

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

Rozdíl mezi ornamentem a totálním odporem a zjednodušováním!

Moris se secesí X Sachplakat s modernizací

PRŮMYSLOVÁ VÝROBA: nová potřeba designéra, dekorativní vzory – prům. výroba 19.

stol podíleli se na propagaci skrze katalogy, letáky, plakáty

designer se řadil mezi nejlépe placené zaměstnance ve výrobě

textilní průmysl hrál největší roli

keramička Wedwood (příklon k antickým vzorům=historismus)

morální kritéria: Arts and Crafts – kritika průmyslové výroby – John Ruskin: odmítající bezduchou

strojovou výrobu a žádající návratk radosti přinášející rukodílné práci

vzorem mu byla středověká dílna, cílem bylo:

“ABY SE KRÁSA A UMĚNÍ STALY SOUČÁSTÍ KAŽDODENNÍHO ŽIVOTA VŠECH SOCIÁLNÍCH

TŘÍD A POZVEDLY JEJ Z MORÁLNÍHO ÚPADKU” způsobené strojovou výrobou

WILLIAMA MORRIS A HNUTÍ ARTS & CRAFTS

V pozdně viktoriánské Británii byla jedním ze zájmů **Williama Morrisa a hnutí Arts & Crafts** výroba knih.

- V roce 1891 byla v Morrisově nakladatelství vytištěna první kniha
- 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

AUBREYHO BEARDSLEYHO & časopis THE STUDIO

- Časopis **The Studio** mělo v polovině devadesátých let na 20 tisíc německých čtenářů a bylo vydáváno v Londýně
 - První číslo zveřejnilo kresby od **Aubreyho Beardsleyho**
 - Žurnál obsahoval zprávy o hnutí Arts & Crafts, plakáty od grafiků „**GLASGOWSKÉ ŠKOLY**“ – Charlese Rennieho, **Mackintoshe** apod. Všichni vyvolali v Rakousku a Německu velký zájem
- jednotná síla linky, čím jednodušší tím lepší
- splývaly ilustrace, dekorace a text, prolínal se v něm vliv japonské grafiky Beardsleyho
- písmo vídeňské secese- stylizace a deformace – vynalézavost a nečitelnost
- nové písmo bylo kritizováno v knize “ozdobné písmo ve službách umění” od Rudolfa vonLarische (současné době Radim Peško)

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**.
 - Malíř **GUSTAV KLIMT** byl často najímán, aby zdobil budovy nové Vídně, vedl ústup od historizujících směrů a zformoval **sdržení umělců, které se stalo známým pod názvem Secese**
- Vídeňská secese sdružení malířů, sochařů a architektů, svůj program formulovali ve vlastním časopise nazvaném **VER SACRUM**
 - Umělci se původně vzbouřili proti estetickému konzervatismu hlavní vídeňské galerie
 - Hlavními představiteli kromě Klimta byl: Josef Hoffman, Koloman Moser, Otto Wagner
 - 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**. Vypíslil 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
 - Čtverec hrál opakovaně důležitou roli v grafice dvacátých let
 - A stal se obsesí designérů WW (viz. návrhy Mackintoshe i jiných)
- 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

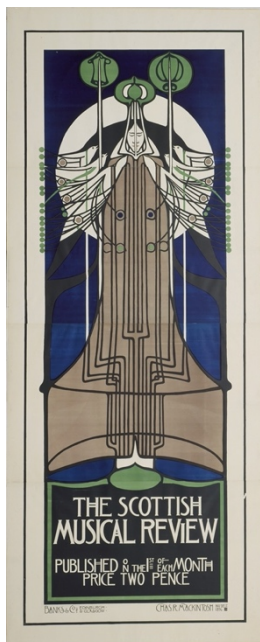
- vyvíjel nejkomplexnější úsilí v oblasti designu reklamní kampaně a obalové strategie. Jeho raná grafická díla jsou zřetelným ohlasem formátu plakátů „**GLASGOWSKÉ ŠKOLY**“ ale svou kresbou a písmem náleží do nového století
 - Písmo, které vstřebalo tradiční prvky bylo jeho vlastním písmem „**Behrens-Schrift**“
 - 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**.
- *(Počátkem 20. století ideu vizuální identity poprvé zřetelně aplikoval Peter Behrens v práci pro německou firmu AEG. V následující letech se rozvíjela zásluhou designérů z Itálie, Ameriky a postupně z celého světa)*
 - 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

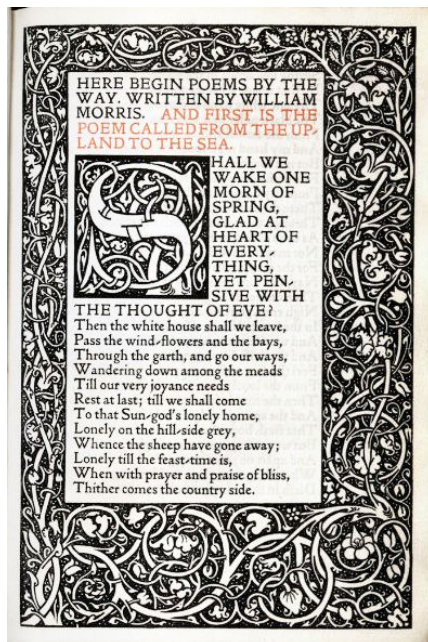
- byl styl, kdy je na plakátech/inzerátech zobrazován pouze inzerovaný předmět a název značky
- evoluce v oblasti komerčního plakátu – grafické návrhy, které v rámci reklamy
- na spotřební zboží rozvíjely estetismus a úspornost duha **Beggarstaffs** (viz. 1. otázka Hamlet)
- Tento styl **vznikl v Německu** – 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
 - **O jejich návrhy se postaral Lucian Bernard**
- 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.

*(uvedeno navíc, pro kontext) **HENRY VAN DE VELDE***

- *Pionýr ve vytváření pozitivního obrazu firem*
- *Nebál se využívat techniku (nezavrhoval ji) s grafice a nabídnout společnostem novou prezentaci a dovolil umělcům ovlivňovat tvar výrobků*
 - *Úspěch započal plakátem Tropon ve stylu secese (1901)*
 - *Později tím ovlivnil i Petera Behrense (viz AEG)*



CHARLES RENNIE MACKINTOSH
– THE SCOTTISH MUSICAL
REVIEW



WILLIAM MORRIS – POEMS BY THE
WAY



GUSTAV KLIMT – PRVNÍ VYSTAVA SDRUŽENÍ
VYTVARNIKU RAKOUSKA



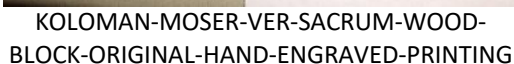
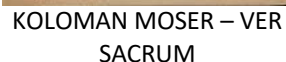
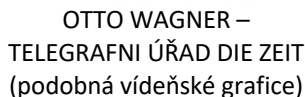
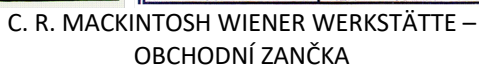
KOLOMAN MOSER – 13.
VÍDEŇSKÁ SECESNÍ VÝSTAVA



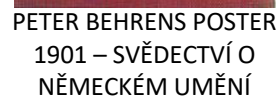
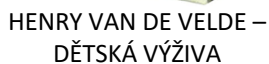
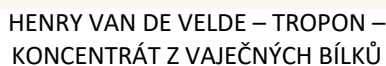
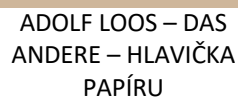
ALFRED ROLLER – 14. VÍDEŇSKÁ
SECESNÍ VÝSTAVA



C. R. MACKINTOSH FONT 1901

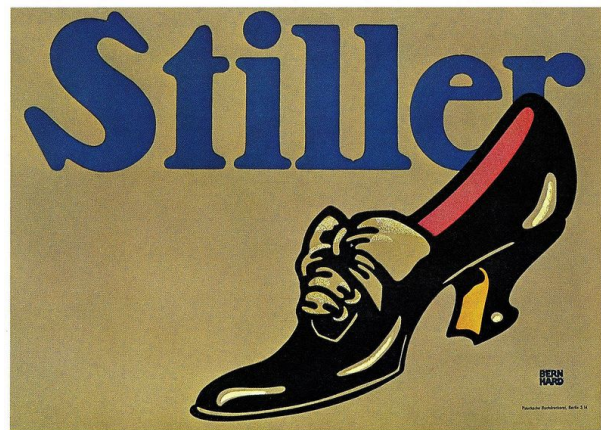


OTTO ECKMANN – FONT





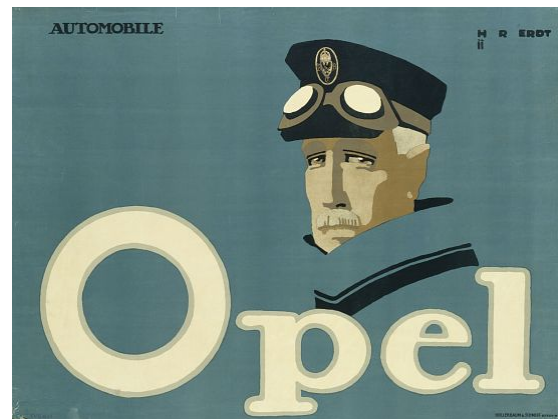
AEGS-LOGO-AND-COVERS-OF-PRINTED-MATERIALS-DESIGNED-BY-PETER-BEHRENS



LUCIAN BERNHARD STILLER



LUCIAN BERNHARD MANOLI



H. R. ERDT OPEL



LUDWIG HOHLWEIN MARCO POLO
(Používal tučná písma ve spojení s nerovnými okraji, stejně jako okraj plakátu)



1912 LUDWIG HOHLWEIN DOG SHOW POSTER