

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2011 – 2013

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Michaela Peerová

**Vizuální podoba interiéru jako výraz hodnotové orientace
doby – Art Deco**

Praha 2013

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Soňa Štroblová

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER COMBINED (PART TIME) STUDIES

2011 – 2013

DIPLOMA THESIS

Michaela Peerová

**Visual appearance of the interior as an expression of value
orientation period – Art Deco**

Prague 2013

The Diploma Thesis Work Supervisor: PhDr. Soňa Štroblová

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 11.3.2013

Michaela Peerová

Poděkování

Chtěla bych poděkovat paní PhDr. Soně Štroblové, vedoucí mé diplomové práce, za odborné vedení, za pomoc a rady při jejím zpracování. Velice si vážím, že mi vždy na jakýkoliv můj dotaz rychle zareagovala a tak mě navedla ke správnému postupu.

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá pohledem na interiér jako na obraz a prostředek komunikace, který je vnímán společností z hlediska vizuální podoby. Rozebírá vztah mezi interiérem a společností, jak je tvorba interiéru odrazem života společnosti a jak lze vyčíst z podoby interiéru stylovost v určitém historickém období. Práce se zaměřuje na dobu, ve které se utvářel umělecký směr Art Deco a tímto směrem se práce zabývá. Sleduje, co tomuto uměleckému směru předcházelo a co následovalo, ukazuje vzájemný vztah mezi ním, dobou a společností. Sleduje vše, co tento směr ovlivnilo – společenskou, kulturní a politickou situaci. Zajímá se o to, v čem byl originální, čím se vyznačoval, jaká byla jeho témata. Práce se věnuje i významným Art Deco zakázkám, nábytku a dalšímu užitému umění. Jelikož Art Deco ovlivnilo nejen Evropu, ale i ostatní země, práce se snaží přiblížit i situaci v ostatních zemích, zejména ve Spojených státech. Práce dokazuje, že Art Deco má své uplatnění v současné postmoderní době, a že zastupuje významné místo na poli designu.

Klíčové pojmy

Art Deco, design, diplomové práce, interiér, interiérový design, retro styl, secese, společnost, styling, užité umění, vizuální kultura.

Annotation

This diploma thesis is concerned with a view of the interior of the image as a means of communication that is perceived by society with respect to visual appearance. It analyses relation between the interior and the society how the creation of interior is reflection of society and how it is possible to read from the form of the interior stylishness in a certain historical period. The work is focused on a period, in which artistic movement Art Deco has been formed and the work is concerned with its tendency. It follows what went before and what came after and shows the relation between him, period and society. It follows everything what influenced this trend – social, cultural and political situation. It is interested in what was the original, what has been characterized, as that of his subjects. The work is also engaged in significant Art Deco contracts, furniture and further applied arts. Because Art Deco influenced not only Europe, but also other countries, the work tries to approach the situation in other countries, especially in the United States. The work demonstrates that Art Deco has its place in contemporary postmodern era and it represents an important place in the field of design.

Key words

Applied arts, Art Deco, Art Nouveau, design, diploma thesis, interior, interior design, retro style, society, styling, visual culture.

OBSAH

ÚVOD	9
1 VIZUALIZACE JAKO ZPŮSOB KOMUNIKACE A VIDĚNÍ SVĚTA V RÁMCI DOBY A SPOLEČNOSTI.....	11
1.1 Vizuální kultura a komunikační obrazy	12
1.2 Vizuální podoba interiéru, tvorba znaků	14
1.3 Bydlení a interiér jako výraz doby	16
1.4 Interiér a prostor.....	18
2 INTERIÉR SOUČÁSTÍ DESIGNU	21
2.1 Design a jeho počátky	22
2.2 Interiérový design, zrod profese	24
3 CHARAKTERISTIKA DOBY A SPOLEČNOSTI POČÁTKU 20. STOLETÍ	29
3. 1 Hledání modernosti	30
3. 2 Společnost spotřeby	31
3. 3 Nový životní styl – 20. a 30. léta	33
4 ART DECO	37
4.1 Prameny a vlivy Art Deco	38
4.2 Interiér ve stylu Art Deco	40
4.2.1 Typické znaky interiéru Art Deco	41
5 PŘEDCHŮDCI UMĚLECKÉHO SMĚRU ART DECO	44
5.1 Secese	45
5.1.1 Secese v Evropě a ve Spojených státech a její představitelé	48
5.2 Futurismus a kubismus	52
6 HLAVNÍ TÉMATA STYLU ART DECO	54
7 ART DECO A DESIGN JAKO ODRAZ DOBY	57
7.1 Art Deco na mezinárodním poli	58
7.2 Art Deco v USA	60
7.2.1 Moderní průmyslový design v USA – aerodynamický tvar a styling	61
7.3 Velké zakázky – projekt Normandie	63
7.3.1 Veřejná místa – záliba Art Deco designérů	65
8 NÁBYTEK VE STYLU ART DECO	68
8.1 Hlavní představitelé Art Deco nábytku	70
9 UŽITÉ UMĚNÍ UMĚLECKÉHO SLOHU ART DECO	73
9.1 Kov, sklo a textilie	75
10 GRAFICKÝ DESIGN A MALBA VE STYLU ART DECO	78

11 ČESKÉ ART DECO	80
12 DESIGN PO 2. SVĚTOVÉ VÁLCE	84
12.1 Oživení Art Deco stylu	85
12.2 Propojení designu, stylingu a marketingu v postmoderní době	86
13 ART DECO JAKO SOUČÁST A INSPIRACE MODERNÍHO DESIGNU V DNEŠNÍ POSTMODERNÍ SPOLEČNOSTI	89
13.1 Inspirace Art Deco stylem v současnosti	91
13.2 Art Deco a retro styl	95
13.3 Galerie 22	97
ZÁVĚR	100
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	104
SEZNAM PŘÍLOH	109

ÚVOD

V práci se zabýváme problematikou, jak je interiér z hlediska vizuální podoby vnímán společností, v tomto případě zejména, jak byl vnímán umělecký styl Art Deco. Téma *Vizuální podoba interiéru jako výraz hodnotové orientace doby – Art Deco* bylo zvoleno proto, neboť design a interiérová tvorba jsou součástí vizuální kultury. Jejich vizuální stránka vyjadřuje určité sdělení, proto jsou prostředkem komunikace. Stejně tak jako byla architektonická stavební díla výrazem celých epoch, byla a dodnes je i tvorba interiéru výrazem své doby. Po tisíciletí byla vrcholná díla interiérového umění odrazem způsobu života společenské elity, pro kterou pracovali umělečtí řemeslníci. Pracovali pro menšinu, která svým vytríbeným vkusem harmonovala s dobou. Změny v dobovém vkusu, v užívaných materiálech i nové výrobní metody byly po celé věky svědectvím o vývoji společnosti. Na počátku 20. století byla postavena výroba před úkol vyplnit požadavky široké vrstvy spotřebitelů. Tou dobou vznikala velkosériová výroba a tvůrci interiéru se stali návrháři – architektky nového zaměření – designéry, pracující pro anonymní uživatele a na základě požadavků výrobce.

V práci chceme poukázat na to, jak je z podoby interiéru možné vyčíst stylovost – slohotvornost, stejně tak myšlení společnosti toho kterého období. Chceme dokázat, že interiér a jeho tvorba je odrazem života společnosti, je její nedílnou součástí. Tak jak se společnost vyvíjí, vyvíjí se i interiér. Pokusíme se definovat interiér a představit ho jako umělecké dílo, které stále existuje, působí na nás svou přítomností, svým výrazovým poselstvím. Shrňme počátky designu, čím se zabývá a co ve společnosti znamená. Nastíníme i proměny designu, jimiž prošel od konce 19. století až k 20. a 30. letům 20. století, neboť se mu díky ohromnému rozvoji průmyslové výroby věnovalo v té době hojně pozornosti, transformovalo se jeho vnímání a interpretace, jak narůstala společenská role designu. Hlavním tématem práce je Art Deco, neboť to byl poslední mezinárodní sloh, který se mezi válkami rozšířil do všech složek každodenního života; každá forma umění nebo řemesla byla zasažena novým vnímáním, ať už to bylo kino, design radiopřijímače nebo automobilu. Proto se budeme zabývat definováním Art Deca jako uměleckým stylem, seznámíme se s tím, v čem a proč byl tak

originální a rozšířený, kde se designéři tohoto směru inspirovali, jaká témata a techniky volili. Pokusíme se vylíčit historii Art Deco slohu, i co mu předcházelo, co následovalo a kdy došlo k jeho oživení. Budeme hledat odpověď na otázku, čím se Art Deco v Evropě a ve Spojených státech odlišovalo. Charakterizujeme dobu 20. a 30. let minulého století jako dobu pokračující industrializace a masové produkce, rozvoje nových masových médií, jaký byl její vliv na tento směr. Shrneme poměry ve společnosti i její vliv na Art Deco a jak byl tímto styl ovlivněn. Přiblížíme také reakci společnosti na tento umělecký směr. Budeme věnovat pozornost významným zakázkám, na kterých si Art Deco ukážeme, nábytku a dalšímu užitému umění včetně jeho představitelů.

Chceme dokázat, že Art Deco má své uplatnění v postmoderní současné době i ve společnosti, a že má nezastupitelné místo na poli designu. Cílem této práce je analyzovat Art Deco sloh a jeho význam pro dnešní postmoderní společnost a najít odpověď na otázku, proč je Art Deco v dnešní postmoderní době tak populární. Vysvětlíme, proč se v současnosti designéři vracejí k předešlým uměleckým směrům a pokusíme se ukázat možnosti jeho využití v dnešní moderní designové tvorbě.

1 VIZUALIZACE JAKO ZPŮSOB KOMUNIKACE A VIDĚNÍ SVĚTA V RÁMCI DOBY A SPOLEČNOSTI

Sociální svět, v němž žijeme, je plný věcí určených k tomu, abychom se na ně dívali nebo je používali způsobem, v němž pohled hraje důležitou roli. Každý myslitelný povrch kolem nás představuje prostor, kam lze potenciálně umístit vizuální plochu. Se světem se vypořádáváme prostřednictvím vizuální kultury, neboť náš život ovládají stále více obraznost a komunikační technologie, které umožňují šíření myšlenek, informací i politických názorů. Vidění a vizualitu lze nahlížet v úrovni jediného subjektu i jako kulturně-specifickou činnost, ovládanou konvencemi a kódy daného místa a doby.

Vizualizace je jedním z velmi efektivních způsobů, jak uskutečňovat transfer informací. Při přenosu informací hraje důležitou úlohu zrak člověka, neboť umožňuje vznik vjemů a představ, a proto tvoří fyziologický základ vizualizace. Člověk disponuje určitými schopnostmi a dovednostmi, pomocí nichž je s to porozumět vizuálním prostředkům a dokáže je používat při komunikaci s jinými lidmi. V moderní době se výrazně posílil význam obrazu jako prostředku přenosu informací. Dosud nikdy člověk nebyl v takové míře a tak často nucen odkrývat význam obrazů, symbolů a znaků. Podstata vizualizace spočívá v hledání, objevování a zviditelňování struktury určité části přírodní nebo sociální reality (jako originálu) v podobě znakového systému či schématu. Předměty a jevy a jejich zobrazení, které člověk vnímá zrakem – vizuálie, jsou důležitým ukazatelem společenského dění a aktuálního stavu společnosti. V přírodním, sociálním prostředí představují významný faktor ovlivňující osobnost člověka. Napomáhají jeho socializaci, utvářejí způsob i formu jeho existence ve společnosti a charakter jeho interakce s ostatními členy společnosti. Vizuálie plní ze sociologického hlediska řadu funkcí. Kromě nejdůležitější komunikativní funkce, která se aktivuje především reálnými objekty přírodního či společenského prostředí, Spousta uvádí: *„Civilizační funkce vizuálie se uplatňuje jako činitel usnadňující a zpříjemňující lidem existenci: tvar a vnější vzhled interiéru bytu, pracoviště, dopravního prostředku, pracovního nástroje atd. kultivují vizuální vnímání a estetický*

vkus.“¹ Expresivní funkce vizuálií je zase spojena s jejich potencií vyjádřit vzhledem – designem průmyslových produktů, spotřebního zboží, uplatňováním určitého architektonického stylu, způsobu řešení urbanistických problémů, prezentací určitého uměleckého pojetí životní styl společnosti a ducha doby. Vizuálie jsou významným činitelem ovlivňujícím kulturní a estetické kvality přírodního a sociálního prostředí. Díky masovosti svého působení a širokému spektru svých druhů se mohou stát citlivým ukazatelem celkové kulturní úrovně společnosti.

1.1 Vizuální kultura a komunikační obrazy

Obrazy jako nedílná součást našeho života se nachází všude kolem nás. Je jich tolik, až se někdy stávají téměř neviditelnými, jsou totiž samozřejmé. Užité umění, fotografie, umělecké řemeslo, vzhled výrobků, které používáme, i obrazy abstraktnějšího rázu, jako například veřejné prostory, zahrady, interiéry, to všechno jsou obrazy, které kromě své vizuální kvality spojují obsah sociální, politický či ideologický s technickým rozměrem svého provedení a užívání. Jsou komunikačními obrazy. Vizuální jazyk, kterým k nám promlouvají, je prostředkem komunikace, sděluje nám, jak společnost funguje, odráží společenské poměry, tlumočí životní pocit doby a vyjadřuje výraz a hodnoty skutečného života lidí. Postavení takovýchto obrazů je v dnešní době závislé na historickém vývoji zobrazovací tradice. Na vytváření vizuálních sdělení se podílí řada oborů lidské činnosti, které je využívají ke komunikaci, propagaci či manipulaci, případně k propagandě.² Významy těchto obrazů a jejich vizuální kódy tak velkou měrou utvářejí i profesní obory pracující v praxi s reklamou, designem výrobků, vizuálním stylem, grafickou tvorbou a podobně. Obrazový jazyk procesu komunikace nabízí široké možnosti, které jsou dány univerzalitou obrazu, jeho internacionálním charakterem: čitelností a srozumitelností, úsporností jazyka, snadnou a rychlou dešifrovatelností. Charakteristickým znakem pro většinu obrazů vizuální kultury je i účelnost. Jak stavby, tak většina druhů fotografií, design, interiér obsahují kromě vizuálního elementu také účel, za kterým byly vytvořeny.

¹ SPOUSTA, V. *Vizualizace vybraných problémů hraničních pedagogických disciplín*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010. s. 58. ISBN 978-80-210-5296-3.

² FILIPOVÁ, M. a M. RAMPLEY, 2007, s. 7.

Vizuální kultura je pojímána jako „...*mnohavrstvý, interdisciplinární vědecký zájem o objekty, u nichž je vizuální charakteristika z určitého důvodu důležitá.*“³ Převládajícím společným znakem takto zkoumaných objektů – obrazů je skutečnost, že spadají do sféry každodenní kultury, ve které žijeme. Na kulturu lze nahlížet jako na způsob života jednotlivce, doby nebo určité skupiny. Kultura není jen vysoká, elitářská, založená na „dobrém“ vkusu, ale zahrnuje i projevy populární, masové. Kultura odkazuje k celkovému způsobu života, k široké škále činností souvisejících s tříděním a symbolickou komunikací ve společnosti.⁴ Podstatné je, že se neustále vyvíjí a proměňuje, stejně jako se vyvíjí a proměňuje společnost, která ji vytváří. Prostřednictvím vizuální kultury zkoumáme, jak jsou obrazy užívány v nejrůznějších kulturních sférách a kulturách a nakolik se staly podstatnou a nedílnou součástí našeho života. Lze jednoznačně říci, že kultura a obrazy hrají v dnešním světě důležitou roli v tom, jak žijeme i v našem vztahu k ostatním. Vizuální kultura zkoumá význam zobrazování v širším kulturním, politickém a sociálním kontextu. Důležitou součástí všech oblastí vizuální kultury, kterými se zabývá, je jejich vizuální stránka, která napomáhá k vyjádření určitého sdělení. Sleduje vizuální vlastnosti objektů z různých perspektiv. Je nezbytné pochopit vlivy na vizuální zážitky a jejich kulturní a společenské významy.

Vizuální kulturu lze chápat jako dialog s kulturními studií, sociologií, politologií, ekonomikou a nejčastěji s dějinami umění.⁵ Umění je neustálým sledováním změn vkusu a myšlení doby. Civilizace je celek a každá změna lidského postoje se odrazí ve všech soudobých aktivitách, které jsou vyjádřením kolektivního myšlení generací.⁶ Dějiny umění zkoumají vývoj vizuální kultury a její změny v historii a snaží se porozumět jejímu využití v různých společnostech. Lze je definovat jako historickou vědu zabývající se objekty, u nichž se předpokládá jejich vizuální obsah. Úkolem je objasnit, proč tyto objekty vypadají tak, jak vypadají. „*Dějiny umění: převod viditelného na čitelné.*“⁷ Lze je chápat jako dějiny jazyka nebo dějiny člověka vytvářejícího obrazy od počátků lidské kultury až po současnost, jsou dějinami stylu.

³ FILIPOVÁ, M. a M. RAMPLEY. *Možnosti vizuálních studií*. 1. vyd. Brno: Barrister&Principal, 2007. s. 8. ISBN 978-80-87029-26-8.

⁴ STURKEN, M. a L. CARTWRIGHT, 2009, s. 13.

⁵ FILIPOVÁ, M. a M. RAMPLEY, 2007, s. 12.

⁶ FRANCASTEL, P., 2003, s. 37.

⁷ FILIPOVÁ, M. a M. RAMPLEY. *Možnosti vizuálních studií*. 1. vyd. Brno: Barrister&Principal, 2007. s. 228. ISBN 978-80-87029-26-8.

Zabývají se především konkrétními projevy svého „umění“ – to je uměleckým dílem. Tato umělecká díla mají něco společného – jsou předmětem, který vnímáme vizuálně – jsou to díla „vizuálního umění“. Umělecké dílo má vazby historického, psychologického, sociologického charakteru. Je charakteristické svou vizuální a obrazovou formou. „*V umění se před námi odkrývá pravda – ovšem jen tehdy, jestliže dílo pouze nepopisujeme, ale porozumíme mu.*“⁸

1.2 Vizuální podoba interiéru, tvorba znaků

Interiér lze vnímat jako příběh či kulisu života. Je prohlášením svého obyvatele, vyjadřuje jeho osobitost, charakter a individualitu. Pojem interiér zahrnuje všechny jeho druhy, interiér bytu, interiér společenských prostor, průmyslových hal, divadelní interiér, ale i interiér dopravních prostředků jako jsou auta, letadla, lodě. Každý z interiérů má své specifikum, své požadavky, své zvláštnosti. „*Interiér je prostor budovy, zařízený architektonicky i umělecky, který by měl zajišťovat vhodné podmínky pro bydlení, práci a odpočinek.*“⁹ Interiér – jeho tvorba, je v určitém slova smyslu výtvarným uměleckým dílem, vázaným podobnými řády, pravidly a zvyklostmi jako kterékoliv jiné výtvarné dílo. Takové to umělecké dílo působí na nás bezprostředně: svými vizuálními kvalitami a výrazovým poselstvím. Na rozdíl od klasického díla má interiérová tvorba základ v účelnosti. Klasické výtvarné dílo je podmíněno obsahem a formou, zatímco interiér je diktován navíc praktičností, účelností, konstrukcí a všechno pak musí být ztvárněno.¹⁰ Design interiéru odráží dojem, jakým chce jeho uživatel působit, ať jde o obraz zodpovědnosti a pořádku, nebo expresivity a tvůrčího ducha. „*Základem interiérového designu je sloučení funkčních a uměleckých nápadů a řešení zaměřených na zlepšení životních podmínek člověka v ucelené a esteticky dokonalé formě.*“¹¹

Interiér je odrazem ekonomických, sociálních, ideologických, estetických a mnoha dalších procesů. Způsob, jak interiér tvoříme a upravujeme, není jen vizitkou

⁸ KROUPA, J. *Metody dějin umění*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010. s. 27. ISBN 978-80-2105315-1.

⁹ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

¹⁰ PARDYL, V., 1987, s. 35.

¹¹ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

nás samých, ale i společnosti a doby, v níž žijeme. Každý historický interiér je malým okénkem do doby svého vzniku a prozradí o člověku i společnosti velmi mnoho. To proto, že je tvorba interiéru spjata s životem společnosti. Je součástí i znakem jejího životního stylu. Interiér funguje jako spolehlivé zrcadlo doby. Přistupujeme k němu jako k nositeli určitých znaků. Jejich život, proměna, posuny v jejich interpretaci, zánik jedněch znaků a vznik jiných je stejně dynamický, jako život společnosti, která je vytvořila. Znak lze definovat jako smyslově vnímatelný předmět nebo jev, který zastupuje, prezentuje jiné předměty či jevy. Odkazuje na vztahy a vlastnosti skutečnosti nebo vědomí.¹² Příjemcem by měl být znak snadno přijímán a rozlišován. Informace o věcech nebo jevech, které fungují jako znaky, mohou poskytovat všechny smysly člověka. Nejvhodnějším jsou však zrak a sluch, neboť dokážou přijmout znaky na určitou vzdálenost a dokáží je rozlišovat i při jejich značné rozmanitosti. Znaky jsou důležitými nástroji mezilidské komunikace. Jejich přijetím a užíváním se jedinec vřazuje do společenství. Jednoznačnost znaku je zárukou jeho srozumitelnosti, u vizuálního znaku i rychlosti jeho dešifrace. To vše je důležité v moderním, stále se zrychlujícím tempu vysoce rozvinuté industriální společnosti. Ta vyžaduje maximální racionalizaci umožňující v co nejkratším čase co nejefektivnější jednání. Moderní životní způsob vnucuje totéž každému jedinci. Znak – jako něco uměle vytvořeného, jehož význam je dán konvencí, je vhodným prostředkem interakce a komunikace. Orientace současného světa na vnější svět, čas a prostor vede k racionálnímu, účelovému, pragmatickému uchopení a pochopení světa. Bez přesných a jednoznačných znakových systémů by byl vývoj moderní společnosti nepředstavitelný. Komunikace jako sdílení společného kódu se však v běžném životě jedinců nedá beze zbytku převést pouze do abstraktních, jednoznačných a objektivních znakových systémů. Skutečnost, jak ji prožívá jedinec, má více vrstev. Individuální prožitek se nejlépe sděluje pomocí obrazného vyjádření. A právě obrazy lze vnímat jako znaky v rámci celé společenské struktury. Prostřednictvím interiéru jako komunikačního obrazu lze zkoumat vizuální kulturu určitého národa, společenské třídy, konkrétní sociální skupiny či obecně společnosti určité doby. Interiér je součástí dějin umění. S vlastní symbolikou, abstraktním jazykem a způsoby interpretace se stává objektem, který je možno právě v rámci vizuální kultury zkoumat. Interiér reflektuje „stav společnosti“ v rámci jejího

¹² SKARLANTOVÁ, J., 2007, s. 10.

politického uspořádání, ale i technologické vyspělosti, zprostředkovává společenské hodnoty.

S poznáním, že design interiéru a celkově design neplní pouze technické a materiální funkce, ale je i prostředkem komunikace, se nasazují metody z psychologie, sémiotiky a teorie komunikace za účelem prozkoumání a popsání znakového charakteru vytvářených objektů. „*Židle je více než pouhá židle. Může sloužit čistě funkčně jako místo k sezení, ale kromě toho může promlouvat jasnou a všem srozumitelnou řečí.*“¹³ Například jako křeslo šéfa může dokumentovat společenské postavení nebo jako umělecký objekt odrážet osobnost svého majitele. Design převzal klíčovou roli nejen v marketingu a reklamě, ale i při utváření osobního životního stylu, v konzumních zvyklostech a způsobech společenského chování.

1.3 Bydlení a interiér jako výraz doby

Bydlení je výrazem životního pocitu a jestliže se životní pocit mění, pak se musí měnit i bydlení. Právě proměnlivost života lidské společnosti rozhodující měrou ovlivňuje způsob bydlení. Bydlení je definováno jako jedna ze základních potřeb člověka. Z historického vývoje lidstva vyplývá, že politická situace a společenské vztahy určují spolu s rozvojem výrobních sil způsob bydlení, které spolu se zařizovacími předměty zpětně ovlivňují proces humanizace člověka a společnosti.¹⁴ V pojmu bydlení je obsažen vztah k širšímu hmotnému prostředí a lidskému společenství, vztah k rodině i k věcem, kterými je člověk obklopen v prostředí bytu, které mu každodenně slouží a které vnímá všemi smysly. Charakter bydlení odpovídá úrovni rozvoje výrobních sil a výrobních vztahů. Je odrazem sociálně ekonomických podmínek života dané společnosti, stupně rozvoje vědy a techniky, ideově politických a uměleckých názorů. Kvalita bydlení odráží kultivovanost, životní úroveň a společenské postavení člověka. Růst životní úrovně se v určitých fázích společenského a ekonomického vývoje výrazně soustřeďuje i na zlepšení bydlení. Zvětšují se tím nároky a tím také normy a standardy, rostou výdaje za bydlení. Roste

¹³ HAUFFE, T. *Design*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2004. s. 17. ISBN 80-251-0284-X.

¹⁴ BRANECKÝ, P. a F. ŠVANCARA, 1995, s. 107.

také nárok na výběr a volbu podle subjektivních přání. Větší výběr při uspokojování jakékoliv potřeby je tak součástí zvětšování životní úrovně, která se projevuje i zvýšeným konzumem předmětů dlouhodobého užívání. Bydlení a interiér je produktem určité historické, kulturní a sociální situace.

Počátky profesionálního přístupu k problematice bytové kultury sahají do 20. let 20. století, kdy se objevují první urbanistické teorie nových měst a obytných čtvrtí, které navozují určité sociální vztahy. Hovoříme-li o urbanizaci, máme tím na mysli koncentraci obyvatelstva na malé ploše, změny ve způsobu chování a změny ve struktuře společnosti. Urbanizace a s ní paralelně probíhající industrializace společnosti není jen změnou ekologickou, nýbrž strukturální a sociálně psychologickou. Mění vnitřní uspořádání společnosti i způsob chování člověka a jeho životní styl. Jsou to změny v množství i kvalitě sociálních interakcí, změny v hospodářské a sociální organizaci společnosti, ve struktuře i funkcích rodiny, v kulturních vzorech a ve způsobu chování. Bydlení je součástí kulturních vzorců, životního slohu, který jako výrazná determinanta formuje návrhy a projekty bytů. Právě urbanizace působí na kulturní vzorce, neboť prostřednictvím měst v soudobé civilizaci se masovými komunikačními prostředky difundují do celé společnosti vzory masové spotřeby, počínaje módou a konče masovou kulturou hudební, literární i filmovou. Vliv měst se prosazuje za cenu stírání regionálních rozdílů v řeči, bydlení, spotřebě i ostatních formách hmotné i nehmotné kultury.¹⁵ Na bydlení i město je třeba se dívat jako na souhrn a výsledek určitých vztahů mezi lidmi a třídami a jeho architektonická forma je podřízena těmto poměrům. „*Byt je výsledkem historického stavu vývoje rodiny, třídního a majetkového rozvrstvení obyvatelstva a vládnoucí ideologie (právní řád, morálka, estetika) i psychologie (vlastnické pocity, teplo rodinného krbu, touha po reprezentaci apod.)*.“¹⁶

Díky kulturním dějinám je nám ukazována slohová souvislost mezi nástroji, vozy, obleky, nábytkem, budovami a městskými prostranstvími. Ukazují nám, že vlastně zvyky a mravy byly neodmyslitelné od forem všech věcí a velkých zařízení, v nichž se žilo. Tímto se hovoří o tvorbě prostředí, které zahrnuje města, parky, všechny druhy budov a technických staveb, dopravní prostředky, vnitřní prostory budov a jejich instalační vybavení, nářadí, nádobí, bytové doplňky, obrazy, sochy, plakáty, obleky,

¹⁵ MUSIL, J., 1971, s. 118.

¹⁶ MUSIL, J. *Sociologie bydlení*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1971. s. 19. ISBN 25-112-71.

šperky, oděvní doplňky. Toto prostředí je souhrnem zařízení a předmětů, které člověk utváří a vyrábí. Jedním z nejzávažnějších činitelů ve vzniku soudobého prostředí je industrializace a hromadná výroba. Dle Honzíka je to jediný prostředek, jak poskytnout všem lidem pracoviště, byty, zařízení na úrovni soudobých civilizačních požadavků. Hromadná výroba pak není ekonomicky možná bez typizace, která znamená, že spotřební předmět už nepředstavuje jedinečný tvar, jak tomu bylo při tvorbě unikátů, převažujících zejména u rukodílné výroby.¹⁷ A právě životní prostředí a životní způsoby, které jsou souhrnem pracovních a biologických vztahů mezi lidmi, všeho společenského jednání i vědomí lidí, utvářejí a formují životní sloh v dané době. Životní způsoby souvisejí s prostředím, ve kterém se uskutečňují a ve kterém se odrážejí. Vědomá kultivace životního prostředí a životních způsobů vede k životnímu slohu.¹⁸ Ve slohu života jsou zahrnuty formy sociálního styku, formy odívání, gesta, formy architektonické či celé soustavy forem umění. V průběhu dějin se zdroje životního slohu přesunovaly od společenství k jednotlivci, od třídy ke třídě, jak se ta nebo ona část společnosti stávala nositelem slohu. Podstata slohu tkví v duchu doby, za které vznikl. „*Všechny slohy zrodilo osobité zaměření, s nímž lidé té které doby pohlíželi na svět a s nímž rovněž přistupovali k nejrozmanitějšímu počínání.*“¹⁹ To, co dělá sloh slohem, je jeho osobitá tendence, vnitřní náplň, s níž lidé v jisté době smýšlejí a jednají a jež dodává každému jejich životnímu projevu zvláštní, charakteristický výraz. V životním slohu se nejnázorněji projevuje kulturní a civilizační úroveň lidí dané epochy, jejich duchovní a materiální základna, na níž se rozvinul způsob společného cítění a myšlení.

1.4 Interiér a prostor

Uspořádání prostoru – předmětů prostoru – a jeho kvalita působí na chování lidí a může přispět k zlepšení mezilidských vztahů a k humanizaci společnosti. Bydlení je dynamickým procesem, do kterého vstupuje člověk jako živá bytost se svými návyky

¹⁷ HONZÍK, K., 1965, s. 15.

¹⁸ Tamtéž, s. 9.

¹⁹ BROUK, B. *Životní sloh*. 1. vyd. Brno: Barrister&Principal, o.s., 2010. s. 21. ISBN 978-80-87029-88-6.

a potřebami, neživé věci jako nábytek, bytové doplňky, které mu tyto potřeby umožňují uspokojovat a prostor, ve kterém se vše odehrává. Z historie vývoje lidstva je patrné, že s úrovní společnosti narůstaly i kulturní potřeby člověka a jeho zájem o prostředí, v němž se pohyboval. *„Nejprve se jeho činnost zaměřila na výrobu a estetické ztvárnění jednoduchých předmětů, později na zútulnění prostoru, který si v atmosféře ohraničil. Tvůrčí činnost, jako odvozená potřeba, provázela lidstvo již od počátku jeho existence a s rozvojem řemesel se neustále zdokonalovala.“*²⁰

K velkému posunu v chápání prostoru docházelo v souvislosti s vědeckými objevy 2. poloviny 19. století a počátkem 20. století. Nové vědecké poznatky se uplatnily i v umění. V teoretických pracích a projektech F. L. Wrighta, Miese van den Rohe, Le Corbusiera, W. Gropia či v experimentech Bauhausu se objevuje prostorové chápání architektury a jsou zkoumány estetické kvality prostoru. Nejde jen o konstruktivní vymoženosti, o dokonalé strojové a instalační vybavení měst a budov, ale v prvé řadě o prostor, o hodnotu a kvalitu obývaného prostoru. Kromě uspokojování základních tělesných potřeb má mít člověk možnost ve svém bytě také vnímat prostor. Byt není určován pouze vztahy mezi užitečností, materiálem, konstrukcí a hospodárností, ale patří k němu také zážitek prostoru jako základ psychologické spokojenosti obyvatel. Ukázalo se tedy, že prostor náleží k základním lidským potřebám, že technický komfort nepostačuje a že člověk si žádá prostorového komfortu. Prostor je základní formální prvek, ve kterém se člověk pohybuje. Musí být chápán ve vztahu k člověku.²¹ Ve 20. letech minulého století bydlení začalo být zkoumáno jako soubor činností a vnímáno jako proces probíhající ve vymezeném prostoru domu nebo bytu. Interiér začal být chápán jako tvorba organizovaného vnitřního prostoru, který vychází z prostorové koncepce architektury jako vytváření prostorového hmotného prostředí pro život člověka.

Každý prostor, jenž nás obklopuje, působí určitým fyzikálním, psychologickým a sociálním klimatem, které ovlivňují kvalitu interiéru. Z hlediska vytvoření příjemného klimatu je velmi důležité harmonické propojení exteriéru s interiérem, neboť prostor a jeho klima ovlivňuje zdravotní a duševní stav obyvatel. *„Dispozice prostoru, jeho struktura, provoz, předměty, živé organismy a lidé utvářejí náladu – klima prostoru,*

²⁰ BRANECKÝ, P. a F. ŠVANCARA. *Interiér – člověk a nábytek*. 1. vyd. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 1995. s. 4. ISBN 80-7157-157-1.

²¹ BEDNÁŘ, P., 1993, s. 6.

kteřá ovlivňuje psychický stav člověka. ²² Dennodenní život v určitém ovzduší vtiskuje člověku trvalé psychické stavy, ovlivňuje jeho záliby a sklony. Charakter, uspořádaní a počet prostorů ovlivňují sociální kontakty. Do hmoty, z které budujeme své prostředí, se promítnou nejen rozměry našeho těla, ale i pohyb života, vztahy člověka k člověku a vztahy člověka k prostoru. Dalo by se říci, že člověk je měřítkem všech věcí. Jeho životnost je však dána vztahy ke společnosti a prostoru. A tak měřítkem všech věcí ve vnitřním, biologickém smyslu je člověk nejen jako jednatel, ale i jako člen společnosti. Vztahem člověka k člověku je dán půdorys života, plán města, krajiny, domu.²³ Počet lidí, jejich vztahy, denní pohyb do práce, na zotavenou, jejich myšlenky, to všechno se vtěluje do hlíny, kamene, betonu a oceli. Proto lze číst ze staveb, z měst, z interiérů život společnosti, která tyto stavby, města a interiéry budovala a tvořila. Jako se povaha člověka jeví z jeho písma, z rysů tváře, tak se jeví povaha společnosti z linií staveb, měst, interiérů i z linií přírody, kterou lidská společnost přetváří. A historik jako grafolog může číst ze stop, které po sobě zanechala ta nebo ona civilizace.

Každá historická doba přinesla určitou proměnu dobových interiérů. Smyslem interiérové tvorby je tvorba vnitřního prostředí v návaznosti na širší rozvahy prostorové a výtvarné. Postavení interiéru ke stavbě lze charakterizovat jako její integrovaná součást, stejně jako každý detail a i výtvarná spolupráce. Jednotlivé úseky práce jako urbanistické řešení, konstrukční a architektonické detaily, dispozice, osvětlení, výtvarná spolupráce jsou prostředky vědomé tvorby prostředí a to jak vnějšího, tak vnitřního prostoru, které proto nelze oddělit.

²² BRANECKÝ, P. a F. ŠVANCARA. *Interiér – člověk a nábytek*. 1. vyd. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 1995. s. 31. ISBN 80-7157-157-1.

²³ HONZÍK, K., 1965, s. 60.

2 INTERIÉR SOUČÁSTÍ DESIGNU

Design proniká do všech oblastí našeho každodenního života. Je v neustálém pohybu, mění se a vyvíjí. Zahrnuje obsáhlou oblast tvorby užitekvných artefaktů od drobných dekorativních předmětů po velké architektonické systémy, od výrobků navazujících na tradice řemeslných technik po produkty na bázi nových technologií a materiálů. Využívá informace a pracovní postupy vědeckých, technických i uměleckých disciplín. Jeho výstupy je možné poměřovat technickými, uměleckými i ekonomickými kritérii, lze jej hodnotit ve vztahu k různorodým oblastem lidských aktivit. Design souvisí s globálními problémy lidstva, s chováním a psychologií jedince či specifických skupin populace, se sférou etiky, i s oblastmi módy a reklamy. Při charakterizování designérské profese je tedy třeba zdůraznit její mnohorozměrnost, syntetizující podněty z velmi různorodých oblastí: techniky, vědy, umění a dalších. Kořeny designu sice sahají do předprůmyslové éry, prostor pro emancipaci designérské profese v jejím dnešním komplexním pojetí vytvořilo až období průmyslové revoluce, které nově definovalo vztahy ve výrobním procesu i celou společenskou strukturu. V masovém měřítku se design poprvé uplatnil ve Spojených státech mezi dvěma světovými válkami a důvodem právě bylo zhodnocení jeho komerčního potenciálu.

Kultura naší společnosti je vystavena permanentnímu vlivu politických, ekonomických a sociálních faktorů a design je samozřejmou součástí kultury, kulturních dějin. Stojí mezi uměním a průmyslem. Povědomí o klasicích moderního designu patří již téměř stejně jako samotné umění k všeobecnému kulturnímu bohatství a v tom smyslu jsou také objekty designu prezentovány. Proto v muzeích stojí provokativní nábytkové objekty nového designu „divokých 80. let“ vedle Thonetových židlí, nábytku z ocelových trubek a lamp Bauhausu. Design je kulturní událostí a velké výstavy designu přitahují návštěvníky stejně jako výstavy umění. V průmyslu již design, vytváření produktů, není pouhou záležitostí inženýrů. Dnes je důležitým marketingovým faktorem, v jehož významu spatřuje stále více podniků neodmyslitelnou součást firemní politiky. Hranice mezi uměním, řemeslem, průmyslem a designem byly smazány díky technickému rozvoji a také novým estetickým ideálům. Design se usadil v našem každodenním životě a doslova se vryl do našeho podvědomí.

„Je všudy přítomný, a ačkoli není nejstarší, má už svoji historii, svoje zakladatele, proudy, které ho usměřňovaly a daly mu četné aktuální podoby.“²⁴

2.1 Design a jeho počátky

Design se zabývá předmětným světem – designem výrobků, interiérovým a průmyslovým designem, ale také módou a reklamou, dotýká se rovněž uměleckého řemesla, architektury a urbanismu, doslova zasahuje celé životní prostředí, které si dnes už nelze představit bez grafických děl, obalového designu, informačních systémů, jednotného vizuálního stylu firem, vizuálních konstant, webdesignu či informačních technologií. Slovo design pochází z italského „disegno“. Od dob renesance tento pojem označuje návrh, kresbu a také všeobecně nápad, ideu, která je základem jakékoli práce. Podle toho byl v Anglii v 16. století používán pojem design jako „plán něčeho, co má být realizováno“, „první kresebný návrh uměleckého díla“, ale také už i „předmětu užitého umění.“²⁵ Lze říci, že design provází všechny produkty vytvořené člověkem od jejich koncepce až po realizaci.

Počátky moderního designu lze datovat do 19. století, kdy tvořiví a vnímaví lidé zareagovali na problémy nastolené změnami v oblastech techniky a sériové výroby. Moderní design znamená plánování a vytváření objektů přizpůsobených našemu životnímu stylu, našim ideálům a schopnostem. Má splňovat praktické požadavky kladené na moderní život, vyjadřovat ducha současnosti, těžit ze soudobého pokroku jak v oblasti výtvarného umění, tak v oblasti vědy. Má využívat nové materiály a nové techniky.²⁶ S postupem industrializace designu kolem poloviny 19. století začínají dějiny designu. Zpočátku byla jediným hlavním znakem designu průmyslová výroba produktu. Během industrializace s postupující dělbou práce už totiž brzy nebyl návrh a provedení v jedné ruce jako za časů řemesla. To byl nakonec hlavní předpoklad vzniku povolání designéra. Často je zdůrazňován vztah designu k sériové výrobě, kterou přinesla průmyslová revoluce. Před tímto obdobím byly objekty řemeslnými výrobky,

²⁴ KANICKÁ, L. *Design nábytku v současném světě*. 1. vyd. Brno:ERA group spol. s r.o., 2007. s. 9. ISBN 978-80-7366-107-6.

²⁵ HAUFFE, T., 2004, s. 10.

²⁶ PACHMANOVÁ, M., 2005, s. 16.

to znamená vymyšleny a vyrobeny převážně stejnou osobou. Nástup procesů průmyslové výroby a dělba práce design od aktu výroby oddělily. Mnoho užitkových předmětů, jako například nábytek, nebylo vyráběno na samostatnou zakázku, ale ve velkém počtu kusů. Nové metody odbytu (katalogy, prodej přes obchodní zástupce) a zvýšené nasazení reklamy se postaraly o odbyt ve velkém stylu. Od poloviny 19. století, kdy bylo uvolněno mnoho obchodních a celních překážek, se prodávalo čím dál víc i na mezinárodním poli.

Od počátku industrializace existovala v Evropě hnutí, která chtěla čelit jejím negativním důsledkům reformami uměleckého řemesla, sociální angažovaností a výchovou ke vkusu. Jedním ze směrů bylo demonstrativní obrácení do minulosti a nahrazení levných a špatných průmyslových výrobků kvalitnějšími produkty zreformovaného uměleckého řemesla. Jiný směr sledoval cíl lépe utvářet průmyslové výrobky tím, že se jejich forma přizpůsobovala podmínkám průmyslové produkce. Dospělo se tak k moderním, trvanlivým, cenově přiměřeným a krásným výrobkům. Zmíněné snahy vedly k estetickému vymezení pojmu designu nahlížením na podmínky průmyslové sériové výroby z morálního a sociálně-reformačního hlediska. Díky celé řadě reformátorů v čele s Herbertem Readem a zejména díky Williamu Morrisovi získal design teoretickou a filozofickou základnu. Proto je konec 19. století a začátek 20. století svědkem mimořádného rozkvětu idealizované koncepce designu v Evropě, od hnutí *Arts and Crafts* až po secesi. „Fúze teorie designu s industriální výrobou se odehrála později mimo jiné z popudu Waltra Gropia. Ten ve snaze najít usmíření sociálního idealismu s realitou průmyslové kultury a rodící se techniky založil v roce 1919 první „designérskou školu“ Bauhaus.“²⁷ Její principy byly později převzaty Novým Bauhausem v Chicagu (pozdější název *Institut of design*) a školou *Hochschule für Gestaltung* v Ulmu. Fúze designu a průmyslové civilizace, kterou tyto instituce zastávaly, byly realizovány v něčem, čemu se říkalo moderní hnutí nebo internacionální styl. Design objektů hmotného prostředí je nerozlučně spjat i s globálním pojetím ekonomiky společnosti. Vytvoření globálního trhu zboží odstartovala průmyslová revoluce ve druhé polovině 18. století, když vznikla moderní infrastruktura. Druhá polovina 19. století je vnímána jako „zlatá doba globalizace“ a za jeden z prvních produktů globálního světa bychom mohli považovat židli č.14 firmy Thonet.

²⁷ KANICKÁ, L. *Design nábytku v současném světě*. 1. vyd. Brno: ERA group spol. s r.o., 2007. s. 17. ISBN 978-80-7366-107-6.

Pokud mluvíme o designu, nemáme na mysli jen technické, ekonomické, estetické a sociální vývojové procesy, ale také stále více psychologické, kulturní a ekologické aspekty. Dějiny designu nejsou pouze dějinami věcí a jejich forem, nýbrž jsou dějinami životních stylů. Vztah lidí k jejich věcem totiž tvoří zejména ve 20. století velkou část kulturních dějin.²⁸

2.2 Interiérový design, zrod profese

Interiér má velmi blízko k architektuře. Zatímco se však architektura obecně, i když ne vždy, zabývá novými stavbami a s projektem začíná od začátku, interiérový design pracuje s existujícím, ať už jde o starou budovu, malbu nebo konstrukci. Brooker a Stone uvádějí, že je v architektuře v tomto smyslu cosi utopického, protože usiluje o nadčasovost a dlouhověkost, snaží se vytvářet stavby, které obstojí ve zkoušce času. Naproti tomu interiéry jsou často dočasnými projekty a jejich úkolem je reflektovat výstřelky módy nebo plnit požadavky klientů, kteří si stále objednávají nový design svých kanceláří, prodejen, výstav nebo rekreačních prostor.²⁹ Interiérový design bytové architektury řeší především vnitřní uspořádání domu nebo bytu z praktického, estetického i výtvarného hlediska. Ideálně by měl navazovat na celkovou architekturu stavby, sledovat určitý koncept a odpovídat životnímu stylu uživatele. Zabývá se výběrem a uspořádáním podlahy, schodišť, vestavných prvků a mobiliáře a pracuje s jejich materiálovým a barevným potenciálem. V některých případech může zasahovat do dispozičního řešení interiéru. To vše pro vytvoření ideálního životního prostředí uživatelů. V neposlední řadě počítá s možnostmi moderního osvětlení, ozvučení, vytváří různé atmosféry a podmínky k práci či odpočinku. Může se zabývat i atypickými designovými prvky a nestandardním řešením různých problémů, dle možností a požadavků uživatele i návrháře. Interiérový design řeší i výběr kvalitních uměleckých děl (obrazů, plastik), které celkový koncept završují. *„Interiér se vytváří postupně. Kritéria vnímání interiéru jsou pro každého člověka zcela individuální: vzhled, velikost, rozměry, paleta barev, intenzita osvětlení, styl, funkce, ergonomie. Hlavním úkolem*

²⁸ HAUFFE, T., 2004, s. 19.

²⁹ BROOKER, G. a S. STONE, 2010, s. 9.

*designéra je nalézt rovnováhu mezi funkcí a estetikou interiéru.*³⁰ V ideálním případě se interiérovým designem zabývá tvůrce celé stavby, tedy architekt, který by měl nejlépe zvládnout jeho řešení. Je důležité propojení s exteriérem a s celkovým konceptem domu. Toto prosazovali zejména architekti moderny a avantgardy – Ludwig Mies van der Rohe, Walter Gropius, Le Corbusier. Tento trend vládl také například v období secese a baroka, kde navíc docházelo k promyšlenému uměleckému ztvárnění.

Design interiéru je specializovaný obor, který se liší téměř od všech ostatních odvětví designu. Mezi hlavní charakteristiky interiéru patří vizuální nápaditost a funkčnost. Interiér se také váže ke svému umístění. Je obklopen konstrukcí budovy, která je zase součástí jeho kontextu. Otázka stávajícího prostoru je pro designový proces stěžejní. Konkrétní umístění interiéru má na design vliv, který často převládne nad všemi ostatními faktory. *„Každý prostor má svou atmosféru, specifický styl, který by měl být zřejmý již v počátcích návrhu. Je důležité promyslet technické a dispoziční řešení daného interiéru, tím čím se vyznačuje.*³¹ Jiné druhy designu – jako grafický, módní nebo průmyslový – musí brát v potaz funkci, estetické kvality a strukturu každého vkusu. U interiérového designu se tyto aspekty musí také zohlednit, ale navíc se musí reagovat i na konkrétní místo, které interiér obývá. Interiér se tak může stát součástí daného místa. Může doplnit jeho význam, a dokonce mu přidat na hodnotě a účinku. Vitruviovo pravidlo „Užitečnost, pevnost, půvab“ je uváděno jako základní princip architektury a interiérového designu. Užitečnost spočívá ve funkčnosti objektu, pevnost zahrnuje strukturální integritu objektu a půvab se ptá, má-li objekt estetickou hodnotu, zda-li je vizuálně přitažlivý, výrazný či krásný. Toto pravidlo lze aplikovat na jakýkoliv typ interiérového prostoru a objekty, které se v něm nacházejí.

Tento obor byl tradičně spojován s interiérovými dekoracemi a byl vnímán jako okrajová odnož architektury. Interiérový design zahrnoval vše počínaje dekoracemi až po rekonstrukci, většinou se pod ním řadily veškeré typy interiérových projektů. Postupem času docházelo ke změně přístupu ke vzhledu a využití městského prostředí, tím se také modifikoval i postoj vůči novému využívání staveb. To vše přispělo od počátku 21. století ke vzniku interiérového designu jakožto svébytného oboru, nikoli pouze přidruženého k povrchové dekoraci či architektuře. Tento obor se v současnosti rozděluje díky rozšiřující se revitalizaci stávajících budov a definují se jeho jednotlivé

³⁰ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

³¹ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

specializace jako je interiérová dekorace, interiérový design a interiérová architektura. Tyto obory se překrývají a rozdíly mezi nimi se týkají rozsahu změny vůči danému interiéru. Interiérová dekorace je označována jako umění výzdoby interiéru, které má vtisknout určitý styl v souladu s danou architekturou. Zabývá se povrchovými vzory, ornamenty, bytovým textilem, nábytkem, osvětlením a materiály. Řeší nepatrné konstrukční změny stávajících budov. Typickým příkladem je design rezidenčních, restauračních či hotelových interiérů. Interiérový design je pak mezioborová disciplína zabývající se vytvářením interiérových prostor, které vyjadřují určitou atmosféru a identitu. Činí pomocí manipulace s kapacitou prostoru, povrchovými úpravami, umístěním specifických prvků či objektů. Jde o projekty vyžadující minimální nebo téměř žádné konstrukční úpravy. Konstrukční stav prostoru je uchován v původní podobě a nový interiér je do něj vložen. Tyto interiéry mívají přechodný charakter a typickými příklady jsou výstavní prostory, maloobchodní prodejny či domácnosti. Interiérová architektura je spojena s rekonstrukcí a revitalizací stávajících budov, s přístupy k existujícímu prostoru, jeho strukturám a principům jeho organizace. Také překlenuje rozdíly mezi interiérovým designem a architekturou jako takovou zejména proto, že řeší i komplexní konstrukční, technické a environmentální otázky. Týká se řady různých typů projektů například pro galerie, muzea a jiné veřejné stavby, kanceláře a podobné komerční budovy i pro domácnosti.³² Jde o tři odlišné obory, z nichž každý má svou specifickou charakteristiku. Přesto se však shodují v jednom bodě a to, že mají úzkou souvislost s daným místem.

Na počátku 20. století se interiérové designérství rozvinulo jako profese. O vzrůst jeho popularity se postarali nadšení amatéři. Když na přelomu 20. století chtěla nově vzniklá vrstva bohatých mecenášů dát na odiv svou zámožnost, najala si designéry, aby jim od základů přestavěli dům. K nejvýznamnějším v té době patřili například Elsie de Wolfe, Edith Wharton, Lady Sibyl Colefax, Ogden Codman či bratři Herterovi. Projekty se týkaly dámských a pánských klubů, residencí a dalších společenských prostor, kde se zámožní lidé setkávali kvůli zábavě. Dekorátér sladil a uspořádal nábytek, textilie, barvy a osvětlení, aby tvořily přepychové pozadí velkým společenským sešlostem. K zpopularizování tohoto oboru posloužily i publikace knih jako byly *Dekorace domů (The Decoration of Houses, 1897)* od Edith Wharton

³² BROOKER, G. a S. STONE, 2010, s. 11 – 12.

a Ogdena Codmana či Domov v dobrém vkusu (*The House in Good Taste*, 1913) od Elsie de Wolfe. Wharton a Codman byli zřejmě první, kteří použili termín „interiérový architekt.“ Období 20. a 30. let bylo dobou rozkvětu interiérového návrhářství a interiéroví návrháři začali být žádanou profesí.

Než se začal interiérový design vyučovat, školení probíhalo učňovskou formou u tradičních řemeslníků. Na počátku 20. století bylo mnoho významných odborníků nevyškolených – například Elsie de Wolfe zahájila svou kariéru jako herečka. Designéři tehdy spoléhali na svůj dobrý vizuální smysl a přesvědčení. Formální vzdělání interiérového designéra začínalo na umělecké škole. V Británii mnoho těchto škol bylo založeno v polovině a ke konci 19. století, například londýnská *Central School of Arts and Craft*, umělecká škola v Manchesteru nebo v Nottinghamu. Zanedlouho byly vytvořeny osnovy pro výuku umění a řemesel spolu s učňovskými programy. Ve 20. a 30. letech 20. století tento systém vystřídal bauhausovský model výuky umění. Dle něho nejprve studenti absolvovali obecný úvod do umění jako přípravný kurs v rámci hlavního modulu architektury, čímž bylo zajištěno, že vyzkoušeli různé typy designu a materiálů, jako je kov, dřevo, sklo, malba či dekorace. Model Bauhausu má jistý vliv dodnes. V průběhu 20. století používalo mnoho designérů označení „interiérový dekoratér“. Někteří z nich fungovali výhradně jako dekoratéři, jiní se ale zapojovali i do mnohem větších projektů. Například Robert Atkinson, britský designér poválečného období, je především známý díky okázalému Art Deco interiéru v sídle Daily Express v londýnské ulici Fleet Street dokončenému v roce 1932. Nádherné modrozlaté mozaiky výtečně doplňují ocelovo-skleněnou konstrukci. Jedná se o více než pouhý dekorativní prvek, jde o interpretační design.³³ Ve Spojených státech se v New Yorku Parsonova škola designu specializovala na školení interiérových designérů již od roku 1896. V roce 1916 se připojila škola *New York School of Interior Design*, v roce 1951 pak *Fashion Institute of Technology*. Po 2. světové válce začala profese interiérového designéra ještě více vzkvétat a těšila se lepšímu postavení. V 50. letech 20. století byla uznána a rozvíjena jako samostatné povolání. V roce 1889 založený *Institut britských dekoratérů* zavedl roku 1953 pojem „interiérový designér“ a roku 1976 upustil od označení „dekoratér“, stal se Britským institutem interiérového designu. V roce 1987 se přejmenoval na Autorizovanou společnost

³³ BROOKER, G. a S. STONE, 2010, s. 17.

designérů. Americký institut interiérových dekorátérů byl založen roku 1931, v roce 1970 se stal Americkou společností interiérových designérů.

Navrhování interiéru je společenskou činností. Svádí lidi dohromady, umožňuje efektivněji si vzájemně sdělovat své nápady a také se tvůrčím způsobem svěřovat se svými zájmy.³⁴ Návrhář interiéru má významný úkol působit na kvalitu života jednotlivce. V současnosti je interiérový design vnímán jako profese, která slučuje řadu disciplín. Interiéroví designéři dostávají zakázky na vytvoření designu pro výstavní, pracovní, obchodní, rekreační prostory, různé akce, divadelní vystoupení, podporu obchodní značky (branding) či dokonce architekturu.

³⁴ TANGAZOVÁ, T., 2006, s. 6.

3 CHARAKTERISTIKA DOBY A SPOLEČNOSTI POČÁTKU 20. STOLETÍ

První světová válka znamenala konec jedné společenské epochy. Poválečný svět byl světem nových idejí i věkem nových objevů a technických vymožeností. Jejich rychlé šíření mezi masu lidí bylo neseno duchem demokracie a racionality. Modernost se stala příkazem doby i všeobecně uznávaným heslem. Ve jménu nového a moderního se měnilo všechno staré a na první pohled vyšlé z módy. Reakcí na tradiční a konvenční umění vznikaly nové umělecké směry. Také architektura ztělesňovala nový přístup k bydlení i k životu. Využívala hladké bílé plochy bez přílišných ozdob, pravoúhlou geometrii, sklo, ocel a železobeton. To se promítalo i do účelného vnitřního řešení i vybavení budov. Stejně prvky a materiály najdeme na nábytku, osvětlovacích tělesech a dalším zařízení interiéru.

Touha lidí začít znovu, vytvořit novou epochu míru a pokroku, šla ruku v ruce s rozvojem aerodynamiky, automobilismu, bezdrátového spojení, masově vyráběných předmětů schopných uspokojit stále rostoucí poptávku. Cestování se stalo synonymem modernosti. Zaoceánské parníky, vlaky a rychlá auta překonávala vzdálenosti nevídanou rychlostí. Mezinárodní výstavy se staly nejen přehlídkou úspěchů moderní doby, ale i místem střetu různých stylů a etnických zvláštností, místem vzájemné inspirace. Díky technice se miliony lidí na světě dívaly na stejné filmy, poslouchaly z rádia stejnou moderní hudbu a tančily stejné moderní tance: charleston, tango, foxtrot či blues. Poprvé se stalo, že pracující lidé získali volný čas a požitky z dostatku peněz. Světová válka také rozhodla o novém postavení žen, o její emancipaci a tím i o jejím moderním oděvu. Ženy musely ve válečných letech nastoupit na místa mužů, válkou narušený veřejný život by se byl bez jejich pomoci neobešel. Postavily se po bok mužů jako jejich rovnocenné partnerky v práci, ve sportu i v zábavě a staly se ekonomicky i společensky nezávislé. Byla to doba i sociálního a ekonomického rozvoje, ve kterém ženy v mnoha zemích získaly volební právo a byly odstraněny některé ze starých politických a ekonomických nerovností.

3.1 Hledání modernosti

Modernita je termín, jímž současní badatelé označují historické, kulturní, politické a ekonomické podmínky související s osvícenstvím, s rozvojem průmyslové společnosti a vědeckým racionalismem a s myšlenkou, že přírodu lze ovládat prostřednictvím technologie, vědy a logiky. Je spojována s přesvědčením, že industrializace, technologické zásahy lidstva do přírody, masová demokracie a zavedení tržní ekonomiky jsou znamením společenského pokroku. Okolnosti související s modernitou vytvořily podmínky pro nástup modernismu, který označuje řadu stylů a hnutí v umění, architektuře, literatuře a kultuře, které se v celosvětovém měřítku rozvíjely přibližně od 80. let 18. století až do konce 19. století. V éře modernosti se považovalo za daný fakt, že rozvoj průmyslu je nezbytný pro pokrok lidstva a zkvalitnění života. Modernita vyvrcholila v 19. a na začátku 20. století díky intenzivnějšímu přesídlování ze zemědělských oblastí do měst, urbanizaci, industrializaci a rozvoji nových technologií spojených s průmyslovým kapitalismem. Charakterizovaly ji převraty a změny a zároveň optimismus a víra v lepší, pokrokovější budoucnost. Města jako Paříž, New York a Chicago jsou často považována za bytostně moderní, charakteristická architekturou, která vystihuje modernitu důrazem na mechanikou inspirovaný design a využívání high-tech materiálů, jako jsou kov a sklo. Pro nový moderní étos proto začala být typickou kultovní architektura mrakodrapů. Důsledkem uplatňování průmyslových materiálů (ocel), moderních technologií a estetiky strojů byly stále vyšší budovy. Ikonou modernistického hnutí Art Deco z hlediska architektury a designu se stal newyorský mrakodrap *Chrysler*. „*Art Deco je zdobný styl modernismu, který evokuje strojovou estetiku a původně měl sloužit jako funkční design, tzv. art moderne.*“³⁵ Moderní architektura byla typická zájmem o městskou zástavbu, v němž se mísil funkční přístup k členění prostoru s formalistickou estetikou vyznávající technologii, pokrok a vše nové. Architektura byla klíčovým aspektem nové urbánní zkušenosti a noví moderní občané se museli naučit, jak se s moderním městem sžít. Začali vnímat městský život prostřednictvím výloh a dalších obrazových ploch. Společnost éry modernosti chápala technologické a společenské

³⁵ STURKEN, M. a L. CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. s. 104. ISBN 978-80-7367-556-1.

změny jako faktor, který je pro pokrok prospěšný a nezbytný. Avšak stále více lidí začínalo trpět pocitem rozjitření, neklidu a odcizenosti připadající si ztraceni v davu a strádající životem v moderním průmyslovém městě. Počátkem 20. století již radikální změny vyvolané politickým a technologickým vývojem působily nepřehlédnutelné kulturní napětí. Rozpad tradičních hodnot sice otevřel lidem nabídku nekonečných možností, ale ruku v ruce s tím šla i ztráta pocitu jistoty a společenských vazeb, které tyto tradice poskytovaly.

3.2 Společnost spotřeby

Také spotřební kultury začaly vznikat po nástupu modernosti a rozvoje kapitalismu coby ekonomické síly působící na celém světě. V kontextu modernosti se konzumní společnosti objevily na konci 19. a na počátku 20. století s nástupem masové výroby jako důsledku průmyslové revoluce a stále intenzivnější kumulace obyvatelstva ve velkých městech. K aspektům modernosti, které přispěly k rozvoji spotřeby, tak patří mobilita a koncentrace obyvatel ve městech.

S rozšiřováním měst v 19. století a budováním dopravních systémů na přelomu 19. a 20. století začali lidé žít mnohem rychleji a mobilněji, cestovat do měst vlakem a pohybovat se po nich prostředky městské hromadné dopravy. „*Vlivem parní energie a později elektrické energie se zvýšila rychlost dopravy, výroby i přenosu informací. Svět se (opticky) zmenšil. Pojmy daleký a vzdálený byly nahrazovány pojmy blízkost a dosažitelnost. Cestování už neznamenal klestit si cestu prostorem, naopak znamenalo pohybovat se časem, a to stále větší rychlostí.*“³⁶ Dopravní revoluce ovlivňovala celkové zrychlování života, výrazně přispěla k vytvoření podmínek pro rozvoj industrializace, pro vznik výkonové, pracovní, tržní a mobilní společnosti. Na začátku 20. století se oblíbeným přepravním prostředkem stal automobil. S každodenním přesunem lidí na velké vzdálenosti je úzce spojen i svět spotřeby. Postupně se ulice měst proměnily v platformu pro reklamu, jakmile se začaly plnit veřejné prostory

³⁶ KUBÁTOVÁ, H. *Sociologie životního způsobu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. s. 149. ISBN 978-80-247-2456-0.

přesunujícími se davy lidí a prostředky hromadné dopravy.³⁷ S nástupem spotřební společnosti se navzájem oddělily domov, pracoviště a obchod, a to v důsledku ovlivnilo strukturu rodinných a genderových vztahů. Jakmile lidé začali zabydlovat městská centra a hromadně opouštět venkovský model života, v němž zásadní roli při výrobě a distribuci hráli všichni členové rodiny, začala se zvyšovat i vzdálenost mezi soukromou sférou domova a veřejnou sférou práce a obchodu. Ženy byly odsunuty do domácí sféry a mužům byla určena veřejná sféra. Vlivem rozvoje výrobního průmyslu začali být ženy a muži stále více vnímáni jako odlišné typy spotřebitelů, na něž lze zacílit různé marketingové strategie nabízející různé druhy zboží. Novou zkušeností, jakou přinesl život ve městě i modernost, byla změna chápání vlastního já a vlastní identity, která se začala utvářet ve sféře mnohem širší než rodina. K rozvoji spotřeby tak došlo v kontextu měnících se hodnot. Jednou z podstatných změn v evropských a amerických společnostech bylo zdůrazňování volného času, utrácení a pocitu naplnění jedince.

Vlivem nárůstu spotřeby v Evropě a Americe vznikly nové druhy prostorových a mobilních vztahů mezi občany a jejich prostředím. Z všední činnosti bylo nakupování povýšeno na volnočasovou zábavu. Tato změna se odehrávala díky tomu, že ve městech vznikla řada atraktivních prostorů k nakupování, jakým byly nákupní pasáže moderních velkoměst, které se považovaly za esence modernosti, kdy se ulice přesunula do interiéru. Tento druh vizuální rozkoše z nakupování jako formy zábavy se také promítl do zakládání obchodních domů, které se jako „paláce“ spotřeby staly oblíbeným cílem občanů – spotřebitelů. Obchodní dům se hlásil jako místo obchodu a volnočasové zábavy. Jeho struktura se odvíjela od toho, aby tu bylo možné představit zrakům zákazníka co největší množství zboží. Velkolepá schodiště, luxusní zboží a rafinovaná výzdoba obchodních domů měly návštěvníky uvádět v úžas. Rozměrné výlohy obchodních domů otevíraly interiér pohledu z ulice a lákaly zákazníky ke vstupu. Nápad vystavovat konzumentům zboží ze všech úhlů, se časově shodoval se zvýšenou pozorností vůči estetice a designu výrobků. Prohlížení výkladů a procházení se mezi zbožím se díky tomuto novému spotřebnímu prostředí a mobilitě coby klíčového prvku moderního života stalo rozšířenou praxí a významnou společenskou aktivitou.

³⁷ STURKEN, M. a L. CARTWRIGHT, 2009, s. 273.

V průběhu 20. století se kultura vizuality a mobility dále proměňovala. Vzhledem k tomu, že lidé ve městě i na venkově od počátku do poloviny 20. století začali překonávat stále větší vzdálenosti, vznikla další forma reklamy: billboardy podél cest. Přestože velkoformátové reklamy se na budovy ve městech malovaly po desetiletí a plakátovací plochy byly běžnou součástí města, rozvoj automobilové dopravy v 10. letech 20. století proměnil nejen odvětví průmyslu a prostředí nejrůznějších společností, ale také prožitek spotřeby jako takový. Billboardy jsou od počátku určeny letnému pohledu, zatímco je míjíme autem, a automobil začal být stále více považován za produkt přinášející svobodu a mobilitu. Ve 30. letech se billboard stal kultovní formou určenou spotřebiteli v neustálém pohybu, jemuž inzerenti musí poskytnout design odpovídající estetice rychlosti. Podle ní inzerenti jako součást této nové estetiky zdokonalili využití sloganu, zhuštěné výpovědi a obchodní značky odpovídající zrychlenému vnímání.³⁸ Je tedy zřejmé, že mnoho společenských uskupení začalo během relativně krátké doby považovat spotřebu za podstatný prvek hospodářské stability. Konzumerismus se stal nedílnou součástí každodenního života a vizuální kultury společnosti, a to často způsobem, který si ani neuvědomujeme.

3.3 Nový životní styl – 20. a 30. léta

Před rokem 1914 byl život ve velké části západního světa konzervativní a předvídatelný. Životu vládly ustálené sociální pozice mužů, žen a společenských vrstev. Moderní věk, který mnozí považují za ten pravý počátek 20. století, začal s koncem války. Ten způsobil výbuch zadržované energie, z níž se zrodilo také hnutí Art Deco. To byl začátek bouřlivých 20. let. Vlna liberalizace, která ve 20. letech zaplavila Evropu, vytvořila koktejlové bary, kam v době prohibice v Evropě chodili rádi především Američané. Proto celá řada barového náčiní této doby je i nádherným Art Deco exponátem. Začátkem 20. let se svět změnil i politicky. Versailleská smlouva po 1. světové válce významným způsobem změnila mapu světa. Na troskách monarchie Rakouska-Uherska se zrodily nové státy včetně ustavení Československé republiky. Změnily se hranice dalších zemí i vlastníci kolonií. V Německu založení Výmarské

³⁸ STURKEN, M. a L. CARTWRIGHT, 2009, s. 279.

republiky v roce 1919 vytvořilo klima, v němž mohly vzkvétat instituce, jako byl Bauhaus. Založení Svazu sovětských socialistických republik v Rusku mělo rovněž celosvětovou odezvu. Vzestup fašismu v Itálii a v Německu později vyvolal odpor vůči komunistickému ideálu. Vznik světové hospodářské recese, velká krize a krach na Wall Streetu – to všechno přispělo k politickému a hospodářskému koktejlu, který přispěl k vytváření jedinečného charakteru obou desetiletí.

Pro 20. a 30. léta 20. století je charakteristickým trendem způsob, jakým se inovace neustále a svižně mění v módu. Horsham popisuje, jak rychle radikální tendence a pokroky v umění, designu a architektuře byly zahrnuty do širší veřejné spotřeby, do tak neslučitelných a odlehlých oblastí, jako jsou doprava, politika a masové sdělovací prostředky.³⁹ Za charakteristické znaky modernosti se považovala výkonnost a rychlost. Díky tomu přibývaly uhlazené a eliptické aerodynamické křivky, zejména ve 30. letech. Oblastí, v níž se sklony k aerodynamickým technikám daly využít, bylo letectví jako znak „nové doby“. Tvar kapky slzy se teď vyvinul v konstrukční řešení aerodynamických a stylistických problémů.⁴⁰ Aerodynamické tvarování se stalo jevem, který přestal být přísně funkčním a podobně jako Art Deco se stalo synonymem pro další formu užité dekorace. Před nástupem těchto dvou desetiletí byl svět fakticky zničen 1. světovou válkou. Právě ale rozvrat se stal katalyzátorem zásadní změny začít znovu. Průmysl zaznamenal za prvních pět mírových let nevídaný krok vpřed. Přišel na to, že je nutno vyvinout mimořádně účinné metody masové výroby, aby bylo možno uspokojit rostoucí poptávku. Na konci války byly k dispozici metody použitelné pro výrobu pro domácnost. Došlo proto ke změnám v domácnostech. Ve Spojených státech se vrhli na potřeby pro domácnost, jako jsou ledničky a drobné elektrické spotřebiče, které začaly sloužit novým masám spotřebitelů. Záliba v potřebách pro domácnost stoupala během celých 20. let, jak rostla vybavenost domácností elektřinou. Tyto výrobky byly stále přitažlivější, a proto se stále více kupovaly; především kvůli pracem, které usnadňovaly, a kromě toho i kvůli jejich výtvarnému ztvárnění a vzhledovým charakteristikám. Dvacátá a třicátá léta se stala první zlatou érou talentovaných a eklektických průmyslových návrhářů, jejichž výrobky si mohly najít cestu do tehdejších domácností. Bylo to zboží v první řadě orientované na ženy, které zjišťovaly, že věci změnil v mnoha ohledech i je. Nová úloha žen během válečného období,

³⁹ HORSHAM, M., 1997, s. 8.

⁴⁰ Tamtéž, s. 26.

spojená s dramatickým úbytkem mužů, vedla po válce ženy na přední místa všech oborů – od sportu a umění po politiku a obchod. Charakteristickým rysem 20. a 30. let byla emancipace žen, což se také projevilo v módě krátkých účesů a kalhot. Oděv se stal méně omezujícím, a tím došlo ke zjednodušení ženských šatů. Od 20. let 20. století se tak móda stala snadněji napodobitelnou, a tudíž méně nedostupnou. To přispělo k její demokratizaci.⁴¹ Změnou bylo i proniknutí žen do oblastí doposud rezervovaných pouze mužům jako bylo kouření na veřejnosti, pití alkoholu a všeobecně „veselého života“. Mnohé ženy tak zakusily osvobozující chuť finanční i společenské nezávislosti.

Významným médiem moderního světa se stal rozhlas. Již v roce 1915 se *American Telegraph and Telephone Company* podařilo odvysílat řeč a hudbu na vzdálenost 7680 km. V důsledku toho se Spojené státy postavily do čela vývoje a uplatnění techniky rozhlasového vysílání. Američtí podnikatelé první pochopily záračnou moc masové reklamy a zaměřili ji především na silnou koupěchtivou skupinu: ženy v domácnosti. Už ve 20. letech bylo tak rozhlasové vysílání přerušováno reklamou. Růst reklamy a rozvoj sdělovacích prostředků usnadnil nákup nových věcí, zejména domácnostem s průměrnými příjmy. V roce 1922 začalo pravidelné profesionální vysílání BBC (*British Broadcasting Corporation*) a za pár let večerní zprávy sledovaly miliony posluchačů. Rozhlas jako nejmasovější komunikační prostředek ovládl Evropu i Spojené státy. Rádio nechybělo v žádné domácnosti. Znamenalo symbol moderního světa vzájemně spojeného bezdrátovou komunikací.⁴² Rozhlas představoval zdroj domácí zábavy a film ovládl masovou zábavu mimo domov. Němý film se stal prvním celosvětovým masovým médiem – prostředkem globální komunikace. Neznal totiž jazykové bariéry, a proto se rychle šířil po světě. Kina přitahovala obrovské publikum a obrovské zisky plynuly do filmového průmyslu, především v Hollywoodu. Sláva hvězd filmového plátna byla rovněž rychlá a mezinárodní. Zrodily se filmové idoly ovlivňující masy lidí. Po zavedení zvuku roku 1927 zvukový film přinesl nové technické možnosti, nové zisky, nové žánry (například muzikál) i nové idoly. Film jako masová zábava představoval také obrovskou příležitost pro doslova internacionální šíření módy. Lidé v mnoha zemích světa současně sledovali své hrdiny a napodobovali je i v oblékání. Co se předvádělo na filmovém plátně, to se rychle stalo masovou módou. Nový spíše chlapecký typ ženy zosobňovala švédská

⁴¹ KUBÁTOVÁ, H., 2010, s. 202.

⁴² SKARLANTOVÁ, J., 1999, s. 164.

herečka Greta Garbo, která se stala idolem 20. let a její sláva trvala až do 40. let. Marlene Dietrich zase prosadila dlouhé kalhoty se zvonovými nohavicemi a stala se zosobněním ženské emancipace.⁴³ S nástupem rozhlasu a zvukového filmu se změnila návyky průměrného člověka. S rozvojem pravidelně vysílaných rozhlasových zábavných programů dostala novou podobu i domácí zábava a každotýdenní návštěva kina značně ovlivnila způsob, jakým lidé hovořili a jednali, nemluvě právě i o jejich vzhledu.

Další masovou zábavou poválečné doby se stal tanec. Tančírny, bary a noční kluby rostly jako houby po dešti. Objevily se ve 20. a 30. letech jako místa, kde bylo módní se dát vidět, místa, kde se schází mondénní svět. Džezová horečka zachvátila celý svět a moderní mládež začala vyznávat nový rytmus. Dvacátá a třicátá léta byla desetiletí vskutku mezinárodní. Bezostyšná originalita, elegantní modernost a neustálá změna – to všechno hrálo svou roli při vzniku tisíců stylů, podob, výrobků a nápadů, které charakterizují tuto dobu. Toto dvacetileté období zahrnuje mnohé jevy, od zkracování sukní až po aerodynamické vlaky, od Freda Astaira až po Adolfa Hitlera, od nablýskaných mrakodrapů až po plastické bezdrátové přijímače, byla věkem masové zábavy, která do té doby neměla obdobu. Růst v oblasti spotřebního zboží se ve 20. a 30. letech odehrával na pozadí politicky i hospodářsky rychle se měnícího světa. Na jedné straně se životy lidí změnila globálně se objevujícím posunem hospodářské moci, zatímco na druhé straně ho měnily věci, které bylo možné koupit. *„V důsledku toho se ve 20. a 30. letech poprvé prosadily dva jevy, které dnes dobře chápeme a denně si je potvrzujeme – jev masového spotřebitele a jev masového inzerenta.“*⁴⁴

⁴³ SKARLANTOVÁ, J., 1999, s. 166.

⁴⁴ HORSHAM, M. *Styly 20. a 30. let*. 1. vyd. Praha: Svojtka a Vašut, 1997. s. 23. ISBN 80-7180-255-7.

4 ART DECO

Art Deco bylo stylem, který se vyznačoval velkým časovým i věcným rozpětím. Překlenul celá 20. a 30. léta minulého století a integroval širokou paletu různých odvětví a předmětů – od architektury až po design interiéru, od keramiky až po nábytek, od textilu až po grafiku, a ještě dál. Vznikl ve Francii, kde etablované vrstvy měšťanstva přestály válku relativně nedotčené. Proto se zde rozvinul luxusní dekorační a bytový styl, který demonstroval hospodářskou moc a náročný životní styl.

Art Deco je styl designu a dekorace, který dosáhl svého vrcholu mezi dvěma světovými válkami. Jeho název je odvozen od názvu mezinárodní výstavy *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes* (Mezinárodní výstava moderního umění dekorativního a průmyslového), která se konala roku 1925 v Paříži, a která byla uspořádána na propagaci života v novém moderním světě nového století. Do historie této události se Spojené státy zapsaly svou nepřítomností, neboť se říkalo, že je nikdo nereprezentuje, protože Amerika nemá stylu Art Deco čím přispět.⁴⁵ Pařížská výstava však představila přehlídku nejvýznamnějších proudů 20. let a dala vzniknout novému směru, nazývanému Art Deco. „Na výstavě se sešla díla ze 34 zemí a celé řady individuálních designérů. K vidění bylo všechno: od tradičních stylů po šokující avantgardu. Výraz Art Deco měl zastřešovat celou tuto pozoruhodnou pestrost.“⁴⁶ Na výstavě samé nešlo jen o užité umění, výstavu exponátů doprovázely přehlídky módy, účesů, květin, tance, fotografií, filmů a také celé společenské zázemí: restaurace, kavárny, kina, divadla. Výstava v Paříži měla na 150 pavilonů, byla významným úspěchem Francie a nesmírně důležitou událostí, která propagovala francouzský vkus i průmysl. Navštívilo ji více než 50 milionů návštěvníků a mnozí z nich byli bohatí a vlivní cizinci. Za pár let byl moderní francouzský styl mezinárodně oblíbený. Neomezil se pouze na to, čemu dnes říkáme design. Pronikl do všech složek meziválečného života a do všech vrstev společnosti. Art Deco se stalo internacionálním slohem. Přispěla k tomu i masová výroba, která nejen kopírovala vzory, ale často nahrazovala drahé materiály levnějšími. I díky tomu se tento styl prosadil všude. Stal se „totálním“ slohem: poznamenal čajové konvice stejně jako interiéry hotelů a kin, fasády

⁴⁵ BHASKARANOVÁ, L., 2007, s. 86.

⁴⁶ MILLEROVÁ, J. *Art Deco*. 1. vyd. Bratislava: NOXI, s.r.o., 2006. s. 8. ISBN 80-89179-37-1.

bankovních domů a zaoceánské parníky stejně jako šperky a vzory šatovek. Označení Art Deco se však začalo používat podstatně později až v roce 1966, kdy se v Paříži konala retrospektivní výstava nazvaná *Les Années „25“: Art Deco/Bauhaus/Stijl/Esprit Nouveau* na počest Pařížské výstavy v roce 1925. Před tím byl tento styl známý jako modernistický styl nebo styl moderna. Tato výstava vymezila francouzské užité umění 10. a 20. let minulého století vůči ostatním modernistickým stylům, které představoval Bauhaus a De Stijl. O dva roky později vydal britský historik designu Bevis Hillier dílo s názvem *Art Deco of the 20s and 30s*, ve kterém styl Art Deco definoval jako „...asertivně moderní trend, který se vyvinul ve 20. letech 20. století a svého vrcholu dosáhl ve 30. letech stejného století... Je klasickým stylem v tom, že stejně jako klasicismus, na rozdíl od rokoka a secese, tíhne více k symetrii a k přímočarosti než ke křivkám; odpovídá požadavkům strojové výroby a novým materiálům...[a] požadavkům velkovýroby.“⁴⁷

Duch slohu Art Deco byl duchem moderny. I když převzal starší slohy pro své vlastní užití, byl to stále sloh novosti, hájil umění v proudu masové kultury a často z tohoto vývoje těžil. Objekty Art Deco byly původně zhotovovány z drahých a ryzích materiálů, přesto však mnohé z jeho nápadů byly kopírovány a vyráběny v levnějších provedeních. Art Deco naučilo a učilo veřejnost k odvážnému designu. Pokud měly být barvy jasné, musely oslňovat, pokud linie měly být čisté, musely být pevné a strohé jako schodiště chrámu. Jistota módní elegance byla prvořadým požadavkem. Dvacáté století bylo dobou strojů a Art Deco bylo moderní, protože se nebálo použít výraz strojního designu jako inspiraci: křídla letadla, bok jachty, čepy a kola šicího stroje nebo automobilu.⁴⁸

4.1 Prameny a vlivy Art Deco

Art Deco bylo přímým potomkem předcházejících dekorativních stylů a současně bylo i souputníkem funkcionalismu. Navazovalo na mnoho směrů secese a přitom uplatňovalo a respektovalo stále více strojní výrobu. Vlivy působící na Art

⁴⁷ MILLEROVÁ, J. *Užité umění*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2008. s. 266. ISBN 978-80-7391-158-4.

⁴⁸ LEMME VAN DE, A., 1997, s. 34.

Deco byly tak rozmanité jako celé hnutí. Zpočátku byl styl inspirován jasnými barvami a designy kostýmů Ďagilevova Ruského baletu v Paříži, jehož scénografie a kostýmy spojovaly orientální se západním, avantgardní s primitivním. Ďagilevovo představení Šeherezády bylo bouří bohatých, sytých barev, která inspirovala hojnou dekorativní část slohu Art Deco a design interiérů.⁴⁹ Rané Art Deco obsahuje exotické motivy návrháře Paula Poireta, jeho módní vliv na tento styl přetrval dlouhou dobu. Také ho ovlivnily abstraktní, zjednodušené tvary objevující se na avantgardních obrazech kubistů, fauvistů a futuristů. Nečerpalo inspiraci pouze ze světa strojů a moderního umění, ale i z historie a mnoha dalších pramenů. Objevení Tutanchamonova hrobu Howardem Carterem v roce 1922 bylo světovou senzací. „*Návrhářům Art Deco se tak otevřel nový zdroj dekorativních motivů, nádhera a bohatství nalezeného faraonova pokladu přivedla do módy (nejen oděvní) lesklé a třpytivé materiály: chrom, lakované dřevo, sklo, email, drahé kameny, v oděvech pak navíc satén, zlaté a stříbrné lamé.*“⁵⁰ Tvůrci Art Deca nacházeli inspiraci pro tento styl nejen v secesi, ze které čerpali mnohé prvky, ale inspirační zdroje nacházeli i v motivech nábytkových předmětů z období Ludvíka XVI.⁵¹ Všechny inspirující prvky byly interpretovány modernistickým způsobem. Tento styl byl souhrnem snah po nové ornamentice a novém tvarování, snahou o zušlechtnění každého každodenního předmětu.

Zprvu tento styl neusiloval o hromadnou průmyslovou produkci zboží, ale do popředí se stavěla uměleckořemeslná výroba jednotlivých exklusivních kusů. Tato doba elegance a s ní spojená touha po dobrodružství, volném čase a luxusu přinesla koloniální vlivy, které se projeví v používání exotických, vzácných a drahých materiálů. Později vznikaly i extravagantní kombinace s moderními materiály, s ocelí, sklem a umělou hmotou. Důraz se však nekladal na funkčnost, ale na ornament. Jedním z vlivů byla již zmiňovaná secese. „*Charakteristicky zaoblené formy však ustupovaly pod vlivem kubismu, konstruktivismu a futurismu geometricko abstraktní stylizaci, expresivním klikatým liniím a dynamickým proudnicovým tvarům. Oblíbenými formami byly geometrizující ornamenty z šesti- a osmiúhelníků, oválů a kruhů, trojúhelníků a kosočtverců.*“⁵² K tomu se přidaly prvky z klasicismu, předkolumbovské kultury

⁴⁹ LEMME VAN DE, A., 1997, s. 32.

⁵⁰ SKARLANTOVÁ, J. Od fíkového listu k džínům. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 1999. s. 168. ISBN 80-7169-785-0.

⁵¹ DLABAL, S., 2000, s. 213.

⁵² HAUFFE, T. *Design*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2004. s. 89. ISBN 80-251-0284-X.

a také afrického umění. Africká témata zpopularizovali afro-američtí představitelé jazzového věku – především Josephine Bakerová, která pro Francouze ztělesňovala spojení africké a americké kultury. Takto Art Deco rozvíjelo velké množství směrů: klasicky elegantní, exoticky expresivní a stále častěji také modernistickou variantu. Zlepšené možnosti mezinárodní komunikace oživily i zálibu v orientálním designu a také vytvořily styl věnovaný luxusnímu způsobu cestování. To se projevilo v parnicích, autech, interiéru železničních vagonů a velkých hotelů. V průběhu času původně luxusní styl zaregistrovalo i širší publikum, neboť Art Deco přijímalo stále více moderních prvků, zpracovávalo průmyslové materiály, a tak „... z *exkluzivního předmětu bylo již možné učinit sériový výrobek, zindustrializovat jej, zlevnit a výlučný nábytkový předmět se objevil v běžnější obchodní síti.*“⁵³

4.2 Interiér ve stylu Art Deco

Co se interiérového návrhářství týká, byla 20. a 30. léta minulého století úžasným obdobím. V této době se mu dostalo skutečného rozkvětu a interiéroví návrháři začali být velice žádaní. Vytvářeli a vymýšleli fantastický nábytek a bytové doplňky pro lidi, kteří chtěli dopřát svému obydlí alespoň trochu luxusu. Art Deco bylo aplikováno do všech designových sfér – architektury, módy, šperků, umění, ale především také do interiérového designu a nábytkářství, jež si podmanilo hlavně elegancí svých hladkých linií. Zprvu Art Deco představovalo luxusní a dekorativní tvorbu pařížských interiéristů, výtvarníků a uměleckých řemeslníků. Stejně jako secesní tvůrci také oni ztvárňovali interiéry jako komplexní umělecké dílo, ve kterém vše ladí se vším a doplňuje se – podlahy, stropy, stěny, nábytek, osvětlení i doplňky. Kliky, textilie, koberce a dekorace všeho druhu. Pokud možno exotické, výjimečné, luxusní, z drahých materiálů. Důraz byl kladen na výtečně zpracované drahé materiály, užití v extrémním či rafinovaném kontrastu. Samozřejmostí byly dekorace všeho druhu, nejlépe bizarních tvarů a exotického původu. „*Na rozdíl od Bauhausu se většina těchto návrhů nehodila pro velkosériovou výrobu. Šlo o uměleckořemeslné produkty, často*

⁵³ DLABAL, S. *Nábytkové umění*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 2000. s. 214. ISBN 80-7169-655-2.

zhotovované předními uměleckými dílnami jako unikáty, čemuž samozřejmě odpovídala i cena.⁵⁴ V interiérech a vybavení se uplatňovaly dva různé styly: budoárový styl 20. let s luxusními materiály k vytvoření orientálního exotického stylu nábytkových designů J.-E. Ruhlmana, a elegantní modernistický přístup objevující se v díle Le Corbusiera a jeho společníků.⁵⁵ K populárním tvůrcům Art Deco stylu se řadili již zmiňovaný nejznámější a nejdražší designér nábytku tradicionalista J.-E. Ruhlmann, který patřil v roce 1925 spolu s R. Laliquem a E. Brandtem k dominujícím postavám na výstavě v Paříži, dále P. Fallot či A. Lagrain. Proti těmto v zásadě tradicionalistickým tvůrcům stála skupina představitelů Art Deco, která spíše sledovala modernu. K ní patřili například E. Grayová, J. Prouvé, P. Chareau. Ve Spojených státech se v úpravě interiérů prosadilo ornamentální Art Deco, které kladlo důraz na emotivní, efektní, avšak harmonické, často geometrické skladby tvarů, barev a materiálů. Art Deco našlo uplatnění „... především u kin, divadel, fastfoodů, zábavního průmyslu, hotelů, administrativních budov velkých společností, mrakodrapů atd., zkrátka u těch budov a interiérů, kde bylo nutno co nejvíce upoutat pozornost.“⁵⁶

4.2.1 Typické znaky interiéru Art Deco

Art Deco se vyznačuje především svou ornamentální sofistikovaností, elegancí a z pohledu interiérového zařízení především extrémní lesklostí povrchů. Styl interiéru 20. a 30. let je ovlivněn Art Deco i modernismem. Slonovina a kůže zvířat ve všech podobách se stávala módní a žádanou. Tyto artikly se dostávaly i do interiérů a zdobily obydlí hlavně bohatých lidí, kteří svoje bohatství vystavovali na obdiv. Mramorové podlahy v černé nebo bílé barvě byly pro tento styl typické, stejně jako vzorování podlahy, které bylo tvořeno čtverci či obdélníky. Podlahy, převážně leštěné, se dělaly také z parket, často se objevovala i pestrobarevná lina nebo právě v kombinaci bílo-černé. Pro kobercové vzory byly obvykle používány geometricky pojaté motivy květin, různě kroucených hadích těl či ročních období. „Objevují se zde barvy jako

⁵⁴ WÖHRLIN, T. *Nábytkové slohy od antiky po současnost*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. s. 163. ISBN 978-80-247-2034-0.

⁵⁵ BHASKARANOVÁ, L., 2007, s. 87.

⁵⁶ VORLÍK, P. *Dějiny architektury dvacátého století*. 1. vyd. Praha: Vydavatelství ČVUT, 2010. s. 115. ISBN 978-80-01-04517-6.

například černá a šedozeleň (třeba v kombinaci s jemným černým vzorováním), ale také červená, bílá, krémová a máslová (opět střídavě doplněná o černé linie vzorů). V případě honosnějších interiérů se z barevné škály zařazuje zlatá a stříbrná.⁵⁷ V obecném významu jsou pro Art Deco charakteristické především jasné odstíny studeného barevného spektra, jako je námořnická modrá, barvy kovu, zemité odstíny nebo šedá a korálově červená. Art Deco je spojováno také s tóny růžové, zelené a žluté. I když se tato paleta váže k danému směru, je jenom jeho součástí. Art Deco s oblibou využívalo sílu akcentů a efektu kontrastu. Typickým příkladem byl černobílý šachovnicový vzor. Barevně se celý interiér také ladil do stříbrné, černé, chromované nebo do černo-bílé.

Nábytek Art Deco, oproti jiným oblastem interiérového designu, jako například textiliím či dekoracím, byl designově minimalističtější. Čísela z něho moderní elegance a pohodlí. „*Dřevěný nábytek ve stylu Art Deco mívá vysoce lakovanou povrchovou úpravu často v černé barvě, doplněnou o chromované zdobení. Pro nábytek byly typické exotické dřeviny jako brazilský palisandr, eben, amazonský javor a dýha. Pro čalounění byla příznačná leštěná kůže a různé úpravy veluru, jež byly příjemné na omak a skýtalý pohodlí.*“⁵⁸ Novinkou byly i zcela nové interiérové kusy, mezi které patřily barové pulty, likérníky či pevné vestavěné skříně v koupelnách a kuchyních. K nábytku patřily kusové koberce, předložky a další textilní doplňky jako přehozy, potahy, závěsy a tapiserie. O osvětlení se postarala stropní svítidla, stolní a stojací lampy i malé nástěnné lampy v jednoduchých liniích. Zejména figurální lampy se staly velmi populární. Většinou měly podstavec vyrobený z mosazi nebo levnějšího zinku a skleněná stínidla. Typické figurální lampy v Art Deco stylu jsou charakterizovány nahou postavou tančící dívky podpírající bāň svítidla. V době stylu Art Deco se zabarvování skla posunulo z módních zemitých odstínů, které byly moderní na přelomu století, směrem k živým barvám, jako třeba jasně oranžová. Ještě větší vizuální dopad mělo používání mramorového, kropenatého nebo dekorativně upraveného povrchu skla, které se zdobilo geometrickými vzory, stylizovanými květinami a egyptskými motivy. Předměty byly elegantní a tvarově prosté.⁵⁹ Doplňky byly nepostradatelnou součástí vybavení, a rozhodně jimi tento styl nešetřil. Lze si

⁵⁷ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

⁵⁸ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

⁵⁹ MILLEROVÁ, J., 2008. s. 294.

vybrat z rozmanitých druhů sošek, keramických váz, flakónů, skleněných dekorací s geometrickými výbrusy, glazurovaných mís, stolních a nástěnných hodin, zrcadel, paravánů či plakátů. „Doplňky jsou pro styl Art Deco velmi důležité. Typickým doplňkem jsou například zrcadla s rámy z niklu, chromu a stříbra, bohatě zdobenými motivy jelenů, pávů, růží či geometrickými liniemi. Jako jeden z prvních stylů bylo Art Deco založeno přímo na designu dekorací, které postupně ovlivnily celé vybavení interiéru.“⁶⁰ Glanc interiéru byl dodáván želvovinou a glazurovanými pouzdry na cigarety a doplňky s perletí. Art Deco milovalo i výrazné polodrahokamy a skla, která je napodobovala. Sklo z 20. let bylo většinou broušeno do geometrických fazet, z nichž některé byly opatřeny barevnými lazurami. Předměty určené ke každodenní činnosti se vyznačovaly vysokým leskem, čistými barvami a zjednodušenými liniemi. Na výrobu takových předmětů jako byly pudřenky, zrcátka, náramkové hodinky či osvětlovací tělesa se začaly hojně používat materiály jako bylo sklo, leštěný chrom, keramika nebo bakelit.

„Art Deco se soustřeďuje na jednoduché, ale zajímavé tvary, jasné barvy, dynamiku a nové pojetí zpracování.“⁶¹ Klasické Art Deco i modernistický design měly snahu vytvářet elegantní, moderní interiéry, který by se hodil k novému věku. Vorlík uvádí jako typické rysy Art Deco hravost, frivolnost, kolážovitost, bezstarostnost, lehkost, bohaté, výrazné, a jak název napovídá dekorativní materiály, barvy a tvary. Časté byly kontrasty zářivých a černých barev, zlato, chrom, černé sklo, hliník, keramika a neony.⁶²

⁶⁰ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

⁶¹ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

⁶² VORLÍK, P., 2010, s. 115.

5 PŘEDCHŮDCI UMĚLECKÉHO SMĚRU ART DECO

Art Deco nese rysy mnoha směrů, nejčastěji bývá připodobňováno k secesi, nicméně ve své podstatě klade větší důraz na moderní estetiku a soulad mnoha avantgardních uměleckých tendencí na počátku 20. století. Odráží v sobě vliv kubismu, italského futurismu a jejich pojetí abstrakce, tvarové deformace a zjednodušení tvarů společně s jasnými barvami.

Paříž byla jevištěm, na němž se odehrávaly téměř všechny bitvy moderního umění od impresionismu přes postimpresionismus, symbolismus, secesi, kubismus, futurismus, konstruktivismus. Co měly mnohé z těchto směrů společného a co bylo významné pro Art Deco, byl jejich sklon k abstrakci, pohyb od viditelné předmětnosti směrem k zájmu o základní prvky tvorby obrazů nebo soch, takže tvar, barva, objem a linie se staly důležitými samy o sobě. Mělo se za to, že rozličné využívání nekonečně pružných proměnlivostí umožní odhalit umělcovy pocity a vnímavost. Modernismus začal existovat, avantgarda vynalézala. Zkoušení všech těch nekonečných možností, hra intelektu a expanze hranic umění se staly životaschopnými a nezbytnými. Být modernistou znamenalo být před svou dobou nebo s ní alespoň držet krok. Stejně smýšlející designéři mohli tyto principy uplatnit v dekorativním umění a dosáhnout něčeho nového. „*Při přechodu od krásného umění k užitému byl ten nejjednodušší motiv napřed šokující, avantgardní a vyvádějící z míry, později přijatelný a pouze dekorativní.*“⁶³ Co se týče dekorativního umění ve slohu Art Deco, sahá od čistě funkčních přes jednoduchou a čistou dekoraci až k ryzímu ornamentu. Pro vzestup slohu Art Deco měla secese rozhodující důležitost už jen jako sloh, na který bylo třeba reagovat. Práce hnutí *Wiener Werkstätte* byla ranými díly slohu, který, když se zjemnil, se velice podobal Art Deco. Dalším vlivem byla reakce na primitivní umění. Malíři jako van Gogh a Whistler hledali inspiraci v japonských dřevorytech, Picasso se shlédl v africkém umění, Matisse se zahleděl do dekorativního stylu Maroka. Koncem 19. století byly znovunalezeny hodnoty primitivního umění a vše mimoevropské bylo rázem umělecky cenné. Toto bylo zvláště důležité pro Art Deco, protože v čase, kdy se

⁶³ LEMME VAN DE, A. *Art Deco*. 1. vyd. Praha: Svojtka a Vašut, 1997. s. 31. ISBN 80-7180-248-4.

tento sloh začal vyvíjet, nebylo zaujetí primitivismem jen právem a možností, ale byla to povinnost.⁶⁴

5.1 Secese

Doba trvání secese, na přelomu 19. a 20. století, byla naplňována novými objevy ve všech oborech lidské činnosti. Po ulicích velkoměst jezdily první automobily, k nebi se začaly vypínat ocelové konstrukce, oceány brázdily parolodě elegantních tvarů a na obloze se objevovaly vzducholodě. Změnilo se tempo života a pro mnohé to byla doba nebývalé prosperity. V pozadí těchto proměn v Evropě stály sociální problémy, naplněné spory mezi zaměstnavateli a zaměstnanci. Byl to čas poznamenaný hlubokými změnami evropského myšlení, které byly naplněny novými postoji a projevy ve společnosti, v umění i v architektuře. Secese se zaměřila především na střední a vyšší vrstvy společnosti, jež byly v ovzduší ekonomické prosperity na přelomu století ochotné do umění (a do užitkového umění zejména) investovat nemalé prostředky. Secesní umění bylo podmíněno specifickou společenskou atmosférou konce století.

Byl to současně čas, kdy po mnoha desetiletích naplněných pseudohistorismem, ve kterém architektura a umění hledali svůj výraz a nacházeli pro tvorbu předlohy v gotice, baroku, rokoku či renesanci, přinesli mladí, odbojní evropští výtvarníci nový dekorativní styl. Toto nové reformní hnutí, které odmítalo historismus a hledalo po vzoru přírody jednodušší a konstrukčně přiměřené formy, vznikalo v ateliérech umělců a v dílnách uměleckých řemeslníků. Designéři secese čerpali z velké řady přírodních, historických a symbolických odkazů, kombinovali je neuvěřitelnými způsoby, vytvářeli celé interiéry. I když se umělci a řemeslníci chtěli odvrátit od tradice, zejména od klasických zdrojů, vypůjčovali si také techniky a nápady z minulosti, ale interpretovali je vlastním, novým dekorativním stylem. Secese sice zavrhl akademismus a kopírování historických slohů, ale minulost tvořila neodmyslitelnou součást jejich inspiračních pramenů. Integrovala prvky evropského umění rokoka, pozdní gotiky a čerpala

⁶⁴ LEMME VAN DE, A., 1997, s. 32.

i z exotických kultur. Je třeba zmínit i vazby na dobový romantismus, symbolismus a naturalismus ve výtvarném umění a literatuře.⁶⁵

S novým názorem, s novými výtvarnými činy, se objevil nový ornament. Ten již nebyl přijímán z historie, tak jako ornamentika a tvarosloví v celém předcházejícím půlstoletí, ale byl inspirován přírodou. Rostliny, zvířata a smyslné ženy byly hlavními zdroji inspirace, často přecházející z jednoho do druhého. Nejprve to byly květinové motivy, posléze abstraktní a geometrické tvary a ornamenty. Ornamentem se staly neklidné, organicky zaoblené linie, stylizované rostlinné formy, stonky a úponky květin. Dávala se přednost liliím, tulipánům a leknínům, neboť se dal využít i jejich symbolický obsah. Formy byly asymetrické a působily jako přirozeně rostlé. Původ asymetrie, charakteristického rysu secese, se přičítá Japonsku. Svůj vliv měla i nadýchaná asymetrie rokoka 18. století, které bylo v 19. století oživeno. Asymetrický tvar i dekor odrážely často organické formy nacházející se v přírodě.⁶⁶ Dalším motivem secesní ornamentiky byl i éterický typ ženy – subtilní postava s dlouhými vlnitými vlasy. V té době se také Evropanům otevřel pohled na japonskou kulturu bydlení a japonská kultura se stala velkou inspirací nového stylu. Jejich stavby a interiéry byly překvapením, neboť středověké evropské domy a jejich zařízení obtěžkané pseudohistorickými interiéry byly protipólem lehkých, prosvětlených a vzdušných japonských interiérů. Rovné linie, hladké stěny a nízké stropy staveb působily zcela nově. Z prostorů bez zbytečných ozdob bylo patrné, že estetika bydlení je hluboce zakotvená do každodenního bydlení.

Secesní interiér a vnitřní architektura byly stavěny na dřívější logice prostorového a tvarového uspořádání. Barevnější stěny i strop byly štukové s plochým dekorem asymetrického zvlnění, připomínající vlny moře. Závěsy a záclony byly světlejší a byt se zjasňoval. Barevnost interiérů byla jako celý secesní styl dílem malířů a architektů. Pod vlivem pozdního impresionismu byly voleny světlé a jasné barvy, které nahradily kalné a šedé tóny pseudohistorických prostorů. Z barev se nejčastěji objevovaly světlé zelené tóny, fialová a sladce růžová. Působivostí nové barevnosti interiérů, spolu s novým dekorem a rozevlátými liniemi, poskytla secese ztvárňovanému prostředí zcela nový a specifický ráz.⁶⁷ Docházelo k rozjasnění interiérů i díky rozvoji

⁶⁵ KOLESÁR, Z., 2009, s. 46.

⁶⁶ MILLEROVÁ, J., 2008, s. 190.

⁶⁷ DLABAL, S., 2000, s. 199.

elektrického osvětlení. V elektrickém osvětlení zazářil i secesní nábytek, vynikly jeho tvary a nově pojaté ornamenty. V posledním desetiletí 19. století eklektická masa nesourodých věcí, které zaplňovaly typický viktoriánský pokoj, ustoupila tak lehčímu, přímočařejšímu interiéru, kde každý prvek působil ve spojení s dalším a vytvářel celkový harmonický efekt. Textilní vybavení hrálo v těchto interiérech zásadní úlohu. Měkké vybavení, koberce a záclony byly zdobeny stylizovanými květinami, listovým dekorem, zvířaty a ptáky typickými pro secesní styl. Příkazem doby byly jednoduché opakující se vzory. Tvary listů a květin byly zjednodušeny až k nerozpoznatelnosti, abstrakci a stále se blížily čisté geometrii. Také textilie tak připravovaly cestu stylu Art Deco a modernismu. Secese se opřela o bohatou strukturu obrysových a ornamentálních křivek. Secesní ornament a secesní tvarosloví vtiskly své znaky i těm nejprostším předmětům. Nová orientace pronikla do všech oblastí tvorby: architektury, bytového zařízení, veřejných prostor, ale i do reklamy a módy. Tento styl se nevyhýbal ani využití strojů a moderních materiálů (železo a beton ve stavebnictví, nové chemické sloučeniny ve výrobě skla a keramiky). Architekti se stávali designéry a zároveň výtvarníky nebo s nimi úzce spolupracovali. Existovala jednota stavebního interiéru a mobiliáře, kladl se důraz na funkčnost, pohodlnost a hygienu. „*Horní prosvětlení prostorů, nové funkční uspořádání místností, dokonalé řemeslné zpracování, dekorativnost jsou charakteristickými znaky secesních interiérů.*“⁶⁸ Secese si dala za úkol kompletně umělecky zpracovat v reakci na průmyslové hromadně vyráběné zboží všechny oblasti života. Místnost byla pojímána umělci jako *Gesamtkunstwerk* čili ucelené umělecké dílo, proto zasahovali do detailního dořešení staveb či interiéru a ornament sloužil jako tmelící článek. Pro všechny secesní designéry byla charakteristická snaha vytvářet tedy souhrnné, komplexní dílo. Proto se jejich návrhy neomezovaly jen na budovu, ale pamatovaly i na veškerý mobiliář, včetně drobných předmětů bytového vybavení, jako jsou textilie, lampy, kliky a dveřní kování, nádobí, přístroje, a mnohdy dokonce i na oblečení pro uživatele těchto prostor.⁶⁹

Secese je svým používáním exotických materiálů, bohatých barev, křivek, asymetrických linií a tvarů inspirovaných přírodou jedním z nejsnáze identifikovatelných stylů designu. Ve své době byl velmi úspěšný a dnes inspiruje architektky a designéry a nadále poutá představivost. Secese byla výsledkem intenzivní

⁶⁸ BEDNÁŘ, P. *Interiér*. 1. vyd. Praha: Vydavatelství ČVUT, 1993. s. 25. ISBN 80-01-00983-1.

⁶⁹ WÖHRLIN, T., 2008, s. 142.

činnosti výtvarných umělců, která začala ve studiích, dílnách a galeriích uměleckého světa, ale pak se záhy rozšířila do veškeré kultury konce 19. století. Navzdory různorodé povaze secesi určovala moderna. Byl to první, uvědomělý, mezinárodně založený pokus transformovat vizuální kulturu podle modernistických myšlenek.⁷⁰

5.1.1 Secese v Evropě a ve Spojených státech a její představitelé

Secese byla v období od roku 1895 do 1. světové války mezinárodním hnutím rozvíjejícím se v Evropě i ve Spojených státech. Lze ji rozdělit do několika proudů – podle nejdůležitějších národních představitelů. Secesi stejně jako všechny dekorativní styly si každá země upravila podle svého. Anglická verze secese (*Modern Style*) je úzce spojena se jménem Charlese Rennie MacIntoshe, který vytvořil nové pojetí nejen interiérů, ale i nábytkových předmětů. Na přelomu století se již zde rozvíjela alternativní podoba secesní ornamentiky. Nahradila svíjející se křivky přímkami, a místo naturalistických či stylizovaných tvarů odvozených ze světa rostlin a živočichů nastoupily abstraktní geometrické obrazce.⁷¹ Revolučním činem proti tehdejšímu temným viktoriánským interiérům byla MacIntoshova střízlivá forma a rafinované kombinace barev bílé a černé, barvy lila s olivově zelenou. MacIntosh představoval přísnou, věcně střízlivou tvorbu s pevnými liniemi, jen málo naznačenými křivkami a úsporným užitím ornamentu. Dekorativní motiv letícího ptáka či Glasgowské růže je spojovaný s jeho dílem. „*Jeho pojetí květiny, v podobě sledu křivek a přímých linií uvnitř přibližně kruhového ohraničení, je tak silně stylizované až spadá do abstrakce.*“⁷² Tento posun směrem k abstrakci je o to důležitější, že se vyskytuje o více než deset let dříve, než začalo kubistické hnutí nabírat na síle. Ve svém stylu i pojetí byla jeho práce nová a pokroková, neboť vyvinul nový lineární styl s jemnými křivkami a geometrickou dekorací, aby vytvořil nejen elegantní protažený nábytek, ale také interiéry a celé budovy. Pro jeho nábytek je typické černě mořené dřevo, krémově bílé plochy broušeného laku a malé ornamentální vložky z růžového a fialově tónovaného skla,

⁷⁰ MILLEROVÁ, J., 2008, s. 188.

⁷¹ KOLESÁR, Z., 2009, s. 47.

⁷² MILLEROVÁ, J. *Užití umění*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2008. s. 244. ISBN 978-80-7391-158-4.

perleti, slonoviny nebo emailu. V prosvětlených místnostech, střídme vybavených nábytkem kubických tvarů, byly všechny prostory komponovány jako ukončené celky. Vytvářel tak jednotné interiéry. To byl i přístup všech tvůrců nového hnutí. Upřednostňování pastelových barev, černé a bílé, geometrické formy a plošné konstrukce s půvabnými horizontálami a vertikálami udávaly směr průkopníkům moderny. Střídmy geometrický ornament a přímkový dekor, spolu s rozjasněnými interiéry byl uplatněn ve všech dílech jeho staveb.⁷³ Tvorba jeho interiérů ovlivnila secesní architektky ve Vídni i v Mnichově a položila zárodky modernismu.

Vídeňský secesní směr se pod MacIntoshovým vlivem vyznačoval pravouhlostí a přísným vedením linií. Jeho zakladateli byli Otto Wagner, Gustav Klimt, Koloman Moser. Detaily v kovu lze sledovat u O. Wagnera například interiérem Poštovní banky ve Vídni. „*Přepážkovou halu tvoří konstrukce ze železných nosníků s vysokým, lehce vyklenutým skleněným zastřešením. Prostor je uspořádán funkčně, prosvětleně, věcně, bez nadbytečné dekorace.*“⁷⁴ Wagnerův žák Josef Hoffmann byl rovněž zastáncem věcného, geometrického tvarosloví a přímým liniím v architektuře i designu. Pod jeho vedením roku 1903 vzniklo sdružení *Wiener Werkstätte (Vídeňská dílna)*, které produkovalo nábytek, grafiku, kovové zboží, textil, klenoty, oděvy, sklo, tapety a keramiku. Ve 20. letech se více přiklápělo k hravému, luxusnímu, uměleckému řemeslu. Sdružení se díky používání výrazných, dramatických forem, kontrastních černo-bílých barevných schémat, geometrické vytríbenosti, bohatosti návrhů interiérů a nábytku stále více charakterizovalo do stylu Art Deco.

Nejdůležitějšími centry hnutí *Art Nouveau* byly Paříž a Nancy. Společné mu bylo zavedení nových forem, použití masové produkce a soustředění se na přírodu jako zdroj inspirace. Japonismus se svým využitím bílé plochy a jednoduchostí forem hrál rovněž významnou úlohu ve vývoji *Art Nouveau*. Bylo to zvláště zjevné v grafickém designu a je to jasně vidět v díle tvůrců plakátů, jako byli Henri de Toulouse-Lautrec či Alfons Mucha, který jako spolutvůrce nového stylu a jeho symbol byl typickým představitelem široké všestrannosti. Jeho tištěné návrhy se objevovaly na pohlednicích, známkách, dózách na sušenky, bankovkách, jídelních lístcích, látkách a obálkách časopisů. Francouzský plakátový styl se rychle šířil z Francie do zbytku Evropy a do Spojených států. Vedle své rozsáhlé vlastní tvorby Mucha navrhl například

⁷³ DLABAL, S., 2000, s. 201.

⁷⁴ HAUFFE, T. *Design*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2004. s. 56. ISBN 80-251-0284-X.

reprezentační Fouguetovu prodejnu klenotů v Paříži, pro kterou vytvořil projekt celého interiéru, v němž použil vyřezávané dřevo, sklo a kov v motivech pávů a šňůr z listů. Navrhl nábytek, koberce, doplňky, ale i portál této prodejny. V Paříži svého vrcholu dosáhla rostlinná ornamentika. Významným představitelem pařížského *Art Nouveau* byl Hector Guimard. Svými návrhy na vybavení pařížského Metra se zasloužil o vytvoření charakteristického obrazu francouzské secese. „*Jeho vstupy do pařížského metra se staly předním příkladem propojení moderní techniky s uměleckou tvorbou. Jako stonky rostlin vyrůstají železné vchodové lampy a střešní nosníky energicky a dynamicky vzhůru. Samotné střechy jsou skleněné, podobné průsvitným roztaženým deštníkům.*“⁷⁵ V Nancy působil Emile Gallé, sklář a keramik, jehož botanické znalosti a zájem o svět přírody se projevily v jeho dekorativním použití exotických rostlinných forem a hmyzu včetně návrhů nábytku s intarziemi. Jeho zaoblené povrchové vzory propletených listů jsou klasickými příklady návrhů nancyské školy své doby, kterou založil.

Česká secese byla inspirovaná zpočátku pařížským *Art Nouveau*, později vídeňskou secesí. Byla však střízlivější a méně zdobná. „*Secesnímu floralismu se v podání českých umělců však dostává osobitý ráz, charakterizovaný poetickou lyričností, příznačný pro slovanský senzualismus a romantismus, výběrem domácích vegetabilních vzorů a čerpáním inspirace z lokálních zdrojů lidového umění.*“⁷⁶ Francouzskému duchu florálnědekorativní secese byli nakloněni především Antonín Balšánek například interiérem Obecního domu, Josef Fanta Hlavním nádražím v Praze, zprvu Jan Kotěra Národním domem v Prostějově včetně jeho interiéru. Tento směr měl i blízko k folklóru. Dotvrzuje to i Kotěrou navržená v roce 1902 strašnická Trmalova vila. Orientaci české secese směrem ke geometrickému a funkčnímu pojetí po roce 1900 rozhodující měrou ovlivnilo hnutí *Wiener Werkstätte* a dílo Jana Kotěry. Pavel Janák či Antonín Engel byli ovlivněni rakouskou odnoží nového stylu, neboť tvořili v duchu spíše geometrické secese. Stejně tak pro českou secesi je charakteristické úsilí o jednotný celek architektury a interiéru, řešený do všech detailů s důrazem na dokonalé řemeslné zpracování. Prioritu účelného řešení interiéru dokládají Kotěrovy a Jurkovičovy domy v Praze i jinde, včetně jejich vnitřní dispozice a zařízení. Dušan Jurkovič řešil v duchu secesního *Gesamtkunstwerk* své architektonické návrhy

⁷⁵ HAUFFE, T. *Design*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2004. s. 48. ISBN 80-251-0284-X.

⁷⁶ KARASOVÁ, D. *Dějiny nábytkového umění IV*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Argo, spol. s r. o., 2001. s. 88. ISBN 80-7203-339-5.

komplexně, včetně vestavěného nábytku, kompletního zařízení a doplňků. Zabýval se i rekonstrukcemi historických objektů, které pak zařizoval (zámeček Molitorov u Kouřimi, 1909 – 1910, zámek v Novém Městě nad Metují, 1908 – 1913). Ze secese si vybíral hladké plochy a hmoty, které střídal s detailem ornamentu, jinde se objevovaly prvky blízké stylu Art Deco. Úložný nábytek byl vesměs vestavěn do jednotlivých místností, interiéry byly dotvořeny včetně koberců, tapet a lustrů. Strohé, geometricky funkční pojetí některých typů, připomínající vídeňské a anglické vzory, kontrastoval s jemným detailem dekoru. Barevnými lazurami mořenou plochu dřeva (zelená, červená) střídal kožené nebo textilní čalounění či kovová výplň.⁷⁷

V Německu byly využity jak přísné anglické ideje, tak elegantně hravé francouzské vzory. Německá secese (*Jugendstil*) se tedy vyznačuje výjimečnou šíří forem a velmi individuálními projevy. Hlavní roli přitom měl stále ornament a hra s kontrasty nejrůznějších materiálů jako výrazných dřev, skla, kovu, kůže nebo broušených laků. K nejznámějším tvůrcům patřili Peter Behrens, Richard Riemerschmid či Josef Maria Olbrich. Všestranný designér P. Behrens navrhoval v 90. letech užitkové sklo, nábytek, svítidla a další interiérové předměty. Zabýval se také plakáty se stylizovanými propletenými dvojicemi, květinami a motýly. Jeho průmyslové designy pro AEG však byly více strohé a geometrické, vhodné pro věk strojů 20. století. Navrhoval katalogy, ceníky a elektrické výrobky, stejně jako dělnické byty, veletržní stánky a tovární budovy. Vše tak, aby to bylo líbivé pro kupujícího ve věcné formě sladěné s funkcí. „*Behrense lze považovat i za tvůrce prvního komplexního firemního stylu.*“⁷⁸

Ztělesněním americké secese byla tvorba spjatá především se jmény Louise Henryho Sullivana a Louise Comforta Tiffanyho. Sullivan byl autorem prvních chicagských mrakodrapů, kombinoval rostlinný ornament s abstraktními geometrickými spirálami. Tiffany ovládal řadu disciplín – zejména práci se stříbrem, šperky, sklem, ale i tvorbou interiérů, které ztělesňují jeho nadání pro vytvoření harmonického, sjednoceného vzhledu. Založil podnik interiérového designu a dílnu na výrobu svítidel a šperků, spolupracoval s návrháři nábytku a textilu. Tiffanyho inspirace byla rozsáhlá podobně jako u mnoha designérů té doby. Zajímal se o umění domorodých Američanů

⁷⁷ KARASOVÁ, D., 2001, s. 96.

⁷⁸ KOLESÁR, Z. *Kapitoly z dějin designu*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2009. s. 49. ISBN 978-80-86863-28-3.

a Keltů i o exotiku. Vzhlížel k přírodě a historickým zdrojům a jeho sklo, keramika, šperky, smaltovaná měď, tapety, látky, nábytek a mozaiky zdobily často přírodní motivy, jako jsou květiny, vinné hrozny a vážky.⁷⁹

Secese nebyla jednotným stylem. Vedle přebujelých rostlinných vzorů a drahého luxusního nábytku ji charakterizovaly také věcné geometrické formy. Po řemeslná stránce byla extravagantní a luxusní, prodchnuta revolučním odhodláním. Byli to jednotliví umělci a tvůrci, kteří se stali svými individuálními formami, metodami, teoretickými úvahami o funkci předmětů či svým postojem k průmyslu průkopníky moderního designu.

5.2 Futurismus a kubismus

Po roce 1910 vznikaly další proudy v umění, teoretizovalo se, zastávala se abstrakce, konstruktivnost a spekulativnost v umění. Počátkem 20. století dozrál čas pro futuristickou oslavu rychlosti a tak s definitivní platností nastala éra průmyslové estetiky.⁸⁰ Avantgardní umělecký směr futurismus založil italský prozaik a básník Filippo Tommaso Marinetti nejprve jako literární hnutí. Vliv radikálně nových forem technologie zapůsobil na západní kulturu té doby a staly se jeho jádrem. Futuristé milovali hluk, rychlost, stroje, pohyb a města. Využívali technologický pokrok a oslavovali potenciál a dynamiku moderního věku, věřili ve svět techniky. Ve výtvarném umění se obrazy vyznačovaly dynamickými a abstraktními geometrickými formami. Futurismus byl v této oblasti velmi podobný kubismu, cílem bylo dostat zobrazovaný předmět do pohybu, přes který se umělci dostali až k abstrakci. V architektuře se futuristická estetika vyznačovala jednoduchými, hrubými, nedokončenými povrchy, divokými barvami a rozmáchlými dynamickými formami. Futuristé se dívali na design jako na symbol věku strojů. Používali moderní materiály a nové kombinace jako beton a sklo či sklo a kov. V grafice se objevily různé druhy písma, text byl zformován do různých útvarů, byly použity různé barvy a papíry. Futuristické umění bylo dynamické s abstraktními formami. Našlo uplatnění nejen

⁷⁹ MILLEROVÁ, J., 2008, s. 212.

⁸⁰ ECO, U., 2005, s. 394.

v malbě, ale také v sochařství, architektuře, grafickém a průmyslovém designu, keramice, interiérovém designu a literatuře. Z myšlenek a uměleckého zpracování futurismu vycházel konstruktivismus, Art Deco, dadaismus a surrealismus.

Kubismus vznikl v roce 1906 v experimentech Picassa a Braquea, kteří jsou považováni za jeho průkopníky. Přinesl s sebou nové pojetí malířství i sochařství, inspiroval i dekorativní umění a architekturu. Tento avantgardní umělecký směr byl ve svých počátcích ovlivněn africkým, mikronéským i indiánským uměním, které se na přelomu století dostalo do povědomí umělců i sběratelů umění. Umělci v něm viděli prvopočátek zjednodušení a abstrakce, fascinovala je jeho bezprostřednost i čistota vyjádření. Tímto uměním byl nejvíce okouzlen Pablo Picasso, který v jeho ostrých tvarech našel způsob pro vyjádření svých myšlenek. Ty pak byly rozvinuty v principech kubismu. Umělci natolik zjednodušovali své předměty, že nakonec vytvářeli pouze řady překrývajících se geometrických ploch. Typické znaky kubismu jako jsou deformace, fazetové tvary a geometrické uspořádání, zahrnoval moderní design až do poloviny 20. let 20. století. Český kubismus se rozvíjel zcela unikátním způsobem v malířství, sochařství, architektuře i dekorativním umění hlavně v letech 1910 až 1914. Právě česká kubistická architektura je světovým unikátem – nikde jinde na světě se kubismus v architektuře v takové míře neprojevil.

6 HLAVNÍ TÉMATA STYLU ART DECO

Art Deco zasáhlo design všech kontinentů, a rovněž využilo idejí a inspirace z celého světa. Kombinace historických evropských stylů, obrazové kreativity soudobé avantgardy a urbanistické představy věku strojů formovala vyzrálý styl. V mnoha směrech navazovalo na secesi, jež doznívala v 1. světové válce: orientací na luxusní umělecké řemeslo, užíváním drahých materiálů, dekorativem, exotismem, „žensky“ zjemnělým charakterem tvorby, ale i dekadentní příchutí a orientací na módnost. Přicházely čisté linie a ženské křivky, které nahrazovaly zakroucené rostlinné tvary. Oproti secesnímu rostlinnému ornamentu převažoval v Art Deco stylu ornament abstraktní, byla používána jemná křivka nebo přímka. Živé, pestré a naturalistické květinové zpodobňování je spojováno zejména s počátky stylu Art Deco. Motivy, jako girlandy či koše květů, které naslouchaly uměleckým projevům 18. století, se vyznačovaly stylizovaným vinutím. Designéři si oblíbili růže, pomerančovníky, palmy a kapradiny. Také typický zvuk jazzu přitáhl mladé lidi celého světa na taneční parkety. Návrháři převzali swingující rytmus žánru a přeložili ho do smělejších barevných harmonií a rytmizujících lineárních motivů.⁸¹ Touha po originalitě vedla návrháře k nejrůznějším tématům, z nichž některá byla hluboce zakořeněná v jejich kulturách, většina však byla zcela nová. Společným tématem byla jasná touha být moderní. Modernost je základní přísadou Art Deco výroby – ať se jedná o nejranější exotické pojetí inspirované souborem Ruského baletu v Paříži, nebo pompézní eleganci amerických restaurací 30. let. Designéři nacházeli inspiraci v tehdejší městském životě, moderním průmyslu a strojním designu. Stroj se změnil v pozitivně chápaný symbol nových možností lidstva a stal se módním. Art Deco bylo o to modernější, že urychlovalo užití nových materiálů, jako plastických hmot, bakelitu, trubkové oceli, překližky či chromu. Předměty z drahých materiálů se s nástupem plastu začaly kopírovat a průmyslově vyrábět, a tak luxusní Art Deco produkce se stávala součástí běžné užitkové výroby. Moderní technologie se staly módním doplňkem, a proto se v Art Deco umění často objevují motivy letadla, automobily, kajutová okénka, automobilové chladiče, ale i padáky. Asymetrické, geometrické vzory symbolizovaly rychlost a dynamičnost. Také šperkařství bylo ovlivněno geometrií, dobou strojů,

⁸¹ MILLEROVÁ, J., 2008, s. 268.

kontrastními, zářivými, jasnými barvami, africkými či japonskými motivy. K nejzjevnějším novinkám patřil i nový přístup ke grafickému zpracování materiálů a typografii. Tímto oborem se zabývali průkopníci z *Wiener Werkstätte*, Bauhausu i mnozí plakátoví umělci z Francie. Většina Art Deco typů písma má geometrickou stylizaci, což se projevovalo v hnutí od roku 1925 po celou dobu trvání a proniklo do všech uměleckých forem – od šperků po architekturu. Čistá geometrie, někdy vyjadřovaná v nákresech pomocí matematických vzorců, se nejvíce projevuje v dílech stříbrotepece Jeana Puiforcata.

Mnoho designérů hlásících se k Art Deco toužilo vytvořit styl, který by odhaloval veškeré historické odkazy a naturalistické ornamenty. Designový slovník založený na netypických motivech, čistých liniích a ryzích geometrických formách je příznačnější pro pozdější fázi Art Deco stylu. Mnohé geometrické designy, jako stupňovité tvary a masivní bloky, jsou interpretací ikonografie Inků, Aztéků a dalších starověkých amerických kultur, které měly velký vliv na francouzský vkus poloviny 20. let minulého století, částečně díky lepší dostupnosti tohoto kontinentu. Nejpopulárnějším motivem vztahujícím se k tomuto kulturnímu trendu je slunce s kotoučem paprsků, ale původ v indiánském umění má i řada klikatých motivů. „*Po 1. světové válce nastal kult Slunce a užívání si volného času a i do Francie přinesl motivy flory a fauny z koloniálních zemí.*“⁸² Od designu architektury až po keramické předměty se ve 20. a 30. letech nachází nespočet variant na motiv slunce s paprsky. Tento typický prvek stylu Art Deco – zvláště vyvedený v zářivě zlaté barvě nebo žhavých oranžových, červených a žlutých odstínech – sálá energií a teplem. Slunce s paprsky vyjadřuje optimismus z budoucnosti a vzrušení z moderní doby.⁸³ Ve Spojených státech Art Deco často užívalo ornament lámané linie v podobě blesku, taktéž označované cik-cak Art Deco, údajně odvozené z indiánského umění. Z dalších motivů se objevuje motiv vějíře, zvířat (gazely, antilopy). Tyto zvířata v Art Deco symbolizovala ženskou eleganci, tak jako lilie představovala plachou a něžnou krásu žen v secesním umění. Ikonami tohoto hnutí se stali také elegantní chrti, teriéři, pumy a další velké kočky, či jelen, srnec nebo ladná holubice. Exotická zvířata oblíbená v éře Art Deco představovala slony, papoušky, zebry. Pro ženskou postavu jako takovou neexistuje žádná náhrada, a proto se Art Deco umělci vyžívali v zobrazování žen

⁸² MILLEROVÁ, J. *Art Deco*. 1. vyd. Bratislava: NOXI, s.r.o., 2006. s. 15. ISBN 80-89179-37-1.

⁸³ MILLEROVÁ, J., 2008, s. 268.

– elegantních štíhlých těl s krátkými vlasy, buď v kostýmech podle poslední módy, nebo nahých ve svůdných pózách. V designu stylu Art Deco jsou ženy mnohem živější než jejich secesní předchůdkyně. Odrážejí svoji stále větší nezávislost, která se objevila po 1. světové válce. Jsou zobrazovány v tanci, v chůzi a při účasti na sportovních činnostech. Zdůrazněna je jejich ohebnost, vlasy, jejich svůdná tělesná konstituce a moderně krátké sukně.⁸⁴

Artefakty byly zdobeny způsoby, které bychom dnes pravděpodobně nazvali „etno“, se silnými odrazy Egypta, Afriky a Jižní Ameriky ve svých tvarech. „*Moderní styl po vzoru starověkého Egypta představoval faraony, orly a skarabey, stejně jako hieroglyfy, téměř na všem, šperky počínaje a stěny kin konče.*“⁸⁵ Umění domorodé Afriky mělo velký vliv na umělce a designéry počátku 20. století. Rysy kmenových masek a po předcích zděděných figurek ovlivnily zobrazování postav i tváří. Rovněž se zvýšilo využívání exotických afrických materiálů, jako jsou makasarský eben, slonovina a leopardí kůže. Také elegantní držení těla a svalové proporce antických postav starověkého řeckého a římského umění přitahovaly designéry stylu Art Deco, kteří zcela svobodně používali a imitovali antické ornamenty, jako jsou například festony. „*Art Deco je považováno za eklektický styl, ovlivněný různými kulturami. Na jedné straně využívá primitivní prvky a formy pocházející z Egypta, Afriky nebo Mexika, a na straně druhé čerpá z moderních technologií a směrů, jako je kubismus, futurismus či letectví.*“⁸⁶

⁸⁴ MILLEROVÁ, J., 2008, s. 269.

⁸⁵ MILLEROVÁ, J. *Užití umění*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2008. s. 268. ISBN 978-80-7391-158-4.

⁸⁶ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

7 ART DECO A DESIGN JAKO ODRAZ DOBY

Jako u všech uměleckých směrů, i v tomto případě je těžké přesně určit, odkud pocházejí nápady nebo inspirace, které ho stvořily. Ale proč bylo Art Deco tak zvláštní a jiné? Art Deco bylo mezinárodním a prvním opravdovým slohem 20. století. Jeho nástup v dané době a jeho načasování nemohly být dílem náhody. Byl to sloh, kterému se mohly přizpůsobit všechny předměty vyrobené lidskou rukou, bez ohledu na prostředky či rozpočet. Přišel také v čase, kdy nové způsoby komunikace zajistily jeho rychlé šíření. Nejdůležitější je, že to byl poslední totální sloh. Stejně jako barokní, klasický nebo regentský sloh, Art Deco dokázalo ozdobit dům, jachtu nebo nůž. Od té doby nic tak neprosvětlo a nezpestřilo náš život.⁸⁷

Kultura, zábava, sport a doslova hektická prostopášnost stály ve středu společenského života. Berlín se stal po Paříži druhým největším kulturním a hospodářským centrem Evropy. Ze Spojených států přišla hudba a tanec jako jazz, swing a charleston. B. Goodman, J. Bakerová a F. Astaire byli stejně známí v Evropě jako v New Yorku. Film, zvláště vzor v Hollywoodu se svými výpravnými historickými, revuálními a tanečními filmy, ovlivnil nemalou měrou život, módu, design, a dokonce i otázky morálky. Ve všech evropských metropolích panovalo v tomto směru opojení těmito módními tanci a hudbou a samozřejmě kinem, kabarety, módou a novou literaturou. Budování mezinárodních vztahů a rozvoj dopravy vytvořily nové tvůrčí úlohy. Byly zařizovány luxusní linkové lodě, filmové paláce a obchodní domy, přepychové hotelové apartmány, letadla a vzducholodě, divadla a kabarety, hotelové haly, bankovní foaery, vily a byty horních vrstev a válečných zbohatlíků. Bylo třeba vytvářet produkty elektrifikace – rádia, telefony, stejně jako reklamy a obaly pro nové vymoženosti módy a kosmetiky, luxusní zboží, jako parfémové flakony či pouzdra na cigarety. Byl stylizován moderní život a – podobně jako u futuristů – krása rychlosti. Moderní tvorba vytvářela nejen znamení racionality a pokroku, ale také symboly politické a hospodářské moci. Dobový sloh Art Deco odrážel všechny změny ve společnosti. Stále více se stával lidovým a populárním, naplňujícím nároky na vysokou kvalitu výrobků, často hromadně vyráběných a prodávaných za rozumnou cenu, dokonce i když byl úzce spjat s poslední módou a požadavky elitních vrstev.

⁸⁷ LEMME VAN DE, A., 1997, s. 26.

7.1 Art Deco na mezinárodním poli

Art Deco bylo svým původem francouzským fenoménem. Proniklo i do architektury a díky rozmachu komunikačních médií se rychle rozšířilo po Evropě. Ve 20. a 30. letech měly jeho formy ohlas jak ve zbytku Evropy tak v zámoří. Ve Francii se tento propracovaný styl zaměřil především na luxusní trh. Pronikal skutečně každou designérskou disciplínou. Od obrazů umělkyně polského původu Tamary de Lempické přes grafiku a jevištní scénu Roberta Delaunaye a Sonii Delaunayové po sklo René Laliquea. Také v Německu, Anglii a Itálii byly formy stylu Art Deco ceněny jako výraz moderní elegance a těšily se především při výrobě populárního hromadně vyráběného zboží z nových materiálů čím dál větší oblibě. Proto brzy vznikaly módní doplňky, kryty rádií, pouzdra na cigarety a flakony parfémů v klasicisticky geometrických formách, s expresivními klikatými vzory či zdobnými intarziemi z umělé hmoty, které napodobovaly charakter želvoviny nebo slonoviny.⁸⁸

Ve 20. letech hledali američtí designéři inspiraci ve strojových a průmyslových formách, osvojili si překrývající se a opakované geometrické vzory, všudypřítomné klikaté čáry a blesky symbolizující elektrinu. V důsledku toho styl designu pokročil od svých velmi dekorativních začátků ve 20. letech k elegantnímu funkcionalismu 30. let. S narůstajícím sebevědomým pracujících žen, filmových hvězd, manželek bohatých i nově zbohatlých průmyslníků a válečných vítězů se stala důležitou oblastí móda. Nebyla to jen doba sociální výstavby bytů, ale také velkých módních tvůrců jako C. Chanel, P. Poiret nebo J. Lanvin, kteří patří k rozhodujícím osobnostem stylu Art Deco. Estetika tohoto stylu přeměnila panoramata měst od New Yorku po Šanghaj a ovlivnila design všeho od módy po nábytek, od hollywoodských filmů po luxusní parníky. Art Deco zachvátilo většinu světa již ve 30. letech, při hledání modernosti spojilo rozdílné kultury. Přestože Paříž je kolébkou tohoto hnutí, Art Deco se rozšířilo i do dalekých krajů kvůli obchodním kontaktům mezi Francií a ostatními zeměmi Evropy a také díky koloniálním svazkům především mezi Británií a Indií, Holandskem a jihovýchodní Asii nebo Francií a Belgií a severoafrickými zeměmi. Některá asijská města, především Šanghaj, se stala vzkvétajícími centry mezinárodního obchodu a je

⁸⁸ HAUFFE, T., 2004, s. 92.

možné zde dodnes najít zachovalé Art Deco interiéry.⁸⁹ Podobná situace byla i v Jižní Americe, která se v meziválečném období stala útočištěm pro mnoho Němců a dalších bohatých Evropanů. Například socha Ježíše Spasitele od Paula Landowského na vrcholu hory Corcovado nad Rio de Janeirem v Brazílii je pravým Art Deco monumentem. Odvážné, plynulé linie, hladký povrch a stylizované rysy jsou charakteristické pro tuto moderní stavbu – co se týče stylu i způsobu konstrukce. Japonské Art Deco není spojené s kolonialismem, ale je zase spojené s obecnou touhou meziválečného Japonska napodobovat západní módu. Nejbohatší Japonci přijížděli do Francie a vraceli se s moderními artefakty. K této elitě patřil například moderní princ Asahi, který požádal Henryho Rapina, aby mu navrhl koncem 20. let soukromou rezidenci v centru Tokia, zařízenou předními *artiste décorateurs* a osvětlenou lampami od Laliquea. Tento nádherně zachovaný dům je nyní přístupný pro veřejnost jako *Teien Art Museum*.

V některých částech světa bylo hnutí Art Deco do značné míry spjato s evropskými privilegovanými vrstvami: s královskými dvory v Indii; angloamerickými obchodními společnostmi v Šanghaji; a s bílou horní společenskou vrstvou v Jižní Africe. Masového slyšení se mu dostalo díky mezinárodní výstavě v Paříži v roce 1925. Odtud se rozšířilo do Spojených států, kde později výrobci, postižení důsledky světové hospodářské krize, rozvinuli průkopnický styl uplatňující aerodynamické formy, známý jako *streamlining*. Evidentní byla snaha ušetřit peníze výrobou tvarovaných forem, které se nejlépe hodily k procesu masové výroby, využívající nové, levné materiály jako plasty, bakelit, hliník a chromovou ocel. „*Tento styl přeměnil malá města postižená hospodářskou krizí na celém území Ameriky, přebudoval města latinské Ameriky a díky hollywoodským filmovým ateliérům nakonec dosáhl světového věhlasu.*“⁹⁰

⁸⁹ MILLEROVÁ, J., 2006, s. 18.

⁹⁰ MILLEROVÁ, J. *Užití umění*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2008. s. 267. ISBN 978-80-7391-158-4.

7.2 Art Deco v USA

Přestože se Spojené státy nezúčastnily Pařížské výstavy, velký ohlas mělo Art Deco právě v rozvíjející se a válkou nezasážená Americe, optimistické multikulturní zemi velkých možností. Od konce 20. let se tak důležitým centrem tohoto směru staly Spojené státy, kde se Art Deco uplatnilo v architektuře i běžné produkci a nabylo specifickou podobu.

Avšak na počátku 20. letů myšlenky evropské moderny byly ve Spojených státech záležitostí jen několika málo avantgardních umělců. Také nábytek a jiné předměty zařízení se přizpůsobovaly konzervativnímu vkusu střední a horní společenské třídy, která upřednostňovala po řemeslné stránce koloniální nebo historizující evropský styl. Bylo však pozoruhodné, jak Pařížská výstava ovlivnila americkou tvorbu, neboť se záhy v severoamerických velkoměstech začala prosazovat umírněná moderna v duchu Art Deco. V zápětí se objevovaly i první vlivy evropského funkcionalismu, který ale v té době nenašel v americké interiérové tvorbě odezvu. Prosadilo se ornamentální Art Deco jak v architektuře tak v úpravě interiérů. Ve Spojených státech se vyznačovalo krásou, fantazií a unikáním před skutečností. Inspirovalo jej také hollywoodské filmové prostředí a móda. Hollywoodský styl bylo vidět všude od výstředních produkcí na Broadwayi po interiéry a architekturu mrakodrapů. Od konce 20. let se ve stylu Art Deco zřizovaly reprezentativní stavby velkých firem, kinopaláce, hotely či divadla. Americké architektuře a dekorativnímu umění dominovaly egyptské a aztécké vlivy a geometrický styl. Ke klasickým příkladům architektury a zařízení interiérů stylu Art Deco patří *Chrysler Building* v New Yorku (1926 – 1930, William Van Alen), *Empire State Building* (1930 – 1931, William Lamb, Richmond Herold Shrew, Arthur Loomis Harmon), *Rockefeller Center* (1931, Raymond Hood) nebo *Radio City Music Hall* (1931, Raymond Hood). Předobrazem této architektury byly nejspíše nástavby velkých luxusních zaoceánských lodí se svými zábradlími a příděmi. Na dekoraci byla použita ušlechtilá dřeva a mramor, často s mosaznými intarziemi, pestré obkladačky, barevné sklo a ornamenty geometricko-expressivních tvarů.⁹¹ Americký Art Deco styl nalezneme i v Kalifornii nebo Floridě. „*Ostrůvky nízkopodlažní zástavby stále existují, především v Kalifornii*

⁹¹ HAUFFE, T., 2004, s. 93.

a na Floridě. Miami Beach, velmi populární letovisko pro obyvatele New Yorku a amerického Středozápadu ve 30. letech, má celou Art Deco čtvrť se zachovalými hotely, vilami a nákupními středisky.⁹² Historická Art Deco čtvrť v Miami vyrostla mezi koncem 20. let a rokem 1940. Zpočátku se inspirovala Pařížskou výstavou roku 1925. Budovy mají čisté, geometrické linie a silný důraz na vertikální směr. Dekorační prvky zahrnují industriální symboly, geometrické vzory, tradiční motivy umění Egypta, mořské motivy, motivy severoamerických Indiánů a Mayů. Ve 30. letech se v USA rozvinul ze zdobného stylu Art Deco americky střízlivý styl. Navíc byl v průběhu vládních opatření proti světové hospodářské krizi propagován věcný a levný způsob stavění.

7.2.1 Moderní průmyslový design v USA – aerodynamický tvar a styling

Moderní tvorba se ve Spojených státech ubírala vlastní cestou. Přijímala sice evropské vlivy, ale design tu byl utvářen mnohem více než jinde konzumním chováním, technickým pokrokem a iluzemi továrny na sny Hollywoodu, který ovlivnil estetické cítění celých generací. V souvislosti s hospodářskopolitickými úvahami se v designu mnoha sériově vyráběných produktů sešly dohromady formy Art Deco společně s novým aerodynamickým tvarem (*streamline*). Pokud mluvíme o americkém přínosu k Art Deco, máme tím na mysli právě tento aerodynamický tvar.⁹³

Zatímco v Evropě byl technický a hospodářský rozvoj díky 1. světové válce omezený, na počátku 20. let se USA nacházely s předstihem na nejvyšší technologické úrovni ze všech průmyslových států. Ve 30. letech tu už většina domácností střední vrstvy byla vybavena velkým množstvím elektrických přístrojů jako rádia, pračky, toastovače či ledničky. A tak se zde brzy setřely hranice mezi nábytkovým a průmyslovým designem. Sériová výroba s použitím nových, levných materiálů pro širokou masovou potřebu už byla naprosto nutná. Ke konci 20. let se narůstající reklama opírala o výsledky moderního průzkumu trhu. Postupně vedle reklamy a balení získávalo na významu i módní utváření produktů. To vše mělo uspokojit platebně schopnou střední vrstvu. Pár let předtím se tvorba produktů řídila zcela jejich funkcí,

⁹² MILLEROVÁ, J. *Art Deco*. 1. vyd. Bratislava: NOXI, s.r.o., 2006. s. 19. ISBN 80-89179-37-1.

⁹³ HAUFFE, T., 2004, s. 94.

avšak ve 20. a 30. letech byl design čím dál důležitější, protože pomáhal k odlišení od ostatních, stále přibývajících konkurentů. Na rozdíl od Evropy, kde se uvažovalo o reformách tvorby vždy v souvislosti se sociálními a funkčními otázkami, design ve Spojených státech představoval v první řadě marketingový faktor.

Novému chápání designu napomohly důsledky světové hospodářské krize, která přivedla americké podnikatele k potřebě změn a větší péči při tvarování výrobků. „*Designu byla přiznána role nástroje, kterým je možné ovlivnit marketing a tím i ekonomický úspěch výrobků.*“⁹⁴ Za tímto účelem měly produkty více pobízet ke koupi novým, líbivým designem. Toto přepracování a znouformování se nazývalo *styling*, který usiloval o přitažlivější, líbivější vzhled výrobků. Jedná se o přepracování produktu z čistě estetických a marketingových hledisek, jejichž cílem je ztraktivnit výrobek pro spotřebitele. Do tvorby předmětů denní potřeby i do navrhování nábytku byl tak vnášen nový prvek – móda. Nové tvary, líbivější, přitahující zájem kupujících, periodické proměny vzhledu předmětů měly prvořadý cíl – zvýšit odbyt. Kolem roku 1929 se na scéně objevila nová odrůda návrhářů. Vzniklo nové povolání stylisty, který měl za úkol vytvořit v předvýrobní etapě novou tvarovou a povrchovou stránku „staronových“ výrobků průmyslovými návrhy. Byla to práce protichůdná práci designérů. Jejich úkolem bylo pouze vylepšení vzhledu výrobků. Přední američtí tvůrci jako Raymond Loewy či Henry Dreyfus svými návrhy prokázali, že návrh může být rozhodujícím faktorem pro odbyt zboží. Byli přesvědčeni, že výrobky vyznačující se vysokou úrovní z hlediska návrhářského, mají vliv jako součinitel nové americké kultury a představují novou formu amerického umění. Podle jejich přesvědčení mělo být zlepšování vkusu spotřebitelů jedním z nejdůležitějších úkolů návrhářů. Tito tvůrci se tak postavili do čela prvního novodobého amerického proudnicového stylu *streamline*.⁹⁵

V USA 30. let se prosadil „... *první designérský styl jednoznačně spjatý s průmyslovou sériovou produkcí, který vzhledem k uplatnění aerodynamických proudnicových forem dostal pojmenování streamlining.*“⁹⁶ Nebyl to americký vynález, neboť se touto formou zabývali již italští futuristé. Americký průmysl byl ale díky

⁹⁴ DLABAL, S. *Nábytkové umění*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 2000. s. 246. ISBN 80-7169-655-2.

⁹⁵ DLABAL, S., 2000, s. 247.

⁹⁶ KOLESÁR, Z. *Kapitoly z dějin designu*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2009. s. 65. ISBN 978-80-86863-28-3.

technikám a novým materiálům jako překližka, umělé hmoty a plech, které se daly dobře tvarovat schopni využívat tuto formu v hromadné výrobě. Proudnicovým tvarem jakožto prostředkem stylingu vytvořili průmysloví designéři v USA nový stylový směr. Aerodynamický tvar, parabolická křivka odvozená z tvaru letící kapky, byl jako znamení pokroku a dynamiky převáděn na všechny možné produkty, od autobusu po dětský kočárek, od kávovaru po ořezávkou na tužky, často i tam, kde neměly žádný praktický účel. Proudnicovými liniemi byla zasažena architektura i nábytek. Měkké tvary jakoby se rozlily do nových forem, bylo to okouzlení z aerodynamických tvarů umožňujících zrychlení. Tento styl bývá označován jako odnož Art Deco a poznamenal i evropskou tvorbu, která po svém uplatňovala proudnicové oblé tvary na všemožných předmětech.

7.3 Velké zakázky – projekt Normandie

Art Deco bylo také příkladem nové interpretace starých myšlenek. Od poloviny 19. století budil pozornost odcizující účinek průmyslové revoluce. Ačkoli byla široce vítaná, nastolila problém, jak si zachovat smysl pro hrdost na své řemeslo. Mnoho předvídavých lidí se obávalo, že industrializace přeroste do situace, ve které budou dělníci odděleni od tvůrčího procesu a stanou se pouze jejími nástroji. Proto se řada zemí, první Británie, začaly pokoušet nalézt rovnováhu mezi člověkem a jeho pracovním prostředím, uvést tak do něho znovu lidský rozměr. To se zdařilo W. Morrisovi, hlavnímu představiteli hnutí *Arts and Crafts*, jehož koncepce spolupráce mezi řemeslníky byla odkazem pro Art Deco. Dalšími neocenitelnými vzory a předchůdci slohu Art Deco byli Američan F. L. Wright a Rakušan J. Hoffmann. Jejich práce na velkých zakázkách vykazovaly pozornost vůči detailu při zachování smyslu pro celek. Zavedení nových materiálů přineslo nové problémy a hledání nového stylu vyžadovalo nový přístup k velkým úkolům nebo projektům. Příklad modernismu, který zdůrazňoval potřebu přehodnotit všechny nové myšlenky, navodil atmosféru podněcující a podporující výměnu mezi různými obory. Ačkoli Art Deco nejlépe známe díky jeho malým objektům, byly to také velké zakázky, kde se projevil všechny možnosti tohoto slohu. *Exposition des Arts Décoratifs et Industriels*, transoceánská loď

Normandie, hotel *Strand Palace Hotel*, *Radio City Music Hall*, lesk plesového sálu v londýnském hotelu *Park Lane Hotel* nebo ještě okázalejší budova *Chrysler Building*, to je jen několik příkladů slohu Art Deco v jeho neúspěšnější a nejctížadostivější podobě.

Cestování, a spolu s ním používané dopravní prostředky, se stalo představitelem speciálního druhu modernosti. Pro masy byla realitou cestování třetí třída, ať už na lodi, ve vlaku, nebo v podobě ojetého auta. Avšak existovala třída lidí, která cestovala pro potěšení nebo služebně a činila tak v poměrném pohodlí a luxusu. Byla to počtem malá a nesporně privilegovaná elita. Přesto jejich existence a jejich používání luxusních lodí, zaoceánských parníků a rychlých aut jako dopravních prostředků ve značné míře přispělo k tomu, že svět se ve skutečnosti chápal jako zmenšující se. V roce 1935 se vydala na cestu z Le Havru do New Yorku loď *Normandie*. Projekt *Normandie*, realizovaný společností *La Compagnie Générale Transatlantique*, sponzorovaný vládou, měl propagovat francouzské dekorativní umění a také předvádět velikost a slávu francouzského impéria. Její úspěch byl zaručen nejnovější technologií i nebývalým luxusem. Dva tisíce cestujících obdivovalo Art Deco v jeho rozličné podobě. *Normandie* byla nejnovější z velkých francouzských lodí. Důležitou novinkou v designu lodi bylo zlepšené luxusní ubytování cestujících, její rozměry a ohromné investice umožnily nesrovnatelný dekorativní čin. „*Seznam řemeslníků, kteří pracovali na různých částech Normandie, se čte jako katalog elity slohu Art Deco.*“⁹⁷ Interiéry kopírovaly nejpřepychovější součásti pozemních staveb, zejména v těch částech, které byly vyhrazeny pasažérům první třídy. Mnoho designů bylo exotické povahy, s příchutí Orientu a Afriky. Několik týmů návrhářů pracovalo na zařízení interiéru této lodi. Například bazén navrhl Patout a Pacon a obsahoval mozaiky, skrytá osvětlovací tělesa a kazetový strop. Osvětlení v jídelně první třídy navrhl R. Lalique a přehnanost zimní zahrady, na kterou byl použit alžírský onyx a kovaná měď, byla rovněž jak vystřižená z moderny, stylu Art Deco. Typický a převládající postoj v Art Deco byl, že řemeslníci znovu oživovali a vynalézali pracovní metody a stejně tak experimentovali s novými materiály. „*Tradiční výrobci jako porcelánka v Sèvres dostali příležitost vyrobit servis pro salon de thé a čalounické studio Aubusson dostalo*

⁹⁷ LEMME VAN DE, A. *Art Deco*. 1. vyd. Praha: Svojtka a Vašut, 1997. s. 50. ISBN 80-7180-248-4.

od designéra nábytku a pracoven Julese Lelena za úkol vyzdobit salon Trouville.⁹⁸ Ostatní salony pojmenované podle francouzských měst nebo departementů poskytly designérům příležitost, aby vytvořili unikátní díla. Někteří z nich, jako René Prou, se specializovali výhradně na zakázkové schodiště *Normandie*. Prou svou prací vybavil také vagony první třídy na francouzských železnicích. Pro *Normandii* byl navržen kovový nábytek pro dva velké salony, který harmonizoval s kovovým dekorativním obložením stěn. Řada doplňků a základních prvků designu Art Deco, jako madla na schodištích, dveře, brány a nesčetné další doplňující prvky celkového designu lodi byly vytvořeny z tepaného železa a z kovů lakovaných fermeží. Pro tuto loď Edgar Brandt pracoval na monumentálních dveřích a schodištích z tepaného železa. Ti, kteří se podíleli na *Normandii*, spolu se všemi fotografiemi v tisku a s věhlasným plakátem od Cassandra, poskytli všem představu o stylu a eleganci na palubách této lodi. Je tragické, že se z ní do dnešních dní dochovalo málo, neboť v roce 1941 byla zrekvírována vládou USA k přepravě vojenských jednotek. Měla být přizpůsobena novému účelu a zbavena výzdoby. Na lodi vypukl požár a většina nejvýznamnějších prací Art Deco skončila na dně newyorského přístavu.

Vliv zakázky *Normandie* se rozšířil do všech odvětví dekorativního umění. Odezvu bíle natřené konstrukce, zábradlí a čistých linií exteriéru lze najít na většině námořních staveb. Zaoceánské parníky sloužily jako zdroje inspirace. Pro jedny znamenaly plující paláce, pro jiné symboly moderního věku. V inzerátech se zobrazovaly jako epiteton všeho moderního a stylového. Cestování první třídou se stalo módním způsobem, jak se dostat na druhou stranu Atlantiku.

7.3.1 Veřejná místa – záliba Art Deco designérů

Na veřejnosti jako v hotelích, koktejlových barech, obchodech, kinech a jejich interiérech mělo použití stylu Art Deco také úspěch. Tyto interiéry se považovaly za součást modernizačního procesu, který v mezích hal a jídelen vytvořil kompletní moderní výbavu. To platilo pro Evropu i pro USA. Art Deco oslovilo daleko širší publikum i prostřednictvím filmu. Stále více spotřebitelů se začalo obklopotovat různými

⁹⁸ LEMME VAN DE, A. *Art Deco*. 1. vyd. Praha: Svojtka a Vašut, 1997. s. 50. ISBN 80-7180-248-4.

verzemi stylu Art Deco s prvky moderny na veřejných místech, čímž si připadali jako oblíbené filmové hvězdy. Art Deco se začalo spojovat s nablýskaným světem Hollywoodu a filmů. Pro zájemce a milovníky tohoto slohu jsou předměstská kina, obklopující srdce Londýna, stálým příkladem uplatnění Art Deca ve veřejných budovách, neboť kino bylo vždy zařízením pro trávení večerů, příležitostí k útěkům do jiného světa. „*Ve Velké Británii se hollywoodský styl projevil v přepychových, dramatických interiérech řady kin Odeon v Londýně a okolí, včetně Leicester Square Odeon s čalouněním z leopardí kůže a zlatem zdobenými stěnami.*“⁹⁹ Pařížské kino *Le Grand Rex*, jehož provoz byl zahájen roku 1932, je také dokonale zachovalou ukázkou slohu Art Deco. K realizaci projektu byl přizván známý architekt August Bluysen ve spolupráci s americkým divadelním architektem Johnem Ebersonem. Vznikl hravý interiér ve stylu Art Deco evokující letní kino pod širým nočním nebem. Tmavý, temně modrý strop sálu s bodovým osvětlením je stylizován do hvězdné oblohy. Podél stěn se linou kulisy nasvětlených středomořských domků, které navozují atmosféru letního večera. Na strop se v určitých intervalech promítá světelný efekt mračen. Záliba návrhářů ve stylu Art Deco na veřejných místech pokračovala například převybavením hotelu *Strand Palace* v Londýně pod vlivem Art Deco a moderny, které navrhl Oliver Bernard v roce 1930. „*To byl klasický příklad použití techniky designu, při níž se do popředí dostal geometrický ornament úhledné bežešvé oceli a pochromované povrchy.*“¹⁰⁰ *Strand Palace Hotel* je příkladem interiéru veřejné budovy ve slohu Art Deco s oduševnělým užitím abstraktního designu. Nyní hotelové schodiště a dveře, které jsou klasickou ukázkou Art Deco designu využívající mramor, chrom a osvětlené panely z tabulového skla, jsou vystaveny ve *Victoria and Albert Museum*, specializující se na aplikované a dekorativní umění.

I *Chrysler Building* je ukázkou slohu Art Deco v architektuře i v interiéru. Jeho strmá špice skládající se ze sedmi postupně se zmenšujících oblouků vyrobených z nerez oceli a s trojúhelníkovými okny jsou pro Art Deco typické. Jeho osobitý tvar byl inspirován krytem kol aut značky Chrysler, symbolizuje eleganci těchto automobilů a je oslavou moderního věku rychlosti. Užití ornamenty různými způsoby odkazují na automobilový průmysl a tuto značku. Interiér je zdobený egyptskými motivy a na stropě

⁹⁹ BHASKARANOVA, L. *Podoby moderního designu*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2007. s. 87. ISBN 80-7209-864-0.

¹⁰⁰ HORSHAM, M. *Styls 20. a 30. let*. 1. vyd. Praha: Svojtka a Vašut, 1997. s. 69. ISBN 80-7180-255-7.

ve 25. patře se nachází freska od malíře Edwarda Trumbulla nazvaná „*Doprava a lidské úsilí*“ zobrazující stavby, letadla a výjevy z montážní linky Chryslerovy továrny. Vstupní lobby je obloženo různými druhy mramoru, onyxu a jantaru. Výtahové dveře v *Chrysler Building* jsou uváděny jako ukázka vykládané práce z mosazi ukazující stylizované egyptské motivy, jako je palma či lotosový květ.¹⁰¹ „*Proslulá pro svou venkovní třpytivou špicí a výzdobu spojenou s automobilem se budova Chrysler také vyznačuje ohromujícím lobby s mramorovými stěnami v barvě rouge flambé, dekorativními kovovými prvky Oscara Bacha, stropní freskou Edwarda Trumbulla a stěnami výtahů pokrytými exotickým dřevem.*“¹⁰² „¹⁰³

¹⁰¹ HAUFFE, T., 2004, s. 95.

¹⁰² „Famous for its exterior’s shimmering pinnacle and automobile-related decorations Chrysler buildings also features a stunning lobby, with rouge flambé marble walls, ornamental metalwork by Oscar Bach, a ceiling fresco by Edward Trumbull and banks of exotic-wood lifts.“

¹⁰³ BAYER, P. *Art deco interiors: decoration and design classics of the 1920s and 1930s*. 1st ed. London: Thames and Hudson, 1990. p. 190. ISBN 0-500-23596-1.

8 NÁBYTEK VE STYLU ART DECO

Éra stylu Art Deco byla pro design nábytku neuvěřitelně plodným obdobím. Mnoho z nejtrvalejších a nejvýznamnějších tvarů a typů 20. století bylo vytvořeno právě v této době. Art Deco nábytek je stejně rozmanitý jako hnutí samo a existuje ve zpracování srovnatelném s výrobky nejlepších francouzských nábytkářů 18. století – ebenistů – až po levné, sériově vyráběné kusy. Art Deco nábytek je charakterizován výraznými tvary a formami. Architektonicky navržené kusy začaly být v tomto období populární také kvůli mnoha proslulým designérům, kteří jejich podobu tvořili přímo na míru. Pokroky v technice měly na design velký dopad a inspiraci často poskytoval tvar mrakodrapu. Běžně využívaný byl chrom, který dodával nábytku stylový a moderní vzhled. Jednobarevná schémata se také těšila všeobecné oblibě, zvláště s módní černou barvou v popředí. Nejlepší Art Deco nábytek vznikl ve Francii, podle návrhů francouzských i cizích návrhářů, které přitáhl úspěch moderního pohledu z Pařížské výstavy roku 1925. Mezinárodního věhlasu a zakázek se dočkali francouzští designéři především mezi bohatými Američany, kteří pravidelně přijížděli do Paříže za zábavou a pro poslední módní trendy.

V designu Art Deco nábytku existovaly dva odlišné trendy. Na jedné straně tu byly rané experimenty, které teď uznáváme za moderní nábytek užívající plastické hmoty a kovy způsobem, který mohl vést k hromadné výrobě, a na straně druhé vysoce kvalitní řemeslo zastoupené především francouzskými designéry, hlavně J.-E. Ruhlmannem.¹⁰⁴ Mnozí návrháři, kteří se zabývali nábytkářským designem, nebyli sami vynikajícími řemeslníky, ale byli schopni vést velké dílny a využívat své vlastní talenty a talenty řemeslníků jiných ateliérů k dosažení nejlepších výsledků. Z materiálů, které používali, jim francouzské impérium poskytovalo ty nejexotičtější: eben, mušle mořských korýšů, perleť, slonovinu, ořechové a palmové dřevo, želví krunýře, stříbro, zlato a zároveň inspiraci orientálními technikami, jako chinoiserie a laky. Umělecký styl Art Deco miloval kvalitní dovednost a exotické luxusní materiály byly včleňovány do vykládané výzdoby nábytku. Designéři skládali květinové, figurální a geometrické vzory ze vzácných surovin, jako jsou eben či mahagon, nebo z materiálů jako slonovina, perleť a šagrén, což je druh žraločí kůže, do kontrastních intarzií. Celý nábytkářský

¹⁰⁴ LEMME VAN DE, A., 1997, s. 56.

průmysl měl překvapivě pružný přístup a nápady a technologické postupy se obecně sdílely navzájem. Období formování stylu Art Deco bylo do značné míry ovlivněno tanečním souborem Ruský balet. Pod vlivem jejich kouzla designéři volili jasné barvy a neobyčejné geometrické vzory. Používali nápadně kontrastující a barevné obložení, jako makasarský eben a palisandr. Návrhy byly kvůli vytvoření výrazných vzorů, jako čtverců a slunečních paprsků, doplňovány právě slonovinou, šagrénem a lesklým lakováním.

Art Deco nábytek, který vznikl v kontinentální Evropě mimo Francii, se obvykle nevyvážel, a proto je jen málo známý za hranicemi země původu. Většina velmi stylových kusů odráží národní kulturu. Německý a rakouský meziválečný nábytek bývá velmi strohý, často s ostrými liniemi a z tmavě mořeného dřeva. Rakouský nábytek přebíral i styl *Wiener Werkstätte*. „*Východoevropský nábytek často přebíral barvy i dekorace lidového umění, zatímco italské kusy – které se vyráběly ve větších sériích a vyvážely se do USA – jsou velké a extravagantní, lehce inspirované liniemi francouzského Art Deco a vyráběné z exotického dřeva, slonoviny a pergamenu.*“¹⁰⁵ Britské Art Deco prosazovalo jednoduchý a bytelný nábytek. Najdeme zde jen málo stop elegantních detailů francouzského nábytku, pozornost se soustřeďuje na hospodárnost návrhu a výroby. Americký Art Deco nábytek je volně inspirovaný francouzským Art Deco stylem a stylem Bauhausu. Dle Millerové existuje i několik unikátních designových řad. Patří sem například pompézní hollywoodský styl zdobený modrým sklem a zrcadlovými plochami nebo aerodynamický styl oblíbený od začátku 30. let až do konce 2. světové války.¹⁰⁶ Tento styl se často objevoval v levných amerických restauracích. K nejcennějším kusům amerického Art Deco nábytku patří také paravány, které byly velmi oblíbeným prvkem interiéru koncem 20. let minulého století.

¹⁰⁵ MILLEROVÁ, J. *Art Deco*. 1. vyd. Bratislava: NOXI, s.r.o., 2006. s. 42. ISBN 80-89179-37-1.

¹⁰⁶ MILLEROVÁ, J., 2006, s. 52.

8.1 Hlavní představitelé Art Deco nábytku

Mnozí z designérů rané fáze Art Deco využívali pro svoji práci francouzský nábytek 18. a začátku 19. století. Odstranily z něj pouze veškeré spirály, voluty a šňůrky, charakteristické pro design secesního nábytku, a vytvořili tak jednodušší a ukázněnější vzhled. Paul Follot byl jedním z návrhářů, který tvořil nábytek s touto novou vizáží. Své kusy často zdobil stylizovanými, zploštělými, řezbářskými ozdobami – většinou šlo o květiny, listy a ovoce. Díky Follotovi se stal motiv květinového koše v Art Deco velmi oblíbeným. Pro své nábytkové kusy z exotického dřeva využíval jednoduché tradiční formy 18. století. Nábytek 18. a 19. století, který fascinoval umělce počátku Art Deco éry, jako byl Follot, byl odvozen ze vzorů starověkého Říma a Řecka a je popisován jako neoklasicistní.¹⁰⁷ Jeho raný nábytek byl více dekorovaný než jeho pozdější práce. Follotův styl se vyznačoval elegantností a přepychem, používal dřevo exotických stromů, drahé materiály a komplikované řemeslné zpracování. Jeho styl kopírovali po celé Francii i v zahraničí. Follot pracoval i v mnoha dalších oborech: vyznal se v práci s kovem, ve šperkařství, v keramice, textilu i kobercích, ale také působil jako návrhář interiérů.

Luxusní pojetí francouzského Art Deco představuje nábytek Jacquese-Emila Ruhlmana. Jeho styl se vyznačuje elegantními liniemi, vycházejícími z kompaktních geometrických forem klasicismu a empíru, používáním exotických materiálů a velmi kvalitním zpracováním, srovnatelným s prací královských ebenistů z 18. století. Z jeho rukou vzešel hladký, elegantní nábytek s minimem detailů, na něž použil exotické obložení a okázalé materiály jako jemný lak a slonovinu. „*Nábytek stojí na štíhlých, elegantních nožkách nebo na hladkém plném podnoží a je dýchován vzácnými dřevy, zdoben geometrickou intarzií a kovovými aplikacemi.*“¹⁰⁸ Koncem 20. let využívá ve větší míře kovy, které kombinuje s dokonalým zpracováním dřeva. Ruhlmann navrhoval i textilie, svítidla a byl rovněž proslulým interiérovým designérem.

Pařížský návrhář Maurice Dufren byl nejznámější designem nábytku, ale navrhoval i látky, kovové a keramické předměty, koberce a celé interiéry. Počátkem

¹⁰⁷ MILLEROVÁ, J., 2008, s. 270.

¹⁰⁸ KARASOVÁ, D. *Dějiny nábytkového umění IV*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Argo, spol. s r. o., 2001. s. 122. ISBN 80-7203-339-5.

20. let byl především návrhářem interiérů, neboli *artiste décorateur*, jež v této profesi dosáhl nejvyšších pozic. V počátcích kariéry vyvinul vlastní prostý, neoklasický styl nábytku, který byl v souladu se stále oblíbeným stylem Ludvíka XVI. Jeho kusy jsou obvykle z tmavého mahagonu, zřídka i z exotických dřevin, někdy z ebonizovanými detaily. Na rozdíl od prací P. Follota je jeho nábytek jen občas zdobený řezbami. Ve 30. letech jeho styl začal být více geometrický a ještě prostší. K výstřednějším designérům patří Pierre Legrain, Jean Dunand či Eileen Grayová. Legrain kombinací neoklasicismu a afrického stylu dosahoval neobyčejně exotických výsledků. Jedním z nejproslulejších jeho kousků je židle nebo pohovka „Zebra“. J. Dunand navrhoval nábytek geometrických forem – paravány, stoly, sedačky, které povrchově upravoval jednobarevným lakem, zdobil reliéfem, malbou, inkrustací perletí, mytologickou řezbou, kovem nebo kameny. Realizoval i dekorativní výplně pro nábytek Legrainova či Ruhlmannova.¹⁰⁹ Ve 30. letech se věnoval zařizování zaoceánských parníků *L'Atlantique* (1931) a *Le Normandie* (1935). E. Grayová vytvořila moderní styl z lakovaného dřeva a trubkové oceli. „*Tato její díla předcházela modernistickému nábytku stylu Art Deco ve třicátých letech. Svůj nadmíru individualistický styl založila na geometricky koncipovaných formách vytvářením minimalistických židlí, pohovek, stoliček a lakovaných zástěn.*“¹¹⁰ Při tvorbě nábytku se přiklonila k novým materiálům a jako jedna z prvních začala využívat trubkovou ocel. Ve 20. letech se mnoho předních francouzských Art Deco návrhářů, v čele s Ruhlmannem, povzneslo do pozice *artiste décorateur* (uměleckých bytových architektů), kteří vytvářeli celkové zařízení interiéru podle vlastních plánů.

Ve 20. letech se v USA prosazovala umírněná moderna v duchu Art Deco včetně kopírování francouzských předloh tohoto stylu. Po krachu burzy v roce 1929 ztratila Amerika o luxusní zboží zájem. Díky vlivu Bauhausu dávali přednost tvorbě užitečných velkosériových kusů dobré kvality z inovačních průmyslových materiálů, jako je trubková ocel. Osvojili si nadšení Bauhausu pro design charakterizovaný jednoduchými liniemi a postrádající pouta s minulostí i s přírodou. Vytváření stylizovaného dostupného zboží ve 30. letech vedlo k unikátní interpretaci stylu Art Deco. Donald Desky, Paul T. Frankl, Waren McArthur či Kem Weber používaly moderní

¹⁰⁹ KARASOVÁ, D., 2001, s. 126.

¹¹⁰ MILLEROVÁ, J. *Užití umění*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2008. s. 271. ISBN 978-80-7391-158-4.

geometrický styl a posunuli design nábytku racionálnějším směrem k použití dokonalých, střízlivých linií, což zanechalo své známky na době Art Deco.

Unikátním vyjádřením stylu Art Deco je již zmiňovaný *streamlined styl*, v designu nábytku oblíbený od počátku 30. let do konce 40. let 20. století. Čerpal inspiraci ze strojů jako takových a produkty vytvořené podle těchto pravidel strojové výrobě dostatečně vyhovovaly. Tento styl zmodernizovaného nábytku je nejlépe charakterizován kovovými komponenty. K jeho zástupcům patří W. McArthur či D. Desky. Pohled na jeho nábytek evokuje náladu newyorské filmové klasiky 30. let. Ztělesňuje podstatu amerického Art Deco, reprezentuje životní způsob i kulturu té doby.¹¹¹ Desky vytvořil typicky americký moderní styl, ve kterém kombinoval aerodynamické linie s francouzským přístupem k Art Deco nábytku a využíval jasné barvy. Jeho zmodernizovaný nábytek kombinuje dřevo a průmyslové materiály, jako jsou umělá hmota a kov. Mnoho jeho raných prací bylo na zakázku pro obytné domy nebo podnikové kanceláře. Největší zakázka byla na vytvoření a zařízení interiéru *Radio City Music Hall*. Nábytek P. Frankla ztělesňuje americký modernismus. Frankl navrhoval budovy i nábytek, od poloviny 20. let se soustředil především na bytové zařízení. V roce 1926 představil svou slavnou řadu nábytku *Skyscraper Furniture* (Mrakodrapový nábytek), která je ze dřeva kalifornských sekvojí, poniklované oceli a hrubě lakovaná černou nebo červenou barvou. Jako inspiraci pro tuto řadu nábytku si vybral stupňovitý tvar staveb. Navrhoval ji pro byty v newyorských činžovních domech, které představovaly podstatu moderního životního stylu.

¹¹¹ MILLEROVÁ, J., 2006, s. 48.

9 UŽITÉ UMĚNÍ UMĚLECKÉHO SLOHU ART DECO

Art Deco umělecké předměty a stolní nádobí byly navrhovány pro mnohem rozsáhlejší trh, než na jaký si mohly dělat naději nábytek nebo ušlechtilé práce z kovu. Stolní nádobí obnáší čajové nebo kávové servisy, mísy, slánky a příbory, zatímco umělecké předměty představují hodinky, ozdoby, sošky, svícny, koktejlové šejkry, vázy, vějíře, popelníky, stolní lampy, kazety na drobnosti či flakony na parfémy. Jestli se o některé samostatné oblasti Art Deco dá říct, že měla zásluhu na rozšíření tohoto stylu, pak musí být přičtena uměleckým předmětům. Jedním z hlavních důvodů je hromadná výroba, ale z velké části to také souvisí s použitými materiály. Zejména 30. léta byla svědkem objevení nových materiálů jako bakelit, vytrolit a další plastické hmoty. Byly levné a vyrobené uměle, měly pružnost, která je předurčila zejména pro malé předměty každodenní potřeby. Dalším důvodem jejich prudkého rozmachu byla novost těchto materiálů. Díky těmto aplikacím se Art Deco stalo přístupné všem. Zatímco potenciál plastických hmot byl vynalezen pro předměty v domácnosti, luxusní materiály se používaly ke zhotovování okrasných předmětů a ozdob.

V období mezi světovými válkami byly ozdobné sošky populárním uměleckým odvětvím. Ženy se v té době staly aktivnější a nezávislejší, než bývaly jejich předchůdkyně. Uvolněně tančily, podílely se na sportovních utkáních a řídily automobily. Ženské plastiky ve stylu Art Deco tuto dramatickou proměnu zachytily: štíhlé postavy a ideální krásu oděnou do krátkých sukní nebo do kalhot, často v erotických, tanečních nebo sportovních pózách. K objektům zvířecích sošek patřila velká, štíhlá a rychlá zvířata, jako panteři, srnci, psi nebo také ptáci. „*V průběhu 30. let byly sochy stále více stylizované. Přesto i ty nejpřirozenější sošky raného Art Deco obsahují určitý prvek stylizace – například nezvykle dlouhé končetiny, které zdůrazňují eleganci postavy.*“¹¹² Nejtypičtějším představitelem luxusních předmětů byly sošky „*Chryselephantine*“ od umělců jako Ferdinand Preiss, Josef Lorenzl nebo Demêtre Chiparus. Termín „*Chryselephantine*“ se používal k označení sochy ze zlata a slonoviny, v terminologii Art Deco to znamenalo kombinaci různých materiálů zahrnujících zlato a slonovinu, ale i stříbro, bronz, laky a želví krunýře.¹¹³ Dostupnější

¹¹² MILLEROVÁ, J. *Art Deco*. 1. vyd. Bratislava: NOXI, s.r.o., 2006. s. 200. ISBN 80-89179-37-1.

¹¹³ LEMME VAN DE, A., 1997, s. 75.

předměty sériové produkce byly vyráběny z bronzu, bílého kovu nebo zinku. Většina plastik Art Deco stylu byla posazena na onyxové nebo mramorové podstavce, které byly tvarované tehdy do módního stupňovitého tvaru.¹¹⁴ Preissova mnohá díla zhotovená z bronzu a slonoviny jsou mistrovskými díly svého typu. Představují ženy provozující jistý druh fyzické aktivity – plavání, hraní golfu a tenisu – nebo gymnastky a tanečnice v dramatických pózách, držících pochodně, obruče a míče. D. Chiparus se proslavil svými figurami pařížských tanečnic v detailně propracovaných elegantních postojích a kostýmech často orientálních, k jejichž tvorbě ho inspiroval soubor Ruský balet. „*Na rozdíl od Preisse, který modely oblékal do řaseného saténu, jsou jeho sošky většinou v upnutých kostýmech s reliéfním dekorem – často malované za studena nebo se zlacenými detaily.*“¹¹⁵ Podstavce bývají mohutné a složené z alespoň dvoubarevného mramoru. J. Lorenzl se zaměřil na zpodobňování žen odlišným způsobem. Zobrazoval pružné tanečnice, nahé nebo jen spoře oděné. Jejich končetiny a těla jsou nepřirozeně štíhlá a protáhlá, čímž je zdůrazněna elegance jejich postoje. Jeho plastiky žen jsou živé a temperamentní, mívají propnuté nohy i paže a zakloněnou hlavu. Lorenzl používal patinovaný bronz, obvykle pozlacený nebo postříbřený, jeho figurky mívají ze slonoviny ruce a obličej, ne však jiné části. Podstavce jsou obvykle ze zeleného brazilského onyxu, někdy v kombinaci s polodrahokamy kontrastní barvy.

Ve 20. a 30. letech 20. století se popularita stylu Art Deco odrazila rovněž na designech hodinových pouzder – od unikátních prací věhlasných designérů po alternativy vyráběné sériově. Vyrábělo se mnoho druhů hodin, kruhových nebo stupňovitých odrážejících aztécké či egyptské vlivy. Stavěly se na krbové římsy, pracovní stoly nebo toaletní stolky. Z materiálů se používala mosaz, bronz, sklo, kov, chrom a plast. Meziválečné období se někdy přezdívá i věk elegance. Velkou měrou k ní přispěla i pozornost, kterou dekoratéři věnovali originální osvětlovací technice a správnému nasvícení interiérů. Uvědomili si, že osvětlení může charakterizovat dané prostředí nebo vyvolat určitou náladu. Tím pádem se stávalo důležitějším prvkem interiérového designu, ať se jednalo o vrchní osvětlení, bodová světla nebo směrové osvětlení. Díky tomu dnes existuje široké spektrum nabídky od stolní lampičky až po ohromné lustry určené pro lobby hotelů nebo zaoceánské parníky. Nejběžnější byly chromované stolní lampy, vyrobené od roku 1920 do konce 2. světové války v Evropě

¹¹⁴ MILLEROVÁ, J., 2008, s. 308.

¹¹⁵ MILLEROVÁ, J. *Art Deco*. 1. vyd. Bratislava: NOXI, s.r.o., 2006. s. 203. ISBN 80-89179-37-1.

nebo USA. Chróm bývá často kombinovaný se dřevem, bakelitem nebo jiným plastem. R. Lalique vytvořil velké množství skleněných svítidel – od závěsných svítidlových mís po své výjimečné zakázky pro zaoceánský parník *Normandie*. Obchodní domy, restaurace, hotely, kina po celém světě poptávaly osvětlení z jeho společnosti. Svítidla Laliquea byla většinou zhotovená z opalescenčního nebo neprůsvitného skla a vyznačovala se typickými tvary krunýře, ženskými postavami a záplavou květů. Stojanové lampy, vyráběné od roku 1925 často v párech, připomínají pochodně a vysoké úzké svíce z 18. století na stojanu. Uměleční kovotepci jako Edgar Brandt či Paul Kiss vyráběli stojanové lampy z tepaného kovu s alabastrovými stínidly, které patří k nejhodnotnějším Art Deco svítidlům. Od 30. let 20. století vyráběli američtí designéři jedny z nejexcelentnějších kusů moderních svítidel období Art Deco. Jejich návrhy byly na věk strojů skutečně elegantní a vyrobené z nejnovějších materiálů, jako chrom, umělá hmota a hliník. Mezi nejtypičtější příklady amerického osvětlení ve stylu Art Deco patří série zmodernizovaných stolních lamp Waltera Dorwina Teagueho určená k produkci firmy *Polaroid Corporation*. Byla inspirovaná vlaky, automobily a vědeckou fantastikou. Speciální sestava stolu a lampy Donalda Deskeyho z třešňového dřeva, chrómu a černé umělé hmoty, vyrobená pro kancelář v *Radio City Music Hall*, byla rovněž působivá.

9.1 Kov, sklo a textilie

V práci s kovy vzkvétala přizpůsobivost a vynalézavost. Kov sám o sobě se často používal na dveřích a branách, ale byl také užíván ve spojení skoro se všemi ostatními oblíbenými materiály. V období Art Deco se stále často používaly tradiční kovy a jejich slitiny – stříbro, bronz, mosaz, měď a cín. Do popředí se však dostávaly relativně nové materiály jako nerezová ocel, chróm a hliník. Výrobky z kovů ve stylu Art Deco nalézáme ve všech variantách i úrovních zpracování – od puntičkářské ruční práce řemeslnických mistrů, po levné domácí potřeby ražené z hliníku nebo pochromovaných kovů. Objevují se i ve všech velikostech – od masivních stavebních prvků, jakými jsou například tepaná zábradlí, vstupní brány, po malé hodiny na krbovou římsu či stříbrné pudřenky. Art Deco kovové předměty jsou se svými

zmodernizovanými, aerodynamickými a hranatými tvary oproti secesním výrobkům stylově jednodušší. Geometrické tvary byly velmi populární, stejně jako stylizované figurální výjevy.¹¹⁶ Zmodernizovaný kov byl ve své době pro interiéry stále charakterističtějším prvkem. V moderních barech a klubech mohla kovová hrazení zdobit koktejlový bar, zatímco chromové nebo stříbrné šejkry se hojně využívaly k míchání drinků. Rovněž nastal vzestup velkovýroby kovových předmětů určených k dekoraci. Nicméně rukodělná dovednost zůstala běžnou, často využívanou metodou, společně s technikami sériové produkce, která dovozovala ručně výrobky dokončovat. Ruční výrobou kovových předmětů se zabýval Jean Puiforcat v Paříži či Georg Jensen v Kodani. Puiforcat používal geometrické motivy, ve kterých kombinoval polodrahokamy, exotické dřevo a slonovinu. Většina Art Deco stříbra, které vzniklo v kontinentální Evropě a v USA, je do značné míry inspirovaná jeho stylem. Jensenovy designy jsou velmi jednoduché, většinou založené na oblých než hranatých formách. Hlavní pozornost je upřena na tvar a z toho důvodu Jensen omezil dekoraci na minimum. Mezi jeho široký sortiment stříbrných předmětů patří čajové a kávové servisy, svícný a mísy na nožce, koktejlové šejkry, pouzdra na cigarety. Pařížská výstava roku 1925 zpopularizovala některé styly a motivy, které se masově reprodukovaly v USA. Během hospodářské krize se američtí výrobci zaměřili na ne příliš cenné postříbřené kusy a vytvářeli z nich levnější hliníkové, měděné a pochromované varianty.

Po 1. světové válce vzrostla poptávka po nových sklářských stylech. Art Deco období znamenalo rozvoj technik, jež vyhovovaly velkosériové produkci. Průkopníkem v technologii výroby skla se stal R. Lalique, který začal používat horké kovové formy, čímž na trh dodal jak nové tvary, tak i dezény. Tato technika tvarování do forem umožňovala sériovou výrobu. Lalique vytvořil rozsáhlý sortiment nádobí a dekoračních předmětů, mezi které patřily vázy, hodiny, figurky a šperky. Také vyráběl doplňky k osvětlení, interiérové dveře, a dokonce i skleněný nábytek. Mezi jeho úspěchy patřili i maskoty některých automobilek. Jeho nejznámějšími designy se však staly flakony. Zdrojem jeho inspirace byly rostliny a zvířata. Aby docílil nápaditého designu skla, obracel se stále častěji k antickým aktům a zahaleným postavám. Preferoval spíše práci s normálním sklem. Svá díla zmatoval nebo lehce obarvil v odstínech pastelových barev

¹¹⁶ MILLEROVÁ, J., 2008, s. 302.

nebo je koloroval barvou drahokamů, jako třeba granátu nebo akvamarínu.¹¹⁷ V období Art Deco tak vzrostl význam průmyslové výroby skla foukaného do formy. Barevné vrstvené a opálové sklo bylo velmi módní, zatímco postavení kamejového skla, velmi oblíbeného v období secese, postupně upadalo. K motivům a vzorům se řadily staroegyptské náměty, stylizovaná flora a fauna, lidské figury a především geometrické tvary. K používaným barvám patřily hnědočervené barvy granátu, žlutá, oranžová, švestková, šedá či tyrkysová. K oblíbeným patřilo také čiré sklo s jednoduchou broušenou nebo rytou dekorací, jako jsou listy, zvířecí či antické motivy. Novými druhy skleněných předmětů byly automobilové maskoty, flakony na parfémy a barové nádoby.

Designéři zkoušeli svoji zručnost i v oboru textilního designu. Jejich zájem o textilie může být částečně vysvětlován touhou dosáhnout sjednoceného vzhledu interiérů. V roce 1911 se začala v textilním průmyslu používat syntetická barviva místo přírodních, čímž se rozšířila paleta barev. Živé, jasné barvy byly základní součástí většiny Art Deco tkanin, především těch, které vznikaly před polovinou 20. let. Dekorační látky čerpaly inspiraci z různých zdrojů: od romantických motivů (květinových girland a pupat) po abstraktní a geometrické vzory ovlivněné kubismem, futurismem a expresionismem nebo africkým a jihoamerickým uměním. Podobné inspirační zdroje ovlivnily i návrhy rohoží a koberců. Kvalitní Art Deco koberce měly dokonalé zpracování. Módní interiéry se zařizovaly spíše moderními krytinami západního stylu a orientální koberce nebyly tak oblíbené jako kolem přelomu století. V textilním návrhářství zejména vynikali Raul Dufy s designy vyznačujícími se abstraktními postavami a výraznými barvami, Sonia Delaunayová s abstraktními geometrickými tvary vytvářenými především v základních barvách. V polovině 20. let většina předních *artistes décorateurs* propůjčovala svůj talent i textilnímu návrhářství – včetně čalounění, látek na paravány nebo závěsných látek a tapiserií, které doplňovaly jimi navrhované interiéry. Významná byla činnost M. Dufrena, P. Follota nebo J.-E. Ruhlmana.

¹¹⁷ MILLEROVÁ, J., 2008, s. 286.

10 GRAFICKÝ DESIGN A MALBA VE STYLU ART DECO

Návrháři komerční grafiky se před začátkem 20. století téměř nevyskytovali. V roce 1925 jich však pracovali celé tisíce – někteří nezávisle, jiní sdružení v grafických studiích a organizacích. Chceme-li pochopit Art Deco plakáty, je nutné si uvědomit jedinečný kulturní vývoj, který jejich vznik podnítil. Výsledek poválečných trendů v politice, společnosti, módě a způsobech trávení volného času to vše se v plakátech odráží.

Původním záměrem plakátů bylo upoutat pozornost na konkrétní příležitost a tuto funkci plní dodnes. Během 20. a 30. let značně vzrostlo používání plakátů i podíl umělecké grafiky v módních časopisech. K tradičním koncertním a divadelním plakátům přibyla propagace filmů a jiných významných událostí. Zlaté časy zažívaly plakáty propagující cestování do exotických a jiných destinací lodí, vlakem, automobilem a později i letadlem, dále náměty volného času nebo reklamy na konkrétní produkt. Charakteristickými stylovými rysy jsou výrazné, grafické a velmi stylizované motivy v sytých a zářivých barvách zjednodušených forem, plochých a hranatých tvarů a smělých siluet. „*Nejlepší francouzské Art Deco plakáty byly tištěny z kovových desek – mají matný povrch, syté a výrazné barvy, ostré kontrasty a siluety.*“¹¹⁸ Nejlepší francouzské Art Deco plakáty jsou dílem Adolpha Mourona Cassandreho, který je autorem klasických motivů propagující železniční dopravu či transatlantické plavby na lodi *Normandie*. „*V jeho rukou plakát představoval spojku mezi vizuálními výrazovými prostředky avantgardy a běžným obecnstvím. Umělec používá piktogram, tučné písmo a komplikovanou litografii, chápanou jako kombinaci prvků konstruktivismu, kubismu a modernistického designu, jako komerční, a někteří neváhají tvrdit, že i jako umělecký prostředek.*“¹¹⁹ Jeho nápadné linie a geometrické tvary kombinované s výraznými barvami definují modernitu a rychlost dopravy. Cassandre také navrhl druh písma *Bifur*, který se vyznačuje výrazným zjednodušením tvarů písmen a vizuálně zajímavým

¹¹⁸ MILLEROVÁ, J. *Art Deco*. 1. vyd. Bratislava: NOXI, s.r.o., 2006. s. 213. ISBN 80-89179-37-1.

¹¹⁹ HORSHAM, M. *Styly 20. a 30. let*. 1. vyd. Praha: Svojtka a Vašut, 1997. s. 82. ISBN 80-7180-255-7.

dvoutónovým vzhledem ve stylu Art Deco.¹²⁰ Paul Colin preferoval výrazný, jednoduchý figurativní styl z důvodu, aby se zakomponované poselství lépe dostalo k jejich adresátům. Proslavily ho zejména plakáty na pařížský kulturní život – například *Josephine Baker* či *La Revue Nègre*. Jean Dupas tvořil unikátním stylem určeným pro plátna velkých rozměrů nebo nástěnné malby, který však byl vhodný i pro plakátový design a díky němu získával mezinárodní zakázky. Jeho práce jsou nezaměnitelné, neboť všechny zobrazují elegantní krásky, buď v módních róbach, nebo provokativně odhalené. „*Jejich sošná těla mají určitý podíl geometrie, která mu – jak sám vysvětloval – umožňovala zobrazovat přírodu vlastním pohledem.*“¹²¹ Dupas vytvářel plakáty pro luxusní obchodní domy i pro londýnské metro. Jeho plakáty jsou vzácné a velmi žádané. K dalším grafických výtvarníků, který byl zaměstnáván objednávkami londýnského metra, *American Airlines* či společnosti *Shell*, byl kubistický, modernistický designér Edward McKnight Kauffer.

Malířství, které zrcadlilo vkus té doby, bylo vždy figurativní a bylo v něm velké množství portrétů, které dávaly přesvědčivě nahlédnout do charakteru a vkusu portrétovaných. To množství portrétů a figurálních studií ve slohu Art Deco bylo opravdovými obrazy své doby. Tamara de Lempická patří k nejreprezentativnější malířce portrétů té doby. Užívala zjednodušené geometrické formy kubismu. Zaměřovala se hlavně na módní portréty smetánky a dokázala jedinečně popsat svět pařížského luxusu. Její idealizovaný a hladký styl vykazoval jakoby sochařskou kvalita pod vlivem Légera a série křivek a úhlů dodával jejím pracem rytmus a dynamičnost.

¹²⁰ BHASKARANOVÁ, L., 2007, s. 89.

¹²¹ MILLEROVÁ, J. *Art Deco*. 1. vyd. Bratislava: NOXI, s.r.o., 2006. s. 216. ISBN 80-89179-37-1.

11 ČESKÉ ART DECO

V souvislosti se vznikem samostatné republiky, doprovázeným vyjádřením národní identity a hledáním národního slohu, vzniká dekorativní sloh přetvářející folklorní a historické impulzy do ornamentálního stylu. Je založený na dobrém řemesle a charakteristické národní barevnosti odpovídajícím vlastenecké náladě té doby. Dekorativní styl zde našel živnou půdu v návaznosti na secesi, kubismus i historizující slohy 2. poloviny 19. století. Do kubistických geometrických forem pronikali kruhy, vlnovky a oblouky, které podnítily vznik názvu rondokubismu. Rondokubismus 1. poloviny 20. let 20. století korespondoval se slohem Art Deco, který obohatil o specifické české prvky. Specifičností českého dekorativního stylu byl právě Janákův a Gočárův rondokubismus, který rozšiřoval výrazové možnosti kubismu, inspiroval se lidovou tvorbou a barevností (akord červeno-modro-bílé) a programově usiloval o vytvoření národního slohu mladé republiky.¹²²

V souvislosti se založením samostatného státu vznikl požadavek vytvořit nový národní sloh. Jednou z cest, které se ho pokusily najít, byla proměna kubismu v duchu jakési slovanské měkkosti – z jehlanů a pyramid se staly koule a válce a z ostrých hran se staly měkké křivky.¹²³ Ostré úhly nahrazuje oblouk, rozšiřuje se barevnost, objevují se ozdobná dřeva a výraznější vzory textilních potahů. Přibyly oblé tvary, kombinacemi vznikaly plošné nebo reliéfní ornamentální struktury, florální stylizované motivy, přebírané z českého folkloru – zvonky, lipové ratolesti, větvičky, rozetky. Tato ornamentika se začala aplikovat na nejrůznější předměty a materiály – nábytek, tapety, nástěnnou malbu, dekory skla, textil. Výrazným inspirativním zdrojem bylo tak lidové umění a lidová tvorba, a to jak po stránce typologické, tak z hlediska dekoru a barevnosti. Na vázy a karafy se dostávaly prvky národního symbolu lipového listu a mnohý porcelán byl zdoben modrou, bílou a červenou barvou státní vlajky. Na tapety se postupně vkrádaly lidové motivy. Základní kvalitou dekoratismu se stala jasná barevnost, která nahradila převážně nebarevné tvarosloví předválečného kubismu, pracující téměř výhradně se světlem a jeho kontrasty. Nábytek odrážel obloučkové tvary tehdy módní architektury, které vévodila pražská Legiobanka postavená v tomto stylu

¹²² KARASOVÁ, D., 2001, s. 132.

¹²³ SEDLÁKOVÁ, R., 2004, s. 71.

v letech 1923 – 1925 Josefem Gočárem. České Art Deco vycházelo z domácích kořenů – je odlišné od francouzského Art Deca, které svou hýřivou ornamentiku a barevnost čerpalo eklekticky z velmi rozmanitých zdrojů, ale nezaměnitelně mu dalo francouzskou lehkost a eleganci.¹²⁴ K ohniskům šíření stylu patřila pražská Uměleckoprůmyslová škola či družstvo Artěl, ve kterém navrhovali užité předměty významní umělci. Kulminací dekorativního slohu byla česká účast na výstavě dekorativního umění v Paříži roku 1925, která úspěšně reprezentovala české umění před světem a vystavujícím přinesla četná ocenění. Současně ukázala posun vývoje od dekoratismu směrem ke zjednodušení a prioritě účelové formy. Ve 2. polovině 20. let se Art Deco začalo vytrácet, postupně vytlačované funkcionalismem, k němuž se posléze uchýlili i jeho původní propagátoři Janák, Gočár, Machoň, Stockar a další.

Dekorativní styl pronikl do všech oblastí užité tvorby včetně navrhování a výroby nábytku. „*Nábytek a vnitřní zařízení českého Art Deco se vyznačuje často velmi netradičními elegantními a hravými formami, ale zároveň střídmostí, navazující na prostotu tradičního lidového nábytku.*“¹²⁵ V tvorbě tohoto stylu vynikali Pavel Janák, František Roith, Josef Gočár, Václav Ložek, František Novák, Antonín Procházka, Jaroslav Horejc či František Kysela. Poválečný dekoratismus ovlivnil F. Roitha směrem k uměřenému neoklasicismu. V letech 1925 – 1928 byl pověřen projektem ústřední městské knihovny, spojené s reprezentačními prostorami pražského primátora, pro které navrhl architekturu i kompletní zařízení. Prostory Rezidence primátora jsou uměleckým skvostem ve stylu Art Deco, a proto je v příloze šířeji popisujeme a doplňujeme fotografiemi interiérů. Architekt P. Janák zdůrazňoval význam interiéru, nábytku a doplňků, považoval je za nedílnou součást architektury. Jeho tvorba prošla vývojem od kubismu (1911 – 1914), přes rondokubismus (1918 – 1926) až k funkcionalismu (po roce 1926). V období po roce 1918 se Janákova tvorba vyznačuje příklonem k historickým vzorům biedermeieru, klasicismu a k lidové tvorbě i bohatším dekorem potahových textilií a povrchové úpravy, což se projevuje v interiérech a nábytku na zámku Nové Město nad Metují.¹²⁶ Nadále si uchovávala uměřenost a noblesu. „*Nábytek českého stylu Art Deco, který je přiřazován k Janákovu*

¹²⁴ ADLEROVÁ, A., 1983, s. 21.

¹²⁵ WÖHRLIN, T. *Nábytkové slohy od antiky po současnost*. 1. vyd. Praha:Grada Publishing, a.s., 2008. s. 167. ISBN 978-80-247-2034-0.

¹²⁶ KARASOVÁ, D., 2001, s. 111.

*národním slohu, tvarově charakterizují půlkruhy, kruhy a obdélník v barevném provedení s červenou, modrou, zelenou, bílou a hnědou.*¹²⁷ Zámek Nové Město nad Metují je pozoruhodným příkladem přestavby historického sídla na moderní standard, v němž se spojuje secese, moderna, Art Deco i funkcionalismus, proto se k němu vrátíme podrobněji v příloze. F. Kysela se zabýval knižní grafikou, ilustrací a plakátem, působil i jako návrhář v oblasti užitého umění. Od motivů inspirovaných kubismem přecházel k dekorativnímu pojetí tapisérií, textilních vzorů a vitráží Art Deco kombinovanému se zájmy o prvky lidové kultury a její symboliku. Dotvářel obytné interiéry, k čemuž se mu dostalo příležitosti zejména ve dvou velkých zakázkách, nástěnné výzdobě interiérů zámku v Novém Městě nad Metují (1922 – 1923) a Sochorovy vily ve Dvoře Králové (1922 – 1923). V obou případech šlo o celkové vybavení reprezentačních obytných místností, které vznikalo ve spolupráci s dalšími umělci.

Art Deco styl nabízel rozmanitost interiérů i staveb – veřejné budovy, hotely i rodinné vily. K jeho příkladům u nás se řadí například pražský hotel *Alcron*. Ten v roce 1932 navrhnul Alois Krofta a patřil mezi průkopníky luxusních hotelů u nás. V hotelu, který je dnes provozován pod názvem *Radisson Blu Alcron Hotel*, se zachovala většina interiérů se třpytem původních lustrů, leskem italského mramoru a krémově zabarveného mléčného skla, které lze vidět po celé hotelové budově. Pokoje jsou vybaveny nábytkem ve stylu Art Deco a restauraci ve stejném stylu zdobí kresby roztančených párů na motivy Tamary de Lempické. Podobný duch a kouzlo vládnu i v *Rezidenci Liběchov* nedaleko Mělníka, kterou ve 30. letech ve stylu Art Deco nechal postavit pražský továrník Moučka. K ukázkám tohoto stylu patří i Ministerstvo průmyslu a obchodu. Tento palác byl postavený podle návrhu Josefa Fanty v roce 1932. *„Zvenku se sice tváří starobyle, uvnitř překvapuje. Jeho kruhový vestibul je vzdušný, světlý a elegantní – noblesní elegance je hlavní hodnotou celé budovy. Všude se pracuje s ušlechtilými materiály v krásných tvarech a v dokonalých proporcích*¹²⁸.“¹²⁹ Kruhová hala s ochozy stoupá vzhůru ke světelnému kruhu skleněné střechy. Schodiště je

¹²⁷ KIESLING, N. Pavel Janák. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Arbor vitae, 2011. s. 184. ISBN 978-80-87164-38-9.

¹²⁸ „It appears rather old-fashioned from outsider, but starting from the airy and light round vestibule grandeur and elegance characterize the interiér. Super materiále and perfekt proportions are the rule throughout.“

¹²⁹ SEDLÁKOVÁ, R. *Prague Interiors*. 1st ed. Prague: Slovart Publishing, 2001. p. 68. ISBN 80-7209-351-7.

obložené mramorem a svým zábradlím nabízí poutavé průhledy. „*Styl Art Deco je tu již sice velmi opožděný, ale zato uplatněný s důsledností na obložení stěn, topení, na svítidlech, kování oken a dveří i na dlažbách*¹³⁰.“¹³¹

Mnoho se do dnešních dnů zachovalo a mnoho bylo jako pocta tomuto zářivému stylu znovu vytvořeno. Na těchto místech tak můžeme cestovat v čase do let elegantního půvabu a luxusu.

¹³⁰ „Their Art Deco style is at a very late stage, yeti s applied with dignity on wall pameliny, stoves, lights, tiles and fittings for windows and doors.“

¹³¹ SEDLÁKOVÁ, R. *Prague Interiors*. 1st ed. Prague: Slovart Publishing, 2001. p. 69. ISBN 80-7209-351-7.

12 DESIGN PO 2. SVĚTOVÉ VÁLCE

Světová výstava v New Yorku roku 1939 završila 20. a 30. léta minulého století a na poli designu Art Deco ustupovalo. Druhá světová válka podnítila hluboké sociální proměny. Poválečné období a 50. léta s sebou přinesly v politice i mezinárodním designu zásadní změny. Spojené státy, které vyšly z války jako jediná vítězná velmoc téměř nedotčené, převzaly vedoucí ekonomickou roli a etablovaly se až do 50. let také jako přední stát v oblasti designu. Významní představitelé Bauhausu emigrovali do USA během 2. světové války a rozvíjeli tu modernu vedle mezinárodního stylu v designu a architektuře. Tímto způsobem se emigrovaná moderna importovala zpět do Evropy a rozšiřovalo se zároveň americké pojetí designu jakožto nástroje podpory odbytu. *American Way of Life* ovlivnil zvláště v Itálii a Německu téměř všechny oblasti kultury a života: hudbu a umění, konzumní chování a každodenní život. Zejména reklama a film měly nezanedbatelný vliv na módní vlny a ideály krásy v Evropě. *Coca-Cola* a *Lucky Strike* se staly symboly nového životního pocitu.¹³² Od počátku 50. let musel průmysl neustále oživovat poptávku stále novými modely, formami a vylepšeními. Reklama a marketing podporovaly plánování modelů se stále kratší životností. Narůstající význam dostal vedle reklamy také design balení. V nábytkové tvorbě, která se začala nazývat designem, vznikla postupně jakási jednotná tvůrčí ideologie. Základní myšlenky Bauhausu se v různých zemích vyvíjely různě, takže mezinárodní sloh postupně nabyl odlišnou, jasně rozlišitelnou národní tvářnost. K nejdůležitějším patřil skandinávský, italský, americký a německý poválečný design.

Poválečná generace v nábytkové tvorbě přišla také s novou představou o organizaci bydlení. „*Co bylo dosud zažitou komplexní jednotkou, bylo nyní rozkládáno na jednotlivé funkce: práce, spaní, odpočinek, jídlo a tak dále. Odpovídajícím způsobem směřoval trend od univerzálně sloužících nábytkových kusů k vestavnému nábytku s určenou funkcí: ke skříňovým a policovým stěnám, pracovním a sedacím koutům, vestavěným kuchyním, spacím kójím, hudebním a televizním sestavám a sedacím soupravám.*“¹³³ K tomuto změněnému funkčnímu spektru přibýlo

¹³² HAUFFE, T., 2004, s. 105.

¹³³ WÖHRLIN, T. *Nábytkové slohy od antiky po současnost*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. s. 175. ISBN 978-80-247-2034-0.

také množství nových materiálů jako dřevo laminové plasty, desky a profily ze syntetických materiálů nebo nové systémy povrchových úprav – například polyesterové a strukturní laky. Díky objevení těchto materiálů, které umožňovaly větší flexibilitu v designu, poválečný modernistický nábytek prošel novými, často skulpturálními formami. Provedení v jasných základních barvách, jež často pokrývaly celou strukturu, bylo moderní a v konečném důsledku poskytovalo formě odvážný a nápadný výraz. Nábytek vyrobený ze dřeva zůstal oblíbený kvůli své jednoduchosti a elegantním designům vytvářeným ve Skandinávii, které ovlivnily designéry celého světa. Heslo inovace pocházející z průmyslu bylo dychtivě přejato i v řemesle a stalo se kultovním pojmem jak pro nábytek, tak i pro techniku jeho výroby.

12.1 Oživení Art Deco stylu

Pro mnohé uživatele nebylo jednoduché ztotožnit se s ryze funkčními a abstraktně racionálními typy průmyslového nábytku. Byly pouhým spotřebním zbožím a ztělesňovaly ducha anonymního a výrazně technického průmyslového světa. Potřebu subjektivního bytového prostředí nemohly v řadě případů uspokojit. Zděděné nábytkové kusy byly z tohoto hlediska mnohem vhodnější a jejich hodnota vzrůstala, čím více průmyslový design vytvářel všední a průměrné nábytkové typy. Například po dlouhou dobu opomíjený secesní nábytek byl znovu objeven a od poloviny 60. let se stal žádaným předmětem všech aukcí.¹³⁴ Obecně cena starého nábytku stoupala. Vlivem tohoto zájmu o starý nábytek se v širokých vrstvách pomalu třibil cit pro originál, a s tím i individuální projev proti masovým produktům designu všeho druhu, což se odráží dodnes například v široce oblíbené a rozšířené kombinaci bytového zařízení ze starožitných a nejmodernějších kusů. Kolem roku 1965 vstoupilo hnutí Pop art do sféry mezinárodního designu. Design Pop artu byl inspirovaný vším od *Art Nouveau* a Art Deco po futurismus, surrealismus i kosmický věk a silně ovlivnil svět umění a designu.¹³⁵ Oživení Art Deco stylu tímto hnutím v polovině 60. let přispělo k jeho popularitě. „*Od pozdních 60. let počet muzejních kurátorů stejně jako*

¹³⁴ WÖHRLIN, T., 2008, s. 193.

¹³⁵ BHASKARANOVÁ, L., 2007, s. 185.

obchodníků s uměním začalo oceňovat talent designérů Art Deco stylu¹³⁶.¹³⁷ Pohyb směrem k postmodernismu začal již v 60. letech a plně se projevil v 80. letech. Pojem postmodernismus vyjadřuje stylistický vývoj, který se objevil v reakci na racionalismus modernistického designu. Proto postmodernismus schvaloval splývání krásného umění a masové kultury, znovu byla obdivována povrchová dekorace a čerpalo se z dalších historických stylů. Skupiny jako *Memphis* a *Alchimia* zavedly dekorace, barvy, textury, odkazy na historické styly a výstřední prvky a staly se nedílnou součástí postmoderního stylu. Zpopularizovaly styl jako Art Deco či konstruktivismus. Například vídeňský designér Hans Hollein, jehož pohovka „Marilyn“ výrazných forem ve stylu Art Deco byla sice míněna jako ironický žert, ale přitom byla nesmírně elegantní. Její obliba potvrzovala, že styl Art Deco byl od poloviny 70. let opět přijímán.

12.2 Propojení designu, stylingu a marketingu v postmoderní době

Ve vyspělé západní ekonomice se stále vyvíjí vkus spotřebitelů. Designéři a výrobci v rámci ekonomických principů tak musejí reagovat na rychlý diktát poptávky. Cykly, kterými prochází vyspělá západní ekonomika, mají dopad i na designéry. To se projevuje ve vztahu designu a *stylingu*. Na jedné straně praxe designu předpokládá výzkum strukturálních, tvarových a funkčních vztahů. Na straně druhé praktika *stylingu* spočívá v „překarsování“, v překreslení objektu tak, aby byl atraktivnější v očích konzumentů.¹³⁸ Postupné vlny střídání nadměrného zdobení a jeho odmítání se v průběhu minulého století projevily několikrát. Již zmiňovaná antifunkcionalistická hnutí *Alchimia* a *Memphis* v 80. letech omladila průmyslovou výrobu, reinterpretovala formu a funkci a osvobodila výrobky od určité přísnosti, která je ubíjela. Poté přišel minimalismus inspirovaný uměním a architekturou, vyčistil radikálně formu a akcentoval proporci, materiál a detaily. V současnosti se stále více hlásí o slovo *styling* zejména v podobě ornamentu a dekoru. K propagátorům tohoto nového *stylingu* patří i holandská skupina designérů *Moooi* v čele s Marcelem

¹³⁶ „By the late 1960s, a number of museum curators as well as art dealers were beginning to appreciate the talents of Art Deco designers.“

¹³⁷ BAYER, P. *Art deco interiors: decoration and design classics of the 1920s and 1930s*. 1st ed. London: Thames and Hudson, 1990. p. 195. ISBN 0-500-23596-1.

¹³⁸ KANICKÁ, L., 2007, s. 87.

Wandersem, kterého budeme zmiňovat i v rámci současné inspirace historickými styly. Na rozdíl od běžně vnímaného *stylingu* jako zatraktivnění stávajícího objektu novým „kabátem“ se může dekor a nový tvar stát i další možností vyjádření funkce objektu. Například u kávovaru *Cuor di Moka* značky *Bialetti*, kterou představujeme v příloze jako příklad nadčasovosti stylu Art Deco a užití *stylingu*, navíc díky své nové designové konstrukci zajistí intenzivnější chuť a vůni kávy než jiné kávovary. Ornament se v současnosti stává způsobem interpretace současnosti optikou poznanou v minulosti. Avšak nejvíce se u dekoru a ornamentu poukazuje na to, že je nejdůležitější přítomnost původu. Díky boomu designu v 80. letech byla vyzdvižena také jeho role v podnikové politice. V té době většina spotřebního zboží byla technicky již vyzrálá a kvalitou rovnocenná, proto pro boj s konkurencí zůstal výrobcům jako jediný prostředek k odlišení design. Ve stále více firmách se design stával samozřejmou součástí *Corporate Identity* a tvorba produktů začala být nositelem image pro podnik i pro spotřebitele.¹³⁹ Design se stal strategickým nástrojem vedení firmy. Plánování výrobku zahrnuje kromě jeho formy také stále více organizační, podnikově ekonomické, právní a marketingové otázky. Oblast působnosti designu se rozšiřuje. *Corporate design* je součástí firemního stylu a firemní kultury. Představuje promyšlený systém, složený z malých prvků, které firma používá – loga, barvy, písmo, vzhled firemních tiskopisů, prostory firmy, oblečení zaměstnanců či potisk firemních aut. Tyto a další prvky by se měly doplňovat a spolupracovat, vytvářet harmonii a reprezentovat vhodně firmu. Pokud se těmto prvkům nedá ústřední myšlenka, kterou se pak všechny řídí, nefungují jednotlivé prvky tak efektivně, jak by mohly a měly. *Corporate design* dává firmě tvář, reprezentuje její filozofii, osobnost. Je důležité uvědomit si, že vše spolu souvisí a jednotlivé prvky, které i firmu reprezentují, mají mezi sebou velice úzké vazby. Bude jen ve prospěch firmy, pokud tyto prvky budou jednotně vyjadřovat, co chce zákazníkům i partnerům říct. Korespondují-li spolu součásti vizuální komunikace firmy, vzniká ucelený harmonický dojem z celé společnosti. Tento dojem působí na příjemce, klienta či obchodního partnera, a stimuluje ho. Proto je třeba na tyto prvky dbát a operovat s nimi.

Uvedení nového produktu na trh představuje soubor operací, uprostřed něhož se vyskytuje osobnost designéra. Jeho činnost navazuje na velký počet různých profesí,

¹³⁹ HAUFFE, T., 2004, s. 170.

ať už jsou to marketingoví odborníci, od nichž obvykle vychází požadavek na vývoj nového produktu a zadání jeho parametrů, modeláři, specialisté na materiál, výrobní inženýři a technologové. Všichni tito odborníci vnášejí do procesu designérské tvorby svůj pohled. V současnosti celá řada designérů spolupracuje s různými firmami současně. Design se stal jednou ze služeb marketingu. Designér se mnohem více než dříve dotýká strategických otázek a hraje privilegovanou roli komunikátorů mezi spotřebiteli a průmyslníky. Může tak stimulovat svou tvůrčí aktivitou nové způsoby uspokojování potřeb a vytvářet platná řešení, která jsou ekonomicky životaschopná. Design se stává důležitým rozlišovacím faktorem v soupeření s konkurencí. K tomu nepatří jen vytváření jednotlivých výrobků, ale právě i vnější celková prezentace podniku – *Corporate Identity*, od firemní budovy po dopisní papír, od nákupního sáčku po reklamní spot. Tak má být celá firemní filozofie zprostředkována dovnitř i navenek.¹⁴⁰

Řada firem nastoluje strategii, se kterou pracují v dlouhodobém výhledu. Design firmy spadající dosud pod marketing přemísťují firmy pod strategické řízení. Z hlediska marketingu se vytváří marketingové strategie prodeje a poptávky, realizace poptávky po výrobcích a službách, analýza trhu a konkurence, cílené oslovení zákazníků, PR, nákup médií. Musí být zajištěna kompletní realizace marketingových služeb po tisk, výrobu a produkci. Z hlediska designu je důležité vytvoření design strategie pro firmu, výrobky a služby, návrhy a realizace designu firemních a produktových značek, design obalů, reklamní předměty, firemní a produktová prezentace, internetová prezentace. Zajišťuje se kompletní realizace designu od návrhů po tisk, výrobu a produkci a programování internetových aplikací. Důležitá je úzká spolupráci profesionálů z oborů marketingu a designu. Toto spojení umožňuje realizovat komplexní a účinnou firemní strategii prodeje výrobků a služeb. V současnosti firmy mají svůj tým odborníků či využívají specializované společnosti, které firmám nabízejí marketingové a designérské služby zaměřené na řešení problémů malých, středních a velkých firem. Tyto balíčky jsou sestaveny tak, aby firmě zajistili snadnou a efektivní realizaci marketingu a designu. Cílem je zajistit realizaci strategického marketingu a designu jako efektivního řešení pro zvýšení prodeje, získání nových obchodních příležitostí, budování firemní a produktové image s důrazem na účinné využití firemních investic.

¹⁴⁰ HAUFFE, T., 2004, s. 9.

13 ART DECO JAKO SOUČÁST A INSPIRACE MODERNÍHO DESIGNU V DNEŠNÍ POSTMODERNÍ SPOLEČNOSTI

Ať byl jazyk designu používán jako prostředek komunikace nebo vyjádření či jako lákadlo pro získání nového publika nebo inspirování starého, stal se záznamem možnosti volby ve světě, kde příliš mnoho není nikdy dost. Stal se všudypřítomným. V současnosti žijeme ve společnosti s velkými možnostmi výběru, jsme obklopeni výrobky, jejichž schopnost přesahovat svou funkci vytvořila svět pod vládou estetiky poháněný konzumností. Ve věku, kdy se zboží vyměňuje za nové, než aby se opravovalo, byla nahrazena strojová výroba zakázkovou výrobou ve velkém. Design jako nedílná součást každodenní existence pronikl do našeho všedního života natolik, že nic menšího neočekáváme. Naopak, očekáváme více, a proto i více požadujeme. Stále hledáme něco odlišného, nějakou další a lepší věc, a tak naléháme na designérský průmysl a na designéry, kteří design tvoří. Dnešní designéři ve snaze uspokojit měnící se požadavky zákazníka 21. století se stále více ocitají v situaci, kdy se uchylují o pomoc k historismu. Historismus aplikovaný na design je praxe opětného použití dřívějších historických stylů v designu, umění a architektuře.¹⁴¹ Zatímco napodobující historismus ve značné míře vládl v designu a umění v 19. století, modernismus ve 20. století byl protikladem historickému přístupu, jak jsme poukázali v předešlých kapitolách. V modernistických kruzích rozhodnutých vymyslet nový jazyk nebyly výpůjčky z minulosti přijatelnou cestou. Teprve v 60. letech minulého století a s nástupem postmodernismu došlo ke zpochybnění tohoto názoru a designéři znovu začali svobodně hledat inspiraci v minulosti. Vrátili jsme se do minulosti a na počátku 21. století nacházíme její stopy. Současná doba vnáší do interiéru renesanci ornamentu ve všech aplikacích. Ornament se z čistě zdobného postavení někdy posouvá až do polohy konstrukčního prvku. Mezi motivy převažují geometrické vzory jako pruhy, šachovnice, kostky, kruhy či pásy.¹⁴² „*Historismus je nejen legitimní oblastí pro*

¹⁴¹ BHASKARANOVÁ, L., 2007, s. 8.

¹⁴² KANICKÁ, L., 2008, s. 94.

*čerpání zdrojů k tvůrčí činnosti, je to nedílná součást dnešní vizuální kultury.*¹⁴³

Posunuli jsme se mimo dobu, kdy stačil osobitý styl k zachycení ducha věku. Revoluční pokrok v technologii a ve strojích, pro architekty a designéry kdysi hlavní motivující faktor, již není takovým stimulem jako dříve. V současnosti mají designéři obrovské možnosti volby, mohou si svobodně vybírat z velkého množství stylistických atributů. Při hledání budoucnosti mohou míchat a spojovat minulost s přítomností. Stejně tak je tomu i v případě stylu Art Deco.

Důležitý je v současné designéřské tvorbě moment vtupu, humoru, práce s historickými styly, nalezenými předměty a jakési „patvarování“. Například tvorba Philippa Starcka si uchovala rysy postmoderní doby zejména v míchání materiálů a historických stylů. Prolínání umění a designu je velmi silným rysem dnešní autorské tvorby. Ve světě se pro toto prolínání vžil výraz „design-art“. Dalším rysem, který spojuje dnešní tvůrce, je potřeba příběhu za výrobkem. Židle dnes již není jen židlí, na které se dobře sedí a která dobře vypadá, která je lehká a levná. Mnoho židlí má svůj vlastní příběh (významně se toto projevuje v holandském designu). Příběh mnohdy tkví v citaci nějakého ikonického kusu doby předcházející, což je rys dosti postmoderní. Postmoderní rysy se dnes projevují zejména v Nizozemí; nejlépe je reprezentuje tvorba Marcela Wanderse a produkce firmy *Moooi*. Díla tohoto ražení se inspiroují v tradičním folklóru a řemeslných technikách, výrazně pracují s motivem humoru, vtupu, ironie a jsou plné odkazů na doby minulé. Modernita, výjimečnost, uživatelská příjemnost a přesahy do „staré školy“, tím se můžou pochlubit produkty osvětlení a nábytku nizozemské značky *Moooi*, jejímž zakladatelem a uměleckým ředitelem je M. Wanders. Tato firma byla i dodavatel svítidel do cukrárny *U Myšáka*. Wanders do designu významně vrátil historično, ornament a tradiční řemeslné techniky. Proslavil se pletenou židlí, židlí z krajky, lustrem *Zeppelin*, kolekcí nábytku *New Antiques* a nadrozměrnými geometrickými svítidly. Wanders reprezentuje v současném designu nového ducha hravosti a romantiky. Ve svých dílech používá jemné vzory, zářivé barvy a vtipné tvary a prohlašuje, že se více zajímá o krásu než funkčnost. Se Starckem má společný talent uchopit archetypální představy a vdechnout jim nový život. Stojí také v čele hnutí, které zkoumá nábytkový design minulosti.¹⁴⁴ *Moooi* patří ke společnostem, které výrazně

¹⁴³ BHASKARANOVÁ, L. *Podoby moderního designu*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2007. s. 9. ISBN 80-7209-864-0.

¹⁴⁴ FAIRS, M., 2007, s. 134.

ovlivňují design a trendy na celém světě, neboť zaměstnávají celou řadu špičkových designérů a jsou tím způsobem vlastně průkopníky nových směrů a vývoje designu.

13.1 Inspirace Art Deco stylem v současnosti

Na stylu Art Deco, na kterém jsme v práci popisovali, jak se v průběhu let vyvíjel, chceme ukázat i možnosti jeho využití v dnešním designu. Pozdější aplikaci Art Deco stylu například nalezneme u Johna McConnela, který se inspiroval tímto stylem a roku 1969 vytvořil logo pro značku *Biba*. Tento logotyp v černo-zlatém provedení, jehož ukázkou nalezneme v příloze, má jasný nádech stylu Art Deco nebo kulatý lustr Toma Dixona vytvořený pro společnost *Swarowski* z roku 2003 zachycuje nádheru Art Deco éry. K současným aplikacím Art Deco stylu jsme zařadily i interiérové studio *David Collins Studio*, jehož portfolio zahrnuje architektonické návrhy a designové projekty, které náleží k těm nejšpičkovějším na světě. Patří k nim design předních světových prodejen, restaurací, barů, hotelů či lázní. „*K designu přistupují komplexně, interiérová architektura, nábytek, osvětlení a grafika u nich koexistují a vzájemně na sebe reagují.*“¹⁴⁵ Každý projekt charakterizuje jednotná vize. Jejich přístup je modernistický, orientovaný na detail a tak studio rozvíjí techniky jemného řešení detailů materiálů a spojů. Výsledné interiéry jsou velmi sofistikované, bohaté a přeci minimalistické. Jako ukázkou uvádíme *Callas Café & Restaurant* v Budapešti a restauraci *Bob Bob Ricard* v Londýně. V případě kavárny se nechali inspirovat dekadencí konce 19. století a stylem Art Deco. Interiér evokuje jak současnost tak minulost. Restaurace *Bob Bob Ricard* je výstřední směsicí pařížské brasserie a newyorské jídelny, design je současnou interpretací secesního a Art Deco interiéru. Materiály jsou bohaté a luxusní, pozlacené a zrcadlové prvky posilují pocit přepychu.

V dnešní době designéři kombinují tradiční a současný moderní přístup, dokážou tím podtrhnout kouzlo každého místa. Nebojí se experimentovat a vytváří interiéry, které jsou zároveň funkční a estetické. Moderní design je často spojován se studenými

¹⁴⁵ BROOKER, G. a S. STONE. *Co je interiérový design*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2010. s. 206. ISBN 978-80-7391-435-6.

minimalistickými interiéry, které vždy nepatří k těm nejútulnějším. Naštěstí tomu tak není vždy, existují i moderní interiéry, které snoubí funkční a elegantní design, modernost a minulost. Kombinací barev, materiálů, nábytku a doplňků lze vytvořit přátelskou atmosféru a luxusní prostředí. Art Deco inspiraci můžeme nalézt i v designové tvorbě současného návrháře Giorgia Armaniho, který je i příkladem nového přístupu k navrhování interiérů. Jeho koncepty stylu bydlení kladou důraz na emociální prožitek, detail a jsou neodmyslitelnou součástí daného prostoru. Koncept stylu městského bytu staví do popředí rafinovanost a půvab, naproti tomu koncept venkovského domu klade důraz na pohodlí a praktičnost, avšak také s důrazem na estetiku. Linie metropolitního, luxusního bydlení je založená na designu, který v sobě snoubí eleganci s moderními materiály. K těm patří lesklý černý javor, zlatočervená mosaz a pergamen. Použité barvy a materiály směřují k jednoduchosti a neutrálnosti, jež mají navodit pocit příjemného klidu vybízejícího k odpočinku po náročném dni ve městě. Nábytek je prioritně funkční, zvýrazněný praktickými detaily, vždy v luxusním provedení. Armaniho značka *ARMANI/CASA* je širokou nabídkou interiérového designu od jídelny, ložnice až po obývacího pokoje a dekorační předměty. Vyznačuje se výběrem vysoce kvalitních materiálů (exkluzivními dekoračními a potahovými textiliemi) a nevšedními povrchovými úpravami, což nachází oblibu u stále více příznivců luxusního designu. „*Nahlížím na domov jako na perfektní úkryt, místo, kde můžu dokonale relaxovat obklopený harmonickou strukturou barev a tvarů, které ovlivňují mé pocity a náladu, a které podporují pocit vnitřního klidu.*“¹⁴⁶ „¹⁴⁷ Armaniho vizí bylo tedy vytvořit takové místo, které odpovídá jeho naturelu, vybranému vkusu, nad kterým srdce zaplesá, takové místo, které je zážitkem smyslů. Jeho kolekce nábytku a doplňků, bytového textilu, nejrůznějších uměleckých objektů a osvětlení je velmi sofistikovaná. Vkusný a elegantní nábytek, který je velmi rafinovaný, vyznačující se snadnou kombinovatelností jednotlivých prvků je pro člověka, který ví, co jeho domovu sluší, a který má zálibu v krásných věcech. Nábytek tohoto designéra je lineární, funkční, minimalistický, avšak s kulturním odrazem Art Deca 20. a 30. let a též orientalismu. Armani klade velký důraz na výběr materiálů

¹⁴⁶ „I view the home as a perfect shelter, a place where I can totally relax within a harmonious structure of colours and shapes that influences my feelings and mood to foster a sense of inner calm.“

¹⁴⁷ *ARMANI CASA*. [online]. © 2008. [cit.2013-02-12]. Dostupné z: http://www.armanicasa.com/armani_casa_docs/en/index.html#folderId=/en/interiordesignservice

stejně tak jako v době Art Deco stylu. Jeho dílna pracuje běžně s již zmiňovaným pergamenem a některé umělecké předměty jsou ozdobeny onyxem nebo bronzem. Při výrobě nábytku se využívá kvalitní týkové dřevo, které ošetřují matným černým voskem a též masiv, který je zpracováván ručně podle tradičních metod. „*Všechny mé domovy reflektují různé a významné aspekty mé osobnosti, mého života a mých měnících se priorit, které se vyvíjejí postupně v průběhu času při zachování jejich původního charakteru. Odrážejí mé chutě a vášně, můj estetický kód a mou hlubokou potřebu pro pohodlí a funkčnost. Chci vytvářet interiéry, ve kterých se lidé cítí uvolněně a zároveň chci zlepšit estetickou kvalitu jejich života.*“¹⁴⁸ „¹⁴⁹ Giorgio Armani v každém kousku svého designového nábytku propojil funkční prvky s prvotřídní kvalitou a krásou.

Dospěli jsme k názoru, že zahrnutí širokého sortimentu stylů vede k novým způsobům vyjadřování a globálním akcentům posouvajícím design do nebývalých úrovní rozmanitosti. Bývalé styly se postupně ožívují, doplňují se o příspěvky současných tvůrců a používají se s rostoucí frekvencí obměny, takže úroveň pomíjivosti více určují módní odvětví než jiné oblasti designu. Design už není jednoduše záležitost formy nebo funkce. Je to jazyk a jako jazyk musí být plně pochopen, než může být efektivně použit. S tímto souvisí i vyjádření Fairse, který uvádí, že v současnosti, v designu 21. století téměř ve všech jeho odvětvích – architektuře, módě, nábytku, grafice, urbanismu, v oblasti bytových doplňků probíhá revoluce. Změna je nejpatrnější v tom, jak současný design vypadá. Převážně racionální a přímočaré formy modernismu 20. století byly odstraněny ve prospěch nového experimentování a smyslovosti.¹⁵⁰ Dekorace se těší znovu velké oblibě a designéři opět začínají navrhovat tvary z čistě estetických pohnutek, místo aby je zdůvodňovali funkční logikou. Vrátila se svoboda v podobě dekoru, barevnosti a ornamentu.¹⁵¹ Současní designéři se snaží překonat dogmata minimalismu a místo nich hledají cesty, jak naplnit objekty vzory, barvami a odkazy k minulosti a k přírodě. „*Každá generace se vymezuje vůči vkusu té předchozí, takže se v mnoha směrech jednoduše jedná o návrat do stavu před tím, než se modernismus stal všudypřítomným stylem. Zdá se, že se mezi designéry rozmohla touha*

¹⁴⁸ „All my homes reflect different and significant aspects of my personality, my life and my changing priorities, evolving gradually over time, while retaining their original character. They reflect my tastes and my passions, my aesthetic code and my profound need for comfort and functionality.“

¹⁴⁹ ARMANI CASA. [online]. © 2008. [cit.2013-02-12]. Dostupné z: http://www.armanicasa.com/armani_casa_docs/en/index.html#folderId=/en/interiordesignservice

¹⁵⁰ FAIRS, M., 2007, s. 8.

¹⁵¹ KANICKÁ, L., 2008, s. 101.

*znovunavázat spojení s minulostí a vytvářet objekty svérázného charakteru a subjektivního významu.*¹⁵² Například průmysloví designéři, pracující se všedními věcmi, jako jsou spotřebiče – kávovary, DVD přehrávače, gramofony či varné konvice, je zdobí ozdobami z různých historických stylů, květinovými vzory a složitými řemeslnými detaily. Bývají ornamentální podobně jako Art Deco, vyjadřující eleganci a životní styl. Definují kvalitu a hodnotu objektu z minulosti. A předměty z minulosti tak znovu ožívají v retro stylu. K tomuto rozvoji designu přispěla i globalizace, snadnější cestování a internet, které dovolují novým myšlenkám šířit se z jednoho konce světa na druhý daleko rychleji, než tomu bylo dříve. Jednodušší cestování, zrušení hranic a otevřený trh práce přináší promíchání kultur v celé Evropě. Existence multikulturální společnosti je již vnímána jako samozřejmost. Také právě konfrontace multikulturální celosvětové tvorby nás obohacuje o nové netradiční pojetí zacházení s materiálem a tvarem a je stálým zdrojem inspirace pro další tvorbu designérů.¹⁵³ Dalším aspektem je v současné postmoderní době demokratizace designu: roste počet majetnějších zákazníků, kteří se starají o to co nosí, o své domovy a jejich vybavení. Design přestává být vášní nejbohatších vrstev a nové dostupné značky v oblasti nábytku nebo na poli módy přináší stylové produkty celým masám. Všechny podoby designu se propagují v médiích (která neustále hledají nové myšlenky a nové osobnosti) prostřednictvím publikací o designu, knih a magazínů o životním stylu a čím dál více i v televizi a na internetu. Stručně řečeno je design prezentován jako žádoucí oblast konzumního světa, kde vzhled věcí je stejně důležitý jako jejich funkce a lidé v dnešní době využívají módy, vybavení interiéru a svého majetku k vysílání signálů o tom, kdo jsou a jaké jsou jejich cíle. Člověk má možnost stále aktivněji zasahovat do svého interiéru, aby si ho „podepsal“ a přizpůsobil přesně svým tělesným dimenzím a kulturním potřebám.

¹⁵² FAIRS, M. *Design 21. století*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2007. s. 244. ISBN 978-80-7209-970-2.

¹⁵³ KANICKÁ, L., 2007, s. 32.

13.2 Art Deco a retro styl

Průmyslový a interiérový design má trendy tak jako móda. Luxusní materiály a precizní provedení však nikdy nevyjdou z módy. Art Deco přidalo k nadčasovému základu elegantní křivky, atraktivní symboliku i lesk a zaručilo si tak nekonečnou popularitu. Do dnešní doby je tento styl oblíben právě pro svoji nadčasovost a propracovaný unikátní design. Nejen jako umělecký sloh, ale i aktuální směr bytového designu, je v dnešní době inspirací pro náš styl a interiér. V současnosti je obzvláště populární právě pro svou eleganci, půvab, modernost a funkčnost a setkáváme se s ním v luxusních hotelech, v kavárnách či v interiérech bytů. Zařadili jsme jako příklad hotel *Art Deco Imperial* v Praze, neboť je na něm možno demonstrovat, jak zde došlo po jeho rekonstrukci díky kombinaci tradičních výrobních procesů a kvalitních moderních materiálů k harmonickému propojení Art Deco stylu s moderní technologií, a stejně tak cukrárnu *U Myšáka*, kde moderně pojatý dekor napomáhá dialogu mezi zachovalým dobovým interiérem a soudobě řešeným prostorem. V současnosti tehdejší průmyslový trend v kombinaci s moderními materiály znovu zažívá svůj návrat, neboť se móda opakuje. Co je dnešním trendem, vydrží rok a vrátí se do módy znovu například za dvacet let ne stejným způsobem a se stejnými vzory, ale v jiných barevných kombinacích nebo v odlišných materiálech. V současné době nemáme jednotný sloh, a to umožňuje kombinovat v interiéru stylově různorodé artefakty: současné produkty se starými předměty i novodobými replikami, historicky hodnotnými starožitnostmi i drobnostmi bezcennými. Historií se proto inspiřují návrháři i výrobci. V jejich realizacích dostávají jejich designéřské návrhy moderní podobu. Tyto historizující trendy potvrzují módní retro styly, které se těší dnes mimořádné popularitě. Proto na trhu nalezneme i firmy, které se specializují na výrobu nového nábytku inspiřovaného atraktivním dekorativním stylem.¹⁵⁴ Současným návrhářům i výrobcům dřívější styly poskytují inspiraci pro jejich současnou tvorbu a do výroby zařazují modely, které vycházejí z oblíbeného nábytku minulých let. V posledních letech proto stoupá obliba retro stylů, které čerpají inspiraci v nedávné i vzdálené době a neváhají se otevřeně přihlásit ke konkrétnímu časovému období.

¹⁵⁴ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

Z tohoto plyne, že se designéři vracejí vždy po určitém období k určitému stylu jako k hodnotě, z níž lze čerpat stále, a proto i nadčasový Art Deco styl působí v kombinaci s moderním interiérem vkusně a přirozeně. V současnosti lze najít firmy, které se zaměřují na retro nábytek v moderní úpravě. Například k tomuto typu firmy patří *Transylvánia Nábytek s.r.o.*, která nabízí kolekci nábytků i doplňků nejrůznějších stylů včetně stylu Art Deco. Jiné společnosti zase zhotovují na zakázku věrné repliky starožitného nábytku, neboť tento druh nábytku existuje v omezeném počtu exemplářů. A proto k dnešnímu dni získali dost velkou popularitu právě jeho repliky. Používají se jak v interiérech hotelů, barů a kaváren, stejně tak i v soukromých domech a apartmánech.

Retro styl čerpá hlavně z období 50. – 70. let minulého století, ale v oblíbě jsou i styly, které jdou hlouběji do historie, třeba právě Art Deco nebo styl 19. století – *biedermeier* a podobně. Retro interiér může být téměř dokonalou kopií zařízenou originálním renovovaným nábytkem a doplňky z bazarů nebo se oblíbeným obdobím pouze volně inspiruje a doplňuje ho novými moderními kusy v souladu se zvoleným stylem. „... stále více firem se proto zaměřuje na rekonstrukce či kompletní novou výrobu podle originálních postupů.“¹⁵⁵ Na renovování se například specializuje i *Galerie 22*. Retro design se tak dnes těší velkému rozkvětu a zájmu, doslova se stává módním hitem v zařizování interiérů. V současné době je na trhu i poměrně široký výběr replik přístrojů a různých bytových doplňků v tomto stylu, myslíme v Art Deco retro stylu. Je tedy možné si pořídit celou retro ložnici nebo retro kuchyň, včetně vybavení a dalších elektrospotřebičů a doplňků. Postupně tak styl proniká do celého bytu a odráží se nejen ve stylu pořizovaného nábytku, ale i v drobných doplncích. Kombinací starých věcí s novými dodáváme interiérům útulný a nadčasový ráz. Například restaurované skříně na porcelán z 20. let minulého století lze doplnit moderní kuchyňskou linkou. Kombinace těchto prvků umožňuje udělat náš interiér krásný, funkční, pohodlný a komfortní, pomáhající relaxovat a získávat estetické potěšení z toho, že máme vlastní jedinečný interiér. Díky historickému nádechu můžeme ovlivnit chladnost moderního stylu v interiéru. Originální historická věc dokáže působit velmi útulně a vytváří pocit tepla. Je to ideální doplněk pro každý interiér. Má své

¹⁵⁵ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

historické kouzlo, bývá precizní a vyrobena do nejmenšího detailu. Taková věc může existovat jak sama o sobě, tak po boku věcí moderně zařízených a vyrobených.

Z těchto poznatků vyplývá, že Art Deco v sobě spojuje prvky modernismu a překvapuje svou elegantní jednoduchostí, proto je tak populární i v současnosti. Tento styl můžeme kombinovat s moderním vybavením a vnášet tak do interiéru prvek tradice, vzpomínku na staré dobré časy a dotvářet jím pocit domova nebo zařizovat vše v tomto stylu a hledat ve starožitnictvích, antikvariátech a jiných obchodech vše, co alespoň trochu ladí do tohoto stylu. Kombinací stylů, koexistencí starého s novým dodáváme interiéru jedinečnou atmosféru. Retro styl je nejen moderní a pohodlný, ale nese si i punc luxusu. Jednou z největších výhod stylu je fakt, že nikdy nevyjde z módy. Lidé se znovu vrací ke starým věcem, protože jim symbolizují kvalitu, která překonala několik generací. *„Retrostyl, který přináší vzpomínky na „staré dobré časy I. republiky“, je poslední dobou velmi žádaný. Člověk meziválečným předmětům podvědomě víc důvěřuje, připomínají mu totiž období prarodičů, které mělo své jistoty, nebo si to o něm alespoň myslí. Neváhejte kombinovat staré s novým, klasické s moderním, designové solitéry s masovou produkcí – v současném interiéru nic není tabu.“*¹⁵⁶

13.3 Galerie 22

O historický nábytek a starožitnosti je obecně v dnešní době neustálý zájem. Stačí prolistovat katalogy předních světových aukčních síní nebo nahlédnout na webové stránky obchodníků se starožitnostmi a zjistíme, že se v nabídkách objevují unikátní autorsky určené předměty z počátku 20. století, žádaný je nábytek a užité umění z období moderny, kubismu, Art Deca a funkcionalismu – a také autorské práce z doby poválečné. Pomyslná hranice vymezující časově pojem starožitnost se v posledních letech posouvá a předměty, které byly ještě nedávno vyhazovány, získávají na ceně. Díky ryzí a promyšlené jednoduchosti, nádechu luxusu a naprosté preciznosti zpracování neztrácí Art Deco mezi sběrateli, odborníky a obchodníky oblibu ani po letech, a proto je o něj stále zájem. Nejvhodnějším místem, kde bychom mohli pořídit základ pro zařízení interiéru ve stylu Art Deco jsou samozřejmě starožitnictví.

¹⁵⁶ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

„Originály pořídíte ve starožitnictvích i na aukcích, ale jejich cena bývá vysoká. Právě kombinace tradičních výrobních procesů a kvalitních moderních materiálů zaručuje retro nábytku odolnost a dlouhověkost. Z finančního hlediska je koupě retro nábytku v neposlední řadě i výhodnou investicí. Získává totiž pravidelně na ceně s tím, jak se jednotlivá období dostávají do módy.“¹⁵⁷ Díky funkčnosti a kráse Art Deco starožitností se stávají součástí našeho životního stylu, našeho společenského postavení, ozdobou každého interiéru s trvalou hodnotou. Hledáme-li originální a stylový nábytek a doplňky, kterými bychom osvěžili interiér, měli bychom navštívit specializující se obchody na tento směr. Mezi ně bychom mohli zařadit pražský obchod *Modernista*, *Galerii Art Deco* v Michalské ulici v Praze či *Galerii 22*.

Výstavní a prodejní *Galerie 22*, sídlící v Praze, nabízí zejména originální Art Deco design nábytek, ale také dobové interiérové doplňky a obrazovou galerii orientovanou především na 20. a 30. léta minulého století. Rozsahem služeb, kvalitou a množstvím nabízených starožitností se řadí k prestižním galeriím v České republice i Evropě. Jejím dominantním stylem je Art Deco, jehož obliba u nás i v zahraničí stále roste. Nabízí originální Art Deco nábytek, bytové doplňky, obrazy, mezi kterými převládají krajiny z 1. poloviny 20. století, ale k dispozici jsou i odborné publikace s informacemi o prodávaných dílech. Tuto galerii provozují Petr Smaha a Pavel Feigl, znalci umění a sběratelé starožitností, kteří léta sbírali Art Deco design po celé Evropě, zejména ve Francii, zemích Beneluxu a také v České republice. Shromáždili rozsáhlý soubor Art Deco nábytku včetně celých interiérových kompletů pocházejících z prvorepublikové doby. Mezi starožitnostmi nalezneme unikátní kousky od významných architektů a umělců, například Pavla Janáka, Josefa Gočára, Adolfa Loose, Jindřicha Halabaly nebo z proslulých dílen *Wiener Werkstätte* či UP závody.

Vyhlášená je i jejich restaurátorská dílna, ve které byla vyvinuta speciální technologie lakování, která dává vyniknout přednostem Art Deco nábytku: modernistickému designu, kresbě dýhy vzácných dřevin a perfektnímu zpracování. Díky schopnosti sloučit kvalitu starých mistrů s moderními technologiemi tak vzácný starožitný nábytek získává vysoký lesk a zároveň je chráněn před poškozením při každodenním užívání. Stává se z předmětu sběratelského zájmu plnohodnotnou součástí interiéru, kde plní dekorativní i praktickou funkci. Originální

¹⁵⁷ viz. Příloha A – rozhovor na téma Art Deco

technologie restaurování a konzervování nábytku dává vyniknout kráse starých věcí a umožňuje jejich praktické využití. Starožitný nábytek tak může být součástí každodenního života. „*Art Deco design nábytek však také odpovídá moderním požadavkům na styl dnešního interiéru. Spojuje dokonalou krásu s praktickou účelností, je vyroben z kvalitních materiálů, svým leskem působí luxusně a díky jednoduchým pravidelným tvarům nádherně harmonizuje interiér,*“¹⁵⁸ vysvětluje Pavel Feigl.

Ve stylovém prostředí této galerie můžeme vybírat z nabídky bronzových sošek v kombinaci s mramorem (typické figury tanečnic, dívek s květy, zvířecí figury), skla (broušené vázy, karafy, dámské toaletní sety, flakony), hodin (v kombinacích dřeva, bronzu, mramoru, drahých kamenů nebo i krbové hodiny), porcelánu (dekorativní porcelánové sošky, dózy) a dalších skvostů. V prodeji nalezneme také různé typy osvětlení – nástěnné lustry i stolní lampičky, o které, jak jsme se dozvěděli, je v poslední době mimořádný zájem. Bytové doplňky ve stylu Art Deco pocházejí z Francie, zastoupeno je i české Art Deco. *Galerie 22* poskytuje také odborné konzultace o investování do starožitností a umění, spolupracuje s aukčními síněmi a obchodníky z celého světa. Součástí nabídky je i interiérové poradenství dle požadavků klientů, zapůjčení reprezentativního nábytku z 20. let pro potřeby divadelních, filmových a dalších podobných projektů.

¹⁵⁸ Doba noblesy a stylu Art Deco. *Brands & stories: odborný časopis o značkách, konceptech obchodů a in-store komunikaci*. 2011, č. 4., s. 29. ISSN 1804-2708.

ZÁVĚR

Žijeme v éře, kdy více než jindy záleží na vizualitě. Vizualita je zdrojem zobrazení, informací, politiky, zábavy a slouží i jako pojítka mezi lidmi. Čím dál více vnímáme svět skrze obrazy vizuální kultury a jazyk, kterým k nám promlouvají, nám sděluje, jak společnost funguje, tlumočí životní pocit doby a vyjadřuje hodnoty života lidí. Jsou jednoznačně prostředkem komunikace. Obrazy, v našem případě interiéry, jsou v podstatě znaky historie umění. To, co znaky zastupují nebo označují, nalezneme v kultuře a v historii. Součástí kultury a historie je i podoba interiérů, která nám odkrývá, jak společnost žije. Bydlení a interiér jsou proto výrazem doby. Pro každé historické období je charakteristický jiný způsob, jakým lidé utvářejí význam a formují si vlastní zkušenost. Obrazy a mediální texty přispívají k vytváření lidského subjektu v jeho specifickém historickém a kulturním kontextu – tedy jak ti, kdo se dívají na obrazy, díky nim začínají sami sebe vnímat jako jedinečné lidské bytosti nacházející se ve světě v určitém historickém a kulturním kontextu. A proto člověk, který se dívá, tak začíná sám sebe vnímat jako jednotlivce, vidí se ale i jako součást světa přírody, kultury, věcí a technologií své doby, které vytvářejí společně rámeček pohledu.

Každé období ovlivňuje potřeby člověka a s ním spojený design zohledňuje tyto potřeby. Je nutné vzít v úvahu související kulturně-politické aspekty, ale také sociální a technické podmínky společnosti. Došli jsme k závěru, že design a vzhled interiéru jsou odnepaměti neoddělitelně svázáni s každodenním životem a s kulturou. Design zprostředkovává zkušenost životního stylu lidí obývajících daný prostor; stylu jasně čitelného z věcí, které tito lidé používají, a z toho, jak je uspořádali. Design je specifickým druhem neverbální komunikace. Produkty nesdělují pouze to, k jakému účelu mají sloužit nebo jakou technologií byly vytvořeny, zprostředkovávají nám také informace o životním stylu uživatele a době svého vzniku. Design, jehož součástí je i tvorba interiéru se stává výrazem nás samých prostřednictvím věcí, jež si vybíráme. Souvisí s celou řadou lidských činností, zejména pak s technikou a uměním. Design a způsob, jak ho vnímáme, ovlivňují politika, ekonomie, filozofie, věda. Z toho vyplývá, že představuje ústřední lidskou činnost, spojenou se vším, co lidé dělají. Odtud také pramení jeho výjimečná schopnost vyjadřovat povahu daného období a lidí, kteří toto období formují. Interiér můžeme označit za jakýsi druh uměleckého díla.

Snoubí se v něm výraz (charakteristický rys umění) a funkce (charakteristický rys techniky) tak, aby vytvořily harmonický celek. Má však hlavně funkci estetickou. Dekorace prostoru je u velké části uměleckých děl, v našem případě interiérů, smyslem hlavním. Dekorativní funkce interiéru se neztratila ani dnes. Každý prostor má svoji tvář, svůj obsah, své téma. To vše je určeno jednak architekturou, jednak způsobem, jakým prostor užíváme, tím jak ho zabydlíme. Dekorativní umění zaujalo důležité místo v životě nás všech. Dokázali jsme, že interiér je součástí identity jedince a zároveň jeho integrity do určitého společenství. Jeho tvorba vyplývá ze života společnosti, stává se jeho zrcadlem i zcela přirozenou součástí. Je ukazatelem společenského dění a aktuálního stavu společnosti a ovlivňuje i osobnost člověka. Díky tomu, že jsme nastínili proměny designu od konce 19. století až do 20. a 30. let 20. století, můžeme říci, že design je živá, složitá a rychle se proměňující disciplína. Můžeme ho chápat jako pojetí v intencích estetiky a tvarování nebo jako ekonomicky motivované a pragmatické odpovědi na požadavky trhu – jako skupiny spotřebních či luxusních předmětů sloužících k budování společenského statusu. V současnosti pojem design patří k nejužívanějším a nejmódnějším slovům. Je to významný kulturně-společenský fenomén moderní a dnes postmoderní doby. Uplatňuje se ve všech oblastech lidského života. V uplynulých letech se stal tématem, které se těší nebývalému zájmu. Nejen odborné časopisy, ale také denní tisk a dokonce i televize podávají zprávy o výstavách, nových návrzích a umělcích na poli designu. Trh zaplavují knihy se speciálními tématy, články v magazínech životního stylu, výstavní katalogy a publikace o jednotlivých epochách stylů. Lidé si kupují věci, jejichž vzhled odpovídá jejich potřebám a vkusu. Uchovávají a cení si věci, jejichž design vyjadřuje životní styl a navíc ideály, které daný životní styl řídí. Design převzal klíčovou roli nejen v marketingu a reklamě, ale i při utváření osobního životního stylu, v konzumních zvyklostech a způsobech společenského chování.

Charakterizovali jsme společnost i dobu 20. a 30. let 20. století jako věk, ve kterém víra v pokrok a intelektuálního myšlení vyjádřená v architektuře a umění byla zrozena touhou po modernosti a novém ztvárnění světa. Byl to věk aerodynamiky, racionality, zvukových filmů, nových a zlepšených způsobů komunikace, které se prosadily do života mas. Nová éra komerční kultury způsobila změnu životního stylu. A odpovědí na tuto změnu byl mezinárodní dekorativní sloh Art Deco,

který se rozšířil do všech složek života, byl posledním totálním slohem. Svým vzhledem a uměleckým pojetím vyjadřoval životní styl společnosti a ducha doby. Definovali jsme tento umělecký styl, pro který bylo typické, že se inovace neustále měnila v módu a uvedli jsme typické znaky interiéru v tomto stylu. Art Deco bylo elegantní, dynamické a modernistické, které kopírovalo dobu, ve které vzniklo, neboť 20. a 30. léta charakterizují touhu lidí žít, dobře se bavit, být obklopeni hezkými moderními věcmi a také pěkně bydlet, proto se stále více dbalo na design. Uvedli jsme jeho předchůdce i hlavní znaky, ke kterým patřily zjednodušené elegantní linie, čisté jasné barvy, jednoduché, opakující se geometrické vzory, klikaté motivy mající původ v indiánském umění, motivy flory a fauny z koloniálních zemí, motivy slunce, silné ostré úhly, střízlivé, hranaté nebo aerodynamické tvary, motivy moderních technologií, smysl pro detail a symetrii, i sériová výroba. Srovnávací analýzou jsme ukázali jeho průběh a podobu v Evropě i ve Spojených státech, uvedli jsme jeho oblibu ve veřejných místech a věnovali jsme pozornost nábytku a dalšímu užitému umění v tomto stylu. Díky rozvoji Art Deco stylu v USA se objevil ve 30. letech *styling*, projevující se inovací a zatraktivněním výrobků pro zákazníky, a dodnes tvoří součást marketingové strategie celé řady výrobců jako u příkladu italské společnosti *Bialetti*. Došlo tak k proměně designu, neboť se stal nástrojem, kterým můžeme také ovlivnit marketing a ekonomický úspěch výrobků.

Současná postmoderní doba je dobou eklektické rozmanitosti, kdy umění, architektura, design a móda ožívají historické styly v reakci na modernismus. Vrátila se expresivní svoboda v podobě dekoru, barevnosti a ornamentu. Přispěla k tomu demokratizace designu, globalizace, jednodušší cestování a internet. Snadnost komunikace, jež umožňuje designérům rychlou dosažitelnost, sdílení myšlenek a koncepcí, rovněž vymezuje mezinárodní kulturu, která se rychle a často mění. To vše vede k neuvěřitelnému objemu plodné spolupráce mezi designéry různých kultur. Na základě zjištěných skutečností jsme došli k závěru, že designéři nacházejí inspiraci ve stylech minulosti, nikoliv, aby je kopírovali, ale aby je prostudovali a využili k ozvláštňení nového designu. Shledali jsme, že toto vede k novým trendům a metodám v designu, které lze podrobněji zkoumat. V tvorbě interiérů například v podobě spojením moderního vybavení s nábytkem a doplňky z dob prababiček. Díky tomu staré věci dostávají nový rozměr, přetváří se ve věci nové s novou užitnou hodnotou.

Tato metoda koresponduje i s životním stylem mladých lidí, kteří chtějí v současné době napodobit životní styl svých předků, neboť jim chybí v dnešní hektické době známky něčeho autentického a tomuto novému trendu se přizpůsobují i současní designéři. Zjistili jsme, že Art Deco je v současnosti velmi populární pro svou mnohostrannost a jedinečnou eleganci i díky tomu, že mnoho z nejvýznamnějších tvarů a typů nábytku a dalšího užitého umění bylo vytvořeno právě v této době. Je snad také jediným stylem, kde si můžeme dovolit kombinovat různé kusy nábytku, aniž by to interiér nějak rušilo. Proto se jím inspiruje řada designérů a výrobců. Nábytek a další doplňky v tomto stylu mohou mít formu replik, originálních kusů nebo jejich zmodernizovaných verzí, které častokrát propojují typické prvky Art Deco se současným designem. V současné době působí na trhu celá řada firem, které se specializují na retro nábytek v moderní úpravě či se zaměřují na zhotovení replik starožitného nábytku. Ukázali jsme také možnosti využití Art Deco stylu jako inspiraci pro dnešní design.

Poukázali jsme na to, že o originální a historické předměty je v dnešní době neustálý zájem. Shledali jsme, že tyto předměty můžeme označit jako svědky dějin, neboť jsou hmatatelným projevem člověka. Lidé, kteří je tvořili, vyjádřili své životní pocity, svou odpověď na potřeby vlastního života. Jejich díla obsahují určitý, konkrétní rukopis jednoho daného okamžiku. A proto staré věci jsou dějinami technické dovednosti, dějinami vyvíjející se sociální struktury, historie lidského přemýšlení. Je to dokumentární výraz stylu doby. Jako starožitnost vnímáme to, co už pro nás má větší nebo novou a jinou hodnotu, než je pouze schopnost plnit původní účel. O tom, co je a co není starožitnost, rozhoduje někdy také náš postoj, naše vnímání oné věci, náš vztah k ní. Hodnotu díla však nemůžeme spolehlivě posoudit bez časového odstupu. Originální Art Deco výrobky patří mezi starožitné předměty, odráží módu a rysy své doby, proto je musíme brát jako umělecká a zároveň i historická díla mající uměleckou a historickou hodnotu, kterou se můžeme také zabývat. Taková to díla nás nejen inspirují, ale i kultivují.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

- ADLEROVÁ, A. *České užité umění 1918 - 1938*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Odeon, 1983. ISBN 01-528-83
- BHASKARANOVÁ, L. *Podoby moderního designu*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2007. ISBN 80-7209-864-0
- BEDNÁŘ, P. *Interiér*. 1. vyd. Praha: Vydavatelství ČVUT, 1993. ISBN 80-01-00983-1
- BRANECKÝ, P. a F. ŠVANCARA. *Interiér – člověk a nábytek*. 1. vyd. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, 1995, ISBN 80-7157-157-1
- BROOKER, G. a S. STONE. *Co je interiérový design*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2010. ISBN 978-80-7391-435-6
- BROUK, B. *Životní sloh*. 1. vyd. Brno: Barrister&Principal,o.s., 2010. ISBN 978-80-87029-88-6
- DLABAL, S. *Nábytkové umění*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 2000. ISBN 80-7169-655-2
- ECO, U. *Dějiny krásy*. 1. vyd. Praha: Argo, 2005. ISBN 80-7203-677-7
- FAIRS, M. *Design 21. století*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2007. ISBN 978-80-7209-970-2
- FILIPOVÁ, M. a M. RAMPLEY. *Možnosti vizuálních studií*. 1. vyd. Brno: Barrister&Principal, 2007. ISBN 978-80-87029-26-8
- FRANCASTEL, P. *Malířství a společnost*. 1. vyd. Brno: Barrister&Principal, 2003. ISBN 80-86598-49-7
- HAUFFE, T. *Design*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 80-251-0284-X
- HONZÍK, K. *Tvorby životního slohu*. 1.vyd. Praha: Nakladatelství politické literatury, 1965. ISBN 25-141-65
- HORSHAM, M. *Styly 20. a 30. let*. 1. vyd. Praha: Svojtka a Vašut, 1997. ISBN 80-7180-255-7
- KANICKÁ, L. *Bydlení*. 1. vyd. Brno: Mendlova zemědělská a lesnická univerzita, 2008. ISBN 978-80-7375-162-3
- KANICKÁ, L. *Design nábytku v současném světě*. 1. vyd. Brno: ERA group spol. s r.o., 2007. ISBN 978-80-7366-107-6

- KARASOVÁ, D. *Dějiny nábytkového umění IV*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Argo, spol. s r. o., 2001. ISBN 80-7203-339-5
- KIESLING, N. *Pavel Janák*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Arbor vitae, 2011. ISBN 978-80-87164-38-9
- KOLESÁR, Z. *Kapitoly z dějin designu*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová, 2009. ISBN 978-80-86863-28-3
- KROUPA, J. *Metody dějin umění*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010. ISBN 978-80-2105315-1
- KUBÁTOVÁ, H. *Sociologie životního způsobu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. ISBN 978-80-247-2456-0
- LEMME VAN DE, A. *Art Deco*. 1. vyd. Praha: Svojtka a Vašut, 1997. ISBN 80-7180-248-4
- MILLEROVÁ, J. *Užité umění*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Slovart, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-7391-158-4
- MUSIL, J. *Sociologie bydlení*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1971. ISBN 25-112-71
- PACHMANOVÁ, M. *Design: aktualita, nebo věčnost?* 1. vyd. Praha: Vysoká škola umělecko-průmyslová, 2005. ISBN 80-86863-05-0
- PARDYL, V. *Interiér*. 1.vyd. Praha: ČVUT, 1987.
- SEDLÁKOVÁ, R. *Stavební slohy v Česku*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Jan Vašut, s.r.o., 2004. ISBN 80-7236-364-6
- SEDLÁKOVÁ, R. *Prague Interiors*. 1st ed. Prague: Slovart Publishing, 2001. ISBN 80-7209-351-7
- SKARLANTOVÁ, J. *Oděv jako znak*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 2007. ISBN 978-80-7290-330-6
- SKARLANTOVÁ, J. *Od fíkového listu k džínům*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 1999. ISBN 80-7169-785-0
- SPOUSTA, V. *Vizualizace vybraných problémů hraničních pedagogických disciplín*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2010. ISBN 978-80-210-5296-3
- STURKEN, M. a L. CARTWRIGHT. *Studia vizuální kultury*. 1. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-556-1

TANGAZOVÁ, T. *Škola interiérového designu*. 1. vyd. Praha: Slovart, 2006. ISBN 80-7209-856-X

VORLÍK, P. *Dějiny architektury dvacátého století*. 1. vyd. Praha: Vydavatelství ČVUT, 2010. ISBN 978-80-01-04517-6

WÖHRLIN, T. *Nábytkové slohy od antiky po současnost*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. ISBN 978-80-247-2034-0

Seznam použitých zahraničních zdrojů

BAYER, P. *Art deco interiors: decoration and design classics of the 1920s and 1930s*. 1st ed. London: Thames and Hudson, 1990. ISBN 0-500-23596-1

MILLEROVÁ, J. *Art Deco*. 1. vyd. Bratislava: NOXI, s.r.o., 2006. ISBN 80-89179-37-1

Seznam použitých internetových zdrojů

ARMANI CASA. [online]. © 2008. [cit.2013-02-12]. Dostupné z: http://www.armanicasa.com/armani_casa_docs/en/index.html#folderId=/en/interiordesignservice

ARMANI CASA, Italy. [online]. © 2013. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.globalvillagedirectory.info/Italy/Milan/Armani-Casa.aspx>

Art Deco koupelny pro vaši inspiraci. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.stylainterior.cz/clanky/art-deco-koupelny-pro-vasi-inspiraci>

BARTONÍČEK, J. *Rekonstrukce hotelu Imperial: návrat legendy*. [online]. © 2009. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: http://www.casopisstavebnictvi.cz/rekonstrukce-hotelu-imperial-navrat-legendy_N2239

BEŠČECOVÁ, K. *Luxusní Art Deco v interiéru*. [online]. © 13.9.2011. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.living.cz/galerie/luxusni-art-deco-v-interieru/1.html>

Canonbury antiques. [online]. © 2013. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.canonburyantiques.com/cs/lamps-and-lighting/1/>

ČTK. *Legendární cukrárna Myšák otevírá a láká na klasiku*. [online]. © 20.11.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/legendarni-cukrarna-mysak-otevira-a-laka-na-klasiku-fxp-/ekonomika.aspx?c=A081120_140009_ekonomika_ven

Hodiny, Art Deco. [online]. © 2003 – 2012. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.eantik.cz/cz/detail.aspx?did=1693>

Hotel Radisson Blu Alcron, Nové Město – Praha 2. [online]. © 2013. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://cz.prague-stay.com/img/2487/2/false/Alcron-Hotel-La-Rotonde-restaurant.jpg>

Chrysler building – top. [online]. © 4.4.2007. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Chrysler_building-_top.jpg

Incantation, Illustration for 'Gazette Du Bon Ton', 1922 (Pochoir Print). [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: http://www.allposters.cz/-sp/Incantation-Illustration-for-Gazette-Du-Bon-Ton-1922-Pochoir-Print-Plakaty_i9050500_.htm

Kávovar Cuor di Moka. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.bialetti-kavovary.cz/hlinikove-kavovary/cuor-di-moka.asp>

Kávovar Briikka Elite. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.bialetti-kavovary.cz/hlinikove-kavovary/briikka-elite.asp>

Kávovar Moka Express. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.bialetti-kavovary.cz/hlinikove-kavovary/moka-express.asp>

Kávovar Moka Limited Edition. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.bialetti-kavovary.cz/hlinikove-kavovary/moka-limited-edition.asp>

New York Daily photo. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.newyorkdailyphoto.com/nydppress/wp-content/uploads/2007/02/GoingUp1.jpg>

Nové Město nad Metují – zámek s dřevěným krytým mostem. [online]. © 2006 – 2013 [2013-01-20]. Dostupné z: http://www.vychodni-cechy.info/nove-mesto-nad-metuji/13_4791_nove-mesto-nad-metuji-zamek-s-drevenym-krytym-mostem/

Nové Město nad Metují – zámek s dřevěným krytým mostem. [online]. © 2006 – 2013 [2013-01-20]. Dostupné z: http://www.vychodni-cechy.info/nove-mesto-nad-metuji/13_4791_nove-mesto-nad-metuji-zamek-s-drevenym-krytym-mostem/

Od šlechtického sídla k modernímu bydlení. [online]. © 2008 [cit.2013-02-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10169912707-pribeh- domu/308295350520007-zamek-nove-mesto-nad-metuji/>

ROLLKO, N.A. *Inspirativní a módní Art Deco.* [online]. 18.1.2010. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.zivotnistryl.cz/clanky/bydleni/1153/inspirativni-a-modni-art-deco.html>

Royal Rochester Art Deco perculator coffee set with tray. [online]. © 2013. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.antiquehelper.com/item/337291>

ŘEZNÍČKOVÁ, A. *Cukrárna Myšák: rekonstrukce za 30 milionů.* [online]. © 4.12.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z : http://bydleni.idnes.cz/cukrarna-mysak-rekonstrukce-za-30-milionu-f10/architektura.aspx?c=A081204_015123_architektura_rez

SCHNAPP, T. J. *The Romance of Caffeine and Aluminium*. [online]. © 21.1.2011 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z: <http://ebookbrowse.com/the-romance-of-caffeine-and-aluminum-pdf-d54712869>

SÝKOROVÁ, L. *Interiéry ve stylu Art Deco*. [online]. © 27.10.2010. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.living.cz/tipy-a-trendy/interiery-ve-stylu-art-deco.html>

Tambourine dancer. [online]. © 2012. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.hickmet.com/antique-sculpture/art-deco/lorenzl-3809-tambourine-dancer>

Three piece suite. [online]. © 2012. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.hickmet.com/period-furniture/furniture/three-piece-suite>

Transylvania nábytek. [online]. © 2013. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.transylvania-nabytek.cz/content/jidelna-art-deco-868-01>

Wikipedia. [online]. © 14.10.2012. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Biba-logo.jpg>

Wine and dine: David Collins. [online]. 3.2.2009. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://paloma81.blogspot.cz/2009/02/wining-and-dining-david-collins.html>

Z metropole. [online]. © 22.11.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10116288835-z-metropole/video/>

Seznam použitých ostatních zdrojů:

Brands & Stories: odborný časopis o značkách, konceptech obchodů a in-store komunikaci. 2011, č. 4. ISSN 1804-2708.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Rozhovor na téma Art Deco	I
Příloha B – Art Deco v příkladech u nás	VI
Příloha C - Příklady interiéru ve stylu Art Deco v moderní úpravě.....	XIX
Příloha D – Inspirace Art Deco stylem v současnosti	XXIII
Příloha E - Příklady stylu Art Deco ve 20. a 30. letech	XXV
Příloha F - Kávovar Moka Express – Společnost BIALETTI.....	XXIX

PŘÍLOHY

Příloha A – Rozhovor na téma Art Deco

I když od vzniku Art Deco uplynulo několik desítek let, většina designérů ho považuje za vysoce funkční, elegantní a praktický styl, který najde své uplatnění v dobových i moderních interiérech. Na základě rozhovoru s designérkou Hankou Kollarovou popíšeme, čím se Art Deco vyznačuje, jak postupovat při zařizování interiéru, jak sloučit moderní styl bydlení a Art Deco.

Co pro vás znamená slovo interiér?

„Interiér je prostor budovy, zařízený architektonicky i umělecky, který by měl zajišťovat vhodné podmínky pro bydlení, práci a odpočinek. Základem interiérového designu je sloučení funkčních a uměleckých nápadů a řešení zaměřených na zlepšení životních podmínek člověka v ucelené a esteticky dokonalé formě. Vytváří se postupně a skládá se ze stavební části – podlaha, stěny, strop, z vnitřního vybavení – nábytek, elektrospotřebiče a z funkčních procesů, které vytvářejí prostor a pocity člověka. Kritéria vnímání interiéru jsou pro každého člověka zcela individuální: vzhled, rozměry, velikost, styl, paleta barev, intenzita osvětlení, funkce, ergonomie. Hlavním úkolem designéra je nalézt rovnováhu mezi estetikou a funkcí interiéru.“

Jak postupovat při tvorbě nového interiéru?

„Než začnete přemýšlet o designu vašeho nového interiéru, doporučuji vám si ujasnit základní preference a očekávání a rozmyslet si, co opravdu chcete změnit, přidat nebo ponechat. Rozhodněte se přibližně v jakém stylu si chcete zařídit svůj nový interiér. Na první schůzce u nás se designér seznámí s přáními zákazníka a vyjasní si základní charakteristiky projektu. Navrhování nového interiéru v sobě obnáší spoustu důležitých detailů.“

Vybrat správný styl je nejdůležitější?

„Výběr správného stylu interiéru je jeden z nejdůležitějších úkolů projektanta a zákazníka. Můžete si myslet, že se vám líbí například retro styl, ale co se dozvíte více

podrobností, zjistíte, že se spíše jedná o eklektismus. Dosažení naprosto čistého stylu je velmi obtížné, většinou se projevuje až v detailech. Každý styl má svou vlastní paletu barev, dekoraci a texturu materiálu. V našem portfoliu najdete vizuální příklady, které vám mohou pomoci vybrat si svůj styl.“

Co pro vás znamená Art Deco?

„Art Deco je považováno za eklektický styl, ovlivněný různými kulturami. Na jedné straně využívá primitivní prvky a formy pocházející z Egypta, Afriky nebo Mexika, a na straně druhé čerpá z moderních technologií a směrů, jako je kubismus, futurismus či letectví. Návrháři nábytku se inspirovali dokonce i empírem a to se projevilo například v používaných exotických a luxusních materiálech, jako je eben, slonovina, želvovina, zlato a perleť. Díky tomuto propojení má širokou škálu využití a ztvárnění, projevující se především v prostorovém řešení.“

Důležitý je tedy prostor, který máme k dispozici?

„Přesně tak. Každý prostor má svou atmosféru, specifický styl, který by měl být zřejmý již v počátcích návrhu. Je důležité promyslet technické a dispoziční řešení daného interiéru, tím čím se vyznačuje.“

Jak tedy přistoupit k zařazení interiéru?

„Dobře navržený interiér musí pracovat pro nás. Musí být funkční, neomezovat nás a musí splňovat naše požadavky a potřeby. Musí být estetický, líbit se nám, abychom se v něm cítili spokojeně. Dobrý interiér funguje jako celek a vytváří jednotnou atmosféru. Zařídit nadčasový stylový interiér není úplně jednoduché. Bez ohledu na to, zda řešíte zařazení jedné místnosti, velkého bytu nebo interiér celého rodinného domu, vždy potřebujete rozsáhlou inspiraci. Nejdůležitější je najít svůj styl a oblíbené interiérové barvy, zvážit provoz a funkci interiéru, vybrat správný nábytek i dekorace a vše sladit v elegantní a funkční interiér. Někdy není nutné změnit celý interiér, abyste dosáhli potřebného cíle. Někdy stačí vyměnit jeden kus nábytku, doplnit atraktivní koberec, stylové křeslo nebo pořídit několik drobných designových doplňků.“

Co říkáte na styl Art Deco v dnešní době, jak ho sloučit s moderním stylem bydlení?

„Art Deco je funkční, elegantní, srozumitelné. V současné době patří k oblíbeným designovým stylům, které zažívají vlnu znovuzrození. V módě je zařídit interiér kombinací současného nábytku doplněného nějakým dobovým kouskem. Nábytek může mít formu replik, originálních kusů nebo jejich zmodernizovaných verzí, které častokrát propojují typické prvky Art Deca se současným designem. Pro navození interiéru ve stylu Art Deco nemusíte mít dokonce ani jediný Art Decový kus nábytku. K oblíbeným kombinacím patřila například černá a oranžová. Černý nábytek s oranžovým pozadím na zdi například tapetou tedy dosáhne stejného efektu. V případě honosnějších interiérů se nemusíte zdráhat ani akcentů zlata a chromu. Ty by měly být tlumeny například bílou, bledě modrou či šedou. Z dalších barev lze zvolit modrou, červenou, hodí se již zmiňovaná oranžová nebo zelená. Každou barvu kombinujte nejlépe s bílou, aby výsledek nebyl příliš těžkopádný. Dekoračním látkám, potahům a tapetám vládnu opakující se geometrické vzory. Častým tématem období Art Deco je rozvoj techniky, mezi kterou patří zejména film a rozhlas. Dobovou atmosféru tak navodí filmové nebo reklamní plakáty z 20. let nebo radiový přijímač ve starodávném designu. Současné značky tehdejší design úspěšně napodobují. Plakáty používají prvky diagonál a ostré kontury. Reprinty těchto plakátů jsou běžně k dostání na internetu i v původní velikosti. Stačí jen zvolit vhodný styl rámování. Velmi oblíbené jsou i samolepící Art Deco tapety. Neváhejte kombinovat staré s novým, klasické s moderním, designové solitéry s masovou produkcí – v současném interiéru nic není tabu.“

Proč je dnes tak populární?

„Tehdejší průmyslový trend v kombinaci s moderními materiály v současnosti znovu zažívá svůj velký návrat. Móda se opakuje. Co je trendem dnes, vydrží rok a možná se vrátí do módy znovu za dalších dvacet let. Ne vždy stejným způsobem, se stejnými vzory, ale třeba v odlišných druzích materiálů nebo v jiných kombinacích barev. Absence jednotného slohu umožnila kombinovat v interiéru stylově různorodé artefakty: současné produkty se starými předměty i novodobými replikami, historicky hodnotnými starožitnostmi i drobnostmi často bezcennými. Historií se inspiřují návrháři i výrobci; v jejich představách a realizacích dostávají jejich designéřské návrhy moderní podobu. Módní takzvané retro styly těšící se dnes mimořádné popularitě tyto historizující trendy

jen potvrzují. Art Deco může působit i v kombinaci s moderním mobiliářem přirozeně a vkusně.“

Čím nás takový předválečný interiér přitahuje?

„Retrostyl, který přináší vzpomínky na „staré dobré časy I. republiky“, je poslední dobou velmi žádaný. Člověk meziválečným předmětům podvědomě víc důvěřuje, připomínají mu období prarodičů, které mělo své jistoty, nebo si to o něm alespoň myslí.“

Jak zařídit interiér v retro stylu?

„Chcete-li si zařídit interiér v retro stylu, pak se jeví jako nejvhodnější dvě možnosti uspořádání pokoje. První z nich je vybavit retro nábytkem kompletně celou místnost a zachovat tak její celistvý historický výraz. V tomto případě je lepší konzultovat záměr s interiérovým designérem, který poradí s výběrem vhodného nábytku a jeho uspořádáním. Druhá možnost počítá s využitím jen několika málo výrazných solitérů, které kontrastují s jinak moderně zařízeným interiérem. Při výběru nábytku v retro stylu je také potřeba dbát opatrnosti, nehodí se totiž do každého interiéru. Měl by odpovídat životnímu stylu majitele, nábytek tohoto typu je totiž výrazný svou estetickou a morální hodnotou. Důležité je rovněž se držet jednoho stylu a nemíchat spolu různá historická období.“

Kde takové stylové zařízení nalezneme?

„Art Deco patří k uměleckým směrům, které téměř nestárnou. Kombinují se v něm modernistické tendence, ale zároveň využívá tradičních materiálů, jako je leštěné dřevo, velká zrcadla nebo kvalitní porcelán. Originální nábytek v Art Deco designu se těžko shání. Originály pořídíte ve starožitnictvích i na aukcích, ale jejich cena bývá vysoká. Naštěstí lze najít i moderní firmy, které se specializují na výrobu nového nábytku inspirovaného atraktivním dekorativním stylem. Stále více firem se zaměřuje na rekonstrukce či kompletní novou výrobu podle originálních postupů. Právě kombinace tradičních výrobních procesů a kvalitních moderních materiálů zaručuje retro nábytku odolnost a dlouhověkost. Zároveň umožňuje jeho snazší skloubení s moderními elektrospotřebiči. Z finančního hlediska je koupě retro nábytku v neposlední řadě

i výhodnou investicí. Získává totiž pravidelně na ceně s tím, jak se jednotlivá období dostávají do módy. K doplňkům z této doby, které dokážou být kořením interiéru, patří lampy. Dají se pořídit v bazarech, mají pravouhulé tvary a navozují pocit kaváren první republiky. Aktuální především do moderních interiérů jsou lampy z černého kování.“

Co je typické pro tento styl a jak ho poznáme?

„Art Deco se soustřeďuje na jednoduché, ale zajímavé tvary, jasné barvy, dynamiku a nové pojetí zpracování. Často se objevují řecké, římské nebo egyptské motivy – zvláště pak ve formě květů a ornamentů. Dřevěný nábytek mívá vysoce lakovanou povrchovou úpravu v černé barvě, často doplněnou o chromované zdobení. Velmi aktuální jsou sedací soupravy a křesla, čalouněná leštěnou bílou kůží s lakovanými dřevěnými rámy. Pro nábytek byly typické exotické dřeviny jako brazilský palisandr, eben, amazonský javor a dýha. Pro čalounění byla příznačná leštěná kůže a různé úpravy veluru, jež byly příjemné na omak a skýtaly pohodlí. Tento styl dokázal ovlivnit i design předmětů denní potřeby. Vyznačovaly se vysokým leskem a zjednodušenými liniemi. Častými materiály bylo sklo, keramika nebo bakelit. Z barev se objevuje černá, šedozeleň (třeba v kombinaci s jemným černým vzorováním), ale i červená, bílá, krémová a máslová (opět střídme doplněná o černé linie vzorů). V případě honosnějších interiérů se z barevné škály zařazuje zlatá a stříbrná. K osvětlení patří stropní svítidla, stojací a stolní lampy i malé nástěnné lucerničky – a to opět v jednoduchých liniích. Stojací lampy bývají většinou vyhotoveny z tepaného železa nebo chromu či ručně foukaného skla v různých odstínech.“

Jak je to s doplňky?

„Doplňky jsou pro styl Art Deco velmi důležité. Typickým Art Deco doplňkem jsou například zrcadla s rámy z niklu, chromu a stříbra, bohatě zdobenými motivy jelenů, pávů, růží či geometrickými liniemi. Kladlo se důraz na maličkosti jako například kliky u dveří, které ladily k designovému zpracování tepaných svícňů z niklu, chromu a stříbra. Podobně je tomu i v případě váz, které kopírovaly design svítidel. Jako jeden z prvních stylů bylo Art Deco založeno přímo na designu dekorací, které postupně ovlivnily celé vybavení interiéru.“

Příloha B – Art Deco v příkladech u nás

Rezidence primátora na Mariánském náměstí

Prostory Rezidence primátora situované v objektu Městské knihovny na Mariánském náměstí jsou uměleckým skvostem ve stylu Art Deco. Tyto interiéry ve stylu Art Deco patří u nás k nejkrásnějším a nejzachovalejším a dnes slouží k protokolárním a reprezentačním účelům.

Projektantem budovy i celé koncepce výzdoby a zařízení, ve snaze aby vše vzájemně ladilo, je architekt František Roith. Rezidence primátora byla zřízena v nové budově Ústřední městské knihovny města Prahy, která byla postavena v letech 1925 – 1928. Stavba se stala první postavenou účelovou knihovnou v republice, nakonec patřila i k nejmodernějším v Evropě. Za strohou neoklasicistní fasádou rozlehlého objektu, vznikl moderní a na svou dobu špičkově vybavený objekt. Interiéry byly pojaty zdobněji a tradičněji nežli vnější plášť. Spojily se v nich dozvuky pozdní secese se silným vlivem módního českého Art Deca 20. let 20. století. Primátorská rezidence zaujímá celé první a druhé patro průčelního traktu knihovny. Vstupuje se do ní vlastním vchodem. Do prvního patra byly umístěny reprezentační a přijímací místnosti, do druhého patra vlastní soukromý byt primátora, včetně soukromé pracovny, jídelny, kuřárny, hudebního salonu a tří apartmánů pro hosty. Spolupracovníkem F. Roitha při výzdobě rezidence a autorem stropní výzdoby, tapisérií, potahových látek, ručně vázaných koberců a textilních tapet byl František Kysela, na dekorativní výmalbě se podílel malíř Josef Sejpka, záclony a krajkové doplňky vytvořila Emilie Paličková a dekorativní doplňky jsou dílem dalších umělců. Zařizování a výzdoba primátorské rezidence byly dokončeny roku 1930. „*V reprezentačních sálech primátora se opakuje několik typů řemeslně dokonale provedených židlí a křesel, které volně navazují na klasické vzory. Křesílko podkovovitého tvaru na prohnutých nožkách zdobí světlá dýha (citronové dřevo) sestavená do geometrických útvarů, které se opakují na dalších typech, dveří a ostění.*“¹⁵⁹ Každý salonek měl svou charakteristiku. „*Každý má svůj charakteristický nábytek, odpovídající tapety, krásná svítidla a měkké koberce.*

¹⁵⁹ KARASOVÁ, D. *Dějiny nábytkového umění IV*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Argo, spol. s r. o., 2001. s. 133. ISBN 80-7203-339-5.

*Ušlechtilé materiály, elegantní tvary a jemné barvy*¹⁶⁰.¹⁶¹ Slavnostní křeslo z přijímacího sálu se zvýšeným opěrákem bylo čalouněné tmavomodrým sametem, navazujícím na barevný akord stěn (zlatavý mramor s modrou skleněnou mozaikou) a barevně kontrastujícím se zlatohnědou dýhou nábytkové kostry. V interiérech nalezneme vestavěné skříně, elegantní vitríny, různé stojany, stojací lampy, hodiny, kovová nástěnná i závěsná svítidla, koberce i textilní tapety. Například Velký reprezentační sál zdobí nejen nádherné původní lustry z Kamenického Šenova, ale také úžasná výmalba stropu, za jejímž návrhem byl F. Kysela. Záclony a krajkové doplňky i v tomto sále navrhla E. Paličková. Nábytek zdobený dýhou z palisandru odpovídá stylu Art Deco, v němž F. Roith celý interiér navrhl. Právě použité materiály podtrhují luxus reprezentačních místností. Součástí rezidence v prvním patře je také zimní zahrada s fontánou, která spojuje Velký sál s jídelnou. Stěny jsou obložené bílým mramorem, strop zdobí mozaikové pásy F. Kysely. Fontánu tvoří jemně profilovaná stěna zdobená trojúhelníky horizontálně řazených misek. I sochy, dva alegorické ženské akty po stranách, jsou z bílého mramoru. Jejich autorem je Ladislav Beneš. Soustava sálů a salonků představuje Art Deco v nejlepší podobě. Dokonale jednotné prostředí, v němž se architektura, užité i výtvarné umění vzájemně doplňují a umocňují. Dochovaný a citlivě restaurovaný komplex, na kterém s architektem Roithem spolupracovala řada českých výtvarníků, je ojedinělou ukázkou českého Art Deco stylu.

V letech 1994 až 1995 prošla primátorská rezidence generální obnovou, která byla spojena s citlivou restaurací veškeré umělecké výzdoby a s nezbytnou modernizací technického zázemí. Po této rekonstrukci je rezidence takřka ve stejném stavu, jako byla po dokončení.

¹⁶⁰ „Each has its own furnishings and wallpaper, lovely lights and soft carpets, the finest materials, the most elegant forms and colors.“

¹⁶¹ SEDLÁKOVÁ, R. *Prague Interiors*. 1st ed. Prague: Slovart Publishing, 2001. p. 64. ISBN 80-7209-351-7.

Obrázek 1: Velký recepční sál



Zdroj: ŘEZNIČKOVÁ, A. *Na návštěvě v bytě primátora Prahy, který zaplatila spořitelna*. [online]. © 1999 – 2013 [2013-01-20]. Dostupné z: http://bydleni.idnes.cz/foto.aspx?r=architektura&c=A120821_155005_architektura_rez&foto=REZ4550fc_D_025_018.JPG

Obrázek 2: Zimní zahrada s alegorickými dívčími postavami od Ladislava Beneše



Zdroj: ŘEZNIČKOVÁ, A. *Na návštěvě v bytě primátora Prahy, který zaplatila spořitelna*. [online]. © 1999 – 2013 [2013-01-20]. Dostupné z: http://bydleni.idnes.cz/foto.aspx?r=architektura&c=A120821_155005_architektura_rez&foto=REZ45510c_D_025_029.JPG

Obrázek 3: Obývací pokoj ve služebním bytě primátora



Zdroj: ŘEZNÍČKOVÁ, A. *Na návštěvě v bytě primátora Prahy, který zaplatila spořitelna*. [online]. © 1999 – 2013 [2013-01-20]. Dostupné z: http://bydleni.idnes.cz/foto.aspx?r=architektura&c=A120821_155005_architektura_rez&foto=REZ455130_D_025_045.JPG

Moderní interiéry v renesančním zámku v Novém Městě nad Metují

Pozoruhodný příklad v luxusní podobě najdeme v interiérech Bartoňova zámku v Novém Městě nad Metují. Zcela unikátní pojetí zámku je dáno přestavbou, kdy zámek zakoupila rodina Bartoňů z Dobenína. Renesanční dispozice zámku byly novátorsky upraveny Dušanem Jurkovičem (1909 – 1913) a později dokončeny Pavlem Janákem (20. – 30. léta 20. století). Josef Marian Bartoň-Dobenín říká „...*přestavbu a modernizaci, kterou provedl architekt Dušan Jurkovič, byla na tu dobu velmi moderní. Udělal z toho prostor, kde mohly žít tři rodiny – starší, střední a mladí.*“¹⁶² Předpokladem přestavby bylo přání majitele zámku z tohoto historického sídla učinit moderní prostor pro bydlení rodiny počátku století při zachování původních dispozic a originálních historických prvků. Moderní technologické prvky jako byla plná elektrifikace prostoru zámku, mechanický výtah, do pokojů zavedení telefonu nebo modernější hygienické prostory – koupelny se setkaly i s novou estetickou normou. V podání Jurkoviče se jednalo o začlenění folklorně-modernistických forem ornamentů, tvarů a barev. Celý tento trend byl ve své době velmi oblíbený a po vzoru zejména Charlese McIntosche zapracoval tyto postupy i do vzhledu rekonstrukce zámku. Některé místnosti jsou řešeny ve stylu secesní moderny, ale také v tehdy oblíbeném modernisticky pojatém neobiedermeieru (prezidentský pokoj). Celý prostor navrhnutý a realizovaný Jurkovičem působí velmi příjemným dojmem pro bydlení ve 20. století.

Druhým významným pokračovatelem v přestavbě sídla na moderní standard byl Pavel Janák, který v návaznosti na tradice české moderny začlenil do prostoru i další stylové poválečné etapy. Kubismus, jehož byl v předválečném období jednou z hlavních osobností, a později rondokubismus společně s Art Decem 20. a 30. let se objevuje ve formách nábytku, obložení, skla a detailů keramiky (krby). Tapisérie na stěnách, čalounění a koberce pocházejí z dílny textilní výtvarnice Marie Teinitzerové, keramika pochází od Heleny Johnové, stropní malby a sklo vytvořil František Kysela pod vlivem inspirace lidovou tvorbou a vznikem samostatného státu. Například pokoj Zvěrokruh dostal název podle ručně vázaného koberce. Ústředním motivem nástropní malby je

¹⁶² *Od šlechtického sídla k modernímu bydlení.* [online]. © 2008 [cit.2013-02-12]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10169912707-pribehy-domu/308295350520007-zamek-nove-mesto-nad-metuji/>

sokol jako symbol naší tělovýchovy. Pojetí tohoto pokoje je kubistické. Každý pokoj prvního patra byl upraven svérázně, ale přitom s jednotící ideou. Sled interiérů prvního patra zámku je dnes jedinou intaktně zachovanou ukázkou českého stylového názoru počátku 20. let.¹⁶³ F. Kysela nástěnnými malbami, tapisériemi a koberci dotvořil interiéry v celek, dal jim vzornost a současně poetičnost. Spolu s ním několik tapisérií vytvořila M. Teinitzerová. V té době se její barevná škála prosvětliila a vedle jednoduchých tradičních desénů u ní nacházíme i náročné florální motivy – na polštářích, přehozích, potahovém textilu a pokrývkách. V nich sahala k motivům příbuzným vídeňskému Art Deco, které jí svou formální rafinovaností umožňovaly rozvinout barevné i tkalcovské kvality.

Na interiéry se nelze dívat jen jako na doklad bohatství Bartoňů, ale jako na přehlídku našeho umění před 1. světovou válkou a za první republiky. Poslední fáze přestavby přinesla do zámku i funkcionalismus Pavla Janáka, jehož zástupcem se také ve 30. letech stal. Celý prostor je citlivou kombinací starých historických stylů (renesance, baroko) s moderními (secese, moderna, Art Deco, funkcionalismus) uzpůsobených požadavkům tehdejšího bydlení. Proto je tento prostor i reprezentační sbírkou významných tvůrců české hmotné kultury počátku minulého století. I v současnosti tento interiér působí moderně obyvatelně a přináší důkaz vyspělosti tehdejších českých tvůrců, kteří v duchu moderny počátku 20. století navázaly na evropské trendy té doby.

¹⁶³ ADLEROVÁ, A., 1983, s. 30.

Obrázek 4: Žebrová síň – zámek Nové Město nad Metují



Zdroj: *Nové Město nad Metují – zámek s dřevěným krytým mostem*. [online]. © 2006 – 2013 [2013-01-20]. Dostupné z: http://www.vychodni-cechy.info/nove-mesto-nad-metuji/13_4791_nove-mesto-nad-metuji-zamek-s-drevenym-krytym-mostem/

Obrázek 5: Ložnice – zámek Nové Město nad Metují



Zdroj: *Nové Město nad Metují – zámek s dřevěným krytým mostem*. [online]. © 2006 – 2013 [2013-01-20]. Dostupné z: http://www.vychodni-cechy.info/nove-mesto-nad-metuji/13_4791_nove-mesto-nad-metuji-zamek-s-drevenym-krytym-mostem/

Dům u Myšáka

Původní dům, pro který se vžil název *U Myšáka*, byl postaven v roce 1881 podle plánů pražského architekta Otto Ehlena s neorenesanční fasádou. V následujících letech byl dům několikrát přestavován. Cukrárna *U Myšáka* byla založena Františkem Myšákem již v roce 1904, ale ve Vodičkově ulici sídlí až od roku 1911. V roce 1922 nechal František Myšák původní neorenesanční budovu přestavět stavitelem Josefem Čapkem. Dům tak získal svou rondokubistickou fasádu z červených pemrlovaných cihel, navrženou pravděpodobně architektem Josefem Gočárem. Architekt a historik architektury Zdeněk Lukeš však říká: „*Je to Gočár s otazníkem. Neexistuje sto procentní důkaz, že jde o jeho dílo. Fasáda není v autorizovaném seznamu jeho prací, víme ovšem, že je neúplný. V rodinné kronice z 50. let se však objevuje zmínka, že se František Myšák na Gočára obrátil, byl to rodinný přítel.*“¹⁶⁴ Prostory tehdy pojali ve stylu Art Deco, poznamenaným bohatým dekorem. „*Změnil interiéry na tehdejší módní styl Art Deco. V oblasti kavárenství a cukrárenství ovšem šlo spíše o jakési rokoko, bohatý dekorativní styl, který se zachoval v přízemních prostorách,*“¹⁶⁵ dodal architekt Jan Špaček, který se podílel na současné rekonstrukci. Cukrárna pod vedením rodiny Myšáků fungovala do roku 1949, poté po znárodnění do 90. let 20. století.

V roce 2008 prošel interiér cukrárny náročnou rekonstrukcí. Autorem současného Art Deco interiéru cukrárny je architekt Jan Špaček, který se pohybuje od projektů interiérů a výstav až po stavby veřejného i soukromého charakteru. K jeho dalším projektům patřila například i rekonstrukce kavárny *Slavie* v Art Deco stylu v roce 1997. Interiér cukrárny vychází z původní podoby. Většina architektonických prvků byla zrekonstruována. J. Špaček uvedl, že „*...Art Decová rekonstrukce proběhla panem Myšákem v roce 1929, takže se fotografie z této doby zachovaly.*“¹⁶⁶ V interiéru tak vznikla celá řada dobových replik. Přízemí dominuje velký oválný pult a barové stoličky, zůstala zde zachována piškotová – mozaiková – podlaha, obnovily se malby na stropě, mramorové schodiště, dřevěné niky a unikátní štuky. Repasovaný je také

¹⁶⁴ ŘEZNIČKOVÁ, A. *Cukrárna Myšák: rekonstrukce za 30 milionů*. [online]. © 4.12.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z : http://bydleni.idnes.cz/cukrarna-mysak-rekonstrukce-za-30-milionu-f10-/architektura.aspx?c=A081204_015123_architektura_rez

¹⁶⁵ ČTK. *Legendární cukrárna Myšák otevírá a láká na klasiku*. [online]. © 20.11.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/legendarni-cukrarna-mysak-otevira-a-laka-na-klasiku-fxp-/ekonomika.aspx?c=A081120_140009_ekonomika_ven

¹⁶⁶ *Z metropole*. [online]. © 22.11.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10116288835-z-metropole/video/>

portál cukrárny a vstupní dveře. Centrální bufet nahradila stylová replika. Přízemí v orientálním stylu zůstalo zachováno i díky tomu, že zde sídlila prodejna Český granát, které dekorativní styl vyhovoval. Při respektování původního prostorového řešení se J. Špaček v prvním patře rozhodl nahradit původní vybavení (tradiční mramor, štuky a dřevo) současnými moderními materiály, aby evokovaly zdobný styl prvorepublikové cukrárny. „*Dekor se uplatňuje v plné míře v celém interiéru prvního patra,*“¹⁶⁷ popisuje architekt Špaček. Rozdělení cukrárny na dvě části v prvním patře zůstalo zachováno. Na rozdíl od původního vybavení byly vybrány pohodlnější čalouněné židle, do repasovaných dřevěných nik v obkladu stěn v přízemí byly vloženy pouze prosvětlené plochy z materiálu Hi-Macs, na které se aplikovala oválná zrcadla. Ta se objevují i v dalších částech prostoru na bočních stěnách s šedočernou ornamentální tapetou v kombinaci s neobarokními svítidly od firmy *Moooi*. Aby splnila svůj účel, jsou v půli svisle rozříznuta a přiložena na zrcadlo. „*Vytvořili jsme tak nástěnné svítidlo v ploše zrcadla, jak tomu bylo i v původním řešení z 20. let minulého století,*“¹⁶⁸ říká Jan Špaček. Moderně pojatý dekor zde napomáhá dialogu mezi zachovalým dobovým interiérem přízemí a soudobě řešeným prostorem horního podlaží.

¹⁶⁷ ŘEZNÍČKOVÁ, A. *Cukrárna Myšák: rekonstrukce za 30 milionů*. [online]. © 4.12.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z : http://bydleni.idnes.cz/cukrarna-mysak-rekonstrukce-za-30-milionu-f10-architektura.aspx?c=A081204_015123_architektura_rez

¹⁶⁸ ŘEZNÍČKOVÁ, A. *Cukrárna Myšák: rekonstrukce za 30 milionů*. [online]. © 4.12.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z : http://bydleni.idnes.cz/cukrarna-mysak-rekonstrukce-za-30-milionu-f10-architektura.aspx?c=A081204_015123_architektura_rez

Obrázek 6: První patro cukrárny U Myšáka



Zdroj: ŘEZNÍČKOVÁ, A. *Cukrárna Myšák: rekonstrukce za 30 milionů*. [online]. © 4.12.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: http://bydleni.idnes.cz/foto.aspx?foto1=REZ27793a_ZG0H5870rez.jpg

Obrázek 7: Interiér cukrárny U Myšáka



Zdroj: ŘEZNÍČKOVÁ, A. *Cukrárna Myšák: rekonstrukce za 30 milionů*. [online]. © 4.12.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: http://bydleni.idnes.cz/foto.aspx?foto1=REZ27794f_ZG0H5908rez.jpg

Obrázek 8: Schodiště cukrárny U Myšáka



Zdroj: ŘEZNÍČKOVÁ, A. *Cukrárna Myšák: rekonstrukce za 30 milionů*. [online]. © 4.12.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: http://bydleni.idnes.cz/foto.aspx?foto1=REZ277927_ZG0H5500rez.jpg

Obrázek 9: Původní schodiště do prvního patra



Zdroj: ŘEZNÍČKOVÁ, A. *Cukrárna Myšák: rekonstrukce za 30 milionů*. [online]. © 4.12.2008. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: http://bydleni.idnes.cz/foto.aspx?foto1=REZ27791f_Resize_of_726_Album_12.jpg

Hotel Art Deco Imperial Praha

Art Deco Imperial Hotel nacházející se v centru města je pozoruhodným příkladem architektonického stylu Art Deco. Budova byla postavena v letech 1913 – 1914 stavitelem Jaroslavem Benediktem na zakázku významného pražského hoteliéra Jana Koláře. Exteriéry ve stylu Art Deco s kubistickými prvky byly doplněny pozdně secesní mozaikovou výzdobou interiérů podle návrhů Jana Beneše. V roce 2007 byla završena rozsáhlá rekonstrukce, při které byl především brán ohled na zachování původní architektonické koncepce. *Art Deco Imperial Hotel* nabízí prostorné pokoje s vysokými stropy, které dopřejí hostům zažít atmosféru počátku 20. století. Použité materiály jako mramor, masivní dřevo a drahé textilie umocňují unikátní atmosféru historické budovy, ve které se snoubí komfort s nejmodernějšími technologiemi. Prostorné pokoje jsou luxusně zařízeny stylovým kubistickým nábytkem, mramorovými koupelnami, vyhřívanými podlahami i zrcadly. Ve všech pokojích nalezneme originální výtvarná díla, která ve spojení s decentním barevným laděním v příjemných odstínech žluté, červené a béžové harmonicky kombinují kouzlo architektury počátku 20. století s nadčasovou technologií.

Keramicovou výzdobu provedla podle návrhů profesora dekorativního umění Jana Beneše v roce 1914 továrna na keramické zboží v Rakovníku (později *RAKO*). Ta se také podílela i na současné rekonstrukci. Většina dochovaných obkladů na stěnách i podlahách budovy potřebovala důkladné ošetření, nedochované části musely být nahrazeny replikami. I v tomto případě byly důležitou pomůckou dobové fotografie, které restaurátoři po konzultacích s památkáři používali při rozhodování o dalším postupu prací. Celá výzdoba tvořená, mimo jiné, z mozaiky na stropě a z reliéfních ornamentů na sloupech, navozuje atmosféru Egypta a Orientu. Lustry jsou například ze skla a mosazi typické pro styl Art Deco. Inspirací při tvorbě současných interiérů byla doba vzniku hotelu a jejím cílem pak harmonické propojení nové a původní části do jednoho celku tak, aby bylo zřejmé, které části jsou původní a které nové, stylově vybavené historizujícími prvky.

Obrázek 10: Interiér pokoje inspirovaný obdobím vzniku hotelu Imperial



Zdroj: BARTONÍČEK, J. *Rekonstrukce hotelu Imperial: návrat legendy*. [online]. © 2009. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: http://www.casopisstavebnictvi.cz/rekonstrukce-hotelu-imperial-navrat-legendy_N2239

Obrázek 11: Kavárna hotelu Imperial



Zdroj: BARTONÍČEK, J. *Rekonstrukce hotelu Imperial: návrat legendy*. [online]. © 2009. [cit. 2012-12-18]. Dostupné z: http://www.casopisstavebnictvi.cz/rekonstrukce-hotelu-imperial-navrat-legendy_N2239

Příloha C – Příklady interiéru ve stylu Art Deco v moderní úpravě

Zařízení interiéru v Art Deco retro stylu

V práci jsme charakterizovali typické rysy Art Deco stylu, a potvrdili, že tento styl je v současnosti v zařizování interiérů populární a inspirující, patřící do kategorie retro stylů. Na základě těchto poznatků uvádíme hlavní prvky, které bychom neměli opomenout při zařizování interiéru v tomto stylu. Art Deco odráží rysy několika směrů, nejčastěji secesi, kubismus a futurismus. Projevuje se jednoduchými, strohými liniemi. Ve 20. a 30. letech minulého století byl tento směr projevem modernizace a přinášel i nový pohled na umění. Pro Art Deco jsou typické: kožené sedačky i křesla, z barev se nejvíce uplatňovaly bílá, černá, zlatá, hnědá, bordó, červená, ostré a jednoduché linie nábytku, bronzové sochy a lampičky, dřevěný nábytek, velká zrcadla (často kulatá nebo s širokým rámem), dlouhé a těžké závěsy, parketová nebo mramorová podlaha, případně bílá dlažba s černými detaily.

Ve stylu Art Deco lze zařídit celý dům nebo pouze pokoj v moderním domku či panelovém domě. Mnohdy k tomu stačí jen pár věcí, doplňků a takto zařízenému interiéru vdechneme atmosféru 20. a 30. let minulého století. Ke znakům, které by neměly chybět v interiéru Art Deco zařízeného pokoje, patří nábytek s lakovanou povrchovou úpravou, v případě pohovek a křesel volíme úpravu koženou, koženkovou nebo imitaci kůže. Závěsy, které dotvářejí vzhled interiéru, mohou mít výraznější, oživující barvu například v červené či zlaté barvě. Přehozy by měly ladit a měly by být proto opět v barvě například závěsů nebo ostatních doplňků. K dalším charakteristickým prvkům tohoto stylu patří zrcadla – pro Art Deco byla typická kulatá nebo hranatá se širokým, zdobeným rámem. Stěny byly většinou bílé, proto je vhodnější příliš neexperimentovat s barvami a dávat přednost klasice. V současnosti je velice populární tapeta, která je skvělým oživením interiéru. Navíc je nyní velký výběr vzorů, lze ji aplikovat jen na jednu zeď nebo i na všechny ve sjednoceném a symetrickém vzoru. Na stěny lze pověsit větší obrazy nebo zarámované plakáty z té doby – v jednoduchých liniích. Oblíbeným doplňkem do Art Deco pokojů jsou bronzové sochy, lampy se stínidly a lampičky. Paravan byl také nezbytnou součástí bytů a domů. Sloužil jako zástěna při oblékání či jako dekorace. K ostatním doplňkům patří vysoké vázy, skleněné doplňky, fotografie s dobovými motivy v ozdobných rámečcích

a další. Pokud jsme se rozhodli zařídit pokoj v tomto stylu, máme na výběr, jak jsme v práci poukázali, z několika možností. A to, že zařídíme pokoj dobovým, starým nábytkem nebo pokoj vybavíme retro nábytkem v moderní úpravě či pokoj vybavíme moderním, novým nábytkem s retro doplňky. První možnost je spíše pro milovníky starožitností. Nábytek se shání obtížněji, především ho můžeme získat včetně dobových doplňků ve starožitnictvích, kde lze najít mnoho krásných a zachovalých věcí často s vyšší cenou. Pokud se rozhodneme pro možnost vybavit interiér retro nábytkem v moderní úpravě, lze najít již řadu firem, jak uvádíme v práci, které se zaměřují na tento typ nábytku. Pokud zvolíme vybavení interiéru moderním nábytkem, avšak chceme do interiéru vnést prvky Art Deco, dovybavíme ho retro doplňky v tomto stylu – závěsy, koberce, sošky, zrcadla či lampy. Ať již zvolíme jakoukoliv variantu, je dobré dát do celého pokoje nábytek ve stejném barevném odstínu, takže je vhodné vybavit pokoj jednorázovým nákupem a barvu zvolit podle světlosti a velikosti místnosti.

Obrázek 12: Art Deco obývací pokoj



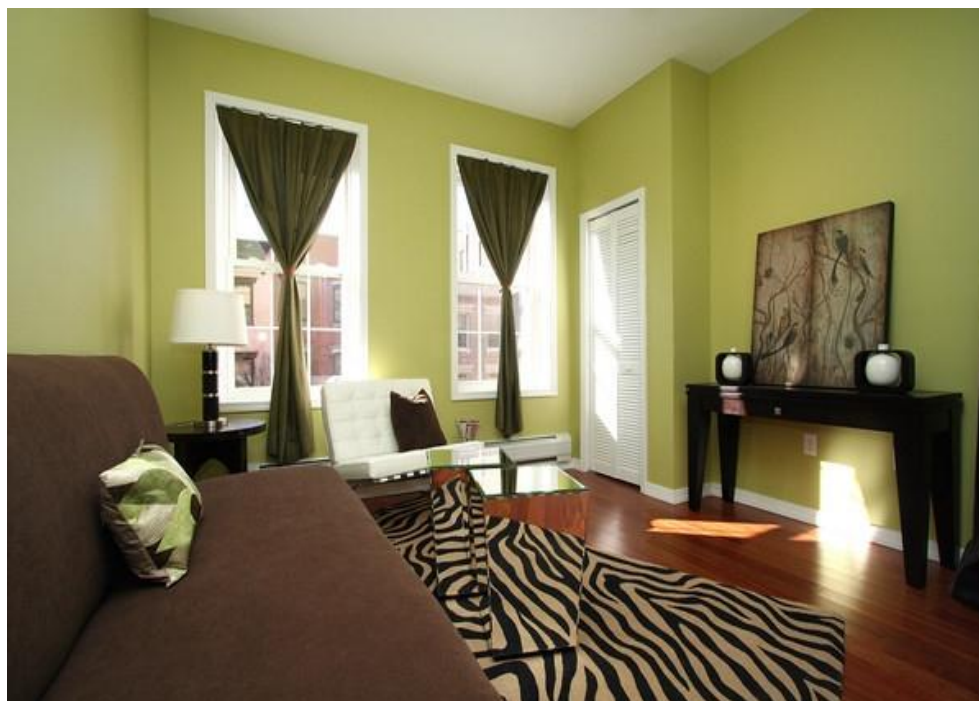
Zdroj: SÝKOROVÁ, L. *Interiéry ve stylu Art Deco*. [online]. © 27.10.2010. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z:<http://www.living.cz/tipy-a-trendy/interiery-ve-stylu-art-deco.html>

Obrázek 13: Ložnice ve stylu Art Deco



Zdroj: ROLLKO, N.A. *Inspirativní a módní Art Deco*. [online]. 18.1.2010. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z:<http://www.zivotnistyl.cz/clanky/bydleni/1153/inspirativni-a-modni-art-deco.html>

Obrázek 14: Pokoj ve stylu Art Deco



Zdroj: BEŠČECOVÁ, K. *Luxusní Art Deco v interiéru*. [online]. © 13.9.2011. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.living.cz/galerie/luxusni-art-deco-v-interieru/1.html>

Obrázek 15: Art Deco jídelna



Zdroj: *Transylvania nábytek*. [online]. © 2013. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.transylvaniana-nabytek.cz/content/jidelna-art-deco-868-01>

Obrázek 16: Koupelna ve stylu Art Deco



Zdroj: *Art Deco koupelny pro vaši inspiraci*. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.stylainterier.cz/clanky/art-deco-koupelny-pro-vasi-inspiraci>

Příloha D – Inspirace Art Deco stylem v současnosti

Obrázek 17: Callas Café & Restaurant, Budapešť



Zdroj: *Wine and dine: David Collins*. [online]. 3.2.2009. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://paloma81.blogspot.cz/2009/02/wining-and-dining-david-collins.html>

Obrázek 18: Logo Biba: John McConnel



Zdroj: *Wikipedia*. [online]. © 14.10.2012. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Biba-logo.jpg>

Obrázek 19: ARMANI/CASA



Zdroj: *ARMANI CASA, Italy*. [online]. © 2013. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z:
<http://www.globalvillagedirectory.info/Italy/Milan/Armani-Casa.aspx>

Obrázek 20: Restaurace La Rotonde hotelu Radisson Blu Alcron Praha



Zdroj: *Hotel Radisson Blu Alcron, Nové Město – Praha 2*. [online]. © 2013. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z:
<http://cz.prague-stay.com/img/2487/2/false/Alcron-Hotel-La-Rotonde-restaurant.jpg>

Příloha E – Příklady stylu Art Deco ve 20. a 30. letech

Obrázek 21: Chrysler building



Zdroj: *Chrysler building – top*. [online]. © 4.4.2007. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Chrysler_building-_top.jpg

Obrázek 22: Dveře výtahu v mrakodrapu Chrysler



Zdroj: *Ney York daily photo*. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.newyorkdailyphoto.com/nydppress/wp-content/uploads/2007/02/GoingUp1.jpg>

Obrázek 23: Nábytku ve stylu Art Deco, kolem roku 1930



Zdroj: *Three piece suite*. [online]. © 2012. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.hickmet.com/period-furniture/furniture/three-piece-suite>

Obrázek 24: Bronzová soška tanečnice, Josef Lorenzl



Zdroj: *Tambourine dancer*. [online]. © 2012. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.hickmet.com/antique-sculpture/art-deco/lorenz1-3809-tambourine-dancer>

Obrázek 25: Hodiny ve stylu Art Deco



Zdroj: *Hodiny, Art Deco*. [online]. © 2003 – 2012. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.eantik.cz/cz/detail.aspx?did=1693>

Obrázek 26: Lampa s motivem Egypta



Zdroj: *Canonbury antiques*. [online]. © 2013. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.canonburyantiques.com/cs/lamps-and-lighting/1/>

Obrázek 27: Kávový set z chromu



Zdroj: *Royal Rochester Art Deco perculator coffee set with tray*. [online]. © 2013. [cit. 2013-01-18].
Dostupné z: <http://www.antiquehelper.com/item/337291>

Obrázek 28: Ilustrace pro Gazette Du Bon Ton, Georges Barbier



Zdroj: *Incantation, Illustration for 'Gazette Du Bon Ton', 1922 (Pochoir Print)*. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: http://www.allposters.cz/-sp/Incantation-Illustration-for-Gazette-Du-Bon-Ton-1922-Pochoir-Print-Plakaty_i9050500_.htm

Příloha F – Kávovar Moka Express – Společnost BIALETTI

Jako příklad nadčasovosti stylu Art Deco a užití *stylingu* uvádíme kávovar *Moka Express* společnosti *Bialetti*, která se utvářela během 20. let minulého století. Její kávovar *Moka Express* ve stylu Art Deco přetrval ve své podobě až do dnešní doby.

Firma *Bialetti* vznikla v roce 1919, kdy Alfonso Bialetti otevřel dílnu na výrobu polotovarů z hliníku. Krátce po té došlo na transformaci dílny na studio pro navrhování a výrobu hotových výrobků pro konečné zákazníky. V roce 1933 Alfonso Bialetti přišel na trh s kávovarem *Moka Express* vyrobeným z hliníku a černého plastu. Zpočátku se vyráběl ručně, po roce 1945 sériově. Jeho design ve stylu Art Deco způsobil revoluční změnu v přípravě domácí kávy. Díky tomu kávovar Moka Express postavil základ moka kávovarům a společnost se stala jednou z předních italských výrobců kávovarů. Do širokého povědomí se značka *Bialetti* dostala v roce 1950, prostřednictvím značné investice do reklamy. V reklamách se začal objevovat obraz „malého muže s knírkem“, který byl vytvořen v roce 1950 Paulem Campanim. Tato postava se stala jejím symbolem a je stále součástí ochranné známky. Od počátku 50. let do konce 20. století *Bialetti* vyrobila více než 200 milionů kávovarů. O kvalitě této značky hovoří to, že hliníkový kávovar Moka Express přežil až do dnešního dne v takřka nezměněné podobě a také to, že se dá říct, že kávovary *Bialetti* jsou součástí téměř každé italské rodiny. To potvrzuje tradici, která se promítá do budoucnosti s cílem kladoucím důraz na kvalitu a garanci spotřebitelům. Díky úspěšné kombinaci technické a stylistické inovace s vynikajícím poměrem cena a kvalita se ustanovila značka uznávaná v Itálii i ve světě. Model *Moka Express* není dnes již jen kávovarem, stal se skutečným fenoménem průmyslového designu, ale i kultovním předmětem, který je neodmyslitelnou součástí italské historie schopným zajistit miliónům spotřebitelů chuť velkého italského espressa. „*Dodnes se vyrábí ve své nezměněné osmihranné formě stylu Art Deco a staly se nejtypičtějším z italských předmětů v domácnosti.*“¹⁶⁹

I originální *Moka Express* prochází inovacemi. Estetická transformace je zaznamenána v hladší linii rukojeti, horního uzávěru, v elegantní lesklém provedení a větší viditelnosti postavičky muže s knírem. Funkční vývoj zlepšuje ergonomii a zaručuje vysokou kvalitu a bezpečnost. Existuje mnoho následovníků, kteří vyrábějí

¹⁶⁹ HAUFFE, T. *Design*. 1.vyd. Brno: Computer Press, 2004. s. 92. ISBN 80-251-0284-X.

stejně nebo podobné kávovary jako *Bialetti*, ale pouze ty, na nichž je vyobrazena postava panáčka, jsou ty pravé, originální. Dnešní nabídka *Bialetti* kávovarů obsahuje jak kávovary hliníkové, tak nerezové. V současnosti je *Bialetti Industrie SpA* předním italským výrobcem a hlavním provozovatelem na mezinárodních trzích se značkou, která je uznána jako synonymum pro „Made in Italy kvalitě“. Vyznačuje se vysokou inovací, používáním nových materiálů a technologií. Čerpá ze schopnosti sdružovat tradiční hodnoty svých výrobků, jakými je kvalita, trvanlivost, design a bezpečnost, jako součást strategického plánu společenské a environmentální odpovědnosti, která je dobře vyjádřena v jejich filozofii: „větší hodnotu do každodenního života“. Vedle původního typu *Moka Express* byly představeny modely s novými návrhy a různých funkcí, vždy ale se stejnými vlastnostmi jako legendární *Moka Express*. Díky tomuto příkladu jsme dokázali, že přes širokou a rozmanitou nabídku modelů *Bialetti Industrie* kombinuje stále tradici s moderními potřebami.

Obrázek 29: Dvě generace Moka Express – 1930, 1950



Zdroj: SCHNAPP, T. J. *The Romance of Caffeine and Aluminium*. [online]. © 21.1.2011 [cit 2013-02-12].
Dostupné z: <http://ebookbrowse.com/the-romance-of-caffeine-and-aluminum-pdf-d54712869>

Obrázek 30: Klasický kávovar Moka Express Bialetti



Zdroj: *Kávovar Moka Express*. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.bialetti-kavovary.cz/hlinikove-kavovary/moka-express.asp>

Obrázek 31: Kávovar Moka Limited Edition



Limitovaná edice má proti běžnému Moka Express kávovaru v rukojeti kovový nápis Bialetti a v kovovém zakončení čepičky víčka kávovaru.

Zdroj: *Kávovar Moka Limited Edition*. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.bialetti-kavovary.cz/hlinikove-kavovary/moka-limited-edition.asp>

Obrázek 32: Kávovar Brikka Elite



Průhledné víko umožňuje nahlížet do kávovaru Brikka New pro přípravu espressa.

Zdroj: *Kávovar Brikka Elite*. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.bialetti-kavovary.cz/hlinikove-kavovary/brikka-elite.asp>

Obrázek 33: Kávovar Cuor di Moka



Zdroj: *Kávovar Cuor di Moka*. [online]. [cit. 2013-01-18]. Dostupné z: <http://www.bialetti-kavovary.cz/hlinikove-kavovary/cuor-di-moka.asp>

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Michaela Peerová

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: kombinované studium

Název práce: Vizuální podoba interiéru jako výraz hodnotové orientace doby – Art Deco

Rok: 2013

Počet stran textu bez příloh: 95

Celkový počet stran příloh: 32

Počet titulů českých použitých zdrojů: 35

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 2

Počet internetových zdrojů: 30

Počet ostatních zdrojů: 1

Vedoucí práce: PhDr. Soňa Štroblová