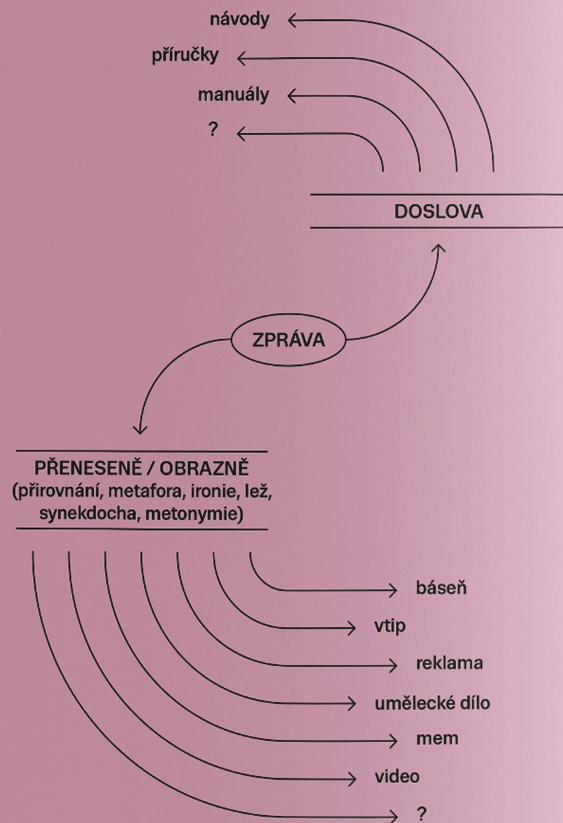
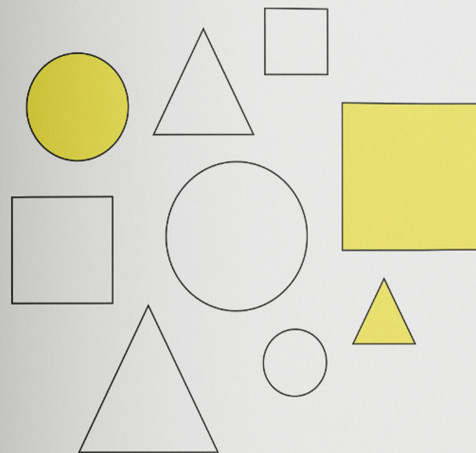




Které tři tvary jsou si nejvíce podobné?



1.10 Text nahoru, obrázek doprostřed

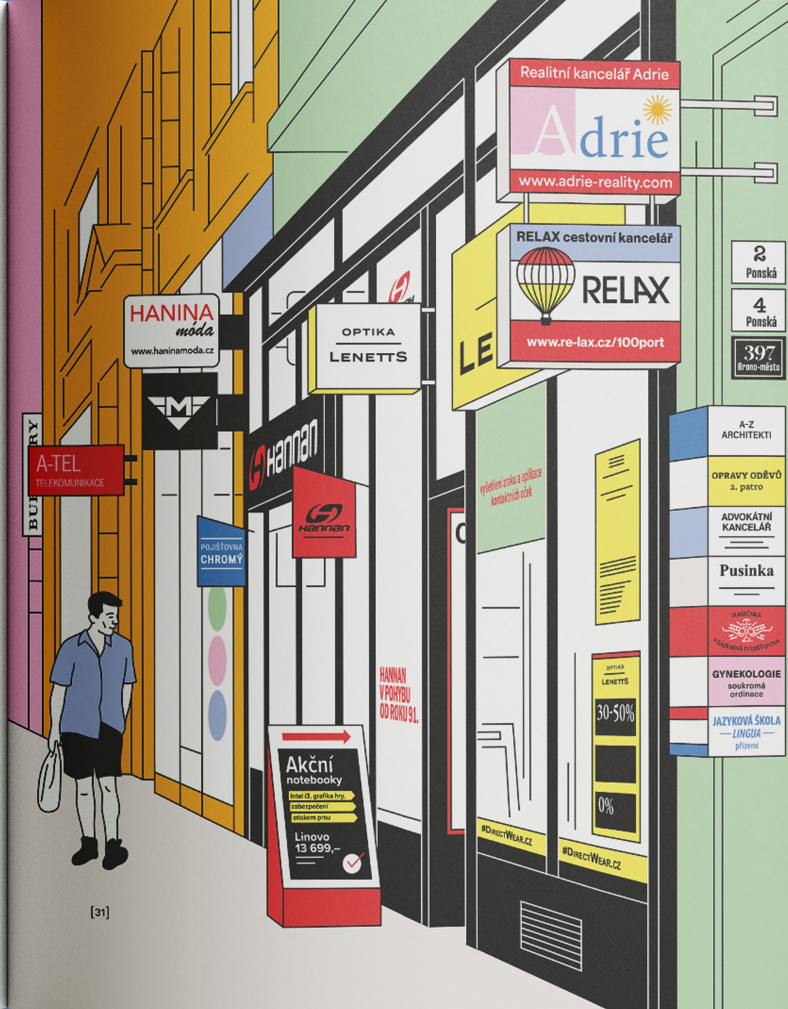
Zprávy jsou složeny ze znaků. To už víme. Probrali jsme si, jaké typy znaků máme a jejich funkce. Jak se znaky skládají a co je to **kompozice textu a obrazu**? Podívejte se třeba na tuto dvoustránku. Umístění prvků zde má určitou logiku. Obrázek hraje svou roli vzhledem k textu, co je větší, je důležitější než to, co je menší, jinak je zobrazena otázka a podobně. Díky této logice pochopíme, jak stránku číst. Její **vizuální podoba** nám dává **vodítka** k porozumění.

Všelijaké zprávy mají **společné určité postupy**, na které se zaměříme v této kapitole. Týkají se **umístění** znaků a jejich **důraznění** v rámci **kompozice**. Tyto postupy pak tvoří **vizuální jazyk** a ten hodně ovlivňuje významy zpráv, protože **podoba obsahu** je **pro sdělení zásadní**. V kompozici se setkávají texty s obrázky, barvami, prázdným místem, podtržítka, linkami, rámečky, tlačítka a dalšími malými či velkými znaky na stránce nebo obrazovce. Důležitý je taky **kanál**, skrze který je zpráva přenášena, a její **formát**. Jak je velká, zda je tištěná nebo na displeji, statická nebo pohyblivá.

Kompozice neboli uspořádání znaků má určité **zvyklosti**. Zvlášť pokud má zpráva komunikovat jasně. Vzpomeňte na to označení toalet (r-s. 53). Symboly pánského a dámského jsou vždy na dveřích v úrovni očí a v ideálním případě by se mělo jednat o rychle čitelné znaky. Když pospícháte vykonat potřebu, rozhodně není čas zprávu hledat natož luštit její obsah. Jinou kompozici znaků mají komiksy, plakáty, webové stránky, učebnice, loga, mikiny, mapy, obaly od čokolád a jiné.

Kde to je?

Když čtete nějakou zprávu, tuto otázku byste si vlastně vůbec neměli položit. Umístění znaků by vás mělo na komunikační cestě plynule dovést do cíle. Proto se znaky do formátu zprávy umísťují s určitým záměrem a podle zvyklostí. Jsou blízko nebo daleko od sebe, nahoře nebo dole, vlevo či vpravo, ve středu či na kraji, vepředu či vzadu, uspořádané nebo rozházené. Například na obalech výrobků je běžné, že vepředu je název a logo, případně obrázek a na zadní straně se pak uvádí složení a další doplňující informace. Když si fotíte selficko, obvykle se umísťíte do středu formátu, protože o vás přeci jde, nedáte se na okraj fotky. Dole na stránkách naší knihy jsou malým písmem psané hashtagy. Protože jsou méně důležité než ostatní znaky, našli jsme jim místo ve spodní části stránky, kde se obvykle umísťují poznámky pod čarou. Kdybychom dali nadpis na místo tagů a tagy na místo nadpisu, byli byste pěkně zmateni. **Umístění znaků má svou logiku**. Podle křesťanství se nebe a Bůh na obrazech zobrazují nahoře a peklo a čert zase dole. Loga a obrázky na trikách a mikinách také mají své zvyklosti stejně jako umístění tlačítka na e-shopu či znak like na sociálních sítích.



[31]

2.7 Bílé místo

V kompozici naší dvoustránky je část, kde není vůbec nic. Neznamená to, že nevíme, čím plochu zaplnit, je to proto, že znaky potřebují bílé místo. Proč?

Bílé místo plní stejnou funkci jako plocha zaplněná textem nebo obrázky. Slouží pro zvýraznění ostatních prvků kompozice a používá se proto, aby znaky byly čitelné a význěly. A taky aby si oko odpočinulo od náporu informací, aby mělo čas si ulevit a hlava zapřemýšlet. Pokud nás bombardují informace ze všech stran, jak je to vidět na straně (s. 97), zmateně tékáme po ploše a hledáme, čeho se chytit. Bílé místo má i estetické účinky, dokáže vyvolat dramatický efekt a plocha prostě vypadá lépe.

Na pravou stranu jsme napsali jen jednu větu. Je důležitá, a protože chceme, abyste si ji zapamatovali, proto jsme kolem ní nechali dostatek místa a umístili jsme ji do středu stránky (v symetrické kompozici). Funguje to skvěle, že? Kdyby byla normálně v textu, mohli bychom ji jen zvýraznit a nemělo by to takový účinek, jak když je takhle velkoryse sama v prostoru.

V knihách je bílé místo zásadní, zvláště pak v poezii. Básně je třeba v klidu vstřebat, nechat na sebe nerušeně působit. Jak by asi vypadala poezie řešená jako leták do supermarketu? Pochopili bychom básnické metafory a nezvyklé slovní hřítky s jazykem, kdyby jedna báseň střídala na stránce druhou?

Bílé místo bývá při tvorbě zpráv zanedbáváno. Autoři sdělení mívají pocit, že čím víc plochu zaplníme, tím lépe. Ačkoli designéři obvykle o významu bílé plochy vědí, bývá nelehké přesvědčit autory zpráv, že informace by neměly být všude, kde je volno. Dost problematické je to v učebnicích pro školy. Do hlavy se nám má během pár let nalít šílené množství informací.

Takže učebnice mají hutný obsah, mají být lehké a zároveň levné. Jak tohle vyřešit? Šetří se místem, bílá mizí a zadání pro designéra zní – „musíš to tam všechno nějak dostat“. Tohle je ten nejhorší postup. Ušetří se sice na ceně za tisk, protože stránek je méně, na druhé straně to narušuje hodnotu vědomostí a radost z učení. To, že obrázky a písma nejsou v učebnicích vždy úplně kvalitní, je další kapitola problému.

Platí poučka, že čím více něčeho je, tím méně je to vidět, potažmo tím méně je to čitelné a přístupné. Otravuje nás to stejně jako vizuální smog na ulici nebo na webu. Šetřit místem se nevyplácí.

Bílé neznamená prázdné.

→ Jak se vám sdělení čte? Nic moc, že?

Bílé místo potřebují i písma a slova mezi sebou. Je v typografii zásadní. Bílé místo potřebují okraje stran, bílé místo potřebují mezery mezi odstavci a sloupici textu, bílé místo potřebuje kompozice obecně. Bez něj se zprávy, které mají zdárně doputovat do cíle komunikační cesty, neobejdou.

Bílé neznamená prázdné.