

Bauhaus estetika plakátu

- avantgardní umělecko-řemeslná škola v Německu, meziválečné období
- manifest: „Škola měla obnovit jednotu umění pod vedením architektury a obnovit těsný vztah umění k řemeslu. Umění a technika mají vytvořit nový celek. Konečným cílem vší výtvarné činnosti se má stát stavba.“ Každý student Bauhausu se tedy musel naučit řemeslu.
- význam Bauhausu spočívá ve vynikající učební metodě, která se dnes využívá na všech architektonických školách: výchova na konkrétních úkolech pro reálnou práci.

Mohol-Nagy

- přichází s novým pojetím typografie:
- písmo je primárně komunikativní médium
- vše se podřizuje primární funkci písma: jasné a důrazné předání poselství
- začal kombinovat médium Písma s Fotografií – Typofoto

A NOVA TIPOGRAFIA
TYPOPHOTO

László Moholy-Nagy
El Lissitzky
Walter Dexel



VaRIETÉ,
feverish activity.
Women wrestling.
Kitsch.

Jazz-band instruments
(Close-up).



(In order to scare the public. A
dynamic moment too.)



Metal cones –
empty inside,
glittering – are
hurled towards the
lens. (meanwhile)
2 women draw back
their heads in a flash.
Close-up.



Football match.
Rough.
Vigorous TEMPO.



TEMPO
TEMPO
TEMPO

BAUHAUSBÜCHER

11



Joost Schmidt

- přišel s novým přístupem konstrukce písma: kruh, čtverec, obdelník
- jeho semináře na Bauhausu zahrnovali kromě vizuálních principů také hodiny Reklamy, Psychologie, Ekonomie



Herbert Bayer

- absolvent 4 letého studia na Bauhausu, krátce po dokončení studií vyzván ředitelem W. Gropiem k uspořádání dílny/ semináře „Tisk a reklama“ – úspěch této dílny vedl k otevření samostatného studia Grafického design a Komerčního umění
- studio si kladlo za cíl zkoumat komunikativní možnosti písma a kompozice vůbec
- nahrazení zastaralých lomených (gotických) forem písma
- nové členění plochy pomocí výrazných geometrickými tvarů (elementů)
- výrazné redukování barevné škály, práce jen s takovými čistými tóny, které dostatečně unesou informativní funkci sdělení – tedy důraz na rozpoznatelnost a výrazný barevný kontrast

- osloven se zakázkou na tvorbu nového písma pro veškerou vizuální komunikaci ústavu
- snaha vyústila v bezpatkové písmo UNIVERSAL
- odstranění serifů, jedna sada velikosti znaků, žádné minusky a verzálky
- eliminací znaků dojít k zjednodušení a jinému rozvržení klaviatúry psacího stroje



Polská škola plakátu (PŠP)

- směr v tvorbě plakátu v Polsku v období od konce 40. do konce 80. let 20. století.
- charakteristickým rysem polské školy plakátu byl odpor proti doktríně socialistického realismu, a také proti obchodním požadavkům, využívání zjednodušených grafických forem, expresivní a inovativní design písma.

Tvůrci PŠP:

Henryk Tomaszewski, Tadeusz Trepcowski, Eryk Lipiński, Roman Cieślewicz, Jan Lenica ...

Vývoj PŠP

Politické vedení bývalé **Polské lidové republiky** si brzy uvědomilo, že uplatnění doktríny socialistického realismu v plakátech nedalo očekávané výsledky a dalo umělcům tvůrčí svobodu. Mladí polští umělci plakátu rychle dosáhli mezinárodního uznání.

V roce 1968 ve varšavské městské čtvrti Wilanów bylo otevřeno **Muzeum Plakátu**. Po roce 1990, kdy Polsko přešlo k tržní ekonomice, komerční reklama začala používat hotové zahraniční plakáty s výrazně nižší uměleckou hodnotou. Bez státní podpory Polská škola plakátu ztratila svůj vliv, ale přesto polští umělci stále dělají pokroky a dosahují úspěchu na mezinárodních výstavách a soutěžích plakátů.

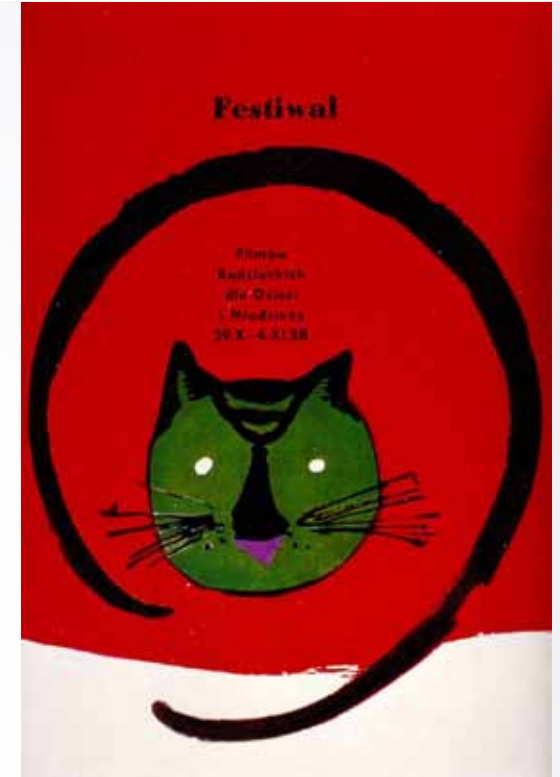
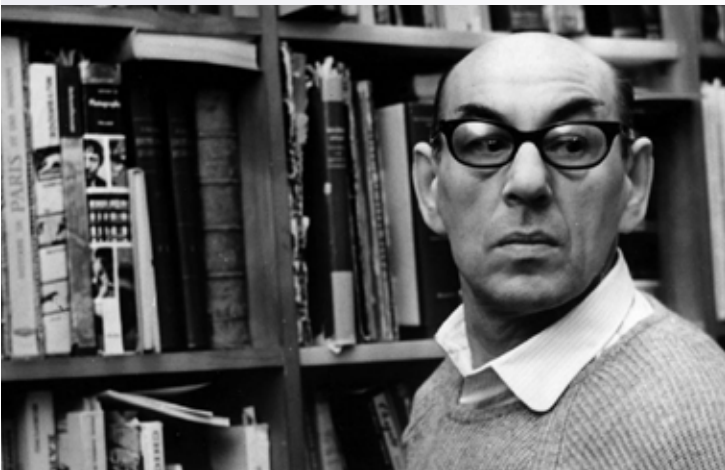
Henryk Tomaszewski (1914–2005)

Na Mezinárodní výstavě filmového plakátu ve Vídni v roce 1948 dostal až pět prvních cen za svou práci.

Na plakátu zavedl formu podobnou malbě

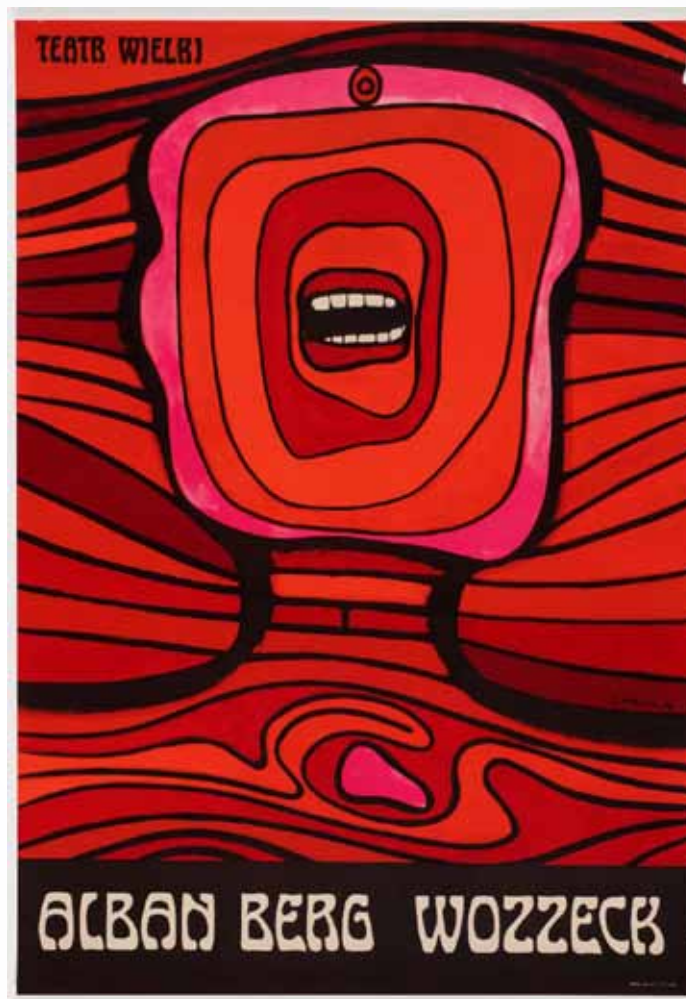
“My chief goal is to fit nothing and no one”

Henryk Tomaszewski





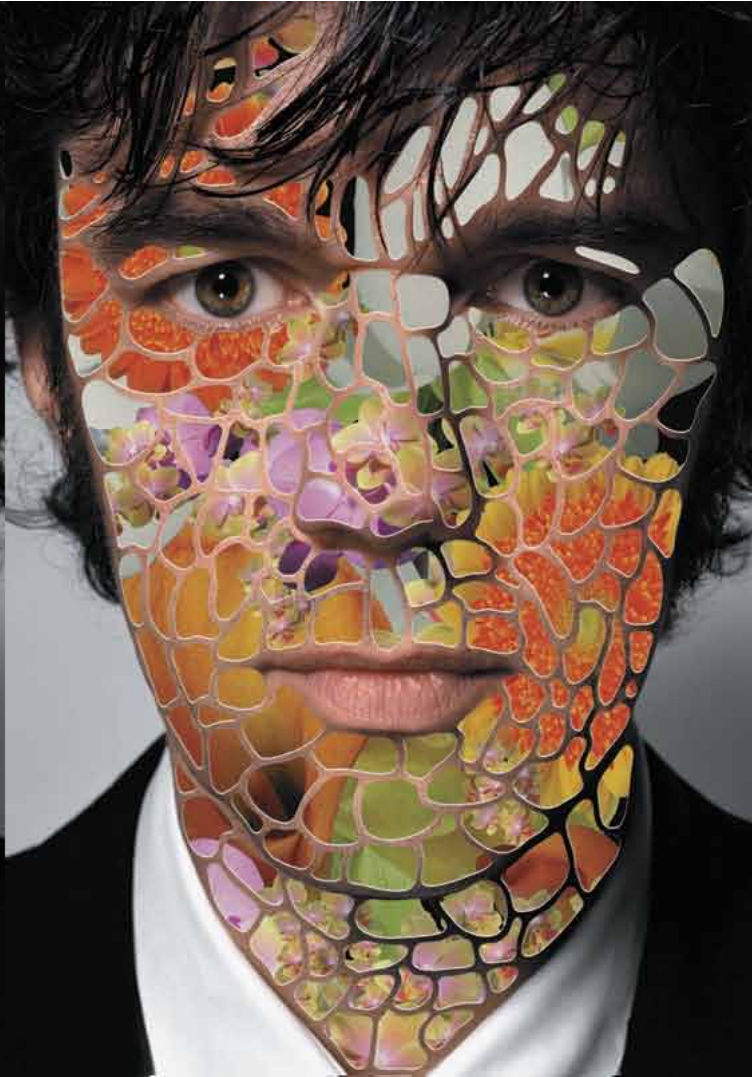
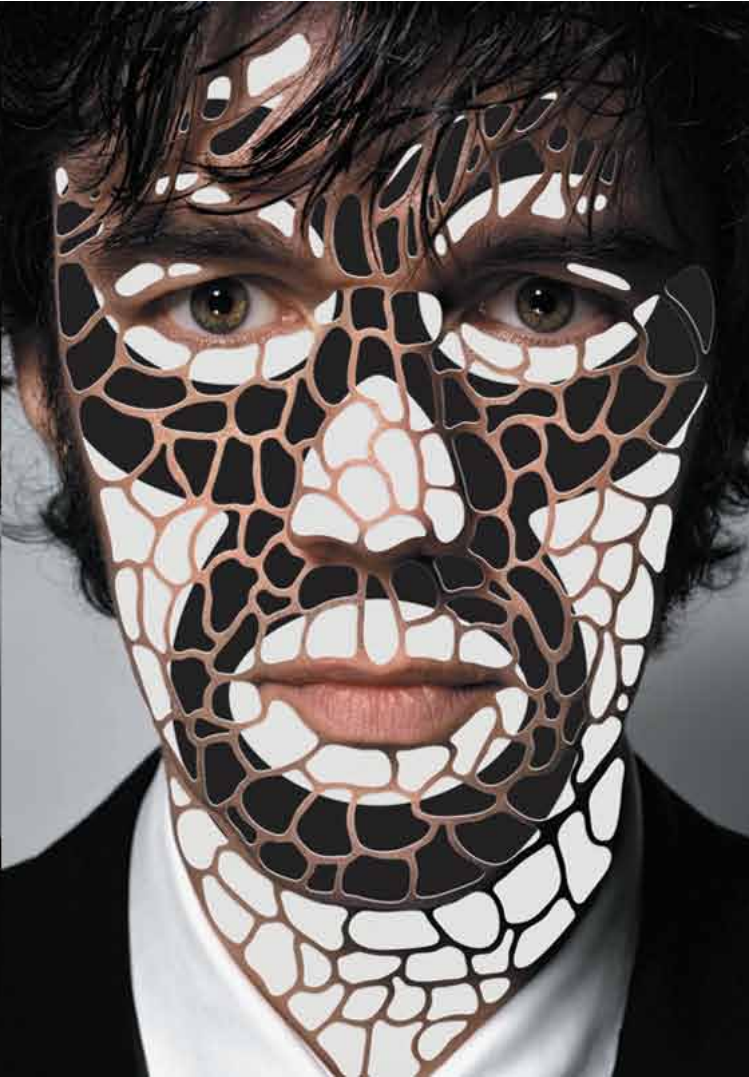
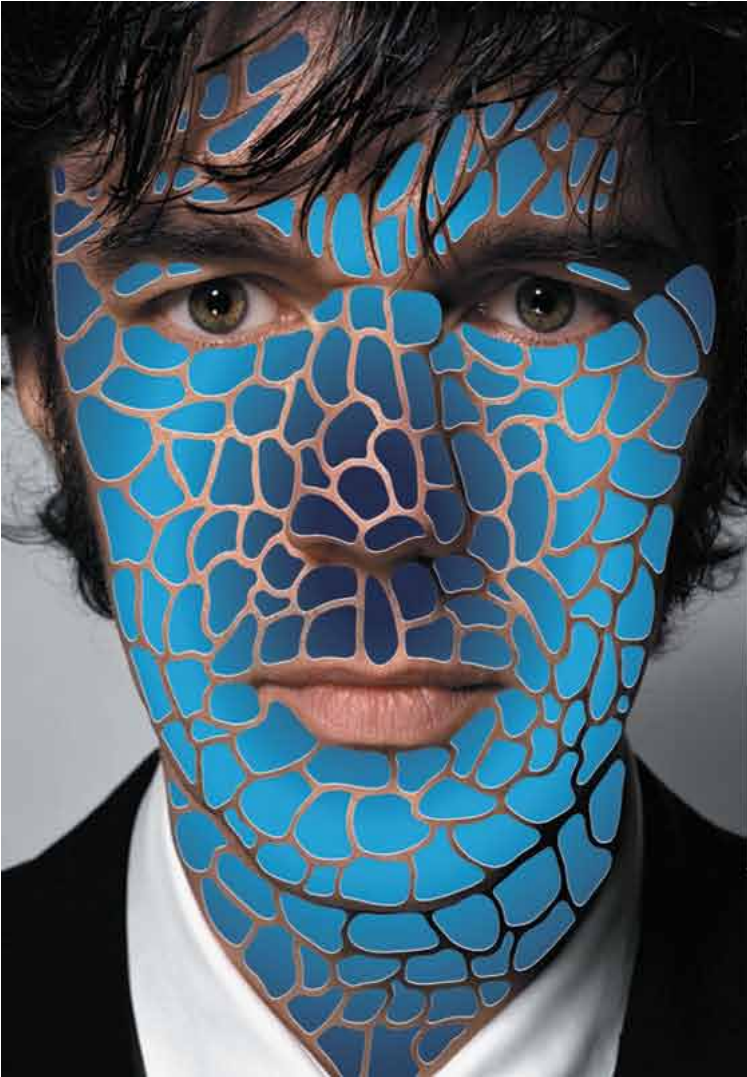
Roman Cieśliewicz



Jan Lenica



Jan Młodożeniec



Stefan Sagmeister o plakátu

- odborníky v oboru je považován za jednoho z nejzajímavějších a nejinspirativnějších tvůrců
- ukázka velmi osobitého přístupu k tvorbě
- studium Univerzity užitých umění ve Vídni
- New York klienti: RollingStones, HBO, Guggenheim muzeum
- 8 × nominován na cenu Grammy Award v kategorii "Package desig" Obalový design hudebních nosičů (proměnil 2 vítězství)
- vaší pozornosti by neměla uniknout kniha „Things I Have Learned In My Life So Far“

- Sagmeisterem realizovaná výstava s přehlídkou jeho grafických realizací oblétna svět (Paříž, Zurich, Vídeňm Praha, New Yoork, Los Angeles, Toronto, Tokyo)
- jeho tezí je, že: „Velké věci vznikají dlouho (potřebují čas)“
- každých 7 let si bere celoroční dovolenou

Rozhovor zde