



Umění prodat (se)

Umělec ve spárech trhu 19. století
29. 2. - 2. 6. 2024 výstavní síň „13“

Pracovní list k výstavě pro 2. stupeň ZŠ, SŠ a zřídavé dospělé

Přestože o tom knihy mnohdy mlčí, většina výtvarných umělců se musela svou tvorbou vždy mimo jiné i uživit. Devatenácté století bylo dobou, kdy se měnil vztah zadavatelů a tvůrců, do umění vstupuje reklama a naopak. Někteří umělci nacházeli existenční zajištění v živnosti, která mohla být spjata i s „neuměleckým“ podnikáním.



Obživu umělcům přinášela i tvorba drobné komerční grafiky: vizitky, viněty, jídelní lístky, diplomy. Najdi ve výstavě vizitky Jana Berky a napiš, co (koho) propagují?

.....
.....



Víš, jak vypadá diplom? Za co se uděluje? Dostal jsi někdy v životě nějaký?



Prohlédni si detail, který najdeš na jednom z vystavených diplomů. Jaké motivy jsou tu zobrazeny?

.....

Odhadneš, kdo a za co takový diplom uděluje? Svůj odhad zapiš a pak porovnej se skutečností.

.....

Na zakázku vznikala v 19. století i velkoformátová díla, která byla určena do interiéru, měla upoutat pozornost návštěvníka a vzbudit v něm chuť koupit si výrobek. Tuto reklamní strategii využil i majitel cukrárny na Václavském náměstí v Praze, Wilhelm Stutzig. Oslovil tehdy dvaadvacetiletého umělce Ludka Marolda.



Prohlédni si dekorativní panó pro Stutzigovu cukrárnu (skládá se ze dvou obrazů) a vymysli k nim příběh:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



Dekorativní panó (z francouzského panneau):
deska, panel, tabule, výplň, výplňkový dekorativní obraz

Reklama je placená nebo neplacená propagace výrobku, služby, společnosti, obchodní značky nebo myšlenky, mající obvykle za cíl zvýšení prodeje.



Zamysli se nad možnostmi a způsoby reklamy v 19. století a dnes ...

S rozvojem nových grafických technologií (například **litografie**) vstupoval i renomovaný umělec do veřejného prostoru jako tvůrce plakátů a jiných reklamních poutačů. Pro navýšení prestiže i koupěchtivosti přistupovaly firmy k propagaci svých výrobků prostřednictvím líbivých portrétů rozličných krás, vytvořených mistry v oboru.



Najdi ve výstavě reklamní plakáty a vypiš jména jejich autorů:

.....

.....



Na jednom z těchto plakátů je použit reklamní slogan ve francouzštině, jehož překlad zní: „Pokud máte kašel, užívejte pastilky Géraudel.“ Vymysli slogan k propagaci mýdla Fialka či barev firmy Gleitsmann.

.....

.....

Litografie (nebo kamenotisk) je nejstarší grafická technika tisku z plochy, kterou objevil roku 1796 Alois Senefelder. Je založena na chemických vlastnostech jemnozrného vápence, který v místech pokreslených mastnou barvou absorbuje tiskařskou barvu, zatímco nepokreslená místa barvu odpuzují.

Na počátku 19. století se z některých řemeslníků stali umělci, mezi nimi i tací, kteří se pro svůj talent i houževnatost uchytli na trhu lépe než ti akademicky vzdělaní. Klasickým příkladem takového „malého mistra“, tj. umělce řemeslného původu, byl **August Bedřich Piepenhagen** (1791–1868), původním zaměstnáním prýmkař a knoflíkář. Souběžně s podnikáním se věnoval malířství a prosadil se jako vyhledávaný krajinář malých formátů. K jeho neobvyklé obchodní strategii patřily tzv. vzorníky s drobnými olejovými obrázky nabízených krajin.



Vyhledej ve výstavě obraz, který byl vytvořen podle krajiny ze vzorníku. Napiš název a jméno autora.



.....

.....

Vyber si ze vzorníku krajinu, která se ti líbí. Představ si, že ji popisuješ slepému kamarádovi ...

Pokus se vybranou krajinu sám překreslit.

Metodou průmyslové produkce se šířily rovněž zmenšené napodobeniny pomníků a dalších populárních sochařských děl. Odlitky se prováděly v různém materiálu na zakázku i pro volný prodej, často se využívaly jako reprezentační dary.



Prohlédni si sošky významné osobnosti níže. Poznáš, o koho se jedná? Najdi díla ve výstavě a poznamenej si materiál, ze kterého byly vyrobeny. Jak se vyrábí upomínkové sošky dnes?

.....

.....

.....

.....

.....

