

1. Od umělecké grafiky ke grafickému designu (1890 – 1914). Litografie jako technologický prostředek reklamy. Umělecký plakát. Jules Chéret, Pierre Bonnard a Henri de Toulouse-Lautrec. Secese. Americký plakát

Plakáty: funkce předvádějící a propagační v jejímž **rámci musí být obraz a slovo úsporné**. Projevené jediným významem a **zapamatovatelné**.

- **Před zavedením litografie** se plakáty vytvářely **pomocí knihtisku**. Způsob: Tiskařskou černí vytlačenou ze sazby s občasnými dřevorytovými ilustracemi.
- I když několik let existovala fotografie, obrazy nemohly být reprodukovány ve větším počtu a velikosti. Umělci namalovali návrh, který byl ručně přenesen na litografickou desku – pro každou barvu jednu.

Jules Chéret

- byl syn sázeče a učeň pařížského litografa, který v Londýně studoval nejnovější techniky. Po návratu do Paříže postupně **vyvinul systém tří či čtyř barevného tisku**
- Černá kresba na odstupňovaném, světlém barevném pozadí, nahoře obvykle modrém, které doplňovala výrazná červená a jemná žlutá

Pierre Bonnard

- Obrys je nejjednodušší reprezentací předmětu ve dvou rozměrech
- Plný obrys (silueta) nebo jeho negativ (tvar plochy pozadí) jsou základními prvky grafického designu
- Účinek obrysu a japonský dřevotisk ovlivnil díla Bonnarda
 - Linky a písmena vystupující z tmavého prostoru nebo přetisk tmavé na světlou

Henri de Toulouse-Lautrec

- Technika barevné litografie, odráží inspiraci v japonském dřevorezu
 - Lautrec používal výhradně litografii, protože mu umožňovala živost a volnost
 - Jeho první zakázkou byl plakát pro Moulin Rouge (1891), při ztvárnění použil ústřední postavy z většího obrazu Tanec v Moulin Rouge
 - Pracoval radikálně s kompozicí, což v plakátech vyvolávalo silný dojem pohybu
 - Ovlivnil mnoho dalších umělců, např. Bonnarda, Edvarda Muncha či Picassa.
- **S rozvojem secese** se celý prostor plakátu stal součástí strukturované plochy.
 - **Alfons Mucha** byl český umělec, který tvořil v Paříži.
 - Jednotlivé ženské figury v jeho dílech byly podány líbeznou obrysovou kresbou tváře a těla.
 - Vlasy rozvedeny do stylizované plochy barvy a působily přeludně

- Muchovy plakáty oživují vynalézavé nápisy
- V reklamě na cigaretové papírky „Job“ jsou písmena vytvarována do symetrického monogramu
- **Americký plakát**
 - Američané považovali Paříž za město hlavní světové módy a umění
 - Sbírání plakátů se stalo módní záležitostí
 - Švýcar **Eugene Grasset** byl najat newyorským vydavatelstvím Harper Brothers, aby navrhl **plakáty pro vánoční číslo Harper's**
 - Někteří američtí umělci ve svých plakátech zdařile spojovali písmo s ilustrací
 - Americkým tvůrcem plakátů jehož designérská dráha přesáhla hluboko do 20. století byl **Will Bradley**
 - Série plakátů pro Chap-Book nebo magazín Inland Printer na nichž přetvořil secesní manýrismus pomocí písma inspirovaného středověkem a renesancí
 - Bradley vstřebal: francouzský, japonský, anglický vliv
 - Ve snaze přehodnotit roli umění v průmyslové společnosti jakou byla Británie se William Morris a další ohlíželi k renesančním vzorům
 - Bradley přejal jejich zdobné a dekorativní okraje a velké plochy což byl postup rozvinutým tvůrcem černobílých ilustrací Aubreyem Beardsleyem.
 - Grafik **Geroge Lois** použil postupů nové reklamy pro něž je příznačné že slova a obrazy jsou propojeny v jediné představě (Obálka časopisu Esquire – Kennedy a ruka utírající slzy)
- Získání kontroly nad tiskem znamenalo počátek grafického designu
- Později se při výrobě a reprodukci staly nepostradatelné fotografie a počítačové technologie

2. Průmyslová revoluce jako počátek rozporu. Hnutí Arts and Crafts, William Morris, Gesamtkunstwerk, Vídeňská secese, Wiener Werkstätte, Peter Behrens a první vizuální styl firmy (AEG), Sachplakat

- V pozdně viktoriánské Británii byla jedním ze zájmů **Williama Morrisa a hnutí Arts & Crafts** výroba knih.
 - o V roce 1891 byla v Morrisově nakladatelství vytištěna první kniha
 - o Do roku 1896, kdy Morris zemřel bylo vydáno přes 50 výtisků dalších titulů v nejrůznějších formátech, často s dřevorytovými ozdobami a rámy, vysázené písmem, které bylo vytvořeno podle Morrisova přání, jako písma z 15. století
- Časopis **The Studio** mělo v polovině devadesátých let na 20 tisíc německých čtenářů a bylo vydáváno v Londýně
 - o První číslo zveřejnilo kresby od **Aubreyho Beardsleyho**
 - o Žurnál obsahoval zprávy o hnutí Arts & Crafts, plakáty od grafiků „glasgowské školy“ – Charlese Rennieho, **Mackintoshe**, apod. Všichni vyvolali v Rakousku a Německu velký zájem
- **Gesamtkunstwerk** je označení díla, v němž je spojeno současně více druhů umění, např. hudba, architektura a malba. Přitom sestava není libovolná ani názorná a jednotlivé složky se musejí doplňovat. Gesamtkunstwerk má „tendenci ke stírání hranic mezi estetickým útvarem a realitou“.
- **Císařská Vídeň** byla v šedesátých letech 19. století přeprojektována a přebudována v moderní **město** avšak **renesančního stylu**.
 - o Malíř **Gustav Klimt** byl často najímán aby zdobil budovy nové Vídně, vedl ústup od historizujících směrů a zformoval **sdružení umělců, které se stalo známým pod názvem Secese**
- Vídeňská secese sdružení malířů, sochařů a architektů, svůj program formulovali ve vlastním časopise nazvaném **Ver Sacrum**
 - o Umělci se původně vzbouřili proti estetickému konzervatismu hlavní vídeňské galerie
 - o Hlavními představiteli kromě Klimta byl: Josef Hoffman, Koloman Moser, Otto Wagner
 - o Klimtův první návrh obálky pro secesní výstavy byl: prázdný uzavřený prostor, který naznačuje divadelní uspořádání, krajní asymetrie, jednotná linka, která sjednocuje písmo a kresbu, dvojrozměrná grafika za účelem reprodukce
- Ve Vídni byly konvenční formy písem a abecedy předmětem stylizace a deformace

- Nový přístup byl popularizován i kritizován typografem Rudolfem von Larischem. Vyplínil grafiky za jejich špatné písmo nezapadající do sebe a za ornamentální výstřelky, naopak ocenil Otto Wagnera, který se sám k secesním umělcům později připojil
- **Wiener Werkstätte** byla uměleckořemeslná dílna založena Josefem Hoffmannem, Wagnerem a Moserem
 - **Mackintosh navrhl** pro podnik **obchodní značku**, ale celková **vizuální identita byla dílem Hoffmanna**
 - Každý výrobek byl vybaven čtyřmi identifikačními značkami
 - Symbolem červené růže
 - Monogramem dílny, designera, zhotovitele
 - Hoffmann navrhl rovněž hlavičkový papír, navštívenky, fakturační formuláře, i balicí papír, **na všech se opakuje čtvercový motiv**
 - Čtvercový formát rovněž přijal secesní měsíčník **Ver Sacrum**
 - Hodnotily se zde výstavy, publikovaly příspěvky literární moderny, ilustrace, ornamenty secesních umělců
- Stránky většiny vídeňských knih byly na rozdíl od místních plakátů méně úspěšné při dosahování jednoty. Němčina byla tradičně tištěna tučným gotickým písmem známým jako fraktura
- Na přelomu století vídeňští designeři vstřebali učení z Arts & Crafts a svým nadšením pro nové techniky ohlašovali avantgardní směry designu, které přišly po 1. SV.
- **Peter Behrens** vyvíjel nejkomplexnější úsilí v oblasti designu reklamní kampaně a obalové strategie. Jeho raná grafická díla jsou zřetelným ohlasem formátu plakátů „glasgowské školy“ ale svou kresbou a písmem náleží do nového století
 - Písmo které vstřebalo tradiční prvky bylo jeho vlastním písmem „Behrens-Schrift“
 - V roce 1916 dospěl k formě, která se zbavila historických odkazů a to při práci pro **AEG**, kam byl **Behrens najat jako architekt, designér a konzultant**.
 - Strohý a geometrický je považován za **první uplatnění jednotného designu ve firemním sektoru**
 - Hlavní součástí byla obchodní značka, určitý druh emblému s názvem nebo zkratkou firmy, vyvedený vždy ve stejném druhu písma
- **Sachplakat** byl styl, kdy je na plakátech/inzerátech zobrazován pouze inzerovaný předmět a název značky
- Tento styl **vznikl v Německu** – Berlíně
- Nejznámějšími návrhy byly reklamy na zápalky Priester, boty Stiller a cigarety Manoli

- **Nepotřebovaly žádné slovní doplnění**, předmět byl inzerován se stejně jednoznačkou grafickou jednoduchostí jako nápis
- Ve stejné tiskárně vznikla Erdtova reklama na **automobil Opel**, která si vystačila s omezeným počtem barev a **písmeno „O“ je zde znázorněno jako pneumatika**, nevysázeno stejně jako zbytek slova.

3. První světová válka a propaganda. Plakáty jako prostředek verbování vojáků a žádání finančních půjček. Politická propaganda

- **První světová válka potvrdila důležitost vizuální komunikace**
 - Diagramy, ilustrace, titulky, to vše pomohlo informovat a instruovat
 - Znaky a symboly pro vojenskou hodnost byly ihned srozumitelné
- Plakáty zaujímaly funkci dnešního rádia, rozhlasu, televize
 - Přenášely vládní oznámení, povolání do služby, přenášely propagandu
- **Plakáty vytvářeny válčícími zeměmi** (Francie, Británie, Itálie, Rakousko-Uhersko, Německo, Rusko a později USA) **odrážely jejich charakter** a vývojové stádium designu
- Přednost **Sachplakatu** byla jednoduchost, koncentrované obrazy, barevné plochy a jednolitě stíny s důkladně vyvedeným písmem, které dodávaly dílům hodnotu, kterou ostatní země postrádaly.
- Nejběžnější **formou amerických a britských plakátů** byla zvětšená barevná ilustrace k níž tiskař přidal nápis. Rozložení bylo tuctové a design mdlý
- **Pro Francii** byly typické dobré kresby doprovázené dlouhým textem či poezií
- Pokračovateli tohoto francouzského stylu byl Američan Joseph Pennel a Angličan Frank Brangwyn: silné kontrasty, dramatický šerosvit, neobvykle realistické
- **Ve všech zemích se uplatňovaly ty samé kategorie válečného plakátu. Ty, které verbovaly vojáky, apelovaly na vlastenectví a vzbuzovaly pocit viny**
 - **V Británii** existoval slavný slogan: ***Tatínku, co jsi dělal za války TY?***
doprovázející banální typ ilustrace, styl obývacího pokoje i pečlivě oblečené děti, zobrazující „správný“ mužských postoj, romantický militarismus
- Nejznámější náborový plakát je britský z roku 1914 **„Tvá zem Tě potřebuje.“** Je na něm zvětšená ilustrace z časopisecké obálky, na níž je lord Kitchener – britský ministr války, snadno rozpoznatelný tvarem svého obřího knír, čapkou a odznakem polního maršála
 - Tento plakát byl často napodobován a stal se inspirací pro náborový plakát **„Chci tě pro armádu Spojených států.“** jehož tvůrce je James Montgomery Flagg se na něm zobrazil jako **Strýček Sam**
 - Jednotlivé prvky grafiky jsou jednoduše uspořádány
 - Vlastenecké zabarvení podtrhuje znázornění rámování: červené, bílé a modré
- **Němečtí grafici** znali plakáty dohodových mocností, byly reprodukovány v časopise Das Plakat, který vycházel po celou dobu války

- V Berlíně se uskutečnila i výstava britských náborových plakátů
- Válka brala ve velkém nejen lidské životy, ale také spotřebovávala velké dávky munice a dodávky
 - **Plakáty byly prostředkem** jak stát přesvědčoval své občany, aby jim poskytli peníze formou **válečných půjček**
- **Grafická podoba** těchto kampaní se odrážela podle stylu a **podtrhovala národní rozdíly**
 - Dřevorytový tisk, brnění a těžké písmo fraktury v černé a červené byly na plakátu Bernharda zdůrazněno propojením s germánskou historií
 - V dohodových zemích byly pokusy o využití vizuální metafory řídké
 - Bez ohledu na to, že líčili své vojáky jako rytíře a nepřátele jako dravé bestie byly v časopisech tyto výjevy graficky zjednodušovány
 - Voják na frontě byl mně často představován jako rytíř ve zbroji, národní duch pak v prostřednictvím německé orlice, ruského medvěda, britského lva, francouzského kohouta, amerického orla
- Znamý symbol červeného kříže byl například využit s převrácenými barvami jako na švýcarské vlajce, aby propagoval výstavu děl německých zajatců ve Švýcarsku.
- Ve válce přibýlo mnoho rysů a prvků grafického designu a to nejen na plakátech
 - Armáda potřebovala znakový systém pro organizaci a identifikaci svého mužstva a materiálu, jasný instruktážní manuál pro jejich nastavení a využití
- **Válečné plakáty vytvořily stereotypy**, které byly základem pro **politické propagandy** neklidných let, jež následovaly v Itálii, Rusku a Německu
 - Tvořily ikony z lidí jako Marx, Lenin, fašistických diktátorů a karikatury nepřátel coby barbarů a dravých bestii měly představovat hrůzy bolševismu nebo hříchy kapitalismu

4. Futurismus v Itálii a typografická revoluce. F. T. Marinetti, Fortunato Depero, kovové knihy, Bruno Munari

- Mezi lety 1910 a 1920 byla Evropa otřesena válkou a zmítána politickými nepokoji
- **Základy moderního umění byly položeny avantgardou**, která zároveň zavedla nové způsoby, jak pohlížet na slova a vytvářet z abecedy obrazy
- Málom kdo se pokusil uspořádat slova způsobem, který by zvýraznil jejich individuální nebo sdílený význam
- Roku 1897 vytvořil francouzský básník Mallarmé dvacetistránkovou báseň, která porušila grafické konvence, ale zároveň dávala smysl
- Šok společně s otevíráním očí byl součástí programu **futuristů**
 - o **Vůdcem hnutí byl Tommaso Marinetti**, zastánce volného verše, který v **Paříži roku 1906** zveřejnil **první futuristický manifest**
 - o Marinetti předával jeho poselství – **oslavující stránky moderního světa**: rychlost, automobily, aeroplány, válku – na jeho turné po evropských městech
- V roce 1914 vydal Marinetti svou první knihu „osvobozených slov“. Byla názorným příkladem Marinettiho programu pro futuristickou literaturu např.
 - o Měly by se používat infinitivy
 - o Musí se zrušit adjektiva
 - o Zrušit interpunkci
- Nejdůležitější poznatek – Marinetti si uvědomil, že písmena, z nichž jsou tvořena slova nejsou pouhými abecedními znaky.
- Rozličné tloušťky, tvary, umístění – to vše dodává osobitý výraz, slova sama od sebe mohou působit jako vizuální představy
- Marinetti spojil své síly s podobně smýšlejícími a v časopisu Lacerba (vydáváný ve Florencii) tvořil typografické experimenty.
 - o Slova střídala obrazy, jednotlivá slova byla umístěna na stránce v šikmých úhlech
- Protože si sami dokázali dělat dobrou reklamu, přivítali ji futuristé coby projev moderního života a protiklad muzeální kultury
- **Fortunato Depero byl nejvýznamnější futurista v oblasti grafického designu**
 - o Reklama pro něj byla médiem, kterým by se měly šířit futuristické myšlenky
 - o Sepsal manifest, mezi jeho návrhy byly **zvukové a kinetické trojrozměrné reklamy**
 - Tomuto návrhu se přiblížil realizací výstavního pavilonu, který navrhl pro nakladatelství Fratelli. Devět metrů vysoká budova byla z části

- vystavěna z velkých pevných písmen, jejíž prvky se opakovaly v menším měřítku na dekoracích uvnitř
- Téhož roku spatřila světlo světa **kniha – Depero Futurista, jedno z klíčových děl futuristické sebepropagace a grafického designu**
 - Byl to **katalog** reklamních grafik, ve formátu o něco větším než A4
 - **80 stran** tuhých desek **upevněno dvěma velkými maticemi a šrouby**
 - Následující rok Depero vyrazil do New Yorku, zde pracoval pro divadlo, jako **reklamní grafik** na volné noze, ale navrhoval také obálky časopisů, včetně **Vanity Fair**
 - **Spolupracoval** také s firmou vyrábějící **aperitiv Campari** na sérii reklam
- Ve futurismu byl přítomný jistý **prvek dětinskosti**
- Futuristická přestavba zahrnovala futuristickou hračku jejíž hlavním kritériem bylo rozdráždit dospělé a rozesmát děti
 - Všechny Deperovy grafiky vypadají jako by byly vyrobeny pro mateřskou školkou, jako papírové vystřihovánky s prostým převrácením bílé na černou
 - Ale zároveň **byly snadno reprodukovatelné**
- Futurismus pronikl do literatury, uměleckých děl a reklamy
- **Futuristé byli fascinováni rychlostí, technologií a moderností, kterou nabízela a přisvojovali si prvky průmyslové výroby**
- Matice a šrouby knihy Depero Futurista toho byly příkladem
- Tři exempláře této knihy byly sešroubovány do pocínovaného plechu
 - Tentýž materiál použil roku 1932 básník Albisola pro vydání Marinettiho další knihy, tak aby působila na smysly hmatu, čichu a vnímání jejich tepelných vlastností
 - V knize jsou protilehlé stránky, z nichž jedna využívá plošných barev a druhá černé a bílé
 - Celková rozvrh ustoupil od běsnivosti Marinettiho dřívější edice
 - Řídil se zde přísnou geometrií a užitím geometrického, bezpatkového písma
- Roku 1934 vyšla Albisolova vlastní kniha a její úpravu navrhl mladý Miláňan **Bruno Munari** jenž zůstal v Itálii po dalších 50 let významným grafikem
- Prostřednictvím Marinettiho básně vytvořil Munari jedno z nejpůsobivějších děl raného italského grafického designu, šlo o skladbu, která propagovala umělý textil
 - Munari prezentoval zcela moderními technikami – vystřiženými fotografiemi vytištěnými v černé a barevném přetiskem písmem Bodoni a egyptienkou, různě zarovnanými uvnitř čtvercového textového sloupce

5. Sovětské Rusko. Od luboku ke konstruktivismu. Okna Rosta. Dmitrij S. Moor, Viktor Deni, Čeremnych, Majakovskij. Konstruktivismus. El Lisickij, Alexandr Rodčenko, Gustav Klucis. Fotomontáž. Revoluce v knižním designu. Vliv filmu a fotografie

- Léta následující po revoluci z roku 1917 byla v Rusku svědkem toho jak se grafický design, spolu s filmem, rozvíjí v masové médium
- **Rusko mělo silnou vizuální tradici v lubocích** (ruský lidový tisk doplněný kresbou či rytinou na papíře, dřevě nebo textilu), ikonách a ilustrovaných politických magazínech
- **Vyskytovaly se tu tři druhy plakátového designu**
 - Rozvíjení **politické ilustrace** (Viktor Deni, Dimitrij Moor)
 - Působivé kontrasty minulé a nynější doby
 - Dělnické hnutí, imperialismus, hrdinní spojenci a nepřátelé
 - Méně typická pro Moorovo dílo je osamocená postava na plakátu žádajícím o podporu pro zasažené hladomorem, doprovázená jediným slovem „Pomoz“.
 - Kresba už není pouhou ilustrací, ale jedinou grafickou představou, ideogramem hladu
 - Mnoho Deniho a Moorových plakátů si vystačilo s rudou a černou
 - **Rudá** označovala revoluční prvky, zvláště vlajky, dělnické košile a rolnické haleny
 - **Černá** byla použita pro hlavní kresbu a coby jednotná barva pro oblečení kapitalistů a kněží
- **Okna Rosty** byly **jednostranně potištěné věštníky**, často ilustrované komickými příběhy, které většinou visely ve výlohách prodejen, na železničních stanicích a na frontě občanské války
 - Byly vysoké 1-4 metry a tištěné ve více než 100 exemplářů pomocí cyklostylu
 - Jejich iniciátorem byl politický karikaturista Čeremnych, který pro Rostu vytvořil na 500 plakátů
 - **Rosta vycházela z tradice dřevorytových plakátů** a byla oživena do této podoby
 - Nejslavnějším tvůrcem byl Vladimir Majakovskij, napsal a nakreslil více než jednu třetinu z celkového objemu produkce dílny, která činila 1600 plakátů
 - Cyklostylová technika vyžadovala plošné barvy a jednoduché tvary, delikátní linie či subtilní písmo bylo nemyslitelné
- Na jednom okně Rosty se objevují dva druhy designu
 - Nahoře provedení v tradičním komiksovém stylu

- Dole, kde je připojen slogan „Cos udělal ty pro frontu?“ je styl geometrický, šlo o dílo konstruktivisty
- Konstruktivisté bořili hráz mezi uměním a prací, odmítali představu jedinečného uměleckého díla, které dle nich patřilo ke staré buržoazní společnosti
- Mechanická výroba obrazů pomocí fotografie zapadala do jejich konceptu
- **El Lisickij** byl vyškolený architekt v Německu, dosáhl nejvýznamnějších úspěchů v oblasti grafické úpravy knih a instalování výstav
 - **Byl průkopníkem fotomontáže**, zahrnující soubor různých prvků, které oživují fotografii pomocí překrývání, kombinování, ořezávání, vystřihování a změn úhlů
 - Ve svém autoportrétu „Konstruktér“ využil Lisickij koláže (slepování) i montáže (překrývání), vícenásobného tisku a negativu, pokrytí kresbou a písmem
 - Jeho úprava knih spojovala geometrickou abstrakci a funkcionalismus
- **Alexandr Rodčenko** byl jedním z prvních, kteří experimentovali s fotomontáží
 - Nejprve využíval nalezených obrázků ale v roce 1924 začíná sám fotografovat
 - Spojoval segmenty speciálně pořízených fotografií s obrázky vystřiženými z časopisů a stejnou techniku použil pro řadu dvoubarevných obálek detektivních románů
- **Gustav Klucis** využíval nové médium pro tvorbu heroických obrazů sovětských úspěchů, často propojených s vysvětlující statistikou
 - Jeho plakáty kombinují fotografické a grafické prvky
- Takovéto plakáty ohlašovaly úspěch sovětského grafického designu. Geometrie a základní barvy konstruktivistické abstrakce zůstaly, avšak nejkomplexnější grafická díla nezískávala svou grafickou formu s úpravou z předepsaného stylu, nýbrž na základě úsilí o vyjasnění významu
- Hlavní argumentace v knihách je nesena obrazy. Text a obrazy nelze oddělit, obrazy jsou výhradně dokumentární, většinou jde o novinové fotografie, odznaky, medaile, zbraně, poštovní známky
- Tento typ montáže má svůj původ zejména ve filmech z raných 20 let v nichž vedle sebe stavěli dva kontrastní prvky
- **Na filmových plakátech se tato technika začala také využívat, bratry Stenbergovými**
- Nepoužívali jednu hlavní figuru (což byla nejběžnější forma), ale skládali dohromady detaily z fotosek.
 - Divák si skládá a propojuje obrazy jako by šlo o plynulou sekvenci filmu

- Dynamické filmové efekty se objevovaly i v měsíčníku USSR in Construction jenž byl nejpokrokovějším a výsledkem sovětského designu
- Používání a objevování celé řady tiskových a reprodukčních technik se žádalo spolupráci čtenáře
 - Příběh Rudé armády vyprávějí fotografie s daty zachycenými velkými bílými obrysy čísel
 - Po rozevření poslední půlstrany se odhalí, co voják chrání
 - Publikace je rozkládací, obsahuje poloprůhledné vlepené listy a různé výřezy, dokonce i leporelo, bylo použito všech grafických technik
- **Důležitými prvky podporujícími obchod a propagující socialistickou kulturu byly veletrhy a výstavy**
 - Nejvyžívanějším tvůrcem výstav byl Lisickij, který měl význačný vliv i mimo Rusko
 - Dokud Stalin neutlumil avantgardní energii, Sovětský svaz sladil sociální požadavky s revoluční estetikou a grafický design byl spatřován jako výrazový prostředek masové společnosti

6. Avantgardní Německo. Od expresionismu k Bauhausu a jeho významu pro standardizaci v grafickém designu. Písma Bauhausu. Paul Renner, Jan Tschichold, Kurt Schwitters, Herbert Bayer, László Moholy-Nagy. Walter Dexel, Willi Baumeister a Max Burchartz. Avantgarda ve službách profesionalizace reklamy. Typo-foto. John Heartfield.

- S koncem 1. SV nastala v Německu nezaměstnanost inflace a politický chaos
- Přesto se v této době stal grafický design součástí moderního průmyslové společnosti – nejen na pouličních plakátech, ale také na hlavičkovém papíru, reklamních letácích a veletržích
- **Německo se nacházelo mezi dvěma silnými avantgardami**
 - o Na východě byl komunismus a konstruktivismus v sovětském Rusku
 - o Na západě doktrinářské nadšení nazvali komerčním uměním, přežilo v reklamě
- **Nejvýznačnějšími uměleckými hnutími na konci války byly expresionismus a dada**
 - o Plakáty knihy časopisy vytvářené expresionistickými umělci se vyznačovaly agresivními ilustracemi či tučné písmo
- Dadaistická typografie se držela ukázněné verze konstruktivismu
 - o Omezovala se na úzký okruh typů písma a formátů papírů, každý graf. návrh byl uspořádán na základě ustavené tradice
- Tento směr vývoje od expresionismu k funkcionalismu a od ruční práce k návrhům pro mechanickou reprodukci, můžeme vypořádat v proměnách grafického designu **Bauhausu**
 - o Na slavné škole uměleckého řemesla, **založené 1919 ve Výmru**
 - o Na prvním hlavičkovém papíře bylo použito Brehrensovo písmo Madiäval
 - o Její první emblém se podobal kamenické značce (rozkročená postava s rozpaženými rukama nad sebou nesla pyramidu)
 - o V roce 1924 byl tento emblém nahrazen geometrizovaným profilem hlavy, který mohl být snadno reprodukován pomocí čar a pruhů
 - Tyto linky se staly součástí stereotypní představy o typografii Bauhausu společně s bezpatkovými druhy písma
- **Bauhaus a písmo**
 - o Započala důkladná analýza vizuální komunikace zkoumáním abecedy
 - o Problémem byl, že text byl většinou zobrazován gotickým písmem jehož archaická forma rozhodně nepatřila do věků strojů
 - o Omezení na malá písmena – písmo nic neztrácí, stává se čitelnějším

- Všechny pokusy vymyslet nové písmo byly založeny na striktní geometričnosti
- Funkcionalisté se vyhýbali renesančním vzorům, fraktuře a germánské tradici tučného kaligrafického písma
- **László Moholy-Nagy**
 - Maďarský malíř, začal v Bauhausu učit než se instituce otevřela veřejnosti
 - Uspořádal výstavu na níž vysvětloval své cíle a předvedl své úspěchy
 - Jeho grafické úpravy byly znázorněním nového přístupu
- **Jan Tschichold**
 - Mladý kaligraf a úpravce knih
 - Vyučoval na umělecké akademii v rodném Lipsku – středisko německého knižního průmyslu
 - Stal se hlavním propagátorem „nové typografie“
 - **Vypracoval 10 elementárních principů**, z nichž první tři mají následující znění:
 - Typografii určují funkční požadavky
 - Účelem typografického návrhu je komunikace
 - V co nejkratší, nejjednodušší a nejpronikavější podobě
 - Aby typografie sloužila společenským cílům, musí mít její součást vnitřní organizaci
 - Uspořádaný obsah, vnější organizaci
 - Pokračoval zdůrazněním důležitosti fotografie a bezpatkového písma jakožto základu
 - Přijetí standardizovaných DIN pro papírové formáty
 - Vyučoval na mnichovské typografické škole, kterou vedl **Paul Renner – tvůrce písma Futura**
 - Tschicholdovy filmové plakáty, dvoubarevné litografie představovaly především abstraktní kompozice s ručně kresleným písmem
- **Kurt Schwitters**
 - Dadaista
 - Spolu s Tschicholdem jedním z hlavních představitelů „nové typografie“
 - Vydával vlastní časopis Merz, čtvrté číslo otisklo Lisického manifest
 - S přispěním Lisického vytvořil řadu reklam a prospektů
 - Jeho vlastní poučka při práci byla: „Udělej to tak, jak to zatím nikdo neudělal“
 - Přednášel v Německu i zahraničí, patřil do skupiny „Kruh nových reklamních grafiků“
- **Walter Dexel**
 - Byl profesí historik umění, pracoval jako pořadatel výstav a grafik

- Na rozdíl od ostatních vyřešil problém velkých a malých písmen výhradním používáním verzálek
- Jeho nejvýznamnějším přínosem byly návrhy světelného pouličního značení a kiosků
- **Willi Baumeister**
 - Používal verzálky jako Dixel
 - Pro výstavu Werkbundu - navrhl formuláře, letáky, průvodce výstavou a katalog, pro výstavní prostory vytvořil velká vyřezávaná písmena
 - Bylo to poprvé co bylo tak velké zpracování svěřeno pouze jednomu designérovi
- **Max Burchartz**
 - Udržoval úzké styky s Bauhausem a van Doesburgem
 - Rozpracoval principy v řadě návrhů, které ustavily „mezinárodní styl“, který přežil nacismus a v 60. letech se znovu objevil pod „švýcarským stylem“
 - Podílel se na organizaci mezinárodní výstavy v Essenu, navrhl pro ni plakát, reprodukováný na obálce katalogu
 - Na tmavém pozadí vytváří dramatické aranžmá slov a obrazu jednotný významový celek
- **Moholy-Nagy** vymyslel nový termín – **typofoto**
 - Typografie je komunikace složena z písma
 - Vizuální předvedení toho, co může být opticky zachyceno
 - Nejpresnější ztvárnění komunikace
- **John Heartfield**
 - Připravil aranžmá jednoho ze sálů na výstavě Film und Foto
 - Nad dveřmi stál slogan – Používej fotografii jako zbraň
 - Technika se vyvíjela od hravých a náhodných typografických kombinací dadaistického období z konce 1. SV
 - Jeho nejznámější plakát na obálce komunistického časopisu, řešil jak předat myšlenku, že pro volbu komunistů musí vybrat hlas. lístek číslo 5
 - Heartfield připravoval a využíval vlastní fotografie
 - Mohly nést celou tíhu významu ve spojení s titulky a slogany, čímž předčily i dynamická spojení obrazů v ruské fotomontáži
 - Plakát s Hitlerovou obvyklou reakcí na pozdrav jeho stoupenců – pravice se zalomenou dlaní, do níž zvětšená postava vkládá hotovost „Malý muž prosí o velké příspěvky“ – zdůraznil Hitlerovu podobu coby malého muže ovládaného finančními zájmy

- **Herbert Bayer**
 - Autor písma na budovách Bauhausu
 - Začal svou profesní dráhu jako komerční grafik než se v roce 1921 zapsal do Bauhausu
 - Proslulé jsou jeho návrhy nouzových peněz pro místní vládu, které zahrnovaly i pětimilionovou bankovku
 - Upravoval i hlavičkový papír Bauhausu, jeho návrhy papíru byly přímočaře funkční, s předtištěnými vodítky pro ohnutí
 - Stal se uměleckým ředitelem mezinárodní reklamní agentury v Berlíně – Dorland
- Nový funkční design byl nyní přijímán a zaváděn i na školách
- Když se dostali v roce 1933 k moci nacisté byl Bauhaus uzavřen
- Konzervativní skupiny byly vůči inovacím a „nová typografie“ byla parodována a viděna v nepřátelském světle
- V reklamě, jenž se stala monopolem, se objevily nové vlastenecké verze fraktury
- Designeři, kteří odešli do exilu sebou vzali své grafické dovednosti

7. Avantgarda v Nizozemí. De Stijl. Van Doesburg na Bauhausu. Piet Zwart & Paul Schuitema a jejich vliv na profesionalizaci grafického designu v průmyslové praxi. H. N. Werkman a hot printing jako protipól profesionalizace designu.

- V rámci vývoje grafického designu stálo Nizozemí společně se Sovětským Ruskem a Německem v předních řadách avantgardy
- Nejpůvodnějším holandským příspěvkem bylo **dílo Pieta Zwarta**
 - Jeho osobní značku tvořilo písmeno P a černý čtverec (v holandštině znamená zwart černý)
 - Čtverec představuje statický tvar jenž pomáhá zdůraznit plošnost
 - Byl vyškolený architekt a během své kariéry se až do šedesátých let věnoval designu interiéru, nábytku a působil jako architektonický kritik
 - Byl asistentem Jana Wilse, který byl zakládajícím členem De Stijl
 - Svou grafickou práci zahájil právě u Wilse, navrhl pro něj dopisní hlavičku na níž rozšířil svou osobní značku: černý čtverec obklopil pěti tiskovými linkami stejné tloušťky
 - Později se seznámil s Lisickým a pochopil další možnosti využití pro zdokonalení svého mistrovství
 - Z liter, ornamentů a tiskových linek vytvářel hravé kompozice na nichž běhala slova nahoru, dolů, do stran a křížem krážem po stránce
 - Při další návštěvě Lisického se naučil vytvářet fotogramy, které později využil a čerpal ve své práci pro NKF
- Holandský design byl geometrií zcela prostoupen
- Pro **hnutí De Stijl** byla typická pravoúhlost například na abstraktních malbách Mondriana jenž se skládají z černých mřížek na bílém plátně na němž jsou některé čtverce zaplněny základními barvami
- **Theodor van Doesburg** byl malířem, básníkem a architektem, také graficky upravoval časopis De Stijl a byl jejich tlumočnickem
 - Jeho striktně geometrická a typografická práce předznamenávala díla Bauhausu a Schwitterse
 - Při svých cestách Evropou šířil své geometrické přesvědčení hnutí De Stijl a zvláště úrodné pole našel v Bauhausu, kde se seznámil s Gropiem
 - Následující rok si ve Výmaru pronajal ateliér a nabízel studentům Bauhausu přednášky zdarma
 - Účinek na Bauhaus to mělo mocný a okamžitý na určitých plakátech se objevovalo geometrické písmo typické pro Van Doesburga, prospekt držící se Mondrianovi mřížky tvořené černými linkami

- **Werkmanova** tvorba se stávala především z knih vydaných v omezeném nákladu a spojeny s efemérními tisky
 - Síla a nepravidelnost zabarvení jsou výsměchem věnovaným profesionálním řemeslným standardům
 - Werkman používal tiskařské litery abstraktně čistě jako tvary, které obklopoval barevnými plochami vytvořenými pomocí roztrhaných kusů papírů namočených do inkoustu
 - Často tiskl bez tiskařského lisu, což nazýval „**horký tisk**“
 - Jeho grafická invence se stala inspirací pro ostatní designery, kteří usilovali o sílu tvůrčího efektu
 - Werkman byl na konci 2. SV popraven za provozování ilegální tiskárny

- Po úmrtí Van Doesburga a konci DeStijl se nejvýznamnějším projevem holandské avantgardy staly obálky žurnálu *De 8 en Opbouw*, který ve 14 denních intervalech vydávaly dvě skupiny architektů
 - Jejich improvizované asambláže abecedy a obrazů vytištěné černou a přetištěné jednobarevným titulem jemuž dominovala číslice „8“ kanonizovaly Schuiterův a Zwartův styl

8. Švýcarsko na cestě k „swiss style“. Otto Baumberger, Herbert Matter, Anton Stankowski a Max Bill.

- Třemi nejznámějšími grafiky ze Švýcarska byli na konci devatenáctého století: Grasset, Steinlen a Félix Vallotton, všichni tři však svou kariéru udělali v cizině – ve Francii
- Rovněž přední švýcarský malíř Ferdinand Hodler se poprvé zapsal do dějin designu svým plakátem na výstavu Vídeňské secese z roku 1904
 - Postava na plakátu leží na poli vytečkovaným bílými květy pod nebem tvořeným stylizovanými oblaky
- S pozdějším Švýcarským turistickým plakátem jej pojil nejen vizuální obsah, ale také „švýcarský styl“
 - Ten stejně jako japonský tisk potlačoval perspektivu a zdůrazňoval dvojrozměrnost potištěného listu
- V roce 1910 vytvořil **Otto Baumberger** pro curyšský obchod s **klobouky Baumann** plakát jehož historický vývoj je důkazem jak Švýcaři ovládali postupy jež posléze prokázaly svou trvalost
 - **Obraz cylindru jako zástupného symbolu** pro všechny klobouky učinil slovní vysvětlení nepotřebným, jediné slovo Baumann tu nepředstavoval jen název obchodu, ale také jede z členů rovnice
 - **Baumann = klobouky**
- Stejně jako jinde v Evropě byla i **švýcarská reklama ovlivněna americkým příkladem**, zvláště při práci se slogany a titulky Důraz byl kladen na celkový reklamní koncept jenž se zaměřoval na jednu stránku výrobku
- **Švýcaři obdivovali americký přístup, Američané zase evropskou stylovost**
 - Zvláště si cenili turistických plakátů Herberta Mattera
- **Herbert Matter** byl jedním z nejinnovativnějších designérů před 2.SV
 - Vyškolený malíř, který studoval nejprve v Ženevě a poté v Paříži
 - Experimentoval s technikami koláže a montáže
 - Při své návštěvě New Yorku jej přesvědčili, aby zde nějaký čas působil
 - Do Švýcarska se vrátil v roce 1931
 - Navrhoval obálky pro odborný časopis Typographische Monatsblätter a reklamy pro curyšskou tiskárnu
 - Při své práci skoro pokaždé využíval surrealistických montáží
 - K jeho oblíbeným barvám patřila: červená, modrá a černá
 - Všechny upotřebil na turistických plakátech a brožurách

- Nápis byly vždy vyvedeny bezpatkovým písmem a na plakáty se přetiskovaly, takže mohly být vydávány v různých jazycích/verzích
- **Anton Stankowski** razil cestu nové „průmyslové grafice“
 - Stankowského metoda byla protikladem Baumbergerovým a Stoecklinových ilustrací
 - Anton představoval výrobek co nejjasnějším způsobem, doprovázel jej pouze základními informacemi, aranžoval jej asymetricky a volně užíval tiskových linek k organizaci prostoru
 - Důsledně používal bezpatkové písmo
 - Fotografie pro reklamy si většinou fotil sám
- **Max Bill** zahájil svou kariéru v Curychu kam se vrátil po 2 letech strávených v Bauhausu
 - Byl malířem, sochařem, architektem a průmyslovým designérem
 - Frustrovaný jak málo pozornosti se mu dostávalo v profesi architekta začal navrhovat reklamy jako „amatér“
 - Techniku tisku ovšem ovládl mistrovsky v jeho pracích byl znát Tschicholdův styl, ovšem chyběl v nich formalismus, který začal být se švýcarským stylem úzce spojován
 - Pohrával si s typickými rysy plakátu z 19. století, používal všechny barvy duhy a černou jako Tschichold a odmítal verzálky
 - Jeho nejznámějším předválečným úspěchem byl návrh pavilonu na trienále v Miláně
 - Jeho záměrná strohost nabídla dokonalé prostředí pro radikální formalismus a úspornost vystavených plakátů
 - Jednalo se o dokonalé představení „švýcarského stylu“, který o čtvrt století později získal dominantní postavení v zahraničí
 - Avšak ve 30 letech našel pevnou půdu zpět ve Švýcarsku

9. Meziválečná Francie. Tvůrci reklamních plakátů a písem. A. M. Cassandre, Paul Colin, Charles Loupot, Leonetto Cappiello.

- **Paříž byla stále centrem kulturního života a módy nejen pro Francii, ale i zbytek světa a to i po hrůzách 1. SV**
- Město zosobňovalo představu modernosti, poháněnou mezinárodními výstavami a neustále se proměňující přehlídkou plakátů
- Největším a nejuznávanějším tvůrcem plakátů byl **stále A. M. Cassandre**
 - Jeho první velký plakát v roce 1923 byl pro pařížský obchod Au Bûcheron
 - Cassandre se rozhodl, že na něm nezobrazí dotyčný výrobek, nýbrž právě dřevorubce z názvu obchodu
 - Obrovitá postava se rozpřahující se sekerou do levého horního rohu plakátu dlouhého čtyři metry
 - Padající strom vybíhá v pravém horním rohu z obrázku a barevné trojúhelníky se rozbíhají od kořenů stromů a symetricky rozevírají nápisy ve spodní části návrhu
 - Stupňovité plochy jako tyto se staly později jednou ze základních složek stylu **Art Deco**
 - Geometrie pro něj byla základ
 - Navrhl plakát na aperitivy Pivolo, Dubonnet
 - Cassandre vytvořil stovky návrhů
- V meziválečném období tento styl na francouzské půdě dominoval, stejně jako tomu bylo v minulém století v případě secese (art nouveau)
- Počátkem 30. let se k Art Deco připojil další přidružený styl, který byl později pojmenován „**moderne**“
 - Povrchně souvisel se „strojovou estetikou“ avantgardy, ale spíše měl co dočinění s romantickým okouzlením automobily, lokomotivami a zaoceánskými parníky
 - Styl se vyznačoval používáním přímých linií, často diagonálních a kruhů
- V porovnání s Cassandrovým dílem bylo písmo na plakátech ostatních francouzských grafiků otřepané stejně jako jejich sklon inspirovaný kubismem, používat na návrzích jednu ústřední figuru
 - Paul Colin, Charles Loupot představovali výjimky
- Plakát **Paula Colina** pro pařížské etnografické muzeum z roku 1930 je podobně jako na německých plakátech z té doby zdůrazněna plošnost a zdramatizován vztah mezi obrazy

- **Charles Loupot** v téže době zahájil dlouhodobou spolupráci se značkou St. Raphaël, jejíž reklamy se po 2. SV staly jedním z mezníků v dějinách designu
 - o Na plakátu z roku 1937 zobrazil siluety dvou číšníků, jednu bílou a druhou červenou
 - o Ve 40 a 50 letech se staly součástí ojedinělého využití abstraktních kompozic v reklamě
- **Leonetto Cappiello** v meziválečném období vytvořil jeden z nejúžasnějších obrazů, který se kdy na plakátě objevil.
 - o **Symetrie býčí hlavy**, dramaticky bělostné oko tvořené nepotlačeným papírem a **krabička bujónu** Kub zobrazena perspektivní kresbou. Taková kompozice nepotřebovala žádný doprovodný slogan.
 - o Celý návrh se velmi podobal německému **Sachplakatu**
- Tvůrci plakátů získávali vliv a kontrolu nad svou produkcí díky tiskárnám s nimiž byli smluvně svázáni
 - o Tyto specializované firmy přilákávaly klienty
 - o Během 30. let s postupem rozvoje reklamních agentur v nichž se pracovalo týmově a se stoupající produkcí časopisů, kde byly výrobky inzerovány však začal význam jednotlivců i samotného plakátu klesat
- **Avantgardní hnutí, dadaismus a surrealismus mělo ve Francii na grafický design jen minimální dopad**
- Cassandrovo využívání geometrie a mnohé z jeho plakátových technik ovšem odrážejí Le Corbusierův purismus
- Pařížský grafický design zosobňoval představu elegantní modernosti
 - o Na konci 20 let přejal obchodní dům moderní fasádu a nápisy ve stylu „moderne“ a také pro své katalogy a inzerci
 - o Za tímto designem stál ruský emigrant **Alexej Brodovič** jenž se později stal jedním z nejznámějších propagátorů grafického designu v New Yorku
- Kolega Brodoviče – **Robert Block** rozlišil tři druhy reklamy:
 - o Ta která si diváka získává a nebojí se ho dokonce omráčit
 - o Ta která využívá opakování
 - o Ta která svou formou/důvtipem podněcuje zájem, touhu, zvědavost
- Uvedená analýza naznačuje vzájemnou závislost mezi grafikem, klientem a veřejností. Vztah mezi umělcem a mecenášem se proměnil v profesní a obchodní partnerství

10. Meziválečná Británie. Průzkum typografických forem a zrození moderní typografie. Stanley Morison a monotype. Edward Johnston, Eric Gill, Edward McKnight Kauffer, Ashley Havinden. Henry Charles Beck a mapa londýnského metra.

- Avantgardní vývoj na kontinentu britskému publiku představil Tschichold
- „Nová typografie“ byla v Británii brána jen velmi povrchně
 - o Nahlíželo se na ni jako na prostředek jenž je schopen vzbudit dojem moderní sofistikovanosti
 - o Německé práce se napodobovaly výměnou za bezpatkové písmo a namátkovému rozmístění tiskových linek
 - o Plakáty také zlehka přejímaly dekorativní kubismus francouzských grafiků
 - o Nejsilnější vliv si však zachovávala tradice
- Reakce na avantgardní hnutí se tu projevila už před 1. SV
- V roce 1913 navštívil Londýn Marinetti a brzy poté se tu zformovala skupina vorticistů, jejich objemný žurnál „Blast“ vyšel v pouhých 2 číslech
 - o Byl tištěn ze sazby a na přední straně obálky bylo černé plakátové písmo diagonálně vysázeno přes sytě růžový podklad
 - o Stránky byly vytištěny tučným groteskem (bezpatkovým písmem) jehož uspořádání a velikost odrážel smysl jednotlivých slov
 - o Tím, že se rozhodli pro tuto úpravu dosáhli v Británii jisté originality
- Byla to právě grafická úprava písma, jíž se Británie trvale zapsala do historie polygrafie
- Ponaučení z hnutí Arts & Craft vzato ze starých tisků, se stalo základem přístupu tvořícího protiklad k Whistlerově elegantní estetice
- Jeho členové nanášeli na stránku více černě, dožadovali se robustnějších tvarů písma a menšího prostoru mezi slovy a řádky
- Litery mohly být na konci 19. století vybírány pomocí klávesnice a strojově odlévány čímž opadla nutnost ruční sazby z existujících písem
- **Různé sazečské systémy spolu soupeřily a snažily se svým zákazníkům nabídnout nové druhy písma**
 - o **Prvním navrženým** speciálně pro odlévací zařízení společnosti Monotype **byl Imprint** pojmenovaný po časopise The Imprint
 - o Další typy, založené na historických vzorech následovaly
 - Plantin (1913), Caslon (1916), Garamond (1922), Baskerville (1923)
- Kaligraf **Edward Johnston** byl redaktorem The Imprint

- Při své práci se opíral o tradici až do krajnosti: psal husím brkem na zvířecí kůži
- Byl požádán Londýnským dopravním podnikem, aby navrhl pro jejich značení abecedu
- Podnik experimentoval s písmeny založených na čtvercích a kruzích
- Edward se vrátil k proporcím klasických římských kapitál
- V roce 1928 navrhl jeho student **Eric Gill** – svůj Gill Sans
 - Za vzor mu posloužila abeceda jeho učitele
 - Na rozdíl od bezpatkových německý písem (např. Futura) si Gill Sans podrželo tradici spojenou s proměnlivou tloušťkou tahů
 - Včetně obrysového a stínového řezu existovalo nakonec víc než 20 variant tohoto písma
- Typograf **Stanley Morison** jehož najala firma Monotype jako poradce byl sice v dějinách typografie samoukem, ale díky síle osobnosti prorazil coby přední autorit
- Byl konzultantem pro noviny „The Times“
 - Grafická úprava byla inovována pomocí písma navrženého na základě jeho instrukcí
 - Šlo o písmo Times New Roman, které stále zůstává populárním a objevuje se i v knihách a časopisech
- **Edward Kauffer** přijel do Anglie v roce 1914 poté co procestoval celý kontinent
 - Zapůsobili tam na něj němečtí tvůrci plakátů, což se později projevilo nad jeho tvorbou
 - Kaufferovým nejznámějším dílem je kresba letících ptáků ve vorticistickém stylu
 - Plakát přiměl Churchilla, aby Kauffer navrhl emblém pro Royal Flying Corps = nestalo se tak
 - Mezi lety 1915 až 1940 vytvořil Edward na 250 plakátů a 150 knižních obálek ve stylu art deco: čtverce, obdélníky, oblouky, vytečkovávání, airbrush
 - Kauffer za pomoci svých mecenášů tvořil plakáty ve vlastním světě, nebyla to ani průmyslová tvorba ani umění
 - Plakát: Síla: nervové centrum Londýnského metra“
 - Plakáty ropné společnosti Shell (maskot silueta figuríny)
- Londýnskému dopravnímu podniku však místo v dějinách grafického designu zajistilo jméno **Henry Beck**, který byl technickým projektantem
 - Dosáhl **toho novou grafickou úpravou mapy metra**
 - Celou soustavu zobrazil v osmihranné mřížce, takže se jednotlivé trasy stýkaly v úhlech 45 stupňů

- Stanice byly rozmístěny tak aby byla znázorněna především jejich pozice v rámci celé soustavy = méně záleželo na tom jaká je skutečná vzdálenosti mezi nimi
- Zanesením polohy řeky Temže byl posílen orientační smysl cestujících
- Přestupní stanice byly vyznačeny snadno pochopitelnými znaky
- Další symbolická znázornění času, vzdálenosti a kvantity se objevila v inzerátech, plakátech a výstavách Lee-Eliliott vysvětlil, že **graficky znázorněná „číselná informace“** podá oku vizuální důkaz, který sebou nese mnohem větší přesvědčivost
 - Tento druh statistické grafiky byl **odvozen od vídeňského systému Isotype**, který do anglického prostředí uvedl Tschichold v časopise Commercial Art
- **Ashley Havinden** byl přední britský modernista, byl zodpovědný za „aerodynamickou“ kampaň pro automobily značky Chrysler
 - Z nápisů této kampaně navrhla firma Monotype písmo a z jeho štětcem namalovaného písma se stalo **písmo známé jako Ashley Script**

11. Isotype aneb zrození informačního designu. Otto Neurath a Gerd Arntz.

- Ve dvacátých a třicátých letech 20. století byl **Otto Neurath** průkopníkem nového obrazového jazyka nazývaného „Vídeňská metoda“ nebo **Isotype**.
- Podstatou tohoto mezinárodního systému obrazového vzdělávání je dohodnutý soubor znaků a způsob jejich užití
- Ve Vídni připravoval Otto základní společenské a ekonomické struktury jakožto platformu pro různá sociální opatření: bydlení, zdravotnictví
- **Isotype se řídí 2 zásadami:**
 - **Větší číslo má být reprezentováno větším počtem znaků** nikoliv jedním zvětšeným znakem
 - **Prezentace osvobozená od perspektivy**, protože odstupňovaná vzdálenost by zmenšovala znaky a tím pádem znejasnila hodnotu
- **Provoz isotypového studia předznamenal skupinové pojetí designérské práce**
 - Jednotlivé týmy měly na starost sbírání dat, jejich uspořádání, navrhování, výběry velikosti, umístění a konečně provedení finálních nákrešů pro tisk
- **Gerd Arntz**
 - Studoval na soukromé akademii v Düsseldorfu a později navštěvoval školu užitého umění
 - Cestoval po Evropě a žil v mnoha městech: Vídeň, Kolín nad Rýnem, Berlín, Moskva
 - Od roku 1926 se s Otto Neurathem snažil o spolupráci při navrhování piktogramů pro metodu Isotype
 - Nakonec Arntz **navrhl okolo 4000 piktogramů**
- **Otto Neurath**
 - Rakouský filozof, sociolog, ekonom
 - Chtěl vytvořit univerzální jazyk – **přišel s myšlenkou obrazového jazyka Isotype (International System of Typographic Picture Education)**
 - Vyvinul soubor piktogramů a pravidla pro jejich výstavbu tak, aby i složité informace byly vyjádřeny jasně a přesně
 - Kromě Neuratha byly autory i jeho manželka a Gerd Arntz
 - **Základem je 100 monumentálních statistických grafů**, které byly uloženy v Neurathově muzeu
 - Setkáváme se s nimi každý den
 - Můžeme je vidět v dopravě, na toaletách, semaforech i letištích

12. Spojené státy ve 30. letech a „umělecký ředitel“. Raymond Loewy, Vogue, Vanity Fair a M. F. Agha. Alexej Brodovič, Herbert Bayer, Lester Beall a Paul Rand.

- Pro mnoho Evropanů zněla Amerika úžasně, energicky a moderně
- **Raymond Loewy** emigroval z Francie do USA a po 1. SV zde přepracoval **design** krabičky cigaret – **Lucky Strike**
- Představa Ameriky nepocházela jen z filmového plátna, ale i ze stránek populárních časopisů a reklam
- Ekonomická provázanost mezi časopisy a reklamou odrážel podobný design redakčních a reklamních stránek
 - o Objevovali se na nich nadpisy, textové sloupce a stejný typ ilustrací
- Žurnalistika i reklama začínala být čím dál více závislé na obrazu a uměleckém prvku
- Za reprodukci a celkovou grafickou podobu zodpovídal „umělecký ředitel“

- Profese uměleckého ředitele se v Americe objevila ještě před profesí grafického designéra
- V roce 1920 byla založena organizace Art Directors Club of New York
 - o Jejich každoroční vydávání Ročenky (Annual) pomohly rozšířit povědomí o designérech

- Zatímco Evropané obdivovali americký dynamický komercialismus, Američané zase vzhlíželi k evropské moderní kultuře a její sofistikovanosti
- **Mehemed F. Agha** byl umělecký ředitel časopisů jako je: **Vogue** a **Vanity Fair**
 - o Ruský rodák nejprve pracoval v Berlíně pro německou verzi časopisu Vogue
 - o Jako umělecký ředitel tyto časopisy řídil a dokonce do nich přispíval fotografiemi a články
 - Jeho práce byla odrazem francouzské elegance a německé zkušenosti
 - Fotografie přesahovaly okraje stránek, využívaly dvoubarevného tisku
 - o Zavedl mřížku pro celou dvoustranu a maketové písmo, takže bylo možné vytvořit přesný návrh grafického rozložení, nebylo nutné kreslit tužkou předběžné návrhy
 - o Představil různé možnosti sázení textu k sousedícím fotografiím
 - o Jednotlivá čísla plánoval ještě předtím než vznikly fotografie
 - o Obálky časopisu VF tvořili především malíři a ilustrátoři

- **Alexej Brodovič** po příjezdu z Paříže do Filadelfie, kde od roku 1930 vyučoval začal o 4 roky později působit jako umělecký ředitel v konkurenčním časopise Harper's Bazaar

- Využíval schopnosti několika stejných fotografů jako Agha
- Obálky mu navrhoval Cassandre jehož plakáty byly už dříve vystaveny v muzeu moderních umění v NY
- Efekt Brodovičových prací byl založený na kontrastech
- Brodovič zkultivoval Aghův typografický styl založený na písmu Bodoni
 - Naaranžované fotografie rozmístěné v graficky elegantních sekvencích
- Ačkoliv byla profese uměleckého ředitele ryze americkým příspěvkem konkurence na trhu si žádala takový design, který odliší jednu značku od druhé, jasným a zapamatovatelným způsobem, ale aby zůstal prostor pro estetické vyjádření jako například u Coca-Coly
- Jiným příkladem je Loewyho cigaretová krabička Lucky Strike
 - Šlo o redesign takže škála estetických rozhodnutí se zúžila na změnu barvy, ale změna byla klíčová nejen pro výsledný efekt, ale také praktická
 - Nová krabička byla bílá, červený terč byl na obou stranách a náklady na tisk se snížily
- **Herbert Bayer** dostal za úkol zrealizovat výstavu o Bauhausu, která byla zahájena v muzeu moderního umění
 - Rozhodl se zůstat v Americe a stal se zde významnou osobností v oblasti výstavního designu
- **Lester Bell a Paul Rand** byli původem američtí designéři, kteří zahájili kariéru před rokem 1940 a po 2. SV se výrazně prosadili
- Samouk **Lester Bell** pracoval v Chicagu jako reklamní designer, přestěhoval se do New Yorku a byl prvním Američanem jehož práce byla otisknuta v německém měsíčníku
 - Téhož roku byly jeho plakáty na zlepšení podmínek životního prostředí (nápad Roosevelta) vystaveny v Muzeu moderního umění
 - V rámci projektu vzniklo víc než 30 tisíc návrhů, většina byla vytištěna sítotiskem
 - Podle Bella byly ovlivněny americkými politickými plakáty a náborovými plakáty z americké občanské války a novou typografií
- **Paul Rand** byl uměleckým ředitelem v časopise **Esquire** a **Apparel Arts**
 - Prohlašoval, že jejich obálky se snaží dělat práci jako Van Doesburg, Léger a Picasso
 - Z pomoci koláží, montáží a výřezů z jednobarevného papíru, v kombinaci s liniovou kresbou a fotografiemi přepracovával prvky děl evropského moderního umění – zejména Matisse a Picassa

13. Válka a propaganda v letech 1920 až 1945. Nové prostředky propagandy.

Xanti Schawinsky, Jean Carlu, Pere Català Pic, Abram Games, F. H. K. Henrion, Herbert Matter a Leo Lionni.

- Už před vyhlášením války v roce 1939 začal hrát grafický design velkou roli
- Obzvláště v období voleb
- Ulice byly posety plakáty, na shromáždění a demonstracích vlály transparenty a poutače
- Protivníci byli hanobeni zlovolnými ilustracemi, heroizující obrazy členů politických stran identifikovatelných pomocí symbolů, nápisů či uniforem
- Voják v občanské válce zůstával neohrožený a doprovázel jej dělník či rolník
- Státní znaky nahradily fašistická sekera se svazkem prutů z dob římského císařství, srp a kladivo, rudá vlajky a hákový kříž

- Stejně jako černý knír, vycházková hůl a buřinka komika Chaplina byly takto převáděny i charakteristické rysy vůdců: Hitler, Mussolini – Der Führer a Il Duce
- Obraz Stalina vedle Lenina coby nezpochybnitelný nástupce
- Obrazy politických vůdců se na titulních stranách novin a časopisů, plakátech a poštovních známkách, staly ikonami

- Nejzásadnější inovací byla v plakátech fotografie
 - o **Jean Carlu** vytvořil plakát v kombinaci fotografie matky s dítětem, s kresbami letadel a bomb předznamenával bombardování španělských měst a ztráty na životech mezi civilisty
 - o Fotografie se ukázala jako mnohem efektivnější grafický prostředek
 - o Republikánské plakáty používaly fotografii také jako prostředek dokumentování ilustrací a k zachycení nových společenských opatření
 - o V době kdy Francie kapitulovala před německými vojsky navrhl plakát na povzbuzení průmyslové výroby, plakát s heslem „Production“ ve 100 tisících kusech
 - Na základě jeho úspěchu ho najal Úřad válečných informací jako poradce pro oblast plakátů

- Fotografie mohla být použita k manipulaci se symboly pomocí světla a metodou ořezu obrazu
- V politické válce ve 20-30. letech Německu byly zásadní uniformy a odznaky
- Nacismus od své existence ve 20. letech začlenil existující konvence a převzal pro své prapory rudou, bílou a černou barvu z císařské vlajky
- Hitler ve své knize „**Mein Kampf**“ navrhl veškeré možné symboly pro NSDAP

- Národní socialismus měla představovat rudá a bílá
 - o Bílá = čistota árijské rasy
 - o Rudá = sociální program
 - o Hákový kříž v té době představoval protižidovský emblém, který byl později doplněn císařskou orlicí čímž vznikl symbol třetí říše
- Pro spojence za 2. SV se stal Hitlerův obraz = vlasy sčesané na patku, černý knírek a nacistický nárameník symbolem nepřítele, nenáviděného avšak směšného
- V Británii to inspirovalo k vytvoření plakátu „Tvoje řeči mohou zabít tvoje kamarády.“
Ze série navržené **Abrahamem Gamesem**
 - o Byl zaměstnan na Ministerstvu války
 - o Jeho práce s barvami byla geniální
 - o Veškeré prvky svých plakátů používal bez metalické sazby či fotografie
 - o Slogany kreslil zúženými verzálkami či egyptienkou
 - o Jako syn fotografa dokázal nastříkat technikou airbrushu celou škálu odstínů
- Britská vláda si objednala plakáty od několika modernistických designérů, když spojené státy v roce 1941 vstoupily do války
- Například **Mattera a Lionniho**
 - o **Lionni** na plakátech „Držte je v pohybu“ použil opakování téže fotografie a stejně jako mnoho dalších odkaz na americkou vlajku
- Reklama v totalitních režimech odrážela státní ideologii a v nacistickém Německu přinesla straně vysoké příjmy
- Jako nejmodernější médium propagandy byly v mnoha zemích výstavy
- V předválečné Evropě byla nejvýznamnější „Výstava fašistické revoluce“ v Římě a později v Německu 1937, kde zaznělo Hitlerovo „Dejte mi čtyři roky času.“
- Rovněž v Americe se na výstavy pohlíželo, jako na účinný prostředek jak získat diváky pro válečné záležitosti
- V Muzeu umění v NY v letech 42-43 uspořádal Herbert Bayer dvě protichůdné výstavy
- Název první = Cesta k vítězství
 - o Klíč k prostorovému rozvržení
 - o Návštěvníci byli nasměrováni na cestu kolem vystavených textů a fotografií jež vyjadřovali americké ideje svobody
- V případě výstavy Airways to Peace, spojovala dějiny kartografie s příběhem evoluce létání
 - o Součástí výstavy byla rampa z níž mohli návštěvníci shora pozorovat letecká panoramata
 - o Ústředním prvkem celé výstavy byl glóbus, návštěvníci vcházeli dovnitř aby spatřili mapu světa

Historie grafického designu SZZ

- V Británii se konaly výstavy na místech jako – rozbombardované budovy, podzemní drah, ale cestovaly i za moře a do jiných zemí
- Plakát v této době posloužil jako skvělý komunikační kanál, ale například časopisy za těchto dob upadaly
- Rozvoj informačního designu byl v období války velmi důležitým prvkem

14. Spojené státy 1945 až 60. léta 20. století – na cestě ke komplexnosti grafické práce. Poválečné práce Paula Randa, Alexeje Brodoviče a Herberta Mattera. Gene Federico, Will Burtin, Lester Beall a Bradbury Thompson, manželé Eamsovi, Ladislav Sutnar, Saul Bass, Herb Lubalin, Milton Glaser, Chermayeff & Geismar.

- Ve 30. letech určovaly grafický design umělečtí ředitelé a to hlavně v oblasti reklamy a vizuální úpravy časopisů
- V následujících desetiletích se však součástí obchodní komunikace uvnitř firmy samotné stali designéři
- Průmyslové podniky i korporace je zaměstnávaly čím dál více
- V nejvlivnější knize této doby od Paula Randa „Myšlenky o designu“ se grafický pojí se slovem umění, nikoliv design
- Jednotliví designéři mohli pracovat např. samostatně, v týmech, mít asistenta nebo působit ve velkých korporátech a organizacích

- Tisk z výšky ustupoval litografickému tisku u všech druhů tištěných materiálů
- Designér stále instruoval tiskaře jak má sázet, ale zkušební otisky byly vystřihovány a vlepovány na místo ve studiu, kde se fotografovaly a vznikaly z nich tiskové formy místo aby se kompletovaly v tiskárně

- **Paul Rand**, který se stal nejvýznamnějším mluvčím mezi americkými designéry, věnoval použití černé celou esej
- Rand dlouhou dobu dominoval v reklamě a poté designu korporátní identity
- Dokonale využil celou řadu modernistických technik
 - Obzvlášť koláž, fotogram, výstřižky – od malířů jako byl Arp, Miró
 - Od Paula Klea pak převzal vodorovné pruhy jenž se staly v jeho tvorbě opakujícím prvkem
 - Neomylně elegantní a tvarově svobodná asymetrie jeho sazby je často srovnávána s rukopisem
 - Jeho vliv na design posiluje myšlenku, že s divákem komunikuje designer, nikoliv klient
 - Byl průkopníkem „nové reklamy“ – divák je aktivní nikoliv pasivní účastník
 - Tato technika dospěla ke svému vrcholu v reklamách na Volkswagen z počátku 60. let

- **Paul Rand a IBM**
 - Různé divize této společnosti měly naprostou volnost v používání základního jednotícího prvku – loga IBM
 - Ale protože jednotlivé divize chrlily mnoho tištěných materiálů musela být nastolena jednoduchá pravidla
 - Použití písma
 - Jednoduché a funkční designové řešení
 - **IBM design guide** = jeden z prvních grafických manuálů považovaný za nezbytnou část korporátního designu
 - Způsob jak použít barvy, rozměry
 - Design obchodní značky, loga
 - Rozměry každého obalu, vozidla, nápisu
- **Gené Federico**, ukazuje posun od sofistikovaného světa designu jenž manipuluje existující obrazy do světa okouzující romantiky, kterou vykresluje umělecky ztvárněná fotografie
 - Federico pracoval v časopise Fortune, kde byl uměleckým ředitelem Will Burtin
- **Will Burtin** používal redakční strany ke srozumitelné prezentaci vědeckých témat a statistik
 - Obálky představovaly dekorativní reflexi informační grafiky
 - Za války navrhoval dělostřelecké manuály pro americkou armádu
 - Vytvořil propracované, ale jasné diagramové ilustrace
 - Burtinova první obálka časopisu Scope spojila ruku a objekt, který svírá zkumavku, jakožto telegrafický symbol vědy
- **Bradbury Thompson**
 - Jako umělecký ředitel ve velké tiskařské firmě mohl bez obav experimentovat
 - Písmo bylo sázeno v dokonalých obloucích a kruzích, tiskové bloky mohly být přemísťovány a znovu využívány
 - Vedle toho používal Thompson časopis jako propagaci svých nápadů týkajících se abecedy
 - V roce 1945 publikoval sadu Monalphabet s minuskami
- **Alexej Brodovič** pracoval metodou pokus omyl s fotostatickými úpravami fotografií a nadpisů, které si v různých velikostech objednával ze své kanceláře v redakci Harper's Bazaar
 - Obsah byl vizuálně zajímavý obzvláště v případě amerických témat
 - V roce 1945 vytvořil Brodovič své klíčové dílo – knihu Balet

- Použil zde vlastní fotografie, které umístil do horizontálního formátu a připomínající proporce 35mm foto. filmu
 - Obrazy evokovaly, že některé fotografie tanečníků byly rozmazané
- Na obálce letního čísla Portfolio otiskl Brodovič koláž papírového draka, kterého vytvořili manželé Charles a Ray Eamesovi
- **Charles a Ray Eamesovi**
 - Charles byl architektem a vyráběl i design pro americké námořnictvo
 - Ray malířkou provozující praxi v grafickém designu
 - Grafický jazyk Ray se podobal Randovu stylu – vlivem který používal z abstraktního umění a používáním výstřižků z fotografií
 - Obálku čísla časopisu Arts and Architecture, které bylo manželům věnovaným, navrhl společně s grafickým rozložením **Herbert Matter**, který v jejich podniku pracoval a živil se jako designér reklamních materiálů pro firmu Knoll
- **Ladislav Sutnar** byl uměleckým ředitelem firmy Sweet's Catalog Service
 - Firma dodávala informace o produktech celému průmyslovému odvětví
 - Sutnar volal po věcnějších informacích, ale i lepší prezentaci produktů
 - Advancing Standards of Visual Communication patří k nejdůležitějším textům o grafickém informačním designu v angličtině
 - Používání jednobarevných ploch, jednoduchých geometrických tvarů, zejména šipek, kruhů a elips
 - Kniha obsahuje množství příkladů, problémů a jejich řešení
 - Sutnar také vytvářel korporátní identity značek
- **Herbert Matter**
 - Vytvořil korporátní identitu pro železniční společnost v NY
 - Zvolil červenou, bílou a černou barvu
 - Pracoval na značce nábytku Knoll
 - Inzeráty byly založeny pouze na obraze/fotografii výrobku, bez doprovodného textu
- **Saul Bass**
 - Rozvinul zjednodušení symbolických obrazů
 - Pracoval na upoutávkách filmů a širokou škálou technik: výstřižky z papíru až po studiové fotografie
 - Práce: Exodus, Muž se zlatou paží, Anatomie vraždy
- **Herb Lubalin**
 - Působil v reklamních agenturách

- Rozšířil hranice strojní sazby kterou popsal v knize zvané „Typografie“
- Přispěl k rozvoji časopisů
 - Jeho tučné verzálky namísto štíhlého písma Times používány v nadpisech a fotografie namísto realistických kreseb patřily k inovacím
- **Chermayeff & Geismar & Haviv**
 - Založeno v roce 1957 absolventy Yale – Ivan Chermayeff a Tom Geismar
 - Firma navrhla loga pro společnosti jako Pan Am, Mobile Oil,
 - Získali medaili AIGA v roce 1979

15. Švýcarsko a „nová grafika“ po 2. světové válce. Karl Gerstner, Jan Tschichold, Siegfried Odermatt, Carlo Vivarelli, Josef Müller-Brockmann, Armin Hofmann, Herbert Leupin.

- **Karl Gerstner**
 - Tvořil ve stylu švýcarské postkonstruktivistické školy
 - Využívali matematické myšlenky a systémy
 - Pracoval na kontrolní mřížce
 - První ručně opisované knihy, v nichž se umístění sloupců a řádků přenášelo na následující strany propichováním
 - Na rozdíl od Tschicholdova dělení stránky vycházejí jeho mřížky ze základní jednotky typografické míry
 - Vedl reklamní agenturu od roku 1959, kde experimentoval se základními jednotkami typografie
 - Vytvořil permutace loga BEC
 - Spolu s Kutterem publikoval první systematický přehled dějin grafického designu
- **Siegfried Odermatt** – designér
 - Vybral si ho Gerstner pro časopis Werk jako autora článků o reklamě
 - Reklama podle něj měla upoutat pozornost, upevnění v paměti, působení na spotřebitele...
 - Rozlišoval mezi jednorázovou a sériovou reklamou
- Mezinárodní vliv ve Švýcarsku závisel na **měsíčníku Graphis**
 - Vycházel od konce války v Curychu
 - Reprodukce a recenze o grafickém designu, komerčním zahraničním umění
- Specifičtější vliv měl grafik **Neue Grafik**
 - Jedním ze zakladatelů byl **Carlo Vivarelli**
 - Architekt a umělec
 - Zasloužil se o klíčové dílo švýcarské „nové grafiky“
 - Plakát – Pro stáří (1949)
 - Písmo Therma = logotyp pro firmu
 - Lišili se zásadovostí, výjimečností a vyhýbání se kompromisu
- **Josef Müller Brockmann** – také člen Neue Grafik
 - Byl ze všech redaktorů komerčně neaktivnější
 - Je dokladem vzniku a vývoje toho, co skupina nazývala „konstruktive grafik“

- Začínal manýristickými ilustracemi což bylo proti myšlenkám nové grafiky
- Následoval přidáním písma ke konkrétnímu plochému geometrickému tvaru
- Pomocí mřížky sjednocoval text
- **Armin Hofmann**
 - Autor plakátu Giselle
 - Vyučoval také ve Filadelfii a na univerzitě Yale
 - Byl odborníkem na tvorbu písma a zasloužil se ve Švýcarsku o stovky kvalitně nakreslených obchodních značek a logotypů
- Stejně jako v Americe i zde byli hojně zaměstnávání designeři v průmyslu na plný úvazek
- Nová grafika znamenala naplnění tužeb předválečných průkopníků ve vizuální komunikaci
 - Pomohla dát informačnímu designu typografický jazyk a disciplínu ještě před příchodem sazby a počítačové grafiky
 - Byla mezinárodní silou
- Designer plakátů **Herbet Leupin** se ve 40. letech prosadil svým hyperrealistickým ztvárněním produktů
 - Později přešel na neformální styl
 - Vytvořil jeden z nejúspornějších obrazů sestavených ze slov, když zkombinoval „ráno“ a „noviny“ v podobě bílé čajové konvice s nakloněným víčkem, konvice byla vyplněna novinovým textem

16. Itálie a „milánský styl“ po 2. světové válce. Studio Boggeri, Luigi Veronesi, Xanti Schawinsky, Erberto Carboni, Bruno Munari, Max Huber, Albe Steiner, Giovanni Pintori, Franco Grignani, Massimo Vignelli.

- **Antonio Boggeri**

- Profesionální houslista, nadšený fotograf
- Nechal se inspirovat Tschicholdem a jeho články o nové typografii a technikách fotomontáže
- Založil grafické studio Boggeri
 - Měl v úmyslu přesvědčit klienty, že neobvyklý umělecký vkus a vizuální přitažlivost produktů bude demonstrovat vynikající vlastnosti produktu
 - Jeho estetický vkus se vyvinul v poválečný „milánský styl“
- Studio mělo spíše evropského než italského ducha
 - Logo navrhli v Paříži

- **Xanti Schawinsky**

- Otevřel kancelář v Miláně
- Přinesl sebou techniky typické pro pozdní Bauhaus – realistické kresby pomocí airbrushu, montáž a rozložení do jednoduché grafické mřížky
- Přes Boggeriho se dostal k práci pro firmu Olivetti = psací stroje a kancelářské vybavení
 - Uspořádal obrazové a textové prvky a jasně firmu odlišil od ostatních v moderním duchu

- **Erberto Carboni**

- Pracoval s Boggerim byl odborník na design obchodních výstav
- Reklama pro firmu: Barilla (těstoviny) Cervo (klobouky)

- **Max Huber**

- Byl jednou z nejdůležitějších osob, která pracovala s Boggerim
- Přijel ze Švýcarska do Milána a zásadním způsobem se podílel na vývoji grafického designu
- 1940 přijel do Milána vybaven zkušenostmi z curyšské reklamní agentury
- Válka ho donutila vrátit se do Švýcarska
- Vedle reklamních brožur navrhl také hlavičkový papír studia Boggeri a reklamní panel, který představoval seznam všech činností, které studio nabízelo: návrh plakátů, reklam, složek, prezentací, výloh a dalšího
 - Některé země měly tyto designérské skupiny až o 20 let později

- **Albe Steiner**
 - Spolupracoval s Boggerim
 - Byl uměleckým ředitelem v La Rinascente (obchodní dům)
 - Obchod sponzoroval výroční cenu za design
 - Vytvořil obrázek spojení „války“ a „míru“ díky otočení fotografie vznikl z pistole tovární komín
- **Reklama firmy Olivetti** je primárně spojována s **Giovannim Pintorim**, který zde nastoupil na místo designéra roku 1936 a následně zde byl uměleckým ředitelem
 - Techniky se různily
 - Pintori často vytvářel neurčité, poetické nálady, kde jedinou spojnici produktu s designem byl jeho název
 - Olivetti byli také jednou z prvních společností, kde zavedli jednotný vizuální styl a to i ve všech zahraničních pobočkách
 - Největší konkurencí zde byla IBM
- Mezinárodní gumárenská společnost **Pirelli** si dala za cíl standardizaci svého designu, ovšem ve vysokém standardu
 - Pirelli měla zavedený jednoduchý logotyp a mohl se tak stát úředním prvkem designu
 - Vybraným designérům se však podařilo vynalézt mnohem širší výrazivo než jaké kdy vzniklo pro jakýkoliv produkt
- **Franco Grignani**
 - Těžil z výdobytků modernismu, konkrétně strohého rozvržení typografie
 - Vystudoval architekturu a byl futuristickým malířem později se stal grafickým designérem
 - Jako jeden z prvních využíval fotogramy
 - Vytvářel tak abstraktní obrazy, které připomínaly fyzikální a chemické procesy
 - Později začal improvizovat
 - Nejprve používal písmena abstraktně
- V Itálii bylo typické, že designéři se věnovali více než jednomu oboru
- Někteří významně mohli vícera disciplín
- Mezi nimi byli designéři jako například **Bruno Munari** a Enzo Mari
 - Murinariho plakát na němž se setkalo přes třicet různých tištěných verzí názvu značky Campari byl téměř uni
 - Kladl důraz na trojrozměrnost knih a používal obdélníkové prvky

- **Massimo Vignelli**

- Formalizoval švýcarský styl jako soubor efektivních použití mřížky ve spojení s bezpatkovým písmem Bodoni v jeho typografických plakátech
- Tento styl poté přenesl do konzultantské firmy Unimark International v New Yorku

17. Francie po 2. světové válce. Marcel Jacno, písma Rogera Excoffona, Raymond Savignac, St Atelier Loupot, Jean Widmer. Pierre Faucheux a Robert Massin. Nové knižní úpravy. Písma Adriana Frutigera.

- Francouzský poválečný design si ponechal spoustu charakteru z 30. let
- Malované plakáty byly i nadále na vrcholu
- Předváleční umělci byli stále aktivní – Cassandre se ale spíše věnoval malbě a tvorbě pro divadlo
- Rozvržení stránek se stalo klíčovým
- **Marcel Jacno**
 - o Přetvořil balíček cigaret – méně stylizovaná okřídlená helma + tučné patkové písmo
 - o Národní lidové divadlo – zkrátil na TNP, vzhled plakátů – hrubý rustikální styl, odkazoval na Velkou francouzskou revoluci
 - Tiskl v červené, modré a černé na bílou, aby připomenul trikoloru národní vlajky a uniformy
- **Roger Excoffon**
 - o Navrhl písmo Mistral, Choc a Calypso
 - Byla limitující pro jejich užitkovost
 - Svě místo našly na vývěsních štítech obchodů = francouzské ulice se proměnily v tržiště grafiky
 - o Vytvořil logotyp pro Air France z písma Nord
- **Raymond Savignac**
 - o Bývalý asistent Cassandra
 - o Vzepřel se metodě juxtapozice
 - o Jeho cílem byl jeden obraz na jednu myšlenku
 - Toho dosahoval pod pojmem - vizuální skandál
 - o Vytvořil plakát Monsavon
- **Charles Loupot**
 - o Nejvýznačnější přeživší předválečné éry
 - o Chytře geometrizoval tradiční symbol vinařství Nicolas (předtím zmodernizovaným Cassandrem)
 - o V roce 1945 rozvinul logo pro St Raphaël
 - Pracoval se slovem jako s flexibilními abstraktními jednotkami, které umisťoval na zdi, karoserie aut i mezi inzeráty

- **Pierre Faucheux**

- Pracoval pro Club Français du Livre (CFL)
- Jednalo se o nová vydání starších titulů a o překlady zahraničních textů
 - Na rozdíl od limitovaných knih, které obsahovaly umělecké tisky, byly tyto knihy za účelem autenticity, ilustrovány grafickým materiálem z doby prvního vydání
 - Vyprodukoval jich téměř pět set
- Studoval staré knihy a naučil se jak matematicky postupovat při umisťování, ale trval na „inovacích“
 - jako: extrémní kontrasty ve velikosti a stylu tištěného písma
- Postupně navrhl velké množství knih pro kluby a nakladatelství

- **Robert Massin**

- Příchod 60. let a rozšíření fotografické manipulace s textem a obrazem poskytly designérům novou svobodu projevu/výrazu
- Jedním z těch co z toho čerpali byl právě Massin
- Na vydání hry „Plešatá zpěvačka“ spolupracoval s fotografem Henrym Cohenem
 - Postavy mají vysoký kontrast, každá pronáší nějaký dialog vlastním druhem písma, chybí veškerá interpunkce
 - Slova a věty mění velikost a jsou vysázeny pod úhlem a přes sebe
 - Snažil se zachovat směr čtení zleva doprava

- **Jean Widmer**

- Byl Švýcar, ale působil jako umělecký ředitel ve francouzském časopise
- Vypracoval se na jednoho z nejvlivnějších grafických designérů ve Francii

- Nejvýznamnějším švýcarským přínosem designu ve Francii byly **písma Adriana Frutigera**, navržené speciálně pro fotosazbu a dostupné v provázaném systému jednotlivých řezů písma

- Adrian navrhoval pro Air France nejen tisky, ale i informační cedule a nápisy na letišti
- Z toho vzniklo další písmo pod názvem Frutiger (jakýsi prostředník mezi Univers a Gill)

18. Británie po 2. světové válce. John Piper, Ashley Havinden, Anthony Froshaug, Hans Schleger, Robin Fior, Derek Birdsall, Alan Fletcher a Fletcher/Forbes/Gill, Paul Peter Piech, Jock Kinneir, Germano Facetti a Penguin, Edward Wright, Richard Hamilton, Ken Garland, manifest First Things First.

- Revidované vydání *How to make a Poster* (Jak udělat plakát) vyjádřilo naději, že bude čím dál více využíván pro potřeby obchodu, ale také státní vzdělávací propagandy
- Design se zde stal součástí ekonomické a sociální rekonstrukce
- Byla tu zde stále britská nedůvěra k modernismu, na který se stále pohlíželo jako na „cizí“
- Práce fotografa, ilustrátora a malíře **Johna Pipera** balancovala během 30. let mezi tradicionalismem a modernismem
- V grafickém designu se dvojaký přístup modernismu projevoval v časopisech *Alphabet and Image*, který zastával spíše tradiční přístup a v progresivním *Typographica* – vydávaný **Herbertem Spencerem**
- **Anthony Froshaug**
 - o Vyučoval na Central School of Arts and Crafts v Londýně
 - o Tiskař a typograf
 - o Několik let vedl tiskařskou dílnu, sám prováděl sazbu
 - o Do svých zakázek kombinoval vlivy nové typografie s důvtipem a romantickým programem hnutí Arts & Crafts
- **Ashley Havinden**
 - o Jeden z hlavních představitelů modernismu v britské komerční reklamě
 - o Člen agentury Crawfords
 - o Byl přesvědčen, že designéři považují sami sebe za ty, co musí řešit problémy komunikace jakýmkoliv prostředky
 - Mohou čerpat z antiky, Bauhausu, 18. století..., úplně čehokoliv
 - o Tíhnul k funkčnímu modernismu
 - Přímočará informační etiketa z na polévkovou konzervu
- **Hans Schleger**
 - o Vytvořil logo pro řetězec s rybami
 - Čtyři ryby zasazené do skotského kříže
 - o Podobným způsobem si pohrál u loga pro nábytek Finmar
 - Logo bylo navrženo na způsob písma v tenké, střední a tučné verzi
 - Zpodobňující siluetu jedle

- **Robin Fior**
 - Samouk, navrhoval plakáty a obálky brožur
 - Vytvořil design týdeníku Peace News
 - Navrhoval i pro výrobce papírenských chemikálií a firem z oblasti finančnictví
 - Později pracoval v Portugalsku kde navrhoval politické plakáty a noviny
- Na výstavě „Graphic Design London“ designéři propagovali sami sebe a v roce 1963 vzniklo sdružení Designers and Art Directors Association, London
- Jedním z nejvýznamnějších designérů zde byl **Paul Peter Piech**
 - Pracoval v newyorské agentuře Dorland a v polovině 40. let odešel pracovat do Crawfords
 - Vytvořil jedny z mála reklam, které propojovaly slovo s obrazem
- **Fletcher, Forbes a Gill**
 - Byly první významnou designérskou skupinou té doby
 - Vytvářely grafický styl pro velké firmy jako BP, Rank Xerox nebo Reuters
 - Navrhovali také reklamy pro Pirelli
 - Mezi jejich nejzajímavější reklamy patřil polep umístěný na boční straně autobusu, který vyvolával dojem, že pasažéři v horním patře mají na nohou pantofle Pirelli
 - Navrhl také několik písem
- **Nakladatelství Penguin**
 - Ve snaze konkurovat dalším vydavatelům paperbacků se Penguin zavedl celobarevné obálky
 - Abram Games byl uměleckým ředitelem a umístil znak nakladatelství Penguin do barevného obdélníku společně se jménem autora a názvem knihy
 - O 2 roky později se stal ředitelem **Germano Facetti** a Penguin upustil od celobarevných obálek
 - Byla zavedena mřížka pro tvorbu obálek
 - Rozlišovací barva se využívala jako druhá barva k černé
 - A nakladatelství začalo používat bezpatkové písmo Continental
 - **Derek Birdsall** tvořil první řadu nové obálky, využívající bílé pozadí
- This is Tomorrow
 - Výstava v Londýně
 - Katalog k ní navrhl **Edward Wright**
 - Katalog předznamenával amatérskou improvizaci alternativních časopisů 60. let

- Koláže obrázků z amerických časopisů **Richarda Hamiltona** představovaly počátky pop artu
 - Vytvořil silný a efektní symbol nové TV společnosti Granada, který kontrastoval s logem BBC od Gamage
- Televize a to co se brzy začalo označovat jako „komunikační průmysl“ přemístili designéra ze studia do kanceláří, kde v diskusi s ostatními členy spoluvytvářel designová řešení
- Hledání profesionální identity se mezi grafickými designéry stalo důležitým tématem
- V roce 1963 podepsala skupina designérů v Londýně manifest – kde se vyjádřili k politování těch, kteří se zaprodali, aby propagovali zboží
- Sdružení Society of Industrial Artists v Británii podněcovala zájem o profesi designéra
 - Nejhojněji zde byli zastoupeni komerční umělci

19. Německo po 2. světové válce. Anton Stankowski, Otl Aicher a význam školy v Ulmu (Hochschule für Gestaltung Ulm). Michael Engelmann, Hans Hillmann, Graphicteam, Celestino Piatti.

- Německo bylo zničené válkou, rozdělené na východní a západní část
- Trvalo celé desetiletí než byl grafický design znovu oživen
- V Západním Berlíně se na Škole volného a užitého umění udržel stav grafického designu
- **Anton Stankowski**
 - o Zůstal vlivným designérem až do 80. let
 - o Patřil k předním stoupencům „objektivní reklamy“ 30. let
 - o Po válce začal pracovat jako obrazový redaktor a později povýšil na šéfredaktora
 - o Navrhoval malé plakáty, které se doručovaly do novinových stránek
 - Vznikaly přes noc tištěny byly následující den technikou litografie
 - o Vytvořil také desítky log a logotypů pomocí geometrické konstrukce
 - o Prosazoval aktivní zapojení designu do výzkumu
- **Designérská škola v Ulmu** (Hochschule für Gestaltung Ulm)
 - o Budovy navrhl Max Bill – její první rektor
 - o Její význam nespočíval tolik ve vytvořeném díle, jako spíše ve způsobu myšlení, který byl podnětný pro designérské školy po celém světě
 - o Zabývala se vývojem metod a řešení designérských problémů s využitím matematické logiky
 - o Vedoucí vizuální komunikace **Otl Aicher** demonstroval systematický přístup v korporátním **designu pro Lufthansu**
 - Výsledkem byl čistý „švýcarský“ styl grafické úpravy využívající písmo Helvetica
 - Trval na tom, aby byly reklamy byly rozšířením korporátní identity
- **Hans Hillmann** mladý německý ilustrátor pracoval u Fleckhaus
 - o používal k propagaci filmu dramatických kreseb, přetvářející fotografie z natáčení do působivých obrazů
- **Michael Engelmann** se vrátil ze Spojených států a poté pracoval v Amsterdamu a Milánu
 - o Využil pro plakáty a reklamy na likéry a cigarety ve švýcarském stylu a s pomocí bezpatkového písma

- Potlačovaly perspektivu a neobsahovaly nic co vyjadřovalo hlavní ideu
 - Formalismus byl doveden do extrému
- Stejně jako v dalších zemích byl objednavatelem grafického designu hlavně chemický průmysl
- V Německu vznikala koncem 60. let skupina designérů – **Graphicteam**
 - Tvořilo jí pět designérů
 - Stáli za grafickým stylem Západoněmecké televize
 - Geometrie vykazovala tendenci ke stylu Stankowského
- **Celestino Piatti**
 - Švýcar v 60. letech navrhl knižní edici pro Deutscher Taschenbuch
 - Použil barevné ilustrace a černé písmo na bílém pozadí
 - Detektivní řada byla červeno-černá
 - Thrillery byly černobílé
 - Přebaly kolísaly od geometrie v ulmském stylu až po polský design

20. Nizozemí po 2. světové válce. Willem Sandberg, Friedrich Vordemberge-Gildewart, Otto Treumann, Pieter Brattinga, Wim Crouwel a Total Design.

- Mezinárodně nejvýznamnějším designérem v Nizozemsku byl po dobu dvou poválečných desetiletí **Willem Sandberg**
 - Samouk
 - Ve 20. letech pracoval pro švýcarského tiskaře, ve Výmaru a Dessau navštěvoval Bauhaus a studoval systém obrazové statistiky u Otto Neuratha
 - Ve 30. letech odešel do Nizozemí pracoval v Haagu a později v Amsterdamu pro městská muzea
 - Podílel se na ilegálním tisku nebo padělání dokumentů za nacismu
 - Vytvořil první z 19ti ručně psaných brožur s kolážemi jež byly grafickým vyjádřením krátkých rovnic
 - Plakátové písmo nepoužíval jen na plakátech, ale i na obálkách katalogů
 - Důležitost jeho práce spočívá v tom, že je pokusil využít smysl slov a větnou strukturu pro grafickou úpravu, takže řádek textu ukončil tam, kde se měnil význam
 - Vrcholem jeho práce je ilustrovaný přehled vývoje znaků a komunikace
 - Nejdůležitějším prvkem jeho práce byla neformálnost a improvizace
- **Friedrich Vordemberge-Gildewart**
 - Působil jako designér v Amsterdamu
 - Kromě navrhování štítků na obaly potravinových náhražek vytvářel v době války, okupační poezie
 - V roce 1950 navrhl abstraktní okna pro tři obchodní domy v Amsterdamu, Haagu a Rotterdamu
 - Měl za to, že vystavenému zboží poskytují neutrální, nerušivé pozadí
- **Otto Treumann**
 - Ve spolupráci s britským designérem vytvořil v latince a hebrejském písmu pro izraelské aerolinie EEL Al jeden z nejúspěšnějších komerčních symbolů
- **Pieter Brattinga**
 - Jeho otec vlastnil společnost, která vydávala Čtvercové tisky
 - Ty byly redigovány právě Pieterem a šlo o čtvercové brožury vždy na téma související s designem
 - Čtverec byl také motivem doprovodných plakátů jež byly založeny na mřížce složené z pěti čtverců na výšku a tří na šířku
- **Wim Crouwel**
 - Dokázal velmi efektivně využít mřížku, která byla typická pro švýcarský design, který měl v 60. letech ovlivnit příští generaci

- Zatímco například Elffersovy plakáty voněly barvou Crouwelovy vypadaly jako by je navrhl a vyrobil stroj
- Crouwel udělal z mřížky základ pro konstrukci písmen samotných
 - Poukázal tak na postřeh, že počítače změní způsob tvorby
- Elektronická revoluce si podle něj žádala nové formy

- **Total Design**

- První skupina designérů v Nizozemí
- Skupinu založil Crouwel se 4 dalšími kolegy
- Věnovala se trojrozměrnému designu
 - První zakázka spočívala v přepracování vizuální identity ropné společnosti PAM a to i design čerpacích stanic
- V roce 1965 vytvořili vizuální navigační systém pro amsterdamské letiště
 - Tato zakázka byla jedním z nejranějších komplexních souborů informačních tabulí
 - Použité bezpatkové písmo a šipky se staly vzorem pro metra v Miláně, New Yorku a Tokiu a také pro směrové tabule v mnoha částech světa
- Rozrostl se do velké organizace pracující v týmech
- Pracovní shodě napomáhala standardizace formátů a postupů
 - Např. katalogy byly připravovány s využitím standardní mřížky a jednoho typu písma, aby design respektoval celkový ráz bez ohledu na to, kdo za něj zodpovídá

20. 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 se mělo za to, že grafický design řeší problémy komunikace
- V populárních médiích byl prezentován stejně jako móda – ve spojení s dobrým vkusem, aktuálností a progresivitou
- Výsledkem změn designu byl tlak z různých stran – technologické, mediální i společenské
- Kanadčan McLuhan rozvíjel myšlenku, že samotné médium je sdělením
- Nejzásadnější inovací byla fotografie
 - o Zaprvé jako médium tvorby obrazu - černobílá nahradila barevnou
 - o Zadruhé jako médium sazby – které přineslo svobodu v rozmístění textu
- Počítače umožnily rychlou organizaci i uchování informací
 - o Tehdy však ještě designéři nepracovali na počítačích, jak začalo být běžné v 80. letech
- Svě grafické vyjádření našly reakce na válku ve Vietnamu (1964-75), sociální protesty v Paříži, revoluce na Kubě, masová kultura, populární hudba i užívání halucinogenních drog
- Nové grafické formy se vyvíjely nezávisle na zavedeném profesionálně uznávaném grafickém designu

Kuba

- Kubánská revoluce vzedmula pozoruhodnou vlnu grafické energie, která se projevila zejména v plakátech
 - o Ty upozorňovaly na kulturní události, svolávaly davy na veřejná shromáždění a hlásaly úspěchy revoluce
 - o Jejich návrháři se neřídili žádnou estetickou ideologií
 - o Efekt jednobarevných tvarů v kombinaci s bezpatkovým písmem
- Neexistovala zde žádná komerční reklama a veškerá propagace podléhala dohledu státního studia
- **Felix Beltrán**
 - o Kubánský designer jenž dříve pracoval v reklamním průmyslu v USA

- **Tony Evora**

- Plakát z roku 1968 ke „Dni hrdinné guerilly“ byl téměř jediný na němž byl obraz něčím víc než pouhou ilustrací sloganu
- Rudý portrét Che Guevary = ztělesnění ozbrojeného boje, v soustředěných čtvercích
- Tony byl redaktorem Lunet – přílohy deníku Revoluce
 - Celostránkové výukové listy v deníku byly součástí tažení proti negramotnosti a byly typickou ukázkou jakou roli hrál design při transformaci země

Kalifornie, underground a alternativa

- Evorův plakát Che Guevary odráží „psychedelické“ plakáty z poloviny šedesátých let.
 - Navrhovala se zejména v San Francisku pro rockové koncerty
 - V Kalifornii byly drogy legální do roku 1966 a jejich vliv na vnímání byl v pracích grafiků napodobován smršťením opakujících se kontrastů černé a bílé nebo komplementárních barev
- Nejznámější z těchto grafiků v Kalifornii a jediný s výtvarnou průpravou byl **Victor Moscoso**
 - Studoval Yale barvu pod bývalým vyučujícím Bauhausu
 - Kombinoval na barvách založené optické vibrace s formalizovanými tvary písmen, které byly díky pozitivním a negativním prvkům téměř nečitelné
- Termín „**underground**“ se v 60. letech používal pro vyjádření postroje mladých ze středních vrstev, které stavěly proti establishmentu a zaujímali alternativní kulturní nebo politický postoj, namířený proti tradiční společnosti
- Na mezinárodním poli undergroundové časopisy vesele přijímaly špatnou kvalitu ofsetového tisku na laciném papíře
 - Přetiskovaly text přes hrubý barevný obraz a jejich heslem bylo, aby časopis nečetl „nikdo nad třicet“
 - Všechny tyto časopisy měly společné, že ti, kdo je navrhovali měli větší kontrolu nad obsahem

Protest: rok 1968 a Vietnam

- Na konci 60. let se studenti protestní skupiny chopili tiskového procesu a překvapivě tak vyzvali na souboj technický pokrok i elektronická média
- Šlo o reakci na válku ve Vietnamu, ale také na vraždu Che Guevary a Martina Luthera Kinga
- Na toto navázaly i pařížské události a srpnová sovětská invaze do Československa

- V Paříži používali k výrobě plakátů sítotisk, slogany byly založené na vzdorovitých heslech
- Sdělení byla jednoznačná, design naléhavý, tisk byl někdy jednobarevný
- Ručně kreslená písmena, štětcem malované siluety
- Ani v médiích nebyl prostor pro modulaci tónů, v úvahu nepřicházelo ani rozptylování barvami
- Byla to zbraň propagandy, která umožňovala rychlou reakci, jako například v Československu po sovětské invazi v 1968

Vietnam

- Plakáty byly důležité při volání po odzbrojení míru, zejména při spojení s válkou ve Vietnamu
- Nejpůsobivější ukázkou efektivity statického obrazu s textem vytvořilo americké sdružení Art Workers Coalition
 - o Na barevné fotografii povražděných vietnamských vesničanů je natištěn hrubý, zvětšený text výpovědi svědka událostí - Otázka: I děti? Odpověď: I děti
- V interiérech domácností se kulturní a politické plakáty staly dekorací a zároveň znakem, který dokládal majitelovu loajalitu a příslušnost
- Plakáty překročily hranice grafického designu
- Výroba přestala být závislá na grafickém průmyslu a profesionálních designérech
 - o Jedinec dostal možnost vymyslet sdělení a zároveň kontrolovat výrobní postupy

22. Nové vlny – elektronické technologie – 70. a 80. léta: Allan Fleming, Landor Associates, Paula Scher, Jamie Reid, Barney Bubbles, David King, Terry Jones, Neville Brody, Peter Saville, Studio Dumbo, Jan van Toorn, Wim Crowel, Grapus, Jean Widmer, Wolfgang Weingart, Hans-Rudolf Bosshard, Uwe Loesch, Mimmo Castellano, japonští grafici. Práce zavedených amerických grafiků: Paul Rand, Saul Bass, Herb Lubalin, Chermayeff & Geismar, Massimo Vignelli a April Greiman. Emigré.

- Grafický design se rozšířil do oblasti, které dříve ovládaly řemeslné tradice, jako například design denního tisku nebo do nových médií jako televize a video
- Vzrostla také role graf. designu ve veřejných službách a kulturních institucích
- Např. úspěch Olympijských her závisel na designérech a jejich návrzích propagačních materiálů, programů a informačnímu značení
- V Kanadě se v 1969 rozhodli, že jejich země potřebuje víc než jen vlajku, ale i systém grafické identity
 - o V roce 1980 se stali prvním národem, který měl nejen státní znak, ale také logotyp
- V 70. letech se grafický design stal součástí obchodu, jeho využití spočívalo v rozeznání image
- Po vzoru Coca-Coly počítaly všechny podniky mít své vlastní logo
- Design musel často ustoupit stylizovanosti
 - o Většina designu se stala součástí marketingu nebo zábavního průmyslu
- Se zavedením počítače měl designér téměř absolutní kontrolu nad předtiskovými procesy

- Grafický design v oblasti marketingu měl mezinárodní vliv, jak dokládají společnosti jako: British Airways, Japan Airlines a Singapore Airlines = tyto všechny navrhla firma **Landor Associates** ze San Franciska
- Designérské firmy jako Chermayeff & Geismar v NY, či Pentagram v Londýně aplikovaly modernistické postupy a identitu mezinárodních společností
- Modernismus jako takový se mohl dočkat recyklace v groteskních parodiích jakou je ta Od **Pauly Scher** v reklamě Swatch

- V **Británii** byl módou Punk, byl součástí drog, populární hudby a rebelskou touhou šokovat

- Časopisy hudebních skupin používaly písma a fantazie recyklované ze známých novin, texty psané na psacím stroji i ručně v doprovodu obrazů vytvořených jako ready-made
- Nejoriginálnějším talentem v Anglii byl **Colin Fulcher**, který přijal umělecké jméno **Barney Bubbles**
 - Poté co dokončil učňovskou praxi v pozici designéra-asistenta navrhoval obaly pro gramofonové desky a reklamy do časopisů
 - Jeho návrhy se nespolehaly jen na očividné estetické efekty
 - Obrazy a slova byly propojeny tak, aby vytvářely myšlenku
 - Využíval všech možných fotoreprodukčních přístrojů a své obrazy vytvářel pomocí improvizovaných úprav měřítka, hrubosti, ostrosti, pozitivů i negativů
- **David King**
 - Navrhl sérii plakátů, knih a časopisů – většinou politických
 - Zvětšená pomocí fototypie vysázená bezpatková písma se ocitla po boku hrubého síta fototisků a skalpelem vyřezaných pruhů černého papíru
 - Často nechával některé části svých děl tisknout 2x přes sebe „bod na bod“, aby vyvolal intenzivní – brutální účinek
- **Terry Jones**
 - Založil časopis o stylu ulice „i-D“
 - Byl tím nejenergičtější projevem každé nové technologické formy, kterou využíval za hranici extrémně zvětšené fotokopie a kopie, přeexponované, či podexponované polaroidové fotografie pokryté škrábanci či barvou
- **Neville Broody**
 - Umělecký ředitel časopisu Face založený v roce 1980
 - Zkrotil punk a vytvořil z něj spotřebitelský grafický idiom 80. let
 - Face rozpohyboval konvenční grafickou úpravu

Nizozemí

- Holandský vzdor vůči autoritám měl svou podporu v aktivitách umělců z hnutí Fluxus
- Od počátku 60. let používali ulici k provádění happeningů
- V Nizozemí byl grafický design každodenní součástí života, v zahraničí vyvolával respekt
- **Gert Dumbar**
 - Korporátní identita státního podniku PTT je výjimečný z hlediska vývoje
 - Každé ze 4 oblastí PTT mělo vlastní barvu, písma „ptt“ byla vyvedena minuskulemi a vysázena písmem Univers

- V době privatizace PTT požádalo **studio Dumbar**, aby vytvořilo nový korporátní styl
 - Studio reagovalo tak, že starší styl rozdělilo do skupiny prvků k nimž bylo přiřazeno 5 teček k němuž bylo možné připojit obdélníky jiným nápisem
 - Vypracovali také 4 dílný návod, kde byly popsány všechny možnosti použití
- Zkušeni designéři jako **Wim Crowel** trvali na tom, že grafický design je stejná profese jako být doktor
- Jiní jako **Jan van Toorn** trvali na designérově povinnosti odhalovat vztahy mezi významy a schopností přimět každé dílo vysvětlit vlastní kontext

Francie

- Skupina **Grapus**
 - Tři zakladatelé: Bernard, Miehé, Clavel
- Do konce 70. let čítala skupina 10 členů, pracujících na plakátech a drobných zakázkách pro malá divadla a Komunistickou stranu Francie
- Práce byla přímočará na první pohled neprofesionální a hravá
- Většina textu byla vyvedena ručním písmem, stopy po štětcí, kaňky, skvrny
- Výtvoři nelze přisoudit pouze jednomu designérovi
- Byly provokativní, vyžadovaly reakci, nebo otázku
- Nárůst povědomí o grafickém designu ve Francii se kryje s dobou působení švýcarského grafika **Jeana Widméra**
 - Působil téměř 20 let v oblasti marketingu
 - Založil vlastní studio a etabloval se v hl. oblasti grafického designu – v tvorbě systémů značení pro veřejné instituce
 - Během přípravy směrových ukazatelů vypracoval grafickou analýzu potřeb návštěvníků
 - Tvořil také cedule pro čtení ve velkých rychlostech, první byly navrženy tak, aby zbavily silnici anonymity
 - Vytvořil kompaktní studii silničního řazení v Evropě

Švýcarsko

- **Wolfgang Weingart**
 - Jeden z nejvlivnějších švýcarských designérů
 - Původem Němec
 - Zpochybňoval obecně přijímané postoje a pomocí experimentální tvorby demonstroval vlastní postoje

- Vydal své vlastní přednášky, které souvisely hlavně s jeho vyučováním v Basileji
- Posunul grafiku do sféry osobního výrazu, pochopil velmi brzy nové technologie jako hrozbu pro řemeslné tradice
- **Hans-Rudolf Bosshard**
 - Vydal učebnici pro rozvoj graf. designu (Forma a barva), v níž byly vyjádřeny postupy a obecně přijímané názory

Itálie

- **Mimmo Castellano**
 - Pracoval pro benátské dopravní společnosti
 - Castellano vyrobil schématické mapy a aby vyšel vstříc zahraničním turistům, vytvořil pro ně sady symbolů
 - Ty byly odvozeny od 250 slov, které zastupovaly pojmy
 - Byly rozděleny do 15 kategorií: komunikace, sportovní zázemí...

Japonsko

- Ačkoliv mělo Japonsko velmi silnou národní tradici v oblasti grafiky, přesto bylo zemí jenž byla nejvíce otevřená vnějším vlivům
- Mezinárodní dosah a distribuci měly dva japonské časopisy – Idea a Graphic Design
- Designér a editor Graphic Design - **Masaru Kacumie** dohlížel na návrh symbolů pro Olympijské hry v Tokiu v roce 1964
 - Využíval časopis nejen k reprodukci, ale jako diskuzní fórum
- Tradice japonské grafiky, která zaujala západní designéry spočívala v 2D prostoru a plochém, barevném dřevořezovém tisku
- Převzali preciznost kaligrafie a geometrické symboliky
- Mezi světovými válkami se v Japonsku rozvinulo komerční umění
- Jako reklama na japonskou vynalézavost sloužily ve světě fotoaparáty od firem Canon, Nikon a Olympus a také Honda, Kawasaki a Mitsubishi
- Tokio bylo v roce 1959 hostitelským městem Světové konference o designu
 - Mezi pozvanými byl Saul Bass a Bayer z USA, Aicher z Ulmu, Munari ze Švýcarska
- Ve stejném roce bylo také založeno **designérské studio Nippon**
 - Zajišťovaly postgraduální vzdělávání čerstvě kvalifikovaných designérů
- **Tadanori Jokoo** prošel centrem Nippon se stal rebelem a celebritou
 - Svou tvorbou vzdával poctu jiným slavným osobnostem, produkoval plakáty v obrovském množství, spojoval obrazy pocházející ze západního umění
- Přednost před místními designéry často dostávaly mezinárodní marketingové a designérské společnosti – Japonské aerolinie si najaly studio Landor
- Technické inovace inspirovaly nové obrazy

- Zároveň nesly revoluci ve vydávání knih – vydavatelství Kodanša zavedlo „redakční systém“ – výrobní tým používal automatické kreslicí stroje a plottery připojené optickými vlákny k ústřednímu PC, které specifikovaly požadavky jako hustota airbrushe nebo barva
- Tyto techniky vynesly Japonsko na čelo nové technologické avantgardy

Spojené státy

- Amerika sice vytvářela moderní mainstreamový design, který sloužil korporacím, zároveň stále přijímala designérské podněty z evropské avantgardy
- Mezi nejdůležitější ikony designu, které pracovaly v 70. letech pro velké korporace byli: Saul Bass, Paul Rand a newyorská poradenská společnost Chermayeff & Geismar
- **Saul Bass** vytvořil loga pro Quaker Oats, Girls Scouts, které se vyznačují obdobným stylem jako japonský negativ a pozitiv
 - o Na svém plakátu k olympijským hrám v LA využil stejné fotografické postupy jako Japonci
- **Paul Rand** už v roce 1955 navrhl jednu z prvních obálek časopisu Idea a opakovaně získával ceny za návrhy firemních identit
- Tento moderní styl prosazovali také **Chermayeff & Geismar**
 - o Reklamy ze 70-80. let pro televizní programy sponzorované společností Mobil, vytvořené Ivanem Chermayeffem odkazovaly k papírovým kolážím a písmům evropských vzorů
- **Herb Lubalin**
 - o Začal od 60. let přijímat buditelský a elektrický americký styl
 - o V roce 1970 založil s Burnsem – International Typeface Corporation (ITC)
 - K propagaci návrhů začala ITC vydávat velkoformátový časopis
- Nový kalifornský design zosobňovala zejména **April Greiman** = koktejlová grafika (písmo a malé obrázky se zbytky sazby byly rozprostřeny po celé ploše)
 - o Měla kladný vztah k technologiím: od barevných fotokopírek až po počítače
 - o Kromě práce Geimanové byl nejvýznamnějším počinem **Emigre**
 - Velkoformátový časopis vydávaný od roku 1982
 - časopis sázený s pomocí počítače Macintosh
- V průběhu 80. let si američtí designéři začali čím dál víc uvědomovat, že by jejich práci měla podpořit také teorie a historie
- **Massimo Vignelli**
 - o Navrhl v 60. letech mapy metra NY
 - o Jeho kariéra je příkladem růstu velkého designéra od 60. do 90. let

Historie grafického designu SZZ

- Jeho práce je triumfem stylu který byl internacionální, ale měl kořeny v severní itálii a ve Švýcarsku
- Začínal v Miláně v 50. letech, kde se rozvíjela tradice modernismu přenesená Schwanským z Bauhausu a Huberem ze Švýcarska

23. Po modernismu – konec designu? Od roku 1990 po nové milénium: Why Not Associates, Cornel Windlin, Barbara Kruger, Tibor Kalman, Ray Gun a David Carson, Bruce Mau, Jonathan Barnbrook, Edward Fella, Fuse a Neville Brody, MetaDesign, Ralph Schraivogel, The Designers Republic.

- Osobní počítače v kancelářích, třídách i domovech umožnily zpracovávání textu a obrazu doslova každému
- Ze čtenářů se stali uživatelé, kteří začali navrhovat i vlastní webové stránky
- Spotřebitelé začali být zároveň i tvůrci v ikonosféře – obrazů, znaků, abeced
- Prominentní logo dokázalo propůjčit jistý status a identitu
- Prodej založený na jméně – např. módního návrháře – vedl ke vzniku konceptu „designových výrobků“
- V Americe si Nike najal malou, ale expandující místní agenturu Wieden & Kennedy, která spolupracovala s avantgardními designéry z celého světa
- Považovat designéra primárně za stylistu nebo imagemakera bylo pokládáno za profesionální kacířství
- V 60. letech designéři viděli sami sebe jako ty, kteří řeší problémy
- Na konci století začali svoji identitu a sociální funkci zpochybňovat
- Veřejnost začala být stále cyničtější vůči obrazové propagaci konzumního stylu života
- Byli znepokojeni, když se například kovboji na červeno-bílých krabičkách cigaret Marlboro objevovaly i v kritických a ironických kontextech
- V 80. letech si například **Barbara Kruger** přisvojila vyjadřovací prostředky grafického designu a začala využívat slogany a fotografie pro vyjádření politického postoje
- Designéři rozhodnutí se angažovat do politiky – odpověděli svým tradičním médiem – plakáty
 - o Hlavními tématy byly rasismus, hrozba AIDS, dopady globalizace, třetí svět a mezinárodní konflikty
- **Oliveto Toscani**, kreativní ředitel italské oděvní společnosti Benetton, odsunul oblečení až na okraj firemní publicity
 - o Reklamy na firmu z konce 80. let se sestávaly vždy z jedné fotografie – skupiny nebo páru, která se zaměřovala na rozdíly v barvě pleti a z nápisu „United Colors of Benetton“
 - o V 90. letech Toscani záměrně využíval provokativní fotografie

- mnich líbající jeptišku, zakrvácený novorozenec s pupeční šňůrou, krví nasáklé oblečení mrtvého chorvatského vojáka
 - Tyto podobné fotografie vzbudily kontroverze, když použil opravdové fotografie – nebezpečně přetíženého člunu s albánskými uprchlíky a nemocného AIDS na smrtelné posteli
 - V některých ze 100 zemí, v nichž měl Benetton obchody, získaly plakáty ocenění, v jiných byly zakázány
- **Tibor Kalman**
 - Navrhoval a redigoval časopis společně s Toscanim
 - Číslo se lišila formátem, cílila na mladé
 - Každé číslo se zabývalo jiným tématem: jídlem, nakupováním, časem
- **David Carson**
 - Designér z Beach Culture, jeho práce pro hudební časopis **Ray Gun** přitáhlo 150 tisíc čtenářů
 - Porušoval informační hierarchii
 - Tiráž byla například mnohem větší než nadpisy, možné bylo téměř cokoli
 - Například vysazení nezajímavého článku fontem, který měl nečitelné znaky
- V Kalifornii byl jedním z nejvlivnějších propagátorů nové grafiky **Edward Fella**
 - Považoval grafiku za „volbu kombinací minulé a i současné, vysoké – nízké, pravidelné – nepravidelné...“ to byla nová avantgarda, která odmítala formální prvky
- Písmena, která vznikala byla často podle konvenčních standardů neidentifikovatelná
- Mohla být zobrazena abstraktními tvary, fotografiemi nebo celými slovy
- Nové fonty vznikaly s pomocí specializovaného software přímo doma a prodávaly se na webových stránkách z nichž se daly také stáhnout
- Velké korporace, jako ITC nebo Monotype přestaly být hlavními dodavateli
- Písmo Minimum například distribuoval **FontShop**
 - Založený Erikem Spiekermannem a **Nevillem Brodym**
 - V roce 1995 už katalog obsahoval 15 tisíc písem
- Londýnský časopis **Fuse**, který přikládal nové fonty na disketách, cílil na skupinu mladých designérů písma
- **Jean-François Porchez**

- Vytvořil písmo pro pařížskou dopravní společnost, pro deník Le Monde, informační nápisy a síť v Berlíně, ale také logo města a většinu jeho materiálů navrhl **MetaDesign**
 - Mezinárodní firma založena Erikem Spiekermannem, tvůrcem písma Meta, které se pokoušelo nahradit Helveticu
- Plakáty od **Ralpha Schraivogela** využívaly elektrické montáže, zatímco jiné navazovaly na modernismus
- Nová stylová rozrůzněnost nebyla nikde více patrná než na plakátech pro curyšské Muzeum designu
 - Ty, které vytvořil **Cornel Windlin** byly nepředvídatelně různorodé, stejně jako propagační materiály pro kulturní centrum v Curychu
 - Cornel ironicky využíval prvky „švýcarského stylu“ ale také populární kulturu a „lokálnost“
- V 90. letech hudba vytvořila kreativní prostředí, které ovlivnilo značnou část nejinnovativnějších návrhů
 - Malé skupiny designérů už nebyli známí, jako jednotlivci nýbrž jako skupiny
 - Typickým příkladem této skutečnosti je v Británii skupina Tomato nebo The Designers Republic
 - Korporátnímu designu a oblasti institucí dominovaly velké designérské týmy jako: Landor Associates, Pentagram nebo MetaDesign, které měly pobočky ve více než jedné zemi

24. Století českého grafického designu: Vojtěch Preissig, hnutí za krásnou knihu v Čechách, Váchalovo solitérní pojetí knihy, modernita Josefa Čapka.

Avantgardní umělci: Karel Teige, Ladislav Sutnar, Zdeněk Rossmann. František Muzika vs. Oldřich Hlavsa. Typo&, Karel Haloun, Aleš Najbrt. Mluvčí marginálních subkultur – časopis Živel (90. léta).

- **Vojtěch Preissig**

- Byl grafik, typograf, malíř a ilustrátor
- Vystudoval UMPRUM a odjel do Paříže, kde se vyučil jako tiskař
- Do Prahy se vrátil až v roce 1903 jako renomovaný grafik
- Ve Spojených státech pracoval ve funkci vedoucího grafického uměleckého oddělení v Bostonu
- Podílel se na tvoření plakátů a propagačních kampaní pro americkou armádu
- Ve 20. letech 20. století se věnoval volné tvorbě jakož i knižní grafice
- Za ilegální odbojovou činnost byl vězněn v nacistických táborech, kde zemřel v roce 1944

- **Hnutí za krásnou knihu**

- Zrodilo se v Anglii a je spojováno se jménem W. Morrisa a Johna Ruskina a hnutím Arts & Crafts
- Láska ke krásným knihám a tiskům (starým i novým)
- Krásné knihy se nazývají – bibliofilie
 - Jsou vydávány v malém nákladu se zvláštním zřetelem k úpravě
 - Včetně typografie, výtvarnému doprovodu, textu a kvalitnímu papíru

- **Váchalovo pojetí knihy**

- Byl český malíř, grafik, ilustrátor, sochař, řezbář a také spisovatel a básník.
- Jeho tvorba byla ovlivněna expresionismem a prvky symbolismu, naturalismu a secese, pokoušel se však o vlastní stylově nevyhraněné umělecké vyjádření.
- Po roce 1926 si do olova vyryl devět abeced gotizujícího písma, kterými tiskl své biblio-filie.
 - Pro výjimečnost a exkluzivitu těchto písem zůstávají Váchalovy návrhy spíše fascinujícím dokumentem doby a tvůrce.
- Pro Váchalovo dílo je typické, že jeho knihy jsou autorské (je autorem textu, ilustrací, sám je tiskl a vázal).
 - Tištěny jsou v malých nákladech (1-50 exemplářů). Takto vzniklé knihy Krvavý román, Šumava umírající a romantická a Receptář barevného

dřevotisku se zařadily mezi nejvýznamnější díla české grafiky 20. století.