přiblížit konkrétním Brodyho postupům.

## ZÁVĚR

Jsem si vědoma toho, že při obsáhlosti díla Nevilla Brodyho nemohl být každé oblasti jeho tvorby věnován dostatečný prostor. Kromě toho Brodyho dílo zatím není ukončeno a dále se vyvíjí, přestože se Neville Brody v posledních letech věnuje převážně lektorské a pedagogické činnosti.

Neville Brody je umělec oddaný své práci, které se věnuje často s extrémním nasazením. Zřejmě proto nebylo možné zjistit o jeho osobním životě více než jen to, co sám uvádí v autorizovaném životopise na webových stránkách Research Studios. Víceméně všechny zdroje uvádí stejnou zprávu a ani po dlouhém pátrání a psaní mailů do jeho Studia jsem nezjistila více.

Daleko důležitější, než biografická data, však pro mne byla možnost nahlédnout do metodiky práce, která je mnohdy extrémně detailní a systematická. Výsledkem však není nahodilý design, ale tvorba na základě ucelené a propracované představy. Jak se ukazuje, má tento postup nemalý ohlas nejen mezi veřejností, ale i mezi klienty Nevilla Brodyho a jeho Studia.

Brodyho novátorství dokladované v této práci se neomezuje na určitou dobu či koncept, ale jde přes desetiletí i přes různá média. S nástupem mobilní komunikace se Brody věnuje rovněž těmto prostředkům - viz. Granimator, mobilní verze webu BBC apod.

Současně s tím je pozoruhodná Brodyho preciznost a snaha neustále posunovat a aktualizovat svoje dílo – viz každoroční inovace pro značku Bonfire Snowboarding či po několikáté provedený redesign stránek magazínu Arena. Brody nezůstává stát na jednom místě, snaží se hledat a zkoumat možnosti nových směrů, vlastního vyjádření. Nestačí mu existující zdroje jako například písma, ale prakticky pro každou zakázku navrhuje nové fonty přesně na míru zadání.

Brody doslova položil základy digitálního grafického designu 21. století. Řada jeho prací žije dále v díle Brodyho následovatelů i epigonů a dostává se k nám nejen jako originál, ale i jako jeho rozmělněný obsah. V obou formách je však dojem vždy překvapivý a pozoruhodně účinný. I to svědčí o inovačním přístupu Brodyho a jeho výjimečném talentu a smyslu pro potřeby dobového designu.



**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- 1 Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str. ISBN 0-500-27496-7
- 2 Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody vol. 2*. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 110. ISBN 0-500-27770-2
- 3 Samara, Timothy. *Grafický design*. Praha: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3
- 4 Dabner, David. *Grafický design v praxi*. Praha: Slovart, 2004. ISBN 80-7209-597-8
- 5 Blažek, Filip a Pavel Kočíčka. *Praktická typografie*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 80-7226-385-4

## SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

[www.computerarts.co.uk](http://www.computerarts.co.uk)

[www.dandad.org](http://www.dandad.org)

[www.dafont.com](http://www.dafont.com)

[www.fontfeed.com](http://www.fontfeed.com)

[www.fontshop.com](http://www.fontshop.com)

[www.laboratory.cz](http://www.laboratory.cz)

[www.rca.ac.uk](http://www.rca.ac.uk)

[www.researchstudios.co](http://www.researchstudios.co)

[www.archive.researchstudios.com](http://www.archive.researchstudios.com)

[www.researchstudiosparis.com](http://www.researchstudiosparis.com)

[www.type.co.uk](http://www.type.co.uk)

[www.typolondon.com](http://www.typolondon.com)

[www.vimeo.com](http://www.vimeo.com)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

**SEZNAM CITACÍ**

- 1 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 5. ISBN 0-500-27496-7
- 2 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 6. ISBN 0-500-27496-7
- 3 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 8. ISBN 0-500-27496-7
- 4 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 9. ISBN 0-500-27496-7
- 5 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 10. ISBN 0-500-27496-7
- 6 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 15. ISBN 0-500-27496-7
- 7 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 18. ISBN 0-500-27496-7
- 8 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 24. ISBN 0-500-27496-7
- 9 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 52. ISBN 0-500-27496-7
- 10 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 55. ISBN 0-500-27496-7
- 11 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 60. ISBN 0-500-27496-7
- 12 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 65. ISBN 0-500-27496-7
- 13 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 80. ISBN 0-500-27496-7
- 14 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 82. ISBN 0-500-27496-7

- 15 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 96. ISBN 0-500-27496-7
- 16 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 131. ISBN 0-500-27496-7
- 17 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 133. ISBN 0-500-27496-7
- 18 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 135. ISBN 0-500-27496-7
- 19 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 140. ISBN 0-500-27496-7
- 20 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 148. ISBN 0-500-27496-7
- 21 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 105. ISBN 0-500-27770-2
- 22 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 110. ISBN 0-500-27770-2
- 23 Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 142. ISBN 0-500-27770-2
- 24 Research Studios. [online].2010-02-17 [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/02/17/bbc/>

## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

HdKdW	Haus der Kulturen der Welt
V&A	Victoria and Albert Museum London
YSL	Yves Saint Laurent
GGG	Ginza Graphic Gallery Tokyo

**SEZNAM OBRÁZKŮ – PŘÍLOHA A**

[Obr. 1] *Neville Brody*. [online].2009-02-05 [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.japantimes.co.jp/text/fs20090205a3.html>

[Obr. 2] *Neville Brody*. [online]. [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.archive.researchstudios.com/home/006-neville-brody/Neville-portraits/nb-jk-001.php#>

[Obr. 3] *Typeface One*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 7. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 4] *Typeface Three*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 28. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 5, 6] *Typeface Two*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 26. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 7] *Typeface Four – pro The Face 1985, od č. 61*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 27. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 8] *Typeface five*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 28. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 9] *Typeface Six – pro The Face 1986, od č. 73*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 29. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 10] *Informační značky*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 28. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 11] *Cabaret Voltaire*. [online].2008-11-13 [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://i2.listal.com/image/389953/936full-cabaret-voltaire.jpg>

[Obr. 12] *Z'ev, Fetish Records, 1982*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 54. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 13] *8 Eyed Spy, Fetish Records, 1982*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 54. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 14] *Stephen Mallinder, Fetish Records, 1983*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 54. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 15] *Cabaret Voltaire, Just Fascination, 1983*. [online].[cit. 10. 5. 2012] Dostupné z <http://poplife-shop.de/Bilder/612112.JPG>

[Obr. 16] *Logo 23 Skidoo*. [online].2012-03-23 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://3.bp.blogspot.com/>

[v67Pz1WVuKA/T3RJZE7w4pI/AAAAAAAAAYfE/3z34rw9kgV0/s400/23-skidoo-logo.jpg](http://3.bp.blogspot.com/v67Pz1WVuKA/T3RJZE7w4pI/AAAAAAAAAYfE/3z34rw9kgV0/s400/23-skidoo-logo.jpg)

[Obr. 17] *23 Skidoo, Seven Songs, 1982*. [online].2012-03-30 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://southernrecorddistributors.files.wordpress.com/2012/03/ltv2528.jpg>

[Obr. 18] *Level 42, Standing in the Light, 1983*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 74. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 19] *Depeche Mode, Just can't get enough, 1982*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 74. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 20] *Report from the Bunker with William Burroughs, Victor Bockris, 1982*. [online].2011-09-26 [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.johncoulthart.com/feuilleton/wp-content/uploads/2011/09/bunker.jpg>

[Obr. 21] *City of Spades, Colin Macinnes, 1986*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 91. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 22] *Obálka magazínu Tatler*. [online].2011-01-31 [cit. 10. 4. 2012] Dostupné z [http://3.bp.blogspot.com/\\_CP9gYDEzjjU/TUeQM2R1c7I/AAAAAAAAA1c/7-rMH0oDLPM/s1600/tatler.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_CP9gYDEzjjU/TUeQM2R1c7I/AAAAAAAAA1c/7-rMH0oDLPM/s1600/tatler.jpg)

[Obr. 23] *Obálka magazínu Tatler*. [online]. [cit. 10. 4. 2012] Dostupné z <http://www.yasminlebon.net/covers/tatler86febcvrbailey.jpg>

[Obr. 24] *Obálka magazínu The Face*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 97. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 25] *New Order obálka The Face, č. 39, červenec 1983*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 105. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 26-29] *Recenzní sloupky, 1983/1984*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 109. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 30-31] *Andy Warhol, The Face č. 59, březen 1985*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 119. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 32] *Bob Hoskins, The Face č. 60, duben 1985*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 121. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 33] *Anthony Hopkins, The Face č. 75, červenec 1986*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 128. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 34] *Philip Glass, The Face č. 75, červenec 1986*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 128. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 35] *Obálka New Socialist, květen 1986*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 42. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 36] *Obsah, č. 38, květen 1986*. Wozencroft, Jon. *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 131. ISBN 0-500-27496-7



[Obr. 37] *Obálka, č. 40, léto 1986*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 131. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 38] *Obálka City Limits, č. 118, leden 1984*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 134. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 39-42] *Ukázky obálek City Limits 1983-1986*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 138-139. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 43] *Bryan Ferry, Arena č. 6, 1987*. [online]. [cit. 10. 4. 2012] Dostupné z [http://www.crazyaboutmagazines.com/ourshop/prod\\_835029-Arena-magazine-AutumnWinter-1987-Bryan-Ferry-cover.html](http://www.crazyaboutmagazines.com/ourshop/prod_835029-Arena-magazine-AutumnWinter-1987-Bryan-Ferry-cover.html)

[Obr. 44] *Mickey Rourke, Arena č. 1, 1986*. [online]. 2011-01-31 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://www.guardian.co.uk/media/organgrinder/2009/mar/03/where-it-went-wrong-for-arena#>

[Obr. 45] *Jean-Paul Gaultier, Arena, č. 4, léto 1987*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 143. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 46] *Jean-Paul Gaultier, Arena, č. 4, léto 1987*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 143. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 47] *Navy and White, Arena, č. 4, léto 1987*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 143. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 48, 49] *Sekce Areny - Vanity a People*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 144. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 50, 51] *Plakáty pro výstavy v Muzeum moderního umění v Oxfordu*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 148. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 52] *Touch 1984*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody. Thames & Hudson, London, 1988, reprinted 2001 in Italy, 160 str., str. 155. ISBN 0-500-27496-7

[Obr. 53] *Zdroj fotografií pro grafiku: rozhovor s Jamesem Binnsem*. [online].2012-03-12 [cit. 23. 3. 2012] Dostupné z <http://www.computerarts.co.uk/blog/computer-arts-200-neville-brody-123011?page=1>, Computer Arts 200: Neville Brody

[Obr. 54, 55] *Instalace výstavy The Graphic Language of Neville Brody, Londýn 1988*.

Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 11. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 56] *Inzerce pro Nike, 1988*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 25. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 57-60] *Fuse 1-4*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 27. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 61-64] *Fuse 5-8*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 28-32. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 65] *Fuse 9*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 33. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 66] *Plakát na konferenci Fuse*. [online].2011-12-07 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://www.neofundi.com/profiles/blogs/neville-brody>

[Obr. 67] *FF Gothic, 1993*. [online]. [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://luc.devroye.org/showcase-nevillebrody/>

[Obr. 68] *FF Harlem, FSI 1993*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 126. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 69] *FF Dirt 1-7, Dirty Faces, FSI 1994*. [online].2009-03-25 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z [http://3.bp.blogspot.com/\\_P8xPg8nlHMY/ScqAWAd-QpI/AAAAAAAAALs/FRFFtezlv98/s320/BIG\\_nb\\_11.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_P8xPg8nlHMY/ScqAWAd-QpI/AAAAAAAAALs/FRFFtezlv98/s320/BIG_nb_11.jpg)

[Obr. 70] *FF Blur, FSI 1992*. [online]. [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z [http://www.ultra-book.com/users/artvision/cms\\_img/ffblur\\_web.jpg](http://www.ultra-book.com/users/artvision/cms_img/ffblur_web.jpg)

[Obr. 71] *FF Autotrace, FSI 1994*. [online]. [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://www.cgaiwtalk.com/students/martinez/dreamweaver/gallery.html>

[Obr. 72] *FF Pop/Pop LED, FSI 1992*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 78. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 73] *Obálka Per Lui, č. 80, březen 1990*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 90. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 74-76] *Články Per Lui, č. 80, březen 1990*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 90. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 77] *Obálka Lei, č. 146, listopad 1989*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 90. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 78] *Obálka Lei, č. 154, září 1990*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 90. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 79, 80] *Články Lei, č. 147, leden 1990*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 90. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 81-83] *Obálky Actuel, č.1, 2 a 4, leden, únor, duben 1991*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 101. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 84-86] *Články o ruské tundře, č. 3, březen 1991*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 106. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 87-89] *Č. 10, říjen 1991*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 106. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 90-91] *Článek o virologii, č. 7-8, červenec/srpen 1991/říjen 1991*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 106. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 92, 93] *Obálky č.8 a 20, jaro 1988 a 1990*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 115. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 94] *Arena č.16, léto 1989*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 114. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 95] *Arena č.19, zima 1989/90*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 114. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 96-98] *Známky pro Floriade, 1991*. [online]. [cit. 10. 4. 2012]  
Dostupné z [http://www.katranpress.com/stamps/BRODY\\_web/Brody2\\_web.jpg](http://www.katranpress.com/stamps/BRODY_web/Brody2_web.jpg).  
[http://www.katranpress.com/stamps/BRODY\\_web/Brody1\\_web.jpg](http://www.katranpress.com/stamps/BRODY_web/Brody1_web.jpg).  
[http://www.katranpress.com/stamps/BRODY\\_web/Brody3\\_web.jpg](http://www.katranpress.com/stamps/BRODY_web/Brody3_web.jpg)

[Obr. 99, 100] *Leták a katalog k Brodyho výstavě v prostorách obchodního domu Parco, 1990*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 69. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 101] *Bundy pro zaměstnance Parco při pohotovosti, 1988*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 156. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 102, 103] *Nákupní tašky pro Men's Bigi, 1988-89*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 151. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 104] *Brožura Body Shop, 1987*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 132. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 105] *Logo HdKdW, 1988*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 121. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 106-109] *Obálky knih pro HdKdW, 1991*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 123. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 110, 111] *Program Mittwochskino, brožura A5, 1988*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 120. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 113] *Severní venkovní monolit*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 81. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 114] *Pohled na přízemní, 1992*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 81. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 115] *Hlavní symboly*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 82. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 116] *Mapa přízemí*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 79. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 117-126] *Označení pro ORF 1 a ORF 2, 1992*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 138-139. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 127] *Navrhovaná loga pro ORF*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 138. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 128-130] *Heute Premiere, informační trailery upozorňující na program pro příští den, 1991-94*. Wozencroft, Jon. The Graphic Language of Neville Brody vol. 2. Thames & Hudson, Singapore, 1994, 175 str., str. 145. ISBN 0-500-27770-2

[Obr. 131-133] *Prince Philip Designers Prize*. [online].2010-11-11 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/11/11/neville-brody-awarded-special-commended-by-prince-philip-designers-prize-2010/>

[Obr. 134] *Fuse magazíny*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://readaboutdesign.org.uk/wp-content/uploads/2011/11/fuse-magazine1.jpg>

[Obr. 135] *Fuse 10, Cornel Windlin, "Robotnik"*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z [http://en.etapes.com/system/images/9568/full\\_width/fuse\\_robotnick.jpg](http://en.etapes.com/system/images/9568/full_width/fuse_robotnick.jpg).

[Obr. 136] *Fuse 20, RAD HOC, "Landwriting"*. [online]. [cit. 10. 5. 2012] Dostupné z [http://www.designweek.co.uk/Pictures/web/d/d/l/nev-bro-fu-20\\_376.jpg](http://www.designweek.co.uk/Pictures/web/d/d/l/nev-bro-fu-20_376.jpg)

[Obr. 137] *Fuse 1, Malcolm Garrett, "Stealth"*. [online]. [cit. 10. 5. 2012] Dostupné z [http://www.taschen.com/pages/en/catalogue/design/all/06768/facts.fuse\\_120.htm](http://www.taschen.com/pages/en/catalogue/design/all/06768/facts.fuse_120.htm)

[Obr. 138] *Fuse 2, Max Kisman, "Linear Konstrukt"*. [online]. [cit. 10. 5. 2012] Dostupné z [http://www.taschen.com/pages/en/catalogue/design/all/06768/facts.fuse\\_120.htm](http://www.taschen.com/pages/en/catalogue/design/all/06768/facts.fuse_120.htm)

[Obr. 139] *Fuse 1-20*. [online]. [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/shop/fuse-1-20-from-invention-to-antimatter-twenty-years-of-fuse/>

[Obr. 140] *Fuse 1-20*. [online].2012-02 [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z [http://www.researchstudios.com/wp-content/uploads/2012/02/FUSE\\_NEVILLE\\_BRODY\\_4003894.jpg](http://www.researchstudios.com/wp-content/uploads/2012/02/FUSE_NEVILLE_BRODY_4003894.jpg).

[Obr. 141] *Fuse 1-20, Typo konference Berlín*. [online].2005-01-28 [cit. 10. 5. 2012] Dostupné z <http://www.slanted.de/sites/default/files/imagecache/col-4/beitraege/858/fuse001.jpg>

[Obr. 142] *Fuse 20, Barnbrook, "Rattera"*. [online]. [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z [http://www.designweek.co.uk/Pictures/web/j/k/d/nev-bro-fuse-20\\_420.jpg](http://www.designweek.co.uk/Pictures/web/j/k/d/nev-bro-fuse-20_420.jpg)

[Obr. 143] *Fuse 18, Matthew Carter, "F Deface"*. [online].2008-02-29 [cit. 10. 5. 2012] Dostupné z [http://farm2.static.flickr.com/1326/1479856780\\_49189f9b05.jpg](http://farm2.static.flickr.com/1326/1479856780_49189f9b05.jpg)

[Obr. 144] *Fuse 5, Peter Saville, "FloMotion"*. [online]. [cit. 10. 5. 2012] Dostupné z [http://www.taschen.com/pages/en/catalogue/design/all/06768/facts.fuse\\_120.htm](http://www.taschen.com/pages/en/catalogue/design/all/06768/facts.fuse_120.htm)

[Obr. 145] *Fuse 18, Neville Brody*. [online]. [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z [http://www.taschen.com/pages/en/catalogue/design/all/06768/facts.fuse\\_120.htm](http://www.taschen.com/pages/en/catalogue/design/all/06768/facts.fuse_120.htm)

[Obr. 146] *"New Deal"*. [online].2009 [cit. 5. 4. 2012] Dostupné z [http://archive.researchstudios.com/home/003-projects/publicenemies/BIG\\_pe002b.jpg](http://archive.researchstudios.com/home/003-projects/publicenemies/BIG_pe002b.jpg).

[Obr. 147-150] *Plakáty Public Enemies*. [online].2009 [cit. 10. 5. 2012] Dostupné z [http://archive.researchstudios.com/home/003-projects/publicenemies/BIG\\_pe004a.jpg](http://archive.researchstudios.com/home/003-projects/publicenemies/BIG_pe004a.jpg).  
[http://archive.researchstudios.com/home/003-projects/publicenemies/BIG\\_pe002b.jpg](http://archive.researchstudios.com/home/003-projects/publicenemies/BIG_pe002b.jpg).  
[http://archive.researchstudios.com/home/003-projects/publicenemies/BIG\\_pe005b.jpg](http://archive.researchstudios.com/home/003-projects/publicenemies/BIG_pe005b.jpg).

[Obr. 151] *"Popaganda a Buffalo"*. [online].2009-09-23 [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/wp-content/uploads/2009/09/researchstudios-buffalo-illo.jpg>.

[Obr. 152-154] Wallpaper\*. [online]. 2009-06-11 [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z [http://www.researchstudios.com/wpcontent/uploads/2009/06/researchstudios\\_typetart\\_cover.jpg](http://www.researchstudios.com/wpcontent/uploads/2009/06/researchstudios_typetart_cover.jpg),  
[http://www.researchstudios.com/wpcontent/uploads/2009/07/researchstudios\\_typetart\\_design.jpg](http://www.researchstudios.com/wpcontent/uploads/2009/07/researchstudios_typetart_design.jpg)  
[http://www.researchstudios.com/wpcontent/uploads/2009/07/researchstudios\\_typetart\\_spread.jpg](http://www.researchstudios.com/wpcontent/uploads/2009/07/researchstudios_typetart_spread.jpg)

[Obr. 155] *Webové stránky The Guardian*. PDF\_theguardian.pdf. [online].1998 [cit. 9. 4. 2012] Dostupné z <http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/theguardian/theguardian.php>

[Obr. 156] *Granimator*. [online]. 2010-08-26 [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/08/13/double-dip-granimator-pack-launch-londons-apple-store/>

[Obr. 157,158] *Granimator App v akci*. [online]. 2010-08-26 [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/08/27/double-dip-free-is-the-magic-number/>  
<http://www.researchstudios.com/2010/08/26/double-dip-in-action/>

[Obr. 159-164] *BBC - navigace, struktura, základní mřížka a šablona stránky, typografie přes obraz, ikony*. [online]. 2010-02-17 [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/02/17/bbc/>

[Obr. 165, 166] *Proces vývoje BBC online*. [online]. 2010-02-17 [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/02/17/bbc/>

Obr. [167, 168] *Font a titulky*. [online]. 2000 [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z [http://www.researchstudiosparis.com/culture/51\\_The\\_Insider](http://www.researchstudiosparis.com/culture/51_The_Insider)

Obr. [169-173] *Plakát a brožura výroční zprávy*. [online].2008-09-18 [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2008/09/18/dad-annual-2008/>

[Obr. 174, 175] *Kalendář pro rok 2011*. [online].2010-12-07 [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/shop/rs-calendar-2011/>

[Obr. 176, 177] *Kalendář pro rok 2012*. [online]. 2011 [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/shop/rs-calendar-2012/>

[Obr. 178] *The Graphic Language of Neville Brody 1*. [online]. [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/shop/the-graphic-language-of-neville-brody/>

[Obr. 179] *The Graphic Language of Neville Brody 2*. [online]. [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://photo.goodreads.com/books/1174947601/459918.jpg>

[Obr. 180] *Titulní strana The Times, nový znak a tiráž*. [online]. 2006/2007 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z [http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times/BIG\\_times003a.jpg](http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times/BIG_times003a.jpg).

[Obr. 181] *Sportovní rubrika*. [online]. 2006/2007 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z [http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times/BIG\\_times006a.jpg](http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times/BIG_times006a.jpg)

[Obr. 182-184] *Titulní strany přílohy*. [online]. 2006 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z [http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG\\_times2\\_001.jpg](http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG_times2_001.jpg)

[http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG\\_times2\\_002.jpg](http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG_times2_002.jpg)

[http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG\\_times2\\_003.jpg](http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG_times2_003.jpg)

[Obr. 185-187] *Kulturní rubriky*. [online]. 2006 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z [http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG\\_times2\\_004.jpg](http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG_times2_004.jpg)

[http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG\\_times2\\_005.jpg](http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG_times2_005.jpg)

[http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG\\_times2\\_006.jpg](http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times2/BIG_times2_006.jpg)

[Obr. 188] *Nový font Times Modern*. [online]. 2006/2007 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z [http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times/BIG\\_times002.jpg](http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/times/BIG_times002.jpg).

[Obr. 189-192] *Arena Homme + 2009*. [online]. 2009-10-08 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://static.dezeen.com/uploads/2009/10/>

[dzn\\_Neville-Brody-art-directs-Arena-Homme-18.jpg](http://static.dezeen.com/uploads/2009/10/dzn_Neville-Brody-art-directs-Arena-Homme-18.jpg)

[Obr. 193-195] *Arena Homme +, č. 33, 2010*. [online]. 2010-04-12 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/04/12/arena-homme-edition-33-timetravel/>

[Obr. 196] *Symbol Flower by Kenzo - mák, ukázka z brožury*. [online]. [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z [http://www.researchstudiosparis.com/luxe\\_beauty/43\\_Flower\\_By\\_kenzo](http://www.researchstudiosparis.com/luxe_beauty/43_Flower_By_kenzo)

[Obr. 197] *Parfémová řada Flower by Kenzo*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.namebrandsperfume.com/images/products/mediumimage/KFLO30PSW.jpg>.



- [Obr. 198] *Návrh obchodu Kenzo*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z [http://www.researchstudiosparis.com/luxe\\_beauty/43\\_Flower\\_By\\_kenzo](http://www.researchstudiosparis.com/luxe_beauty/43_Flower_By_kenzo)
- [Obr. 199] *Parfémy Kenzo*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z [http://www.researchstudiosparis.com/luxe\\_beauty/48\\_Kenzo\\_Parfums](http://www.researchstudiosparis.com/luxe_beauty/48_Kenzo_Parfums)
- [Obr. 200-203] *Série Eau*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/kenzo/KENZO-EAU.php>
- [Obr. 204-207] *Prodejna La Bulle Kenzo*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/kenzo/Kenzo-labulle.php>
- [Obr. 208, 209] *Parfémy YSL My Queen a Opium*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/ysl/ysl.php>
- [Obr. 208-210] *Návrhy loga a plakátů pro pobočku v New Yorku*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z [http://www.researchstudiosparis.com/fashion/41\\_Issey\\_Miyake](http://www.researchstudiosparis.com/fashion/41_Issey_Miyake)
- [Obr. 211] *Interiér obchodu navrhl Frank O. Gehry, instalace "Tornado"*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z [http://4.bp.blogspot.com/\\_ckaV-U\\_6pfk/S6-sM\\_Cb41I/AAAAAAAAAAD4/3W7xrP7oFxE/s1600/9459\\_1.jpg](http://4.bp.blogspot.com/_ckaV-U_6pfk/S6-sM_Cb41I/AAAAAAAAAAD4/3W7xrP7oFxE/s1600/9459_1.jpg).
- [Obr. 212] *Katalog 2002*. [online]. 2009-10-08 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z [http://www.researchstudiosparis.com/fashion/41\\_Issey\\_Miyake](http://www.researchstudiosparis.com/fashion/41_Issey_Miyake)
- [Obr. 213, 214] *Logo a branding sezóna 2009/10*. [online]. 2009-12-12 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2009/12/12/bonfire-season-0910/>
- [Obr. 215] *Logo sezóna 2008/09*. [online]. 2009-07-15 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2009/07/15/bonfire-season-0809/>
- [Obr. 216] *Potisk sezóna 2008/09*. [online]. 2009-07-15 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2009/07/15/bonfire-season-0809/>
- [Obr. 217] *Reklama sezóna 2006/07*. [online]. 2007-07-02 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2007/07/02/bonfire-season-0607/>
- [Obr. 218, 219] *Reklama sezóna 2009/10*. [online]. 2009-12-12 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2009/12/12/bonfire-season-0910/>

[Obr. 220] *Sportovní expo v Mnichově 2009/10*. [online]. 2010-02-12 [cit. 9. 3. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/02/12/bonfire-at-ispo/>

[Obr. 220, 221] *Macromedia Freehand a Director 8 - obaly první generace*. [online]. [cit. 10. 5. 2012] Dostupné z <http://www.archive.researchstudios.com/home/003-projects/macromedia/macromedia.php#>

[Obr. 222] *Macromedia Fireworks 4 - obaly druhé generace*. [online]. [cit. 10. 5. 2012] Dostupné z <http://www.fontbureau.com/media/images/inuse/Vonness/10MacromediaFireworks4-b.jpg>

[Obr. 223-227] *Font Boom, příklady použití vizuální identity, webové stránky*. [online]. 2009-05-10 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2009/05/10/aniboom/>

[Obr. 228-232] *MFY loga*. [online]. 2010-06-18 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/06/18/music-for-youth-identity/>

[Obr. 233-235] *Letáčky, vizitky, festivalový program*. [online]. 2010-08-12 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/08/12/music-for-youth-collateral/>

[Obr. 236] *Reklama v nákupním centru*. [online]. 2010-08-12 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/wp-content/uploads/2010/08/researchstudios-mfy-nationalfestivalscreen.png>

[Obr. 237] *Webové stránky*. [online]. 2010 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.mfy.org.uk/>

[Obr. 238, 239] *Nový vzhled balení vín Dom Pérignon*. [online]. [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z [http://www.researchstudiosparis.com/luxe\\_beauty/39\\_Dom\\_Perignon](http://www.researchstudiosparis.com/luxe_beauty/39_Dom_Perignon)

[Obr. 240-243] *Plakáty*. [online]. [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://castorini.com/wp-marco/art-in-sacred-spaces.html>

[Obr. 244, 245] *Plakát Free me from Freedom a výstava Embedded Art*. [online]. 2009-07-29 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2009/07/29/research-embedded-art/>

[Obr. 246-248] *Svobodná televize a další instalace výstavy The Freedom Space*. [online]. 2009-06-03 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2009/06/03/super-contemporary-at-the-design-museum-london/>

- [Obr. 249-254] *Zpracovávání odpovědí na anketní otázky, návrhy plakátů, zeď odpovědí a výstava.* [online]. 2010-09-30 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/09/30/anti-design-festival-anarchyapathy-workshop-2/>
- [Obr. 255, 256] *Plakáty k výstavě Summer Exhibition.* [online]. 2010-05-24 [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/05/24/royal-academy-summer-exhibition-2010/>
- [Obr. 257-260] *Aplikace plakátů v exteriéru.* [online]. 2010-07-27 [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/07/27/ra-summer-exhibition-out-and-about/>
- [Obr. 261-264] *GGG.* [online]. 2010-06-17 [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2010/06/17/nb-ggg-tokyo/>.
- [Obr. 265] *Knížka a brožura k výstavě.* [online]. 2011 [cit. 5. 5. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/wp-content/uploads/2011/05/leaflet+book.jpg>
- [Obr. 266, 267] *Vortex instalace.* [online]. 2011-10-05 [cit. 20. 4. 2012] Dostupné z <http://www.researchstudios.com/2011/10/05/off-canvas-converse-beijing-design-week/>
- [Obr. 268, 269] *Neville Brody - obálka.* [online]. [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.archive.researchstudios.com/home/006-neville-brody/Neville-portraits>
- [Obr. 270] *Neville Brody – obálka vnitřek.* [online]. [cit. 5. 3. 2012] Dostupné z <http://www.getitlouder.com/admin/fronet/uploadfile/20100913172620739.jpg>

## **SEZNAM OBRÁZKŮ – PŘÍLOHA B**

[Obr. 1] Titulní strana

[Obr. 2] Zadní strana

[Obr. 3] Představení - úvodní kapitola

[Obr. 4] Kapitola Nové fonty a Interaktivní projekty a multimédia

[Obr. 5] Úvodní dvoustrana ke kapitole Research Studios

[Obr. 6] Portrét Nevilla Brodyho

[Obr. 7] Úvod kapitoly Typografické umění Nevilla Brodyho a kapitola Fuse

[Obr. 8] Kapitola FontShop

[Obr. 9] Řešení barevnosti

[Obr. 10] Pracovní tabule 1

[Obr. 11] Pracovní tabule 2

## **SEZNAM PŘÍLOH**

1. Příloha A – obrazová dokumentace teoretické části
2. Příloha B – obrazová dokumentace praktické části

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 1] Neville Brody



[Obr. 2] Neville Brody

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % & ' ( ) \* + , - . / : ;

[Obr. 3] Typeface One

abccdeefghijklmnnoo pqrsttuuvvwxyz!?(+)

[Obr. 4] Typeface Three



[Obr. 5, 6] Typeface Two



[Obr. 7] Typeface Four – pro The Face 1985, od č. 61

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 8] Typeface Five



[Obr. 9] Typeface Six – pro The Face 1986, od č. 73



[Obr. 10] Informační značky



[Obr. 11] Cabaret Voltaire

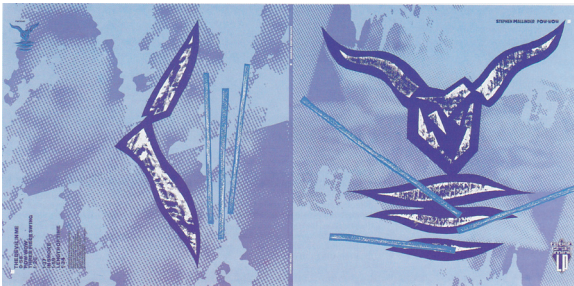


[Obr. 12] Z'ev, Wipe out/Element L, 1982

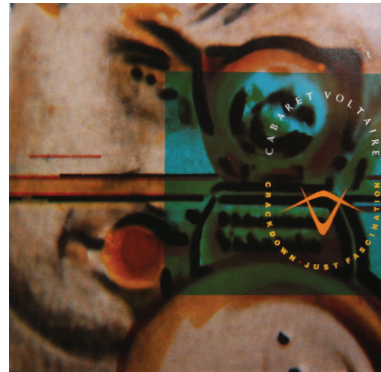


[Obr. 13] 8 Eyed Spy, Diddy Wah Diddy, 1982

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 14] Stephen Mallinder, Pow Wow, 1983



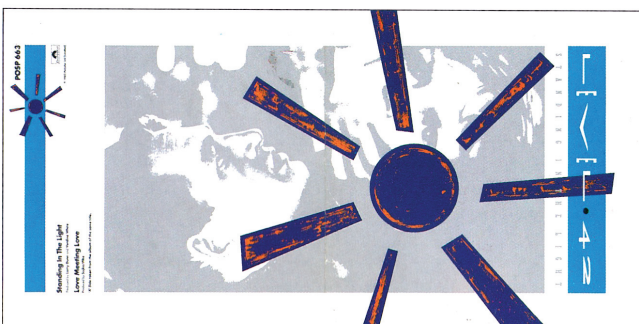
[Obr. 15] Cabaret Voltaire, Just Fascination, 1983



[Obr. 16] Logo 23 Skidoo



[Obr. 17] 23 Skidoo, Seven Songs, 1982



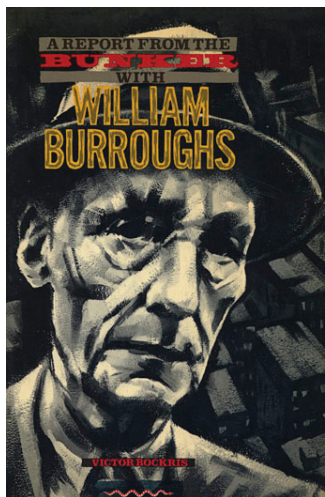
[Obr. 18] Level 42, Standing in the Light, 1983



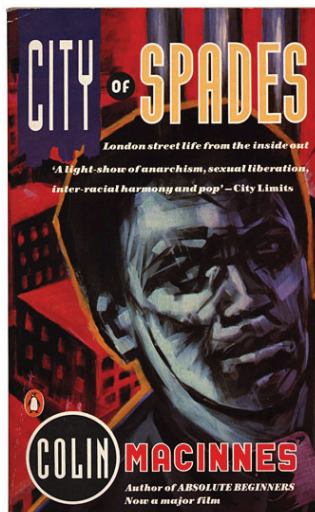
[Obr. 19] Depeche Mode, Just can't get enough, 1982



# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 20] Report from the Bunker with William Burroughs, Victor Bockris, 1982



[Obr. 21] City of Spades, Colin MacInnes, 1986



[Obr. 22] Obálka magazínu Tatler, březen 1986



[Obr. 23] Obálka magazínu Tatler, únor 1986



[Obr. 24] Obálka magazínu The Face, "Killer", č. 59, březen 1985



[Obr. 25] New Order obálka The Face, č. 39, červenec 1983



[Obr. 26-29] Recenzní sloupky, 1983/1984

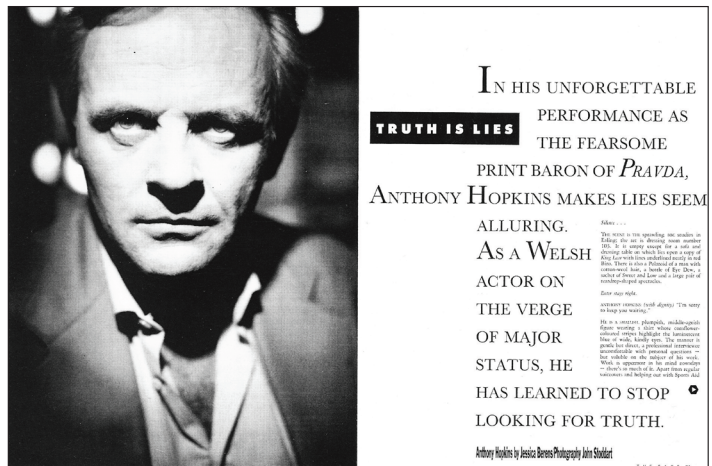
# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 30, 31] Andy Warhol, The Face č. 59, březen 1985



[Obr. 32] Bob Hoskins, The Face č. 60, duben 1985

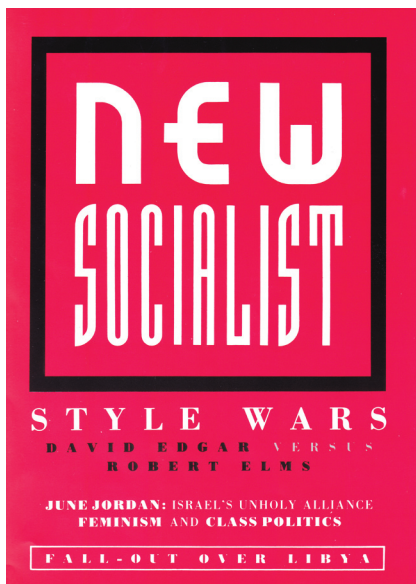


[Obr. 33] Anthony Hopkins, The Face č. 75, červenec 1986

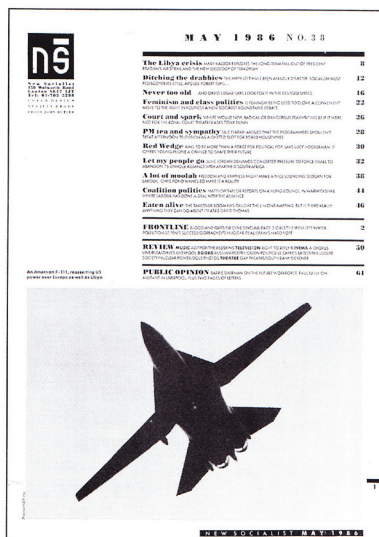


[Obr. 34] Philip Glass, The Face č. 75, červenec 1986

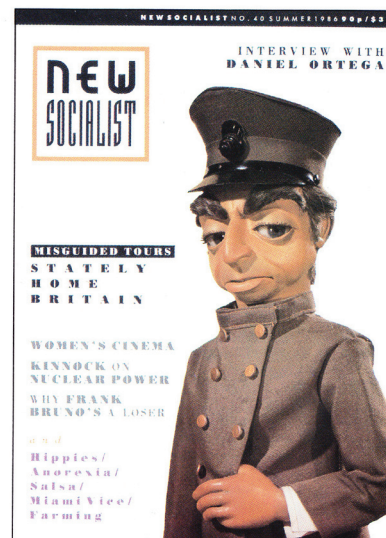
# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



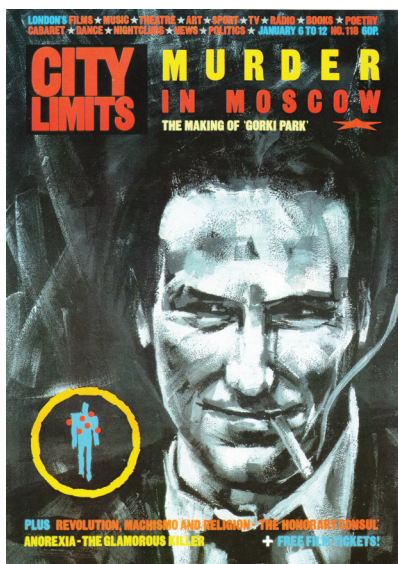
[Obr. 35] Obálka New Socialist, květen 1986



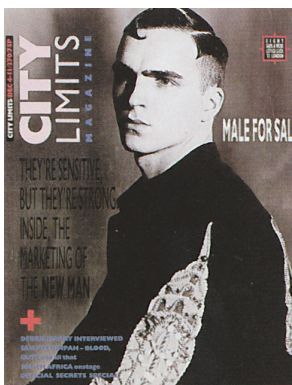
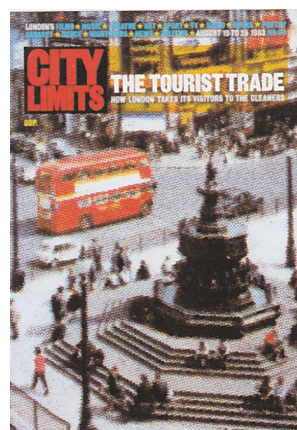
[Obr. 36] Obsah, č. 38, květen 1986



[Obr. 37] Obálka, č. 40, léto 1986

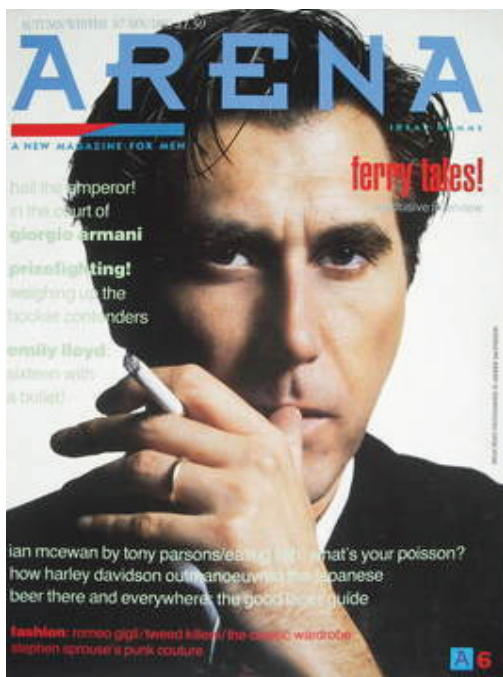


[Obr. 38] Obálka City Limits, č. 118, leden 1984



[Obr. 39-42] Ukázky obálek City Limits 1983-1986

Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 43] Bryan Ferry, Arena č. 6, 1987



[Obr. 44] Mickey Rourke, Arena č. 1, 1986



[Obr. 45] Jean-Paul Gaultier, Arena, č. 4, léto 1987



[Obr. 46] Jean-Paul Gaultier, Arena, č. 4, léto 1987

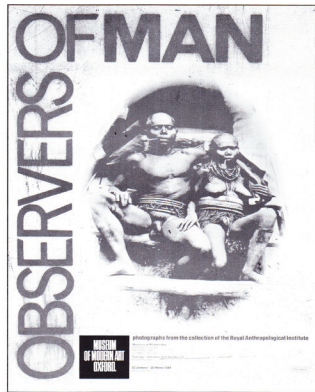
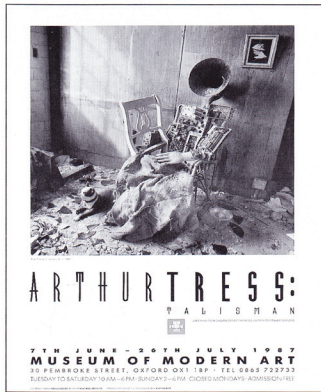


[Obr. 47] Navy and White, Arena, č. 4, léto 1987



[Obr. 48, 49] Sekce Areny - Vanity a People

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 50, 51] Plakáty pro výstavy v Muzeu moderního umění v Oxfordu



[Obr. 52] Touch 1984

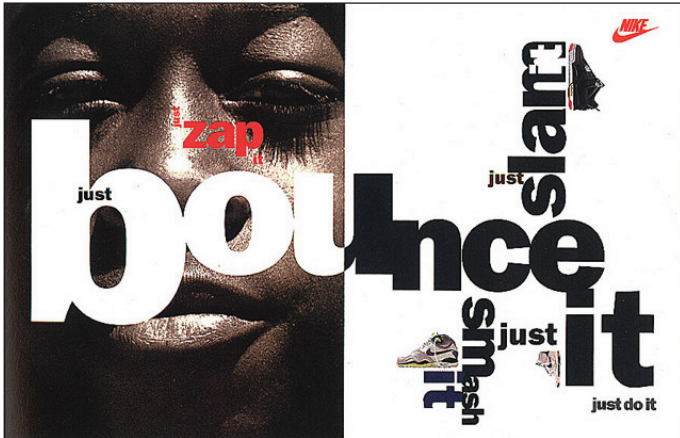


[Obr. 53] Zdroje pro tvorbu layoutu

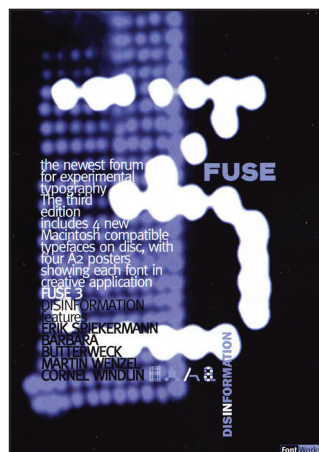
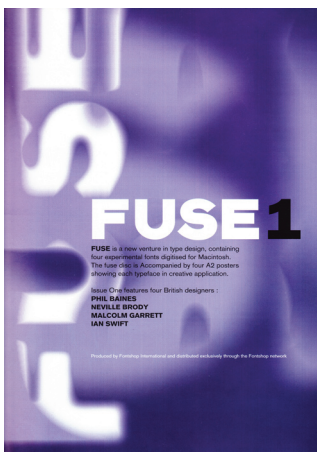


[Obr. 54, 55] Instalace výstavy The Graphic Language of Neville Brody, Londýn 1988

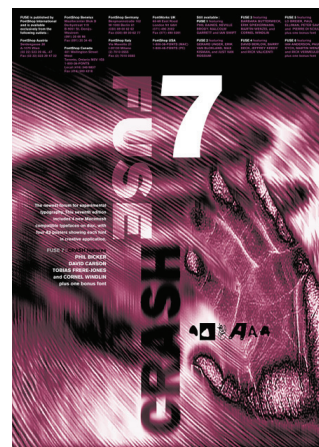
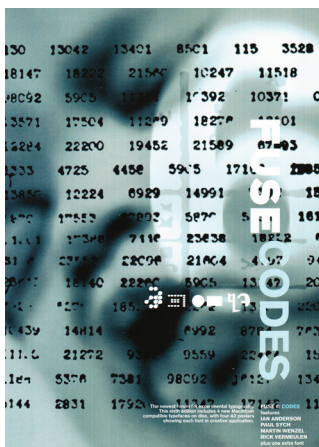
Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 56] Inzerce pro Nike, 1988



[Obr. 57-60] Fuse 1-4



[Obr. 61-64] Fuse 5-8

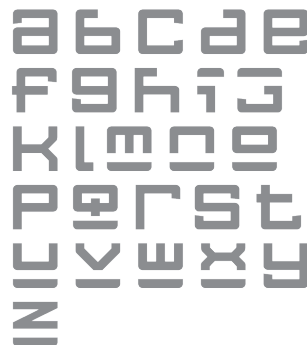
# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



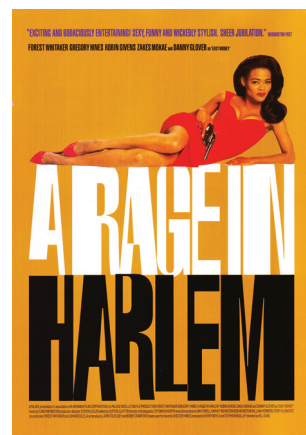
[Obr. 65] Fuse 9



[Obr. 66] Plakát na konferenci Fuse



[Obr. 67] FF GOTHIC, 1993



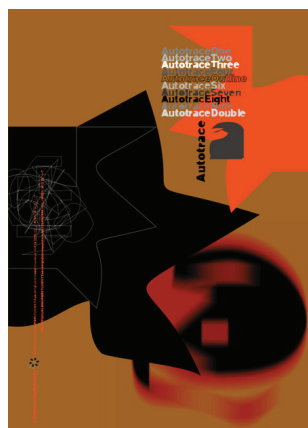
[Obr. 68] FF HARLEM, FSI 1993



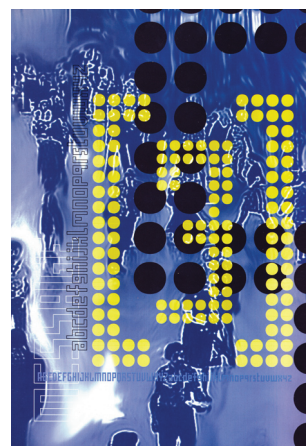
[Obr. 69] FF Dirt 1-7, Dirty Faces, FSI 1994



[Obr. 70] FF Blur, FSI 1992



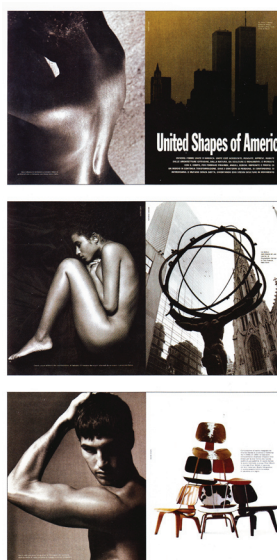
[Obr. 71] FF Autotrace, FSI 1994



[Obr. 72] FF Pop/Pop LED, FSI 1992



[Obr. 73] Obálka Per Lui, č. 80, březen 1990



[Obr. 74-76] Články Per Lui, č. 80, březen 1990

Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 77] Obálka Lei, č. 146, listopad 1989



[Obr. 78] Obálka Lei, č. 154, září 1990



[Obr. 79, 80] Články Lei, č. 147, leden 1990



[Obr. 84-86] Články o ruské tundře, č. 3, březen 1991

[Obr. 87-89] Č. 10, říjen 1991

[Obr. 90-91] Článek o virologii, č. 7-8, červenec/srpen 1991/říjen 1991



# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



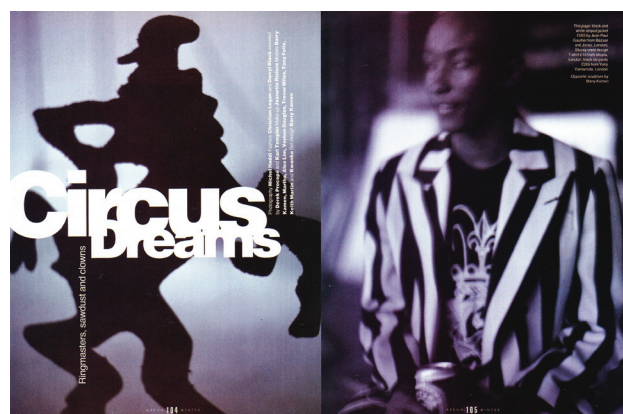
[Obr. 81-83] Obálky Actuel, č.1, 2 a 4, leden, únor, duben 1991



[Obr. 92, 93] Obálky č.8 a 20, jaro 1988 a 1990



[Obr. 94] Arena č.16, léto 1989



[Obr. 95] Arena č.19, zima 1989/90



# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



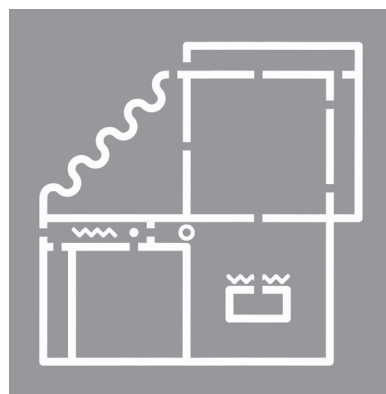
[Obr. 105] Logo HdKdW, 1988



[Obr. 106-109] Obálky knih pro HdKdW, 1991



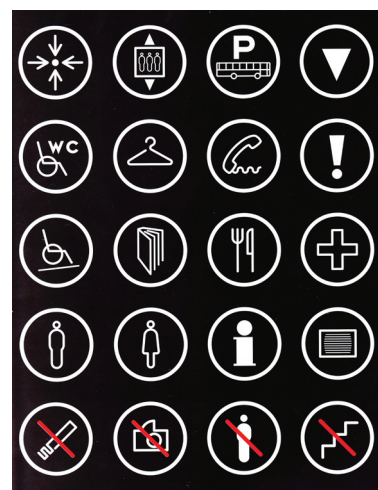
[Obr. 110, 111] Program Mittwochskino, brožura A5, 1988



[Obr. 116] Mapa přízemí



[Obr. 114] Pohled na přízemní, 1992

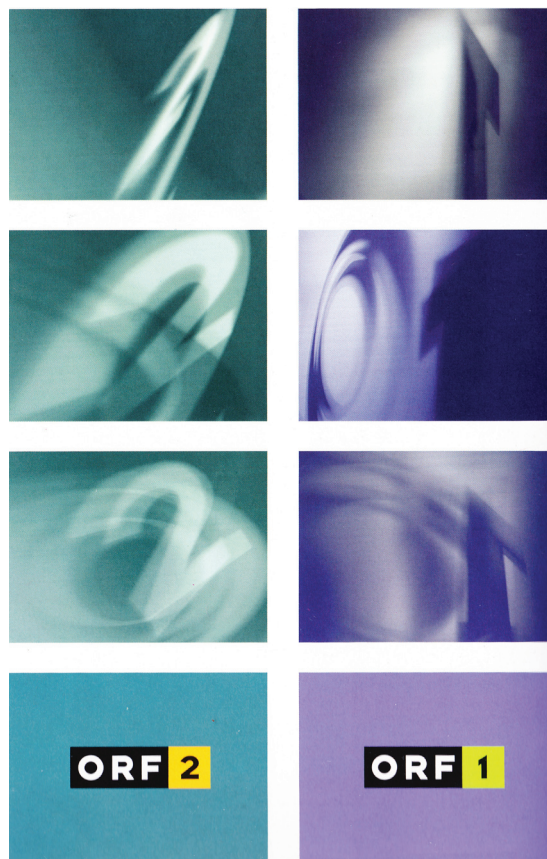


[Obr. 115] Hlavní symboly

Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 117-126] Označení pro ORF 1 a ORF 2, 1992



[Obr. 127] Navrhovaná loga pro ORF



[Obr. 128-130] Heute Premiere, informační trailery upozorňující na program pro příští den, 1991-94

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



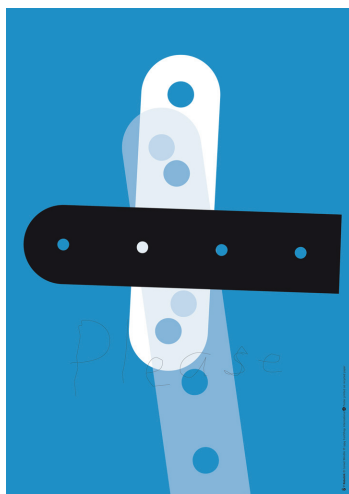
[131-133] Prince Philip Designers Prize



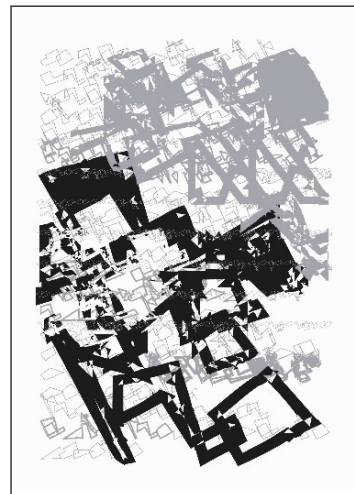
Prince Philip  
Designers Prize  
2010



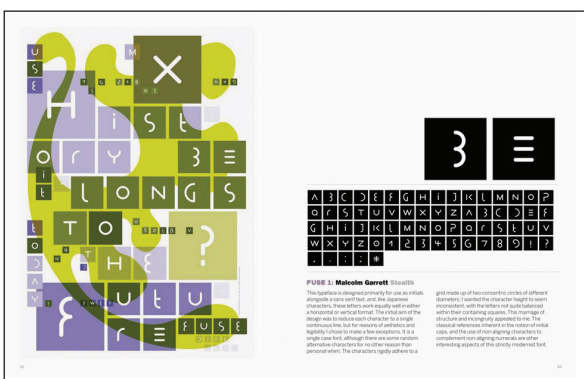
[Obr. 134] Fuse magaziny



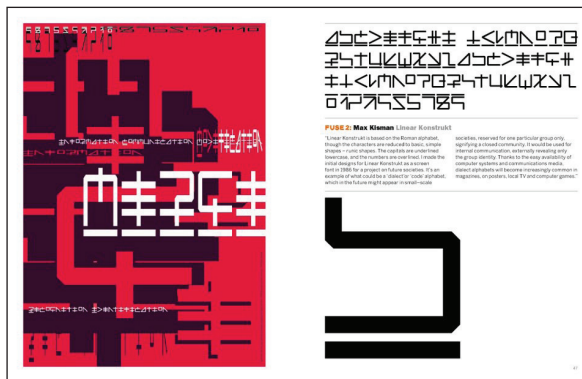
[Obr. 135] Fuse 10, Cornel Windlin, "Robotnik"



[Obr. 136] Fuse 20, RAD HOC, "Landwriting"



[Obr. 137] Fuse 1, Malcolm Garrett, "Stealth"



[Obr. 138] Fuse 2, Max Kisman, "Linear Konstrukt"

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



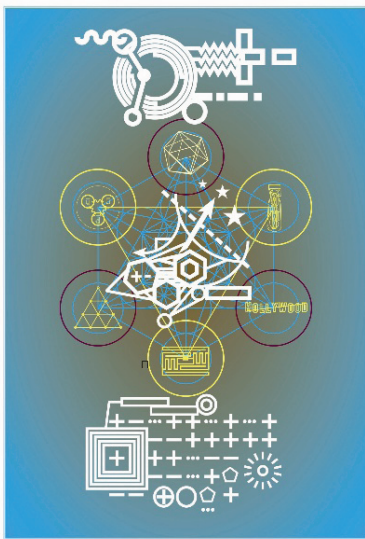
[Obr. 139] Fuse 1-20



[Obr. 140] Fuse 1-20



[Obr. 141] Fuse 1-20, Typo conference Berlin



[Obr. 142] Fuse 20, Barnbrook, "Rattera"



[Obr. 143] Fuse 18, Matthew Carter, "F Deface"



[Obr. 144] Fuse 5, Peter Saville, "FloMotion"



[Obr. 145] Fuse 18, Neville Brody, "Lies"

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části

**ABC** NEW DEAL  
 DEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789 !?/\[\]

**ABC** NEW DEAL COMPRESSED  
 DEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789 !?/\[\]

**ABC** NEW DEAL COMPRESSED-LIGHT  
 DEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789 !?/\[\]

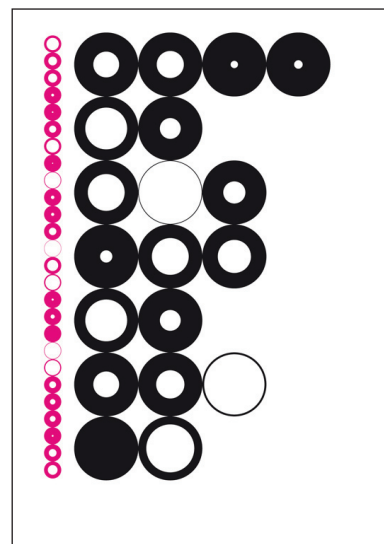
[Obr. 146] "New Deal"



[Obr. 147-150] Plakáty Public Enemies

**POP-AGAN- & BUFFA-LODA**  
 FOR ARE-NA HOMME + ISSUE 32  
 RITALLO

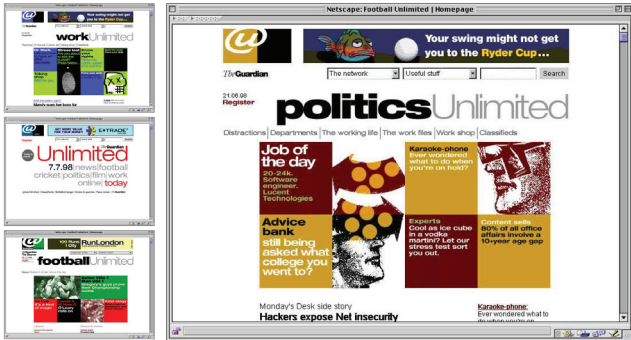
[Obr. 151] "Popaganda a Buffalo"



[Obr. 152-154] Wallpaper\*



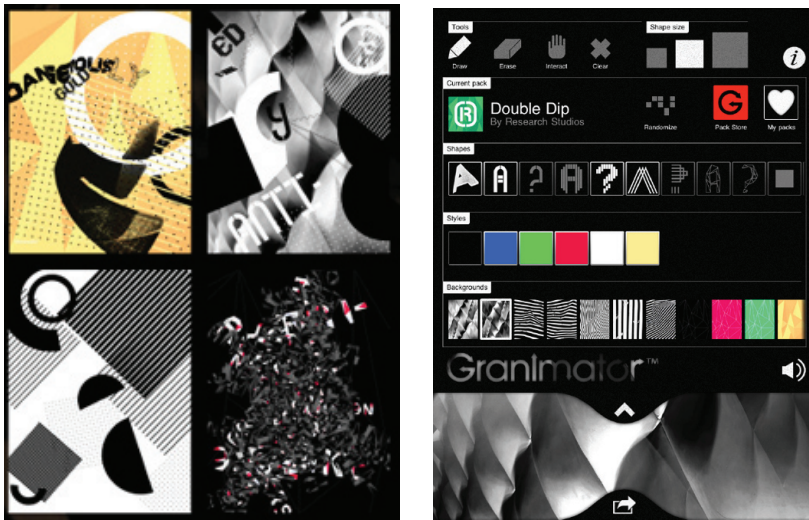
## Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 155] Webové stránky The Guardian



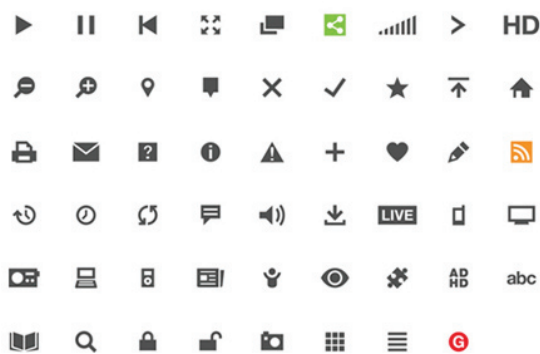
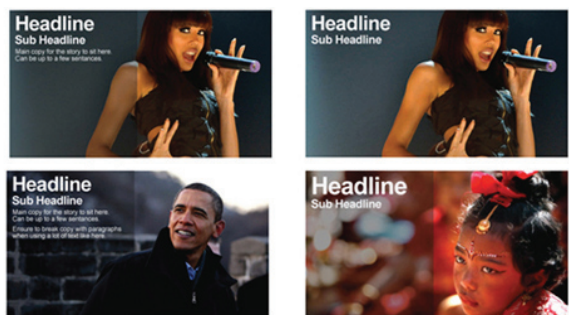
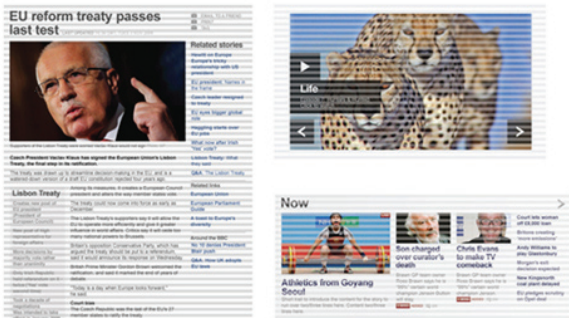
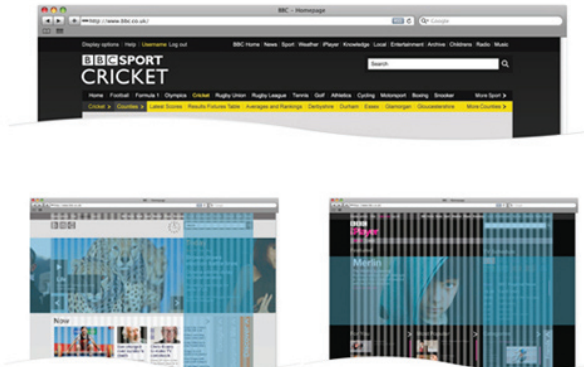
[Obr. 156] Granimator



[Obr. 157,158] Granimator App v akci



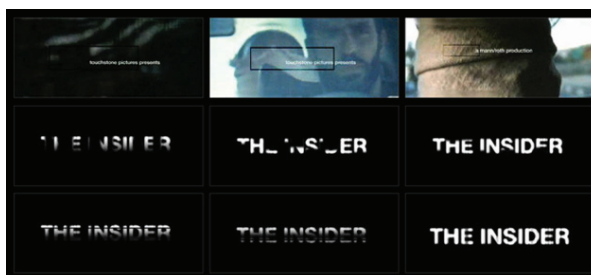
# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 165, 166] proces vývoje BBC online

[Obr. 159-164] BBC - navigace, struktura, základní mřížka a šablona stránky, typografie přes obraz, ikony

Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 167, 168] Font a titulky



[Obr. 169-173] Plakát a brožura výroční zprávy

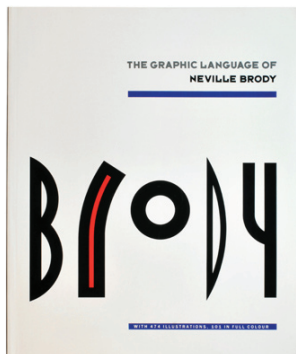
# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



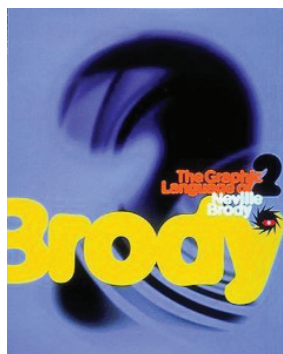
[Obr. 174, 175] Kalendář pro rok 2011



[Obr. 176, 177] Kalendář pro rok 2012



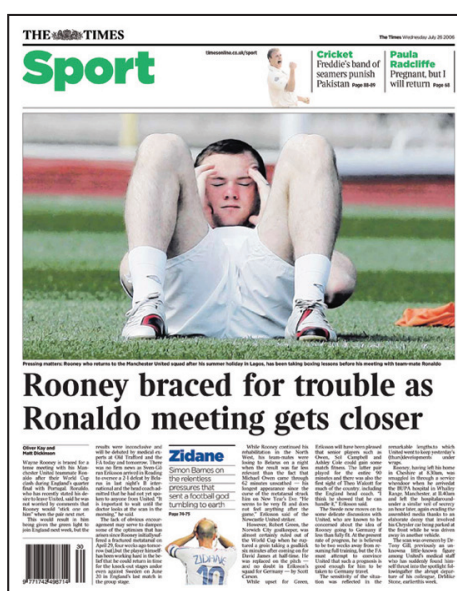
[Obr. 178] The Graphic Language of Neville Brody



[Obr. 179] The Graphic Language of Neville Brody 2

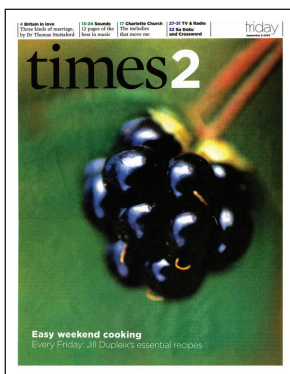


[Obr. 180] Titulní strana The Times, nový znak a tiráž



[Obr. 181] Sportovní rubrika

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 182-184] Titulní strany přílohy

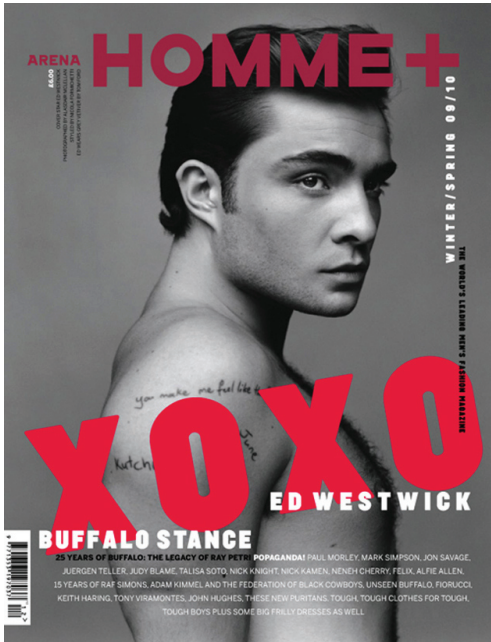


[Obr. 185-187] Kulturní rubriky

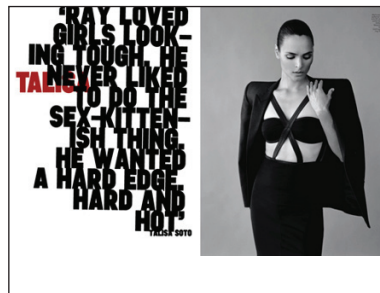
**Au Lecteur!**  
Eyes weeping an involuntary tear  
**Flaubert**  
Bush facing judgment day  
**Shocker**  
Teen among 20 killed in Gaza clashes

[Obr. 188] Nový font Times Modern

Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 189-192] Arena Homme +, č. 32, 2009



[Obr. 193-195] Arena Homme +, č. 33, 2010



## Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 196] Symbol Flower by Kenzo - mák, ukázka z brožury



[Obr. 197] Parfémová řada Flower by Kenzo



[Obr. 198] Návrh obchodu Kenzo



[Obr. 199] Parfémy Kenzo

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 200-203] Série Eau

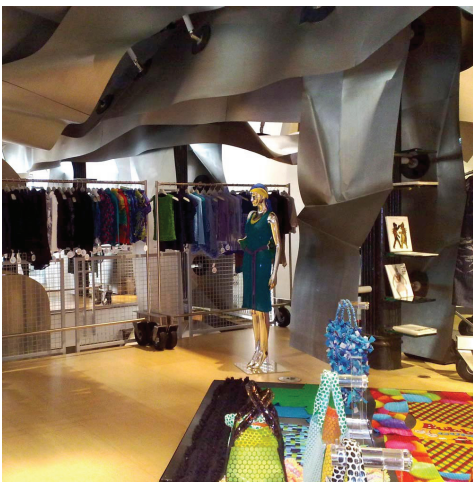


[Obr. 204-207] Prodejna La Bulle Kenzo

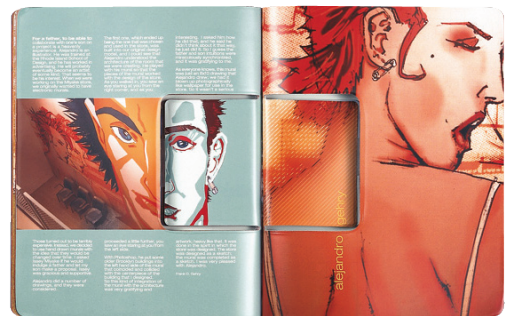


[Obr. 208, 209] Parfémy YSL My Queen a Opium

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 208-210] Návrhy loga a plakátů pro pobočku v New Yorku  
[Obr. 211] Interiér obchodu navrhl Frank O. Gehry, instalace “Tornádo”



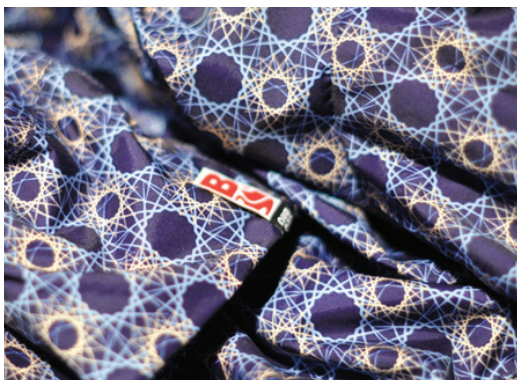
[Obr. 212] Katalog 2002



[Obr. 213, 214] Logo a branding sezóna 2009/10 a 2008/09  
[Obr. 215] Logo sezóna 2008/09



# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 216] Potisk sezóna 2008/09



[Obr. 217] Reklama sezóna 2006/07

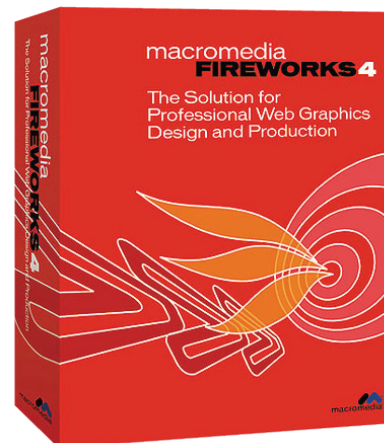
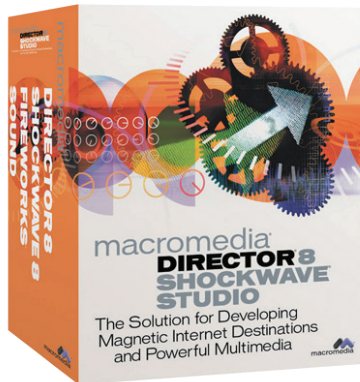
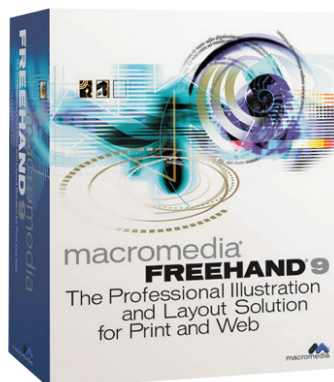


[Obr. 220] Sportovní expo v Mnichově 2009/10

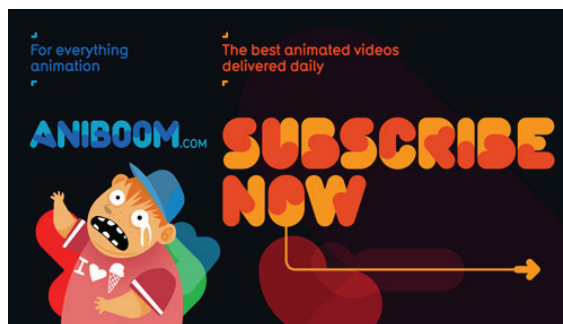
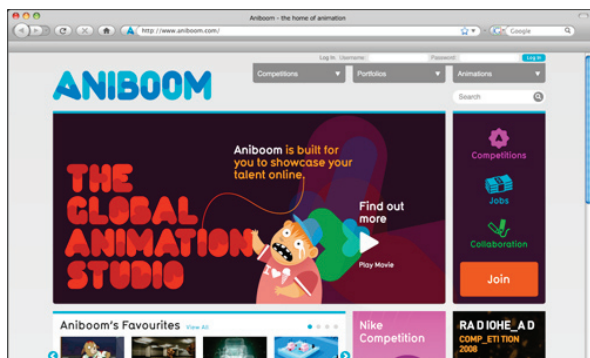


[Obr. 218, 219] Reklama sezóna 2009/10

## Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části

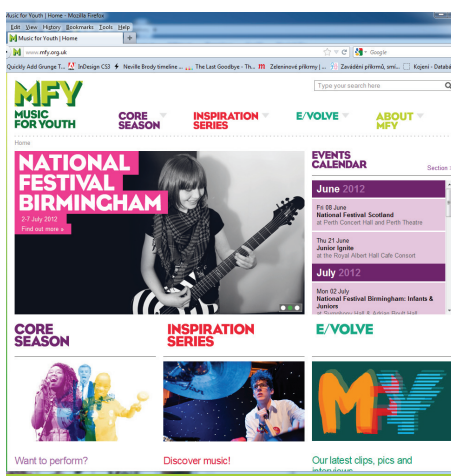


[Obr. 220, 221] Macromedia Freehand a Director 8 - obaly první generace  
[Obr. 222] Macromedia Fireworks 4 - obaly druhé generace



[Obr. 223-227] Font Boom, příklady použití vizuální identity, webové stránky

Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části

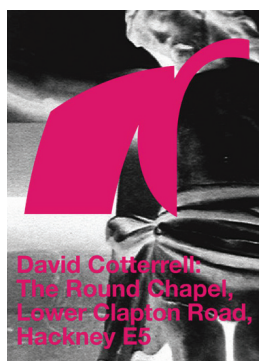
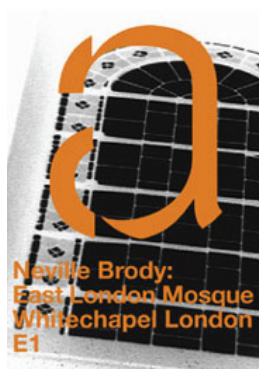


[Obr. 228-232] MFY loga  
 [Obr. 233-235] Letáčky, vizitky, festivalový program  
 [Obr. 236] Reklama v nákupním centru  
 [Obr. 237] Webové stránky

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části

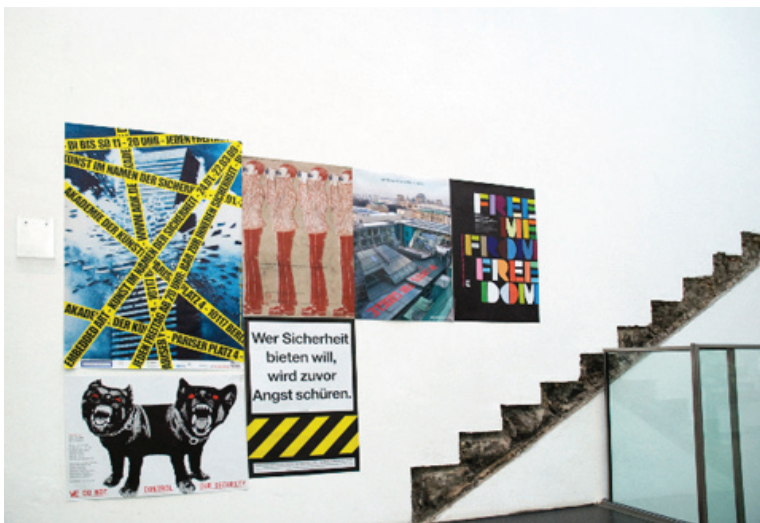


[Obr. 238, 239] Nový vzhled balení vín Dom Pérignon



[Obr. 240-243] Plakáty

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 244, 245] Plakát Free me from Freedom a výstava Embedded Art



[Obr. 246-248] Svobodná televize a další instalace výstavy The Freedom Space

## Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 249-254] Zpracování odpovědi na anketní otázky, návrhy plakátů, zeď odpovědi a výstava

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 255, 256] Plakáty k výstavě Summer Exhibition

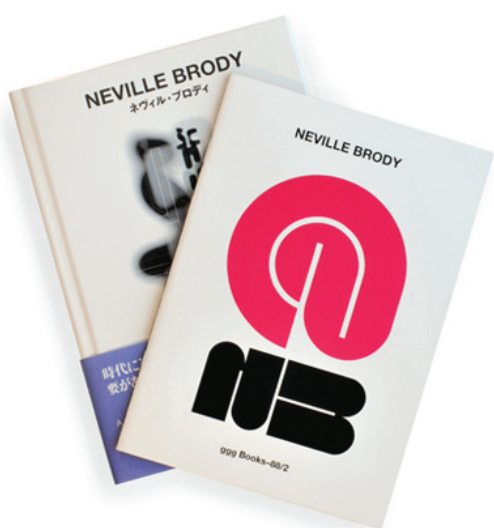


[Obr. 257-260] Aplikace plakátů v exteriéru

# Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 261-264] GGG



[Obr. 265] Knižka a brožura k výstavě



## Příloha A - Obrazová dokumentace teoretické části



[Obr. 266, 267] Vortex instalace



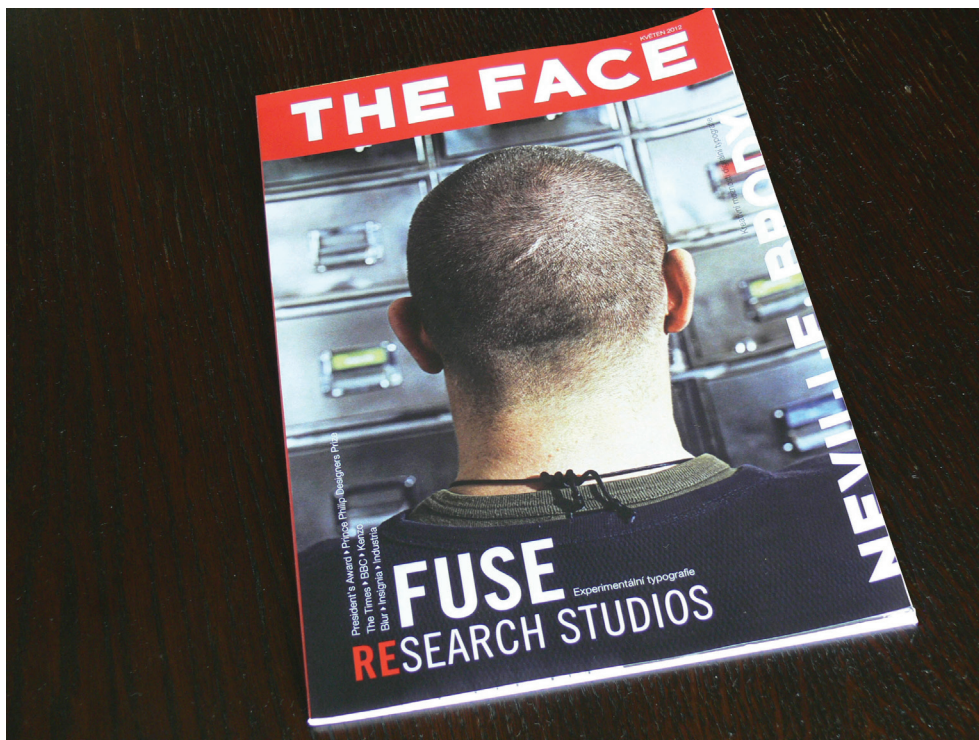
[Obr. Obr. 268, 269] Neville Brody - obálka



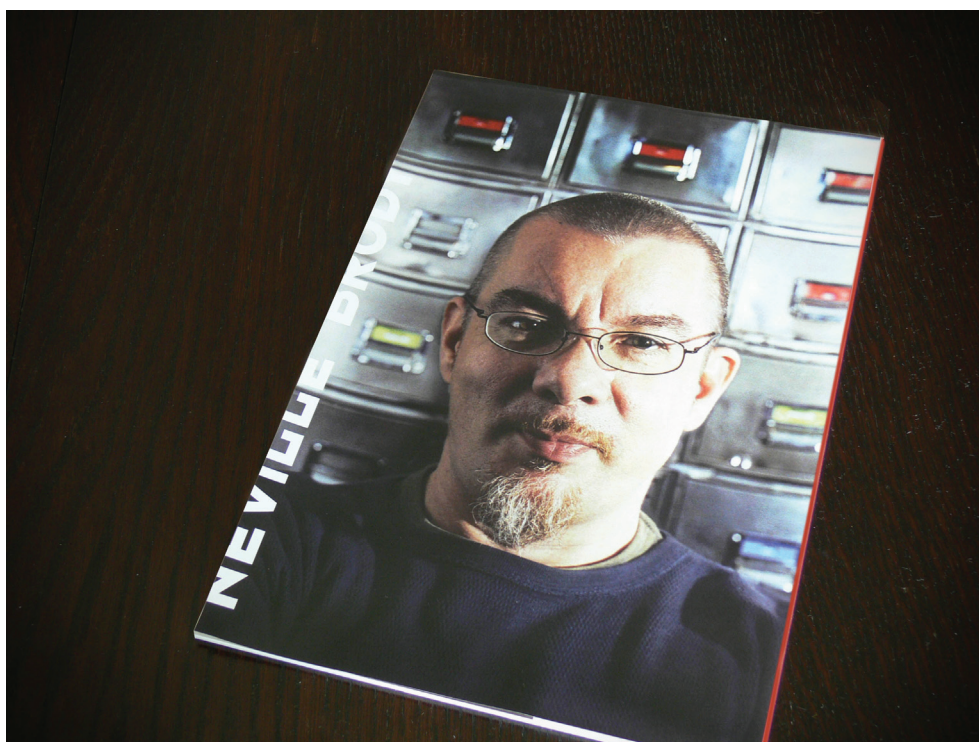
[Obr. Obr. 270] Neville Brody - obálka vnitřek

## Příloha B

### Obrazová dokumentace praktické části



[Obr. 1] Titulní strana



[Obr. 2] Zadní strana

# Příloha B

## Obrazová dokumentace praktické části



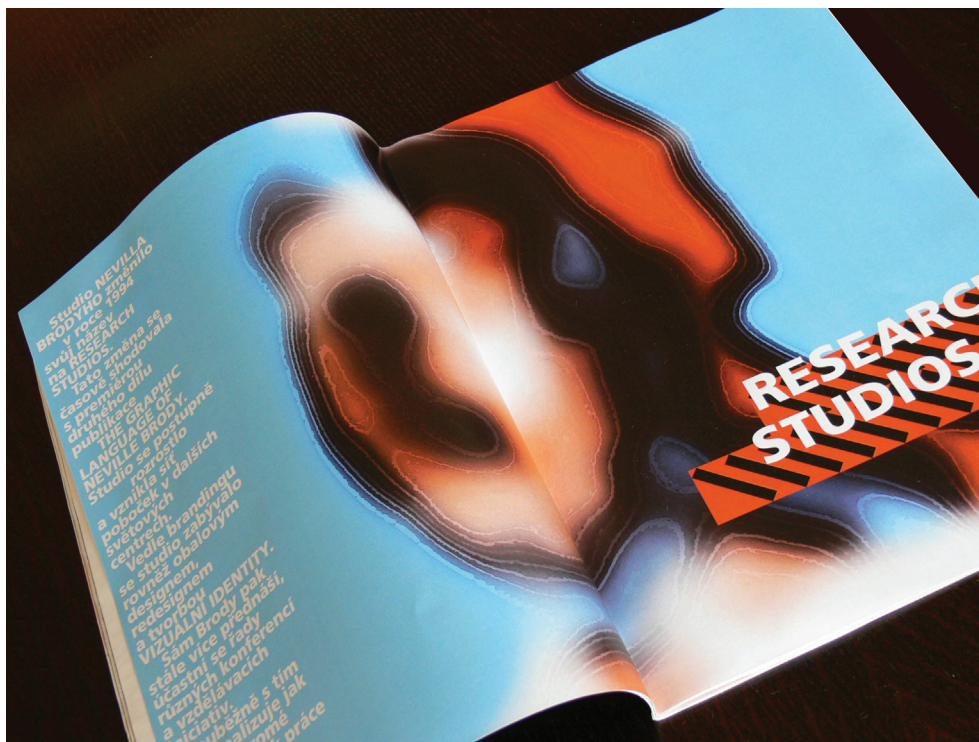
[Obr. 3] Představení - úvodní kapitola



[Obr. 4] Kapitola Nové fonty a Interaktivní projekty a multimédia

## Příloha B

### Obrazová dokumentace praktické části



[Obr. 5] Úvodní dvoustrana ke kapitole Research Studios



[Obr. 6] Portrét Nevilla Brodyho



# Příloha B

## Obrazová dokumentace praktické části



[Obr. 9] Řešení barevnosti



[Obr. 10] Pracovní tabule 1



[Obr. 11] Pracovní tabule 2