**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 seccesí 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 MORRISE A HNUTÍ ARTS & CRAFTS**

V pozdně viktoriánské Británii byla jedním ze zájmů **Williama Morrise 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 víděňské 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 **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**
  + 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**. Vyplísnil 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 dua **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 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| C. R. MACKINTOSH WIENER WERKSTÄTTE – OBCHODNÍ ZANČKA | OTTO WAGNER – TELEGRAFNI ÚŘAD DIE ZEIT  (podobná vídeňské grafice) | KOLOMAN MOSER – VER SACRUM |
| KOLOMAN-MOSER-VER-SACRUM-WOOD-BLOCK-ORIGINAL-HAND-ENGRAVED-PRINTING | OTTO ECKMANN – FONT | ADOLF LOOS – DAS ANDERE – HLAVIČKA PAPÍRU |
| HENRY VAN DE VELDE – TROPON – KONCENTRÁT Z VAJEČNÝCH BÍLKŮ | HENRY VAN DE VELDE – DĚTSKÁ VÝŽIVA | PETER BEHRENS POSTER 1901 – SVĚDECTVÍ O NĚMECKÉM UMĚNÍ |

|  |  |
| --- | --- |
| 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 |