



D&AD 2009 The Best Advertising and Design in the World

Taschen, Luty 2010

Prestiżowe nagrody D&AD przyznawane są od 1962 roku, a zdobyć je mogą wyłącznie twórcy najlepszych reklam i najlepsi designerzy. Podsumowująca ubiegłoroczną edycję konkursu książka "D&AD 2009", to świetna pozycja dla wszystkich studentów grafiki komputerowej oraz osób zainteresowanych reklamą i marketingiem.

Całość podzielona została na niemal trzydzieści kategorii, m.in. design czasopisma, opakowania, książki, produktu, a także reklama prasowa, plakat reklamowy, teledysk, fotografia i wiele innych. Każdy znajdzie tutaj coś interesującego, gdyż żadna z dziedzin sztuki wizualnej nie została pominięta.

„D&AD” pokazuje, że poziom światowego designu jest naprawdę wysoki, a to, co widzimy w polskiej telewizji i na ulicach, to zwyczajne rzemiosło i anachronizm, a nie sztuka nowoczesna.

Wśród prezentowanych prac rozbroił mnie system identyfikacji wizualnej opracowany dla telewizyjnego kanału z horrorami „13th Street”, który pokazał jak zwykle materiały biurowe zmienić w krwawą masakrę. No cóż, takich oryginalnych i szokujących rzeczy jest tu o wiele więcej.

Gdybym był grafikiem, to lektura tego 600-stronicowego dzieła wpędziłaby mnie w kompleksy.

SYLWESTER ZIMON