

Falešné uskutečňování umění?

Plakát a reklamní grafika do poloviny 20. století



Prostitution!

Marie Corelli (1895)

Zakoupeno zástupcem
výrobce mýdla *A & F
Pears Thomasem
Barrettem* pro reklamní
účely.

Sir John Everett Millais: *A Child's World* (vystaveno v Londýně 1886 a
reprod. In: *Illustrated London News*)

Zápalky a moderní společnost

Claude Lévi-Strauss: termodynamika

Technika a civilismus

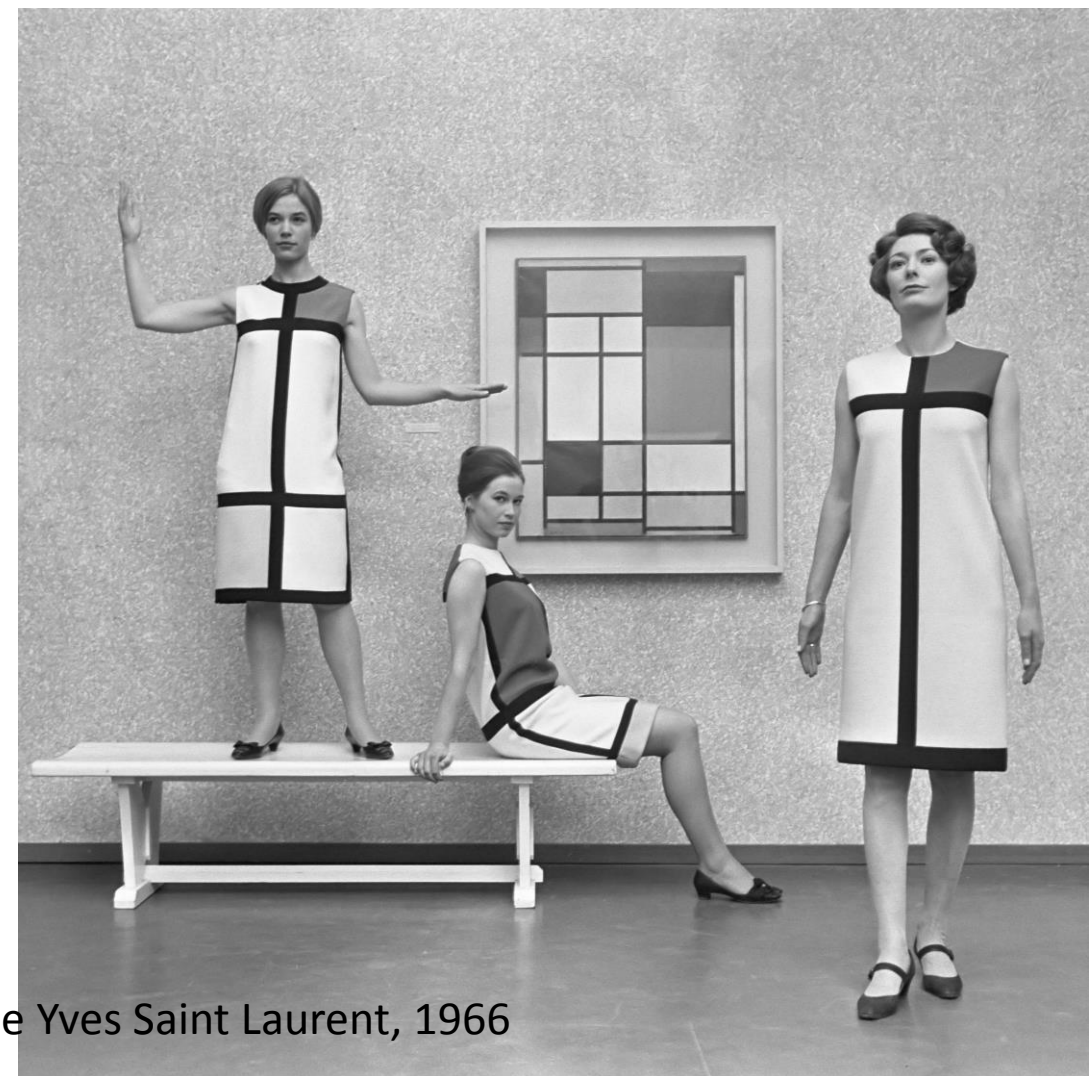
Extenze a invence distribuce
Kritika a kontrola/disciplinace
Zušlechtování a úpadek

Nacionalismus a „lidovost“



„Falešné uskutečňování avantgardy“

- Avantgardizace obalů: „estetizace každodennosti kulturním průmyslem“ a zboží estetikou
- Nepřekonána zůstává: „odcizená struktura výrobních vztahů buržoazní společnosti“



Modely podle Yves Saint Laurent, 1966

Falešné...

- **Peter Bürger:** *Teorie umění* (1974); „Entfremdung“ aneb izolace světa umění od skutečnosti a ztráta společenského vlivu.
- *Falešné uskutečňování avantgardy* – „umění zde splývá s životní praxí, aniž by proměnilo strukturu mocenských vztahů ve společnosti“ (Václav Magid)
- **Herbert Marcuse** a **Jürgen Habermas**: reziduální funkce umění v afirmativní kultuře
- Průmysl, umělecký průmysl a „uměleckoprůmyslový obrat“

Plakát, grafika a reklama

- Rétorika a reklama (Werbung)
- Plakát a grafika (design)
 - **Graphic design** (Addison Dwiggins, USA, 1922: umělecké, příležitostné, užité tiskoviny)
 - Commercial graphic – „graphic for use“ – Gebrauchsgraphik (1927)
 - Art industries (umělecký provoz)
- Dopisní / vizitkové hlavičky
- Typografie
- Knižní design
- Obaly
- Efemérní (příležitostné) tiskoviny
- Plakáty
- Tištěná reklama (inzerát, celostránková reklama v časopise, leták, brožura, katalog)

Reklama je sdělením
firemní nabídky
zákazníkům
prostřednictvím placených
médií

Tellis

Graphic desing

- Umělecký plakát a sběratelství (japonský dřevoryt a Arts and Crafts)
- pojmy jako: house style, corporate identity, „vizuál“, ... (značka, branding...)
- *Geschichtslaufe* (běh dějin)
 - Řešení (jak dostat do obrazu vykřičník)
 - Dobové reflexe a korekce
 - Styly



Tisk a hlas: (přibližně) sedmero řešení

- Vznikem písma se ztrácí hlas a gestika (vyprávěný příběh užívá jiná slova – vypráví jinak – než psaný text)
- Plakát, reklamní grafika nahrazují vyvolávače:



*Krávaty,
kravaty,
kravaty!
Červené,
růžové bílé...!*

Julius Klinger

Jak vyjádřit obrazem

- 1. výpůjčky vážených mistrů (přidaná hodnota instituce Umění a její osobnosti)

Úspěšná řešení:

mýdlo **Sunlight**

Odol, kampaně 1902-7

John White podle malby G. D. Leslie vystavené v Royal Academy London 1887



kin: "sweet
f English
"

The way we wash





Arnold Böcklin: *Die Toteninsel* (1880)
„obraz ku snění“ a „obraz germánské duše“





Jak vyjádřit obrazem vykřičník?



- 2. Kvantitou (množstevní argumentace)

Úspěšné řešení: Barnumův cirkus



Phineas Taylor Barnum
(1810-1891)



Dra
Petkera
PEČIVOVÉ OLEJE
RUMOVÉ + CITRONOVÉ + MANDLOVÉ
přícházejí do moderní kuchyně
Výdatné! *Pohodlné!*

THE BARNUM & BAILEY NEW BIG
INDO-ARABIC SPECTACLE
THE WIZARD PRINCE OF ARABIA



1250 ACTORS AND **300** DANCING ACTRESSES. **350** MUSICAL INSTRUMENTS. **250** PERSONS PLAYING ORIENTAL CHORUSES. **3250** COSTLY COSTUMES.
THE WIZARDRY, WONDERS AND MAGIC OF THE ORIENT IN A NEW WORDLESS PLAY OF OPULENT GRANDEUR

THE BARNUM & BAILEY
GREATEST SHOW ON EARTH



THIS SMILING FACE IS MULTIPLIED A MILLION TIMES A YEAR. WHEREAS THE CHILDREN'S MIGHTIEST FRIEND THESE WONDROUS SHOWS APPEAR, WITH SUNNY GLEAMS OF FAIRYLAND, WITH SCENES OF MERRIEST GLEE, WITH CUTE AND CUNNING ANIMALS FROM EITHER SIDE THE SEA.
A CHILD'S DREAM

THE WORLD'S LARGEST, GRANDEST, BEST AMUSEMENT INSTITUTION.

Jak vyjádřit obrazem vykřičník?

- 3. ženskou figurou (přenesení habitu do nové oblasti)

Úspěšné i
Jules Ché
Alfons Mu
Edward L.



Jean-Honoré Frag
houpačky



Edward L. Bernays (1929)

- 1929: Propaganda:
„Uvědomělá a inteligentní manipulace řízených návyků a názorů mas je zásadním prvkem demokratické společnosti.“



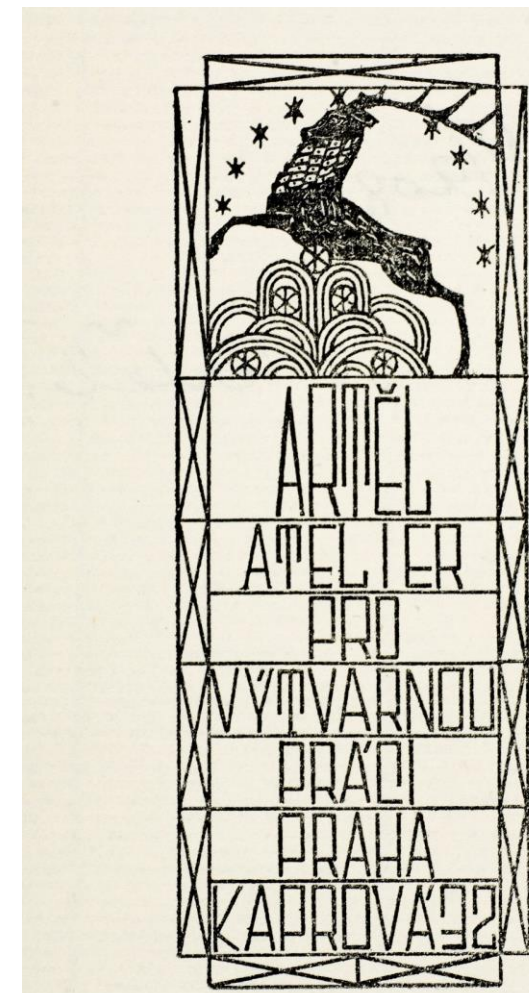
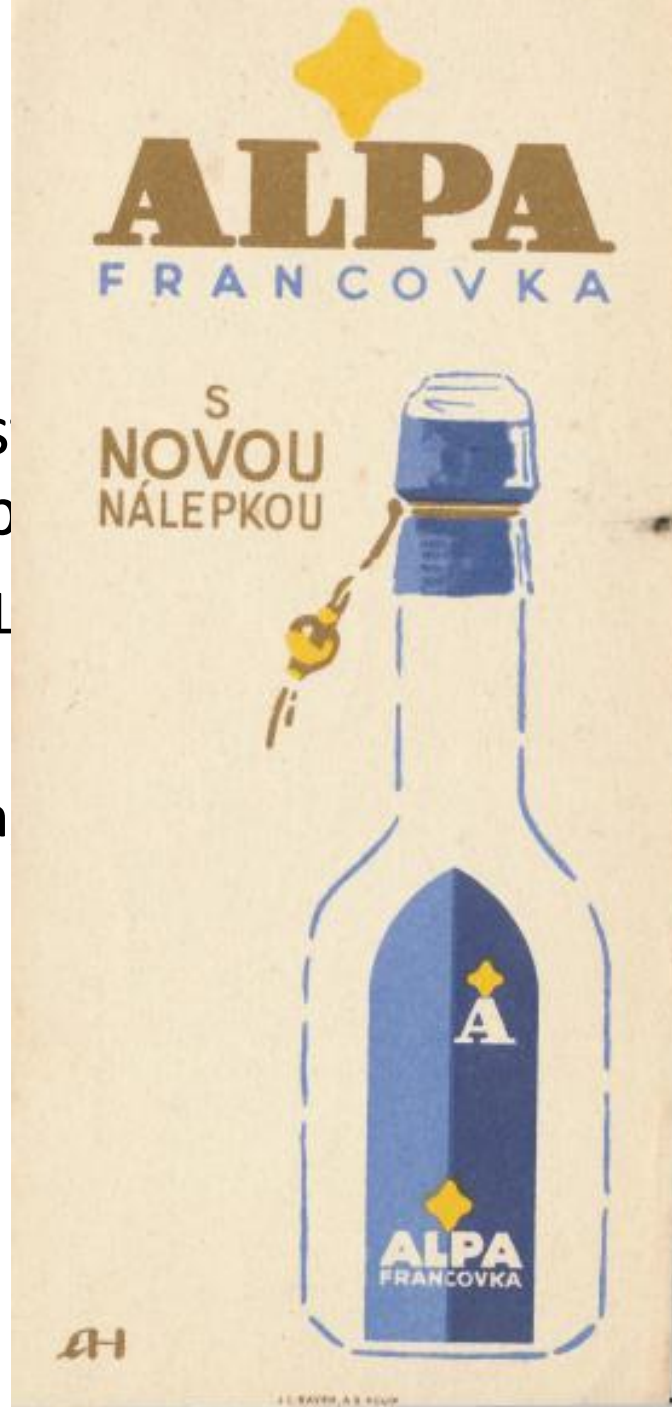
Easter Sunday Parade 1929
“torches of freedom”



Jak vyjádřit obrazem

- 4. jednotný a výrazný vizuální s obchodní značka: logotyp, corp
- Úspěšné řešení: Peter Behrens: AEG, L

Estetizující řešení: Wienerwerkstätten

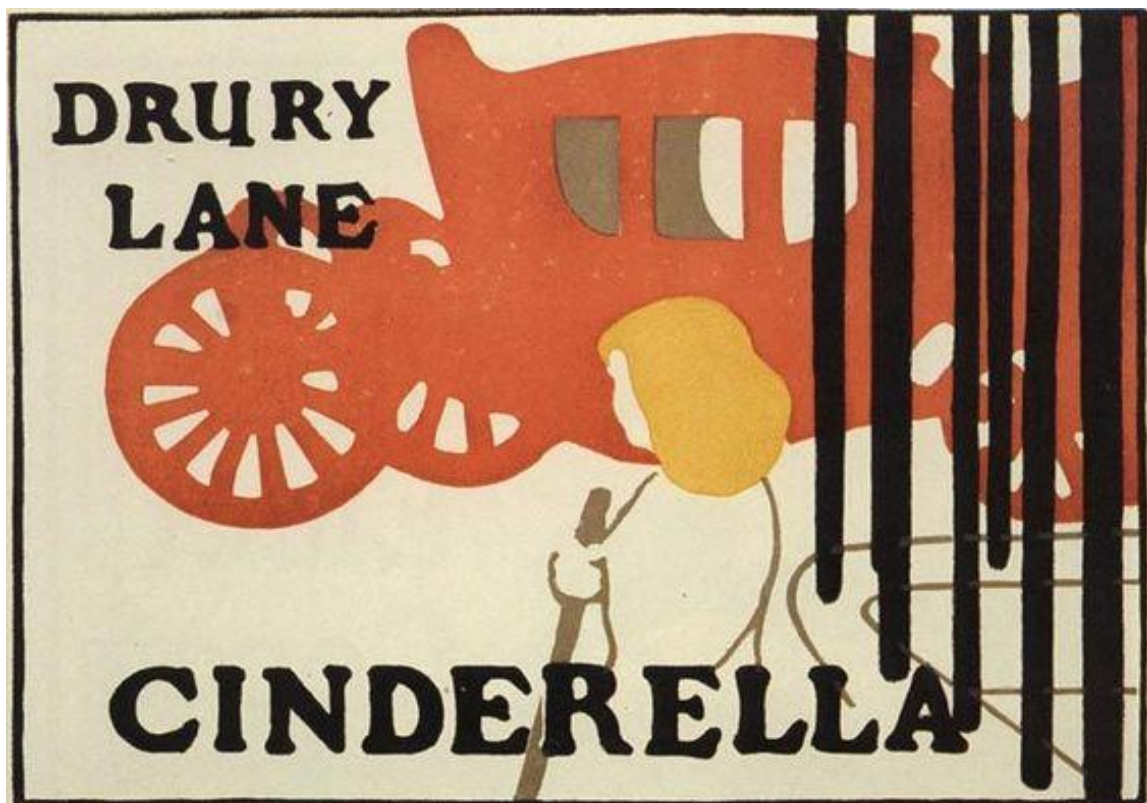


Jak vyjádřit obrazem vykřičníku?

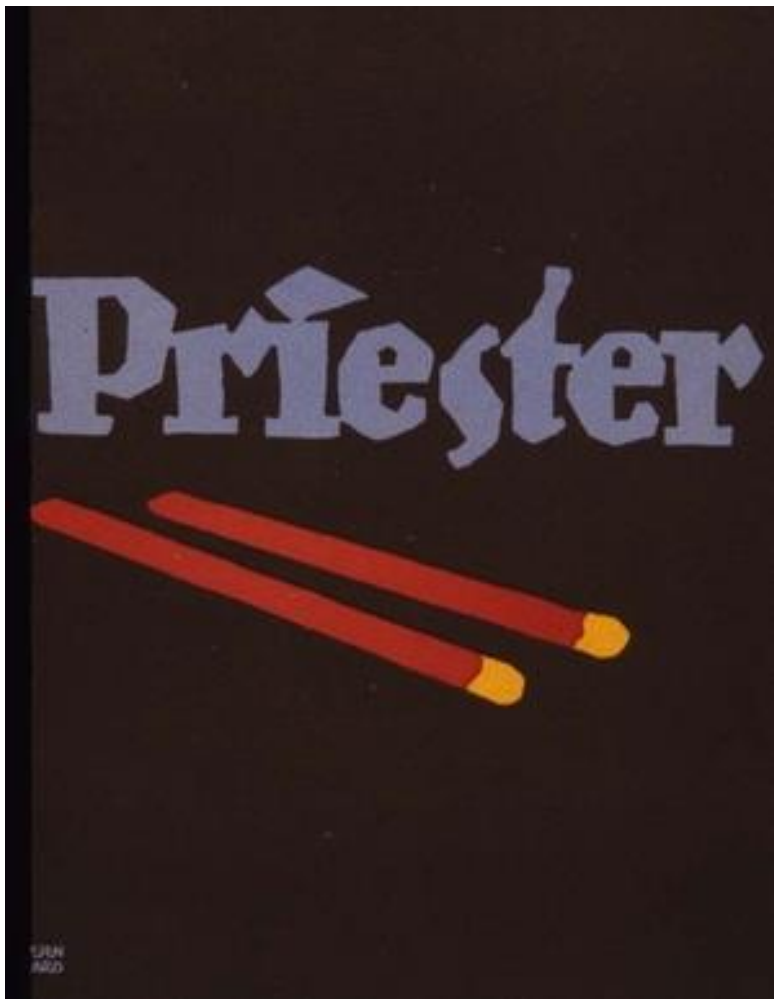
- 5 radikální redukce (blíží se minimálnímu obrazu)

Úspěšné řešení: Beggarstaff brothers:

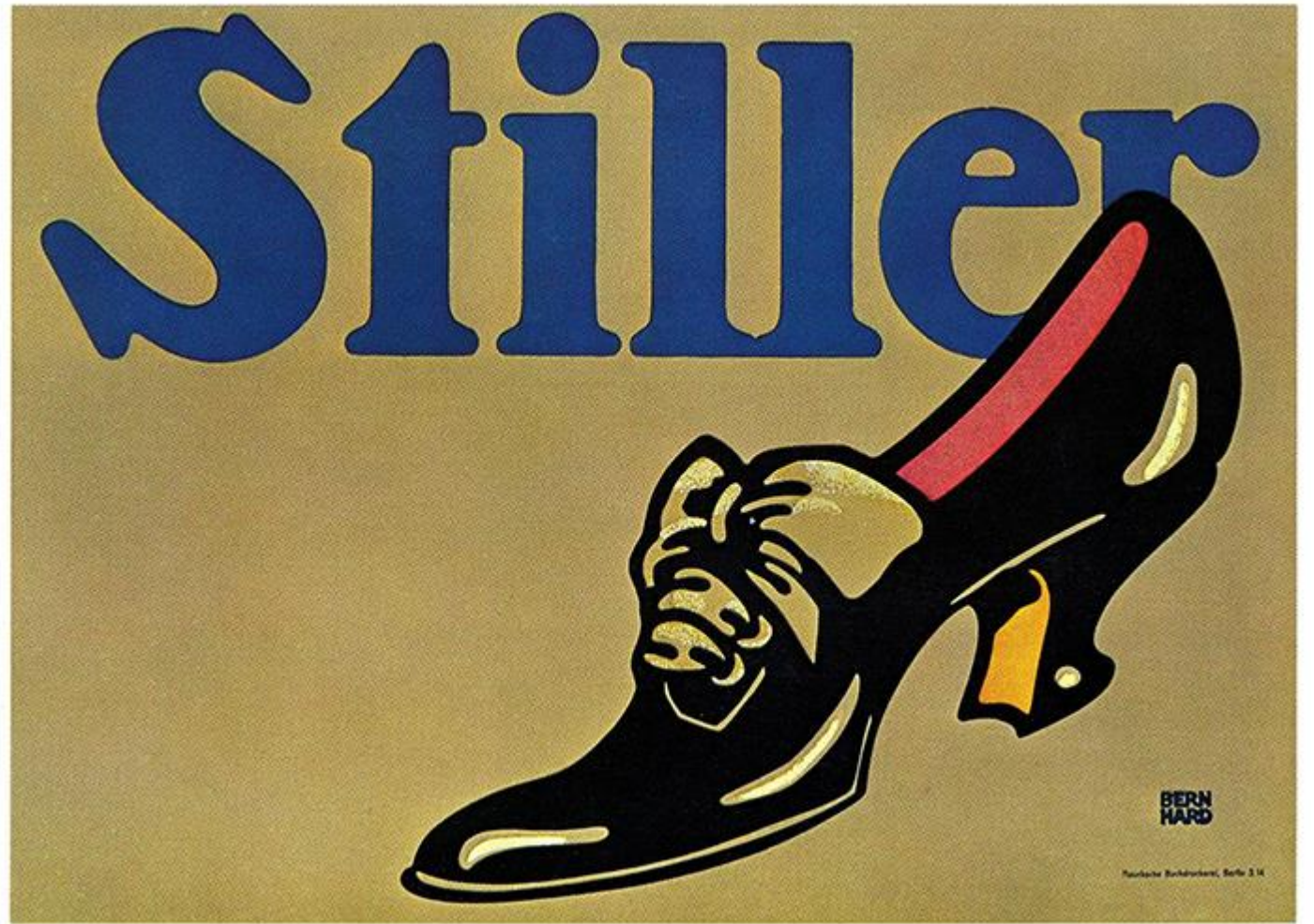
divadlení představení *Cinderella*



Audrey Breadsley



Lucian Bernhardt (1907-8)



Jak vyjádřit obrazem vykřičníku?

- 6 (4+5) redukce jako jednotný vizuální styl

Úspěšné řešení: státní a veřejné zakázky

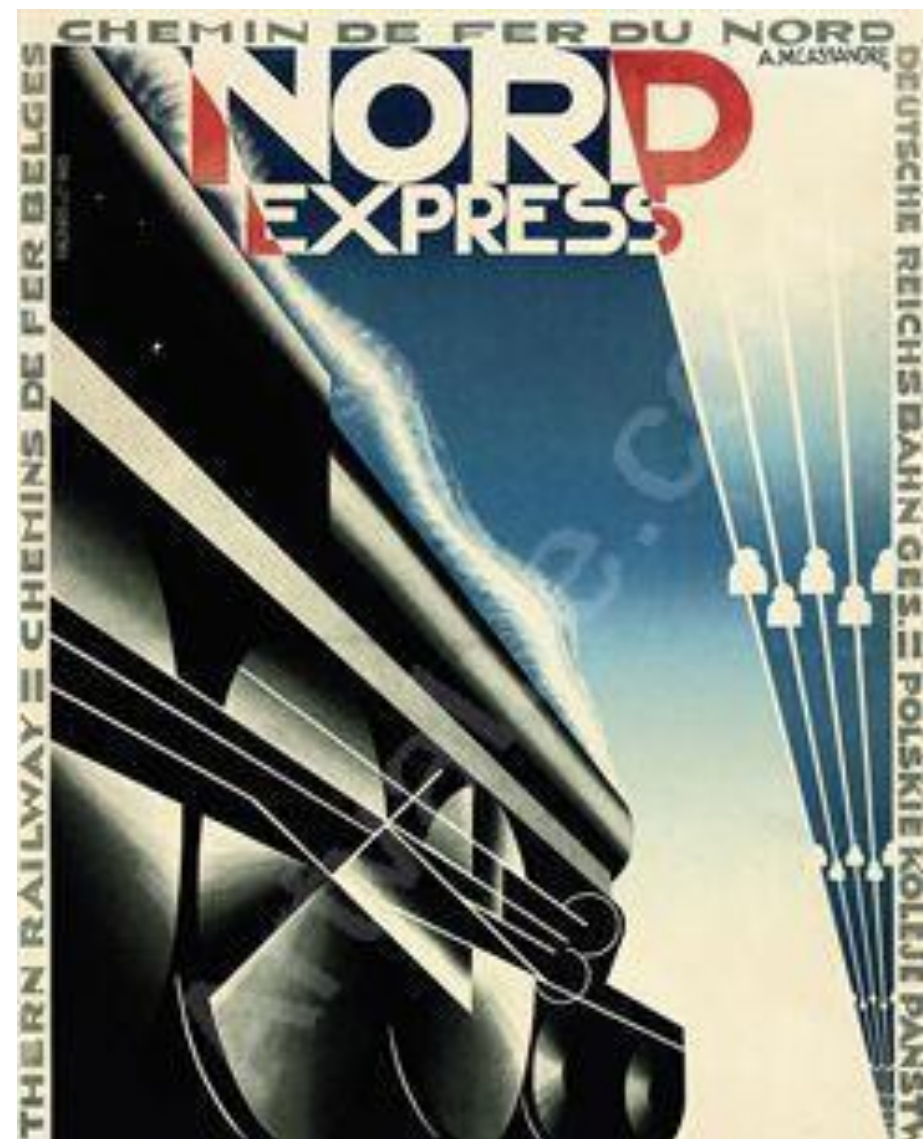


Jak vyjádřit obrazem vykřičníku?

- 7. vizuální rétorika a decorum stylů

- Monumentální výstavy
- Žertovné potraviny
- Linie módy
- Futuristické cestování
- Průvodci z komiksu

Úspěšné využití: propaganda





5. Dobře v teple, špatně v louži.
Pod okýnkem vzdychá, touží.



6. Tenhle člověk asi blázní!
Jak to jde v té chladné lázni?



7. V dešti plave jako rybka.
Z toho bude pěkná chřipka!



8. Celé město kašle, heká.
Co je tohle za člověka?



9. Doma svoje statné paže
masíruje, Alpu maže.



10. V lázni s Alpu nohy koupá,
milé teplo tělem stoupá.



11. Tento příklad jasně praví:
„Alpa chrání v dešti zdraví!“



13. Za pár korun francovky
přidá zdraví za stovky.



15. Masáž Alpu vrací síly,
je to ovšem pocit milý.



12. Za deště
Alpa pře



14. Dolů s lůžka, muži mladý,
Felixovy poslyš rady!



16. A pak místo klení, nářku,
mourka hladí na polštárku.



1. Při, při, při hvatě!
špatná chůze, špatná jízda!



2. Při, shunko nezavím,
bůha, koho chřipka chytí!



3. Při, při, při, při, při, při,
tady náku nezastane!



4. Jechá z perla! Z-že směl!
Sám si lehni do postele!