

21. Psychedelie, protest a nové techniky. Konec 60. let: Quentin Fiore, Félix Beltrán, René Azcuy a Tony Evora. Kalifornie, underground a alternativa: Victor Moscoso, Lee Conklin, Pearce Marchbank. Protest – rok 1968 a Vietnam – pouliční plakáty.

- V 60. letech řeší grafický design problémy komunikace. V populárních médiích byl prezentován jako móda: ve spojení s dobrým vkusem, s aktuálností. Nebyl je vizuální, ale také verbální, a tak se jim mohli zabývat akademici, kteří si začali uvědomovat společenskou důležitost prostředků komunikace.
- Kanadaň McLuhac v r. 1958 začal analyzovat reklamu a rozvíjel myšlení že „**samo médium je sdělení**“. Měl za to, že společnosti byly vždy formovány spíše povahou média, jehož prostřednictvím lidé komunikovali, než obsahem sdělení. Rozpoznal styčnou plochu mezi technologií a politickými změnami.
- Grafický designéři začali pocítovat vliv technologických změn (tiskařské změny).
- **Nejzásadnější inovací byla fotografie** - médium tvorby obrazů i jako médium sazby, které přineslo svobodu do rozmístění textu, která nebyla dosažitelná při použití kovových liter. **Počítače umožnily rychlou organizaci a uchovávání informací**, ale GD začali pracovat na počítačích až v 80. letech.
- **Grafické vyjádření** na válku ve Vietnamu, sociální protesty v Paříži, revoluce na Kubě, masová kultura, populární kultura, populární hudba i užívání halucinogenních látek.
- **Nové formy vyplnily propast mezi švýcarským stylem a populárním vkusem.**

Kuba

Kubánská revoluce dala průstup grafické energie, zejména v plakátech (kulturní události, svolávaly davy na veřejná shromáždění, hlásaly úspěchy revoluce.

Ze začátku tištěno sítotiskem s využitím ručně vyřezávaných šablon - kvůli ekonomice.

Fotografie jen ze světlých a tmavých míst - to na filmových plakátech využíval René Azcuy.

Na Kubě nebyla žádná komerční reklama a propaganda podléhala státu.

Quentin Fiore



Kniha Médium je sdělení

- Zkombinoval text a obrázky, různé velikosti písma a další nekonvenční zařízení a vytvořil dynamické stránky, které odrážely bouřlivého ducha doby
- Obzvláště zajímavá je jeho **spolupráce s mediálním teoretikem Marshalllem McLuhanem**, jako je **The Medium is the Message** (1967). Iniciativa Fiore, The Medium is the Message neměla rukopis, ale byla sloučením předchozích McLuhanových děl 1962 Gutenberg Galaxy a 1964 Understanding Media ve snaze popularizovat McLuhan. Kniha byla popsána jako semeno, z něhož vyrostla myšlenka, že „vědomí může být ovlivněno vědomou kolizí verbálních a vizuálních informací.“

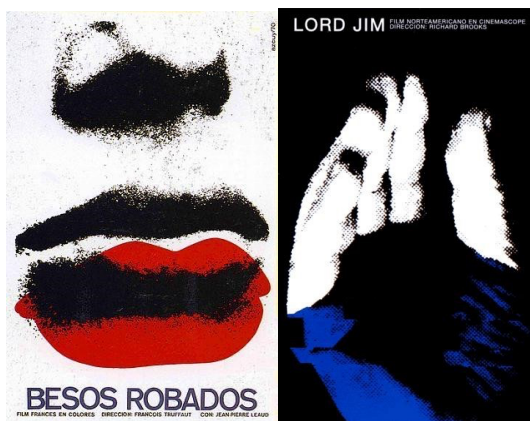
- Styl, který Fiore v knize implementuje, je kinetickou interpretací filozofie, aby komplexní myšlenky mohly být srozumitelné vizuálnímu publiku. Typografie uvnitř byla ve všech různých úhlech, překrývala obrazy a měla být čtena v zrcadle. Kniha přijala protichůdné recenze s ohledem na nerespektování typografických pravidel.

Félix Beltrán

- **Efekt jednobarevných tvarů v kombinaci s bezpatkovým písmem (připomínal 30.léta)**
- stal se hlavním grafickým designérem propagandistického oddělení Komunistické strany Kuby a profesorem grafiky na Havanské univerzitě.
- **Tvořil tzv. Rozporuplnou eleganci**



René Azcuy



- **Filmové plakáty**
- **Fotografie jen ze světlých a tmavých míst, doplněna o barevný prvek (plochu)**

Tony Evora

- Malíř a grafik, muzikolog, spisovatel a pedagog
- **Dni hrdinné guerilly** – byl téměř jediný plakát, na němž byl obraz něčím víc než pouhou ilustrací sloganu. Rudý portrét - ztělesnění ozbrojeného boje se ve čtvercích rozpíná přes Jižní Ameriku – metafora revoluce
- Tento plakát odráží „psychedelické“ plakáty z poloviny 60. let, navrhované zejména v San Franciscu pro rockové koncerty
- **Byl také redaktorem časopisu Lunes**



Dni hrdinné guerilly

Kalifornie, underground a alternativa:

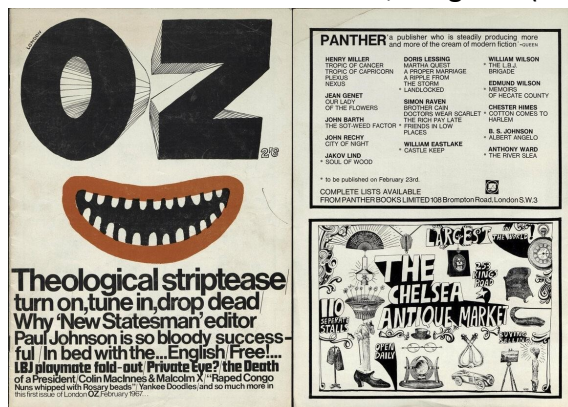
- **V kalifornii byly drogy povolené do r. 1966** - odraz v grafickém designu na plakátech - smršť opakujících se kontrastů černé a bílé nebo komplementárních barev.

Victor Moscoso

- Nejznámější z postav psychedelické skupiny
- **Kombinoval na barvách založené na optické vibrace s formalizovanými tvary písmem**, které byly díky přesnému poměru pozitivních a negativních prvků téměř nečitelné: prostor uvnitř písmen a mezi nimi byl v rovnováze s písmeny samotnými a okolní barvy spolu kontrastovaly se stejnou intenzitou
- **Písma od vídeňské secese**
- **Jeho práce sdělovaly, že se řadí k Undergroundu**

Underground

- V 60. letech vyjadřoval postoj mladých ze středních vrstev, kteří se stavěli proti společnosti, uspořádání (establishmentu) a zaujímal alternativní kulturní nebo politický postoj, namířený proti tradiční společnosti. V Americe hnutí hippies, mírové hnutí a ekologie
- Undergroundové časopisy využívaly špatnou kvalitu ofsetového tisku na laciném papíře. Přetiskovaly na hrubý barevný obraz a jejich heslem bylo „**Nečetl nikdo nad 30.**“
- Tento trend, že časopis nevyžaduje zvláštní schopnosti se ujal a objevil se např. v Amsterdamu
- Tyto časopisy měly společné to, že ten, kdo je navrhoval, měl větší kontrolu nad obsahem. Hlavičku nemusel sázet tiskař, ale grafik (sázecí stroj Strike-on), text přímo tiskli ve studiu.



OZ magazin

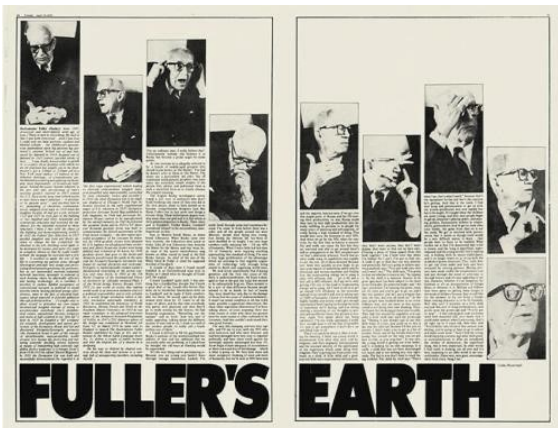
Lee Conklin

- je umělec nejlépe známý svým psychedelickým plakátovým uměním z konce 60. let a ikonickým obalem alba pro Santanovo debutové album.
- **Vytvořil 33 plakátů do Fillmore série**
- Conklin vykreslil grafiku i kaligrafii ve složitých detailech. To, co začalo jako osobní výzva zamaskovat obrázky v obrázcích a písmech, se brzy změnilo ve soustředěnou snahu proměnit každé jedno písmeno a postavu do jiné podoby a natáhnout představivost k novým limitům.



Pearce Marchbank

Návrhář. Navrhl několik underground publikací, včetně Friends and Oz, které ho také viděly jako spolueditora. To ho vedlo k tomu, aby se připojil k Time Out a pracoval na jeho identitě a redakční struktuře.



Časopis OZ a Friends



- **Obálka časopisu Times Out**
- Marchbank vrhl grafický design jako intenzivně materiální aktivitu, která zahrnovala fyzickou manipulaci se snímky a nepořádek a náhodnost fotografických technologií. Marchbank nepoužíval fotografické procesy pouze k reprodukci obrázků. Předvídaním počítačových programů, jako je Photoshop, použil tyto techniky k vytvoření zcela nových obrazů hraním **se zaostřením, expozicí, zkreslením a fotografickými filtry.**

Protest – rok 1968 a Vietnam – pouliční plakáty.

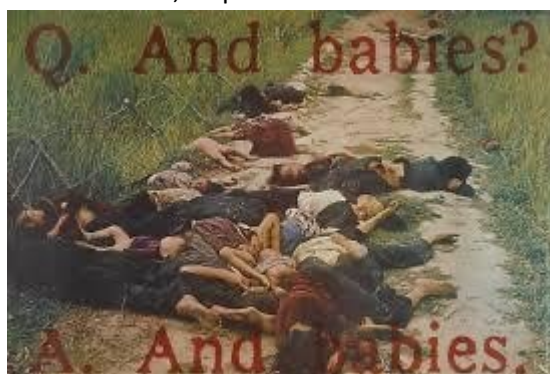
- Na konci 60. Let se studenti a protestní skupiny chopili tiskového procesu a překvapivě tak vyzvali na souboj technický pokrok a elektronická média. Šlo o reakci na sérii událostí, především na válku ve Vietnamu (vražda Martina Luthera Kinga). Stát měl televizi, studenti měli ulice. Byly drsné demonstrace, jejich dopady a vyjádření ztvárňovali na plakátech.

Ateliér Populaire

- V Paříži vyráběl plakáty
- **používali většinou sítotisk**, jehož úspornost odpovídala extrémnímu grafickému zhuštění.
- Slogany - bojová hesla, která studenti používají ve srážkách s policií
- Psány křídou na tabuli – to se stalo základem pro mnoho návrhářů plakátů
- **Sdělení jednoznačná, design naléhavý, tisk byl někdy jednobarevný, ale většinou černý na bílém pozadí**
- **Typ tištěných graffiti - zbraň propagandy**
- **Plakáty důležité při volání pro odzbrojení a mír**, zejména ve spojení s válkou ve Vietnamu

Art Workers Coalition

- **Nejpůsobivější ukázka efektivity statického obrazu s tištěným textem**
- **Plakát využívá známe prvky z reportáží - dokumentární fotografie a přepis dialogů**
- Na barevné fotografii povražděných vietnamských vesničanů je natištěn hrubý text výpovědi svědka události „Otázka: I děti?, Odpověď: I děti.“



V domácnostech se plakáty staly výzdobou a symbolem, který dokládal majitelovu příslušnost a loajalitu. Plakáty přestaly být závislé na grafickém průmyslu, ale i jedinec mohl navrhnout a tisknout sdělení.