



UŽITÁ TVORBA I

Estetická východiska užité tvorby

PhDr. Jana Skarlantová

Odborní recenzenti:

Dr. Zbyněk Vokrouhlický, CSc.

Mgr. Lucie Tatarová

Obálka vytvořena s použitím materiálů Design Trend 18/2003

ISBN 978-80-7290-402-0

OBSAH

Úvod

| | | |
|---------------|--|----|
| I. kapitola | MEZI ŘEMESLEM, PRŮMYSLEM A UMĚNÍM | 7 |
| I.1 | Vztah volné a užité tvorby | 7 |
| I.2 | Estetika užité tvorby | 9 |
| I.3 | Typologie užité tvorby | 13 |
| I.4 | K tvorbě a k zamyšlení | 15 |
| II. kapitola | LIDOVÁ ŘEMESLNÁ TVORBA | 17 |
| II.1 | Lidová výtvarná tvorba | 17 |
| II.2 | Lidová řemeslná tvorba | 18 |
| II.3 | Umělecké řemeslo | 21 |
| II.4 | K tvorbě a k zamyšlení | 25 |
| III. kapitola | HLEDÁNÍ CEST | 27 |
| III.1 | Umění krásná a ta ostatní | 27 |
| III.1.1 | Umění a řemesla | 28 |
| III.2 | Hledání cest | 30 |
| III.2.1 | Styl secese | 30 |
| III.2.2 | Artěl | 34 |
| III.3 | At' žije život! | 35 |
| III.3.1 | Svaz českého díla | 36 |
| III.3.2 | Bauhaus | 37 |
| III.3.3 | Art deco | 39 |
| III. 4 | K tvorbě a k zamyšlení | 42 |
| IV. kapitola | DESIGN – FENOMÉN MODERNÍ DOBY | 43 |
| IV.1 | Zrození designerů | 43 |
| IV.2 | Plastické hmoty – plastický životní styl | 46 |
| IV.3 | Design pro mladé | 48 |
| IV.3.1 | Konzumní kultura – Pop-art | 50 |
| IV.3.2 | Op-art | 51 |
| IV.4 | Nové funkce designu | 51 |
| IV.4.1 | Ekologicky příznivý design | 53 |
| IV.4.2 | Design jako prostředek vizuální komunikace | 53 |
| IV.4.3 | Dobry design pro všechny | 56 |
| IV.5 | K tvorbě a k zamyšlení | 62 |

Obrazová část (prameny)

Použitá a doporučená literatura

Úvod

„Esteticky vnímat svět znamená být především vzdělán ve věcech lidských. Být lidský znamená pochopit ze života co nejvíce a co nejvíce mu také odevzdat.“

Dušan Šindelář *Krásy v nás a kolem nás.* (str. 113)

Studijní předmět UŽITÁ TVORBA má mezi výtvarnými disciplínami zvláštní postavení. Především je **integrující disciplínou**. Předpokládá určité penzum vědomostí, znalostí i praktických dovedností získaných během studia v ostatních (nejen čistě výtvarných) předmětech. Tento „vklad“ se však v předmětu UŽITÁ TVORBA dokonale zúročí. I z tohoto důvodu je problematika užité tvorby zařazena do studijních plánů vyšších ročníků. UŽITÁ TVORBA však staví nejen na předcházející „školní“ přípravě. **Vychází z naší každodenní životní praxe - a do ní opět cíleně směřuje.**

Každý z nás, i když nevědomky, sbírá dnes a denně dobré i špatné zkušenosti z rozsáhlé oblasti užité tvorby. Artefakty užité tvorby nás totiž provázejí od rána do večera – a od večera do rána. Doslova. Vždyť i postel musí být pohodlná a konstruovaná podle zásad „zdravého spaní“. Užité předměty doprovázejí náš život a slouží nám po celých 24 hodin. Od pohledu na hodinky, od usednutí ke stolu s šálkem kávy, od oděvu, který si oblečeme, po dopravní prostředky, prostředí pracovní i relaxační až opět po intimní prostředí domova. . . **všude jsou naše činnosti spojeny bezprostředně s předměty a jejich užíváním.** Předměty spoluvytvářejí naše životní prostředí, pomáhají realizovat naše představy i potřeby, usnadňují nám orientaci i komunikaci. Slouží nám. Plní různé funkce, které na nich vyžadujeme my jako jedinci i společnost jako celek. Proto byly vytvořeny. I když jsou v převážné většině z hmoty, nesou v sobě duchovní rozměr lidského společenství, jsou (někdy i jediným) dokladem jeho identity. Užité tvorba je proto tvorbou předmětů společností typicky užívaných: nejen ve smyslu praktickém, ale i duchovním. **Užitá tvorba vytváří kulturu - a zároveň je její součástí.**



Keramická nádoba z doby neolitu - 3. tisíc let př. n. l. - stojí na počátku tisícileté historie tvorby užitých předmětů. (Bougon-západní Francie)

UŽITÁ TVORBA je oborem téměř bez hranic. Nejen život každého z nás se od narození odvíjí mezi předměty, ale i historie lidského rodu je od počátku spojena s tím, co člověk vytvořil. **Historie užité tvorby začíná doslova v pravěku.** Oblast užité tvorby se stále rozšiřuje, stejně jako

potřeby lidí a nároky na jejich naplnění. Tradiční dělení této široké oblasti se většinou odvozuje od materiálu, s nímž určitý specifický obor pracuje (např. sklo, keramika, textil, dřevo. . .). Tvorba užitných předmětů už není odkázána na materiál, který poskytuje příroda. Dokonce i přírodní produkty dnes člověk zpracovává, balí a nabízí ve výtvarně řešených obalech, pod uměle vytvořenými značkami a logy. Přírodní materiály jsou doplňovány a někdy doslova nahrazovány materiály vyrobenými synteticky, s předem určenými požadovanými vlastnostmi (např. plasty, nanovlákná).

Hranice této disciplíny se posouvají stále dál každou novou technologií, novými technickými a komunikačními možnostmi moderní společnosti. **Vznikají nové obory užité tvorby** (např. grafický design), nové specializace (např. počítačový design, obalový design), nové funkční využití v internacionálním propojení světa (např. vizuální orientační systémy měst a dopravy, piktogramy informující o správném používání výrobků, ikony umožňující dálkové spojení a komunikaci apod.). V závěru 20. století se stal **design rozhodujícím fenoménem výroby i spotřeby**. Užitných předmětů, které se ucházejí o naši pozornost, v našem okolí stále přibývá. Pomocí reklamy a plných regálů obchodních domů i výloh exkluzivních prodejen na nás útočí ze všech stran. Zdá se, že nejdůležitější „dovedností“ člověka 21. století je schopnost **umět se orientovat ve stále rostoucím spektru předmětů**. I to je jedním z cílů předmětu UŽITÁ TVORBA.

Vzhledem k účelu a rozsahu publikace není možné sledovat chronologicky vývoj a problematiku jednotlivých oborů užité tvorby. Tomu se věnuje obsáhlá literatura, na jejíž hlavní publikace odkazujeme v uvedeném seznamu. Považujeme za důležitější upozornit na významné aspekty **formování užité tvorby jako svébytné výtvarné disciplíny**, jejíž význam z hlediska kvality života každého člověka i společnosti jako celku narůstá každým dnem. K pochopení společenské podstaty užité tvorby uvádíme důležité vývojové momenty, kdy na zásadní estetické, etické i technické otázky doby tento obor poctivě hledal adekvátní odpověď. Předkládal ji - často v mnoha variantách, někdy i navzájem odlišných - vždy však s plnou společenskou zodpovědností. Proto se UŽITÁ TVORBA I. zabývá estetickými východisky užité tvorby. Specifické problematice jednotlivých disciplín užité tvorby se věnuje UŽITÁ TVORBA II.

Závěr kapitol tvoří **otázky k zamyšlení i pobídky k vlastní výtvarné činnosti**. Nejsou to úkoly v tradičním smyslu, ale spíše prostor pro vlastní názory, zkušenosti i experimenty v této disciplíně, která se svými důsledky týká každého z nás. Užitá tvorba formuje životní styl společnosti nejen v současnosti, ale předjímá i budoucí kvalitu života a jeho hodnot. Proto je předmět užitá tvorba zařazena do studijních programů různých studijních oborů i různých typů studia. Vzhledem k tomu jsou tyto „úkoly“ značně diferencované co do odbornosti i náročnosti provedení. Ponecháváme na vyučujícím, aby určil adekvátní výběr podle zaměření studijní skupiny, s níž bude pracovat.

I MEZI ŘEMESLEM, PRŮMYSLEM A UMĚNÍM

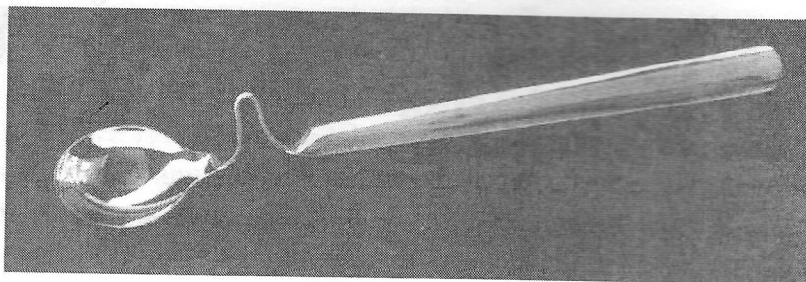
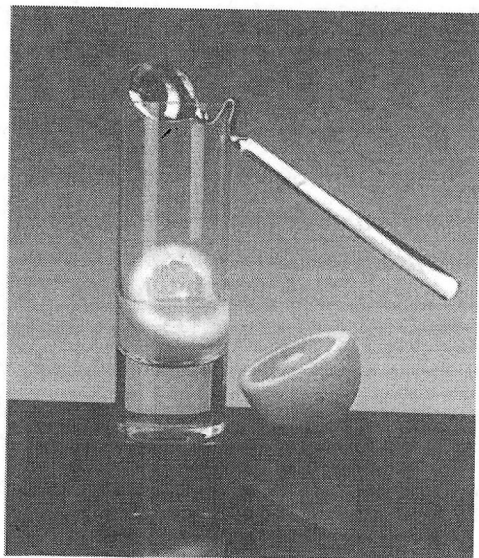
„Stupeň užitkové hodnoty spojený harmonicky s ostatními částmi nazýváme krásou. Vidíme tedy, že se krása užitkového předmětu dá vysvětlit jen vzhledem k jeho účelu. Pro užitkový předmět neexistuje absolutní krása.“

Adolf Loos (1898)

I.1 Vztahy mezi užitou a volnou tvorbou

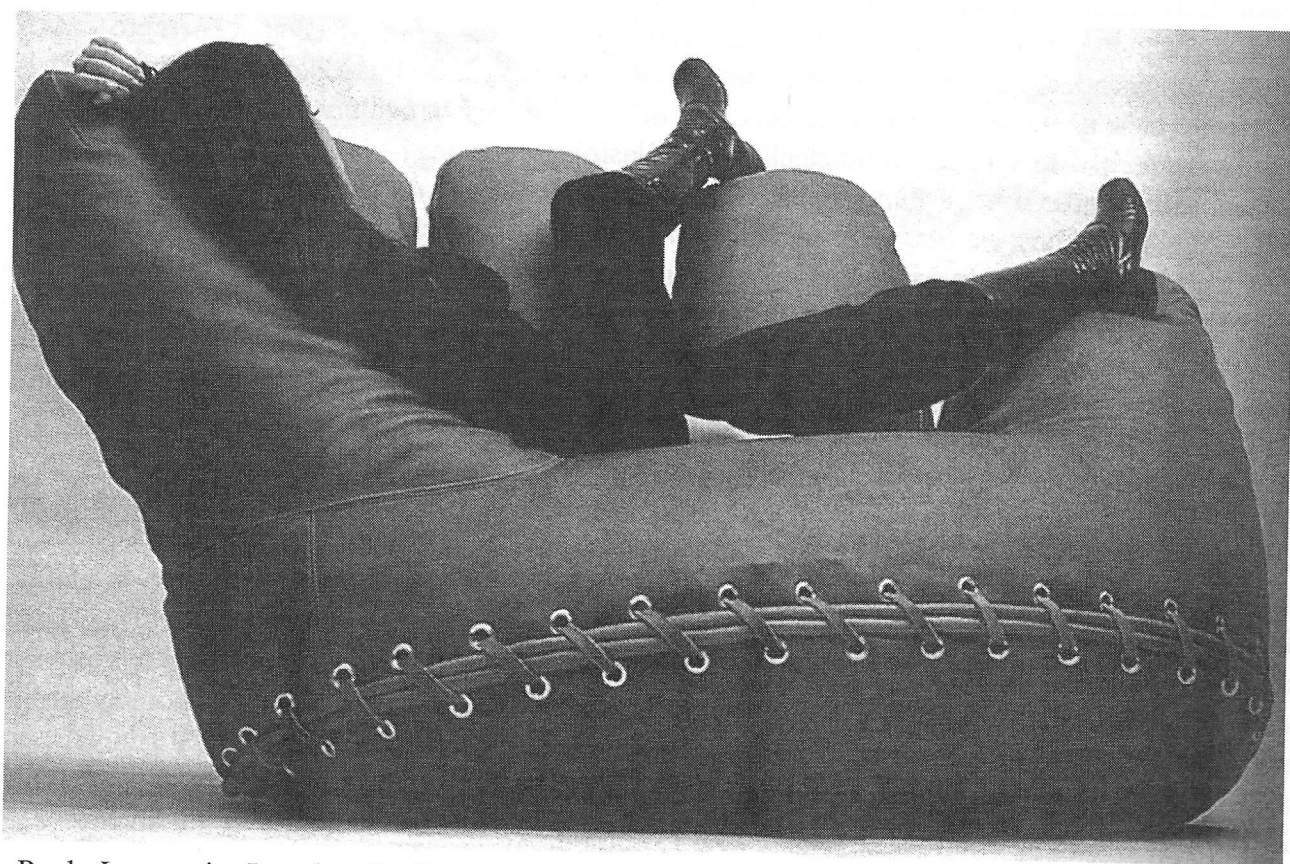
V úvodu jsme naznačili některé problémy, které provázejí užitou tvorbu jako významnou část kultury každé společnosti. Hledání odpovídajícího vymezení oboru tvarování užitných předmětů, pro který dnes používáme moderní (a módní) označení **design**, provázely problémy s jeho označením. (Této problematice se budeme věnovat v následujících kapitolách). Přesnému „škatulkování“ brání totiž sám široký a různorodý obsah užití tvorby. Tento paradox je způsoben samotnou podstatou artefaktů užití tvorby a různými funkcemi, které mohou plnit. Nelze opomíjet ani jeden z hlavních důvodů vzniku designu v období průmyslové revoluce: masový rozvoj strojní výroby i samotného rozvoje strojového parku se stále větším důrazem na bezpečnost práce. Jak je patrné, hmotná podoba užitných předmětů je organicky spojena s „duchovním rozměrem“ člověka a jeho doby. To umožňuje i proměnu funkcí užitných předmětů: v průběhu času se původně dominantní užitná funkce může oslabit nebo zaniknout, ale na její místo nastoupí funkce jiná (např. estetická, reprezentační, symbolická apod.). Proto se muzeální i soukromé sbírky a výstavy „užitého umění“ plní předměty, které člověk užíval ve všední i sváteční dny k odívání, stolování, bydlení... prostě k životu, aniž by je ve své době považoval za umělecké dílo. Klasifikace uměleckých a mimouměleckých oborů není jednoznačná a nebyla ani v minulosti. Dá se předpokládat, že hranice umělecké a mimoumělecké oblasti s novými obory lidské činnosti i s novými uměleckými směry (např. konceptuální umění) budou proměnlivé i v budoucnu. Design, jehož problematice se věnujeme ve IV. kapitole, se dnes nezaměřuje pouze na výrobek jako takový, ale i na kontext - na hodnoty, které výrobek odráží, cíle, které si klade, a morální zásady, které ztělesňuje. Obor stále více pracuje se sociologií, psychologií a ekologií a je tedy patrné, že smazal hranice nejen mezi uměním a řemeslem, uměním volným a užitým, ale i hranice mezi obory, hranice mezi regiony a státy. **Design se stal v současném světě integrující a internacionální disciplinou v pravém slova smyslu.**

I když se v řadě publikací věnovaných hmotné kultuře setkáme s pojmem užití umění, záměrně volíme modernější (i když méně vžitý) termín **užitá tvorba**. Postihuje dle našeho soudu lépe celou šíři i podstatu výtvarných aktivit v této oblasti lidské činnosti. Zdůrazňujeme tak nejen ty artefakty, které by se pod termín „umění“ včleňovaly násilně – např. celou významnou oblast tvarování strojů a nástrojů, ale i artefakty vzniklé moderní automatickou strojní výrobou. Oblasti užití tvorby se dnes výrazně rozšířily: vedle převažujících „hmatatelných“ forem předmětů se dnes pomocí designu vytvářejí počítačové programy, projekce, image firem. . . Termín užitá tvorba zdůrazňuje i tuto akční stránku disciplíny: tvorbu, tvarování, vytváření, přetváření. **Užitá tvorba vytváří a přetváří životní realitu:** prostředí, provozů a funkcí, které jsou bezprostředně spojeny s naším životem.



Lžice na med - tzv. „medovka“ je jednoduchá, ale dokonale funkční. Tvarování držadla umožňuje lžici zaháknout o hranu nádoby a med může pohodlně stékat dovnitř. (firma TONER, autor Josef Kostka). I takové „maličkosti“ zpříjemňují stolování.

Volná umělecká tvorba („volná“ ve smyslu tvorby, které není omezována praktickými - užitnými funkcemi) staví především na estetickém prožitku, pocitech, emocích. Ty jsou člověku cílem a zároveň i prostředkem, aby pochopil svět a své místo v něm. Užitá tvorba tuto schopnost sebe uvědomování a tvorby zapojuje do zcela konkrétních potřeb a funkcí. **Základní otázkou užitě tvorby je tedy otázka po smyslu věcí v životě člověka, tedy jejich užitnost.** A to vždy ve zcela konkrétní situaci. Proto některé artefakty v určité situaci přesahují z oblasti užitě tvorby do oblasti tzv. volného umění (např. srovnaj sériový oděv s oděvem vytvořeným návrhářem pro určitou situaci, např. módní přehlídku, skleněný pohár jako součást nápojové soupravy patří do užitě tvorby, za-



Paolo Lomazzi a Jonathan Du Pas vytvořili pohovku, „která by byla tak pohodlná jako baseballová rukavice“. Pohovku „JOE“ (1971) pojmenovali po baseballové hvězdě Joeovi di Maggiovi.

tímco jedinečný skleněný pohár vítězů bude patrně uměleckým dílem nebo bude mít přinejmenším funkci vysoce reprezentační a symbolickou). **Kritériem hodnocení užité tvorby je proces užívání předmětů v konkrétní společenské praxi.** Otázky, k čemu je určitý předmět vhodný, k jakému účelu slouží a zda dobře či špatně, jsou zcela namístě. Vždyť věci nabývají svého pravého smyslu ve svém faktickém fungování v určité situaci, v určitém prostředí, v určitém funkci pro určitého „uživatele“.

Zatímco umělecké dílo může být v jistém slova smyslu nezávislé na prostředí (např. obraz může být umístěn do jiného prostředí, než pro který byl vytvořen – např. renesanční portrét do současné galerie), aniž by ztratilo svoji hodnotu, svůj smysl, artefakty užité tvorby nabývají (a ztrácejí) svůj smysl právě prostřednictvím vztahů ke zcela konkrétnímu prostředí.

K rozdílům volné a užité tvorby patří i odlišné důsledky vývojových změn. Volné umění prochází změnami v dlouhodobých intervalech. Někdy jsou to slohové etapy trvající staletí, jindy změny proběhnou v rychlejším sledu. Umělecká díla však neztrácejí smysl nástupem jiného uměleckého směru, programu i názoru. Zůstávají trvalou hodnotou v celku uměleckých, duchovních a kulturních hodnot společnosti.

Artefakty užité tvorby většinou nepřezívají své vytržení z logické vázanosti na prostředí a účel a dobu, v níž vznikly. **Jsou spojeny s vkusem** určité společenské vrstvy, pro kterou byly vytvořeny.

Návrh polévkové
mísy ze vzorníku
kovových
předmětů
ke stolování
od zlatníka
Piera Germaina
(1748) významně
přispěl k rozšíření
rokokového stylu.

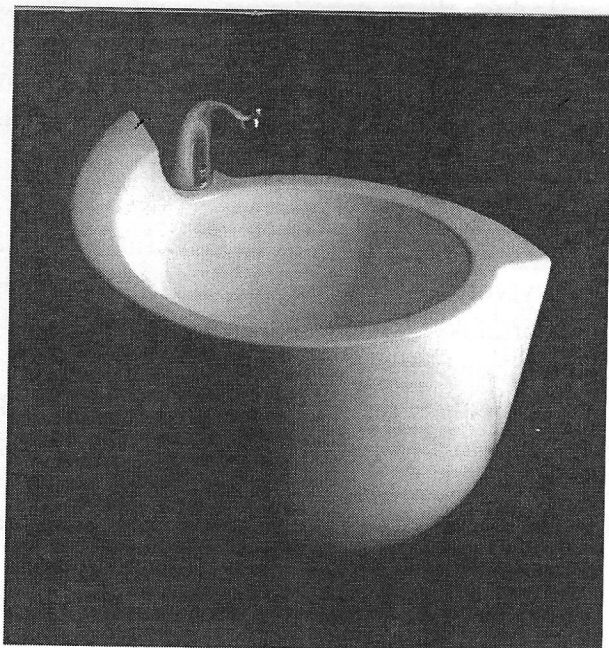


I.2 Estetika užité tvorby

„Věci by měly mít také psychický význam v tom, že zprostředkovávají, zpřijemňují styk mezi lidmi, ozvláštňují prostředí a podílejí se na vytváření estetických situací.“

Jiřina Medková *Řeč věcí* (str. 17)

Náš vztah k předmětům užité tvorby má řadu poloh: může jít o **vztah ryze instrumentální**, kdy předmět použijeme pouze jako prostředek k prostému naplnění naší potřeby. Mnohem častěji se však tento **instrumentální vztah spojuje s pocity estetickými**: prožíváme intenzivně hmatové vjemy při dotyku s povrchem předmětu, vnímáme tvar při manipulaci s předmětem, líbí se nám jeho tvar, barva, dekor apod. Od předmětů nechceme, aby pouze „sloužily“ našim potřebám, ale aby tak činily pro nás jako uživatele co nejpříjemněji. Aby zároveň uspokojovaly naši představu krásy. Už to napovídá, že jde o **celý komplex vztahů, který je pro užitou tvorbu podstatný.**

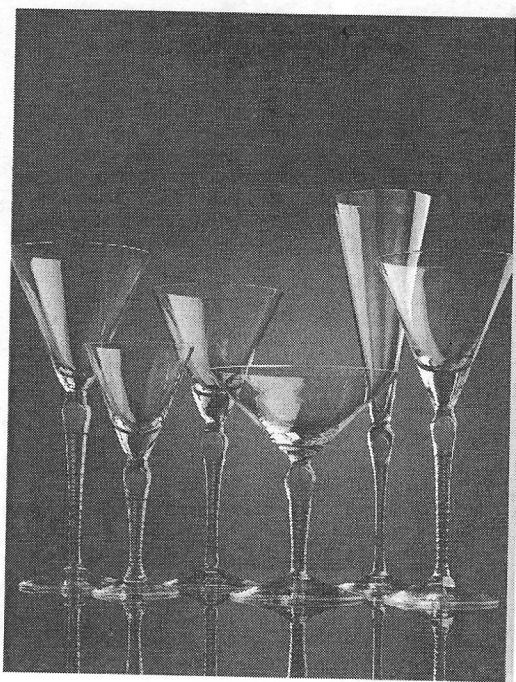


I tzv. sanitární keramika může nejen sloužit, ale i vzbuzovat estetické pocity, třeba svým účelným, moderním tvarem.

Autor: Václav Šerák.

(Foto: Design Trend)

Povaha estetické „libosti“, zapojení smyslových orgánů, míra estetické citlivosti k předmětům – to vše je velmi specifické u předmětů užité tvorby a odlišné od našeho vztahu k dílům volného umění. **Užitkový předmět je schopen navodit estetické vztahy** (v různé intenzitě podle svého charakteru i citlivosti uživatele). Děje se tak jinými prostředky nežli umělecké dílo. **Na estetickém prožitku se podílejí smyslové orgány v celé šíři.** Užitá tvorba není určena pouze k optickému vnímání, ale její smysl je v procesu užívání. Obohacuje nás o počitky a vjemy hmatové, čichové, tepelné, kinetické, prostorové, časové. . . Významná je i účast vědomého i podvědomého vnímání, přímá i nepřímá účast našich smyslů vázaná na typické situace, které při styku s předměty předpokládáme. **Kultivace smyslů** při každodenním styku s předměty užité tvorby má pozitivní vliv i na ostatní činnosti, neboť posouvá práh naší estetické citlivosti. V tomto smyslu výrazně ovlivňuje i prožitky z tvorby a vnímání umění volného.



Soubor nápojového skla „Maják“ Jiřího Šuhájka byl oceněn Národní cenou za design v roce 1994.

Ušlechtilá skleněná hmota je krásná svým leskem a průzračností, takže nechá vyniknout barvě nápoje.

Na estetickém hodnocení předmětů užité tvorby se výrazně podílí móda. Móda, jako pro-

měna vnějších kulturních forem, která má společenskou závaznost, i když se neřídí rozumovými důvody, není vázána pouze na užité předměty. V jejich vnějších proměnách však našla své dominantní postavení. Díky stále se zrychlujícím módním proměnám (většinou uměle vyvolávanými ekonomikou trhu) „stárnou“ předměty mnohem rychleji než kdy v minulosti. Každá módní změna tvaru, barvy, dekoru, materiálu. . . znejistí nebo doslova znehodnotí jejich estetickou hodnotu. V odívání, kde má móda svoji doménu (často je přímo s oděvem ztožňována), můžeme sledovat estetické „stárnutí“ nejvýrazněji. Oděv a obuv a další doplňky odkládáme často dříve nežli je skutečná doba jejich opotřebování. Nutí nás k tomu okamžitý obecně rozšířený, tedy **společensky závazný „estetický soud“**. (V naší řeči má hodnocení podobu : „nádherné, senzační, super, „hustý“ ... až po „nemožné, hrozné, ošklivé...“). Tlak módy byl samozřejmě různě silný v různých dobách a s různou intenzitou ovlivňoval jednotlivé společenské skupiny. S rozvojem masově vyráběných a lehce dostupných užitných předmětů se módní změny promítají do stále širšího společenského okruhu. Móda už není výsadou jediné společenské vrstvy, ani jediné generace. Prostupuje životním stylem společnosti, je dovedně řízena reklamou a ještě dovedněji využívána výrobcí i prodejci. Jak si zvolit mezi množstvím předmětů ten pravý? Jak poznat, že nás jeho „krása“, které jsme podlehlí (možná právě pod nátlakem reklamy), bude těšit delší čas, že nás neomrzí, sotva pomine „módní trend“?

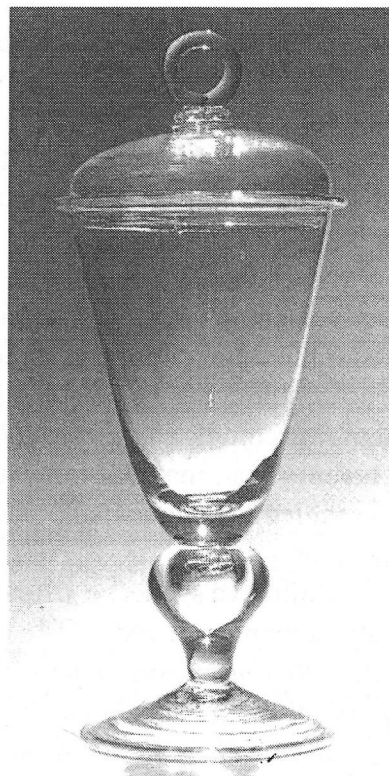
Estetická funkce užitého předmětu by měla organicky doprovázet jeho funkce ostatní. Ne však jako něco přidaného „navíc“, ale jako zcela přirozený výsledek optimálního, komplexně pojatého výtvarného řešení konkrétního předmětu pro konkrétní prostředí. **Krása předmětu určeného k plnění určité praktické funkce pramení právě z toho, jak dokonale tuto funkci plní.** Na tento fakt upozorňoval více nežli před sto lety významný architekt Adolf Loos ve stati „O sedění“, Neue Freie Presse, 1898:

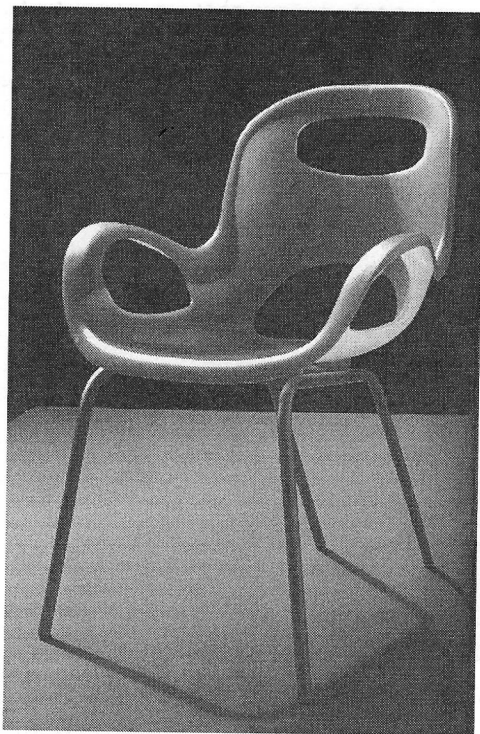
„Krásou rozumíme nejvyšší dokonalost. Proto je úplně vyloučeno, že by věc úplně nepraktická mohla být krásná. První základní podmínkou pro předmět, jenž si chce činit nároky na přívlastek »krásný«, je, aby se neprohřešil vůči účelnosti. Praktický předmět sám není ovšem ještě krásný. K tomu patří více. Staří z doby cinquecenta vyjádřili se snad nejpřesněji. Říkali: »Předmět, jenž je tak dokonalý, že se z něho nemůže ani nic odebrat, ani k němu nic přidat, aniž se mu ublížilo, je krásný.«“

Barokní číše z olovnatého skla
s víčkem na masivní stopce
(Anglie 1700).

Jednoduchý, elegantní a funkční tvar,
který nechá vyniknout kráse materiálu,
má nadčasovou hodnotu.

Estetickou hodnotu, která nepomíjí časem, lze proto najít i u předmětů užité tvorby. Optimální tvar vytvořený a prověřený staletími není nutné ani dobré měnit (např. tvar hudebních nástrojů). Takový „klasický“ tvar dovoluje drobné obměny, jaké můžeme sledovat např. na nábytku z ohýbaného dřeva vyráběném firmou Thonet v Koryčanech na Moravě v druhé polovině 19. století. (Dnes tento nábytek vyrábí podnik TON.) Typická židle „Thonetka“ stojící na počátku vývojové řady moderního sedacího nábytku svůj tvar změnila jen nepatrně. Dokonale řešené výrobky si svůj tvar záměrně ponechávají (bez ohledu na právě panující módní trendy) právě jako značku nejvyšší kvality (např. nejdražší automobily významných značek). Dokonce i v tak proměnlivé historii





Stohovací židle OH (1999), autor: Karim Rashid (New York). Plastický výlisek svým ergonomickým řešením zaručuje pohodlné sezení, plast umožňuje různé barevné řešení. Židle je lehká, přenosná, dá se stohovat na sebe, takže její uskladnění zabere minimum místa.

oděvní módy bychom našli modely nepodléhající času (např. „malé černé“ šaty a kostýmy Gabrielly Chanelové). I přes rozdíly estetických kategorií se volná a užitá tvorba setkává, vzájemně ovlivňuje i prolíná v celkové struktuře kultury společnosti.

I když je pro kvalitu a hodnocení - i estetické - důležité, jak dobře nebo špatně plní předmět svoji funkci, **součástí dobrého designu se dnes stává stále častěji estetická stránka výrobku založená na citové vazbě uživatele.** Design současnosti se tak vlastně v této oblasti vrací k tomu, co bylo typické pro řemeslnou výrobu: bezprostřední vztah řemeslníka k zákazníkovi (k jeho vkusu, zálibám, společenskému statutu apod.), takže tvořil výrobek „na míru“, aby plně uspokojoval i estetickou stránku osobnosti zákazníka. S nástupem průmyslové sériové výroby byl design dlouhou dobu synonymem pro zjednodušenou formu sledující co nejpřesněji funkci předmětu. Po období čistého funkcionalismu se **užité umění vrací k zdůraznění všech tří základních funkcí.** Tou je:

1. praktická - užitná (technická, provozní) funkce
2. estetická funkce
3. symbolická funkce

V lidové řemeslné tvorbě (viz kapitola II.) byly tyto funkce zcela přirozeně zastoupeny, vzájemně se prolínaly - stejně jako se prolínají v životní praxi. V době, kdy je technický rozvoj průmyslově vyspělých zemí srovnatelný, a tudíž i výrobky stejné kategorie vycházejí ze stejných technologií, téměř zmizela praktická, užitná diferenciací výrobků. Předpokládáme, že výrobky budou plnit svoji užitnou funkci.

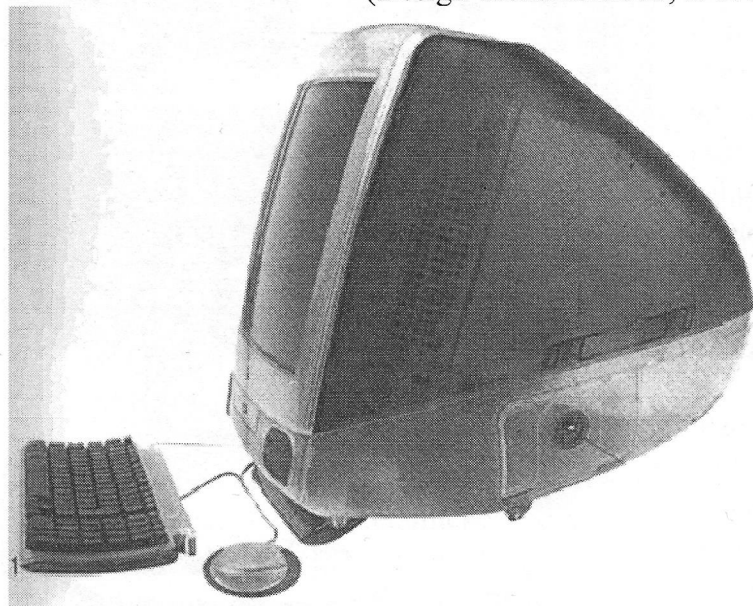
Ta se dnes stává v konkurenčním prostředí mezinárodních trhů nutností, ne již hlavním kritériem obchodního úspěchu. To, co rozhoduje, že si mezi množstvím „stejných“ (ve smyslu stejně dobře fungujících i cenově přibližně stejných) výrobků jednoho druhu vybereme právě tento a nikoli druhý, rozhoduje právě jeho estetická a symbolická stránka. Výběr, který je ve skutečnosti výsledkem složitých vědomých i nevědomých pochodů, shrneme do jediného zdůvodnění: „protože se mně líbí“.

Estetická a symbolická funkce užité tvorby vede designery užité tvorby k těsné spolupráci s psychologii, sociologií, sémiotikou a teorií komunikace. Každý výsledek designu (a dnes již nejde jen o hmotnou podobu předmětů) je zároveň znakem dokumentující nás jako jedinečnou osobnost i prezentující nás ve vztahu k jiným lidem, ke společnosti. Např. židle není jen praktickým předmětem k usednutí, ale je zároveň i znakem toho, kdo na ni sedí, vymezením jeho společenského postavení. Tvar, materiál i umístění židle v prostoru navozuje další pocity. Např. židle v čele stolu je symbolem významnějšího postavení, stejné židle v řadě nebo v kruhu symbolem společenské rovnosti apod.).

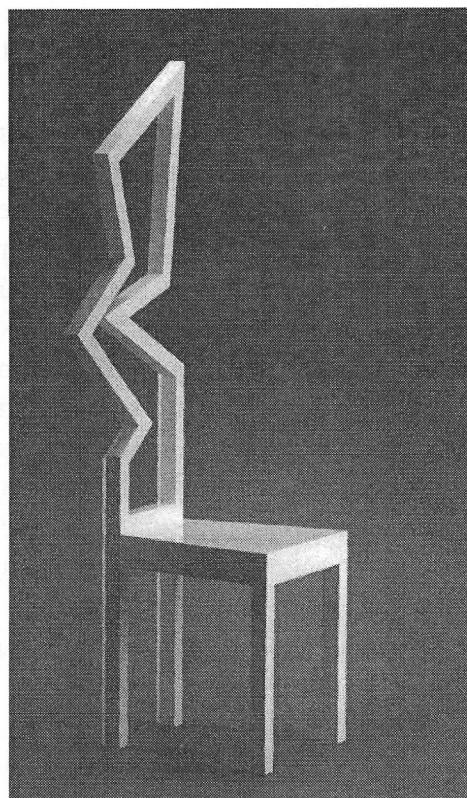
Zajímavé svědectví o nových úkolech designu uvádí Peter Butenschon - rektor Národní univerzity humanitních věd v Oslo a exprezident Mezinárodní rady společností průmyslových designerů: „Kvalitu dnes posuzujeme spíše podle přání a tužeb. Výrobky, kterými jsme se obklopili, hodnotíme podle toho, jestli se nám líbí, těší nás, pomáhají nám získat požadovanou identitu a utvářejí náš obraz v očích okolního světa. Zajímá nás příběh, který ten který výrobek nebo náš životní prostor

svojí značkou sděluje. Volkswagen už dávno přestal prodávat auta - teď nabízí životní styl. (...) V tomto širším pojetí se design netýká jen výrobků, ale spíše služeb a jejich smyslu. Protože se dramaticky změnilo celé pojetí „uspokojení uživatele“, dnešní designeři se nezabývají ani tak funkcí jako estetikou, ani tak věcmi jako myšlenkami, méně výrobou a více nápady. “

(Design Trend 23/2005, s. 116).



Estetické funkci předmětů i ryze technické povahy věnuje současný design náležitou pozornost. Úspěšnost na trhu dokazuje i i-mac počítač (1998) Apple Design. Představuje designové řešení, které „zlidšťuje“ ryze technický objekt. Jeho příjemné oblé tvary, použití průhledného plastu jasných barev umožňuje jeho organické včlenění i do interiéru domova.



Židle *Cocub* (1971), autor: Milan Knížák. Židle je inspirována kubismem (jak naznačuje i název). Pro autora je typické, že tradiční tvary nábytkových předmětů přetváří do nových podob a forem. Stírá hranici mezi volnou a užitkovou tvorbou, každý užitný předmět je zároveň uměleckým artefaktem.

I.3 Typologie tvorby

Tvorbu užitných předmětů můžeme třídit podle řady kritérií. Například:

- podle specifického materiálu, s nímž výrobce - tvůrce pracuje (např. textilní tvorba, sklářská tvorba, keramická tvorba);
- podle způsobu organizace práce (např. atelierová tvorba, dílenská a tovární výroba);
- podle technického vybavení (např. rukodělná, poloautomatická, automatická výroba);
- podle typu tvorby (řemeslná výroba, volná umělecká tvorba, mechanická výroba. . .);
- podle produkce tvorby (unikátní výrobek, malosériová výroba, velkosériová výroba apod.) a mohli bychom jmenovat kritéria další.

Každý „úhel pohledu“ zdůrazňuje jiný charakteristický rys tvůrčího procesu. I z tohoto stručného a zdaleka ne vyčerpávajícího uvedení kritérií můžeme pozorovat, že jsou takto vytvořené „hranice“ mezi jednotlivými typy tvorby pouze pomocným dělením velmi široké oblasti užité tvorby. Ta

je ve skutečnosti „otevřená“: **jednotlivé typy užité tvorby nejsou izolované, existují vedle sebe a vzájemně se ovlivňují.**

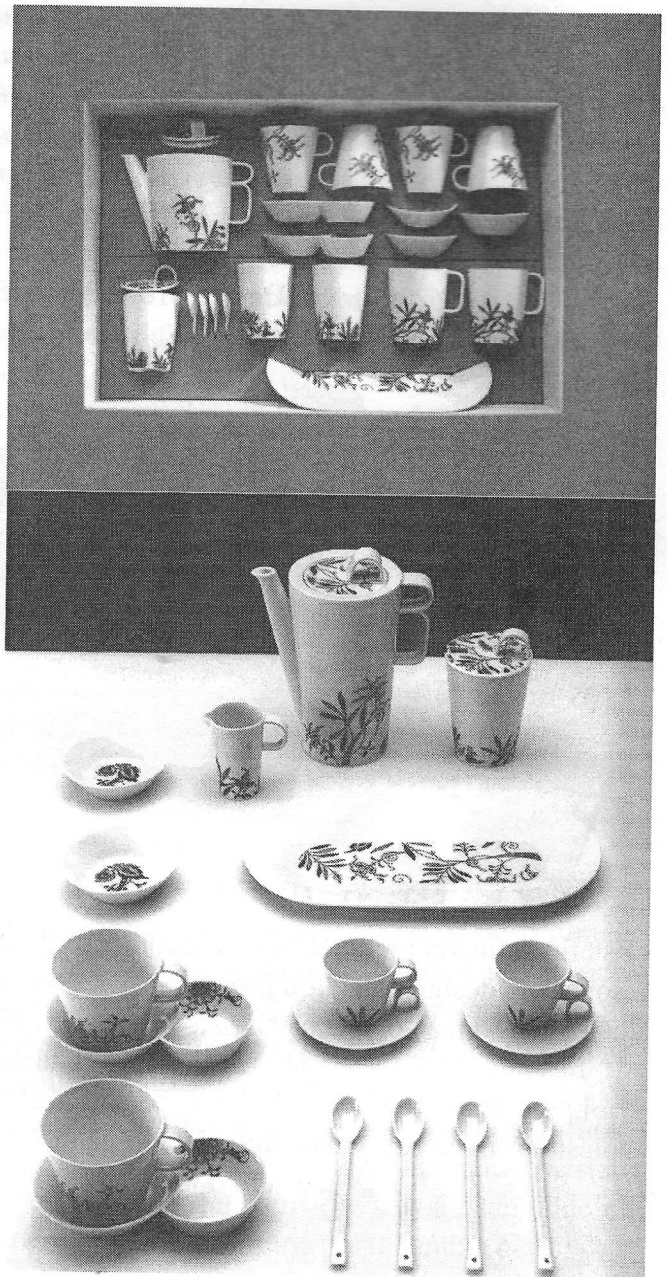
Samozřejmě, že každá forma výroby byla v historii a je v současnosti jinak aktuální. Některý typ výroby převažuje, např. dnes mechanická a automatická výroba, jiný typ je spíše okrajový, např. uměleckořemeslná tvorba. Nelze však měřit význam tvorby pouze mechanickou stránkou výroby a výslednou kvantitou. **Každá výroba má svá specifika a své opodstatnění.** Potřeby společnosti jsou velmi různorodé, proto i oblast tvorby má mnoho forem. Každá z nich (i ta zdánlivě „překonaná“) se může v určité situaci stát opět aktuální - inspirativní (např. ve svém výtvarném tvarosloví, materiálu, technice, dekoru. . .) pro jinou formu výroby.

Současná doba vytvořila **kult novosti**, jako by „nové“ znamenalo automaticky „lepší“. Na tom je založena výroba i reklama. Zdálo by se, že právě designeři, jejichž profesí je vytvářet nové věci, nemají pro to, co bylo vytvořeno dříve, příliš pochopení. Artefakty tvořené dnes a pro dnešek však rychle stárnou. Proto se někteří z nich zcela vědomě vracejí k tomu „starému“ a v upravené podobě a v nových souvislostech vrací do současného designu.

„Pomocí starých metafor ve svých výrobcích vyjadřují úctu ke starému obecně. To vede k úctyhodnějšímu, přijatelnějšímu a přirozenějšímu stárnutí svých výrobků (důstojné stárnutí). Tyto výrobky mají možnost získat kvalitu v průběhu života, jsou trvanlivější a je možné s nimi mít dlouhodobý vztah.

Trvanlivost v oblasti myšlení, vztahů, předmětů a tak dále nejen vytváří svět, který je méně marnotratný, ale také v nás formuje hlubší a významnější vztahy s prostředím. “

Marcel Wanders (Amsterdam)
Design pro 21. století (str. 182)



Porcelánový soubor Jiřího Pelce využívá novým způsobem klasický a oblíbený „cibulový vzor“ na jednoduchých tvarech sériově vyráběné kávové soupravy.

I.4 K tvorbě a k zamyšlení

1. Jakým způsobem je propojena oblast duchovní a hmotné kultury v artefaktech užitého umění? Uveďte příklady z různých historických stylů, z různých kulturních oblastí.
2. Vyberte si z dějin umění určitý stylový úsek, shromážděte reprodukce volné a užité tvorby zvoleného období. Porovnejte, jak se estetické principy stylu promítají v jednotlivých disciplínách volné a užité tvorby. Co je spojuje? Co odlišuje?
3. Vytvořte si postupně sbírku vlastních fotografií nebo reprodukcí běžných užitných věcí, které nesou stopy toho, jak a komu „sloužily“ (např. dřevěné ošlapané schody, klika starých dveří, malovaný hrníček apod.). Sestavte z těchto záznamů kolektivní výstavku „věcí kolem nás“. Přemýšlejte o lidech, které tyto předměty užívali. Možná vás to inspiruje k písemnému doprodu jednotlivých fotografií, k eseji o smyslu věcí v našem životě.
4. Vlastníte nějaký předmět užitné hodnoty, k němuž máte zvláštní osobní vztah? Proč? Jak tento předmět užíváte?
5. Prostudujte si publikace, odborné časopisy i katalogy výstav věnované určité disciplíně užití tvorby (např. sklářské, keramické, textilní, tvorbě oděvů, šperků apod.). Uvažujte, zda by se některé artefakty užití tvorby mohly zařadit do tvorby volné a proč.
6. Židle není pouze předmětem k sezení. Srovnejte různé tvary sedacího nábytku (z různých historických stylů i současnosti) a určete, do kterého prostoru by se hodily, jaké navozují pocity, zda mají symbolický význam.
7. Prohlédněte si všechny obrázky sedacího nábytku v této publikaci. Na kterou židli (křeslo) byste chtěli usednout a proč?
8. Připravte řízenou diskusi o tom, jak design předmětů spoluvytváří image osobnosti. (Důkladná příprava se může opírat o anonymní průzkum formou dotazníku).

II LIDOVÁ ŘEMESLNÁ TVORBA

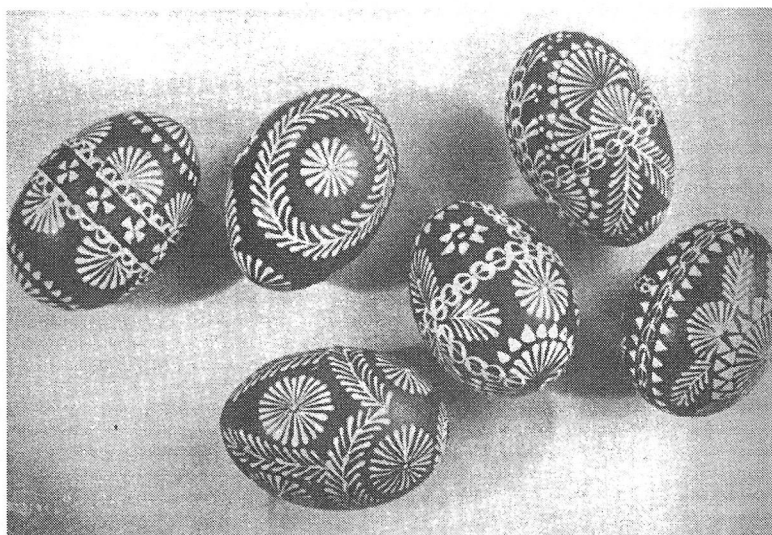
„Předmět vzniklý v lidové tvorbě představuje osobitou a nenapodobitelnou polohu v rejstříku typů věcí, které naše kultura má. A je tomu dobře. Neboť věci ožívají nejen tehdy, když jich přímo užíváme. Ožívají i v oblastech duchovních.“

Dušan Šindelář *Estetika užité tvorby* (str. 73)

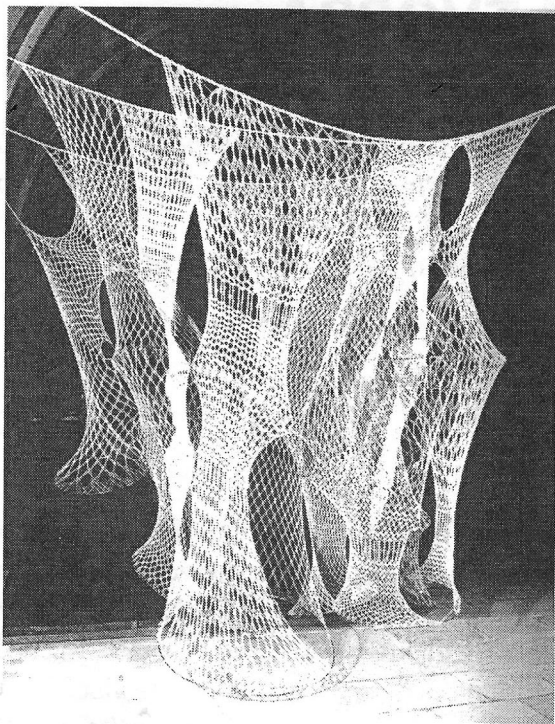
II.1 Lidová výtvarná tvorba

Výtvarné projevy, které vznikly v lidovém prostředí a byly určené lidovému „spotřebiteli“, označujeme jako **lidovou výtvarnou tvorbu**. Nemá přesné hranice: nelze ji časově ohraničit, ani ji izolovat od jiných forem tvorby, vedle nichž koexistuje. Její počátky sahají do nejstarší doby lidského rodu a nejstarší projevy lidové tvorby měly magicko-symbolický význam. Mnohé si tento symbolický význam (mnohdy skrytý) uchovaly dodnes - např. velikonoční kraslice. Staly se tradicí. **Tradice** spojuje jednotlivé generace, tvoří plynulou návaznost minulosti s přítomností. Je základem každé národní kultury.

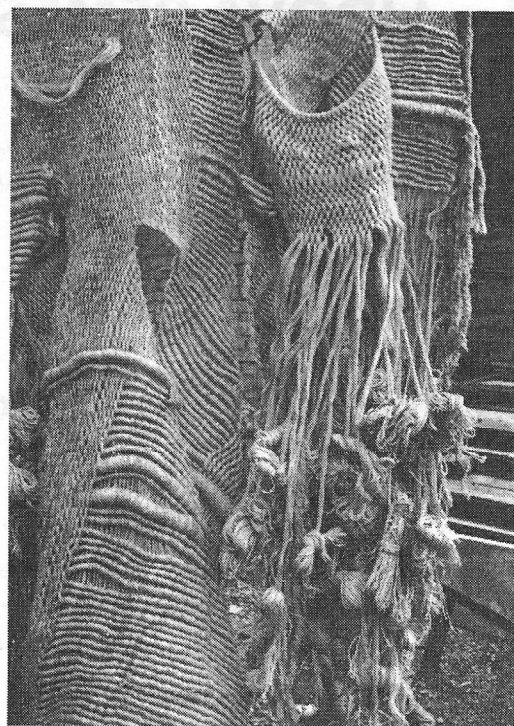
Kraslice patřily jako symbol života, plodnosti a růstu k magickým předmětům prastarého původu. Dnes jsou součástí tradice i ukázkou stále živého lidového umění.
(Současné kraslice z Chodska vykryvané voskem)



Lidová tvorba má dnes jen okrajový význam – měřeno objemem výroby. Je však vzácným odkazem našich předků, výmluvným svědectvím o jejich tvůrčích schopnostech - i jejich životním stylu. Vždyť výsledky této tvorby doprovázely člověka na každém kroku. Podílely se na jeho životním prostředí, působily na jeho cítění, obohacovaly jeho vnitřní život. Lidová tvorba tvoří neodmyslitelnou součást naší národní kultury. Uchovala dekory a výtvarné techniky sahající do pradávné minulosti. Svými jedinečnými výtvary tvoří jakýsi „poklad“ výtvarné kultury, z něhož čerpají inspiraci i současní tvůrci.



Ludmila Kaprasová - *Pokoušet se dohonit sny*.
Textilní výtvarnice Ludmila Kaprasová se inspirovala ve své volné umělecké tvorbě prastarými a téměř zapomenutými lidovými technikami. Techniku pletení „na rámu“ („krosienka“), kterou se kdysi na Valašsku pletly např. ponožky, využila pro tvorbu monumentálních prostorových plastik.



L. Kaprasová oživila také téměř zapomenutou techniku drhání (macramé) a její výtvarné možnosti využila jako výrazový prostředek volné textilní tvorby.
(Reliéfni předěl-detail, 1968)

II.2 Lidová řemeslná tvorba

Lidová řemeslná tvorba byla po staletí jediným druhem výroby. Produkce měla především **funkci praktickou - užitkovou**. Byly to předměty denního života - obydlím a jeho vybavením počínaje, oděvem a náradím konče. Jejich vznik byl podmíněn způsobem života jejich tvůrců i konzumentů, jejich potřebami i vkusem. **Předměty tvořily zcela přirozenou jednotu s prostředím, kde vznikly a pro které byly vytvořeny.** Respektovaly zcela samozřejmě řád života určitého místa i doby.

Lidová řemeslná tvorba se po staletí vyvíjela spolu s proměnou společenských podmínek. Obecné znaky však zůstávaly: Lidová výroba předmětů stavěla především na **rukodělné dovednosti**, přecházející mnohdy až do virtuozy. Řemeslník se osobně účastnil výrobního procesu většinou od začátku až do konce. Pracoval ve své dílně (většinou se členy rodiny nebo s několika pomocníky), byl osobně hmotně zainteresován na každém výrobku, který většinou také sám prodával. Důležité byly jeho schopnosti tvůrčí, organizační a ekonomické.

Taková práce vyžadovala značné **znalosti výrobně technologické**. Ty se většinou přirozenou cestou přenášely z generace na generaci: řemeslo se dědilo z otce na syny a s tím i osvědčené postupy a vzory. Přesto nesl každý výrobek „pečeť“ svého **tvůrce**. Jeho dlouholeté pracovní zkušenosti se spojovaly s touhou po vlastním tvůrčím vyjádření. Proto měl např. každý hrnčíř své oblíbené motivy, kterými zdobil misky a džbány, stejně jako každá lidová vyšivačka používala určité typické kombinace barev a vzorů. Právě tento osobní „výraz“ od sebe odlišoval lidové tvůrce i v rámci jednoho regionu.

Lidoví řemeslníci používali převážně přírodní materiály a přírodní energii (oheň, voda, vzduch, lidská energie). Materiál dobře znali a plně respektovali. Zpracovávali jej tak, jak to dovolovaly jeho přirozené vlastnosti: ohebné proutí splétali, pevné dřevo otesávali, poddajnou hlínu modelovali. Tyto výrobky nás dodnes okouzlují čistotou svých tvarů plně podřízených účelu, pro který byly vytvořeny.

Tvůrce - řemeslník byl jedním z lidí, mezi kterými žil a pracoval. Znal potřeby svých „zákazníků“ (většinou také pracoval na konkrétním výrobku pro určitou osobu). „Spotřebitelé“ pro něj nebyli anonymní. Tvar i dekor výrobku uzpůsoboval jejich potřebám. Svým výtvarným názorem zpětně ovlivňoval jejich životní prostředí i estetickou vnímavost.

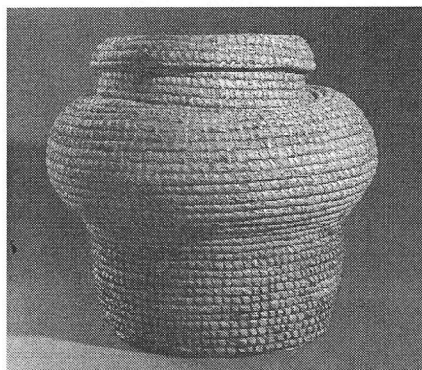
Pro všestranný rozvoj řemeslné výroby měla rozhodující význam středověká města. Vznikala na důležitých křižovatkách obchodních cest, vyvíjela se i z významných řemeslnických a obchodních osad pod středověkými hrady, nebo byla zakládána samotnými panovníky na důležitých strategických místech. Města měla různá práva a privilegia a odtud pramenilo i jejich postavení ve struktuře středověké společnosti. V souboru tak zvaných městských práv bylo z hlediska našeho zájmu důležité tržní právo: dovolovalo městu pořádat pro široké okolí prodejní trhy. Tzv. mílové právo zajišťovalo městu monopolní výrobní postavení, neboť na míli daleko zakazovalo konkurenci. V tomto okruhu nesměla být nikým provozována ta řemesla, která provozovali městští řemeslníci. Ti se začali sdružovat do cechů.

Cechovní výroba představovala nový typ organizace práce a významně se podílela na všestranném rozvoji řemeslné výroby. Cechy sdružovaly výrobce jednoho řemesla, případně i několika řemesel příbuzných. Jejich členem se ovšem mohl stát pouze mistr, tedy majitel dílny, nikoli tovaryš nebo dokonce učeň. Cechy chránily vlastní členy před cizí konkurencí. Chránily však i spotřebitele: dohlížely na kvalitu výrobků a měly právo vyloučit člena, který vyráběl nekvalitní zboží nebo nedodržel přijatá cechovní ustanovení. (Například pro zlatníky stanovil cech maximální přípustné množství mědi při tak zvaném legování stříbra. Každý mistr byl povinen signovat svoje výrobky. Kvalita sukna se např. označovala jednou až třemi pečetěmi, přičemž tři pečetě znamenaly vynikající kvalitu.) Veřejné kontroly měly zabránit podvodům.

Cechy měly rozhodující vliv i na rozvoj technické a estetické úrovně výrobků. Výrobci se museli prosadit v konkurenci. Specializací na určitý typ výroby dosahovali řemeslníci neobyčejné zručnosti, a tím i kvality výrobků. Postupující dělba práce vytvořila již ve středověku řadu vel-



Majolikový talíř z dílny lidového hrnčíře z r. 1825, Uherské Hradiště



Zásobnice spletená ze svazků slámy (západní Čechy, 19. stol.)



Svatební mísa z Hané (1787). Svatba byla na venkově jedním z nejvýznamnějších obřadů. Někdy se k této příležitosti zhotovovaly svatební mísy, které pak tvořily součást nevěstiny výbavy



Všední oděv vesnických žen byl stříhově jednoduchý, materiálem bylo většinou obarvené, potištěné plátno. Oděv doplňovala jednobarevná zástěra, hlavu pokrýval plátěný šátek. (Oděv z oblasti Uherského Brodu).



Hanácká nevěsta v tradičním reprezentačním lidovém oděvu (kroji). Svatební „čepení“ - vysoká svatební „koruna“ vykládaná korálky, na jejímž vrcholu je věnec s dlouhými červenými pentlemi - je nositelem mnoha symbolů, které tradičně doprovázely svatební obřad.

mi specializovaných profesí, které se podílely na okázalé a luxusní módě (např. *Kniha řemesel* uvádí v roce 1270 v Paříži více než desítku profesí, zabývající se oděvem a jeho výzdobou.).

Cech sjednocoval produkci i po stránce soudobých estetických názorů. Jednota stylu však nebránila **diferenciaci výrobků podle určení pro jednotlivé skupiny konzumentů.** Cechy, které dodávaly své výrobky také panovnickému dvoru, měly právo na vlastní pečeť. Např. středověká pečeť s emblémem krejčovských nůžek byla výsadou dvorních krejčích. Cechovní výroba se neuzavírala před módními novinkami. Ty přinášeli do měst nejen kupci, ale také tovaryši. Podle cechovních předpisů musel mladý uchazeč o hodnost mistra jít povinně „do světa na zkušenou“. Často putovali opravdu do jiné země. Snažili se tam uplatnit svoji zručnost, především však získat zkušenosti. Z „vaňdru“ přinášeli domů nové vzory a podněty pro svou práci. Tato praxe se v dalších historických etapách ještě upevnila a přetrvávala až do poloviny 19. století

Zrušení nevolnictví uvolnilo mnoho lidí pro práce v řemeslných dílnách ve městech, lidový prvek se tak z vesnického prostředí dostává zcela přirozeně do městské kultury i do výroby. A naopak: v daleko širším měřítku se z měst šíří nové techniky a materiály i na venkov. Např. v lidovém slavnostním oděvu - kroji - se uplatňují bohaté ozdoby a detaily typické dříve pouze pro zámožné městské vrstvy např. krajky, vyšívané čepce napod.), stejně jako se objevují malované truhly, bohatě dekorovaná keramika apod.

Tvorba užitných předmětů byla značně široká a různorodá, neboť odrážela spektrum potřeb té které historicky určité společenské skupiny. Vždy však zachovávala **přirozenou míru jednoduchosti či složitosti, účelnosti a symboliky tak, jak to vyžadoval účel předmětu a jeho funkce.** (Viz např. srovnání jednoduchého lidového pracovního oděvu, jehož funkce je čistě praktická, se složitým a dekorativním krojem určeným u téže skupiny k reprezentaci).

Řemeslné výrobky nás dodnes okouzlují čistotou svých tvarů. Jejich forma je svým způsobem dokonalá. Však byla také po léta - a někdy i po staletí - prověřovaná denním provozem. Vše na předmětu bylo podřízeno účelu, pro který předmět vznikl. Nic tady nebylo zbytečné, samoučelné. Dokonalý řemeslný výrobek je přímo zhmotněním řádu a harmonie. Na jeho tvaru nejde nic podstatného změnit, aniž by se porušila **jednota užitečnosti a krásy.**

Symbolem takové dokonalosti byl například Karlu Čapkovi prostý hliněný džbánek: *“Je trochu zavalitý a břichatý, má pěknou hubičku a omží se, když se do něho načerpá studené vody. Je to nejobyčejnější hliněný džbánek, ale takový, na kterém si dal hrnčič jaksí záležet, i udělal mu silné ucho a širokou hubičku, tuhý a krátký krk, pevné, krátké, lehce se nesoucí břicho; žádná tovární práce, ale chlapík jako živý.”*

Karel Čapek *Věci kolem nás*. (str. 39)

Většina z předmětů lidové užití tvorby dodnes neztratila svoji **praktickou funkci**. Mohou sloužit i dnes. Změnil se ale náš způsob života. I když tyto předměty nepotřebujeme k účelu, pro který vznikly, přesto mají v našem světě svůj význam, svoji **estetickou i etickou hodnotu**. Vždyť všechny předměty byly vytvořeny lidmi - pro lidi. A s mnohou věcí je spojen i „příběh“ člověka, historie rodiny. Zamyslíme-li se nad řemeslně vyrobenými předměty, objevíme najednou v jejich tiché existenci tep života.

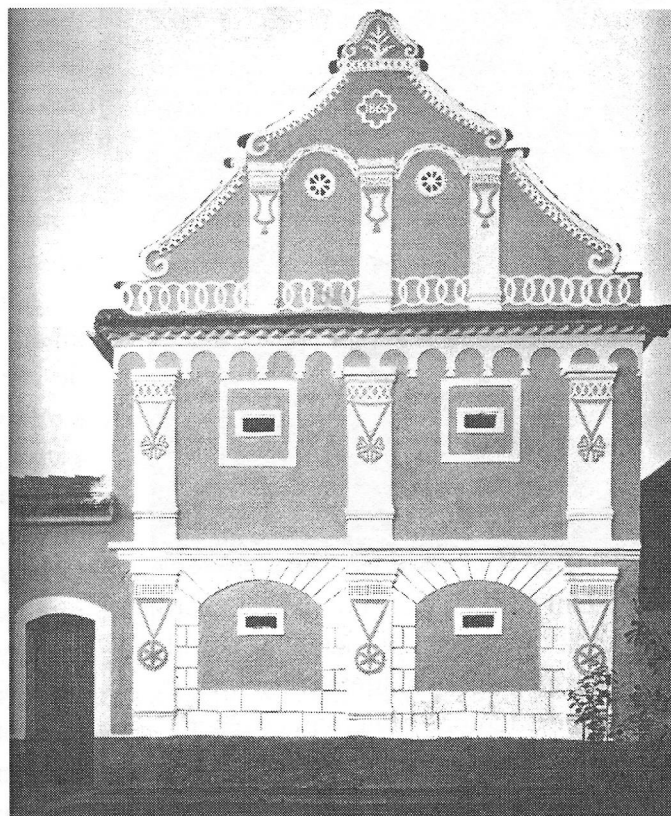


Z nutnosti donášet jídlo pracujícím na pole vznikl praktický „srostlík“. (západní Čechy, 19. stol.)

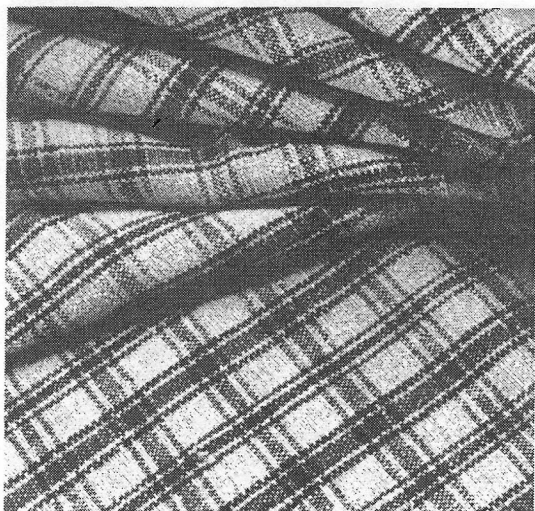
II.3 Umělecké řemeslo

Umělecké řemeslo tvoří specifickou kategorii řemeslné tvorby. I když se vydělilo z řemesel až v 19. století, z hlediska kvality představuje jejich vrchol. Klade totiž velkou váhu nejen na profesionalitu tvorby, ale i na osobitost a kreativitu mistrovské práce.

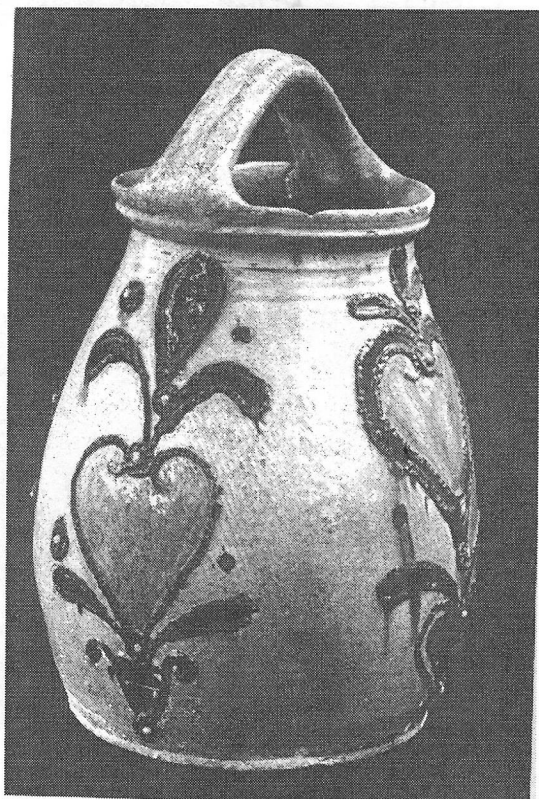
Umělecké řemeslo vzniklo jako reakce na nastupující průmyslovou výrobu, která způsobila rozpad do té doby celostní výroby i jednotného výtvarného názoru. Tovární výroba chrlila laciné produkty, které často tvarem a dekorem kopírovaly náročnou ruko-dělnou řemeslnou práci, většinou bez ohledu na funkčnost. V této době, kdy si nový typ výroby ještě nevytvořil svoje výtvarné „tvorosloví“ a kdy místo kvalitního přírodního materiálu používal levné náhražky, vynikla **dokonalost provedení, preciznost a tvarová i názorová jednota řemeslníka - umělce**. Práce v klasickém přírodním materiálu, tradičními postupy, které však nebrání oso-



Sýpka statku v jihočeských Blatech tvoří svérázný celek lidové architektury. Svou bohatou štukovou výzdobou demonstruje zámožnost hospodářství.



Kanafas je typickou textilií lidové řemeslné tvorby. Vzor se vytvářel přímo na tkalcovském stavu střídáním a vzájemným křížením dvou i více barev v jednoduché plátnové vazbě.



Speciální nádoba na jídlo - hrnec zvaný „koutňák“ byl určen pro ženu po porodu.

Ta ležela spolu s dítětem v koutě světnice oddělené plátným závěsem-tzv. „koutnicí“. Koutňák i koutnice byly vyzdobeny symboly života a lásky. Praktická funkce předmětů (nutnost hygieny i intimity pro rodičku a dítě) byla spojena s funkcí symbolickou a dekorativní.

bitému pojetí - to jsou hlavní rysy tzv. uměleckého řemesla.

To, co nás na lidové umělecké řemeslné tvorbě upoutá na první pohled, je patrně **velká rozmanitost dekorů**. Najdeme je na výšivkách stejně jako na malovaném nábytku, na keramice, na tkaninách, dokonce i na štítech domů. Někdy zdobí jednoduchý dekor i pracovní nářadí. Někde má ornament podobu prosté linky sledující okraj nádoby, jinde – například na kraslici nebo tkaných a potiskovaných textiliích – je rozvinut do celé plochy.

Dekor v současném pojetí představuje ozdobu. Tedy něco „navíc“, co je k předmětu přidáno a co plní **funkci dekorativní - ozdobnou. Dekor v řemeslné tvorbě patřil k výrobku jako jeho zcela přirozená součást**. Zdůrazňoval a potvrzoval tvar předmětu. Proto se dekor rozvíjí na místech typických pro daný předmět (např. okraj a střed mísy, okraj a roh šátku apod., dekor rozvinutý po celé ploše textilie - šatovky). V řemeslné tvorbě vznikl dekor často zcela přirozeně spolu s výrobkem. Např. kostky na vlněné tkanině, stejně jako proužky na bavlněném kanafasu nejsou žádnou přidanou ozdobou, ale tvoří podstatu výrobku. Dekor vznikl přímo při výrobním procesu: tkaním na stavu. Takové dekory jsou svým způsobem nadčasové. Potvrzují to nejen tradiční lidové textilie, ale i současné pánské a dámské šatovky, ručně tkané a vyvazované koberce a podobně.

Dekor byl často mnohem více nežli jen ozdobou. Například nejstarší hliněné nádoby tvarované rukama našich prapředků v pravěku zdobí ornamenty geometrických tvarů, které mají symbolický význam. Klikatá čára vyrytá nebo vypíchaná klacíkem do měkké hlíny nádoby byla značkou vody. Kotouč symbolizoval slunce. **V lidové tvorbě se zcela přirozeně spojuje praktická, estetická i magická funkce v jediném ornamentu.**

Dekor nejen zdobil, ale měl především praktickou funkci. Například vyřezáváním, vybrušováním, vybíjením kovem apod. se zdrsňoval povrch předmětů. To usnadňovalo jejich bezpečnější ovládní. **Výšivka** - ornament, který známe v nekonečných variantách především z lidového slavnostního oděvu – kroje – plnila nejen funkci ozdobnou, ale i praktickou. Spojovala jednotlivé části oděvu, zpevňovala švy i okraje látky, chránila oděv na místech největšího opotřebení (například okraje rukávů, průkrčník košile apod.)

Ornament vzniká pravidelným řazením jednoduchých prvků - motivů - do složitějšího celku. Jeho základem je tedy určitý **rytmus**. Ornament může být veden v řadě (i znásoben do několika řad nad sebou) a tvořit tak souvislý pás. **Pásový ornament** tvoří typickou ozdobu okrajů předmětů (např. ornamentální zakončení okraje talíře, vyšívání lem ubrusů, ozdobné lemy na rukávech apod.). Ornament se však může rozvíjet i v ploše. **Plošný ornament** je typický např. pro vzorování textilií. U textilu se pro **vzor** používá francouzské označení **desén / čti dezén** - pozor neplést s podobným slovem design/. Ornament rozvíjený v ploše najdeme i na jiných místech lidové tvorby : na malovaných skříních a truhlách, na kraslicích apod.)

Ornament nese označení podle motivů, které používá:

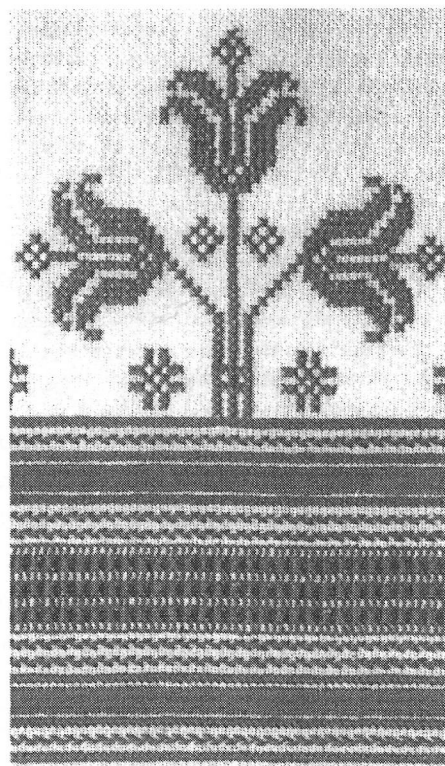
- geometrický ornament (linky, kruhy, čtverce, trojúhelníky a další geometrické tvary),
- rostlinný ornament (květy, listy, plody, stvoly apod.),
- figurální ornament (zvířata, lidé),
- věcný ornament (zobrazené předměty, písmo apod.).

Lidové ornamenty květin zvířat i lidských postav však nejsou kopií přírody. Reálný tvar je maximálně zjednodušený-stylizovaný. **Stylizace** zachycuje nejdůležitější, charakteristické znaky. Míru stylizace často určuje i použitá technika provedení. Dobře je to vidět například na různých typech výšivek. Technika vyšívání křížkovým stehem už sama o sobě stylizuje, zjednodušuje tvar, zatímco jiné typy stehů umožňují menší míru stylizace. Ornament pozměňuje reálnou předlohu také barevně. I když byl vesnický člověk obklopen přírodou, z níž převážně čerpal inspiraci pro dekorativní výzdobu předmětů, dovedl se v ornamentu od reálné barevnosti oprostit (např. listy a stonky květů mají nejrůznější barevnost, nikoli však zelenou). V tomto smyslu používal stylizovaný tvar i barevnost instinktivně jako umělec.

V uměleckém řemesle se spojuje - jak naznačuje název - řemeslník s umělcem. Tento typ řemeslné práce trvá dodnes, i přes naprosto převažující průmyslovou výrobu. S postupem mechanické a automatické výroby získává mistrovská práce lidských rukou opět na ceně. V závalu masové produkce představuje **originalita a osobitost** ručně realizovaného výtvarného záměru novou hodnotu.

Dnes existují **speciální učební obory**, které se zabývají jednotlivými druhy uměleckořemeslné výroby. Uchovávají nejen tradiční řemeslné techniky a jejich dokonalé provedení, ale snaží se o výchovu osobností, které by rozvíjely uměleckořemeslnou práci vlastní invencí dál. Také střední a vyšší odborné školy a specializované školy vysoké jsou zaměřeny na jednotlivé obory uměleckořemeslné tvorby. **Z hlediska realizace výtvarného návrhu** existuje v současnosti několik variant:

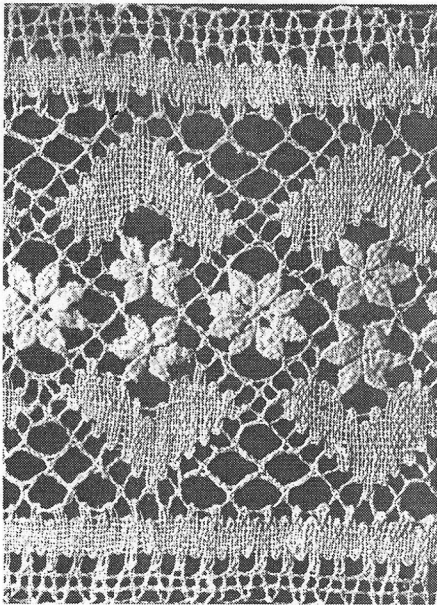
- **umělec** je natolik mistr řemeslné práce, že **realizuje sám svou** představu v odpovídajícím materiálu a technice. Toto ideální spojení je časté např. u textilních výtvarníků. Práce s materiálem



Výšivka ženských rukávců (detail), Uherský Brod.



Detail lidové výšivky z roku 1786 (Rimavská Sobota)

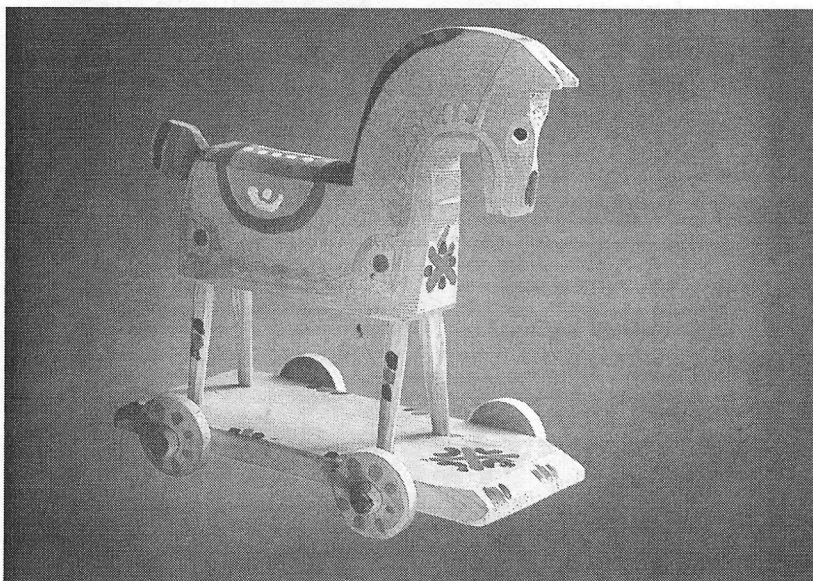


Paličkovaná krajka (jižní Čechy, 19. století). Stylizované květy a srdéčka vytvářejí pásový ornament - součást ozdoby slavnostního kroje.

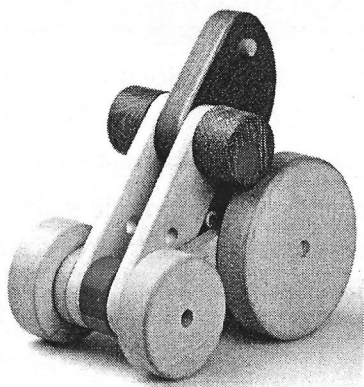
- může okamžitě ovlivnit původní představu, tvůrčí práce autora - řemeslníka nekončí odevzdáním předlohy, ale probíhá až do konce realizace (např. tzv. „autorská tapiserie“).
- **umělecký řemeslník realizuje návrh umělce.** Je „rukou“, která převádí představu autora podle jeho návrhu do materiálu (např. gobelin navržený umělcem - malířem a provedený v odpovídající technice v umělecko-řemeslné dílně)
 - **umělecký řemeslník při realizaci návrhu dotváří předmět** podle vlastní invence. To lze sledovat např. u náročného zpracování hutnického skla, kdy je každý výrobek zároveň originálem, i když jde o varianty uměleckého návrhu.

Umělecké řemeslo je uchovatelem tradice v tom dobrém smyslu slova: představuje osobitou, originální tvorbu, v níž je harmonicky vyvážená praktická i estetická funkce, cit pro materiál a měřítko. „*Prostřednictvím řemesla se vrací člověk sám k sobě jako homo faber i jako homo sapiens.*“

Dušan Šindelář *Estetika užité tvorby* (str. 79).



Koník vyřezaný ze dřeva patřil k typickým lidovým hračkám. Jeho současná replika tvoří příjemný a originální kontrast k záplavě mechanických a umělohmotných hraček. (Dílny Ústřední lidové umělecké výroby).



Na tradici lidových dřevěných hraček navazují „zvukové“ hračky Tibora Uhrina (NEUART). Dají se rozkládat i různě skládat, rozvíjejí fantazii i jemnou motoriku. Kombinace hladkého a drsného povrchu umožňuje, aby s nimi pracovaly i děti zrakově postižené. (DE SIGNUM 1995)

II.4 K tvorbě i zamyšlení

1. Sestavte si vzorník různých přírodních materiálů. Porovnejte jejich barevnost, strukturu, texturu. Jak na vás jednotlivé materiály působí? Jaké pocity ve vás vyvolávají? Který z přírodních materiálů máte nejraději a proč?
2. Jaký je Váš osobní vztah k lidovým tradicím? Myslíte, že mají své místo i v životě moderního člověka? Vytváří naše společnost nějaké nové tradice a obřady? Má nová společenská situace vliv na tvorbu užitných předmětů ?
3. Použijte tradiční lidovou technologii na vytvoření nebo dekorativní řešení předmětu užitné hodnoty, např. vizovické pečivo, kraslice, batikování, barvení přírodním barvivem z rostlin apod. (Návody najdete v uvedené odpovídající doporučené literatuře).
4. Vytvořte si originální karnevalovou masku z papíru. Prostudujte si masky naší lidové tradice i nám vzdálených etnik. Můžete použít techniku kašírování nebo koláže.
5. Vytvořte pásový ornament z 2-3 geometrických prvků. Použijte tento dekor na návrh textilního prostírání. Návrh proveďte ve dvou barevných variantách.
6. Vyberte si předmět z rostlinné nebo živočišné oblasti. Proveďte jeho stylizaci do výtvarného motivu. Použijte tento motiv v ornamentu (můžete využít pozitivu a negativu, různého barevného řešení apod. podle záměru).
7. Navrhněte desén šatovky. Zaměřte se na rytmické střídání prvků a na barevné řešení. Návrh proveďte na čtverci velikosti A5 ve skutečném měřítku. Desén proveďte jednou v teplé, podruhé v chladné barevnosti. Srovnajte rozdíly v emocionálním působení.
8. Sestavte si vzorník „barev přírody“. Vyjděte si do přírody (pozdní jaro - časný podzim) a na proužky bílého papíru nasbírejte co nejvíce barev přírodnin. Roztírejte lístky květin, trávu, hlínu, šťávu z plodů. . . . Jednotlivé barvy sestavte do barevné škály, nalepte na čtvertku jako vzorník a popište jejich zdroj.

III HLEDÁNÍ CEST

„Nevidět pouze účel, nýbrž hledat také krásu a milovat ji je přirozené a lidské. Dnes, v době velkých pokroků techniky, se zdá být toto samozřejmé vědomí poněkud zatlačováno do pozadí. Často to vypadá, jako by se dnešní doba chtěla uspokojit samotnou technickou dokonalostí. (. . .) Ale to, co dnes máme za praktické, není přece v protikladu k tomu, co bylo praktické vždy a za všech dob - totiž smysluplné.“

Ludwig Mies van der Rohe. *Stavět krásně a prakticky*. (1930)

III.1 Umění krásná - a ta ostatní

Umění jako nejvyšší typ estetična má a vždycky mělo **proměnlivé hranice**. Za umění nebylo zdaleka považováno to, co dnes rozumíme uměním, nebo je do historie umění řadíme (např. artefakty vzniklé v pravěku, „umění“ přírodních národů). Není tomu tak dávno, co se za umění začal považovat film, fotografie, ale také rozsáhlá oblast užité tvorby jako je např. užitá grafika. A naopak: pod umění byly zařazovány i takové činnosti, které bychom dnes za umění neoznačili (např. umění kulinářské).

Umění - jak etymologie slova prozrazuje - původně označovalo dovenost, *um*, tedy to, když někdo něco dobře *uměl*. Dokazují to názvy spisů pojednávající o „umění válečnickém“, stejně jako o „umění sadařském“ nebo šermířském. Vývojem se oddělilo tzv. „**krásné**“ umění : (nazývané také „vysoké“ nebo „svobodné“ umění) zahrnující ve výtvarné oblasti malířství, sochařství a grafiku. (Podobně se z oblasti písemnictví vyčlenila „krásná literatura“). Další oblast výtvarné tvorby byla označována jako „**umělecký průmysl**“.

Termín „krásná umění“ vznikl tehdy, když se začala oddělovat umělecká tvorba od tradičního, v podstatě řemeslného pojetí. (Dnes používáme termín **volná umělecká tvorba** - „volná“ proto, že není vázaná na praktické, užité funkce.) Jak je již z výše uvedených názvů patrné, dělení začala používat „uměnověda“ v 19. století. Reagovala tak na **prudký rozvoj průmyslové výroby** zvláště výrazný v druhé polovině 19. století. Průmyslová revoluce vedla k růstu střední třídy a tito noví bohatí zákazníci žádali novinky dostatečně reprezentující jejich společenské postavení. Průmyslová výroba pomáhala uspokojovat rychle rostoucí trh i touhu po novinkách a rozmanitosti spotřebních předmětů. **Z nedostatku vlastního estetického řešení průmyslově vyráběných předmětů čerpala strojní výroba z tvarosloví historických uměleckých stylů.** Tzv. historismus používal hotový model hmotné kultury v minulosti, do něhož dosazoval nově vznikající předměty hmotné kultury současnosti. Na druhé



Módní ilustrace, 1863

Rozměrná krinolína tzv. „druhého rokoka“ sice využívala technický pokrok – drátěnou kostru spojenou látkovými pásy, byla však stejně nepohodlná a nepraktická jako rokoková krinolína 18. století. S krinolínou kontrastoval štíhlý živůtek tvarovaný vysokým korzetem.

(Módní ilustrace, 1863)



Vycházkové šaty reprezentovaly společenský statut rodiny. Sukně s turnýrou (česky „honzíkem“) dostala nový tvar, zdobily ji však v historii osvědčené krajky, stuhy, volánky, květiny. (Ilustrierte Frauenzeitung, 1874).

straně strojová výroba napodobovala řemeslnou ruční výrobu zvláště v dekoru výrobků. Výsledkem byly např. tvary židlí podobající se jednou trůnu středověkých vládařů, jindy rokokovým křeslům. Také oděv 2. poloviny 19. století byl ve znamení návratů do minulosti. Příkladem je např. návrat velmi nepohodlné, ale dostatečně reprezentační krinolíny v módě tzv. „druhého rokoka“.

Termín „**umělecký průmysl**“ vznikl spojením dvou termínů vzatých z odlišných oblastí činnosti - z umělecké tvorby a z průmyslové produkce. Označení vypovídá mimoděk o problémech, které provázely masovou výrobu předmětů tvořící životní prostředí od nábytku až po slánku na stole. Návrh a jeho realizace už nebyly dílem jednoho člověka jako za časů řemeslné výroby. S průmyslovou výrobou souvisí také hromadná výroba: ne již jednotlivé výrobky tvarované řemeslníkem, ale série zcela stejných, standardizovaných výrobků. Právě v této době (od pol. 19. století) začínají dějiny průmyslového designu.

Strojní výrobky musely uspokojit nároky široké škály konzumentů nejen na praktickou stránku artefaktů, ale i na nutnou dávku reprezentace a dekorativnosti. Pro mnohé byl ornament synonymem krásy. I ti, kteří si nemohly dovolit jedinečný, rukodělný, a proto drahý výrobek, chtěli jeho levnou nápodobu. To, co v řemeslné tvorbě mělo originalitu, logiku a řád, bylo často neúčelně přeneseno na strojní výrobek. Z konkurenční nezbytnosti strojní výroba používala méně kvalitní materiály nebo jejich levné náhražky a dekory napodobující

ruční výrobu, i když „řezba“ byla vytvořena lisem a „malba“ tiskem. Historismus, hledající tvar i dekor v minulosti, byl typický pro 2. polovinu 19. století, která teprve hledala svůj vlastní styl:

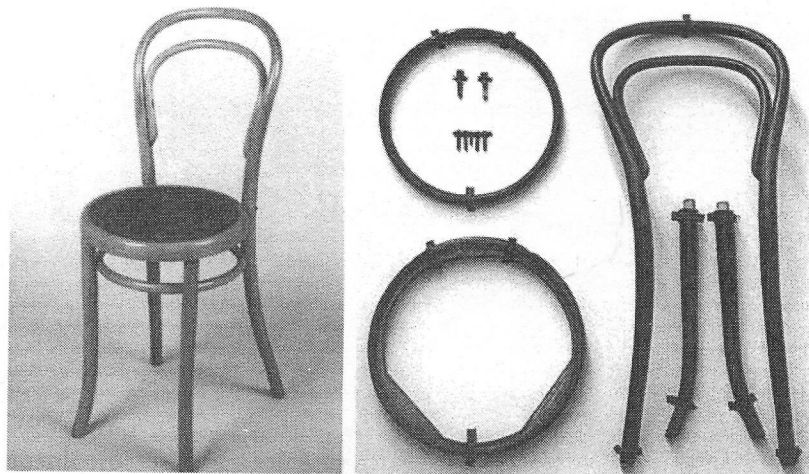
„Otloukáme si kolena a vytlačujeme si ornamenty do zad a tam, kde záda dole končí. Od různých, ornamenty vyzdobených držadel našich nádob dostali jsme během posledních dvou desetiletí postupně renaissanční, barokní a rokokové mozoly. Ani jsme nemukli, neboť kdo by se tomu opřel, byl by postaven na pranýř jako ignorant a člověk, jemuž chybí vyšší pochopení pro umění.“

Adolf Loos, týdeník Die Zeit (1897)

III.1.1 „Arts and Crafts“ („Umění a řemesla“)

První pokus o zrušení bariér mezi umělci, návrháři a řemeslníky představuje **společnost „Arts and Crafts“ - „Umění a řemesla“**. Vznikla v Anglii 1861 s cílem navrhovat a vyrábět domácí dekorativní umění společně s barevným sklem pro církevní stavby. Nešlo však jen o výtvarnou produkci. Společnost, která sdružovala architekty, výtvarné umělce i spisovatele, poprvé si kladla a snažila se řešit otázky estetické, etické i sociální. William Morris – vedoucí osobnost tohoto hnutí – byl stejně jako jeho druhové a následovníci přesvědčen o tom, že kvalitní umělecká a řemeslná produkce může zlepšit život lidí. V tomto duchu byl také založen Cech uměleckých pracovníků (1884) – první z řady nově vznikajících organizací, které se snažily o vědomou spolupráci oborů, o nový přístup k tvarování předmětů denní potřeby. „Arts and Crafts“ („Umění a řemesla“) se stalo pojmem a později i názvem celé generace stejně smýšlejících umělců.

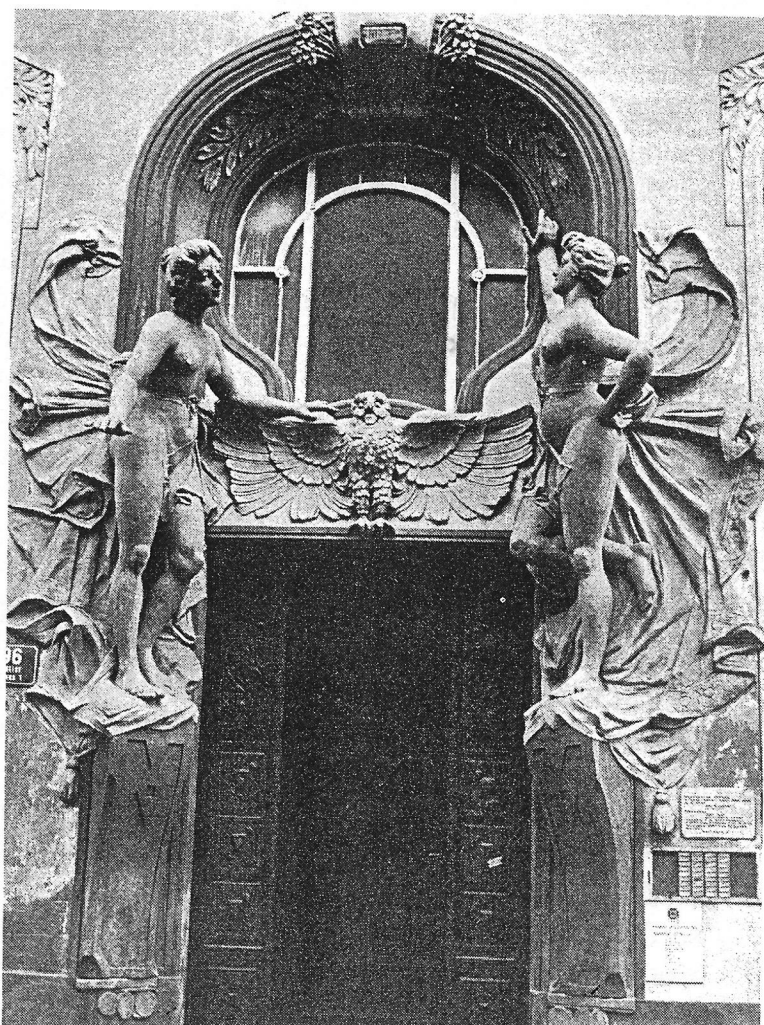
Vpravo: Michael Thonet
předběhl dobu o více nežli
půl století. Výroba nábytku
v Koryčanech na Moravě byla
plně mechanizovaná, jeho židle
z ohýbaného dřeva pomocí
páry představovaly minimální
spotřebu materiálu i lidské práce
(opěradlo i zadní nohy tvořil
jeden díl, jednotlivé součásti se
spojovaly šroubováním, nikoliv
tradičním lepením). Praktické,
levné a elegantní židle rychle



zaplavily nově vznikající kavárny a způsobily výrazné snížení dosavadních cen židlí. „Thonetka“
představuje typ kvalitního nadčasového designu pro masovou strojní výrobu.

Hnutí uměleckých řemesel bylo založeno na jednoduchých formách, na úctě k materiálu. Důraz byl kladen na kvalitní řemeslné provedení. I když se zdá toto hnutí důrazem na řemeslnou výrobu krokem zpět, ve skutečnosti předznamenalo moderní designerskou produkci: preferovalo jednoduché formy, úctu k materiálu i moderní využití starých řemeslných (často již zapomenutých) technik. Princip tvůrčího přístupu vyjádřil návrhář E. Gimson: „*Abychom byli úplní, musíme žít ve všech časech, v minulosti a budoucnosti stejně jako v přítomnosti.*”

Přítomnost a především **budoucnost patřila průmyslové výrobě**. První významná mezinárodní výstava v Crystal Palace v Londýně (1851) toho byla důkazem. Tato „Velká výstava průmyslových podniků všech národů“ předznamenala všechny následující. Nové technologie zpracování tradičních materiálů (např. tvarování dřeva pomocí páry) i nové materiály (např. umělé hedvábí) a dosud neobvyklé konstrukční postupy (např. litinové konstrukce v kombinaci se sklem) se spolu s rozvojem obchodu a dopravy rychle šířily a stávaly se internacionální. Pro ty umělce, kteří přemýšleli o dobře tvarovaných předmětech praktického života, to byla jasná výzva.



Bohatě zdobený secesní portál
měšťanského domu (Široká ul. 9,
Praha 1, 1908). Ornamentální
štuková dekorace vnášela do plochy
zdí pohyb i hru světla a jeho proměn.

III.2 Hledání formy

„Přiskytnout vhodnou formu moderním názorům.“

Josef Hoffman 1900

III.2.1 Styl secese

„Linie určující, linie energická, linie křehká, linie expresivní, linie řídicí a spojující“.

Walter Crane 1889



Vstup do stanice pařížského metra (Hector Guimard) 1900 je příkladem, jak se secesní styl prosadil i jako významný estetický fenomén veřejných prostorů moderních velkoměst na počátku 20. století.

Secese byla prvním vědomě budovaným moderním stylem. Ten zcela záměrně sjednotil oblast volné a užité tvorby a organicky ji začlenil do životního stylu společnosti konce 19. a prvního desetiletí 20. století (do 1. světové války). Po předcházejícím tápání v historii a stylové nevyhraněnosti byla secese cíleně formulovanou odpovědí na stylovou roztržitost, pasivní a neorganické přejímání toho, co už bylo jednou vytvořeno v historii. Styl, který se počal formovat v 90. letech, se rychle rozšířil v Evropě i v USA (tam např. pod názvem „Tiffany styl“ podle nejvýznamnějšího výrobce secesního skla). V Evropských zemích se rozvíjel tento styl pod různými názvy: Jugendstil (podle časopisu „Jugend“ v Německu) Sezessionstil (země Rakousko-Uherska), Liberty Styl (v Anglii podle obchodního domu Liberty), často se používá francouzské označení L'Art Nouveau (čti

l'art nuvo) podle stejnojmenné galerie. **V Čechách se vžilo označení secese** podle vídeňské umělecké skupiny „Sezession“ (čti secesion), což znamená odtržení - v tomto případě veřejně proklamovaný odklon od konzervativní vídeňské Akademie umění ve jménu nového pojetí umělecké tvorby. „Nové objevy naší kultury (železniční vozy, telefony, psací stroje atd.) musí být už formálně řešeny bez jakéhokoliv slohového historismu“ - formuluje požadavek architekt Adolf Loos v článku „Sloh doby a napodobování starých slohů“.

Přes rozdílné varianty dané vedoucími osobnostmi i specifickými poměry v jednotlivých zemích, se stal nový sloh mezinárodní. **Společným jmenovatelem bylo hledání nové formy adekvátní nové době.** Snaha po jednotě moderního uměleckého výrazu vedla k propojení architektury s ostatními uměleckými obory. Tento nový postoj se odrazil v novém pohledu na oblasti, které dnes označujeme jako užitou tvorbu a průmyslový design. Šlo o rozsáhlý soubor předmětů denní potřeby - od nábytku, tapet, kovových výrobků po sklo, keramiku, textilie, oděv, šperk, knižní vazbu, plakát až po předměty technického rázu symbolizující moderní věk: veřejné elektrické osvětlení, automobily, letadla a zámořské parníky, nové přístroje pro domácnosti i pracoviště. Je proto zcela pochopitelné, že cílem mnoha umělců se poprvé stal design vhodný pro strojní výrobu. Tu vítali jako možnost masového rozšíření kvalitních, stylově řešených výrobků hodných moderního člověka.

Secese dosáhla svého vrcholu na **Světové výstavě v Paříži 1900**. (Někdy bývá tento styl označován také jako „styl metro“, neboť nově otevřené pařížské metro bylo jednou z moderních senzací). Světová výstava na rozhraní dvou epoch se stala skvělým závěrem právě končícího 19. století

a zároveň slibným vstupem do století 20. – do „věku zázraků“ – „věku elektřiny“.

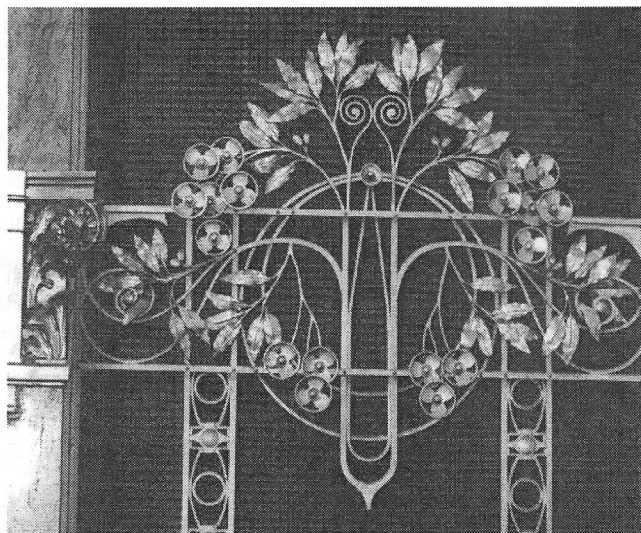
„*Věk elektřiny, ve kterém žijeme, vtiskl svou pečeť také letošní výstavě pařížské. Kamkoli se obrátíme, všude narazíme na onu podivuhodnou a mohutnou sílu, kterou připoutal lidský duch do svých služeb. Osvětlování, dopravnictví, vše se děje za pomoci elektřiny, na všech rozích a koncích stojí telefony k veřejné dispozici, a místo dřívějších orchestrionů lze slyšeti na Rue de Paris nástroje, jež značí jakési spojení telefonu, fonografu a kinematografu, zprostředkující nám elektrickou cestou nejen zvuk lidského hlasu, ale znázorňující živě a jasně i účinkující osoby*“ - informoval čtenáře Zlaté Prahy pařížský dopisovatel E. Forrestier. Návštěvníci výstavy obdivovali nejen bezdrátovou telegrafii, metro, ale i vzducholodě, parolodě, automobily... Přítomnost i budoucnost se sešla na ohromném výstavišti pod třísetmetrovou Eifelovkou.

Nový styl, který měl mládí a novost přímo v názvu, byl chápán jako příslib nové doby, nového století. (Ve skutečnosti zanikl s vypuknutím 1. světové války.) **Umění poprvé vykročilo z muzeí a galerií mezi nejširší publikum: na ulice rychle rostoucích měst.** Městská architektura tvořila stylový rámec, v němž se rozvíjely (a vzájemně prostupovaly a doplňovaly) jednotlivé druhy užitého umění.

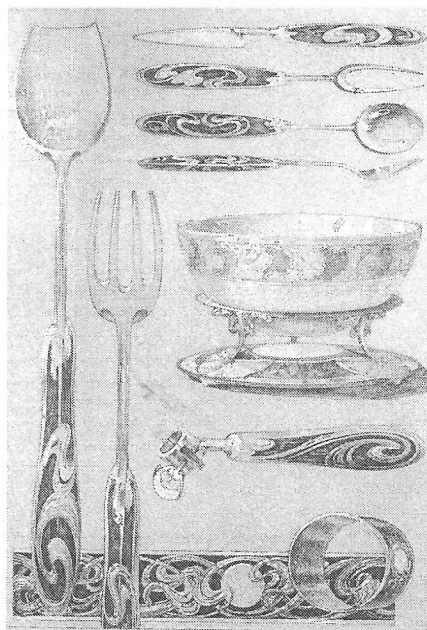
Umění se vrátilo k základnímu a nevyčerpatelnému **zdroji inspirace – k přírodě.** Ovšem jinak, než např. romantici. Secese rozehrála přírodní motivy novým rytmem: vytvořila z nich stylizovaný ornament. Organické formy, oblíbené květinové motivy, asymetricky zaoblená křivka se staly symbolem spojení přírody s člověkem, symbolem růstu. „*Linie určující, linie energická, linie křehká, linie expresivní, linie řídící a spojující.*“ (Walter Crane, 1889)

Ornament však nebyl něčím vnějším a přidaným (alespoň nikoliv u uměleckých průkopníků nového stylu). Vycházel z estetického principu soužití městského člověka s přírodou a s uměním, z **principu jednoty smyslových zážitků a citu.** Proto nacházíme ornamentální řešení v architektuře (např. štuková výzdoba secesních domů), stejně jako na dekoru secesních toalet, na stránkách knih a časopisů, stejně jako na stolním skle, porcelánu, textilních závěsech, na kovových zábradlích, keramických dlaždicích. . .

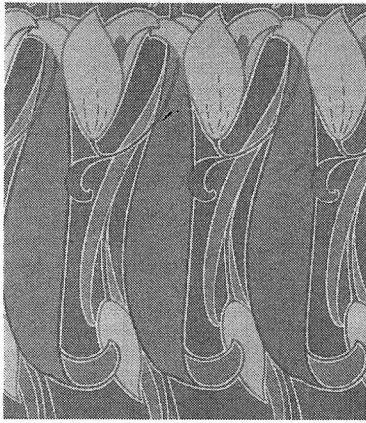
Secesi se podařilo završit to, oč usilovali umělci od poloviny 19. století: vytvořit stylovou jednotu pro nejrůznější předměty životního prostředí. **Secese propojila architekturu,**



Detail z ozdobné mříže na výtahové šachtě Obecního domu v Praze (1903-11). Jednotící styl secesní tvorby věnoval stejnou pečlivost i nejmenším detailům interiéru budov.



Alfons Mucha vytvořil jeden z nejbohatších vzorníků na nejrůznější předměty stolničení, šperky, nábytek, lampy. . . *Documents Décoratifs* (1902) byl určen pro firmy zabývající se výrobou uměleckých předmětů. Stal se „encyklopedií“ secesní ornamentální stylizace.



Tapeta s oblíbeným rostlinným motivem z r. 1903 (autor: L. Butterfield). Stylizované tulipány s vlnícími se stonky a listy v různých odstínech zelené barvy tvoří stylový doplněk secesního interiéru



Secesní židle italského návrháře Carlo Zena z r. 1900 je dokonalým zúročením nového stylu: jednoduchý elegantní tvar je z ušlechtilého dřeva vykládaného perletí a kovem, opěradlo zdobí stylizovaný květinový motiv.

volné a užité umění v jedinečný slohový celek. Radikálně změnila tradiční dělení umělecké tvorby na umění „vysoké“-„krásné“ a umění „nízké“ (umělecké řemeslo). Naopak: secese sledovala zcela programově **ohodnocení užité tvorby.**

Tento nový přístup byl vyvolán nejen novými požadavky nejen na strojní výrobu, ale i novým pohledem na masovou kulturu. Na zbourání bariér mezi jednotlivými uměleckými žánry měli zásluhu především sami umělci. Neomezovali se většinou pouze na oblast tzv. volného umění, ale svou uměleckou invenci dávali stejně nadšeně do služeb užité tvorby. Umělcům se tak podařilo ovlivnit **životní prostředí velkoměst,** právě tak jako intimní prostředí domácností. Docílili stylovou jednotu veřejných budov a nových technických staveb (např. nádraží, vodáren, rozhleden), stejně jako vtiskli jednotný styl i těm nejdrobnějším denně používaným předmětům. Obliba ženské postavy stylizované v postoji i gestu je pro secesi typická, právě tak jako „hadí linie“ ženských vlasů přerůstající v charakteristický secesní ornament. Stylizované, ornamentálně pojaté ženy zdobí secesní budovy, stejně jako keramické vázy, šperky, záhlaví časopisů, jídelních lístků, kalendářů a reklamních plakátů.

Secese vtiskla výtvarný řád i těm zcela „obyčejným“ věcem denní spotřeby, jako byly např. jídelní lítky, reklamní prospekty, plakáty, obaly výrobků... V tomto smyslu položila základy jednoho z dnes významných oborů užité tvorby, který dnes nese označení **propagační grafika.** Rozvoj výroby nejrůznějších spotřebních předmětů, jejich propagace při stále vzrůstající konkurenci i nový způsob prodeje spojený se vznikem prvních obchodních domů-to vše posílilo vizuální propagaci výrobků. Tu umožňovaly v nebyvalé míře i nové technologie (barevná litografie) i nová masová média (film, plakát, katalog). Právě prostřednictvím všem dostupného tisku, plakátů a reklam se prosadil secesní styl i v lidových vrstvách společnosti.

Hledání nových možností spojení strojní výroby s uměleckým výrazem vedlo k novému pohledu na úpravu knih. Strojový knihtisk umožňoval rychlou a levnou výrobu tiskovin. Zásluhou umělce Otto Eckmanna vznikl i nový typ tiskového písma (od renesance žádný nový typ písma nevznikl). Ornamentální, lineární arabeska secesního písma tvořily spolu s ornamentální výzdobou výtvarnou jednotu. V tomto smyslu můžeme secesi považovat i za průkopníka **moderní typografie.**

„Hadí náramek“ Sarah Bernardové vytvořený podle návrhu Alfonse Muchy představuje vrchol secesního šperkařství.



Secesní plakát je dnes pojmem. Ve svém vrcholu představuje to, co bylo ideovým cílem secese: smazat bariéry mezi uměním a životem. Plakáty, jejichž autory byli často významní umělci, se prodávaly nejen pro sběratele umění; méně majetným lidem sloužily místo obrazů jako umělecká výzdoba interiéru.

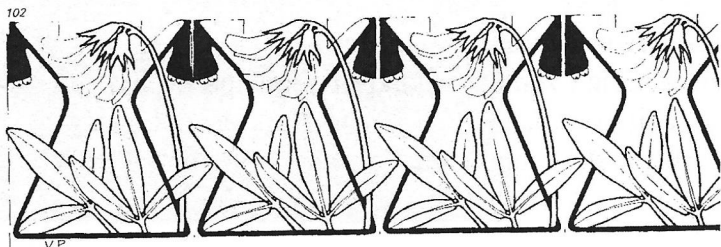
Plakát se vyvinul z ilustrovaných grafických oznámení. Nové tiskařské techniky, zvl. barevná litografie, umožňovaly jeho kvalitní a levnou výrobu. Obsahově byly plakáty spojeny většinou se světem lidové zábavy, která v době secese našla novou podobu v kabaretech, revuích, kavárnách... Nekladly si jiné cíle nežli upoutat pozornost, proto jejich barvy z městských nároží na chodce doslova křičely. O to více upoutal první **plakát Alfonse Muchy**, který vytvořil pro slavnou herečku Sarah Bernhardtovou v titulní roli hry Gismonda (Théâtre de la Renaissance - Paříž). Když se Muchův plakát objevil 1. ledna 1895 na pařížských nárožích, způsobil senzaci. Především neobvyklou barevností pastelových tónů. Odstíny fialové, růžové, hnědé a zlaté ve spojení s okázalou ornamentálností a stylovým secesním písmem i neobvyklý úzký a dlouhý formát způsobil, že lidé podpláceli lepiče, aby plakát získali, dokonce ho tajně vyřezávali z výstavních ploch. Také kritici se předháněli v jeho chvále. „*Tento plakát, toto bílé okno, ta mozaika na zdi je výtvozem prvního řádu, který si zasloužil triumf.*“



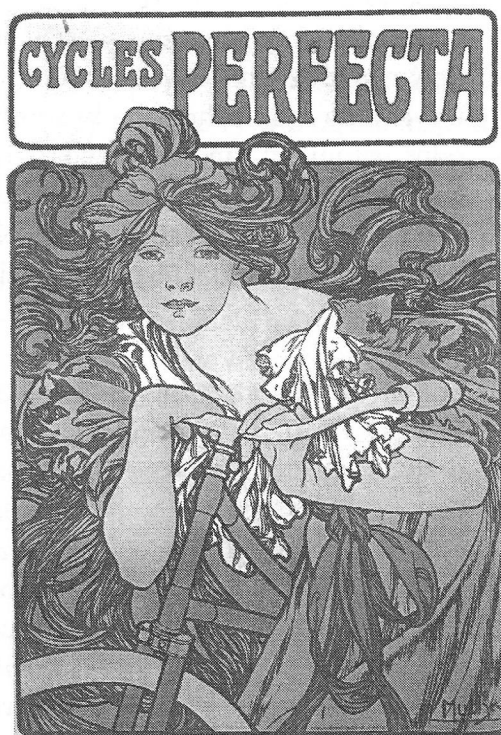
Dobová reklama na cikorku - anonymní autor

Vzorník secesního písma O. Eckmanna se stal předlohou pro osobité varianty dalších umělců.

A B C D E F G H I J K
L M N O P Q R S T U
V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
chck 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



Na výtvarné stránce knižní produkce se podíleli významní doboví umělci. Ornamentální vlys pro knihu J. Karafiáta *Broučci*, autor Vojtěch Preissig (1902)



Plakát Alfonse Muchy (1897) dělaný na objednávku výrobce jízdních kol představuje skvělou, zcela netradičně pojatou reklamu. Pozornost je soustředěna na dívku opírající se o kolo. Dynamiku jízdy naznačují její rozevláté vlasy stylizované do secesní ornamentálnosti.

(. . .) *Je to triumf hedvábí, zlata a drahých kamenů, je to bohatství, rozhozené plnými rukama na pochybnou bělost zdí našich ulic.* “ (Jerome Doucet, Revue Illustrée 1895).

Spolupráce Alfonse Muchy se Sarah Bernhardtovou pokračovala sérií dalších úspěšných plakátů. Neomezovala se však pouze na plakáty. Mucha navrhoval výpravu, divadelní kostýmy, šperky do jednotlivých rolí, vymýšlel účesy pro slavnou herečku, kterou kopírovaly ostatní (módní vzory z divadelního světa patří k této době stejně jako později vzory ze světa filmu). Zajímavou oblast Muchovy všestranné tvorby tvoří i **šperky**. „*Mucha je monumentální. Jeho šperk nemá nikde onen vzhled hříčky, který nalézáme u některých jeho následovníků; jsou to v malém překrásná umělecká díla, působící dojmem mohutnosti a síly, jako chrámová okna a reliéfy.*“ (Gustav Kahn, *Art et Décoration*. 1902). Snad nejslavnějším šperkem tohoto Muchova tvůrčího období byl „Hadí náramek“: zlatý had obepínající v několika závitech zápěstí je spojený s prstenem ve tvaru menšího hada, s hlavičkou vysázenou opály, rubíny a diamanty. Původně zdobil ruku Medey na Muchově plakátu. Po premiéře tento náramek na přání Sarah Bernhardtové nechal Mucha vyrobit u slavného uměleckého zlatníka Fougueta. Spolupráce Muchy a Fougueta pokračovala i později, Mucha dokonce navrhl zařízení do jeho elegantního obchodu na pařížské rue Royale.

Tak široké tvůrčí rozpětí, jaké jsme záměrně sledovali na postavě Alfonse Muchy, ilustruje styl Nového umění. Umělci zcela programově pracovali nejen pro vybrané publikum, ale i pro onu symbolickou velkoměstskou „ulici“. Založili dokonce společnost „Umění pro lid“, neboť „*umění všude ve všem pro všechny, to je jedna z ctížádostí Nového umění*“. Do tohoto programu patřila i **snaha o sociální řešení otázek** (např. požadavek na zboření tmavých, nehygienických příbytků pro velkoměstskou chudinu).

Secese jako Nové umění přestávalo být nové (to je ostatně osud každého uměleckého stylu). Masovým rozšířením se však to opravdu kvalitní, co secese přinesla, obrátilo, proti jejím principům: kvalita byla nahrazena kvantitou, originalita nekonečným opakováním a rozměňováním, původně organicky zapojený dekor zplaněl v pouhý ornament používaný vždy a všude bez ohledu na jeho smysl. Strojní výroba zaplavila trh lacinými předměty, aniž by řešila to, co bylo pro secesní umělce podstatné: výtvarnou kvalitu. Není divu, že označovali masovou produkci pokleslé kvality za „tovární brak“. Tuto situaci se v našich zemích snažilo řešit výtvarné sdružení ARTĚL.

III.2.2 ARTĚL - ateliér pro výtvarnou práci

Vznikl v Praze 1908. Představoval sdružení výtvarníků z různých uměleckých oborů (mezi členy byl např. architekt Pavel Janák, keramička Helena Johnová, textilní výtvarnice Marie Teinitzerová). Široké zázemí spolupracovníků (např. Václav Špála, František Kysela, Jan Zrzavý, Stanislav Sucharda a další) umožňovalo pokrýt nejrůznější oblasti užité tvorby. ARTĚL měl vlastní prodejnu, která nabízela artefakty vysoké užité a estetické hodnoty. I když sdružení vzniklo jako reakce umělců na dobovou situaci, programové prohlášení těchto umělců sledovalo jasný a svým způsobem nadčasový cíl: „*Proti tovární šabloně a surogátu vzniklo naše sdružení. Chceme vzkřísiti smysl pro výtvarnou práci v denním životě. Každý užitkový předmět je nám dosti cenným, abychom se snažili nalézt mu v dobrém materiálu účelný tvar a krásný.*“

Artěl působil až do roku 1934 a položil v našich zemích základy budoucího svébytného výtvarného oboru, který dnes označujeme jako užitá tvorba. Mnozí z jeho členů a spolupracovníků představovali vrchol v jednotlivých oborech (např. sklo, tapiserie) i v druhé polovině 20. století.

III.3 At' žije život!

„Máme pět zdravých smyslů, abychom přímo cítili kategorický imperativ moderního lomu.“

S. K. Neumann 1914

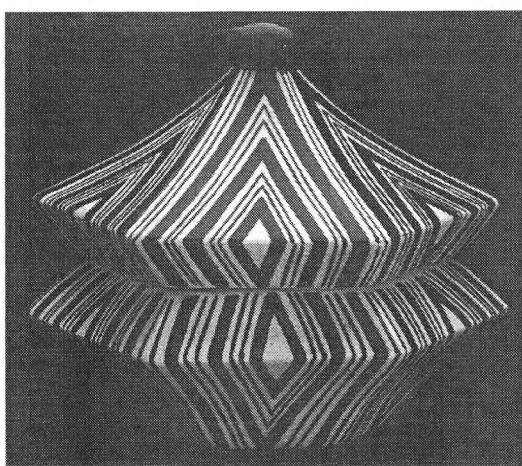
Pod názvem „At' žije život“ vyšel v Lidových novinách v roce 1914 článek S. K. Neumanna. Má provokační charakter. Pod buřičskými výkřiky: „At' zhyne líbivá omáčka akademická a impresionistická, (...) Alfons Mucha, staropražská sentimentalita, umělecko-průmyslové museum“ apod., cítíme nové, moderní (a modernistické) myšlení mladé generace. Nešlo však jen o typický generační protest, ale o důkladnou proměnu společnosti a jejího životního stylu. S. K. Neuman také jasně definuje to, co se v příštích letech stalo pro společnost určující: „At' žije osvobozené slovo, fauvism, expresionism, kubism, (...) poezie lomu, civilizace vynálezů a výzkumných cest. At' žije moderna, život plynoucí a umění zcivilněné“.

Modernost se stala příkazem doby a všeobecně uznávaným heslem. První světová válka znamenala konec idylické „belle époque“ („krásné epochy“, jak byla nazývána doba secese). Poválečná doba vytvořila **novou soustavu hodnot**. Touha lidí začít znovu v poválečném světě, vytvořit novou epochu pokroku a míru šla ruku v ruce s rozvojem civilizace a jeho technických vymožeností: aerodynamiky, automobilismu, masové výroby, ale také s rozvojem emancipace a nových nároků na vzdělání. K novému životnímu stylu patřil sport a cestování stejně jako nový přístup ke zdraví, hygieně i bydlení. Ve jménu moderního se měnilo všechno staré

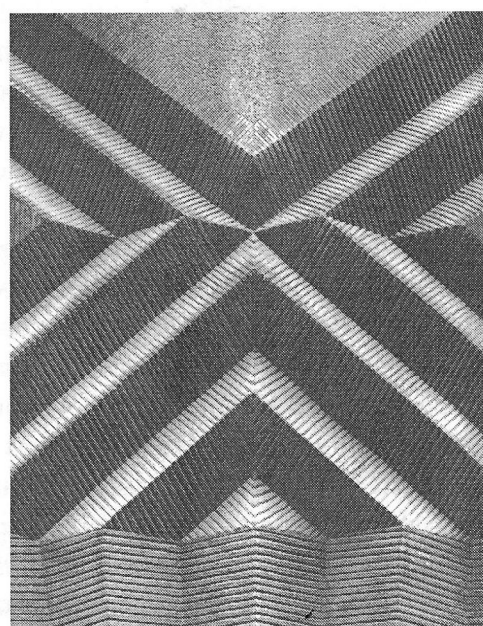


Kubismus dostal zajímavou podobu v české architektuře. Dům DĀMANT (nároží Lazarské a Spálené ulice v Praze 1) prozrazuje inspiraci krystalickými formami, které nahradily vláčný ornament předcházející secese. Vstupní portál ze Spálené ulice i detail pilastru dokumentují změnu estetického názoru, nástup nového stylu.

(Architekt Emil Králíček 1912-1913)



Kameninová dóza navržená architektem Pavlem Janákem v r. 1911 předznamenává nový umělecký směr – kubismus.



Detail pilastru



Odpolední kostým v čistých geometrických liniích je výrazem moderního, funkčně pojatého odívání emancipované ženy. Jean Patou 1927.

a přežité. Vznikaly nové umělecké směry, které (každý svým specifickým způsobem) reagovaly na novou, poválečnou proměnu světa. Nikdy předtím nebyl svět tak úzce propojen, nikdy předtím nevznikl tak výrazně **internacionální životní styl**. Díky technickým vymoženostem se miliony lidí dívaly na stejné filmy, poslouchaly z rádia stejnou moderní hudbu, tančily při džezové hudbě stejné tance, vyznávaly stejné idoly i módu, obklopovaly se stejnými typy masově vyráběných předmětů.

Emancipace, kterou uspíšila 1. světová válka, našla svůj výraz v moderním ženském odívání. Nový životní styl žen a dívek, které se stávaly postupně ekonomicky nezávislé, odhalil nepraktičnost dlouhých sukní, nepohodlnost korzetů a složitých účesů. **Moderní šatník** se oprostil od všech zbytečných dekorativních součástí a ozdob, zredukoval skladbu ženského oděvu na minimum. Výrazem racionality a funkčnosti se staly šaty zjednodušené na nezákladnější tubovitou formu. Poprvé v předlouhé historii odívání se sukně zkrátila ke kolenům. A rovněž poprvé se ženy vědomě zbavily „přítěže“ dlouhých vlasů – této odvěké ozdoby a symbolu ženství. Ideálem se stala moderní dívka, která svoji rovnoprávnost a sebevědomí dávala najevo svým funkčním oděvem i svými aktivitami. K nim patřil sport a automobilismus stejně jako džez a moderní tance.

Haute couture (čti ót kutýr) - špičková módní tvorba – se nové společenské pozici žen přizpůsobila. Gabrielle Chanel např. oblékla ženy do pohodlných navzájem kombinovatelných kompletů. Položila tím základy moderního šatníku, v němž nechyběly kalhoty, praktické a měkké úplety ani bižuterie. Pro společenské příležitosti vymyslela „malé černé“ šaty. Staly se symbolem vždy elegantně a dobře oblečené moderní ženy. Coco Chanel byla jedním z prvních tvůrců francouzské haute couture, která pochopila význam konfekční výroby a začala s ní spolupracovat. Její návrhy realizované hromadnou výrobou pomáhaly vytvořit **styl emancipovaných žen** meziválečného období.

Zájem o předměty denní potřeby, jejichž počet vzrůstal hromadnou průmyslovou výrobou nebývalou měrou, spolu s trvalým zájmem umělců o pozvednutí kultury širokých vrstev vedl i v našich zemích ke vzniku dalšího uskupení.

III.3.1 Svaz českého díla

Byl založen z popudu architekta Jana Kotěry v r. 1914 a obnovený v roce 1920 pod názvem **Svaz československého díla**. Sehrál významnou úlohu při tvorbě moderního meziválečného designu. (Trval do r. 1948, kdy byl sloučen s Ústředím lidové a umělecké výroby). Stanovy zdůrazňovaly snahu po „*zusušlechtění všech oborů řemeslné i tovární výroby za součinnosti umění, průmyslu a řemesel.*“ V tomto smyslu bychom mohli vidět ve Svazu pouhé pokračování předcházejících uskupení. Na rozdíl od nich však byl jasně formulován také **požadavek kvalitního standardního výrobku jako nositele hmotné kultury**.

„Svaz (...) je toho názoru, že zvýšení všeobecné životní úrovně se dosáhne především zvýšením úrovně širokých vrstev. Chce proto soustředit svou snahu na praktickou propagaci novodobých názorů v těchto vrstvách a na výrobu standardních a jakostních výrobků denní potřeby.“ V tomto smyslu vy-

tvoril podmínky pro nástup moderního, kvalitního designu průmyslově vyráběných předmětů nejširší spotřeby. Poprvé také ve svých stanovách zdůrazňuje nutnost spolupráce výtvarného umělce s průmyslem: „(Svaz) pokládá za nebezpečné vyhybat se nepopíratelným skutečností dnešního vývoje průmyslové výroby, neboť nedbání jich mělo za následek vyřazení výtvarníků ze spolupráce na tomto poli lidské činnosti k jejich vlastní škodě a také ke škodě průmyslové výroby.“

Ve stejné době řešili stejné problémy umělci i v jiných zemích. Hledání nových forem i možností architektury a užité tvorby v meziválečném období výrazně ovlivnil Bauhaus.

III.3.2 Bauhaus

„Založme nový cech řemeslníků bez třídního dělení, které tvoří nadutou hráz mezi řemeslníkem a umělcem.“

Walter Gropius 1919



Plakát navržený studentem Joost Schmidtem pro výstavu Bauhausu 1923

Bauhaus - nejvlivnější umělecká škola architektury a užité tvorby 20. století byla státní umělecká škola, kterou v r. 1919 založil v německém Výmaru významný architekt Walter Gropius. Bauhausu šlo o reformu uměleckých škol a ve spojitosti s ní i o prolínání uměleckých disciplín. I když bylo sídlem školy Německo, BAUHAUS představoval **mezinárodní hnutí**, které ovlivnilo tvorbu v evropských zemích i v USA a jehož myšlenky byly realizovány i po zániku samotného Bauhausu.

V pedagogickém sboru se postupně shromáždili významné umělecké osobnosti (např. Johannes Itten, Paul Klee, Vasilij Kandinský a další). Ve srovnání s tehdejšími výtvarnými akademiemi představovaly metody výuky zcela moderní formu úzkého spojení řemesla a umění, teorie a praxe. Studenti Bauhausu tak byli teoreticky i prakticky výborně vybaveni pro práci s různými materiály, (zde se např. poprvé experimentovalo s konstrukcí nábytku z ocelových trubek, který se stal od poloviny 20. let novým typem nábytku). I další úspěšné návrhy vzešlé z Bauhausu ovlivnily meziválečnou produkci. Výuka cíleně směřovala k uměleckým návrhům využitelným v sériové výrobě. Manifest Bauhausu jasně formuloval nový přístup k tvorbě: „*Chceme vytvořit čistou, organickou architekturu, jejíž vnitřní logika bude zářivá a prostá, nezátížená pozlátky a podvůdky; chceme architekturu přizpůsobenou našemu věku strojů, rozhlasu a rychlých automobilů, architekturu, jejíž funkce je jasně rozpoznatelná z jejich tvarů.*“

Nešlo jen o architekturu, která vyjadřovala v jasných čistých liniích a plochách snad nejvýrazněji „ducha moderní doby“. **Důraz na konstrukci, logickou funkci předmětů, jednoduchost a srozumitelnost tvaru, který nechá plně vyznít materiálu** – to byly zásady formující celou širokou oblast užité tvorby. Proto řada artefaktů z Bauhausu neztratila nic ze svých estetických kvalit ani po řadu desetiletí.

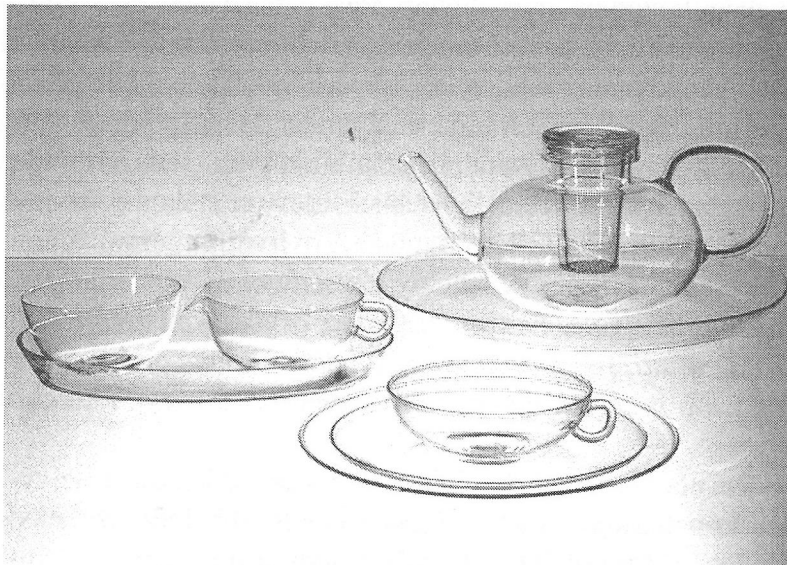
Moderní metody výuky i internacionální obsazení profesorského sboru naráželo na nepochopení reakčních kruhů. Bauhaus se z Výmaru přestěhoval 1926 do nové budovy navržené W. Gropiem do města Dessau, později do Berlína. I přes nepopíratelné úspěchy Bauhaus jako instituce přestal existovat v r. 1933. Škola byla nacisty obviněna z kosmopolitismu a „nedostatečného němečtví“ a uzavřena. Principy Bauhausu však žily: přejímala je jiná uskupení, realizovali je absolventi ve své



Červené a modré křeslo – Gerrit Rietveld 1917



Stolní lampa vyrobená v dílnách Bauhausu v r. 1924 (autor Wilhelm Wagenfeld) patří k těm dokonalým výrobkům, jejichž design je nadčasový



Čajový servis ze skla navržený v Bauhausu pro sklárnu v Jeně je svým jednoduchým a elegantním řešením stále moderní. Autor Wilhelm Wagenfeld 1930.

další designerské práci. Ovlivnily produkci kvalitního funkcionalistického designu předmětů denní potřeby 20. století.

Z podobných tvůrčích principů jako Bauhaus vycházelo i nizozemské sdružení malířů, architektů a návrhářů „De Stijl“ (Styl). I oni redukovali tvar na základní formu, používali geometrické plochy čistých základních barev v kompozici z vertikál a horizontál., tak jak známe z obrazů Pieta Mondriana - významného člena této skupiny. Stejné principy uplatňovali i v užitém umění.

III.3.3 ART DECO

„Jednoduchost forem v současnosti kontrastuje s bohatostí materiálů. Moderní jednoduchost je bohatá a luxusní.“ Aldous Huxley 1930

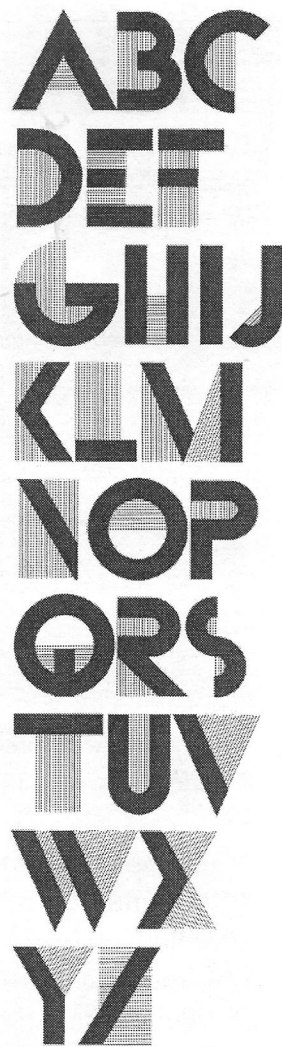
Nové směry avantgardního umění se staly internacionální (bez ohledu na varianty v jednotlivých zemích). Vyplývaly z nového životního postoje v poválečné Evropě, z myšlenkového kvasu, z mimořádného pokroku techniky, která spojila i vzdálené země. Stoupající výzam masové průmyslové výroby, rozvoj nových technologií, nové ekonomické a společenské podmínky - to vše se promítlo i do nových nároků na charakter spotřebních předmětů. **Účelová funkce předmětů se stala prioritní, spolu s ní vzrůstaly nároky na estetickou hodnotu výrobků.** Potvrdila to první velká mezinárodní výstava v Paříži v roce 1925 - „Exposition des Arts Décoratifs et Industriels Modernes“. Zkrácený název se stal později označením stylu ART DECO.

Výstava shrnula snahy jednotlivých zemí o vytvoření nového, moderního stylu tzv. uměleckého průmyslu. „Sloh rodí se z kolektivní práce a tou je dnes strojní práce tovární“ - napsal Karel Teige ve studii „O uměleckém průmyslu a průmyslovém umění“. Akceptování strojové, průmyslové výroby jako pozitivní a jediné výrobní formy, která je schopna pokrýt stále stoupající společenskou spotřebu, bylo významným krokem vpřed - směrem k novému pohledu na design užitě tvorby.

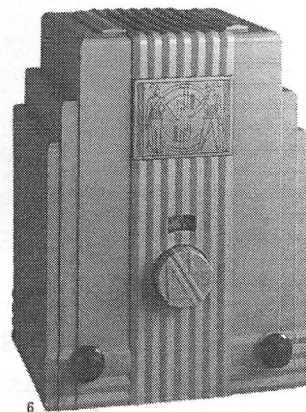
Art deco nebyl homogenním stylem. Kombinoval různorodé inspirační zdroje a představoval spíše nežli stylovou jednotu nové tendence v užitkové tvorbě meziválečného období. Avantgardní umění včetně kubismu, fauvismu, konstruktivismu, funkcionalismu nabídlo užitě tvorbě nové, zjednodušené tvary, nové materiály i nové barevné kombinace. **Art deco se stal internacionálním stylem těsně spojeným s průmyslovou výrobou.** Okouzlení technickými možnostmi nové doby, novými způsoby komunikace a dopravy (telefon, film, automobily, zaoceánské lodě, letadla, výškové stavby atd.) změnilo názor na stroj. Stroj se stal symbolem nových možností člověka-symbolem moderní doby. Technické motivy i materiály přebírané ze světa strojů (např. kajutová okna v architektuře, materiály jako nikl a chrom v nábytku), jsou rovněž jedním z charakteristických rysů art deco.

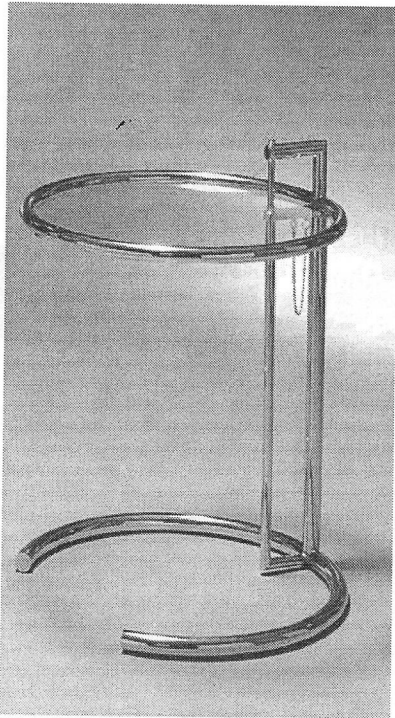
Design předmětů denní potřeby dosáhl v období art deco vysoké úrovně. Estetické hodnoty byly zakotveny přímo v tvarovém řešení výrobku. Průmyslová výroba vedená hledisky ekonomiky a standardizace podpořila účelnost a jednoduchost geometrických tvarů. Důraz na konstrukci tvaru šel ruku v ruce s požadavky snadné údržby a hygieny, snadné ovladatelnosti, u nábytku např. lehkosti a vzdušnosti. Krása předmětu pramenila z dokonalosti proporcí, z ušlechtilého materiálu, z kvalitního zpracování.

Art deco dostal v průmyslově nejrozvinutější zemi - v USA - osobitý výraz. Radio firmy Air-King Products v New Yorku využilo k výrobě krytu novou umělou hmotu-bakelit. Tvar radia prozrazuje okouzlení moderní architekturou mrakodrapů. 1930-33

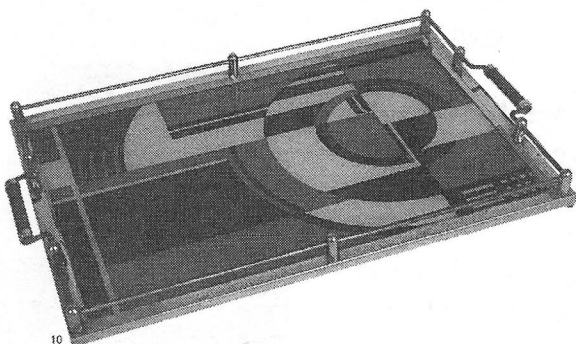


Vizuálně zajímavé písmo ve stylu Art deco s výrazně zjednodušenými tvary písmen. Druh písma BIFUR navrhl umělecký tvůrce plakátů A. M. Cassandre (1929).





Irská architektka Eileen Grayová patřila v meziválečné době k průkopnicím moderního designu. Její nábytek z ocelových trubek je dnes klasikou, uznávanou a často napodobovanou. Servírovací stůlek E 1027 z r. 1927 z chromové trubky se skleněnou posuvnou deskou je dnes součástí stálé sbírky designu Muzea moderního umění v New Yorku.



Podnos „Jazz Modern“ z pochromovaného kovu a skla s výrazným geometrickým vzorem je typickou ukázkou moderní sériové americké produkce určené široké vrstvě spotřebitelů. (1934).

Není divu, že právě tato doba položila základy moderního průmyslového designu a stává se často inspirací i pro současné návrháře.

Funkcionalismus v architektuře, prezentovaný na světové výstavě francouzským pavilónem „L'Esprit nouveau“ (Le Corbusier) znamenal převrat v pojetí obytného interiéru. Asketická krása byla výsledkem jasných geometrických linií, prostorových vztahů, prosvětlení a provzdušnění domu i jeho otevření do přírody. Tato „manifestace“ účelnosti se stala symbolem moderní doby. Materiálová a výrobní dokonalost byla předpokladem i cílem průmyslově vyráběných předmětů.

Nové materiály ovlivnily tvorbu nábytku, a tím i vzhled interiéru. Základem konstrukce se stala niklovaná ocelová trubka. Od poloviny 20. let společnost Thonet přešla k výrobě ocelového nábytku podle prototypu Marcela Breuera, absolventa Bauhausu.

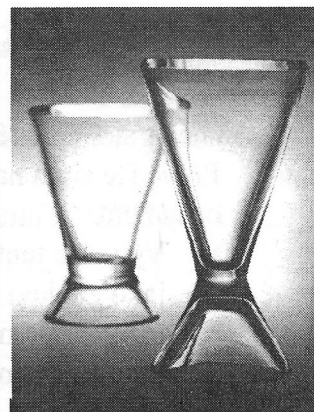
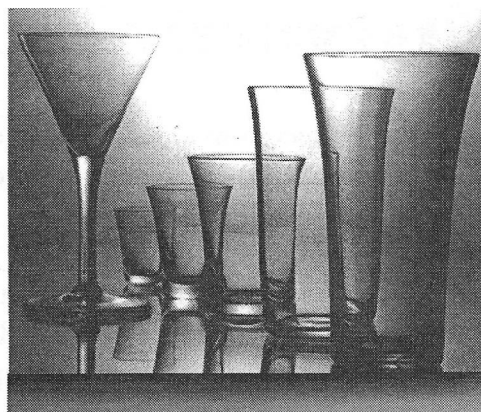
Rozvoj průmyslové výroby a s ním i stále větší konkurence na trhu předmětů pomáhala uskutečnit to, oč předcházející desetiletí usilovaly umělecké skupiny a jejich programy: **spojení výtvarníka s výrobou**. Intenzivní umělecký ruch meziválečného období i nové myšlenkové proudy formulované v manifestech a programových vyjádřeních umělců nemohly zůstat bez odezvy na oblast užité tvorby. Průmyslová výroba si musela vytvořit svou vlastní výtvarnou estetiku - své vlastní „tvarosloví“ užitných předmětů. Postupně se ukázala jako zásadní **úloha designu**, který „vyrobí předměty denní spotřeby ekonomické, trvalé, pohodlné a vhodné pro každého“. Pragmatický požadavek prodejnosti výrobku se postupně spojoval s hlubším pochopením designu pro potřeby společnosti, s pochopením významu kvalitního standardního výrobku sériové produkce. Předválečná kapitola designu vytvořila velmi solidní základnu pro rozvoj moderního designu 2. poloviny 20. století.



Židle z niklovaných ocelových trubek v kombinaci s překližkou patřily k trvalým modelům firmy Thonet.



Židle „Brno“ z oceli a kůže (1930). Významný architekt Ludwig Mies van der Rohe (poslední ředitel Bauhausu) navrhl pro brněnského obchodníka s textilem Tugendhata vilu ve funkcionalistickém stylu. Unikátní projekt zahrnoval i návrhy zařízení jednotlivých částí interiéru.



Nápojové soubory Ludviky Smrčkové vytvořené pro Krásnou jizbu v meziválečném období (1927 a 1935) předznamenávají moderní poválečnou tvorbu. Jednoduché až asketické tvarové řešení nechá vyniknout kráse čirého a topasového skla.



Propagace masově vyráběných předmětů pro široký

Ideální v z d u š n é polopunčošky pro letní dny. Z matného pracího hedvábí, vkusně síťované. Jsou neobyčejně oblíbené, poněvadž při nošení nepotřebujete podvazků.

Rata

KČ 9

okruh spotřebitelů se stala nutnou součástí podnikatelské strategie.

Obuvnická a gumárenská firma Tomáše Bati ve Zlíně měla vlastní reklamní oddělení, od poloviny 30. let i vlastní filmové ateliéry. Baťa využil k propagaci výrobků tehdy nejmodernější prostředek masové komunikace – film.



„Eva - časopis moderní ženy“ se stal symbolem nového životního stylu meziválečné generace českých žen. Hodnotu časopisu dotvářela i grafická úprava významných výtvarníků. (Obálka Františka Tichého, 1934)

III.4 K tvorbě a k zamyšlení

1. Vyberte si z bohaté literatury o secesním umění secesní ornament (nebo jeho část).
Převeďte si ho na obrazovku počítače a pracujte s tímto motivem tak, že z něj vytvoříte pásový ornament.
 - a) Vytvořte tento ornament v černobílém provedení, jako by byl součástí užité grafiky (např. jako záhlaví nebo konec kapitoly, jako ozdobná ražba na obálce knihy apod.)
 - b) Proveďte tento ornament v barevném řešení jako dekorativní zakončení užitého předmětu (např. textilního prostírání, talíře, skleněné vázy apod.)
2. Sestavte „vzorník“ textilních materiálů různých technik a dekorů (odstřižky ve velikosti např. 5x10 cm). Roztřídte je podle typu dekoru: geometrického, rostlinného (florálního), živočišného (zoomorfního), předmětného. Dovedli byste určit, jakou technologií dekor vznikl? (např. tkaním, tiskem, strojovou výšivkou apod.)
3. Vytvořte návrh na geometrické řešení neuzavřené plochy (tapeta, dekorační textilie, šatovka). K vytvoření geometrického motivu použijte 1-2 barevné papíry (např. na kopírování-mají širokou škálu barev). Návrhy na geometrický motiv vytvořte dělením geometrických tvarů (čtverec, obdélník, kruh) a novým uspořádáním jejich částí (převrácení tvaru, vysouvání apod.) Využijte pozitivní i negativní tvary. Z množství variant vyberte jednu a definitivní návrh proveďte v měřítku 1:1 (nalepte na čtvrtku velikosti A4, A5 podle toho, zda jde o dekorační textilií, tapetu nebo šatovku).
4. Vytvořte návrh na dekorativní řešení uzavřené plochy (např. šátek, prosírání, ubrus a pod.) s použitím florálního nebo zoomorfního motivu. Vyberte si z obrazových publikací nebo z internetu barevnou reprodukci určité rostliny nebo její části (květ, listy, plody), nebo zvíře, ptáka, rybu, brouka. Uvažujte, co lze použít jako výtvarný motiv (list, detail peří, srst apod.). Stylizujte (zjednodušte) zvolenou část tak, aby se dala použít jako dekorační motiv.
 - a) Vytvořte návrh na barevné řešení motivu za použití 2 maximálně 3 barev. Barevné řešení by nemělo odpovídat realitě ale výtvarnému záměru.
 - b) Sestavte z motivu dekor uzavřené plochy. Záleží na vás, zda se bude dekor rozvíjet ve středu plochy, na jejím okraji nebo v rozích.
5.
 - a) Vytvořte si kolektivní výstavku o proměnách architektury od počátku 20. století do současnosti. Využijte publikace, dobové pohlednice, internet i vlastní fotografie.
 - b) Uspořádejte řízenou diskusi o moderní architektuře. Zaměřte se na změny v pojetí interiéru i exteriéru obytných i veřejných budov.
6. Vyberte si k hlubšímu studiu jeden z oborů užité tvorby (sklo, keramika, textil, nábytek, šperk, oděv apod.) Napište úvahu o tom, co vás z tohoto oboru nejvíce oslovilo, zaujalo (jaká osobnost, skupina, sdružení, program nebo významný tvůrčí počín...). Dokumentujte text odpovídajícím výtvarným materiálem.

IV DESIGN – FENOMÉN MODERNÍ DOBY

„Na designu dnes závisí všechno. (. . .) Pro nás má význam jako most mezi technologií a uměním, myšlenkou a jejím vyjádřením, mezi světy kultury a obchodu.“

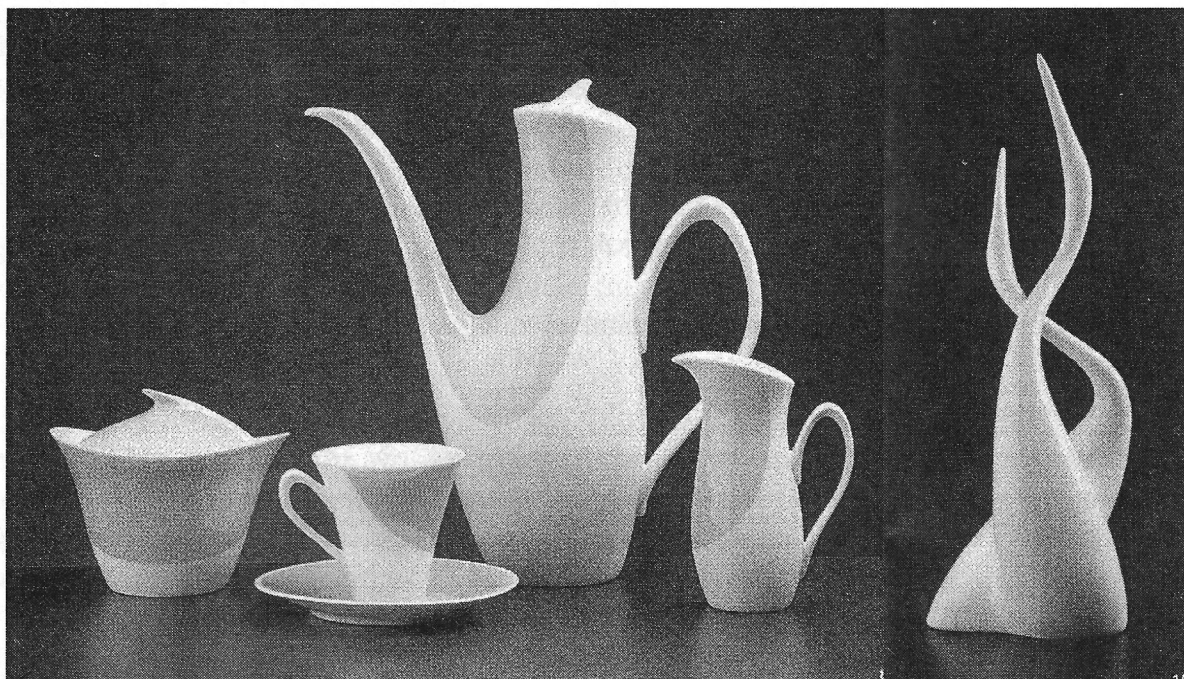
Stuart MacDonald (*Design Trend* 23/2005 str. 109)

IV.1 Zrození designerů

„Design je způsob myšlení a strukturování výrobku tak, že jej vnímáme jako jeden celek s vysokými funkčními a kvalitativními parametry.“

Karel Kobosil – ředitel Design centra ČR

Druhá světová válka přinesla hluboké civilizační proměny. Poválečná hospodářská obnova zemí zasažených válkou podnítila neobyčejný růst hromadné výroby. Technický pokrok a rozvoj vědy (např. využití atomové energie, lety do vesmíru, objev molekulární struktury DNA apod.) šel ruku v ruce s novým životním stylem, k němuž patřila nejen rychlá výstavba, ale i domácnosti vybavené stále četnějšími spotřebiči: pračkami, ledničkami, kuchyňskými „roboty“, televizory a magnetofony počínaje a automobily konče. Výtvarný návrh průmyslově vyráběných předmětů a jejich úspěch na trhu se stále výrazněji prosazoval jako „spojené nádoby“. Význam **spolupráce průmyslu s výtvarníky** – designery vzrůstal. V Anglii již v r. 1944, na samém konci války, byl z podnětu W. Churchilla založen Design Centre a vládní Rada designu Design Council. V poválečné Evropě vznikaly v jednotlivých státech Design centra, které měly (a dodnes mají) za úkol spolupráci průmyslových podniků s výtvarníky, péči o uplatňování designu ve výrobě.



Jaroslav Ježek patří k úspěšným výtvarníkům karlovarského porcelánového průmyslu. Vlevo: Jeho soubory m. j. reprezentovaly ČSR na světové výstavě EXPO 1958 v Bruselu. Vpravo: Průmyslově vyráběná porcelánová plastika „Volavky“ reagovala osobitým způsobem na tehdy avantgardní tvary volného umění (vystavená na XII. Trienále v Miláně 1960).

Nejen výrobci v západních zemích, kteří byli nuceni čelit dnes a denně tvrdé konkurenci, ale i **státní podniky v tehdejší Československé republice** si postupně uvědomovaly přínos výtvarného oddělení pro kvalitní a esteticky zajímavé (tedy i na zahraničních trzích dobře prodejné) výrobky.

Tradiční výtvarných umělců, kteří spolupracovali s průmyslem již před 2. světovou válkou, se mohla v nových podmínkách rozvinout naplno. Významné podniky (např. automobilové závody, sklárny, porcelánky, textilní závody apod.) zaměstnávaly výtvarníky přímo ve výrobě. **Profesionální výtvarníci** byli na tuto funkci výborně připraveni díky mnohaleté tradici odborného uměleckého školství. Absolventi Vysoké školy uměleckoprůmyslové i absolventi středních uměleckoprůmyslových škol specializovaných na jednotlivé obory umělecké činnosti se podíleli na vysoké úrovni výrobků především lehkého průmyslu a jejich zásluhou získaly některé obory přímo světové renomé (např. moderní české sklo a porcelán, bižuterie, apod.). Řada renomovaných výtvarných umělců vedle vlastní umělecké produkce paralelně spolupracovala s výrobou, zasedala ve výtvarných radách podniků, v soutěžních komisích. Nově vzniklé instituce, jako byl např. Ústav bytové a oděvní kultury (ÚBOK) nebo Ústřední lidové umělecké výroby (ÚLUV), představovaly všestrannou teoretickou a odborně inovační základnu pro lehký průmysl (ÚBOK) i pro tradiční umělecko řemeslnou výrobu a její rozvoj v nových společenských a kulturních podmínkách (ÚLUV).

Funkce a technické požadavky průmyslové hromadné výroby byly až do 60. let rozhodující pro formu průmyslového produktu. Od toho se odvíjela i práce tzv. průmyslového výtvarníka. Se změnou společnosti, která prodělávala hospodářský vzestup a rozvíjela se stále směrem k větší demokracii, k posílení individuálních potřeb i vkusových preferencí, se **změnil i pohled na design a jeho funkce**.

Je design pouze módním slovem, nebo nutností?

Desing (čti dizajn) etymologicky pochází z italského *disegno*, což od dob renesance označovalo návrh, nápad, ideu, první kresbu - tedy něco, co je základem jakékoli realizace. Podle toho byl v 16. století v Anglii používán pojem *design* jako první kresebný návrh uměleckého díla, později i předmětu užitého umění. V angličtině může slovo design označovat záměr, návrh, ale také činnost: navrhování, projektování. To samo již napovídá šíři i tvůrčí náboj aktivit, které se pod toto - dnes tak frekventované - slovo dají zařadit. **Design v současnosti** se neomezuje pouze na řešení hmotných výrobků, jak tomu bylo v minulosti. V průběhu druhé poloviny 20. století si design vytvořil svoji **vlastní profesionální identitu**. Dnes je neoddelitelný od společenských a kulturních vztahů v prostředí, které nás obklopuje.

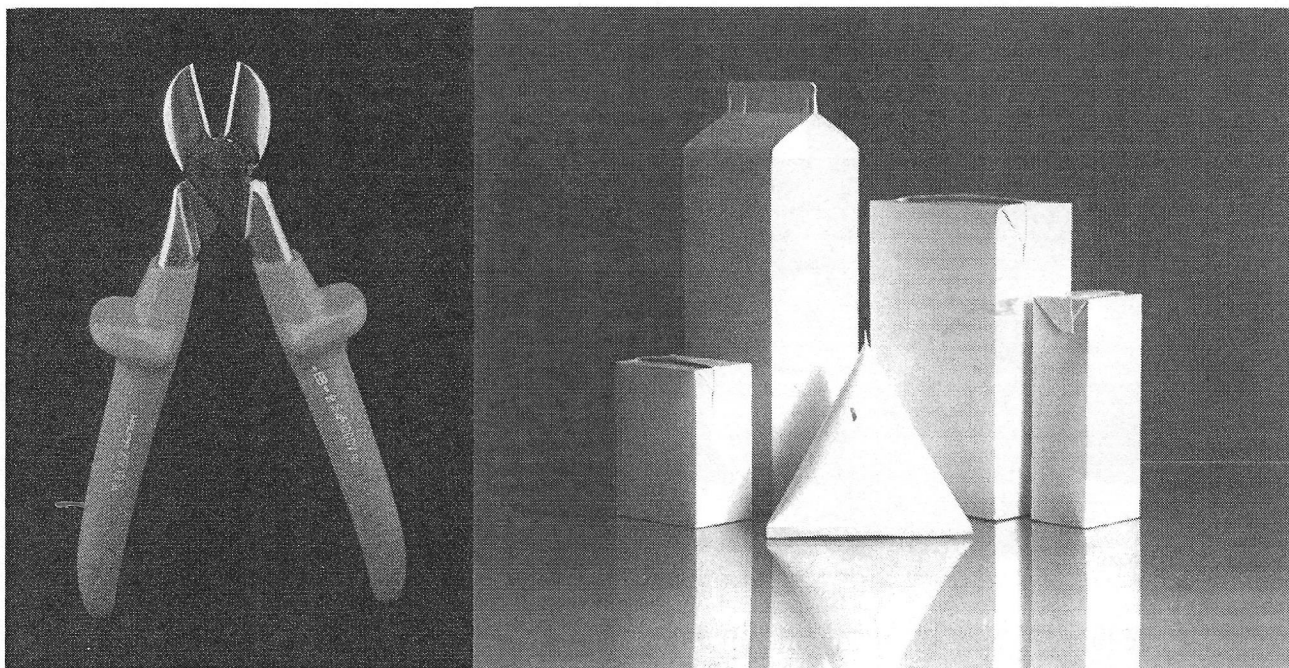
Design se dnes rozvíjí především ve třech oblastech:

1. design předmětných výrobků a jejich balení
2. vizuální komunikace
3. životní prostředí (intimní prostředí domova, veřejné prostředí, prostředí provozů a firem apod.)

Průmyslovým designem je dnes myšlena průmyslová sériová výroba všech předmětů a zařízení, ať jsou z kovu, dřeva, plastů, skla či porcelánu nebo textilií, bez ohledu na to, zda jsou výrobními prostředky či předměty denního užívání, zda jsou stroji, přístroji či nástroji. **Design výrobek individualizuje** – dává mu nenapodobitelný (a z právního hlediska i nekopírovatelný) charakter. A to je také většinou to jediné, co je schopen zákazník při výběru předmětů (technicky více méně stejných) posoudit. Design tedy dává výrobku neopakovatelnou „identitu“ mezi jinými výrobky na trhu. Kvalitní design tím zároveň zajišťuje ekonomickou prosperitu firmy – zvyšuje prestiž její firemní značky, spoluvytváří „image“ výrobního programu firmy. Síla designu působí v jeho opakovatelnosti - masovosti v průmyslové výrobě.

S poznáním, že design neplní pouze funkce technické, ale také estetické, symbolické a komunikační, se postupně měnila i **funkce výtvarníka – designera**. Tomu ke kvalitní práci nestačí pouze

znalosti technologické a čistě výtvarné, ale stále častěji pracuje i s metodami jiných oborů: psychologie, sémiotiky, teorie komunikace apod. Designer už není „trpěným“ členem pracovního týmu, ale naopak jeho **vůdčí osobností**. Průmyslová výroba je na kvalitním designu výrobku závislá stejně jako na jeho technických parametrech. Ty jsou ostatně v pokročilých průmyslových společnostech téměř stejné (viz např. světová produkce osobních automobilů, elektrospotřebičů, apod.). Design je často rozhodujícím důvodem k nákupu a podmínkou obchodního úspěchu. Nelze opomíjet ani pracovní prostředí, které je specifickou oblastí designu a jehož dobré uspořádání a správné řešení provozu pozitivně ovlivňuje produktivitu práce, bezpečnost provozu i psychické uspokojení pracovníků. Samostatnou oblastí designu se stalo tvarování strojů a nástrojů. Jejich řešení jde ruku v ruce s bezpečností práce, ergonomií.



Vlevo: Nejen složité stroje a přístroje jsou v centru pozornosti designerů. I „obyčejné“ kleště nám svým dobrým řešením zajišťují bezpečnou manipulaci a chrání ruce před otlacením. Tyto kleště splňují také standardy bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (jistí pracovníka proti úrazu elektrickým proudem o napětí až 1000 V).

Vpravo: Obaly firmy Tetra Pak z recyklovatelného materiálu - papíru. Jsou lehké, dají se dobře přepravovat i skladovat: např. tisíc litrů mléka (obal tvaru cihly) zabere pouze 1,3 kubického metru skladovacího prostoru. V lahvích by to bylo čtyřikrát více. (Design Trend 6/1994)

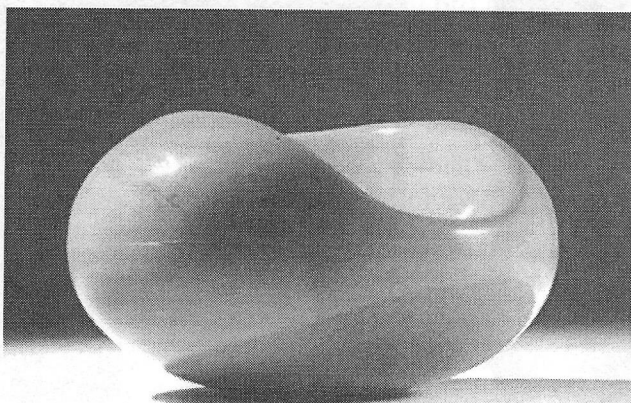
„Styling“ v americkém průmyslovém designu postavil do popředí marketingový aspekt designu a zdůraznil roli atraktivního obalu. S rostoucí konkurencí na mezinárodním trhu je to často právě obal, který upozorní na zboží v přeplněných regálech supermarketů. **Obalový design tvoří dnes důležitou specializaci designu.** Řeší nejen atraktivitu obalu, ale i jeho další významné vlastnosti z hlediska hygieny, dobré přepravnosti, úspory místa při skladování, možnosti recyklace.

To, o co usilovaly generace umělců od konce 19. století (viz kapitola III.), expandující výroba druhé poloviny 20. století realizovala v nebývalém měřítku. Hranice mezi uměním a průmyslem byla smazána novými možnostmi technického rozvoje i novými estetickými ideály, novým životním stylem spotřební společnosti. Nestalo se tak naráz, ale postupným vývojem, jehož významné momenty určovaly podoby užité tvorby moderní a postmoderní společnosti od poloviny 20. století do současnosti.

IV.2 Plastické hmoty - plastický životní styl

Vedle tradičních materiálů s dlouhou historií, na níž bylo možné navázat (i když v nově organizované výrobě a s novými estetickými nároky), přineslo poválečné období **nové materiály: plastické hmoty**. Jejich levná výroba, bohatá škála barev a do té doby neuvěřitelná možnost nejrůznějšího tvarování z nich rázem udělala materiál číslo 1.

Plastické hmoty byly pro strojní výrobu jako stvořené: daly se tvarovat strojním lisem, forma jim dala jakýkoliv tvar, který právě vyžadovala móda, různá barevnost se stala rozlišujícím prvkem masově vyráběných sérií. Nebyly závislé na přírodních zdrojích, těžbě a přepravě přírodního materiálu. Pro spotřebitele znamenaly umělé hmoty barevnou proměnu interiérů i šatníků, tvarové oživení předmětů denní potřeby, jejich cenovou dostupnost i jejich snadnou údržbu. Co znamenaly plasty pro designery? Jasnou výzvu. Nové možnosti tvarování proměnily snad nejvýrazněji tvary sedacího nábytku.



Židle "Pastilli"- Eero Aarnio (Finsko 1967). Plastické hmoty umožnily do té doby nebývalé kulovité tvary sedacího nábytku. Ten byl určen do neformálně zařízeného interiéru především mladých lidí, kteří se v 60. letech stali významnou spotřebitelskou skupinou.

Plastické hmoty vedly k výraznému odlehčení nábytku. Někteří designeři tuto lehkost zdůrazňovali viditelnou konstrukcí útlých kovových nožek, na kterých byla posazena laminátová sedačka. Měkký umělohmotný molitan a nové elastické textilie z umělých vláken umožnily oblé tvary čalounění. Odlehčení i objemnějších těžších kusů nábytku (křesla, sedací soupravy, pohovky, "válendy") nebylo tedy jen optické, ale faktické.

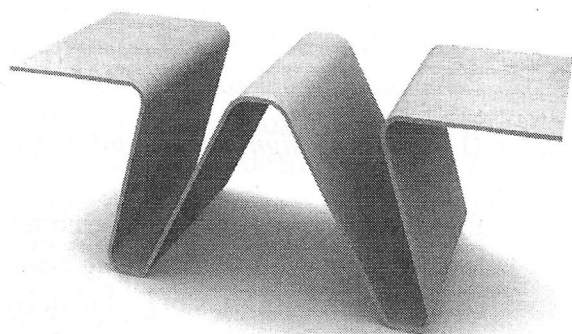


Křeslo jednoduchých účelných forem z lisovaného sklolaminátu na odlehčené kovové konstrukci.
George Nelson (USA) 1955.

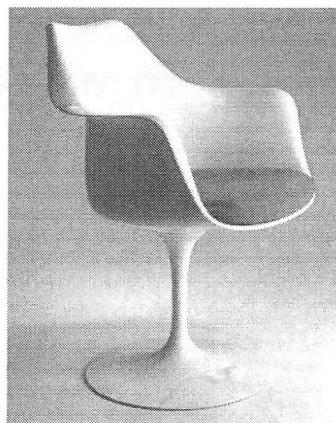
Odlehčené barevné plastové židle a stolky nepravidelného tvaru na kovových nožkách byly typické pro styl „Brusel“. První poválečná světová výstava – **EXPO 58** – se konala v Bruselu (1958) a přinesla mimo jiné i nové umělé materiály, novou barevnost a desén. Vzor nepravidelných geometrických ploch zářivých barev zdobil porcelán i stěny interiérů, tiskl se na textilie i koberce.

Skandinávské země šly poněkud jinou cestou. Jednoduchost tvaru a důraz na přírodní materiály symbolizoval partnerský vztah člověka k přírodě. Designeři dokázali tuto tradici úročit a integrovat do moderního interiéru. „**Skandinávský styl**“ je svým způsobem nadčasový. Jednota tvaru a funkce spolu s úctou k přirozené kráse přírodního materiálu je typická i pro současnou produkci (viz např. nábytek v IKEA).

per Swoboda



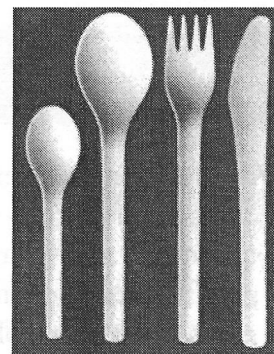
„*Styl, který není jen krásný, ale také se s ním dobře žije*“ – slogan tzv. Skandinávské moderny s důrazem na čisté linie a světlé dřevo neztratil ani v 21. století na přesvědčivosti. Polička na ukládání CD (r. 2002)



Židle „Tulip“ (1955) vytvořená finským designerem Saarinenem pro firmu Knoll se stala pro mnohé návrháře inspirací.

Každá ze skandinávských zemí však hledala i vlastní styl. Nechyběly ani úspěšné experimenty s uměle vytvořenými hmotami. Finský designer Eero Saarinen vytvořil v roce 1955 skořepinový tvar židle vylisovaný z jednoho kusu plastické hmoty. „**Organický design**“ oblých linií vycházel z nového přístupu designerů k lidskému tělu. Vztahem vhodnoti předmětu pro uživatele (v tomto případě pohodlná a zdravá poloha těla při sezení) se zabývá ergonomie. **Požadavky ergonomie** mohly být snadno, rychle a levně realizovány právě plastickou hmotou. E. Saarinen umístil židli oblých tvarů na jedinou nohu. Tímto řešením zredukoval „les nábytkových noh v obývacích místnostech“. Jednonohá židle patří k trvalým symbolům 60. let. Ovlivnila tvarování nábytku i v dalších desetiletích.

Plastické hmoty se prosadily na nejrůznějších místech a nahradily (ne vždy vhodným způsobem) dřevo, kov, sklo, porcelán, textil, kůži i kožehříšinu. Jejich levná výroba se promítla do vzniku předmětů „na jedno použití“. Např. plastové nádoby a příbory vycházejí z přesvědčení, že je řada zajímavějších činností nežli mytí nádobí. Ceněna je nahraditelnost, nikoliv trvanlivost předmětů. Tento významný posun v hodnocení věcí vychází z novodobé filozofie spotřeby vyjádřené pregnančně příkazem „Spotřebuj a zahod!“ (Toto heslo doby dovedl ad absurdum módní návrhář Paco Rabanne uvedením šatů z recyklovaného papíru na jedno použití.). Předměty na jedno použití vycházejí z životního stylu druhé poloviny 20. století: šetří čas i prostor. Jsou levné, hygienické, uniformní. Rychle se spotřebují, rychle odhodí – a koupí se nové. Tento přístup k výrobě a spotřebě má samozřejmě i své negativní stránky, na které upozorňovala již v 60. letech



Příbory z bílého plastu, autor David Mellor, 1969.

v USA řada ekonomů – nikoliv designerů. Kritika směřovala především k zbytečnému plýtvání materiálem. Dnes se k této vlně kritiky přidaly i otázky ekologické, např. problémy s odpadem a jeho likvidací, aktuální zvl. pro předměty ze syntetických materiálů. (Např. některé nadnárodní společnosti již nepoužívají reklamní a nákupní sáčky a tašky z plastu, ale vracejí se ke „klasickým“ materiálům: papír, textil). V současné době, kdy opojení z množství předmětů rychlé výroby i spotřeby opadlo, je jednou z hlavních tendencí navrhovat výrobky s dlouhodobější možností využití, nebo s možností snadné a levné recyklace jejich materiálu. V 60. letech minulého století však tyto otázky nebyly tak aktuální jako v 21. století.

IV.3 Design pro mladé

„Budoucností designu je svádění.“

Matthew Hilton (Londýn). *Design pro 21. století*. (str. 78)

Nabídka spotřebních předmětů se otevřela do nebyvalé šíře nejen pro dospělé spotřebitele, ale



Paco Rabanne – jeden z tehdy mladých módních tvůrců - šokoval svými experimenty. Místo tradičních materiálů používal recyklované suroviny, např. papír, aluminiové plíšky, plasty. Šaty na obr. připomínající středověké drátěné košile jsou sestaveny z barevných plastických výlisků. (1967)

také pro mládež. Prosperující **mladí lidé se stali zajímavou spotřebitelkou skupinou**, s níž od té doby zcela programově počítají výrobci i obchodníci. Nová generace se svými specifickými nároky na prožívání stále narůstajícího volného času (nejrůznější druhy sportovních aktivit, tanec a moderní hudba, cestování) vytvořila specifickou subkulturu diskoték, malých obchůdků s avantgardní módou - boutique (čti butyk), sportovních klubů, vyznavačů určitého hudebního stylu apod. .

Životní styl mladé generace poskytoval nové impulsy designerům, bez ohledu na to, zda určovali „image“ originálními předměty významných salónů a ateliérů, nebo pracovali pro sériovou výrobu. Mnoho spotřebních předmětů bylo navrženo a vyrobeno přímo pro mladé. Např. móda blue jeans spustila koncem 60. let lavinu jejich hromadné produkce nejrůznějších značek. I módní tvůrci haute couture museli vzít tuto „uniformu mladých“ na vědomí a snažit se o její nové a nové variance. Stejně jako v současnosti např. obliba nových druhů sportovních aktivit (jogging, jízda na snowboardu, skateboardu, kolečkových bruslích a pod.) podnítila prosperitu tvorby a výroby diferencovaných sportovních oděvů, obuvi a pomůcek.

Kult mládí vrcholil v 60. letech. Stal se určujícím směrem pro výrobu nových, módních předmětů, jejichž obliba začínala a končila spolu s rychlými módními proměnami. Co může být pro sériovou výrobu z ekonomického hlediska zajímavější? Koupí nových předmětů nediktovala již jejich prostá potřeba, ale módnost založená na neustálé novosti. Se změnou přístupu ke spotřebě se musel nutně změnit i přístup výtvarníků k na-

vrhovaným produktům. Více nežli výtvarník - technik byl nutný výtvarník s notnou dávkou fantazie i odvahou experimentovat.

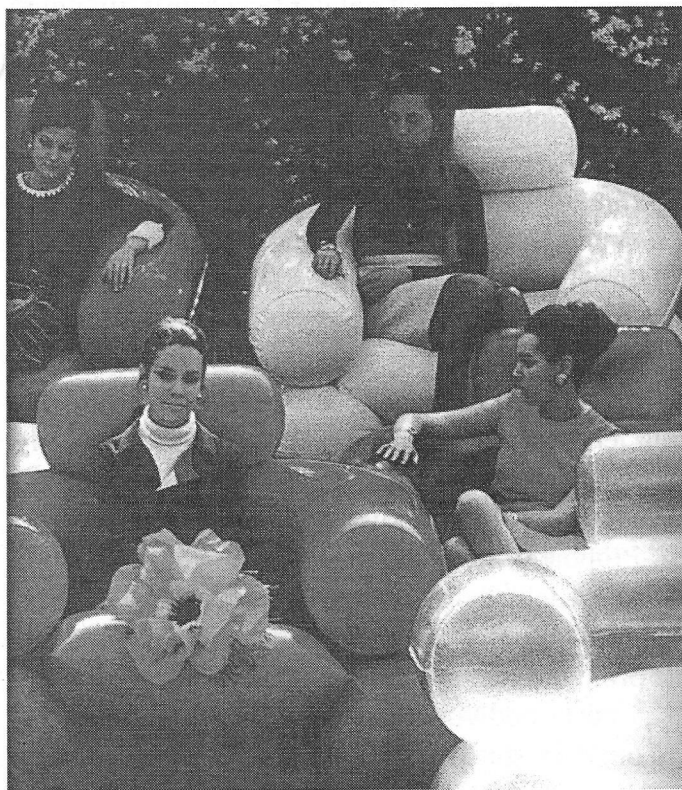
Design předmětů se už nezabýval pouze funkcí, hospodárností, spolehlivostí a trvalostí. Musel nutně počítat s módností, s něčím, co fascinuje i šokuje, ať je to vtíp, neobvyklé řešení, fantazie, pocit identity, pocit výlučnosti...

Na tuto novou společenskou situaci reagoval nejdříve a nejvýrazněji **oděv. Móda**, která má v oblasti odívání tradičně svoji doménu, proměnila šatník ve jménu mládí, novosti a neformálnosti. Zatímco dříve se dívky oblékaly podobně jako jejich o generaci starší matky, v 60. letech se naopak dospělé ženy snažily co nejvíce přiblížit oděvem svým dcerám – včetně minisukní, které se poprvé objevily v londýnském boutique návrhářky Mary Quantové (1965).

Kopírování „módy mladých“ (pojem, který byl dříve neznámý) nebylo samozřejmě vždy vhodné pro ostatní věkové kategorie. Nicméně **60. léta přinesla řadu impulzů, z nichž čerpají designeři dodnes**. Zatímco džíny se staly internacionálním oděvem bez ohledu na pohlaví, věk i sociální statut nositele a úspěšně přešly i do šatníku 21. století, řada módních trendů zcela přirozeně odezněla (např. styl „hippies“, styl „baby“) nebo se omezila pouze na skupiny stejně názorově orientovaných nositelů (např. „punk“ styl „skinheads“ apod.). Oděv přestal být výlučně nástrojem diktátu a společen-



André Courrèges (čti kuréž) vystihl snad nejlépe „ducha doby“. Pohodlnou nositelnost jeho modelů zajišťovalo jejich jednoduché funkční řešení. Často používal tvárný úplet jako „druhou kůži“, neformálnost zdůrazňovaly i praktické doplňky: kozačky a boty na nízkých podpatcích, malé úpletové čepice. (komplet z r. 1969)



První sériově vyráběný nafukovací nábytek se stal typickým produktem popkultury 60. let. Cílovou skupinou spotřebitelů byli mladí lidé, jak ukazuje reklama firmy Zanotta na nafukovací plastové křeslo Blow (Itálie 1968).

ské reprezentace. Stal se mnohem více výrazem identity nositele. Jeho postojů, jeho touhy se odlišit nebo naopak splynout s ostatními. Módní vývoj preferoval volně sestavitelné oblečení. To poskytuje mnohem větší prostor pro uplatnění individuálního vkusu i zájmů nositele, stejně jako podporuje neustálou obměnu jednotlivých součástí a doplňků.

Životní styl mládeže byl u většiny reakcí na „úspěšnou generaci otců“. Nešlo však pouze o generační výměnu názorů. Široké spotřebitelské vrstvy (bez ohledu na věk) žádaly nové, vizuálně zajímavé a neotřelé předměty. Takové, s nimiž by se ztotožnily, takové, které vyhovovaly jejich představě modernosti a módnosti. Ekonomie výroby to samozřejmě plně podporovala. Plastické hmoty umožňovaly okamžitý nápad rychle realizovat a rychle prodat.

IV.3.1 Konzumní kultura - Pop – art

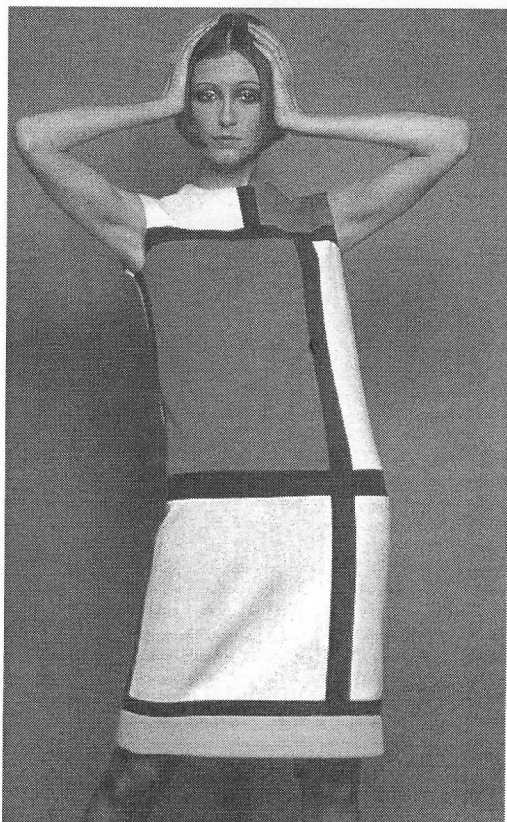
Konzumace spotřebních předmětů nejrůznějšího charakteru vyplývala z hospodářského rozmachu masové výroby i z demokratizačních procesů ve společnosti, kde jsou masově vyráběné předměty určeny masám spotřebitelů.

Konzumní způsob života, který nastartovala nejdříve průmyslově nejsilnější velmoc – USA, našel svůj umělecký výraz a později i oficiální označení v Pop – artu.

Pop - art

„Populární, prchavý, nakažlivý, levný, masový, mladý, vtipný, sexy, nápaditý, fascinující. A dobře prodejný.“

Richard Hamilton 1957



Šaty „Mondrian“ podle návrhu Yves Saint Laurenta (1965) zahájily éru prolínání módy a umění. Po vzoru velkého francouzského návrháře se na textilích objevily tisky z různých směrů moderního umění.

Pop – art (zkrácené označení pro populární-tj. lidové umění) vycházel z komerčního designu a kultury masových spotřebitelů poválečné doby, především z životního stylu 60. let. Tento široký umělecký směr zahrnuje značnou různorodost uměleckých stylů a forem. **Inspiroval se běžnými předměty i výjevy denního života, stejně jako masovými prostředky vizuální komunikace** (reklamou, plakáty, komiksy, televizní vizuální kulturou apod.) Pop-art byl reakcí ničím nezátížené mladé generace na životní styl „elitní“ vrstvy diktující vkus většině. Impulzy, které vycházely „z ulice“ (a někdy doslova – viz např. plakáty, filmové upoutávky, reklamy a značky zboží každodenní spotřeby) zpracovávali umělci i designeři (viz např. Andy Warhol a jeho obrazy plechovek s polévkou, Coca-Coly, Oldenburg a jeho obrovské umělohmotné hamburgery, nebo designeři – autoři pohovky ve tvaru baseballové rukavice). Propojení mezi tzv. „velkými“ tématy a banalitou „všedního dne“ bylo do té doby nevídané, stejně jako propojování různorodých žánrů. Inspirace světem umění a rychle proměnlivým světem módy a konzumu byla vzájemná a přinesla podivuhodné výsledky. Mnohé z těchto impulzů ožívá i v současné kultuře tzv. postmoderní doby.

IV.3.2 Op - art

Optické umění - zkráceně **Op - art** se stalo v polovině 60. let jedním z inspiračních zdrojů designu. V r. 1965 se konala velká výstava tohoto geometrického stylu v Muzeu moderního umění v New Yorku a od té doby tento **styl založený na optické iluzi pohybu** kontrastních barevných ploch a linií nezůstal uzavřen v galeriích. Op - art vyjadřoval rytmus doby, pohyb a jeho proměnlivost. Jako efektní desén se objevoval na textiliích, porcelánu, na produktech grafického designu i v interiéru veřejných budov. V současné době „ návratů do 60. let “ se opět stává aktuálním desénem zvl. textilií a oděvních doplňků.



IV.4 Nové funkce designu

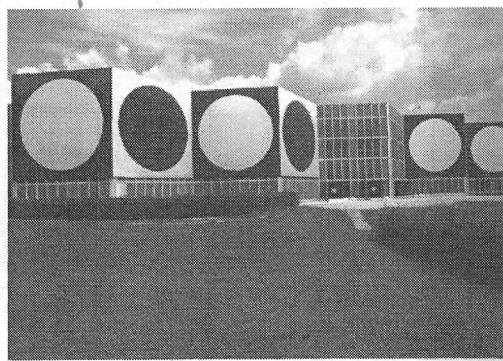
„Nyní se dá otázka *Co je design?* zodpovědět téměř stejně obtížně jako *Co je umění?*“

Thomas Hauffe. *Design* (str. 9)

Design se stal důležitým ekonomickým, společenským, kulturním i ekologickým fenoménem dneška. Jeho úloha vzrůstá v současné společnosti každým dnem. Nabírá nové a nové funkce, ve shodě s aktuálními otázkami současného světa. Mezi jeho základní hodnoty patří **zodpovědnost**, a tím i **řešení otázky trvale udržitelného rozvoje**. Konzumní životní styl a krátkodobá spotřeba -devalvace užitkového předmětu na úroveň spotřebního zboží, čerpání neobnovitelných přírodních zdrojů, devastace životního prostředí – to vše tvoří součást procesu, který dovedl rozvinutou civilizaci téměř na hranici existence. Energetická náročnost současného života nutí hledat nejen nové energetické zdroje, ale staví před designery nelehký úkol: hledat nové, energeticky úspornější řešení výrobků, aby byl docílen udržitelný rozvoj při konstantní spotřebě.

O významu designu pro společnost jako celek vypovídá i množství různých národních i celosvětových institucí, stejně jako regionálních spolků, hnutí a aktivit. Každý z nich zkoumá problematiku z jiného úhlu a předkládá řešení ze svých pozic. Zastřešující institucí v naší republice bylo až do roku 2008 **DESIGN CENTRUM ČR**. Tato vrcholná odborná instituce fungovala v mnoha směrech: byla poradním orgánem Ministerstva spotřebního průmyslu a obchodu ČR, vypisovala celostátní soutěže a její odborná rada udělovala certifikáty (Dobrý design, Vynikající výrobek roku apod.). Byla informačním i výstavním centrem, vydávala odborný časopis *Design Trend*, pořádala semináře, vzdělávací kurzy a programy. Spolupracovala nejen s designery v terénu, ale i se studenty. Pomáhala realizovat nejlepší projekty. Spolupracovala úzce s národními designerskými centry ostatních zemí, měla své zástupce v ICSID – mezinárodní radě společností průmyslových designerů. To vše bylo výsledkem zvýšeného společenského **poslání**

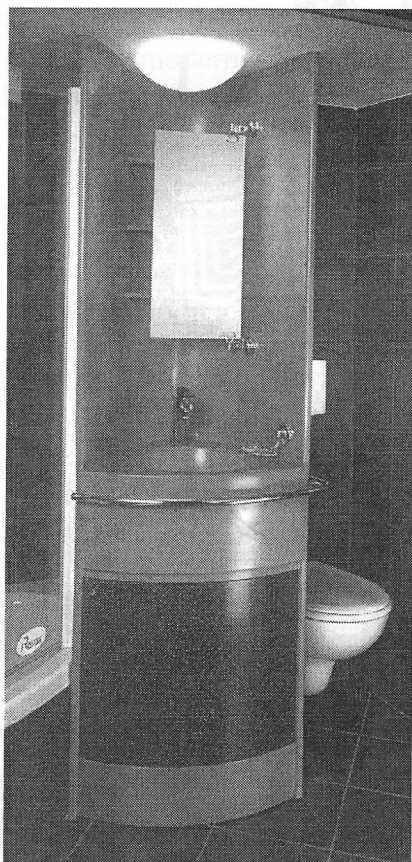
Černobílé obrazce, které se poprvé objevily na malbách Victora Vasarelyho a Bridget Rileyové, se zakrátko staly efektním vzorem módních kreací.



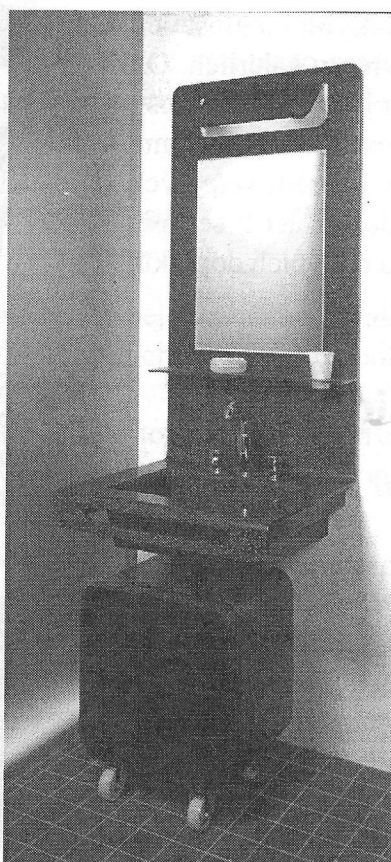
Nadace Vasarelyho nadace v Aix-en-Provence ve Francii.

Budova nadace V. Vasarelyho v Aix-en-Provence ve Francii je přímo ztělesněním op-artu v architektuře. Vasarely navrhl budovu, kterou tvoří řada krychlí s černými a bílými kruhy.

Jedním z problémů současného bydlení je přestavba již nevyhovujícího bytového jádra v panelových domech. Syntetická hmota Corian umožňuje snadné tvarování, širokou škálu barevného řešení i možnost kombinace s dalšími materiály. Ukázka oceněných realizací z projektu „Léčba Corianem“:



Obr. a) autor návrhu:
prof. akad. arch. Jan Fišer



b) autoři návrhu: doc. akad.
arch. Jiří Pelcl a René Šulc.

designu v průmyslově rozvinuté společnosti. Proč „bylo“? Odpověď patří k paradoxům současné doby: 1. 1. 2008 bylo v rámci „úsporných opatření“ Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR (ministr Martin Říman) Design centrum ČR zrušeno - přes veřejné protesty a četné petice odborníků i veřejnosti.

Současný globálně propojený svět je založen na masové výrobě i spotřebě. Tato konzumentská horečka, uměle vyvolává reklamou, má však své stinné stránky (viz devastace přírody i životního prostředí, odpadkový „kolaps“, civilizační choroby apod.) Odborníci, kteří se zamýšlejí nad budoucností, stále častěji hovoří o přehodnocení výroby i spotřeby. **Kvantita by měla být nahrazena kvalitou.**

„Chceme-li dosáhnout ekologicky a sociálně udržitelného života, musí se naše společnost proměnit. Společnost, která považovala za zdravý růst výroby a materiální spotřeby, musí uvolnit místo společnosti, která se dokáže rozvíjet tím, že bude výrobu a materiální spotřebu omezovat,

zároveň ale zvyšovat kvalitu svého životního prostředí,“ zdůrazňuje Ezio Manzini – profesor strategického designu v Miláně. V designu vidí nástroj k ekologicky i sociálně udržitelnému rozvoji moderní společnosti (Design Trend 23/2005, str. 112-113)

Design dnes již necharakterizuje pouze produkt, ale i kontext – hodnoty, které výrobek zpřeměňuje. **Design začíná být chápán jako způsob řešení problému.** Donedávna se úspěch firem měřil pouze jejichmi finančními výsledky. V současnosti se image velkých a úspěšných firem stále více opírá i o společenskou zodpovědnost: zdůrazňuje se přístup k životnímu prostředí, ekologičnost výroby (např. šetření přírodních zdrojů, recyklovatelnost materiálu, čistota ovzduší) i nový přístup k zákazníkům (bezproblémová „komunikace“ s výrobkem, jeho přístupnost i pro handicapované skupiny apod.).

IV.4.1 Ekologicky příznivý design

„V rámci kontraverzní argumentace o nadbytku a působení trhu jsem přesvědčen, že každý nový předmět by měl nahradit tři.“

Karim Rashid (New York) *Design pro 21. století.* (str. 150)

Naše přežití závisí na tom, jak si hodnoty životního prostředí dokážeme ochránit. **Ekologická vstřícnost výrobku** se stává výraznou hodnotou výrobku. Ekologické myšlení lidí se pod hrozbou ekologických katastrof stává stále intenzivnější a výrobci, chtějí-li dnes na trhu uspět, musí tuto skutečnost respektovat. „Dobrovolná askeze“ vede na jedné straně k odmítání zbytečné nadspotřeby a ke kvalitativní změně životního stylu (např. jednodušší a zdravější strava, obliba sportovních aktivit apod.), na druhé straně vzniká potřeba nových produktů, které žádají netradiční, ekologické řešení. Design rozhodným způsobem ovlivňuje technologii, to znamená materiály a výrobní procesy. Designer proto musí z hlediska ekologie řešit **následující otázky:**

- Do jaké míry může výroba nebo materiál znečistit životní prostředí?
- Je nutné použít materiál nebo surovinu z přírodního, rychle se vyčerpávajícího zdroje? Neexistuje jiná varianta?
- Odpovídá materiál předpokládané životnosti výrobku?
- Existuje možnost užití recyklovaného materiálu?
- Existuje riziko, že legislativa omezí používání některých materiálů nebo zvýší náklady na likvidaci jejich odpadu?
- Má výrobek nějaké další použití po skončení své životnosti?

Změna hodnotového žebříčku společenské spotřeby, recyklace, vícenásobné používání výrobku a snižování množství odpadu se neděje náraz. Designeři chápou ekologické řešení výroby i spotřeby jako výzvu pro firmy, podnikatele, stejně jako pro spotřebitele, politiky, legislativu. . . **Ekologický design je dnes nástrojem na cestě za kvalitou života v současnosti i v budoucnosti.**

Na počátku 21. století se s kritikou konzumu, nadvýroby a výrobkového “fetišismu” začíná přesouvat zájem designerů ze spotřebního průmyslového výrobku na člověka. Co je v tom nového? Tato filozofie chápe člověka jako uživatele – jako osobnost se specifickými potřebami, tedy ne pouze jako masově kupujícího konzumenta. Je jistou reakcí na nasycený globální trh, který vede k tomu, že je design využíván (často doslova zneužíván) k vytváření umělých potřeb.

„Doufáme, že v budoucnosti bude design spíše zaměřen na dosažení lepšího života než lepšího prodeje.“

Shin a Tomoko Azumiovi. *Design pro 21. století.* (str. 22)

IV.4.2 Design jako prostředek vizuální komunikace

Nikdy v minulosti neměly takové masy lidí přístup k tak ohromnému množství informací jako dnes. Nová vizuální kultura má dnes globální charakter. Videotelefony, internet, multimedia, univerzální systémy mobilní komunikace a globální síť, světový obchodní trh a cestování, stejně jako mezinárodní akce, kdy se do kontaktu dostávají příslušníci různých etnik a kultur - to všechno posiluje **kulturu vizuálního vyjadřování**. Klíčem k **získání a pozorování informace** se stává stále častěji **obraz** (znak, logo, pictogram, ikona). Obrazové sdělení přebírá roli prostředníka moderní komunikace: informuje rychle, srozumitelně, jednoznačně bez ohledu na jazykové a kulturní odlišnosti. **Umožňuje orientaci v složitém systému** (velkoměsta, letiště, rozsáhlé administrativní

budovy, nemocnice, ale i systémy virtuálních medií, apod.), aniž bychom byli závislí na znalosti prostředí (nebo pracovních postupů), bez závislosti na jazyku.

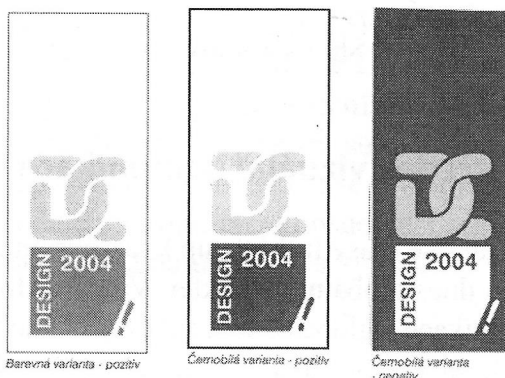
Znak – logogram, (logo) firmy, produktu, akce... patří mezi velmi důležité, ale také výtvarně velmi náročné formy vizuální komunikace. Musí informovat rychle, přesně (nezaměnitelně s jinou značkou) a tak, aby byla dobře zapamatovatelná. **Značka prodává výrobek, je synonymem jeho kvality i prestiže výrobce.** Obchodní značky získávají v celosvětovém měřítku stále větší hodnotu. Nevyjadřují jen identitu firmy, ale v mnoha případech ztělesňují její postoj a chování. **Ochranná značka** je registrována, chráněna před zneužitím a musí být pečlivě dodržována ve všech parametrech. O tom, jak důležité jsou značky výrobků na mezinárodním trhu svědčí řada právních sporů v jejich užívání (spíše zneužívání – viz spor o naše značky piva nebo nemilosrdná likvidace zboží asijských výrobců zneužívajících prestižní značky).

Dobře vytvořená značka musí být

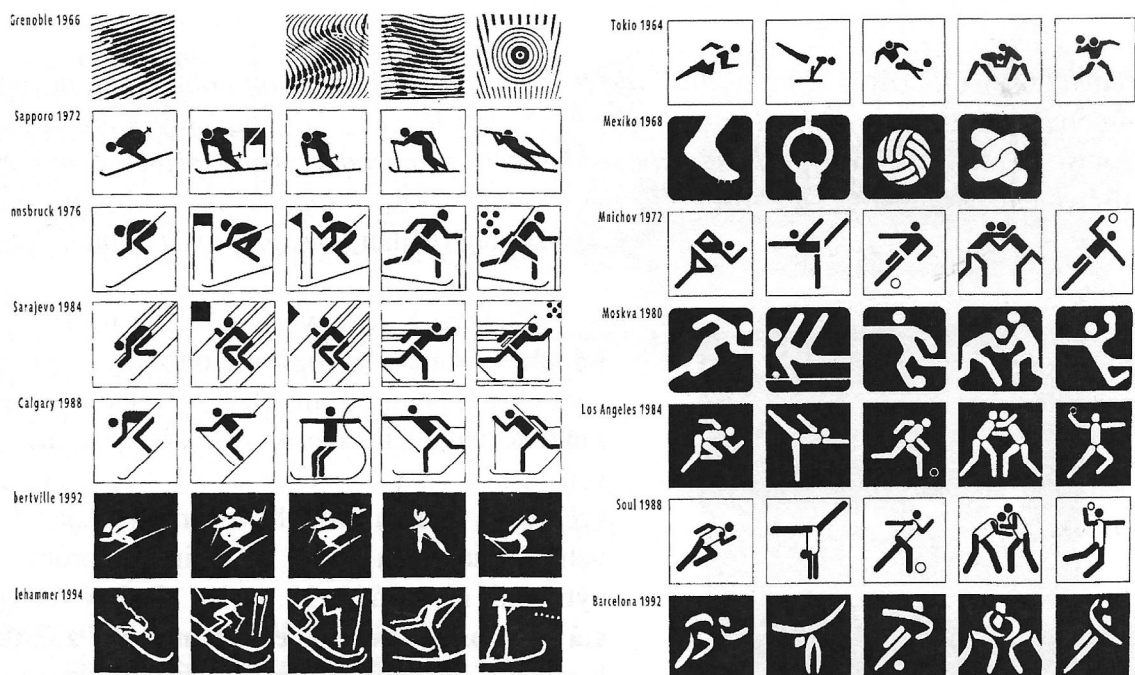
- **jednoduchá.** Vychází proto z maximální stylizace tvarů.
- **všestranně použitelná.** Musí být dobře "čitelná" a výtvarně zajímavá v různých velikostech. Např. značka výrobce se používá nejen na zboží a jeho obalech různých tvarů a velikostí, ale i v obromném zvětšení (např. na fasádě domu), stejně jako v miniaturním provedení (např. na vizitce zaměstnanců). Světelná reklama a další nové možnosti mediální propagace zvětšily (a zároveň ztížily) práci designerům. Značka by měla být schopná provedení v různých materiálech (např. vetkání do textilie, odlití v kovu apod.).
- **účinná, dobře zapamatovatelná.**



Varianty výtvarného návrhu na prestižní značku CZECH MADE (autor Luděk Šerák). Barevné řešení značky symbolizuje národní barvy: červené a modré písmo na bílém podkladu. Ve zvětšeném měřítku je vítězný návrh, s nímž se dnes můžeme setkat na řadě výrobků. (Foto Design Trend)



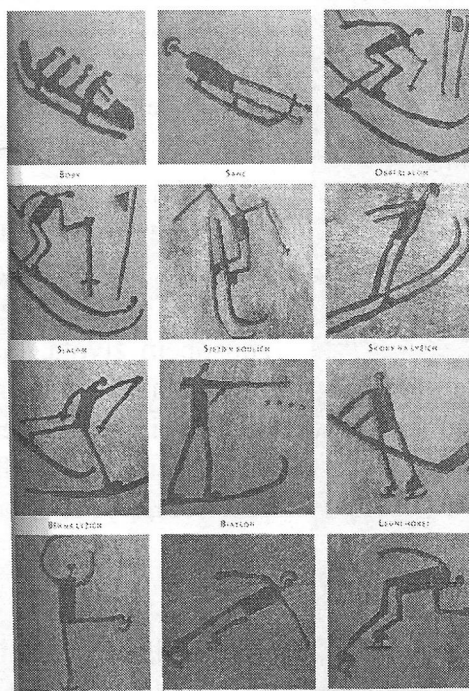
Vzor ochranné známky prestižního označení výrobků v soutěži *Vynikající výrobek roku 2004*. (Zleva: barevná varianta, černobílá varianta v pozitivu a v negativu.) Umístění, velikost a provedení tohoto označení musí být konzultováno s designerem, který určí pro konkrétní případ nejvhodnější velikost, technologii i umístění známky. Vzor nesmí být jakkoli měněn. Označení platí pro výrobky, pro které byl Design centrem ČR vydán příslušný certifikát. (Foto Design Trend).



Piktogramy olympiád se stávají součástí světové komunikace, tedy i kultury. Srovnání piktogramů stejných sportovních disciplin na různých OH ukazuje různé výtvarné přístupy k možnostem vizuální informace. (Design Trend 6/1994)

Vizuální informační systém tvoří ucelenou a jednotnou formu neverbální komunikace. Na rozvoj a kvalitativní posuny tohoto moderního systému komunikace mají vliv světové a mezinárodní hromadné akce (např. olympiády, světové výstavy, mezinárodní sportovní soutěže), stejně jako nárůst měst, způsob dopravy, migrace osob. Design vizuální komunikace musí řešit nejen výtvarnou sdělnost v rušném provozu, ale zároveň respektovat faktory sociologické, psychologické, kulturně-historické, neboť komunikační systém by měl být organicky začleněn do prostředí a stát se jeho kulturní součástí (např. orientační systém měst). Příkladem takového informačního systému je např. pražské metro. Autor grafického řešení – Jiří Rathouský – vytvořil také nové písmo Metron, které vychází z poznatků o čitelnosti písma v městských komunikacích.

Vizuální kultura se stává významnou součástí kultury, nositelkou hodnot - nejen výtvarných. To je patrné nejlépe na akcích s celosvětovou účastí a sledovaností, např. na vizuálním systému olympijských her.

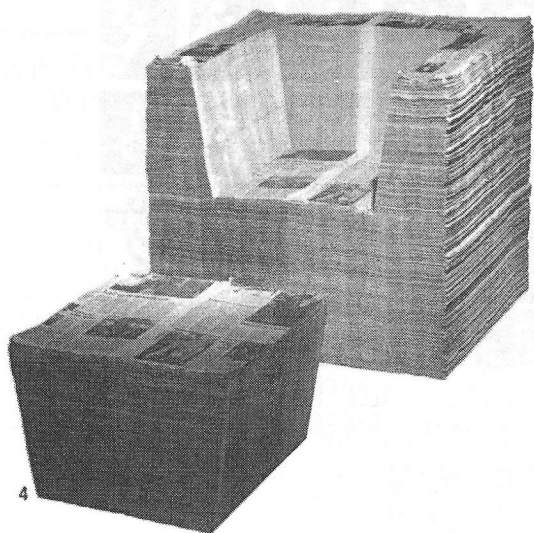


Piktogramy zimních olympijských her v Lillehammeru (Norsko 1994) vytvořila autorka Sarah Rosenbaum netradičním a originálním způsobem. Vizuální identita OH byla dosažena kombinací historických obrazů, přírodních symbolů a moderního designu. Piktogramy jsou odvozeny ze skalních rytin starých téměř 6000 let, zobrazující první záznam lyžující osoby – kořeny norské historie zimních sportů. (Design Trend 6/1994)

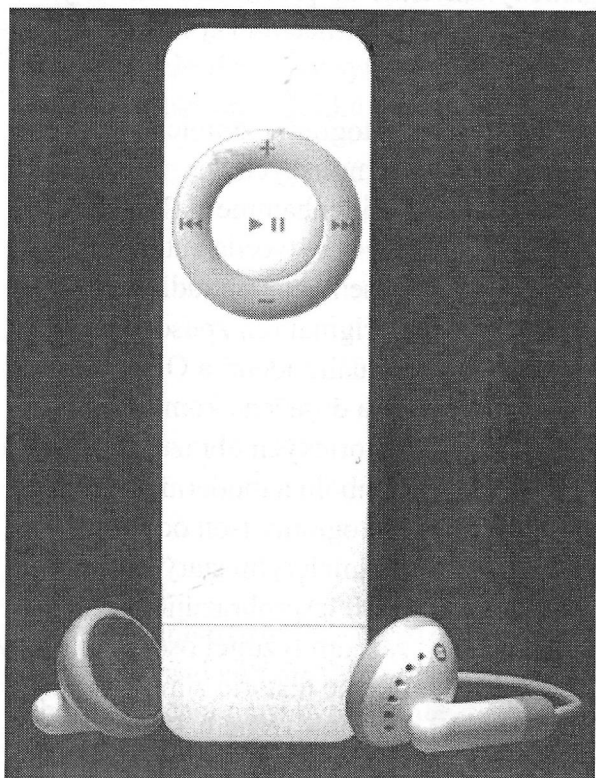
IV.4.3 Dobrý design pro všechny

„Předměty nejsou krásné nebo ošklivé, ale jsou buď vhodné pro svou dobu, nebo nevhodné. Prostřednictvím představy a technologie použité k výrobě sdělují zvláštní hodnoty, které se stávají součástí naší kultury. Sdělovat prostřednictvím předmětů znamená vyprávět příběh o něčem, co souvisí se životem, cestou vřelé smyslové přitažlivosti spojené s naší pamětí a imaginárním světem.“

Stefano Giovannoni (Milán) *Design pro 21. století*. (str. 66)



Klubovka „Včerejší noviny“ (autor Neils Hvass - Oslo) je vyrobená z balíku slepených novin. Postmodernismus se často inspiruje minulostí. Toto je parafráze na funkcionalismus Le Corbusiera.



V odborně vedených diskusích na světových fórech se stále více ozývají požadavky po takovém designovém řešení, které by uspokojilo nejen funkčně technické nároky na výrobek, ale zároveň i emocionálně oslovovalo uživatele. Designéři světových jmen a firem hovoří novým „jazykem“, velmi vzdáleným tomu, co definoval průmyslový výtvarník na začátku 20. století. **Dobrý design se stává prostředkem k emocionálním zážitkům**, k radosti, k rozvíjení fantazie, k projevení individuality a identity.

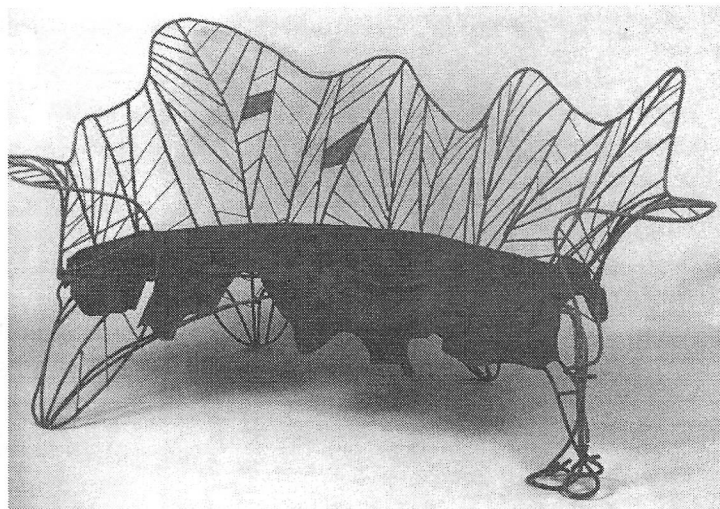
Změnilo se celé pojetí „uspokojování potřeb“. V dnešní rozvinuté výrobě už nejde jen o to vyrobit funkční předmět, ale takový, který by byl vtipný, milý, originální, uživatelsky vstřícný... S nímž by se uživatel mohl ztotožnit.

Práce současných designerů vyžaduje těsnější spojení s uživatelem. Výrobky vznikají v menších sériích, jsou více individualizované a přizpůsobené potřebám zákazníka. Umožňují to nové technologie. Počítačově vytvořené trojrozměrné (stereolitografické) návrhy mohou být stisknutím tlačítka na počítači poslány zákazníkovi, prototypové dílně i výrobcovi. Podstatné zrychlení designerského procesu nejen snižuje náklady, ale poskytuje i větší možnost k experimentu a k upravování výrobku na zakázku.

Pokud ovšem chtějí designéři vyhovět skutečně všem, musí design předmětů vycházet ze skutečnosti, že se od sebe jednotliví lidé liší: věkem, způsobem života, kulturním zázemím, morálními zásadami. **„Design pro každého“** (často nazývaný také „univerzální design“ nebo „design přístupný všem“) si klade za cíl zabezpečit všem obyvatelům prostředí, výrobky a služby užitečné všem podle

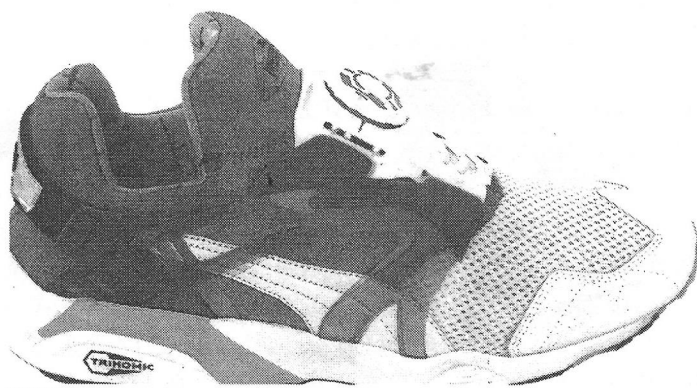
Apple iPod Shuffle je ztělesněním minimalistického funkčního designu technických předmětů. (Apple Industrial Group 2005)

zásad rovnoprávnosti a nediskriminačního zacházení. Velký důraz se proto klade na **ergonometrii**, která zjišťuje nejvhodnější řešení výrobků vzhledem k uživateli (vzhledem k proporcím těla, jeho pohybům a poloze při činnosti, svalovém zatížení, apod.). U některých výrobků jsou výsledky ergonometrických měření – a následného ergonometrického řešení – doslova životně důležité (např. konstrukce automobilů, řešení strojů a nástrojů apod.), jindy ergonometricky dobře vyřešený výrobek usnadňuje činnost i relaxaci.



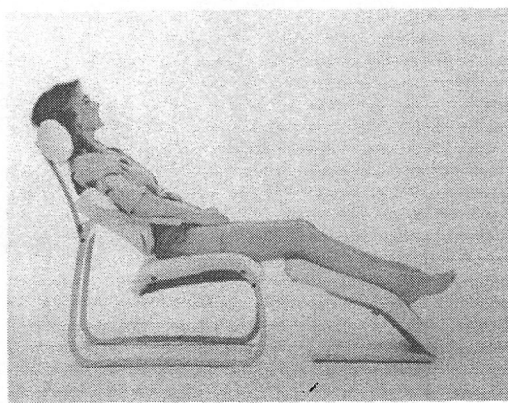
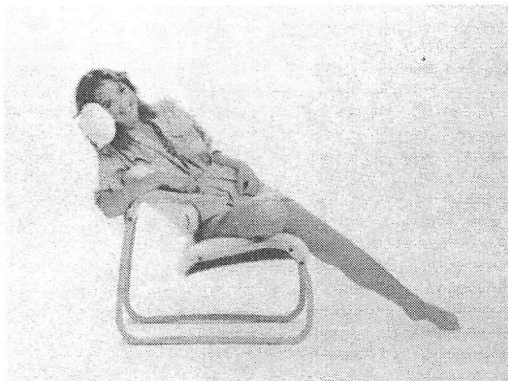
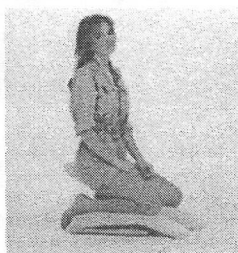
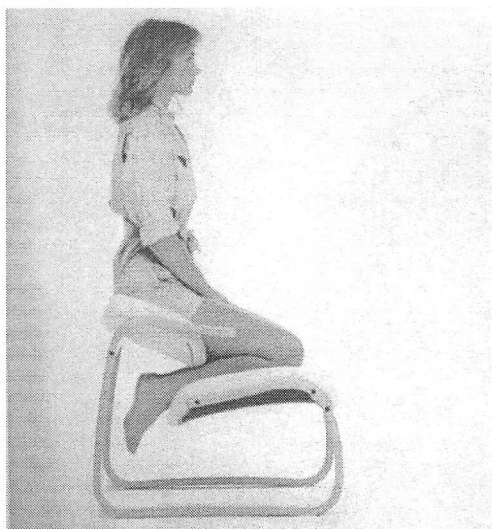
Pohovka „*Tlející list*“, autor Bohuslav Horák (1988).
Lyrická a poetická forma klade důraz na barevnost a ruční zpracování detailů.

Sportovní firma Puma je vystavena tvrdé konkurenci, stále proto přichází s inovacemi. Např. atletické boty vybavila aeroprenem – prodyšným neoprenem – který tvoří vnitřní „obal“ nohy. Zajišťuje pohodlnost, prodyšnost. Diskový systémem nahradil šněrování i suchý zip a vytvořil tak dokonale pohodlnou a pevnou sportovní botu. (Design Trend 3/1992)

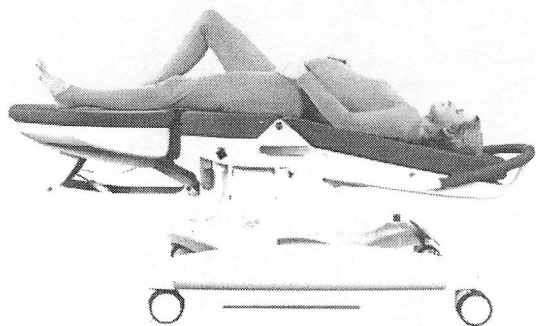


Sedačka s podložkou, tzv. „*klekosed*“, autor: Petr Opsvik (Norsko 1982).

Tvar vychází z ergonometrických studií zaměřených na potřeby lidského těla při odpočinku. Principem je vzpřímená poloha páteře, kterou umožňuje tupý úhel nastavení, takže je váha těla zdravě rozložena.



Velkou výzvou pro současné designery je zdravotnická technika a zařízení-oblast, která dlouho byla na okraji zájmu. Jak lze nově vyřešit i tradiční „mobiliář“ nemocnic dokazuje např. design Jiřího Španiela. Porodní křeslo AVE získalo ocenění Vynikající výrobek roku 2004.



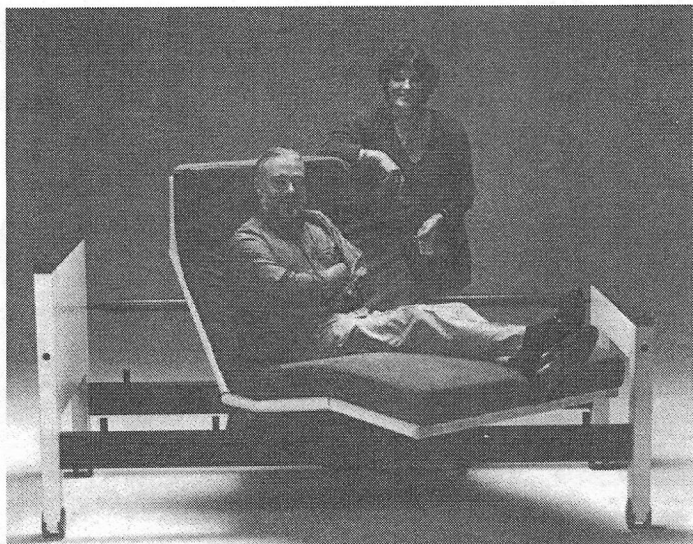
Porodní křeslo AVE, autor: Jiří Španihel (1994).
Řešení splňuje požadavky na funkci, jednoduchou údržbu, nabízí rodičce optimální pozici při porodu a lékaři i asistentce maximální oporu při práci.
(Design Trend 22/2004)



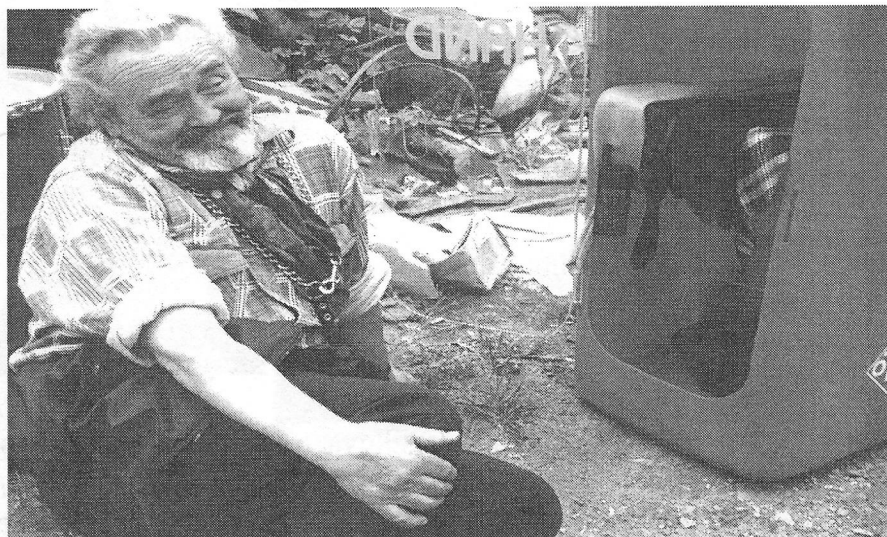
Věk? Žádný problém. (Age: No problem) – pod tímto názvem byla r. r. 1993 vypsána dánským Design centrem mezinárodní soutěž na výrobky pro starší věkové kategorie uživatelů. Těch stále přibývá. K specifikům této soutěže patřila podmínka, že by předmět neměl hned na první pohled signalizovat, že je určen starším osobám. A dále: měl by mít takové vlastnosti, aby umožňovaly starším lidem výrobku dobře porozumět a snadno ho ovládat. První cenu v soutěži získala víceúčelová postel, která se dá lehce změnit v křeslo. Použitím přírodního bukového dřeva a textíle získala „civilní vzhled“, takže se výrazně odlišuje od nábytku používaného v nemocnicích, domovech důchodců a stacionářích.

Design pro všechny představuje dnes velký mezinárodní designerský projekt.

Byl založen Evropský institut pro design a handicap (EIDD) se sídlem v Barceloně, vznikla Ce-loevropská síť informační společnosti určené všem (EdeAN – Evropský design pro všechny – síť přístupná pro každého), každoročně se uděluje cena “Design for All” (design pro každého). Jednotlivé národní instituty - Design centra – vypisují tematické soutěže zaměřené na jednotlivé cílové kategorie uživatelů. Nejde jen o **pomůcky a předměty pro tělesně postižené občany**. Ty tvoří dnes významnou skupinu s tím, jak se prodlužuje věk starých lidí i s poúrazovými handicapy lidí mladých. Pozornost designerů je však zaměřena stejně tak i na děti, na mladé spotřebitele (např. nábytek pro studentská manželství). Designer je spolutvůrcem „druhé přírody“, v níž městský člověk tráví většinu svého života. Podílil se na řešení městského mobiliáře i jeho vybavení (např. telefonní budky, WC atd.) tak, aby byl bez problémů přístupný všem věkovým kategoriím a byl odolný vůči vandalství apod.

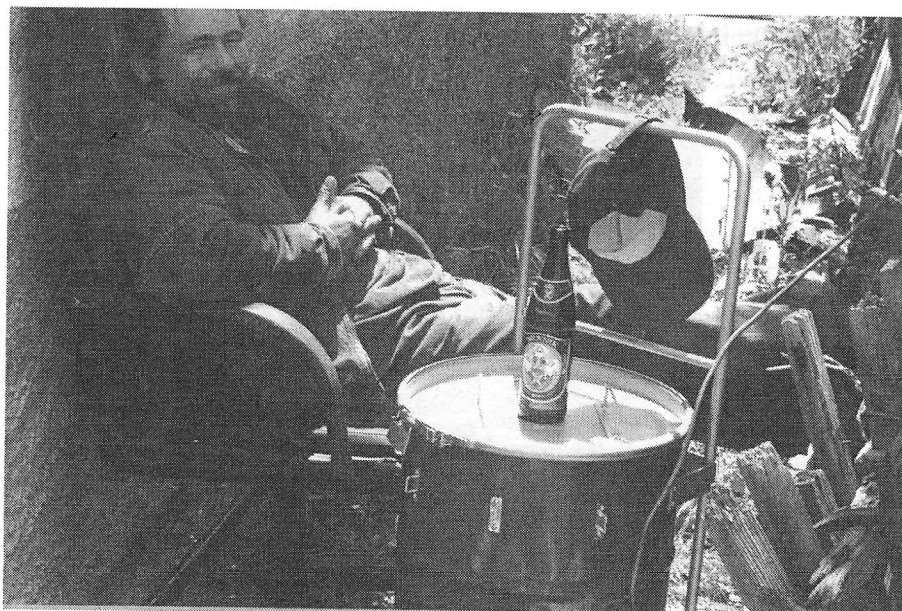


Víceúčelová postel umožňuje různé polohy i snadnou proměnu v křeslo. Autoři: Lise a Hans Isbrandovi. (Design Trend 5/1993)



Vtipné řešení recyklace nepotřebných věcí (oděvů, předmětů), které je možno odložit do speciálně upravené popelnice.

Transparentní dvířka usnadní výběr. Nepotřebné věci je možné bez problémů vyvézt na skládku. (1. místo v soutěži, autoři: Josef Hajný a Richard Pochylý)



Uzamykatelný plechový box na kolečkách se dá v noci připevnit např. k lavičce, ve dne může sloužit jako stůl (2. místo – autor: Vavřinec Veselý)

Mezi zcela nové otázky, jimiž se design dosud nezabýval, patří např. situace lidí bez domova. **Design pro bezdomovce** zní trochu jako paradox. Soutěž Design on the street 2002 (Městský mobiliář Cité, Agentura Carolina, VŠUP katedra designu Zlín a občanské sdružení Nový domov) byla prvním krokem k tomu spojit design s prostředím ulice, která je „domovem“ bezdomovců, z trochu jiného pohledu. Zadáním bylo vytvořit předmět nebo pomůcku, která pomůže řešit nebo usnadnit nějakou situaci lidem bez domova a zpříjemnit jim život „na ulici“.

Jaký je tedy dobrý design?

Přední designer Dieter Rams, dlouholetý vedoucí designer firmy Braun, která svůj úspěch založila právě na výborném designu, formuloval „desatero“ zásad. Staly se krédem užité tvorby. Dobrý design je:

- inovativní
- zvyšuje užitečnost výrobku
- je estetický
- vystavuje logickou strukturu výrobku, jeho tvar se řídí funkcí
- je nevtrhavý
- je poctivý
- je trvalý
- je konzistentní až do detailu
- je ekologický

Dobrý design je minimální design.

„Jakkoli je dnešní svět složitý, stále je to svět, který si vytváříme sami – a to nám dává možnost a povinnost učinit z něj svět přístupný všem.“

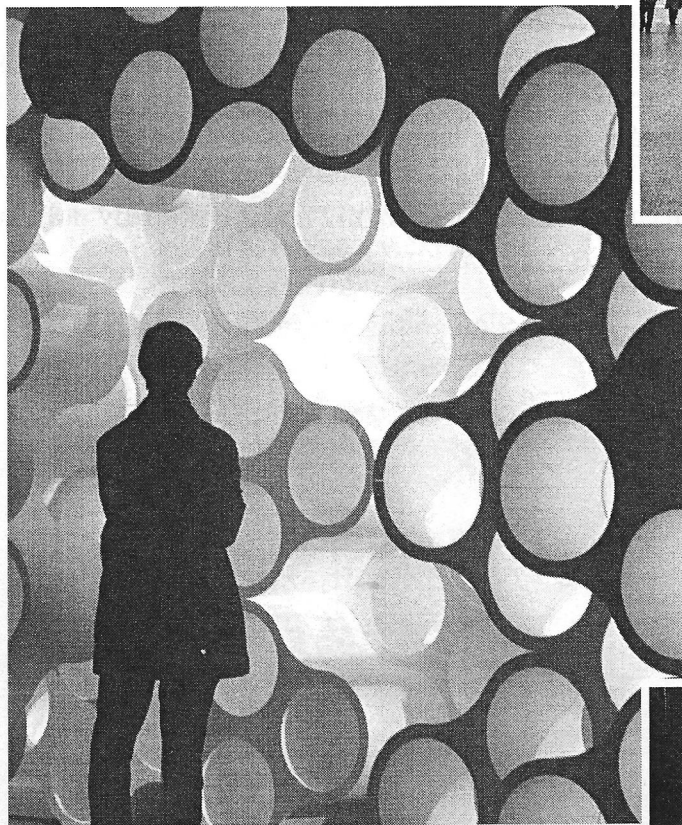
Francesc Aragallóvá –prezidentka Fondu Designu pro každého (Barcelona).

Obecný světový trend je jednoznačný: Design se stal součástí prosperity, znakem kvality, vysoké úrovně a vyspělosti výrobku – i společnosti, jejíž je spoluvůrcem. Design je činnost, která dává věcem řád. Tím se stává procesem i produktem, který umožňuje vztah mezi člověkem a jeho světem.

Francouzský architekt Jean Nouvel – držitel několika mezinárodních cen, mezi jehož realizované projekty patří i stavba Zlatého Anděla na pražském Smíchově, chápe design jako výzvu (viz Design Trend 3/2001, str. 27):

„Pravdivý design nesmí ani terorizovat, ani teoretizovat. Nesmí se ani vnucovat, musí být uživateli jednoduše srozumitelný, musí mu být příjemný a vítaný. Je velmi komplikované vytvořit celek jednoduše, zhotovit inteligentní objekt srozumitelně, stvořit ho jako výraz doby. Avšak právě toto je tou nejvzrušivější výzvou, se kterou je dnešní designer konfrontován.“

Expresní vlak EUROSTAR prostřednictvím tunelu pod Lamanšským kanálem spojuje přímo Londýn s Paříží a Brusel. Cesta trvá pouhé tři hodiny a cestujícím je nabídnut veškerý komfort cestování 21. století. Designeři byli vybráni na základě mezinárodní soutěže. Vedoucím týmu se stal Roger Tallon, který je autorem designu vozů, uniformy posádky vlaku jsou dílem pařížského návrháře Pierra Balmaina. (DE SIGNUM 2/1995)



Francouzští návrháři Roman a Erwan Bouroullecovi se věnují problematice variabilního prostředí s minimálními náklady. „Nuage“ – systém modulů (105 × 187 × 40 cm) je z lehkého a pevného polystyrénu jednoduchého tvaru. Jednotlivé díly lze libovolně sestavovat, vyvářet z nich úložné prostory pro drobné předměty i rozměrné předělovací stěny. (Design Trend 21/2004)

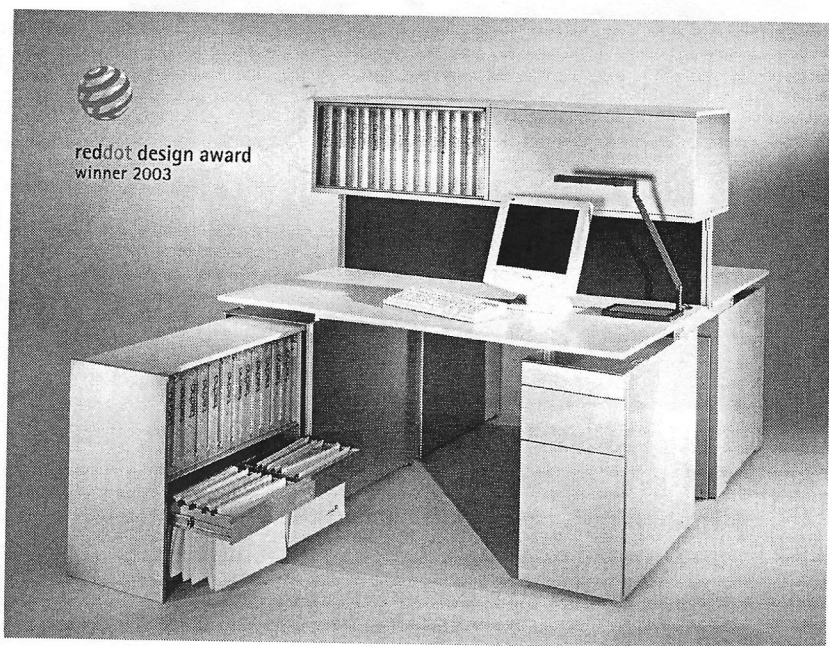
Městská hromadná doprava klade na designery nové nároky. Ergonomicky tvarovaná sedadla z plastu jsou hygienická a dovolují variabilní uspořádání. Dotvářejí řád a harmonii interiéru veřejných dopravních prostředků. (Autor: Ak. soch. Ivan Linhart, vyrábí ČKD Tatra.)



IV.5 K tvorbě a k zamyšlení

1. Jaká je vaše každodenní zkušenost s životním stylem soudobé společnosti? Pozorujete změnu v ekologickém uvažování i užité tvorbě - jak a kde se konkrétně projevuje? Máte nějaký vlastní „recept“ na zlepšení vašeho bezprostředního životního prostředí?
2. Zamyslete se nad významem umělých hmot v prostředí moderní společnosti. Uveďte příklady vhodného a nevhodného použití plastů.
3. Vytvořte výtvarně zajímavý dárkový obal na předmět podle vlastního výběru (kosmetika, bižuterie, soubor CD, kniha apod.). Vyberte vhodný (i když třeba méně obvyklý) materiál a v něm svůj návrh proveďte.
4. Jaký je váš názor na značkové zboží? Jak ovlivňuje prestižní značka osobnost nositele? Uveďte příklady z vlastní praxe (např. značkové oblečení a obuv ve školách a etické problémy s tím spojené).
5. a) Navrhněte logo školy, mateřské školky, zájmového oddílu nebo firmy (můžete si instituci i její produkty nebo služby vymyslet). Vyzkoušejte různé tvarové i barevné varianty loga, barevnost omezte na dvě barvy. Logo řešte bez písma.
b) Nejlepší návrh použijte na užitný předmět podle vlastního výběru. (např. papírový obal, taška, balicí papír, dopisní papír s obálkou, tričko apod.). Velikost loga citlivě přizpůsobte formátu předmětu, typ barev jeho materiálu (tempery, textilní barvy apod.)
6. Jak se chová naše společnost k lidem starým a tělesně postiženým? Uveďte příklady dobrého i špatného designu z vlastní každodenní praxe.

Stolový systém *Focus* oceněný v soutěži Vynikající výrobek roku 2002 Národní cenou za design, držitel prestižní mezinárodní ceny Red Dot. Autoři: Petr Kolář –Aleš Lapka. Komentář mezinárodní poroty: „Umění není navrhout krásně designovaný produkt, umění je navrhout ho tak, aby bylo možno ho sériově vyrábět a jeho výroba byla efektivní“.



OBRAZOVÁ ČÁST (prameny)

Adlerová, Alena. *České užité umění 1918-1938.*

- s. 40 – Židle, 1930 niklované ocel. trubky
- s. 41 – Sklenice L Smrčková (2 sklenice)
- s. 41 – Soubor sklenic L. Smrčková

Aston, M.; Taylor, T. *Archeologický atlas*

- s. 5 – Keramická miska, neolit 3. 000 let př. n. l.

Baudott, Francois. *Móda století*

- s. 36 – Odpolední kostým –J. Patou
- s. 48 – Paco Rabanne – šaty z plastových výlisků

Bernardová, Edina. *Moderní umění. 1905-45.*

- s. 8 – Červené a modré křeslo – G. Rietveld

Bhaskaranová, Lakshmi. *Podoby moderního designu.*

- s. 38 – Stolní lampa – Bauhaus
- s. 39 – Písmo –vzorník –Art deco
- s. 47 – Stojánek na časopisy-skandinávská moderna
- s. 56 – Apple i Pod Shuffe – minimalismus

Brabcová, Jana. *Alfons Mucha*

- s. 38 – Plakát A. Mucha – Cykles Perfecta

Dempseyová, Amy. *Umělecké styly, školy a hnutí. Encyklopedický průvodce moderním uměním.*

- s. 9 – Návrh na mísu – rokoko
- s. 11 – Barokní sklenice s víčkem
- s. 13 – i-Mac počítač (oblý)
- s. 32 – Secesní elegantní židle –Itálie
- s. 35 – Dóza –Janák –kubismus
- s. 37 – Bauhaus-plakát pro výstavu 1923
- s. 39 – Radio (USA) – Art deco
- s. 40 – Táč – „Jazz“ – Art deco
- s. 47 – Plastové příbory bílé
- s. 56 – Křeslo z novin

Gaffová, Jackie; Oliverová, Clare. *Svět umění XX. století*

- s. 51 – Op art – šaty v geometrickém stylu
- s. 51 – Budova Vasaryho nadace ve Francii

Fiell, Charlotte; Fiell Peter. *Design 20. století.*

- s. 8 – Pohovka „JOE“ ve tvaru baseballové rukavice
- s. 38 – Čajový servis (Bauhaus)
- s. 46 – Trojúhelníkové křeslo na nožkách (USA), 1955
- s. 47 – Židle „Tulip“ – Finsko, 1955
- s. 49 – Reklama na nafukovací křesla (pop-design)

Fiell, Charlotte; Fiell Peter. *Design pro 21. století*

- s. 12 – Stohovací křesílko z plastu

Hasalová, Věra a kol. *Tvořivost českého lidu v tradiční umělecké výrobě.*

- s. 17 – Chodské kraslice
- Karasová, Daniela. *Dějiny nábytkového umění IV.*
 s. 13 – Milan Knížák – židle „Cocub“ 1971
 s. 57 – Klekosed – Peter Opsvik
 s. 57 – Pohovka „Tlející list“ B. Horák
- Kolesár, Zdeno. *Kapitoly z dějin designu.*
 s. 29 – Thonetka č. 14 + rozložená
 s. 46 – Židle Pastilli – „pop design“ – plast
- Kybalová, L.; Herbenová, O.; Lamarová, M. *Obrazová encyklopedie módy.*
 s. 32 – „Hadí náramek“ Sarah Bernhardtové vytvořený podle návrhu Alfonse Muchy
- Langhammerová, Jiřina. *Lidové kroje z České republiky*
 s. 23 – Výšivka ženských rukávců
- Lukáš, Z.; Havlová, E.; Hnídková, V. *Emil Králíček-zapomenutý mistr secese a kubismu.*
 s. 35 – Portál domu Diamant
 s. 35 – Detail sloupu – dům Diamant
- Neubert, K. – Krejčí, M. *Praha - setkání věků.*
 s. 31 – Detail mříže – Obecní dům Praha
- Rileyová, Noël. *Dějiny užitého umění*
 s. 31– Křeslo BRNO – Ludvig Mies van der Rohe
- Seelinová, Charlotte. *Století módy*
 s. 49 – André Courrèges –1969 – pletený komplet
 s. 50 – Šaty Mondrian – Yves Saint Laurent
- Skarlantová, J.; Vechová, M. *Textilní výtvarné techniky.*
 s. 23 – výšivka – stylizace křížkovým stehem
- Staňková, Jiřina. *Lidové umění z Čech, Moravy a Slezska*
 s. 20 – Svatební čepení – Hanácká nevěsta
 s. 20 – Všední oblek vesnické ženy
- Toranová, Eva. *Výšivky minulých století*
 s. 23 – Detail výšivky 1786 – Rimavská Sobota
- Vondrušková, A., Vondruška, V. *Tradice lidové tvorby.*
 s. 19 – Majolikový talíř Uherské Hradiště
 s. 19 – Slaměná zásobnice
 s. 19 – Svatební mísa z Hané 1787
 s. 21 – Nádoba „srostlík“ –západní Čechy 19. st.
 s. 21 – Sýpka jihočeského statku
 s. 22 – Kanafas – jižní Čechy
 s. 22 – „Koutňák“ – jižní Čechy
 s. 24 – Paličkovaná krajka – jižní Čechy
 s. 24 – Lidový koník -hračka
- Wittlich, Petr. *Umění a život- doba secese.*
 s. 30 – Vstup do pařížského metra
 s. 31 – Documents Décoratifs – Mucha
 s. 32 – Secesní tapeta s tulipány

- s. 33 – Reklamní plakát na cikorku (anonym)
- s. 33 – Ornament, vlis – Preissig
- s. 33 – Ženská figura – Šaloun – hl. m. Praha

Design Trend :

č. 3/1992

- s. 57 – Sportovní boty Puma

č. 5/1993

- s. 59 – Víceúčelová postel – schema

č. 6/1994

- s. 45 – Papírové obaly TETRA PAK
- s. 55 – Piktogramy –XVII. zimní OH – Lillenhammer 1994
- s. 55 – Piktogramy zimních sportů – zimní OH 1968-1994
- s. 55 – Piktogramy letních OH 1964-1992

č. 8/1995

- s. 10 – Jiří Šuhájek – soubor Maják – Národní cena za design 1994

č. 9/1996

- s. 8 – Lžička na med – Josef Kostka – TONER, Moravská Třebová

č. 19/2003

- s. 59 – Kontejner na použité věci pro bezdomovce
- s. 60 – Plechový barel pro bezdomovce
- s. 62 – Stolový systém Focus Národní cena za design 2002, mezinárodní cena Red Dot 2003

č. 21/2004

- s. 61 – Systém modulů „nuage“

č. 22/2004 –

- s. 40 – Servírovací stůl –Eileen Grayová 1927
- s. 58 – Porodní postel AVE –Jiří Španiel

č. 24/2005

- s. 14 – Soubor s cibulovým vzorem - Jiří Pelcl

DE SIGNUM: roč. 1995

- s. 24 – Zvukové hračky – Tibor Uhrin
- s. 61 – Expresní vlak EUROSTAR

POUŽITÁ A DOPORUČENÁ LITERATURA

A

- Adams, Steven. *Hnutí uměleckých řemesel*. (z angl. *The Arts and Craft Movement* přeložila N. Fibingerová) Praha: Svojtka a Vašut. 12997. ISBN: 80-7180-254-9
- Adlerová, Alena. *České užité umění 1918-1938*. Praha: Odeon. 1983 (bez ISBN)
- Aston, M.; Taylor, T. *Archeologický atlas*. (z angl. orig. *The Atlas of Archeology* přeložila M. Doubová). Praha: Euromedia Group. 2002. ISBN: 80-242-0865-2

B

- Barišová, M. *Vyšívame na netradičných materiáloch*. Bratislava: Práca. 1983. (bez ISBN)
- Baudott, Francois. *Móda století*. (Z franc. orig. *Mode du siècle*. Přeložila V. Kopečková). Praha: Euromedia group. 2001. I: 80-7202-943-6
- Benda, Klement a kol. *Od Velké Moravy po dobu gotickou. (Dějiny uměleckého řemesla a užitého umění v českých zemích)*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny. 1999. ISBN: 80-7106-357-6
- Beranová, Věra *První kroky k estetice*. Ústí n. L. : Fakulta užitého umění a designu, 2007. ISBN 978-80-7044-948-6
- Bernardová, Edina. *Moderní umění 1905-1945*. (z francouz. orig. *L'Art Moderne 1905-1945. přel.*) Praha: Paseka. 2000. ISBN: 80-7185-291-0
- Bhaskaranová, Lakshmi. *Podoby moderního designu*. (z angl. orig. *Design of the Times*. přeložila J. Novotná). Praha: Slovart. 2007. ISBN 80-7209-864-0
- Brabcová, Jana. *Alfons Mucha*. Praha: Svoboda. 1996. ISBN: 80-205-0015-4

C

- Cimburek, F. a kol. *Dějiny nábytkového umění III*. Praha: ARGO. 1996. ISBN: 80-7203-035-3

Č

- Čapek, Karel. *Věci kolem nás*. Praha: Československý spisovatel. 1970.

D

- Daly, S.; Wice, N. *Encyklopedie kulturních trendů devadesátých let*. (z angl. *alt culture* přeložil V. Paulíny). Brno: Nové obzory. 1999. ISBN: 80-7242-065-8
- Dempseyová, Amy. *Umělecké styly, školy a hnutí. Encyklopedický průvodce moderním uměním*. (z angl. orig. *Styles, Schools and Movements*) Praha: Slovart, 2002 ISBN: 80-7209-402-5
- Design trend – revue nového vizuálního stylu*. Brno: Design centrum ČR. od r. 1992. ISSN: 1210-1591

E

- Ecco, Umberto. *Dějiny krásy*. (z italského orig. *Storia della Bellezza* přeložila G. Chalupská a kol.). Praha: Argo. 2000. ISBN: 80-7203-677-7
- Encyklopedie-nábytek*. (z angl. *An Encyclopedia of Furniture*.) Praha: Václav Svojtka a Co. 2000. ISBN: 80-7237-038-3

F

- Fiell, Charlotte; Fiell, Peter. *Design 20. století*. (z něm. orig. *Design des 20. Jahrhunderts*. z něm. orig. přeložila J. Burkertová. Praha: Slovart. 2003. ISBN: 3-8228-2575-1
- Fiell, Charlotte; Fiell, Peter. *Design pro 21. století*. (Z angl. orig. přeložila Jana Novotná) Slovart.

G

Gaffová, Jackie; Oliverová, Clare. *Svět umění XX. století.* (z angl. orig. *A History of Modern Art 20th Century* přeložili Milena a Martin Poláčkovi) Praha: Albatros. 2003. ISBN: 13-127-KMČ-003

H

Hanzl, Zdenek a kol. *Kámen v rukodělné výrobě českého venkova.* Praha: Nakladatelství Lidové noviny. 2003. ISBN: 80-7106-536-6

Hardy, William. *Secese.* (z angl. *A Guide to Art Nouvean Style.* přeložila M. Řapková) Praha: Svojtka a Vašut. 1997. ISBN: 80-7180-247-6

Hasalová, Věra a kol. *Tvořivost českého lidu v tradiční umělecké výrobě.* (sborník). Praha: Orbis. 1953. (bez ISBN)

Hauffe, Thomas. *Design.* Brno: Computer Press. 2004

Hlaváček, Luboš. *Řeč tvarů.* Praha: Horizont. 1984. (bez ISBN)

Holečková, Květa. *Batika a batikování.* Praha: Merkur. 1971. (bez ISBN)

Honzík, Karel a kol. *Věci kolem nás.* Praha: Mladá fronta. 1961. (bez ISBN)

Horsham, Michael. *Styly 20. a 30. let.* (z angl. *20s and 30s Style.* přeložil M. Chlouba) Praha: Svojtka a Vašut. 1997. ISBN: 80-7180-255-7

Hrubá, Věra. *Tvůrci světové módy.* Plzeň: Nava. 2000. ISBN: 80-7211-040-3

Ch

Chládek, Jiří; Nová, Ilona. *Porcelán kolem nás.* Praha: SNTL. 1991 (bez ISBN)

Chlupová, Anna a kol. *Slovenská ľudová výšivka.* Bratislava: Alfa. 1985 (bez ISBN)

J

Janotka, M.; Linhart, K. *Zapomenutá řemesla.* Praha: nakladatelství Svoboda. 1984 (bez ISBN)

K

Karasová, Daniela. *Dějiny nábytkového umění IV.* Praha: ARGO. 2001. ISBN: 80-7203-339-5

Kolesár, Zdeno. *Kapitoly z dějin designu.* Praha: Vysoká škola umělecko-průmyslová v Praze. 2004. ISBN: 80-86863-03-4

Kusák, A.; Raban, J. a kol. *O užitém umění.* Praha: Československý spisovatel. 1960 (bez ISBN).

Kybal, Antonín. *O textilním výtvarném projevu.* Praha: Státní pedagogické nakladatelství. 1973. (bez ISBN)

Kybalová, Ludmila. *Československá gobelínová tvorba.* Praha: NČVU. 1963 (bez ISBN)

Kybalová, L.; Herbenová, O.; Lamarová, M. *Obrazová encyklopedie módy.* Praha: Artia. 1973. (bez ISBN)

L

Lahoda, Vojtěch. *Český kubismus.* Praha: Brána. 1996 (bez ISBN)

Langhammerová, Jiřina. *Lidové zvyky.* Praha: Nakladatelství Lidové noviny. 2004. ISBN: 80-7106-525-0

Langhammerová, Jiřina. *Lidové kroje z České republiky.* Praha: Nakladatelství Lidové noviny. 2001. ISBN: 80-7106-293-6

Lukáš, Z.; Havlová, E.; Hnídková, V. *Emil Králíček-zapomenutý mistr secese a kubismu.* Praha: Galerie Jaroslava Fragnera. 2005. ISBN: 80-239-3644-1

Loos, Adolf. *Řeči do prázdna*. (Soubor statí o architektuře, bydlení, ústroji a jiných praktických věcech, které uspořádal Bohumil Markalous). Kutná Hora: Tichá Byzanc. 2001. ISBN: 80-86359-06-9

M

Markalous, Bohumil. *Estetika praktického života*. Praha: Odeon. 1983 (bez ISBN)

Medková, Jiřina. *Řeč věcí*. Praha: Horizont. 1990. ISBN: 80-7012-026-6

Morant de, Henry. *Dějiny užitého umění*. (z francouz. orig. *Historie des arts décoratifs des origines á nos jours*. přeložil Z. Váňa a kol.). Praha: Odeon. 1983. (bez ISBN)

Mukařovský, Jan. *Studie z estetiky*. Praha: Odeon. 1966. (bez ISBN)

N

Nedvědová, Z.; Zatloukalová, I. *Výtvarná tvorba*. Olomouc: Rubico. 2000. ISBN: 80-85839-46-6

Neubert, K. -Krejčí, M. *Praha - setkání věků*. Praha: Odeon. 1983 (bez ISBN)

P

Pachmanová, Martina. *Design: aktualita, nebo věčnost?* Praha: Vysoká škola Uměleckoprůmyslová. 2005. ISBN: 80-86863-05-0

Petrová, Sylva. *České sklo*. Praha: Gallery. 2001. ISBN: 80-86010-44-9

Powellová, Polly.; Peelová, Lucy. *Styly 50. a 60. let*. (z angl. *50s and 60s Style*. přeložil J. Pospíšil). Praha: Václav Svojtka a co. 1998. ISBN: 80-7237-018-9

R

Rileyová, Noël. *Dějiny užitého umění*. (z angl. orig. *The Elements of Design* přel. M. Nejedlá, J. Novotná, P. Stříbrný) Praha: Slovart. 2004. ISBN: 80-7209-549-8

S

Sagnerová, Karin. *Jak je poznáme? Umění secese*. (z něm. orig. *Wie erkenne ich? Die Kunst des Jugendstil*. přeložil D. Zbavitel). Praha: Euromedia Grup. 2007 ISBN: 80-242-1773-4

Seelinová, Charlotte. *Století módy*. (z něm. orig. *Mode, Das Jahrhundert der Disigner*. Přeložila Y. Blovská a kol.). Praha: Slovart. 2000. ISBN: 80-7209-247-2

Sekora, Ondřej, J. *Ludmila Kaprasová*. Praha: Apeiron. 1993. ISBN: 80-9000-703-3-7

Skarlantová, J.; Zárecká, J. *Základy oděvního výtvarnictví*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. 1978. (bez ISBN)

Skarlantová, J.; Vechová, M. *Textilní výtvarné techniky*. Plzeň: Nakladatelství Fraus. 2005. ISBN: 80-7238-319-1

Skarlantová, Jana. *Od krinolíny k džínsům*. Praha: Práce. 1979. (bez ISBN)

Skarlantová, Jana. *Od fíkového listu k džínům*. Praha: Grada. 1999. ISBN: 80-7169-785-0

Skarlantová, Jana. *Oděv jako znak*. Praha: UK, Pedagogická fakulta. 2007. ISBN: 978-80-7290-330-6

Skarlantová, J.; Harazimová, L. *Estetická výchova pro střední odborné školy*. Praha: Fragment. 1998. ISBN: 80-7200-277-5

Skarlantová, J.; Slavík, J. *Estetická výchova pro střední školy*. I. díl. Praha: Scientia Medica. 1998. ISBN: 80-85526-70-0

Staňková, Jitka. *Lidové výtvarné umění*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. 1967. (bez ISBN)

Staňková, Jitka. *Lidové umění z Čech, Moravy a Slezska*. Praha: Panorama. 1987. (bez ISBN)

Staňková, J.; Baran. L. *Masky, démoni, šaškové*. Pardubice: THEO. 1998. (bez ISBN)

Š

- Šindelář, Dušan. *Filosofie užité tvorby*. Praha: Svoboda. 1971. (bez ISBN)
Šindelář, Dušan. *Estetika užité tvorby*. Praha: Odeon. 1978. (bez ISBN)
Šindelář, Dušan. *Kráska v nás a kolem nás*. Praha: Albatros. 1981. (bez ISBN)
Šindelář, Dušan a kol. *Chvála věcí*. Praha: Albatros. 1980. (bez ISBN)

T

- Toranová, Eva. *Výšivky minulých století*. Bratislava: Tatran. 1984. (bez ISBN)
Tichý, L.; Tichá, I. *Barvy z rostlin*. Brno, Rezekvítek. 1998. (bez ISBN)
Tuffelliová, Nicole. *Umění 19. století*. (z francouz. orig. *L'Art au XIX. Siècle*. přeložil T. Kybal).
Praha: Paseka. 2001. ISBN: 80-7185-313-5

U

- Uhříčková, Al.; Malíková, Z. *Kouzlo zapomenutého*. Brno: Rezekvítek. 1998. (bez ISBN)

V

- Vlček, Tomáš. *Praha 1900*. Praha: Panorama. 1986 (bez ISBN)
Vondrušková, A.; Vondruška, Vl. *Tradice lidové tvorby*. Praha: Artia. 1988 (bez ISBN)

W

- Wittlich, Petr. *Umění a život – doba secese*. Praha: Artia. 1986 (bez ISBN)
Wolfová, E.; Arsenjevová, Z. *Tkaní*. Brno: CP Books. 2005. ISBN: 80-251-0301-3

Z

- Zdeněk, Mirko a kol. *Základy výtvarné výchovy*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. 1983.
(bez ISBN)
Zhoř, Igor. *Proměny soudobého výtvarného umění*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. 1992.
ISBN: 80-04-2555-8
Zuska, Vlastimil. *Umění, krása, šeredno*. Praha: Karolinum. 2003. ISBN: 80-7106-536-6

UŽITÁ TVORBA I . Estetická východiska užité tvorby
Autor: PhDr. Jana Skarlantová
Vydává: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta
Rok vydání: 2009
Formát: A4
Počet stránek: 69

ISBN 978-80-7290-402-0