

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
Katolická teologická fakulta
Ústav dějin křesťanského umění
Dějiny křesťanského umění

Bc. Klára Žaludová

Diplomová práce

Řeč světla ve veřejném prostoru

Vedoucí práce: Mgr. Milan Pech

2011

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci s názvem Řeč světla ve veřejném prostoru napsala samostatně a výhradně s použitím uvedených pramenů a literatury a že jsem ji nevyužila k získání jiného nebo stejného titulu.
Souhlasím s tím, aby práce byla zveřejněna pro účely výzkumu a soukromého studia.

V Praze dne 27.4. 2011

Klára Žaludová

Děkuji svému vedoucímu práce Milanu Pechovi, Viktoru Čechovi a ostatním za cenné rady. Své rodině a Michalu Mariánkovi za podporu.

BIBLIOGRAFICKÁ CITACE

Řeč světla ve veřejném prostoru: diplomová práce / Bc. Klára Žaludová; vedoucí práce: Mgr. Milan Pech. -- Praha, 2010. -- 71s.

ANOTACE

Diplomová práce se věnuje výzkumu v oblasti estetiky světla a uměleckých forem se světlem souvisejících. Zabývá se českou vizuální kulturou od dvacátých let do současnosti, se zvláštním důrazem na padesátá a šedesátá léta. Soustředí se přitom na problematiku umělého osvětlení, převážně neonového a jeho užití v moderní architektuře. Zaměřuje se na oblast propagace v kontextu československé dobové politické, hospodářské a kulturní situace a sleduje strategie, které tuto oblast v průběhu času ovlivňovaly. Diplomová práce dále zkoumá jak užité, tak také volné umělecké realizace, které autorka pokládá za podstatné pro vnímání podoby moderního a současného města v jeho úplnosti.

KLÍČOVÁ SLOVA

Neon, reklama, světlo, architektura, světelné objekty, dvacáté století, české umění

ANNOTATION

Language of light in the public space

The thesis examines the area of the aesthetics of light and the art forms in the modern city, especially in the Czech visual culture in the 20th century. It focuses deeply on the fifties and sixties in Czechoslovakia. It also deals with the artificial light problematics, particularly with neon and its usage in modern architecture. The neon advertisement is researched in a political, economical and cultural context of formal Czechoslovakia.. The thesis shows different strategies, that influenced Czechoslovak advertising that time. Author is interested in both applied and fine art realizations, which she finds important for understanding our perception of modern and contemporary cities.

KEY WORDS

Neon, advertisement, light, architecture, light objects, 20th century, Czech art

Počet znaků (včetně mezer): 193 812

OBSAH

	ÚVOD.....	7
	PŘEHLED LITERATURY.....	9
1	VÝVOJ SVĚTELNÉHO ŘEŠENÍ ČESKÉ MODERNÍ ARCHITEKTURY....	10
	1.1 Denní světlo v architektuře.....	13
	1.2 Umělé světlo v architektuře.....	15
	1.2.1 Miloslav Prokop.....	18
2	SVĚTELNÉ REKLAMY A OBJEKTY V DVACÁTÝCH A TŘICÁTÝCH LETECH.....	20
	2.1 Světla velkoměsta a estetika avantgardy.....	20
	2.2 Vývoj světelné reklamy.....	21
	2.2.1 Konvenční osvětlení.....	21
	2.2.2 Neon.....	24
	2.2.3 Dobová technologie a praxe.....	25
	2.2.4 Světlo prodává.....	26
	2.2.5 Barvy, ztemňování a pohyb neonů.....	29
	2.3 Umělci pracující se světlem.....	30
	2.3.1 Světelná reklama jako umění.....	30
	2.3.2 Světlo ve volné umělecké tvorbě.....	32
3	OSVĚTLENÍ PRAHY PO DRUHÉ SVĚTOVÉ VÁLCE.....	36
4	PADESÁTÁ LÉTA.....	38
	4.1 Vývoj osvětlovací techniky.....	38
	4.2 Reklama a dobová ideologie.....	38
	4.3 Vývoj světelné reklamy v podmínkách socialistického Československa.....	39
	4.4 Výroba a realizace.....	40
	4.5 Grafické zpracování neonových reklam a barva.....	42
	4.6 Vztah k architektuře a umístění.....	43
	4.7 Po Expu 58 v Bruselu.....	44
	4.8 Československá republika-konkrétní realizace.....	45
	4.9 Zahraničí.....	47
	4.9.1 Srovnávání se zahraničím.....	47
	4.9.2 Hodnocení českých světelných reklam v zahraničí.....	48
	4.9.3 Dobový pohled na zahraniční světelné reklamy.....	48

5	ŠEDESÁTÁ LÉTA.....	52
	5.1 Vývoj techniky osvětlení.....	52
	5.2 Strategie oslovení zákazníka.....	54
	5.3 Československá socialistická republika – konkrétní realizace.....	54
	5.4 Zahraničí.....	55
6	SEDMDESÁTÁ A OSMDESÁTÁ LÉTA.....	58
	6.1 Obecná situace osvětlení.....	58
	6.2 Nové strategie a formy propagace.....	58
	6.3 Výstava světelné reklamy v Moskvě.....	60
	6.4 Neonová reklama.....	60
	6.5 Zahraničí.....	62
7	VOLNÉ UMĚNÍ POVÁLEČNÉ.....	64
	7.1 Zahraniční vlivy.....	64
	7.2 Vývoj v ČSSR.....	66
	ZÁVĚR.....	70
	OBRAZOVÁ PŘÍLOHA.....	72
	SEZNAM VYOBRAZENÍ.....	107
	SEZNAM CITOVANÉ LITERATURY.....	112
	SEZNAM POUŽITÝCH PRAMENŮ A LITERATURY.....	116

ÚVOD

Ve své diplomové práci jsem se zaměřila na problematiku světelných reklam od dvacátých let dvacátého století do současnosti na území bývalého Československa (respektive České republiky). Kladu v ní největší důraz na neonovou reklamu. Tento druh světelné reklamy se pokouším začlenit do širšího dobového kontextu. Poukazuji na význam světelných a zvláště neonových reklam pro architekturu měst a zároveň se snažím přiblížit je jako významné inspirační zdroje volného umění. Vzhledem k tomu, že se ve sledovaném období proměňoval pohled na roli a význam reklamy, pokouším se popsat i tyto proměny.

V diplomové práci nejprve poukazuji na důležitost světelných reklam a objektů pro celkový vzhled veřejného prostoru. V meziválečném období byly noční ulice plné neonů a prosvětlených budov. Neony, a světlo vůbec, se tehdy staly výrazným estetickým prvkem prvorepublikových měst. Především v architektuře hrálo osvětlení budov a vhodné umístění světelných reklam důležitou roli. Proto v této části své práce popisuji různé druhy osvětlení a také osvětlovací techniku interiérů a její vývoj. Část týkající se architektury jsem rozdělila na dva oddíly. V prvním se zaměřuji především na práci s denním světlem a v druhém na práci se světlem umělým. Následně se věnuji světelným reklamám, kde popisuji jejich technický a výtvarný vývoj včetně popisu a rozboru jejich barevných a pohybových možností. Současně zde sleduji dobovou podnikatelskou strategii propagace. V závěru této části své diplomové práce se soustředím na meziválečné období s poukazem na význam světelné reklamy pro tehdejší uměleckou tvorbu, jejíž nedílným prvkem se stal světelný objekt. V případě architektury, samostatné reklamy i uměleckých světelných objektů se pokouším různé varianty a možnosti popsat na konkrétních příkladech.

Ve zcela odlišné situaci se ocitla světelná neonová reklama v období padesátých a šedesátých let, v době komunistického Československa. Tehdejší ekonomická, hospodářská a politická reorganizace státu vedla situaci, jenž úzce souvisela s vývojem tohoto uměleckoprůmyslového odvětví u nás. Pokouším se zde prostřednictvím názorů současníků o pochopení doby, kdy tyto reklamy vznikaly. Popisuji vývoj osvětlení ulic od druhé světové války až k devadesátým letům, protože veřejné osvětlení je jedním z dalších faktorů, které světelnou neonovou reklamu ovlivňují. Část diplomové práce se věnuje vývoji osvětlovací techniky obecně a její výrobě. Poukazuji zde na vlivy dobové ideologie v propagaci a na různé strategie ideálního ztvárnění reklamy. Dále se zabývám grafickým a barevným zpracováním neonových reklam a úlohou tehdejšího návrháře. Popisuji zde nové pohledy a

strategie umístování neonových reklam na architekturu a zmiňuji také pro tu dobu zásadní konference, výstavy a veletrhy, které se úzce váží i k otázce zahraničních vztahů a reflexí. Pro dokreslení dobové situace uvádím pouze jako názorný příklad známé umělce pracující se světlem.

V závěru své práce shrnuji posun, který nastal ve vnímání světelné neonové reklamy v České republice a poukazuji na různá nová východiska a varianty práce se světlem v umělecké oblasti. V této práci nebylo cílem vytvořit úplný souhrn uměleckých objektů pracujících s neonem a neonovými reklamami v České republice. Důraz jsem dala na posun a ideologické změny, které ovlivnily i veškeré zpracování neonů té které doby.

PŘEHLED LITERATURY

Ve své práci jsem čerpala podněty z obsáhlé publikace z roku 2003 „Ejhle světlo“, která shrnuje a zabývá se rolí světla v historických souvislostech a poukazuje na důležitou roli světla v umění jak v dávné, tak i blízké minulosti. Velmi důležitou pro pochopení smýšlení a pohledu na světelnou reklamu dvacátých a třicátých let pro mne byla kniha „Kinetismus“ od Zdeňka Pešánka z roku 1941. Díky Pešánkovi širokému poli zájmu v oblasti umění i běžné reklamy, přináší tato kniha cenné informace o dobovém vnímání světelné reklamy a umění pracujících se světlem. Dále bych zmínila sborník „Světelná technika“ z roku 1955 od designera a světelného technika Miloslava Prokopa. Je zajímavým dokladem doby o aktuálních technikách výroby a typech osvětlení venkovního a vnitřního. Velmi inspirativní pro mne byla kniha od Jaroslava Anděla „Nová vize, avantgardní architektura v avantgardní fotografii: Československo 1918-1938.“ Obsahuje většinou cenné dobové fotografie míst a budov o kterých se zde zmiňuji.

Vzhledem k tomu, že největší část mé práce je věnována období padesátých až osmdesátých let v České republice, tehdejší Československé a od roku 1960 Československé socialistické republice, inspirací pro mne byla výstava Bruselský sen, která probíhala od května do září roku 2008 v GHMP v Městské knihovně. K této výstavě byl také vydán obsáhlý katalog, se kterým jsem pracovala. Nalezneme v něm studie zabývající se oblastí designu a všech druhů volného umění s přesahy do dobových hospodářských a politických otázek, čímž vytváří ucelený pohled na tehdejší společnost, především na každodenní život běžného člověka. Největším zdrojem informací pro mne však byly dobové články z časopisu Reklama, přejmenovaného v roce 1963 na Propagace.

Další, velmi přínosnou publikací pro mne bylo „Osvětlení Prahy, proměny sedmi století“ od Ladislava Monzra, který v ní prochází dlouhou historií veřejného osvětlení v Praze s reflexí dobových poměrů a situace. Ladislav Monzer nebyl jen teoretikem, ale i osvětlovacím technikem, tudíž informace uvedené v této knize jsou komplexním ohodnocením situace osvětlení. Podobně je zaměřen i odborný článek od Jitky Lněničkové „Neony začínají zářit do noci“ z roku 2006. Vytvořila v něm stručný přehled historického vývoje druhů a typů osvětlovacích těles.

1. VÝVOJ SVĚTELNÉHO ŘEŠENÍ ČESKÉ MODERNÍ ARCHITEKTURY

V této kapitole nejprve poukazuji na dobový pohled na světlo v architektuře obecně. Dále jsem ji rozdělila na dvě základní části podle přístupu a zdroje světla. Za prvé se jedná o realizace, kde byla na prvním místě práce s denním světlem. Přístup autorů u uvedených příkladů staveb spočíval v jejich zájmu o co největší prosvětlení interiérů. V druhé části jde o ukázky využití různých typů umělého osvětlení. U těchto realizací šlo autorům především o aktivní přístup k práci se světlem, umožňující stavbám vstupovat výrazněji do vnějšího prostoru.

Pro meziválečnou architekturu, především pro funkcionalistické stavby, byl problém světla jedním z nejdiskutovanějších. V těchto dvou desetiletích se v tvorbě avantgardních architektů, díky prohlubování zájmu, chápání světla a osvětlení velmi proměnilo. Elektrické světlo ovlivňovalo jak podobu jednotlivých staveb a městských interiérů, tak i celkový životní styl. Zájem o umělé osvětlení velmi úzce souvisel s ideou technického pokroku.¹ Ve dvacátých a třicátých letech bylo pro většinu architektů běžné vypracovávat návrhy staveb s denním i nočním pohledem, na kterém bylo vidět, jak architektura svítí a zároveň jak působí svým světlem na okolí. Často bylo v tomto případě používáno stříkání temperových barev na černý papír. Jsou dochovány např. u návrhů světelných reklam od Zdeňka Pešánka.²

Již na počátku třicátých let dvacátého století musela instalace reklamních a dekoračních svíticích trubice odpovídat elektrotechnickým předpisům a jejich použití na fasádách bylo vázáno také na stavební povolení. Zde sehrálo roli i to, že například v Praze bylo použití neonových výbojek na historických budovách limitováno přísnými předpisy a velké neonové reklamy byly povolovány zpravidla jen na nových stavbách. Nástup neonového osvětlení šel tak v československých městech současně s nástupem funkcionalistické architektury, jejíž čisté linie večer zpravidla rozzářily barevné světelné trubice obchodů, restaurací a dalších podniků.³ Můžeme si klást otázku, zda i neonové světelné reklamy jsou součástí architektury, a nebo zda se jedná pouze o ozdobu dočasně umístěnou na budově. Neony nám však určují ve večerních a nočních hodinách vzhled budov, ulic a celých měst. [1] Staly se součástí hmoty a prostoru domů. Staly se součástí urbanistických celků a mělo by jít tedy o architekturu.⁴

¹ VÍTEČKOVÁ 2003, 323

² ZEMÁNEK 1998, 152

³ LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

⁴ ZISS 2002, 100

Na nové architektuře ztvárňovali různé názory a různé pohledy na její funkci. Zastánci vědeckého funkcionalismu přisoudili světlu pouze hygienickou úlohu, která souvisela s programem sociální reformy. Skupina architektů kolem teoretika Karla Teigeho a Jana Gillara přistoupila k tomuto názoru nejdůsledněji. Proti vědeckému pojetí stáli architekti, kteří povýšili světlo na duchovní médium. Architektura pro ně byla stále především uměleckou tvorbou a světlo užívali čistě z estetického důvodu, pro zvýšení emotivní stránky. Patřili mezi ně architekti, kteří navrhovali především sakrální stavby, krematoria a památníky.⁵ Ať již byl přístup architektů k osvětlení jakýkoliv, v projekční praxi vyvstala potřeba užší spolupráce architektů s vědeckými specialisty, kteří by měli zároveň možnost ovlivňovat průmyslovou produkci. Bylo třeba nových materiálů, konstrukcí a progresivnějších urbanistických zásad. Nejvýznamnějším českým odborníkem na umělé osvětlení, kterým se níže zabývám podrobněji, byl Miloslav Prokop, vědec, designér a manažer v jedné osobě.⁶

Zásadní dobou pro pochopení světové architektonické moderní tvorby byl přelom let 1924 a 1925. Tehdy proběhl v Praze a Brně cyklus přednášek, kterého se účastnili přední světoví, ale i čeští architekti. Hlavními tématy byli hygiena, světlo a umělé osvětlení ve výstavbě a nové zásady urbanismu ovlivněné nejnovějšími lékařskými výzkumy. Byla zdůrazňována potřeba světla, podle které se měly řídit i zásady vnitřních zařízení.⁷ Celý tento cyklus přednášek byl zaměřen čistě na vědecký funkcionalismus. O estetický a emotivní pohled se nikdo z přítomných v zásadě nezajímal. Největšími zastánci vědeckého přístupu byli Karel Teige a architekti z jeho okruhu. Podle jejich názoru měl tvůrce co nejvíce potlačit estetickou a uměleckou složku. Architektura měla být nahrazena stavěním a z architekta se měl stát specialista na organizaci. V českém prostředí se stalo spojení architektury a vědy částečně také katalyzátorem pro radikálně marxistický společenský postoj.⁸ Ve zmíněném cyklu přednášek tedy bylo světlo diskutováno především jen jako hygienický a zdravý potřebný prostředek. Lidé byli přesvědčeni o léčivých a dezinfekčních účincích paprsků slunce. Na roveň slunečnímu či dennímu světlu byla postavena i potřeba dostatečného přístupu vzduchu a zeleně do architektury. V tomto ohledu se stal skutečným reformátorem architekt Le Corbusier, který byl tehdy i na zmíněném cyklu přednášek přítomen. Díky jeho stavbám ze železobetonových konstrukcí, které dovolovaly zvětšovat okna a lodžie, měl člověk větší přístup ke světlu a vzduchu. Na střeších jeho budov měli vznikat sluneční

⁵ SEDLÁK 2003, 311-312

⁶ PAULY 2001, 16

⁷ SEDLÁK 2003, 311

⁸ ŠVÁCHA 2000, 99-100

lázň. Le Corbusierovy zásady ovlivnily během druhé půlky dvacátých let takřka celou architektonickou avantgardu.⁹

Důležitým inspiračním zdrojem v dobovém středoevropském prostředí byl okruh berlínských expresionistických umělců, komunikujících řetězovými dopisy, takzvané Glasserne Kette, do které spadala i řada architektů. Spjovala je idea oproštění se od přízemních tlaků a čistého racionalismu a touha po architektuře jako čistém umění s ideálními cíli. Komunikace mezi takto smýšlejícími umělci započala někdy kolem roku 1919 a to z podnětu architekta Bruno Tauta. Snažili se vymezovat k tradiční akademické architektuře a vytvářet nové formy inspirované přírodou. Ať již konkrétní nákresy budov, tak i básně a malby byly prochnuty tématem skleněného paláce, kde by se člověk stal součástí celého tohoto organismu. Důležitou se v těchto vizích stala myšlenka prosklených podlah, stropů a stěn, kde byla samozřejmě role světla a jeho povznášejících účinků jedna z nejzásadnějších. Vznikla spousta krásných, někdy na tu dobu příliš utopických návrhů, které byly realizovány jen vyjíměčně. Uvedla bych příklad architekta Ericha Mendelsohna, který také začínal kreslenými fantaziemi staveb, přes které se postupně dopracovával ke svým většinou železobetonovým realizacím. Jednou z jeho budov, která díky svému prosklení pracovala nejen s denním světlem, ale také s intenzivním nočním zvýrazněním neonů byl obchodní dům Schocken ve Stuttgartu z let 1926-1928.¹⁰ Ve všech jeho návrzích staveb i realizacích byla velmi řešena otázka denního světla, ale neonové osvětlení a reklamy které byly součástí většiny, dodávali těmto budovám ještě intenzivnějšího účinku a lesku. Mendlson byl činný po celém světě, v letech 1932-1933 postavil v Ostravě pětipatrový obchodní dům Bachner u něhož můžeme sledovat jak významná byla role neonové výzdoby v celkovém výrazu stavby.

Další významnou postavou z okruhu Glasserne Kette, vytvářející i architektonické návrhy, navíc úzce spojena a inspirována českým prostředím byl německý Čech Wenzel Hablik. Světlo hrálo v jeho malbách a návrzích architektury velmi významnou roli. Vše bylo plné fantaskních vizí inspirovaných tvary pravidelných krystalů. Obrazy i utopické návrhy staveb provázela touha po nových možnostech. Vznikly studie monumentálních klidných budov prochnutých symbolikou krystalu a světla. Jimi se zařadil mezi významné osobnosti expresionistické architektury. Tyto jeho projekty kříšťálových staveb byly však natolik extravagantní a nadčasové, že k žádné realizaci nedošlo. Ve svých návrzích interiérů pracoval se stejnými utopickými vizemi jako u celkových koncepcí budov. Každá část prostoru, i

⁹ ŠVÁCHA 1989, 45-47.

¹⁰ GÖSSEL / LEUTHÄUSEROVÁ 2003 – Peter GÖSSEL / Gabriele LEUTHÄUSEROVÁ: Architektura 20. století. Praha 2003. 117 - 134

dekorace, ale především lustry a lampy, tedy otázka osvětlení, byly součástí komplexního uměleckého díla, ve kterém se odrážely i dobové myšlenky Bauhausu.¹¹

Pro meziválečnou architekturu v Čechách byl nezanedbatelným vlivem škola Bauhaus, která významně figurovala na poli architektury, designu, typografie a divadelní scénografie mezi lety 1919-1933. Revoluční přínos měla především z hlediska propojení umění s technicky orientovanými obory. S touto školou bylo spojeno mnoho slavných osobností, které výrazně proměnili tvář všech výše zmíněných oblastí, především průmyslového designu a architektury. Jistým manifestem funkcionalismu byly samy budovy Bauhausu v Desavě, které navrhl přímo tehdejší ředitel Walter Gropius. Hmota byla rozčleněna do tří křídel a velké prosklené fasády ukazovaly na to, že v celkovém plánu byl na osvětlení kladen velký důraz. U této budovy se podařilo sladit jak výtvarné umění, tak i mobiliář a osvětlení.¹²

1.1 Denní světlo v architektuře

Jedním z nejvýznamnějších českých funkcionalistů, který se zabýval vědeckými analýzami osvětlení, byl Jan Gillar. V letech 1932-1934 vypracoval vítězný soutěžní návrh a poté realizoval Francouzskou školu v Praze-Dejvicích.¹³ Celý projekt byl provázen heslem Lux. Ve svých stavebních plánech dokonce i měřil a vykreslil diagram dopadu slunečních paprsků ve všech ročních obdobích přímo pro Prahu. Chtěl dospět k optimálnímu oslunění všech učeben a prostor. Jako jeden z prvních používal v praxi diagramy slunečního osvětlení a stínové vějíře, které byly běžnou součástí výkresů žáků Bauhausu.¹⁴

Architektem, zastávajícím se naopak emocionálního funkcionalismu, byl Bohuslav Fuchs. Pojímal architekturu jako umění. Jeho přístup byl estetický a tudíž odlišný od osobností z okruhu kolem Karla Teigehe. Fuchs většinu svých budov vytvořil v Brně. Jeho nejvýznamnějším dílem je hotel Avion právě zde: „V hotelové kavárně vytvořil prostorové kontinuum, procházející přes dvě patra a členěné vertikálně třemi galeriemi, nabízelo návštěvníkovi proměnlivé konfigurace hmot, prostorové průhledy a světelné efekty. Světlu nebyla tenkrát svěřena jen role funkčního a hygienického prostředku, ale výrazným způsobem utvářelo prostor. Kombinací bočního a horního osvětlení, denního a umělého světla, intenzivního osvětlení a světla tlumeného skleněnými tvárniciemi, světla násobeného zrcadly a modulovaného barvou stěn nastolil architekt výjimečné prostředí mimořádných estetických a

¹¹ POLÁČEK 2007, <http://www.nekultura.cz/vytvarne-umeni-profilu/slepe-skvrny-ceske-kunsthistorie-iv-wenzel-hablik.html>

¹² KRATOCHVÍL 2009, <http://www.archiweb.cz/buildings.php?&action=show&id=66>

¹³ ANDĚL 2005, 149

¹⁴ SEDLÁK 2003, 312

emotivních kvalit.“¹⁵ Hotel Avion se stal inspirací pro mnohé architekty, mezi nimi i pro Pavla Janáka u funkcionalistického hotelu Juliš [2] na Václavském náměstí v Praze z let 1931-1933.¹⁶ Obě kavárny měly obdobné situování a dispozice. Průčelí zde tvořilo velké okno, které umožňovalo intenzivní prosvětlení interiéru.¹⁷ Dalším z architektů, který čerpal z Fuchsovy tvorby, byl Josef Kranz, který ke konci dvacátých let navrhl a postavil kavárnu Era v Černých Polích. Byla projektovaná jako jednoúčelová budova, což nebylo běžné. Asymetrická kompozice průčelí podtrhovala reklamní nápis zdůrazňující typografický prvek a lyrický charakter interiéru.¹⁸ Další jeho stavba, kino Avia v Černovicích [3], byla oslavou moderního života a svou jemnou hrou světla a stínů na rovných a zakřivených plochách v průčelí ukazovala paralely k dílu Le Corbusiera.¹⁹ U obou staveb šlo Josefu Kranzovi především o vytvoření intimního a lidského prostředí skrze různé způsoby aplikování světla.²⁰

Při řešení osvětlení krematorií, památníků a sakrálních staveb se funkcionalističtí architekti potýkali především s otázkou duchovního aspektu světla. U obřadní síně na Ústředním hřbitově v Brně, kterou navrhovali architekti Fuchs a Polášek v polovině dvacátých let, se přes všechny počáteční obtíže podařilo navodit přesvědčivou smuteční atmosféru. Místo běžných oken zde užili skleněných cihel a umělé osvětlení připomínající hořící svíce. Při navrhování krematoria v Brně, které vzniklo ve stejné době jako Ústřední hřbitov, se jeho architekt Arnošt Wiesner nechal inspirovat starověkými stavbami. Jádrem budovy tvořilo atrium s valbovou střechou ze skla, kudy pronikalo dovnitř denní světlo. Tímto se měla rozplynout hranice mezi nebem a zemí.²¹

Další zajímavou sakrální stavbou, která kladla maximální důraz na způsob osvětlení byl Husův sbor v Praze na Vinohradech od Pavla Janáka. V tomto případě jde sice o duchovní stavbu, ale zároveň je typickým příkladem vědeckého funkcionalismu. Janák zde aplikoval prostředky industriální architektury, zvláště u speciálního osvětlení modlitebny a v kovovém schodišti v kampanile. Stavba byla kritizována za svůj exteriér, který působil díky použití nové stavební techniky, jako příliš průmyslový.²² Osvětlení mělo v celé stavbě vážnou roli. „Jedině světlo, povýšené na duchovní médium mohlo strohým geometrickým tvarům chrámových interiérů vtisknout potřebnou sakrálnost.“²³ Nejvyšších úspěchů v efektu

¹⁵ SEDLÁK 2003, 315

¹⁶ ANDĚL 2005, 180-181

¹⁷ ŠVÁCHA 1982, 520-521

¹⁸ ANDĚL 2005, 176-179

¹⁹ ANDĚL 2005, 94-100

²⁰ SEDLÁK 2003, 315

²¹ VEČEŘALOVÁ 1997, 85-87.

²² ANDĚL 2005, 217

²³ SEDLÁK 2003, 318.

osvětlení však docílil u církevních staveb Josef Gočár²⁴ se svým kostelem sv. Václava v Praze ve Vršovicích.[4] Jeho stavba z let 1927-1931 byla v Československu nejmodernějším katolickým chrámem meziválečného období. Gočár zde využil své znalosti osvětlení u jiných kostelů, především v Le Raincy u Paříže od Augusta Perreta.²⁵ Svatyně byla koncipována tak, že směrem k hlavnímu oltáři se prostor stupňovitě zvedal a zároveň vzrůstala i intenzita světla, která proudila do interiéru úzkými pásy oken ve střeše a velkými okny v presbytáři. V celém prostoru bylo cítit dokonalé světelné vyjádření: „Tato Gočárova myšlenka, jíž povýšil světlo na rozhodný tvárný prostředek, činí z prostoru přece svatyni, ač vůdčím je pojetí divadelní.“²⁶

Jako příklad ideálního spojení stavebních možností s duchovním obsahem byl Památník Tomáše Bati ve Zlíně z roku 1933.²⁷ Architekt František Lydie Gahura, dokázal vytvořit z tradičního železobetonového skeletu skleněný krystal.²⁸ Do interiéru intenzivně pronikalo průhlednými stěnami denní světlo.²⁹ „To vše ještě umocňovala číselná symbolika proporcí a členění monumentu.“³⁰ [5]

Další zajímavou stavbou ve které je role světla neodmyslitelná, je Národní památník na Žižkově, který byl v druhé polovině dvacátých let postaven architektem Janem Zázvorkou. Celá budova byla prostoupena dokonalou hrou denního světla. V této budově použil v mramorových obkladech jen několik barev, jako je bílá, šedá, zlatá, červená a bronzová. V každé síni pak uplatňoval symboliku těchto barevných vztahů a celý objekt byl prodchnut promyšlenou sadou světlíků rozložených v různých výškách. Tato světelná hra byla docílena především díky střídáním míst osvětlených intenzivně a míst osvětlených jen bronzovými svícný.³¹

1.2 Umělé světlo v architektuře

Intezita osvětlení za posledních sto let vzrostla desetinásobně. Pokud srovnáme elektrotechnické příručky ze začátku století a z třicátých let, je jasně vidět, jak za pouhých 30 let intenzivně stoupala. Elektřina ve zmíněné době trvale zlevňovala a politika první republiky

²⁴ KOTALÍK 2000, 66-67

²⁵ ANDĚL 2005, 210-217

²⁶ BENEŠOVÁ 1958, 30-31

²⁷ VŠETEČKA 2007b, 50-55

²⁸ VŠETEČKA 2007a, 38-47

²⁹ VŠETEČKA 2007b, 50-55

³⁰ SEDLÁK 2003, 316

³¹ VINŠOVÁ 2004, 48-49

docílila toho, že v třicátých letech dvacátého století byla takřka celá Česká republika, až na některé oblasti pohraničí, zelektrifikovány. Intenzitu osvětlení tehdy lidé vnímali mnohem citlivěji než dnes. Nyní je situace míry umělého osvětlení vnímána jako přehnaná a pocíťována jako nepříjemná. Již jsme se dotkli jisté kritické hranice a ve většině zemí a případů byla překročena.³² Dnes má osvětlení více než 60 různých norem. Jsou pečlivě rozříděny na osvětlení venkovní, osvětlení budov, osvětlení škol, dále také podle typologie měst a budov. Takřka všechny možnosti jsou popsány. Základ vznikl již za první republiky, kdy Elektrotechnický svaz československý začal vydávat první doporučené normy.³³

Domácí svítidla, ať již šlo o výrobu ze skla, kovu a nebo z lisovaných plastických hmot, byla již tehdy na relativně vysoké úrovni. Napomohli tomu především pokrokově orientované výrobní programy firem Inwald, Anýž, Napako a dalších. Stále byla také prováděna odborná kontrola Elektrotechnickým svazem pro všechna sériově vyráběná svítidla. Ze zahraničních výrobků to byly například PH-lampy z opálového skla, které zvolil v Čechách Ludwig Mies van der Rohe k osvětlení hlavní části vily Tugendhat v Brně.³⁴ Tato svítidla byla původně navržena v roce 1925 k osvětlení výstavní haly. Navrhl je v Kodani dánský designér a architekt Paul Hennings. Světlo z těchto žárovek proudilo odrazem díky čtyřem stínítkům, kdy jedno bylo téměř rovné a tři segmentové.³⁵ Konstrukce a technické vlastnosti těchto svítidel byly tehdy stejně revoluční, jako Miesův princip otevřeného prostoru. Světlo z žárovky putovalo odrazem a tudíž neoslňovalo a dokonce se dala kontrolovat i kvalita světla.³⁶ Počátkem dvacátých let se začaly prosazovat při osvětlování plášťů budov a při dekorativním osvětlování interiérů veřejných místností, barevně svítící trubice plněné inertními plyny. Třicátá léta již byla dobou velkého nárůstu používání tohoto neonového osvětlení v architektuře. Stalo se velmi oblíbené také díky své variabilitě barev a tvarů a výborně dotvářelo noční image budov. Jedním z typických příkladů užití neonového osvětlení v interiéru je První moravská spořitelna v Brně, postavená v let 1937-1939 Josefem Poláškem a jeho spolupracovníky. Neonové trubice, které měly barevně namíchané světlo, byly kryty půlválcovými opály. Jimi bylo docíleno jednotného intenzivního světla, které nedráždilo oči. Toto osvětlení nahradilo lustry v hlavní dvoraně, vstupních halách a dokonce i zasedacích síních.³⁷

³² VINŠOVÁ 2004, 46-47

³³ VINŠOVÁ 2004, 46-47

³⁴ ANDĚL 2005, 196-206

³⁵ SEDLÁK 2003, 319

³⁶ KREJČÍ 1997, 34-35.

³⁷ SEDLÁK 2003, 319

Velmi zajímavým byl pavilo Elektrických podniků na Výstavě severních čech v Mladé Boleslavi. Tento projekt z let 1926-1927 od architekta Jiřího Krohy měl z jedné strany zvláštní, žárovkami prozářený trojoblouk. [6]

Dalším zajímavým příkladem použití světla v architektuře je návrh Osvobozeného divadla z roku 1927, jehož tvůrcem byl Josef Chochol. [7] Tento návrh a také jeho soutěžní projekt paláce Elektrických podniků z roku 1926 byly silně inspirovány sovětskou avantgardou a to jak ve svých kovových bohatých konstrukcích a kontrastech tmavých tektonických článků a svítících okenních ploch, tak i v neobvyklém využití reflektoru na střeše divadla. Dílo Josefa Chochola poukazuje velký význam osvětlování v prostředí meziválečné avantgardy. František Šmejkal o tomto návrhu napsal, že „kruhové jádro Osvobozeného divadla, obklopené osmibokou hvězdicovitou schránkou, působí v perspektivním pohledu jako loď, plující k novým zítřkům.“³⁸ Dle Rostislava Šváchy šlo o inspiraci teoriemi sovětského režiséra Alexandra Tairova, se kterým se Chochol seznámil díky Jiřímu Frejkovi.³⁹ Šestiúhelný půdorys divadla měl mašinstickou podobu. V otevřeném ústředním prostoru bylo uprostřed kruhové jeviště. Celou stavbu obíhala venkovní prosklená chodba s prosklenými věžemi pro schodiště. Budova měla nejen osvětlovat okolní prostor svými skleněnými zářícími plochami a okny, ale měla zde být též umístěna svítící zeměkoule s reflektory vyzařujícími do dalekého prostoru.⁴⁰ Josef Chochol také zajímavě pracoval s uplatňováním světelných reklam a log ve veřejném prostoru, jako tvárných uměleckých prvků. Jako ideální pro toto využití viděl například Petřínskou rozhlednu, která se měla stát jakousi pražskou Eiffelovou věží. Chochol spatřoval světelně-kinetický prvek noční ulice také v semaforech, červeně svítících stanovištích taxi a modrofialových kulovitých světlech tramvajových nástupišť. S podobnými estetickými účinky, kde role světla byla velmi zásadní, pracoval ve svých dílech také Jaromír Krejcar.

Jaromír Krejcar, jeden z předních architektů konstruktivismu a funkcionalismu, člen Devětsilu a Umělecké besedy. Teigem a Feuersteinem byl přiveden ke sledování puristické umělecké vize a k dílu Le Corbusiera. Jeho projekty byly inspirovány průmyslovými stavbami, obilnými sily a zaoceánskými plavidly.⁴¹ Svou stavbou obchodního domu Olympic v půli dvacátých let ve Spálené ulici v Praze zrealizoval myšlenky a typické dobové nadšení pro velkoměstskou ulici. [8] Na průčelích tohoto kancelářského a obchodního domu bylo hojně užito různorodých reklamních nápisů, které přímo souvisely s estetikou Devětsilu a

³⁸ ŠMEJKAL 1982, 214

³⁹ ŠVÁCHA 1985, 304

⁴⁰ VÍTEČKOVÁ 2003, 326-327

⁴¹ KARASOVÁ 1997, 24-25

jejich oslavováním poetiky moderní technické civilizace. Výrazné světelné reklamy na průčelí, přízemí a první dvě patra se stala zářícími prosklenými plochami.⁴² Ještě významnější stavbou Jaromíra Krejčara, ve které hrála role světla tak významnou roly a na které spolupracoval se Zdeňkem Kejřem, Ladislavem Sutnarem a Bohuslavem Soumarem se stal pavilon ČSR na Mezinárodní výstavě umění a techniky v Paříži roku 1937. [9] Prosklená funkcionalistická konstrukce s ocelovým stožárem a vlajkou „dávala stavbě nautický charakter“⁴³ Pro třípatrovou budovu o čtvercovém půdorysu byl použit ocelový skelet.⁴⁴ Při večerním osvětlení působil celý pavilon velmi impozantně také díky tomu, že do řeky vrhal svůj odraz. Jednotlivá patra byla propojena pásy elektrického světla.⁴⁵ Výzdoba interiéru připadla Zdeňku Pešánkovi, který tam umístil cyklus světelně-kinetických plastik Sto let elektřiny, původně určených do budovy Zengrovy transformační stanice v Praze na Klárově.⁴⁶ Jednou z nejvýznamnějších postav na poli osvětlovací techniky byl však nepochybně Miloslav Prokop.

1.2.1 Miloslav Prokop

Osobnost Miloslava Prokopa je známa jak z oblasti umělého osvětlení architektury, tak i světelné reklamy. I přes to, že byl absolventem elektrotechnické fakulty, stal se také perfektním designérem. Prvním jeho velkým úspěchem bylo slavnostní osvětlení areálu Výstavy soudobé kultury v Brně, která proběhla v roce 1928. Zde získal i první cenu za kolekci svítidel Modul. Podílel se taktéž na slavnostním osvětlení Prahy k desátému výročí republiky, ke kterému se vztahovala pražská akce Hold světla, kdy měly být osvětleny historické památky i moderní architektura a výklady obchodů. Firma Inwald dodávala pro tuto akci světlomety do výloh i světlomety venkovní.⁴⁷ Úspěch sklízel Miloslav Prokop jak na poli venkovního osvětlování architektury, tak i interiérů. Byl vysoce ceněn tehdejšími předními architekty. Jeho hlavní zásadou byla technická dokonalost. Vždy dbal o to, aby ten který typ osvětlení přímo seděl na dané místo a pro daný účel. Nezanedbával ani otázku hospodárnosti provozu. Byl členem elektrotechnického svazu a za svůj život vypracoval řadu norem

⁴² ŠVÁCHA 1985, 266

⁴³ VÍTEČKOVÁ 2003, 328

⁴⁴ ŠVÁCHA 1995, 170-172

⁴⁵ ŠVÁCHA 1995, 11

⁴⁶ ZEMÁNEK 1998, 48

⁴⁷ PAULY 2001, 16

z osvětlovací techniky, které byly vydány pod názvem Osvětlovací technika roku 1926.⁴⁸ V roce 1955 vyšel též sborník z kursu světelné techniky, Světelná technika.⁴⁹ V roce 1927 založil a také vedl fotometrickou laboratoř sklárny Inwald v Praze, která byla velmi moderně vybavena. Svých mimořádných výsledků se dopracovával především díky systematické, vědecky fundované práci. V letech 1927-1930 vyráběla firma Inwald široký sortiment svítidel přímo podle Prokopových návrhů. Byly to různé typy modulů svítidel, dle místa užití a dokonce již s říditelným světelným proudem. Vytvořil typizovaná osvětlovací skla, která měla různé skladebné možnosti, díky nimž se zkvalitnila a zlevnila výroba.⁵⁰ Prokop také spolupracoval s firmami Napako a Anýž, kde od roku 1930 upravil do té doby vyráběné typy a učinil tím velký pokrok jak v designu, tak i v koncepci osvětlení.⁵¹ Návrhy a realizace z třicátých let plně odpovídaly funkcionalistické estetice a vyznačovaly se dobrými funkčními parametry a citem pro uplatnění světla v architektuře. Úroveň jeho tvorby byla srovnatelná s tehdejší špičkovou světovou produkcí, například v Bauhausu, nebo s Paulem Henningsenem a dalšími.⁵²

Dalším velkým přínosem byla Prokopova spolupráce s nejvýznamnějšími domácími architekty. Například nástropní Modul L2 užil Bohuslav Fuchs ve své kavárně hotelu Avion.⁵³ Dalším, kdo Prokopovi svěřil velkou zakázku, byl Pavel Janák. Pro něj vytvořil veškeré osvětlení hotelu Juliš. Prokop zde navrhl umělé osvětlení jak pro večerní, tak i denní provoz. Pro kavárnu a schodišťovou halu použil velmi moderní svítící stropy, které byly zasklené rozptylným sklem. Bílé světlo zde kombinoval s teplým žlutým a blikavými žárovkami různých barev, čímž docílil efektu pohybu. Celkový účinek dokonale souznil s emocionálně funkcionalistickým pojetím architektury.⁵⁴ Prokop dále spolupracoval na osvětlení pro barrandovské filmové ateliéry, brněnskou Právnickou fakultu, budovu SVU Mánes, Radiopalác a obchodní dům Bílá labuť. Dále byl velmi významným ve vybavování interiérů jak bytových, tak i divadel, škol a biografů.⁵⁵

⁴⁸ PAULY 2001, 16

⁴⁹ PROKOP (ed.), 1955

⁵⁰ KARASOVÁ 1998, 34

⁵¹ KARASOVÁ 1998, 34

⁵² KARASOVÁ 1998, 34

⁵³ SEDLÁK 2003, 318

⁵⁴ SEDLÁK 2003, 318

⁵⁵ PAULY 1997, 46-48

2 SVĚTELNÉ REKLAMY A OBJEKTY V DVACÁTÝCH A TŘICÁTÝCH LETECH

2.1 Světla velkoměsta a estetika avantgardy

Z první světové války vyšlo lidstvo znaveno, zneklidněno, hořce zbaveno iluzí, nemohoucí toužit, milovat a vést nový, lepší život. V jistém ohledu se o překonání této morální kocoviny pokoušel poetismus. Pracoval především s myšlenkou, že největší hodnotou lidstva je člověk sám. Karel Teige v tomto ohledu o současném člověku napsal: „Individuální svoboda podřízená kázni kolektivní sounáležitosti, jeho štěstí a harmonie vnitřního života.“⁵⁶

Teige hovořil o současném světě v tom smyslu, že ovládán penězi a kapitalismem. Socialismus pro něj znamenal svět ovládaný rozumem a moudrostí. Ryze užitečně, cílevědomě a ekonomicky. Socialistickou metodou vlády byl konstruktivismus.

Tehdejší společnost avantgardistů, která byla nespokojena s možnostmi obrazů a básní, hledala nové možnosti ve filmu, v cirku, sportu, turistice a v životě samotném. Začaly vznikat obrazové básně, básnické hádanky a anekdoty a lyrické filmy: „Šlo o poezii výletů, nedělních odpolední, zářících kaváren, opojných alkoholů, oživených bulvárů a lázeňských promenád i poezii ticha, noci, klidu a míru.“⁵⁷

Za vrchol básnického vnímání krás nočního velkoměsta byla moderními architekty, básníky, režiséry a dalšími umělci, především z okruhu Devětsilu od dvacátých let považována velkoměstská třída.⁵⁸ Sama ulice byla tímto uměleckým seskupením vnímána jako jeden z největších inspiračních zdrojů. Ke vzniku poetismu přispěly především zážitky z nočních pražských vycházek Karla Teigeho a Vítězslava Nezvala.⁵⁹

Dvacátá léta dvacátého století byla ve znamení přílivu světla do měst, čímž byl vytvořen nový kulturní život. To vše bylo možné především díky vzrůstu ekonomiky po první světové válce a pokrokům na poli techniky. Postupně se osvětlovací technika rozšířila natolik, že byla běžně užívána i k technickým účelům. Ke konci dvacátých let již byly Elektrickými podniky osvětlovány vozovky, nádraží, hřiště a početná velká prostranství. Žádná výstava, nebo veletrh, se neobešli beze světla. Velkou inspirací byla nová prosvětlená architektura i

⁵⁶ TEIGE 1972, 560

⁵⁷ TEIGE 1972, 561

⁵⁸ ŠVÁCHA 1993, 46-51

⁵⁹ VÍTEČKOVÁ 2003, 331

pro tehdejší filmový průmysl a naopak. U obou zmíněných oblastí tvorby nelze přehlédnout fascinace elektřinou obecně.

Ve dvacátých a třicátých letech byly vztahy vzájemné symbiózy filmu a architektury zcela běžné. Estetikou neony ozářených měst byl tehdy ovlivněn i obor, který v sobě obsahoval jak filmovou, tak i architektonickou tvorbu, filmová scénografie. Dalším důležitým odvětvím, pracujícím se světlem, byla v té době světelná a filmová projekce. Často zde byla propojena práce moderních architektů s divadelními režiséry a jevištními výtvarníky, „kteří se snažili využít moderních sdělovacích prostředků a jejich kinetických efektů.“⁶⁰ V roce 1932 vznikl například film Před maturitou, pro který navrhl architekturu Bedřich Feuerstein a režíroval jej Svatopluk Innemann. Innemann natočil také v roce 1928 film Praha v záři světla, ve kterém můžeme vidět celkový stav osvětlení a neonů v ulicích Prahy. [10]

Zdeněk Pešáněk, o kterém se v souvislosti s jeho světelně-kinetickými plastikami zmiňuji níže, spolupracoval i s filmovými ateliéry. Jak jeho umělecké objekty, tak i film, mají společnou hlavní složku, světlo a pohyb. Pešánek této spojitosti využil v avantgardním filmu Světlo proniká tmou od filmových tvůrců Františka Piláta a Otakara Vávry. Tento film je věnován Pešánkově plastice pro Edisonovu transformační stanici, ale především elektřině samotné. „Jeho autoři v něm zkoumali a dále propracovávali kinetické prvky skulptury filmovými prostředky, přičemž spojovali kinetickou a filmovou kvalitu v duchu výroku Siegfrieda Giediona, že ‚pouze film může novou architekturu učinit srozumitelnou‘.“⁶¹

2.2 Vývoj světelní reklamy

2.2.1 Konvenční osvětlení

Světelné reklamy byly od počátků úzce spojené s oblastí architektury. Podle Zdeňka Pešánka, „V historii umění výtvarného snad jen v architektuře můžeme nalézt období souvztažnosti techniky a výtvarnictví.“⁶² Mnozí slavní architekti navrhovali světelné reklamy jako integrální součást fasád svých staveb. Někdy dokonce v několika variantách reklamních nápisů podle měnících se komerčních potřeb. Byli si jisti důležitostí nočního vzhledu

⁶⁰ ANDĚL 2005, 108

⁶¹ Tamtéž, 108

⁶² PEŠÁNEK 1941, 55

budovy.⁶³ Světelná reklama přinesla docela jiný vzhled ulic a zcela nově utvářela uliční prostor a město jako celek. Nedostatek veřejného osvětlení a osvětlení budov nechával vlastní tvářnost staveb ve tmě. Světelná reklama přinesla řadu změn v architektonických člancích, především na průčelích budov. Ovlivňovala dokonce i prostorová řešení a architektonické celky začaly být navrhovány s větším ohledem na večerní výraz. U tehdejších staveb byla běžně dopředu plánována přesná světelná reklama.⁶⁴ Celkově se také kvalita osvětlení výloh stala velmi diskutovaným tématem a dokonce byla i Elektrotechnickým svazem československým na počátku třicátých let vydána norma pro její technické parametry.⁶⁵ Kritický k masivnímu nástupu světelné reklamy byl Klub za starou Prahu a to již v roce 1926. O prosazení zkvalitnění reklam se snažila Světelná poradna Elektrických podniků obce pražské. V roce 1932 vznikla rovněž poradní komise pro výkladní skříně a reklamy při Městském stavebním úřadu v Praze.⁶⁶

Sledujeme-li reklamu od druhé poloviny devatenáctého století, zjistíme, že se vzrůstajícím počtem obchodníků a s nárůstem sortimentu zboží, začala být důležitou součástí nové obchodní strategie a projevem rozvíjející se civilizace. Jiří Zemánek se ke světelné reklamě vyjádřil: „Dnes už si nejsme s to plně uvědomit, za jaký zázrak bylo v prvních desetiletích našeho století pokládáno elektrické světlo a elektrická energie. Ti, kteří se těmito fenomény zabývali, ať vědci (Thomas Alva Edison, Nikola Tesla) nebo umělci, byli označováni za mágy, ba co více za čaroděje.“⁶⁷ Výklady obchodů se postupně stávaly jistou vizitkou úspěchu v podnikání. Od sedmdesátých let devatenáctého století se již můžeme setkat dokonce i se svítidly speciálně určenými do výloh, i když se jednalo teprve o olejové či petrolejové lampy. Nejnovější trendy v osvětlování přicházely do Evropy z USA. Do habsburské monarchie se dostaly přes Velkou Británii, Francii a Německo. Konstrukce nejstarších známých svítidel speciálně určených do výloh vycházela z přenosných luceren. V českých zemích jsou známy nabídky vídeňských firem, ale není vyloučeno, že tento typ svítidel vyráběly i některé české závody. Například vídeňská firma Eduard Heger, E. Jülke's Nachfolger nabízela petrolejovou lampu do výkladů ze železného plechu s přední skleněnou stěnou a kulatým vysokým komínkem, zásobník na petrolej byl umístěn na zadní stěně. Jiná vídeňská firma, Gerson, Boehm & Rosenthal, měla ve své nabídce svítidel plynové světlo ze zlaceného bronzového plechu s prosklenou přední stěnou a se zadní stěnou vyloženou sklem,

⁶³ ZISS 2002, 100

⁶⁴ PEŠÁNEK 1941, 55

⁶⁵ VINŠOVÁ 2004, 48-49

⁶⁶ VÍTEČKOVÁ 2003, 331

⁶⁷ ZEMÁNEK 1997, 16

tzv. reflexní lampu pro výlohy. Ta byla opatřena kovovou trubkou pro přívod plynu k motýlovému hořáku a širokým obdélníkovým komínkem. Je zajímavé, že uvedený typ svítidel byl k dispozici ještě v osmdesátých a až do počátku devadesátých let devatenáctého století, kdy již nastupovala elektřina a bylo možné používat i galvanické články.⁶⁸

Teprve v devadesátých letech devatenáctého století začaly být výklady středoevropských obchodů, zejména ve velkých městech, stále častěji osvětlovány elektřinou. Zpravidla šlo o osvětlení běžnými žárovkami, i když jejich původní velikost a způsoby zapojení se plně nehodily k užití světla jako tvárného prvku v reklamě. Začaly vznikat nové typy, přímo zhotovené pro daný reklamní účel. Například s menší svítivostí, určeny k zařazení do linky, kterou se pak daly vytvářet různé formy perlovců a růženců. Z nich se poté sestavovalo písmo čiosvětlovalo římsové a siluety budov. To vše ve formě statické i kinetické. Tyto zmíněné světelné linky byly ve složitějších případech základem pro reklamní výtvarnictví. Z tohoto období, dle Zdenka Pešánka, nevznikly téměř žádné umělecky hodnotné návrhy. Projekty tehdy navrhovali převážně jen technici bez zvláštního zájmu o výtvarný výraz. Pokud návrhy vytvářel výtvarník, narážel na nedostatečnou znalost techniky. Pešánek také hodnotil světelnou reklamu jako jev, který byl naprosto nový, skvělý, efektní a bylo toho napoprvé tolik, že plně postačil k emocionálnímu uspokojení.⁶⁹

V obchodech se postupně prosazovala i specializovaná elektrická svítidla, která měla své vzory v divadelním osvětlení. Jedním z nejstarších středoevropských výrobců skleněných komponent pro speciální elektrická svítidla určená k osvětlování výloh je sklárna Marienhütte v Moosbrunnu v Dolních Rakousích firmy Carl Wolffharft. Jejich výrobky se používaly ještě v době mezi světovými válkami, kdy byly postupně zdokonalovány. Tento typ dvojdutých reflektorů pro elektrické i plynové světlo býval hladký i vzorovaný a ve svém výrobním programu jej měla spousta německých firem. Ve zmiňované době jsou již známy i české sklářské firmy, které zásobovaly trh skleněnými reflektory pro elektrické světlo, i když není úplně jasné, zda to byla již kompletní svítidla do výloh, nebo jen polotovary. Byly to firmy Eduard Kavalier v Nové Sázavě u Bezvěrova a sklárna firmy Hans Münzel ve Falknově-Kytlici.⁷⁰

⁶⁸ LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

⁶⁹ PEŠÁNEK 1941, 53-54

⁷⁰ LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

Další fází zdokonalení byla úprava svítidel speciálním vybrušováním skel, čímž se dosahovalo reflexního účinku, který připomínal dřívější metody stříbření. „První firmou v habsburské monarchii, která dodávala tento typ osvětlovacích skel byla Josef Inwald a. s., Praha-Zlíchov. Byl to především její speciální reflektor Asteroid, jehož výroba je doložena okolo roku 1910. „Firma Christoph Palme u. Co., Prácheň-Šelty vyráběla reflektory s pyramidovým výbrusem a dodávala je i dalším firmám. Pro výlohy a obchody byly určeny i plechové smaltované reflektory, produkované od roku 1904 např. firmou M. Ullmann a syn v Českých Budějovicích.“⁷¹

O problematiku podkladů žárovek a z nich sestavených perlovců i jiných svítidel se zajímal u nás především Zdeněk Pešánek. V průběhu času se přicházelo na různé, stále dokonalejší varianty. Například umístování žárovek do příhrad, aby nesvítily do strany. Zásadní však byly bílé plochy uvnitř, které odrážely světlo zpět ke zdroji a na dno těchto žlabů. Světlo se mnohonásobně zvyšovalo a kontinuita linky byla větší. Tato zařízení vytvářela přesná ohraničení světla a tmy, a tím vznikla plynulá světelná linka. Pešánek se také zabýval způsoby odstraňování nežádoucích kontrastů mezi žhavicím vláknem a osvětleným žlabem. Ideálním pro něj bylo používání rozptýlných skel. Věnoval se také výzkumu plynulosti pohyblivých reklam, kde shledal ideálním co největší hustotu žárovek, přičemž pohyb nesmí trvat déle než 2 vteřiny. Doporučoval vsunutí odporového drátu mezi žárovku a spínač, což mělo způsobit pozvolné rozsvícení žárovek. Dalšími doporučeními pro plynulý pohyb byly např. užití automobilových žárovek, které byly naplněny plynem a rozžhaly se a zhasínaly pomalu. V rozvíjející se světelné technice spatřoval nové bohaté možnosti, ze kterých mohou těžit i výtvarníci.⁷²

2.2.2 Neon

S objevem vzácných plynů v roce 1898 se otevřela cesta k využití Geisslerových trubic, které byly využívány spíše k předvádění možností elektřiny, a nebyly vhodné k osvětlování, v praxi. Byla to dlouhá cesta výzkumu elektrických jevů v trubicích naplněných nejrůznějšími plyny, než se dospělo k tomu, že právě vzácné plyny jsou v ionizovaném stavu dobrými vodiči elektrického proudu. Šlo především o neon, ale používalo

⁷¹ LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

⁷² PEŠÁNEK 1941, 54

se také helium, dusík, páry rtuti, páry sodíku či jiné plyny, např. argon, xenon, krypton. Plyny a páry byly používány v různých kombinacích.⁷³ Lněničková k počátkům užívání vzácných plynů uvádí, že „První, kdo využil vzácné plyny pro osvětlování, byl francouzský chemik, fyzik a továrník Georges Claude, který začal v roce 1910 vyrábět výbojky plněné neonem, ve kterých vznikal obloukový výboj ve zředěném neonu, v továrně firmy Sociétés L'Air Liquide v Boulogne-sur-Seine ve Francii. V témže roce dělal pokusy s neonovými výbojkami také W. Moore ve Wroclawi. Na tyto první úspěšné kroky navázali další odborníci. V letech 1912 až 1915 jako první zhotovil neonovou výbojku s katodou na bázi draslíku Angličan Skoupy. Neonovou výbojku dále zdokonalili Angličan J. Strull a Němec May. Se svítícími trubicemi plněnými argonem experimentoval v roce 1916 rovněž německý fyzikální chemik a elektrotechnik Fritz Schrötter.“⁷⁴ Ještě před první světovou válkou mohly být v hlavních třídách velkých měst spatřovány nové reklamní trendy jako byla stále se zvětšující skla výloh, která mohla být konečně osvětlena i přes celou noc. Doba první světové války ale rozvoji dekorativního osvětlení nepřála. Po roce 1918, díky změně společenské i technické situace, dochází k velkému rozvoji osvětlování výkladů, které přesahují i přes více pater. Začaly se objevovat první barevně svítící neonové nápisy, prosvětlené štíty podniků a přicházet nové typy veřejného osvětlení. Od roku 1918 začala neonové trubice vyrábět německá firma Julius Pintsch A. G. v Berlíně.⁷⁵

2.2.3 Dobová technologie a praxe

Doba po první světové válce přála veškerému pokroku a vynálezům. Ani konstrukce svítících trubic nezůstaly pozadu, oproti původním Schrötterovým a Claudelovým, byly zdokonaleny v oblasti napájení: „Začal být používán střídavý proud o vysokém napětí, kterým se zajistil rovnoměrný jas po celé délce trubice a místo obloukového výboje se začal využívat doutnavý výboj. Život těchto trubic se prodloužil na 2 000 a později, okolo roku 1937, až na 10 000 hodin. Velkou předností svítících trubic ve srovnání s žárovkami byla také jejich nízká spotřeba energie, která se pohybovala přibližně okolo desetiny spotřeby žárovek při stejném světelném efektu. Zanedbatelné byly také náklady na údržbu.“⁷⁶ Jejich výroba nebyla složitá, návrháři si určili pouze barvu, tvar a sílu trubice. Také musela být určena vzdálenost elektrod,

⁷³ LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

⁷⁴ TAMTÉŽ, 16-19

⁷⁵ TAMTÉŽ, 16-19

⁷⁶ LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

na které je vázán výboj. Skláří tedy ohýbaly sklo a přitavovali elektrody dle předlohy. Plynem se trubice plnily pod elektrickým proudem.⁷⁷ Daly se vyfukovat různé tvary, což bylo ideálním pro zhotovení reklamních nápisů a předmětů. Vzhledem k náročnosti a ceně zařízení pro tuto fázi úpravy a plnění plyny, mohly výrobu provádět převážně jen specializované velké firmy. I v českých zemích bylo možné sledovat intenzivní rozvoj světelné reklamy již od počátku dvacátých let dvacátého století. Stala se důležitou součástí moderního velkoměsta. Se vzrůstající obchodní konkurencí se dostala na roveň úloze plakátu. Pro svou světelnou a barevnou účinnost byla ve tmě prakticky nepřehlédnutelná, upozorňovala na sebe veškeré chodce, ve kterých se samozřejmě vyskytovali potencionální zákazníci. Důležitá byla výraznost, stručné sdělení a kvalita osvětlení. Hlavními dodavateli neonových reklam a dekorativních svítících trubic u nás byly především velké firmy jako Osram, Philips a Inwald. První z menších českých firem v Praze byla zřejmě firma Ing. Pavla Adlera, specializovaná pouze na dodávky neonových reklam. Vyráběl ovšem i stojany s neonovými světly a poličkami na nejrůznější zboží. Zájem o světelnou reklamu stále rostl a tudíž firem přibývalo. Na počátku třicátých let již bylo v naší republice nejméně deset firem.⁷⁸

Teprve zářící barevné trubice přinesly do světelné reklamy celou škálu barev. Toto neonové světlo bylo lineárním tvárným prvkem, který se dal velmi snadno používat v ploše. Zdeněk Pešánek se k jejímu užití v prostoru vyjádřil takto: „Světelná reklama se stává jakýmsi prostředníkem mezi plošnými a prostorovými metodami již tím, že používá celou řadu metod plošných i prostorových. Objevuje se ve formě plošné, vystupuje z plochy výstupky neb reliéfem, objevuje se – a to právě v nejnákladnějších případech – také v prostorovém řešení (...).“⁷⁹ Problematičtější bylo užití světelné reklamy v kombinaci s jiným materiálem. Šlo o absolutně jinou techniku než například žárovky. V žárovce totiž svítí rozžhavené vlákno, kdežto v trubicích plyn.⁸⁰ Kromě technické stránky světelných reklam byla též velmi důležitá otázka vhodného zpracování, které by co nejvíce oslovilo potencionální zákazníky.

2.2.4 Světlo prodává

⁷⁷ PEŠÁNEK 1941, 60

⁷⁸ LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

⁷⁹ PEŠÁNEK, 61

⁸⁰ PEŠÁNEK, 59

Jedním z těch, kdo se propagaci osvětlení v obchodě věnoval, především po teoretické stránce, byl Josef Veselý. Roku 1937 sepsal příručku pro obchodníky Světlo prodává. V ní se lze mimo jiné dočíst: „Kdo chce prodávat, musí na svůj závod vhodně upozorniti... Lidé kupují často zboží proto, že jim padne do oka, a ne proto, že je potřebují. Ukažme jim také svoje zboží v nejvýhodnějším světle! Jako země zkrásní slunečním svitem, tak zboží je žádoucnější v bohatém osvětlení prodejny, v rafinované úpravě výkladu zaplaveného světlem (...).“⁸¹ Josef Veselý zde dokládá význam osvětleného výkladu mimo jiné statistickými údaji, podle kterých se dvakrát až pětkrát více chodců zastavuje u osvětlených výkladů než u neosvětlených. Postuloval zde také několik základních a dodnes platných pravidel: „Jde o světlý podklad, který odráží víc než tmavý, ‚reflektory‘ musí být zvoleny podle velikosti výkladu a typu zboží, je nutné číst technické parametry ‚reflektorů‘ diagram svítivosti na štítku nebo v letáku firmy apod.“⁸² Tato jeho tvrzení ještě podtrhoval, již v třicátých letech sestavený, obecně známý technický vzorec pro poměr viditelnosti a vzdálenosti pozorovatele. $V = Vz/350$, kde V = velikost světelného předmětu a Vz = vzdálenost od pozorovatele. Výzkumy a výpočty techniků, vztahující se k světelné reklamě, měly velký přínos i pro oblast umění. Do té doby byly výrazové schopnosti v oblasti světelných reklam většinou jen založeny na citu a intuici výtvarníka, díky zkouškám a ověřování techniků mohl vzniknout zmíněný přesný vzorec. Tímto výzkumem techniky světelné reklamy a jejích potřeb se dosáhlo velkého pokroku ve všech oblastech pracujících se světlem.⁸³ Ve větších městech vznikaly světelné poradny, například u elektráren či Elektrotechnického svazu československého. Firmy vyrábějící svítidla a zabývající se světelnou technikou našly v osvětlování obchodů nové a široké pole působnosti. Jejich většina ve dvacátých a třicátých letech již nabízela spolu se svítidly také výpočty ideálního modelu osvětlení konkrétního výkladu, propočty nákladů, grafy rozptylu světla a rozložení svítivosti, projektovou dokumentaci a vlastní instalaci a správu těchto zařízení. Každý z výrobců vyvíjel také vlastní konstrukce reflektorových svítidel, které byly chráněny patenty.⁸⁴

Svět obchodu tehdy poznal, že v noci světelný obraz výkladních skříní a obchodních domů působí větší reklamní silou než ve dne: „Měl-li být osloven i pospíchající chodec či dokonce řidič automobilu, bylo ovšem zapotřebí mnohem intenzivnějšího a výraznějšího stimulu k upoutání pozornosti. Stalo se nutností, aby ozářená výloha promlouvala i do jízdní

⁸¹ VESELÝ 1936

⁸² LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

⁸³ PEŠÁNEK 1941, 50

⁸⁴ LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

dráhy, a proto moderní obchodní domy začaly své výlohy umisťovat kolmo ke směru komunikace probíhající ulicí. Hranice mezi prodejní plochou a ulicí se zrušila, kdysi uzavřený uliční prostor se rozevřel a hmota domu se začala rozbíjet.“⁸⁵ Světlo a světelné reklamy výrazně prodloužily večerní a noční život lidí ve městech a poskytovaly nové zážitky z optimisticky nasvětlených ulic.

Do druhé světové války se pohled na speciální svítidla do výloh zcela proměnil. V povědomí obchodníků již bylo kvalitní osvětlení výkladů a obchodů i různé typy světelné reklamy chápány jako nezbytný předpoklad úspěšného vedení obchodu. Spolu s kvalitním osvětlením se rovněž rozvíjely metody aranžování zboží. Od dvacátých a třicátých let dvacátého století si již mohli zájemci o koupi reflektorových svítidel do výloh v Československu vybrat z nepřehledné nabídky možností.⁸⁶ Co se týče vzhledu městského prostoru, šlo u světelných reklam již také o záležitost výtvarnou. Doba, kdy byly tyto reklamy zapnuty, tedy večerní a noční, měla velkou hodnotu. Šlo totiž právě o tu dobu, kdy má člověk čas si prostor prohlížet. Ve čtyřicátých letech bylo již známo, že osvětlením a světelnou reklamou, se život městského prostoru prodloužil o 1000 hodin ročně.⁸⁷ Zajímavý je Pešánekův postřeh z počátku čtyřicátých let: „Architektura pražských ulic je zatěžkávána ročně asi 500 objekty světelné reklamy. Velikost číslce vynikne teprve tehdy, uvědomíme-li si skutečnost, že přibližně za tutéž dobu je umístěno v pražských ulicích pouze 3-5 předmětů sochařských.“⁸⁸

Význam světelné reklamy jako jedna z prvních plně pochopila firma Baťa, jejímž jedním ze základních hesel reklamy byl slogan „světlo láká lidi“. Výlohy firmy Baťa byly osvětlovány reflektorovými svítidly, která byla přesně nasměrována na zboží a jejichž paprsky nepřesahovaly do ulice. Takto osvětlené výlohy plně odpovídaly novému trendu, kdy zboží mělo být předváděno co nejexkluzivněji. Dům služeb Baťa [11] v dolní části Václavského náměstí, jenž stojí na parcele, která propojuje Václavské a Jungmannovo náměstí, již neměl přední a zadní stěnu: obě skleněná průčelí domu se stala výkladními skříněmi, které ve dne propouštěly denní světlo dovnitř a večer osvětlovaly příslušná

⁸⁵ VÍTEČKOVÁ 2003, 31

⁸⁶ LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

⁸⁷ PEŠÁNEK 1941, 51

⁸⁸ PEŠÁNEK 1941, 51

prostranství na obou náměstích.⁸⁹ Přímo v Baťově Zlíně byly takřka vedle sebe postaveny budovy, používající na tu dobu typické osvětlení budovy, tedy takové, které celou stavbu světelně orámuje a tím podtrhne účinek architektury samotné. Šlo o Obchodní dům Baťa [12] od architekta Františka Lydie Gahury z roku 1927 a velké kino z let 1931-1932 od téhož autora. Hned v sousedství byl Vladimírem Karlíkem postaven hotel a společensk dům v jednom.[13] Dalším příkladem dokonalého osvětlení budovy a použití neonu, byla ústřední budova Elektrických podniků v Praze v Holešovicích postavena v letech 1927-1935 architektky Adolfem Benšem a Josefem Křížem. [14]⁹⁰

2.2.5 Barvy, ztemňování a pohyb neonů

S postupným vývojem svíticích trubic plněných plyny se rozšířily i možnosti barevné škály. Výhodou bylo, že všechny tyto zářící barevné trubice měly nepatrnou spotřebu proudu a daly se velmi dobře přizpůsobovat umělcem předepsanému tvaru. Jako nevýhoda bylo spatřováno napájení přes transformátor. Při vyčerpání vzduchu a zatavení elektrod ve světelné trubici a po zapojení do okruhu vysokého napětí se neúplné vakuum rozsvítilo namodralou barvou. Nepatrné zbytky par, které v trubici zůstaly z olejové vývěvy nebo páry jiných látek, při různém množství a různém napětí uměly vyvolat okouzující barvy a odstíny. Trubice které byly plněny po vyčerpání vzduchu heliem, zářily zlatě žlutou barvou. Ty, které byly naplněny neonem, vyzařovaly červenou anebo po přimísení rtuťových par modrou. Tyto tři základní odstíny byly běžně k dispozici. Kolem roku 1930 se díky používání barevných skel, namísto čirých, rozšířila barevná stupnice na mnoho tónů. Výsledné barevné světlo bylo propojením původního záření a změny paprsku při pronikání různými typy skel. Ke konci třicátých let přišlo velké množství skleněných trubic, které světlo barvily a rozptylovaly. Šlo tedy o rozšíření škály o méně ostré, až pastelové barvy. U červené barvy, která je vytvořena neonem, bylo možno docílit přebarvení na fialovou modrým sklem. Fialovým na červeně fialovou. Žlutým na oranžovou. Oranžovým na oranžově červenou. U modré barvy, což je neon s příměskem rtuťových par, lze docílit tmavě modré použitím tmavomodrého skla. Při

⁸⁹ ANDĚL 2005, 80-93

⁹⁰ ANDĚL 2005, 86-87

použití skla žlutého vzniká zelená. Počátkem čtyřicátých let bylo možno docílit i takřka bílé barvy, která byla pro předchozí léta nedosažitelná.⁹¹

Ještě začátkem čtyřicátých let bylo ztemňování zářících trubíc velkým problémem. V případě ubírání proudu došlo k tomu, že už napětí k výboji mezi elektrodami nestačilo a světlo zhaslo. Ztemňování pozvolna bylo tehdy možné pouze mechanickým cloněním. Musely být užity pouze rovné trubice, které se pokládaly do plechových žlabů. Fungovalo to tak, že se žlábek otáčel kolem jeho podélné osy a otáčelo se i zářící trubicí kolem její podélné osy, což pozvolna zakrývalo světlo trubice. Zdeněk Pešánek se zabýval dokonce i tím, jak docílit kinetického jevu ztemňování. Jako nejvhodnější viděl použít kombinace žárovek a neonu. „Rozsvítíme-li neon v sousedství plně svítících žárovek, není velkého kontrastu mezi světlem žárovek a neonem. Zářící trubice uplatňuje se samostatně teprve tehdy, když ztemňujeme žárovky“⁹² S postupným vývojem bylo množství svítících trubíc konstruováno tak, aby při postupném zhasínání a rozsvícení vytvářely dojem pohybu anebo se v nich střídaly barvy.⁹³ Světelné trubice bývaly součástí mobiliáře ve veřejných prostorách a doplňkem svítidel v kinosálech, kavárnách či kabaretech.⁹⁴ Jednou z nočních dominant pražských ulic se stala patnáctimetrová točící se labuť. V letech 1937-1939 ji navrhli pro střechu obchodního domu Bílá labuť Josef Kittrich a Josef Hrubý.⁹⁵[15]

2.3 Umělci pracující se světlem

2.3.1 Světelná reklama jako umění

Světelná reklama nebyla pouze technickým fenoménem. Od počátku dvacátých let se stále častěji stýkala s oblastí umění. Počáteční poptávku tehdy uspokojoval především technik, zatímco výtvarník narážel ještě na neznalost světelné techniky. Světelná reklama byla tedy zprvu především technickým artefaktem. Současně se však stále více stávala velkou inspirací avantgardní estetiky mašínismu, funkcionalismu, konstruktivismu nebo futurismu. Byla jimi považována za svébytné umělecké dílo. Zdeněk Pešánek se o světelné a kinetické reklamě vyjádřil dokonce tak, že „Kdyby pak význam výtvarného jevu měl být posuzován

⁹¹ PEŠÁNEK 1941, 60

⁹² PEŠÁNEK 1941, 60

⁹³ Touto problematikou se podrobně zabýval Max Wertheimer.

⁹⁴ LNĚNIČKOVÁ 2006, 16-19

⁹⁵ ZISS 2002, 103

podle toho, jak se dobře usazuje v paměti, obohacuje duchovní život jedince, bylo by nutno všechny tyto jevy zařadit daleko před všechny výtvarné a ostatní na prvé místo. Z toho neplynou jen poznatky, ale též povinnosti: nenechat v umění a výtvarné výchově nadále bez povšimnutí tyto vlastnosti světla, jak se bohužel doposud děje.⁹⁶ Světelná reklama byla tehdy velmi rozšířena a pro spousty odborníků měla velký potenciál stát se jedním z nejvýkonnějších odvětví uměleckého průmyslu a umění.

Světelná technika měla jasný účel. Bylo jí osvětlovat předměty na ulicích, prodloužit pracovní dobu a poskytnout pocit bezpečí nočním chodcům. Zlom nastal s nástupem světelné reklamy, které již nešlo jen o osvětlování. Stala se tvárným prvkem, který měl do jisté míry nahradit tradiční formy propagace. V tomto případě již světlo neosvětlovalo umělecký předmět, ale stalo se jeho součástí. Zdeněk Pešánek použil argument pro roly světla jako uměnotvorného prvku: „chrámová okna například už dávno využívají podobně denní světlo. Z toho je možné vyvodit také obranu proti těm, kteří tvrdí, že použití světla nepatří do výtvarného umění.“⁹⁷ Dále byl přesvědčen, že se světelnou reklamou přišlo nové, skutečně uznávané odvětví výtvarnictví. „Reklamní obraz, malovaný světlem nebo přímo světelným zdrojem, je také výtvarným dílem. (Je lhostejno, zdali dílem uměleckým či dílem umělecko-průmyslovým).“⁹⁸

Za tvůrce teoretické základny poetiky neonových reklam lze považovat Josefa Šímu a zmiňovaného Zdeňka Pešánka. Josef Šíma hodnotil reklamu velmi pozitivně, ale oproti Pešánkovi ji považoval za účelové dílo, které je velmi podnětné především pro estetiku avantgardy.⁹⁹ Pešánek chápal reklamu a její ztvárnění jako druh výtvarného umění. Považoval ji za výtvarnou záležitost a patřil ke skupině lidí, kteří kritizovali masivní nástup nevkusné a kýčovité reklamy. Hodnotil světelnou reklamu jako úplně nové odvětví uměleckého průmyslu a viděl v ní jasný důkaz toho, jak velký má vliv hospodářská otázka na vývoj umělecké tvorby. Problematikou osvětlení a návrhy světelných reklam se Pešánek zabýval již od roku 1925. Jeho úvahy o světelném urbanismu nočního velkoměsta jej přivedly nejen k realizacím světelných plastik a reklam, ale také k systematické spolupráci s Elektrickými podniky hlavního města Prahy, která se mimo jiné týkala snah o rozvinutí výuky zaměřené na výtvarné

⁹⁶ PEŠÁNEK 1941, 52

⁹⁷ PEŠÁNEK 1941, 48

⁹⁸ PEŠÁNEK 1941, 48

⁹⁹ VÍTEČKOVÁ 2003, 331-332

řešení této komplexní problematiky.¹⁰⁰ V roce 1932 dokonce pořádal kurz v Poradně elektrických podniků na Těšnově s názvem O světle. Šlo o navrhování světelných reklam a estetické zkvalitnění nekontrolovatelně bující světelné reklamy. Podle jeho návrhu byl v rámci akce Hold světla v Praze osvětlen jez s elektrárnou na ostrově Štvanice. S rokem 1932 jsou spojeny první realizace Pešánkových světelných reklam pro jídelní automat Koruna a obchodní dům Löbl [16] z roku 1932 a další. Původní Pešánkovy návrhy světelné reklamy pro obchodní dům Löbl zůstaly v návrzích. Důmyslným se zde jeví jeho záměr rozsvěcování reklam na fasádě obchodního domu v koordinaci s měnicími se barvami na semaforu sousední křižovatky. Nepřekvapí tudíž zamýšlený název Edison pro kavárnu v prvním patře. Dále navrhl celou řadu světelných reklam, například pro hotel Zlatá husa v Praze. Vrcholným dílem neonové reklamy by se určitě stala Pešánkova nerealizovaná výzdoba hlavní fasády obchodního domu Baťa v Praze na Václavském náměstí z roku 1935.¹⁰¹

Zdeněk Pešánek ve své knize Kinetismus velmi podrobně rozebírá světelnou reklamu a její spojitost s uměním. Vyjádřil se k ní tak, že užívá neobyčejně mnoho technických metod, což umožňuje různorodost a mnohotvárnost. Přirovnal světelnou reklamu k lidovému hudebnímu umění, ze kterého čerpají hudba a další jiná umění. Dle jeho názoru světelná reklama poskytovala množství námětů, tvárných nápadů a především množství způsobů jejich použití. Důležitým rozdílem mezi světelnou reklamou a jiným světelným uměním, jako jsou reflektorické hry a částečně i film, viděl Pešánek ve způsobu ovládnutí. Zatím co pro světelnou reklamu je charakteristické přirovnání k automatu a stroji, v ostatních zmíněných případech jde o světlo jako ovladatelný nástroj.¹⁰²

2.3.2 Světlo ve volné umělecké tvorbě

Doba a místo, kterými se v této části diplomové práce zabývám, měla jen jednoho významného představitele, který se celý život důsledně zabýval světlem jako tvárným prvkem svých uměleckých děl. Byl jím již zmiňovaný Zdeněk Pešánek, který se ovšem snad mnohem více proslavil na poli světelně pohybových objektů. Paralelně s ním se na celém světě začali umělci zabývat možnostmi lumino-dynamických tendencí ve výtvarném umění a tehdy došlo k jistému bodu přesahu v tomto novém typu umění. Jiří Zemánek se k této situaci vyjádřil: „Nešlo již jen o vytváření artefaktů a objektů, ale najednou se objevily možnosti využívající

¹⁰⁰ ZEMÁNEK 1998, 149

¹⁰¹ PEŠÁNEK 1941, 65

¹⁰² PEŠÁNEK 1941, 48-49

tajemné proměny z hmotného na nehmotné, hmota se proměnila v energii magie modulující procesy, toky a vibrace nehmotné látky světla.“¹⁰³

V předchozích kapitolách zmiňovaný Zdeněk Pešánek nebyl znám jen jako významný teoretik na poli světelných užitých předmětů, ale byl také pozoruhodným průkopníkem v oblasti využívání nových výtvarných materiálů, především v užití neonového světla, luminiscenčních barev a transparentních umělých hmot.¹⁰⁴ Jeho dílo bylo velmi mnohvrstevnaté. Koncepty Pešánkovy tvorby bylo zdůrazňování noci jako nejvhodnějšího prostředí pro meditaci a kinetismu jako pro ni nejvhodnějšího uměleckého prostředku. Jako jeden z prvních výtvarníků začal již ve třicátých letech používat v umění luminiscenční barvy ve spojení s ultrafialovým světlem. Byl tvůrcem světelně pohybových skulptur, urbanistických řešení, architektury a tradiční i avantgardní pomníkové tvorby: „(...) Snažil se kultivovat novou světelnou techniku a světelnou reklamu a integrovat ji do tradiční symbolické formy umění. Nerozpakoval se přitom nové netradiční výrazové prostředky hybridně mísit s klasickými uměleckými formami jako je sochařství a malířství.“¹⁰⁵

Jako jediný z osobností české meziválečné avantgardy se Zdeněk Pešánek vydal na cestu kinetického, multimediálního umění. Vůdčím uměním doby byl poetismus, který zmíněné přístupy k tvorbě upřednostňoval.¹⁰⁶ Pešánek byl členem brněnského Devětsilu, avšak reprodukce jeho děl nebyly v avantgardní revue Devětsilu Pásmo nikdy otištěny. Jiří Zemánek se domnívá, že to bylo především kvůli jeho tradičním přístupům, které prostupovaly jeho díly a „utvářely jeho výtvarnou řeč do podoby svérázné hybridnosti a ambivalentnosti.“¹⁰⁷ Teige odmítal Pešánkovo spojování existenciálního, až expresionistického prvku jako součást konstruktivismu. Toto se týkalo především projektu Pomníku letcům, měl evokovat „hvězdný vrak“, který v sobě nesl melancholickou vizi počátku a konce, tedy oběti. „Z hlediska estetiky dobového modernismu se v Pešánkově práci objevuje řada „nečistot“, které mohou být klasifikovány také jako naivismy (...).“¹⁰⁸ V kinetické plastice na Edisonově stanici se mu podařilo spojit s moderní funkcionalistickou

¹⁰³ ZEMÁNEK 1997a, 16

¹⁰⁴ SEDLÁČEK 1997, 16

¹⁰⁵ ZEMÁNEK 1997a, 16

¹⁰⁶ ZEMÁNEK 1997b, 1

¹⁰⁷ ZEMÁNEK 1997b, 1

¹⁰⁸ ZEMÁNEK 1997b, 1

architekturou, ač tehdejší snahy moderních architektů a sochařů byli přesně opačné, šlo jim o oddělení.¹⁰⁹

Svou multimedialitu a konstruktivistické tvarosloví se pokoušel spojit i s tvarově barevnou škálou a akustickou oblastí. Výsledkem byl první spektrofon, barevný klavír, z let 1924-1926. V této realizaci šlo především o spojení světla a pohybu. V tomto typu tvorby pokračoval v rozvíjení a upravování další verze barevných klavírů. Dalším jeho významným dílem byl kineticko-luminiscenční objekt, který se stal jednou z dominant tehdejší Prahy. Vytvořil jej na střeše Benšových a Křížových Elektrických podniků. [17] „Světlo v pohybu přebralo úlohu, kterou hrály dříve věže.“¹¹⁰ Spousty svých projektů navrhoval pro místo dnešního Palachova náměstí na Starém městě v Praze. Bohužel však tyto návrhy kineticko audiovizuálních projektů jako byl zmíněný Pomník letcům, K nové epoše a fontány nebyly nikdy realizovány. Ve všech jeho skvělých návrzích bylo velmi patrné hledání spojení s přírodou a noční hvězdnou oblohou.¹¹¹ Zásadním dílem byl cyklus mužských a ženských torz, kde docílil díky jemné modelaci plastu a světelným konturám, protikladu trojrozměrného objemu a dynamické lineárnosti. Mistrovství těchto děl lze sledovat i na dokonalém propojení modelace přirozeným a umělým světlem, které vytváří ze statických plastik pohyblivé. V Pešánkově podání se sochy zbavovaly tíže a stávaly se imateriálním světelným dějem. Tyto sochy byly kolorovány pomocí barevných žárovek, modelace oblin byla umocněna energickým pohybem linie tvořené barevným neonem.¹¹² Pešánek dokázal jak v architektuře, tak i sochařství, dát světlu v pohybu zcela novou úlohu. Světlo u něj bylo tím hlavním tvárným výrazovým prostředkem. V případě jeho soch bylo docíleno toho, že socha sama se stala zdrojem světelných dějů, ne jen pasivním příjemcem denního světla.¹¹³

Od počátku dvacátých let byl v Evropě, jako centrum vznikajícího umění zkoumajícího luminodynamické a audiovizuální možnosti, považován Berlín. Byly zde výborné podmínky pro rozvoj nových typů umění, z čehož čerpala i spousta poválečných tvůrců jako například Ludwig Hierchsfeld-Macke, Kurta Schwedtfeger a László Moholy-Nagy.¹¹⁴ Díla Zdeňka Pešánka vznikala paralelně s těmito osobnostmi a také s díly umělců

¹⁰⁹ZEMÁNEK 1997b, 1

¹¹⁰JANATA 1997, 16

¹¹¹ZEMÁNEK 1997a, 16

¹¹²JANATA 1997, 16

¹¹³JANATA 1997, 16

¹¹⁴ZEMÁNEK 1997b, 1

Bauhausu. Velký úspěch tehdy v Berlíně zaznamenal Zdeněk Pešánek se svým barevným klavírem, dokonce větší než u nás.¹¹⁵

Snad nejbliže měl umělecky Pešánek k Moholy-Nagyemu: „Měli společné vnímání utopického aspektu mimetismu, který byl úzce spjat s magií světla a se spirituálním a kultovním obsahem.“¹¹⁶ Fotograf, konstruktér a profesor Bauhausu Moholy-Nagy byl znám především jako umělec esteticky silně inspirovaný ruským konstruktivismem. Většina jeho děl, ať již šlo o malby a nebo objekty, pracovala čistě s geometrickými formami. Nová východiska nacházel v experimentování s různými jinými styly a v užívání zajímavých netradičních materiálů. Právě v tomto ohledu má se zmiňovaným Zdeňkem Pešánkem nejbliže. Moholy-Nagy byl zastáncem propojování více uměleckých oborů dohromady. Nejzásadnějšími výtvary pracujícími se světlem byli objekty založené na dynamicko-konstruktivním systému sil. Právě tam, stejně jako u Pešánka, šlo o spojení pohybové plastiky s variabilní hrou světla. Těmito objekty se snažil docílit dokonalé harmonie a estetické preciznosti. V letech 1922-1930 vytvořil například Světelnou rekvizitu **[18]**, kde šlo o koncepci umění na bázi stroje, chápaného jako reduktivistický model modernistické estetiky.¹¹⁷ Dlouhou dobu sestavoval své Stroje na krásu, založené na vztazích mezi pohybem a světlem, šlo zde však i o nalézání estetické pravdy a o variabilitu v různých prostorech. Tyto objekty byly konstruovány především z leštěné oceli, skla a světelného zdroje. Rok 1936 přinesl Moholy-Nagyemu spolupráci s maďarským filmovým producentem Alexandrem Kordou. Pro jeho film *Things to Come* vytvořil kinetické sochy a různá originální světelná zařízení, které ale byly nakonec odmítnuty. Moholy-Nagy, stejně jako i Pešánek, byl vytrvalým experimentátorem na poli propojení umění a techniky založeném na precizním vědeckém přístupu. Oba se pokoušeli pomocí nejmodernějších objevů techniky poukazovat k důležitosti prvotní formy. Také Moholy-Nagy je považován za průkopníka a předchůdce multimediálního umění.

¹¹⁵ZEMÁNEK 1997a, 16

¹¹⁶ZEMÁNEK 1997a, 16

¹¹⁷ZEMÁNEK 1997a, 16

3 OSVĚTLENÍ PRAHY PO DRUHÉ SVĚTOVÉ VÁLCE

Ještě řadu let po válce probíhaly v celé Evropě úspory energie na osvětlování, postupně se měnily žárovky za úspornější zářivky. Mezi léty 1948 – 1955 docházelo v noci dokonce k vypínání elektrického proudu. Vypínány byly i celé domovní bloky včetně veřejného osvětlení.¹¹⁸

Jedny z prvních velkolepých akcí, kde světlo hrálo zásadní roli, byla Slovanská zemědělská výstava a stavba pomníku J. V. Stalina. Slovanská zemědělská výstava na pražském Výstavišti v roce 1947 s architektonickým řešením Krohova ateliéru. Neměli možnost obnovit Křížkovu fontánu, tudíž byla instalována řada barevně proměnlivých svítících fontán podél hlavní cesty od vstupu do pavilonu.¹¹⁹ Roku 1953 byla vypsána soutěž na pomník J. V. Stalina na Letenské pláni, účastnil se jí i Krohův ateliér s výtvarníkem Zdeňkem Pešánkem. Jejich návrh s barevným osvětlením neuspěl. Vybrán byl projekt kolektivu J. Štursa, V. Štursová a O. Švec. V rámci výstavby pomníku bylo i veškeré okolí opatřeno veřejným osvětlením se stožáry do výšky 15 metrů. Celý tento projekt byl jednou z největších investic své doby v Praze. Bylo instalováno světlometové osvětlení z několika stožárů a přímo u sochy dvě velké bronzové ohňové mísy na hořící olej.¹²⁰

V padesátých letech sloužily světelné reklamy u nás jako nástroj propagace politické moci.¹²¹ Až šedesátá léta 20. století znamenala opravdové zářné ulice a města. Tou dobou se mohlo, alespoň částečně, Československo rovnat s celosvětovými trendy. K tomuto rozmachu došlo především díky profanaci velkých politických pravd z padesátých let a díky sílící ekonomice a spotřební síle obyvatelstva. Cena elektrické energie stále klesala, což bylo dalším faktorem, který umožnil tento velký rozkvět. Posun nastal i v technologii ohýbání skleněných trubic plněných inertními plyny. Začaly vznikat nové zvláštní fonty písma s měkkými záhyby, které zpětně ovlivnily celkové grafické vyznění světelných reklam šedesátých let.¹²² Vzhledem k tomu, že se tato část mé práce věnuje světelným reklamám v tehdejší Československu, přesněji řečeno území dnešní České republiky, je důležité uvést zásadní rozdíl mezi reklamou socialistickou a kapitalistickou, který byl patrný ve všech ohledech. V kapitalistickém světě byl neon reklamním prostředkem konkurenčního boje, kdežto u nás mělo jít jen o funkci propagační a informativní. Pokouším se zde na případech

¹¹⁸ MONZER 2003, 102

¹¹⁹ TAMTÉŽ, 99

¹²⁰ TAMTÉŽ, 103

¹²¹ KRAMEROVÁ / SKÁLOVÁ 2008, 206-207

¹²² ZISS 2002, 103

konkrétních reklam, ale i celých měst, poukázat na tehdejší vývoj, anebo zanedbanost v této umělecko průmyslové oblasti.

4 PADESÁTÁ LÉTA

4.1 Vývoj osvětlovací techniky

Co se týče technického vývoje osvětlení, nejen pouličního, ale i celkového zdokonalování veškerých svítidel, v socialistickém Československu nejvíce přispěly podniky TESLA a Elektropodnik hlavního města Prahy. Již od roku 1952 zde byla zahájena vlastní výroba výbojkových zdrojů a svítidel. Důležitým krokem pro vzhled městských ulic bylo, že od roku 1955 vyráběl podnik TESLA Holešovice první rtuťové výbojky. Po roce 1958 se uskutečnila rozsáhlá reorganizace průmyslu přičemž vznikala nová oborová generální ředitelství. Podniku TESLA Holešovice byla svěřena oblast základního a aplikovaného výzkumu ve světelných zdrojích a osvětlování.¹²³ V létě roku 1959 bylo umístěno na dolním konci Václavského náměstí tisíce rtuťových výbojek v nových svítidlech a to především díky celostátní spartakiádě. Docházelo tedy k čím dál většímu prosvětlování ulic a také tento fakt jistě ovlivnil typy, užití, ale především umístění světelných reklam.

4.2 Reklama a dobová ideologie

Znaky socialistické obchodní reklamy měly mít pravdivost, konkrétnost a ideovost. Cílem bylo informování spotřebitele a výchova jeho vkus, ostatně jako i v jiných odvětvích, k potřebám socialistického státu, což se projevilo i na světelných reklamách. Rezolutně se hlásalo, že socialistická propagace musí být informativní a musí využívat nejrůznějších forem, ale především nebyla slučitelná s formalismem. Vidět proto v instalaci vysokonapěťových trubíc příležitost k výzdobě by bylo pro tehdejší režim neúprosným formalismem. V rámci možností měla reklama, tedy i světelná, pomoci k proniknutí nových výrobků, kterých byl zrovna dostatek a především naplnit plán maloobchodního obratu. Velká pozornost byla věnována plánování vhodného rozvržení financí ve správné výši a ve správný čas.¹²⁴ Všudypřítomné bylo srovnávání s reklamou kapitalistickou.

¹²³ MONZER 2003, 104

¹²⁴ PEJŘÍCH 1958, 247-248

Od počátku padesátých let měla hlavní roli v šíření informací a propagandy média, která byla pod kontrolou stranických a vládních orgánů. Oficiální cenzuru vykonávala od roku 1953 až do roku 1966 Hlavní správa tiskového dohledu, která spadala do resortu ministerstva vnitra, které mělo povinnost o svých zásazích informovat ÚV KSČ. I přes to, že došlo ke zestátnění podniků a monopolizaci výroby a nastal nedostatek produkce. Reklama nezanikla především díky tomu, že měla převzít výchovnou úlohu. Novými tématy propagace se stal zdravý životní styl, sport, abstinence a nabádání ke spoření u České státní spořitelny. Tento typ propagace se týkal ale většinou jen letáků, plakátů a hesel, které byly přítomné všude.¹²⁵

4.3 Vývoj světelné reklamy v podmínkách socialistického Československa

Vzhledem k tomu, že po roce 1945 docházelo k systematické likvidaci dosavadních způsobů propagace a především menších firem s tradicí a zkušenostmi, následkem toho byl nedostatek kvalifikovaných výrobců a nemožnost plnit stanovené plány, které byly pro tehdejší režim důležité. V poválečných letech byl pohled na veškerou reklamu velmi skeptický. Bylo jasně řečeno, že socialismu není reklamy zapotřebí. Byla to léta úpadku a utlumení celého tohoto odvětví. Před polovinou padesátých let se však názor začal pozvolna proměňovat a z čisté averze vůči kapitalistické „nekulturní, nechutné až zrůdné“¹²⁶ reklamě se začal pozvolna stávat cíl, který chtěla socialistická společnost i předčít.

Zásadní změnou v přístupu k světelné reklamě byl rok 1953, kdy ministerstvo vnitřního obchodu vydalo 3. srpna konkrétní příkazy o reklamě a jejím šíření. Šlo o přesnou strukturu reklamního aparátu v soustavě ministerstva vnitřního obchodu, spotřebních družstev a výroby. Vznikl reklamní podnik státního obchodu. Bylo naplánováno vše, od zásad při přípravě, provádění a zhodnocení reklamy, přes veškeré reklamní prostředky. Šlo o absolutní kontrolu. Výkladní skříně, cenovky, vystavované zboží v prodejně, obaly, plakáty, inzeráty, diapositivy, reklamní filmy a radioreklamy.¹²⁷ K opětovnému nástupu obchodní reklamy tehdy velmi přispěl vznik samoobslužných prodejen, díky nimž nabyla opět na významu komunikace v obchodní síti. Pozvolna tedy začalo docházet k jisté rehabilitaci reklamy, která byla počátkem padesátých let načas utlumena. Od roku 1954, díky státním opatřením, která ukládala podnikům znovu budovat neonovou reklamu, vzrůstala i kvalita veškerého

¹²⁵ KRAMEROVÁ / SKÁLOVÁ 2008, 208

¹²⁶ RABAN 1956, 97

¹²⁷ REKLAMA 1956, 51

reklamního designu.¹²⁸ Další hodnotou světelné reklamy a tedy i pozitivy pro stát, bylo nepopíratelné zvýšení tržeb do státního rozpočtu. Tehdejší situaci zhodnotil Ing. Josef Raban ve svém článku Reklama a užité umění: „Po přechodném období, kdy pod vlivem nesprávných názorů byla reklama téměř vymýcena, začínáme vlastně znovu. Je proto třeba uvědomit si na počátku této cesty nejen její smysl a cíl, ale také všechny prostředky, kterých k jeho dosažení můžeme a budeme užívat. Dobrou pomůckou tu bude jistě i zamyšlení nad naší dřívější praxí a navázání na vše kladné z minulosti a také rozbor současné kapitalistické reklamy, která využívá téměř všech možností dnešní doby. Víme ovšem, že naše socialistická reklama se bude muset nutně od kapitalistické příkře odlišovat především ve dvou bodech: 1. musí být pravdivá, 2. musí být kulturní.“¹²⁹ [19]

V druhé půli padesátých let docházelo i k rozvoji reklamy pohybové, zvukové, filmové, rozhlasové a gramofonové. Vše zmíněné bylo velmi, i po stránce finanční, podporováno státem. Největší důraz byl v té době ale kladen na automatizaci v obchodní reklamě. Jako příklad nadšení doby pro inovace tohoto typu bych uvedla přístroj nazvaný „magický prst“, který byl elektrickým motorkem uváděn do pohybu a vrhal světlo do různých částí výstavních ploch, čímž vytvářel zvláštní efekty.¹³⁰

Dalším důkazem, že stát bral v padesátých letech otázku propagace velmi vážně můžeme sledovat také na intenzivním započítí spolupráce vysokých škol s reklamními pracovníky státního obchodu. Například Psychologický ústav Filozofické fakulty dnešní Masarykovy univerzity v Brně, kde se věnovali otázkám reklamy z hlediska Pavlovovy psychologie a hodnocení světla ve výlohách z hlediska jeho psychologického účinku. Další spolupráce probíhala s vysokými školami ekonomickými a uměleckoprůmyslovými.¹³¹

4.4 Výroba a realizace

„Neon prospěje našemu obchodu a změní k lepšímu večerní vzhled našich měst. Tato změna však nenastane sama od sebe bez důkladného organizačního zajištění.“¹³² Napsal Otto Jiráček ke stavu výroby neonových reklam pro časopis Reklama v roce 1956. Zmiňoval se o našich městech a především Praze, kde po vzestupu v třicátých letech, došlo k úpadku a

¹²⁸ SYLVESTROVÁ 2008, 319-322

¹²⁹ RABAN 1956, 97

¹³⁰ REKLAMA 1955, 150 – 152

¹³¹ REKLAMA 1955, 92

¹³² JIRÁK 1956, 82

postupnému vymizení neonových nápisů, čímž Praha ztratil charakter nočního velkoměsta. Tvrdil, že šlo čistě o důsledek toho faktu, že všechno, co připomínalo kapitalistickou reklamu, bylo u nás považováno za neslučitelné s naším novým společenským zřízením. „Po revizi tohoto názoru projevilo se v některých oborech reklamy dosti rychlé oživení(...). Z výloh byly odstraněny nic neříkající politické výzdoby a nahrazeny konkrétní nabídkou zboží.“¹³³ U obchodních plakátů, letáků a prospektů šlo opatření k obnově provést velmi rychle, ale s obnovováním neonové reklamy byly spojeny mnohem větší komplikace a problémy.

Jedním z největších nedostatků byla kapacita výroby. Malé soukromé výroby neonu, které existovaly před rokem 1945, byly zlikvidovány, nebo soustředěny do některých velkých závodů. O výrobu neonu nebyl zájem a tato výrobní činnost byla stále převáděna pod jiné závody. Výsledkem bylo, že v polovině padesátých let se oddělení zabývající touto výrobou stala jen podružnými úseky. Zmiňovaný Otto Jirák k tomuto problému uvádí příklad v té době jediné výroby neonu na Moravě, která byla navíc přiřčena k Dřevopodniku v Brně. Problematickou byla i otázka investic a nejvyšší potřeby pro státní hospodářství. Neonovým nápisům nebyla přisouzena dostatečně velká role. Tehdejší tlak na obnovu neonových zařízení však přiměl ministerstvo vnitřního obchodu k zřízení zvláštní výroby u Reklamního podniku státního obchodu. Do roka se sice stala největší v republice, ale i přesto nestačila plnit všechny narůstající úkoly. Kromě nedostatku prostor a pracovníků, zde byl i nedostatek potřebného materiálu. Obnovení velkoměstského vzhledu ulic najednou bránil nedostatek speciálního skla, spínačů a transformátorů.¹³⁴ Ač byla celková situace neuspokojivá, byly již známy u nás i ve světě metody pro dosažení dokonalého technického provedení a barevnosti. V tomto ohledu bylo možné dosáhnout skvělého efektu například plynným plněním trubic různým tlakem náplně, fluorescentním prachem, nebo zvláštními barvami skel.¹³⁵

Dosavadní vybavování obchodních provozoven neonovou reklamou bylo závislé na nutnosti vyvolané mimořádnými okolnostmi jako je spartakiáda, Filmový festival a nebo zvláštní přidělování investic při zřízení nové prodejny, která měla být samozřejmě co nejexkluzivnější. Současně bylo již tehdy známo, že je nutné udržovat určité dané postupy pro umístování neonů. Požadavkem bylo větší užívání neonů ve výlohách. Významný cíl vyvstal v častějším umístování neonů na střechy a fasády budov, kde měly nápisy sloužit především

¹³³ JIRÁK 1956, 82

¹³⁴ JIRÁK 1956, 82

¹³⁵ HÄCKL 1957, 49–51

propagaci konkrétního zboží a výrobních značek. [20] Pod tlakem, plnit státem vytčené cíle, docházelo ke spojování veškerých výrobců neonů dohromady.

V polovině padesátých let bylo důležitým celostátním úkolem obnovení neonů na hlavních tepnách Prahy a Karlových Varů, kde šlo především o včasné realizování před začátkem filmového festivalu. V Karlových Varech bylo kvůli festivalu zřízeno 40 neonových reklam. V tehdejší situaci nedostatku se však celkově nedal úkol splnit, jak naznačuje i následující tvrzení: „Při rozhovorech se soudruhy z výroben neonu dochází k zajímavým srovnáním. V Praze před druhou světovou válkou v oboru neonu pracovalo přibližně 500 zaměstnanců. Dnes 60 a výroby v ostatních městech prakticky zanikly.“¹³⁶ Celá obnova neonových reklam šla jen velmi pomalu. Do roku 1959 nebylo stále, dle vytčeného plánu, v oblasti neonové reklamy dosaženo uspokojivého stavu. Pro urychlení výroby začal být tento typ reklamy organizován dvěma způsoby: První byla výroba typizovaných nápisů a snadno vyměnitelných písmen.[21] Druhou výroba individuálních reklam od pražského podniku Neón.[22] Zásadním se pro celorepublikovou výrobu stalo vytvoření brněnské pobočky Reklamního podniku státního obchodu v Praze. Pomalu začínala být uspokojována poptávka, rozšířila se barevná škála a nové technické vybavení umožňovalo výrobu neonů výškových, přerušovaných a pohybových.¹³⁷[23]

Rok 1959 přinesl pro Československo nový dokonalejší způsob výroby, šlo o syntrované, fluorescentní trubice, které měly intenzivnější a rovnoměrnou zářivost a také umožňovaly vícebarevné osvětlení. Tato výroba byla založena ve státním obchodu v Chřibské, kde se započalo se sériovou výrobou písmen v typizovaných velikostech a tvarech, jednotné byly i ceny.¹³⁸

4.5 Grafické zpracování neonových reklam a barva

Od druhé půle čtyřicátých až do poloviny padesátých let byla většina pozornosti zaměřována především na technickou stránku světelných reklam. Téměř žádný grafik se po válce nesespecializoval na jejich navrhování. Hned od počátku bylo o barevnosti a vzájemném doplňování neonů rozhodováno z jednoho centrálního místa, snad i proto, aby nemohlo dojít k živelnému prosazování individuálních představ. V širokém povědomí již byly základní

¹³⁶ JIRÁK 1956, 82

¹³⁷ FILIP 1957, 272-273

¹³⁸ SYLVESTROVÁ 2008, 320

zásady o tom, že je důležité, aby se návrháři při vytváření neonů nedopouštěli chyb v řešení kresby světelnou trubicí a uvědomovali si, že takřka nikde není prostředí absolutního klidu a tmy. [24] Co se týče písma: „Tak zvané hůlkové písmo nevyhovuje pro ostrost záhybů, které napovídají, že bylo původně sestrojeno pro jiný materiál. Mnohem lépe vyhovuje volně psané písmo, které předstírá, že mělo být pravouhle hranaté a smyčky mohou na mnoha místech nahradit obvyklé, technikou dané překlady.“¹³⁹ Velmi důležitým se zdálo zohledňování vlastnosti neonové linky tak, aby se její zářivost mohla uplatnit.[25] Rady pro tehdejší tvůrce říkaly, že se mají vyvarovat napodobování plakátů různými pozadími a kolorováním, aby nevznikl nechtěný efekt gobelínu. Pokud šlo o velikosti použitého písma, počítalo se s tím, že ideální výška je alespoň 80 cm. Velmi kriticky bylo tehdy pohlíženo na takřka neviditelné reklamy. Jako typický příklad byl uveden v dobovém článku zabývajícím se navrhováním reklam, název kavárny Slavia v Praze.¹⁴⁰

Jeden z pracovníků propagace, zabývajících se zahraničními světelnými reklamami, i jejich grafickým zpracováním, ohodnotil situaci u nás tak, že prý nebylo zdaleka tolik co na výběr. Bylo ale prý možné nalézt i pár dobrých vkusných ukázek, srovnatelných se zahraničními velkoměsty. Toto hodnocení se týkalo především technické dokonalosti a nápadu. Jinak naopak současníky upozorňoval na to, že „nejhorší by bylo, brát si příklad z broadwayského stylu“¹⁴¹[26], ten shledával jako přehuštěný a moc barevný. Tehdejší situace v Československu byla posuzována jako v mnohém nedostatková a to jak v pohyblivých reklamách, tak především v nedostatku barev. Pro potvrzení nelehké situace v obnově neonových reklam uvádím informaci z časopisu Reklama, která poukazuje, že například i osvětlení výloh bylo tehdy na vyšší úrovni: „Prozatím můžeme alespoň konstatovat, a to opravdu rádi, že světelných reklam u nás stále plánovitě přibývá a že snad již brzy budou na úrovni mnohých výkladních skříní.“¹⁴² V roce 1962 vyšla publikace Světelná reklama od Jaromíra Baláka. Byly v ní sepsány přesné instrukce pro tvorbu a úpravu neonových reklam.¹⁴³

4.6 Vztah k architektuře a umístění

¹³⁹ REKLAMA 1957, 150-151

¹⁴⁰ REKLAMA 1957, 150-151

¹⁴¹ HÄCKL 1957, 49 – 51

¹⁴² HÄCKL 1957, 49 – 51

¹⁴³ BALÁK 1962

Dříve bylo zvykem vycházet z architektury budov, na kterých byly neony umístěny, o čemž se zmiňuji také ve své první části diplomové práce. Budovy byly neonem zarámovány. Jedny z typických příkladů byl v Praze Dům módy a Lidová demokracie na Karlově náměstí. Ke konci padesátých let byl nejen u nás, ale i ve většině světových velkoměst, zaváděn neon již zcela odlišný od architektury. Převážně šlo o dlouhé nepravidelné linie, které procházely úmyslně v diagonálách od přízemí ke střeše. Tato forma neonové reklamy byla od konce padesátých let velmi častou. V zahraničí si získala velké oblíbenosti především na území tehdejšího Německa. S problematikou umístění konkrétní světelné reklamy byla řešena i otázka úspěšného oslovení potencionálního zákazníka. [27] Nejideálnější se zdálo náměstí nebo prostranství, kde má člověk možnost většího odstupu. Velké neony měly být umístěny na střechy domů průčelně, názorným příkladem dobrého umístění byl například dům v ulici 28. října na rohu ulice Na můstku. Náročné a velmi diskutované bylo v té době umístění neonové reklamy v historických částech měst. Díky československým propagačním pracovníkům, kteří měli možnost navštívit zahraniční země, zde měla být aplikována forma inspirovaná Itálií [28], kde byly neony nejvíce umístěny vertikálně. [29] Ideálními se staly především proto, že je bylo vidět po celé délce ulice a zůstaly čitelné, což u nápisů průčelních vždy nefungovalo.

4.7 Po Expu 58 v Bruselu

Zlomem ve vnímání důležitosti neonů, se stal úspěch československého pavilonu na Expu 58 v Bruselu. Tato výstava, která byla v noci prozářena neony, inspirovala natolik, že se jejich užití stalo takřka nezbytností i u dalších veletrhů a expozic jak v zahraničí, tak i u nás. Hned na počátku roku 1959 vyšlo v časopise Reklama pár oslavných článků o atmosféře Expa i Bruselu samotného. [30] Pro dokreslení situace zde uvádím kratší úseky z dobových článků: „Neónová reklama byla velmi pestrá, s širokou paletou nejrůznějších barev a často i pohyblivá. Neony, kterých bylo v Bruselu nespočet, dodávaly ulicím veselý a velkoměstský ráz, který měl vtip a stále na sebe upozorňoval barvami a činností.“¹⁴⁴ V dalším se psalo: „Hlavní bruselské ulice zářily tisíci světel. Jednou z příčin byly silně osvětlené až přesvětlené výklady [31], dále světelné neónové reklamy, ale hlavně tisíce žárovek rozvěšených v bohatých girlandách přes ulice. [32] Tento způsob prosvětlení byl snadný a nevyžadoval velkých investic, girlandy byly vlastně jen žárovky navěšené na drátech přes ulici. Nad

¹⁴⁴ PILAŘ 1959, 6-7

vchody do některých obchodů byly nápisy: Tento obchod participuje na iluminaci EXPO 58, dávejte mu přednost při svých nákupech.“¹⁴⁵

Díky tomu, že náš pavilon měl tehdy obrovský úspěch a neony byly použity v celém pavilonu, začala být neonová reklama i oficiálně opět považována za neodmyslitelnou součást městského prostředí. Přestalo jít jen o poskytování prvotní orientace spotřebitelům a o zdroj levného pouličního osvětlení. Následovalo rychlé rozšiřování především v průmyslových a veletržních městech jako bylo Praha, Brno, Liberec, Zlín a Ostrava. Ve zmíněných městech měla neonová reklama tradici již z období první republiky. Světelné nápisy byly nově také doceněny v prostředí motorismu a automobilismu, který v té době závratně vzrůstal. Byly označovány prodejny občerstvení, bufety [33] a benzínové čerpací stanice. Začaly se zvýrazňovat názvy restaurací, hotelů a lázeňských a turistických ubytoven.¹⁴⁶

4.8 Československá republika - konkrétní realizace

Neony byly podstatnou součástí večerního obrazu města. Vyjadřovaly obchodní a společenský ruch a oznamovaly informace o nákupních možnostech. [34] Posláním reklam měla být funkce velmi účinných propagačních prostředků v době, kdy ostatní pouliční reklama již končí. V naší zemi byl výhradním zadavatelem neonových reklam stát, tudíž ani výsledek nemohl být příliš pestrý. Ve většině měst byla zaváděna unifikovaná označení emblémů jako „Tabák“ a „Potraviny“, šlo však o státní obchody a emblémy, které byly všude stejné, tudíž mohly působit poněkud zbytečně. Jako nezbytnost bylo tehdy považováno doplňování světelné reklamy například u všech prodejen a podniků společného stravování na hlavních tepnách krajských měst. Každá z těchto prodejen měla být vybavena světelným štítem, obzvláště ta, která nabízela rozvinutý večerní prodej. Dále například výlohy spořitelny měly většinou jednotný design. Velmi intenzivní zelené a modré neony vyzařovaly z tmavých výloh, což mohlo, slovy tehdejšího odborníka, působit až jedovatě a nepříjemně.¹⁴⁷ Hlavní důraz měl být tehdy kladen především na lepší orientaci cizinců ve městě, označování nádraží, nástupišť, pošty, Československé státní banky [35] atd.

Od konce války až do poloviny padesátých let došlo k největšímu pokroku v Praze na dolní části Václavského náměstí. Šlo například o rozsvícení velkých hodin vedle již svítícího nápisu Prazdroj a střídavě rozsvěcovaný nápis Elektročas, který měřil přesný čas. [36] Dále

¹⁴⁵ REKLAMA 1959, 8

¹⁴⁶ SYLVESTROVÁ 2008, 319-320

¹⁴⁷ FILIP 1957, 272-273

například obchod s potřebami pro domácnost vybavil neonovými nápisy své výběrové prodejny v centru města. Upravil portály se snahou odlišovat se od ostatních a to jak názvem, tak i písmem. Vznikly nápisy Krystal [37], a Výběrový porcelán, kde k těmto prodejnám volili takovou barvu portálu, aby se hodila ke svému okolí a k barvě firemního štítu. Šlo konkrétně o prodejnu Výběrového porcelánu v ulici Příkopy 16 [38], kde byly použity nové barvy, typ písma a střídavé rozsvěcování. Dále prodejna Krystal ve Vodičkově 41 a na Václavské náměstí 3.¹⁴⁸

Brno bylo v poválečných letech na neony velmi chudé, od poloviny padesátých let, kdy se zde začala pořádat strojírenská výstava, se však objevovaly stále více. Od války do roku 1957 zde přibýlo na 40 neonů. Většina těchto nápisů zdobila obchodní podniky, restaurace a hotely.[39] Neony také často používala kina a divadla.¹⁴⁹ Například na tehdejší budově činohry na Lidické ulici. Dalšími budovami, využívajícími neonových reklam, byly Státní pojišťovna, ČTK a pošty se zářivým neonem Sazky. Bohuslav Filip si tehdy povšiml zajímavosti, že většina neonů svítí odstíny modré a zelené, o něco méně žluté a nejméně červené. Nejvýstižnější a nejkusnější mu přišly nápisy Květiny [40] na brněnských květinářstvích. Zkritizoval nesprávné rozmístění písmen u kavárny Opera a vinárny Jadran, kde prý nedodržely ani spodní linku. Nejhorším byl prý rudě křiklavý nápis „občerstvení“ v obchodním domě Rozkvět. Červenou doporučoval jen v kombinaci s jinou barvou, například zelený hrozen a přes něj červený nápis u vináren.¹⁵⁰ V umístění neonů převažovaly průčelní reklamy, vertikálních bylo málo a výškové takřka žádné. Velmi často a vkusně zde byly použity neony v interiérech k dekoračnímu nerušícímu osvětlení.¹⁵¹

Město Gottwaldov, dnešní Zlín, bylo v padesátých letech ojedinělé svou organizovaností. Neplánovali tam v rámci jednotlivých podniků, ale šlo především o rovnoměrné rozmístění obchodní sítě. Všechny náměty byly nejprve předkládány dislokační komisi rady městského národního výboru. Až po zpracování výhledového plánu se začalo s úpravami a přebudováním obchodní sítě a sestavováním ideového a technického plánu pro výstavbu neonové reklamy. Bylo rozhodnuto o soustředění na hlavní obchodní tepny a důležité komunikace s tím, že nápisy měly být různobarevné, rozličného provedení a vyobrazení se vztahem k prodávánému zboží. Některé neony měly obsahovat i pohybové části jako například hotel Moskva na tehdejším náměstí Práce. Komise se tehdy nezaměřila jen na

¹⁴⁸ REKLAMA 1957, 204

¹⁴⁹ Bylo uváděno na 90%.

¹⁵⁰ FILIP 1957, 272-273

¹⁵¹ FILIP 1957, 272-273

obchodní podniky, ale i na výrobní podniky státní a místní. Plánem bylo do roku 1960 instalovat kolem 50 nových světelných reklam.¹⁵²

Hned po Brnu učinili největší pokrok Pardubice. V celém městě byly po válce jen 2 neony, do roku 1958 jich zde vzniklo 21. [41] K tomuto roku byly ještě dokončovány neonové nápisy Silon, Prim, Sovětská kniha, Elektro-radio, Mléčné byfé a Prodejna obuvi. Jako špatným byl redakcí časopisu Reklama tehdy shledán nápis dětské prodejny Bambino, který nebyl dostatečně vidět z frekventované hlavní třídy.¹⁵³

4.9. Zahranicí

4.9.1 Srovnání se zahraničím

Pro srovnávání tehdejších československých a zahraničních reklam byl velmi přínosným časopis Reklama, vycházející od druhé poloviny padesátých let. Pravidelně přinášel přehled o dění na poli světelné reklamy a osvětlování výloh ve světě. Šlo jak o reflexe a srovnávání zahraničních odborníků posuzujících naše výkony, tak i českých odborníků popisujících zahraničí. Další z možností získání většího rozhledu, poznatků a inspirace byla účast nebo návštěvy mezinárodních výstav a veletrhů. Oblíbené byly tehdy například lipské [42] a vídeňské [43]. Zúčastnění byli povinni po návratu rozsáhle zpracovávat a referovat o informacích nabytých v cizině. Vše bylo v té době přísně cenzurováno, a proto byly znát jisté povinně prorežimní prvky. Z těchto postřehů a záznamů ze zahraničních cest se však, dle mého názoru, dají získat i cenné informace o estetických ambicích doby a o srovnávání československého prostředí se zahraničím.

Otto Jirák se k srovnání tehdejší situace Československa a zahraničí vyjádřil v tom smyslu, že „výroba neonu u nás je na velmi primitivním základě. Nová výrobní zařízení neexistují. Prakticky se pracuje na stejném zařízení jako soukromníci v roce 1945. Vývoj však nezůstal ve světě stát.“¹⁵⁴ V zahraničí se opravdu forma neonových reklam rychle rozvíjela, začaly se používat různé pestrobarevné fluorescenční trubice a podobně. Na ministerstvo vnitřního obchodu byly vyvíjeny velké tlaky kvůli povolení různých studijních zájezdů do

¹⁵² PEJŘÍCH 1958, 247-248

¹⁵³ REKLAMA 1958, 239

¹⁵⁴ JIRÁK 1956, 82

zahraničí, díky kterým by se daly nashromáždit informace pro vlastní výzkumy a zdokonalování domácích výrobků.

4.9.2 Hodnocení českých světelných reklam v zahraničí

Na dvou následujících komentářích, sice jen ze zemí tehdejšího Sovětského svazu, bych chtěla ukázat, jak byla hodnocena česká reklama v zahraničí. Roku 1955 například maďarští reklamní pracovníci upozorňovali na to, že v našich výlohách prý nepoužíváme dostatek světelných efektů. Osvětlení výloh pokládali za nepromyšlené a stereotypní. Doporučovali střídavé osvětlování několika druhů zboží a jiné efekty.¹⁵⁵ O rok později jeden z vedoucích reklamy konsumů z NDR ohodnotil naše osvětlování výloh neony tak, že byly prý o polovinu méně osvětlovány než v Berlíně, které byly podle jeho názoru ještě málo světlé. Nároky na úroveň osvětlování prý u nás měli růst s rychlým zaváděním neonových reklam.¹⁵⁶ Což do určité míry jistě proběhlo, dokonce snad i naše reklama zaujímal dobrý postavení v rámci Sovětského svazu, ale se západním světem jsme se rozhodně srovnávat nemohli.

4.9.3 Dobový pohled na zahraniční světelné reklamy

„Každý večer rozzáří se tisíce a miliony světel ve velkoměstech světa a mezi bílými korálky pouličních lamp, jak se jeví při pohledu z letadla, pestře se třpytí neony. Města se jimi zdobí ke svému večernímu a nočnímu životu.“¹⁵⁷ Tato poetická věta je vyjmuta z článku Barevná světla velkoměsta, který ukazuje dobové vnímání osvětlení zahraničních měst. Jeho autor, propagační pracovník Bohuš Häckl, chtěl poukázat především na nutnost Československa pokusit se dohnat ostatní země. Häckl uvedl například Buenos Aires v Argentině, kde se pro nedostatek elektrického proudu světelné reklamy rozsvěcovaly až od 10 hodin večer. Noční čas zde popisoval jako proměnění v pohádku, kde fontány světel tryskají do jižní noci. Bylo zde prý i mnoho efektních opticky pohyblivých reklam, u kterých

¹⁵⁵ REKLAMA 1955, 79

¹⁵⁶ REKLAMA 1956, 192

¹⁵⁷ HÄCKL 1957, 49 – 51

byl nejvíce ceněn propagační nápad a vtip, ale především také umístění vedle sebe.¹⁵⁸ Dalším příkladem ze světa, byla samozřejmě mnohem více kritizovaná situace světelných reklam na Broadway v New Yorku. Hákl se k ní vyjádřil tak, že prý „...do reklamy bylo investováno nejvíce peněz, leckdy i neúměrně výsledkům (...).“¹⁵⁹ Zajímavými informacemi jsou dnes pro nás konkrétní příklady světelných objektů. Nejkrásnější shledával reklamu oděvního domu BOND [44], vytvořenou z tekoucího vodopádu na střeše domu, kde se v měnících barvách po stranách tyčily sochy muže a ženy provedené v neonu. Po celé šířce domu probíhal reklamní světelný nápis. Dále uvedl reklamu televize PHILCO [45], kterou tvořil tančící bílý stepař. Celá byla sestavena z množství žárovek, které zhasínáním vytvářely figuru tanečníka a dávaly mu pohyb. Na světelné reklamě NESCAFE [46] tekla z konvice do šálku proud světla místo kávy.¹⁶⁰ Neonová reklama města Miláno byla již hodnocena pozitivněji, vzhledem k tomu, že prý byla vytvořena podstatně levněji, ale působila velmi impozantně. Jako zajímavý příklad byl uveden mnohaposchodový dům značky FIAT, který použil k noční propagaci celou výšku a šířku průčelí. Všechna okna kanceláří byla v noci zhasnuta kromě těch, které vytvořily nápis značky.¹⁶¹ Z textu o Riu de Janeiru vybírám pro ukázkou neonovou reklamu značky PROBEL, na níž plula bílá labuť v modré vodě a vše bylo zároveň v pohybu. V Montevideu bylo prý mnoho pohybových reklam lákajících k vstupu do obchodů. V Sydney ocenil především reklamy pro vozy HOLDEN. V Istanbulu všehochuť světelných reklam na Peře a Taksim. V Lipsku celý veletržní střed města.¹⁶²

Zajímavým byl popis světelné reklamy z padesátých let v Anglii. Různobarevné neonové nápisy prý byly umístěny na čelních zdech domů a dokonce i vyčnívaly kolmo do ulice. Neony byly různobarevné a oproti našim se používalo celokovových konstrukcí na zdech domů, kde šlo snadno vyměňovat neonové trubice a často celou reklamu úplně změnit. [47] Hojně se v Anglii používaly neonové reklamy pohyblivé, buď blikající, nebo takové, při kterých byly některé celky umístěny na pohyblivých konstrukcích. Oproti Čechám zde byly, jako i ve výše zmíněných zemích používány fluoreskující barvy, které zde nahrazovaly neonové reklamy ve dne. Šlo jak o plakáty a transparenty, tak i autobusy.¹⁶³

Francie a obzvláště Paříž byla v té době takřka poseta neony. V jednom z našich dobových článků můžeme nalézt její hodnocení jako silně ovlivněnou americkým stylem života a holywoodskými filmy. [48] Český propagační pracovník, který do Francie

¹⁵⁸ HÄCKL 1957, 49 – 51

¹⁵⁹ Tamtéž

¹⁶⁰ Tamtéž

¹⁶¹ Tamtéž

¹⁶² Tamtéž

¹⁶³ FLORIÁN 1956, 164 - 165

zavítal, popsal tehdejší situaci: „... pokud zde jdete do kina, vidíte reklamní film, když vyjdete ven a jdete do metra, uvidíte na panelech stejnou značku, v novinách najdete ráno stejný inzerát, na silnici za městem taktéž a večer se vám rozzáří v neonových světlech.“ V této formě propagace však byly spatřovány i výhody velkých koncernů, kterými byly reklamy prováděny, protože takto velkolepé a dobře připravené akce mohly přinést mnohem intenzivnější účinek. [49] Ve srovnání s tamním ztvárněním a koncepcí byl spatřován velký prostor pro zdokonalení našich neonů a to i po stránce oprav těch nefunkčních.¹⁶⁴ Situaci přímo v Paříži ohodnotil Zdeněk Florián tak, že neon byl nejrozšířenějším reklamním prostředkem. Málo zde byly prý používány barevné neony, většina byla bílá. Tato bílá barva však mohla přispívat k celkovému večernímu lesku města tím, že účinně pomáhala pouličnímu osvětlení.¹⁶⁵

Maďarsko bylo zemí se stejným společenským zřízením a ve světelných reklamách s takřka totožnými problémy. Docházelo tedy ke snaze nalézt řešení problémů technických i výtvarných společnou cestou. Otto Jiráček a Jaromír Balák napsali, že „Již první procházka Budapeští nám ukáže, že vnější reklama je v Maďarsku více rozšířena než u nás, a má také více různých forem.“¹⁶⁶ Díky neonům večerní Budapešť působila velkoměstským charakterem. Kromě prodejen používala neonů i výroba na propagaci svého zboží. Oproti Čechům se neonu užívalo také k oznamování denního programu v kinech. Aby bylo možné nápisy podle potřeby rychle měnit, používaly se stabilní konstrukce s otvory pro písmena. Neony v budapešťských ulicích byly barevnější než u nás díky používání fluorescentu. Maďarský fluorescent byl technicky méně dokonalý než německý, přesto však působil živěji než nápisy u nás. Maďarské výrobny byly mnohem větší, měly více zaměstnanců a dobrou organizaci práce, ale oproti nám neužívali neonové nápisy na postupné rozsvícení a podobně.¹⁶⁷

Ke konci padesátých let bylo i v Polsku možné spatřit mnohotvárné neonové i jiné osvětlení na velmi vysoké úrovni. [50] Především ve Varšavě, Lodži, Poznaňi a Katovicích. Vznikaly neony jak horizontální, vertikální a fázované, tak i pohybové. V Lodži byla na tu dobu velmi sugestivní reklama, která měla formu kombinace malby a neonu. Šlo o stylizovanou kočku, která měla oči z rozsvěčujícího a zhasínajícího se neonu. Velmi povedený neon byl na automatu Praha. Měl příjemné barvy a byl plasticky rozvržen na celý obrovský palác. Rozsvěcel se fázovitě od největšího nápisu k nejmenšímu až končil nad

¹⁶⁴ JIRÁK 1957, 6-7

¹⁶⁵ FLORIÁN 1957, 102 – 103

¹⁶⁶ BALÁK/JIRÁK 1956, 138 – 139

¹⁶⁷ BALÁK/JIRÁK 1956, 138 – 139

vchodem do automatu. V Polsku bylo koncem 50. let spousta prosvícených firemních štítů, které měly barevně kontrastní odstíny v pozadí a nápisech. Oproti Česku jsme zde mohli nalézt též zajímavé prosvícené reklamní sloupy končící neonem, které byly obvykle čtyřhranné a na každé straně s reklamou. Důležité pro atmosféru města byly světelné reklamy na tramvajích a žárovkové světelné noviny.¹⁶⁸

V NDR, dnešní Spolkové republice Německo, byla již v padesátých letech neonová reklama velmi rozšířena, [51-53] nejvíce na Stalinově třídě, dominantě celého Berlína. Naše propagační pracovníky fascinovaly především příklady expresivních motivů, které se v ČSSR neobjevovaly. Například dětské postavičky házející si s míčem, přičemž míč se postupně rozsvěcoval a působil jako by byl v pohybu. Častá byla témata létajících ptáků, většinou holubiček, kde bylo pohybu docíleno stejným způsobem. Typickým pro východní Německo bylo používání fluorescentních trubcí, vyznačujících se velmi krásnými jasnými barvami a stejnou tvarovací možností jako neony. Světelné trubice byly používané i na nadjezdech tramvají, volných postraních plochách domů a na jiných neobvyklých místech. Neonem zde označovali i konkrétní oddělení v obchodních domech a ve větších prodejnách. Tamní reklamě bylo pracovníky československého státního obchodu vytýkáno ovlivnění soukromým obchodnictvím, což prý znemožňovalo dělat reklamu společnou a všeobecnou, protože státní reklama by sloužila i soukromníkům.¹⁶⁹ V roce 1956 vyšel článek, kde byly světelné reklamy v NDR hodnoceny jako působivé, ale kritizované za německou investiční politiku a umístování na nedostavěné budovy.¹⁷⁰ Ke konci padesátých let byly všechny hlavní třídy osvětleny v celých souvislých řadách. Uplatňovaly se zejména vertikální nápisy na nárožích.[54-55] Oproti ČSSR zde byly neony umístovány výše, především mezi prvním a druhým patrem.¹⁷¹

¹⁶⁸ KAFKA 1959, 211-212

¹⁶⁹ REKLAMA 1955, 136-137.

¹⁷⁰ TITĚRA 1956, 111

¹⁷¹ REKLAMA 1959, 188 – 189

5 ŠEDESÁTÁ LÉTA

5.1 Vývoj techniky osvětlení

Počátek šedesátých let byl v Praze znamením nástupu výbojkového osvětlování ulic a veřejných prostranství města. Velmi významnou stavbou té doby byl Letenský tunel ve kterém byla umístěna tehdy velmi módní zářivková svítidla. V roce 1962 vydalo rozvojové středisko osvětlovací techniky TESLA Holešovice první a poslední sborník o veřejném osvětlení Prahy, který obsahoval fotografickou dokumentaci a odpovídající měřené izoluxní plány a technické údaje o osvětlení.¹⁷² Koncem šedesátých let došlo k velkému rozšíření Prahy a proto i k jejímu novému, vládou schválenému postavení, které jí zaručovalo jistá privilegia i co se týče financování osvětlení. Hlavním zdrojem světla ve veřejném osvětlení se staly vysokotlaké rtuťové výbojky o příkonu 125 až 400 W. Až sedmdesátá léta přinesla nový mnohem účinnější světelný zdroj, vysokotlaké sodíkové výbojky. Po celá šedesátá léta byl velmi diskutovaným tématem problém osvětlení historické části Prahy. Až roku 1969 se dospělo k rozhodnutí, že ač by každá doba měla mít své tvarosloví, nezbyvá v dané chvíli než vytvořit kopie historických svítidel.¹⁷³

Šedesátá léta se sice stále ještě potýkala s nedostatečnou výrobou neonů, ale technická kvalita zpracování již byla na vyšší úrovni. Celá doposud tolik řešená otázka technické problematiky byla upozaděna. V podstatě byly hlavními tématy již jen grafické detaily, propagační myšlenky, náměty a umístění.

V roce 1960 byla nově přijata socialistická ústava. Ta měla mimo jiné za následek i úplné vytlačení slova reklama a jeho nahrazení slovem propagace.¹⁷⁴ V roce 1961 vznikl výbor pro řízení propagační a koordinační činnosti v oboru výroby a prodeje spotřebního zboží a služeb. V souvislosti s plánovaným hospodářstvím měl ze života současného Československa vymýtit živelnost a určovat konkrétní zaměření propagace ve všech úsecích životního stylu. Šlo především o odlišení socialistické propagace, vedené komunistickými ideologiemi, od té západní.¹⁷⁵

Koncem května roku 1961 se konala v Praze celostátní konference o neonifikaci v ČSSR. Celá tato akce byla provázána myšlenkami velmi prorežimními. Účastníci

¹⁷² MONZER 2003, 114-115

¹⁷³ TAMTÉŽ, 110-113

¹⁷⁴ SYLVESTROVÁ 2008, 319 – 322

¹⁷⁵ TAMTÉŽ, 319 – 322

konference si chválili, jak se zlepšila veškerá úroveň po znárodnovací etapě na úseku obchodu po roce 1948. Bylo řečeno, že v první polovině padesátých let byla největší část státního rozpočtu směřována do průmyslových závodů a tudíž na neonové reklamy delší dobu nezbývalo. Prostředky a technika neonů byla stále na stejném stupni jako v třicátých letech. Až po roce 1956, kdy se podstatně zlepšila energetická situace, se mohly vytvořit nové podmínky, kterými jsme se ideálně měli začít přibližovat světové úrovni. Bylo také řečeno, že o zrychlení tempa neonifikace se prý zasloužila především 2. celostátní spartakiáda, oslavy 15. výročí osvobození naší země a 40. výročí založení KSČ. Na této konferenci byl jasně vytknut cíl předčít kapitalistické země, ale hlavně nezůstat na úrovni prvorepublikových neonů, kde šlo údajně pouze o atraktivitu. Socialistické neony měly mít ambice především vytvořit radostnější město. Na konferenci zaznělo, že k stávajícímu roku, tedy roku 1961, bylo v Praze 302 neonů mimo provoz, kdy náklad na jeden je zhruba 12 000 Kčs, takže nebylo využíváno neonů za zhruba 3 500 000 Kčs. Shodli se zde na tom, že neony mají významnou funkci z hlediska politického i praktického, tím byla myšlena propagace výrobků a masová výchova. Účastníci konference docenili i význam neonu v architektuře. Nejvíce bylo vytýkáno, že barevné možnosti nebyly ještě zdaleka vyčerpány. Na špatných příkladech použití neonu v architektuře, jako je Broadway, chtěli naznačit, že vhodné použití není jednoduché. Kritizovali především špatný vzhled reklam přes den a chtěli se vyvarovat „přepřácanosti a nevkusnosti“ jako v Americe.¹⁷⁶ Byly zde probírány také výsledky z konference v Londýně v roce 1958. Šlo o téma navrhování a přesného umístění neonů již přímo při projektování stavby. Náš stát si měl vzít příklad z londýnské promyšlenosti estetického účinku, kterého dosahovali zadáváním celých ulic jednomu výtvarníkovi. Bylo apelováno na zavedení většího množství neonů do dopravního značení a různých dopravních pokynů. Diskutována byla role a vhodnost neonových osvětlovacích těles pro různé noční podniky a zvláštní interiéry, protože ze zahraničí již bylo známo jejich hojné využívání k tomuto účelu.¹⁷⁷

V roce 1963 byly v důsledku energetické situace různé typy světelné reklamy omezeny. Čerstvě přejmenovaný časopis Reklama na Propagace přinesl různá řešení situace inspirovaná zahraničními městy. Například ve Vídni objevili jednu z alternativ. Byla jí možnost podjímání bílé fluoreskujícího plexiskla, kdy písmo bylo natřeno černě a uvnitř obdélníků byly použity normální zářivky. Další možností byl černý lesklý podklad, kde písmo bylo pokryto odrazovou barvou. Ve dne byla matně bílá a v noci osvětlována skrytými

¹⁷⁶ DUDA 1961, 169 – 170

¹⁷⁷ TAMTÉŽ, 169–170

žárovkami nahoře, tudíž písmo jakoby zářilo. Další vynalézavostí byl příklad domu Stafa, který měl po stranách oken namontované slabé zářivky. Večer byla okna zatažená bohatě našasnými záclonami, které zachycovaly světlo z žárovek a celé to opticky působilo silně osvětlenými interiéry.¹⁷⁸

Druhá půle šedesátých let přinesla upřednostňování jiných forem reklamy, než je světelná neonová. Byly v kurzu katalogy a prospekty, filmová, televizní a rozhlasová reklama a plakáty. Důležitá, pro reklamu, byla také otázka příjemnosti a osvětlení interiérů. Vstupovaly na scénu nové materiály, především plastické hmoty. Nejdůležitější se však stala otázka celkové koncepce.

5.2 Strategie oslovení zákazníka

Období šedesátých let si též žádalo vyřešení postavení návrháře a aranžéra v celkové podobě reklamy. Jak tvůrce výtvarného návrhu, tak textu, měli přistupovat k věci střizlivě, odborně a kvalifikovaně, nejen ho použít jako poetický prostředek sebevyjádření nebo plátno obrazu. Zvyšoval se zájem o upravování reklamy přímo pro konkrétní cílenou skupinu, s čímž souvisel výzkum myšlení zákazníků. Cílem byl návrat k přátelské osobní mluvě, která bude přijímána s porozuměním. Doposud byl rozvoj neonů spojen s terminologií techniků, odbytových pracovníků a zbožíznalců.¹⁷⁹ Co se týče strategie oslovení, tak „argumenty a apely musí počítat spíše s citovými pohnutkami lidí, avšak jejich forma musí být taková, jako kdyby naopak počítali s rozumností a racionálností lidského jednání.“¹⁸⁰ Stále více se diskutovalo o vlivu barev, materiálů, ale především textu, který měl působit hrdě, pokud měl být spotřebitel také na výrobek hrdý. [56] U užitého zboží s kulturním prvkem, mělo být zdůrazňováno vhodnou formou, že vzhledem k dané kulturní úrovni je cena nízká.¹⁸¹

5.3 Českoslovensá socialistická republika – konkrétní realizace

Velkým inovativním nápadem té doby bylo používání jiné barvy světla pro každou z obchodních profesí. Především šlo o to, že pokud z určitého úhlu nebude možné nápis

¹⁷⁸ ŠMID 1963, 156 - 157

¹⁷⁹ BALÁK 1966, 117-118

¹⁸⁰ TAMTÉŽ, 117-118

¹⁸¹ TAMTÉŽ, 117-118

přečíst, bude ho možné alespoň odhadnout. Tyto změny měly proběhnout především u nápisů Televize, Drogerie, Tabák, Lékárna, Restaurace a tak dále [57].¹⁸²

Jako dobové příklady světelných zkratk jmen a značek lze uvést například Bílou labuť, jablíčko s písmeny OZ nebo okřídlený šíp značky škoda. U těchto zmíněných každý procházející jasně poznal oč jde. Jako nevhodné byly naopak uváděny např. svítící kruh a v něm písmeno M, který se objevoval v Křížovnické ulici a označoval mototechnu. Velmi byly kritizovány nic konkrétního neříkající světelné nápisy jako je Minerální vody, který visel na Václavském náměstí, kde chyběla, dle dobové kritiky, jak myšlenka, tak i značka výrobce a argument. Po výtvarné stránce tehdy odborníkům nevyhovoval Dům potravin [58] na Václavském náměstí. Byla kritizována nepokrokovost v námětu. Hlavy černochoů prý připomínaly dobu dávno zapomenutých barvotisků firmy Kulík a nebo prvorepublikové prodejny kávy a čaje. Tento vzhled socialistické společnosti rozhodně nevyhovoval. Jako málo citlivě byl ohodnocen celkový vzhled a typ písma u restaurantu Lucerna. Oproti těmto nevyhovujícím byly postaveny pražské nápisy Domu módy [59] a neony pro Kompoty a Sirupy značky Briliant. [60] Za reklamy splňující dobovou ideologii byly považovány například Dětský dům, Perla, Koruna a Blaník [61] I některé drobné neony z Vodičkovy, Jindřišské a Panské ulice.¹⁸³

Od počátku šedesátých let byla velká pozornost věnována též výkladním skříním, ty neměly jen funkci propagační, ale zároveň také přispívaly k lepšímu osvětlení chodníků.[62] Často bylo kvůli nedostatečné výrobě neonů používány pro osvětlení výloh, portálů a fasád obchodních podniků žárovky. Ve spoustě případů byly nastaveny k střídatému rozsvěcování a zhasínání, což oživovalo normálně prázdné fasády. Samotný provoz byl velmi levný a tudíž se tato varianta stala obstojnou improvizací neonů. Například Obchodní dům Vltava v Českých Budějovicích.¹⁸⁴ [63] Velkoplošné a výškové světelné reklamy u nás oproti zahraničí takřka vůbec nevznikaly.

5.4 Zahraničí

Šedesátá léta v reklamě byla ve znamení reflexe zahraniční tvorby a jejího vývoje. Šlo o podrobná srovnávání například vánočních výzdob, výstavních veletrhů a vůbec všech forem reklamy. Taktéž se dostávali prostřednictvím novin a časopisů k běžnému člověku i informace

¹⁸² BUXBAUM 1961, 170 - 171

¹⁸³ HÄCKL 1960, 194 – 196

¹⁸⁴ REKLAMA 1959, 38

o hodnocení naší práce a úrovně od zahraničních znalců. V druhé půli šedesátých let došlo k proměně v úkolech národního hospodářství, které již počítalo s dobrými kontakty se zahraničními dodavateli, především výhodnými pro obě strany. Hlavním vnějším projevem této spolupráce byly neony: „Instalujeme-li je (myšleno zahraniční neony), děláme zahraničním výrobcům reklamu, která působí na naše spotřebitele i na zahraniční návštěvníky Prahy, získáváme za ni devizy a Praha navíc plní jeden ze svých úkolů, neonifikaci.“¹⁸⁵

V letech 1964-1965 proběhla celosvětově velmi významná výstava v New Yorku. Byla atraktivní přehlídkou techniky, organizace, architektury a světelných efektů, vodotrysků a různých zajímavostí. Celá tato akce měla být směsicí vědy, ekvilibristiky a zábavy. Byla ale chápána jen jako světový veletrh, i když byla „dosud největší reklamní akcí všech dob a všech světadílů a také největší poutí na světě.“¹⁸⁶ V té době a tedy i tam, byl již běžný systém současného promítání na více pláten v různých variantách, který byl novinkou československé expozice v Bruselu. Největší pozornost přitahovaly expozice které umožňovaly fantastické průhledy do budoucnosti. Jak připravované lety USA do vesmíru, tak i zařízení moderní domácnosti příštích let a vývoj životního stylu.¹⁸⁷ V době pořádání tohoto světového veletrhu byly ulice New Yorku běžně zdobeny tisíci světelných a pohyblivých reklam, kterých bylo tolik a tak intenzivní, že je lidé vnímali již spíše jen podvědomě, a proto prozíraví obchodníci začali pozvolna sázet spíše na reklamy televizní. Dle zprávy, kterou podal z návštěvy tohoto města reportér Václav Jasanský, je možné si vytvořit jakýsi obrázek z pohledu východního Evropana. Newyorská avenue byla podle něj změtí stovek nápaditých i banálních, blikajících, světélkujících, barevných, pohyblivých i statických reklamních obrazů.¹⁸⁸ Bezpočty kin a světelných reklam na výrobky se staly nedílnou součástí tváře města. Již tehdy zde byly k vidění světelné pásy hodin, minut, vteřin a někdy i jejich desetiny, vyjádřené číslicemi. Také světelná seskupení jako vyfukující kuřák cigaret Camel s obláčky páry suchého ledu [64], hned vedle světelných novin oznamujících aktuální zprávy z Vietnamu a hned vedle zprávy z burzy. Na Times square byla například svítící maketa zloděje, který lezl v noci po žebříku do okna, čímž měl nalákat na dobovou parodii Sherlocka Holmes.¹⁸⁹

Propagační pracovník Evžen Parma přinesl zprávy o tehdejší situaci světelné reklamy v Montrealu. Popsal ji jako typickou reklamu severoamerického typu, i když konkrétně zde mu přišla trochu provinciálního charakteru. Ulice byly posety pohyblivými neonovými

¹⁸⁵ PROPAGACE 1966, 116

¹⁸⁶ JASANSKÝ 1965, 273-276

¹⁸⁷ HÄCKL 1965, 249-251

¹⁸⁸ JASANSKÝ 1965, 273-274.

¹⁸⁹ TAMTÉŽ, 273-274.

nápisy, které z části svítily i přes den. Výlohy ohodnotil jako přeplněné. Nejimpozantnějším zážitkem pro něj byly vozy podzemní dráhy, kde nebyly žádné reklamní vývěsky, ale na přesně vymezeném místě v ohybu stropu a všechny byly prosvíceny neony, vznikly jakési světelné poutače. Na hlavních třídách Montrealu bylo mnoho reklam, které ovšem náš pracovník okomentoval tak, že kvantita vždy neznamená kvalitu. Reklamy zde prý vznikaly bez jakéhokoliv centrálního plánu a v mnoha případech bez zásahu výtvarníka. Důležitým se však zdálo, že všechny světelné reklamy opravdu svítily a plnily funkci pro kterou byly pořízeny.¹⁹⁰ V obchodním centru města sloužily nízké budovy jako stanoviště rozsáhlých střešních konstrukcí pro neonové a jiné světelné reklamy.¹⁹¹

Noční pohled na ulice Tokia byl na konci šedesátých let naším redaktorem popisován jako nesmírně zajímavý a okouzlující. Po estetické stránce mu však byl vytknut necitlivý vpád moderny druhé půle dvacátého století. Především narušení původní kultury novou dopravní situací a mrakodrapy. Nejefektivnější připomínkou obchodních značek tam tehdy byly a jistě doposud jsou, světelné reklamy umístěné nahoře nad obchody a výklady. Na tu dobu a obzvláště pro návštěvníky z východní Evropy jistě udělala dojem světelná hra obměňujících se tvarů s nespočetně fázemi. [65] Spoustě barvám a dokonalé technice fázování přidávalo na účinnosti, pro nás okouzlující japonské písmo. Z hlediska provedení se zde používalo jak neonových trubic, tak i žárovek, umístěných jednotlivě i v celých plochách. [66] Dokonce zde již fungovaly prostorové tvary, plastické krychle, koule a jehlany. Většina těchto reklam byla v pohybu, tudíž světlo vykreslovalo stále nové obrazce a texty. Našeho redaktora zde tehdy nejvíce zaujaly velké střešní světelné reklamy, které byly otočné. Plošné reklamy připomínaly náš diapolyekran, který byl použit na Expu v Montrealu: „Světla v nejrůznějších barvách rozehrávají celou plochu, stále výrazněji a zajímavěji, až se vše naráz zastavilo, aby mohla plně zapůsobit firemní značka.“¹⁹²

¹⁹⁰ PROPAGACE 1967, 161-165

¹⁹¹ HAVELKA 1968, 69-70

¹⁹² HÄCKL 1968, 249 – 250

6 SEDMDESÁTÁ A OSMDESÁTÁ LÉTA

6.1 Obecná situace osvětlení

V roce 1973 postihla Evropu na západ od nás drastická úsporná opatření z důvodu rozhodnutí zemí OPEC o jednorázovém zvýšení cen ropy a ropných produktů. V mnoha zemích bylo vypnuto vše, co nebylo z provozních a bezpečnostních důvodů nezbytné. U nás se díky dohodám se SSSR nic podstatnějšího neodehrálo. Až rok 1980 přinesl pro naši republiku energetický kolaps. Mnohé výrobní podniky, instituce a úřady se zcela zastavily. Ve veřejném osvětlení bylo vypnuto každé druhé světlo. Bylo rozhodnuto o užívání pouze energeticky nejúčinnějších světelných zdrojích, kterými byly sodíkové výbojky charakteristické žlutooranžovou barvou. Tato situace přetrvala celá osmdesátá léta.¹⁹³ Co se týče Prahy, na počátku sedmdesátých let byl vytvořen světelný generel města, který mapoval historická svítidla a jejich vhodnost užití a doporučoval místa pro pužití nových. [67] Část se věnovala také informacím o světle a světelné reklamě. V té době vzniklo i pár designově nových svítidel typických pro svou dobu a to díky Karlu Pragerovy, který je navrhl pro novostavbu Federálního shromáždění. Významná byla též rekonstrukce stožárů na mostě Legií a mostě Svatopluka Čecha.¹⁹⁴

6.2 Nové strategie a formy propagace

V druhé půli sedmdesátých let došlo na Václavském náměstí k celoplošným opravám starých i nových firemních štítů a nápisů. U nově vznikajících nápisů se přihlíželo především k praktičnosti a psychologickému účinku. Nápis měl být co nejkratší a to ať šlo o jakýkoliv materiál, včetně neonu. [68] V mnoha příkladech došlo k pokusům spojit firemní označení s ochrannou známkou. Počítalo se i s tím, že grafika musí být použitelná nejen na vývěsní štíty a neony, ale i na tiskopisy, obaly a diapozitivy. [69] Důležitým byl shledáván i typ písma. Byla doporučována svižná kurzíva, která mohla ve spojitosti s barvou vyvolávat i různé nálady. Jedna z důležitých věcí byla forma výzdoby portálu ve večerních hodinách, především v zimních měsících.

¹⁹³ MONZER 2003, 115-118

¹⁹⁴ TAMTÉŽ, 119

Od sedmdesátých let se stále více kladl důraz na psychologické a estetické aspekty a argumentace zákazníkům přímo v reklamě. [70] Teorie socialistické propagace měly být předmětem vědeckého studia. Velký rozvoj prožívala reklama pro motoristy, tedy převážně u silnic, která byla doposud mírně upozadována. Největší zájem se ovšem začínal soustředit na reklamu filmovou a televizní, i když u nás oproti většině světa, kde byla již běžně součástí vysílání, o dost později. V sedmdesátých letech byl oficiálním vzorem pro veškerou estetiku v propagaci, kvůli nastalé politické situaci, Sovětský svaz. Celosvětově docházelo k velkému růstu inzerce v tisku. Postupně se stával nejvýznamnějším propagačním médiem.

Druhá polovina sedmdesátých let přinesla rozmach velkých reklamních plakátovacích tabulí a billboardů. Šlo ale především o území USA a Kanady. Technický pokrok šel stále kupředu a přispěl samozřejmě i k rozvoji reklamy a její modernizaci i v osmdesátých letech. Plynule pokračovalo zdokonalování veškeré techniky včetně osvětlovací. Byly vyvíjeny různé přenosné lampy, světla a transformátory pro halogenové osvětlení, což přineslo flexibilnější upevňování a nastavování, které bylo hojně využíváno ve výstavnictví a výkladní tvorbě.¹⁹⁵

Velký důraz byl kladen na rozhlasovou propagaci. Od poloviny osmdesátých let se měl stát jedním z nových pomocných prostředků v reklamě laser, který byl tehdy na západě intenzivně zkoumán. O nové formy světelné reklamy byl velký zájem, roku 1986 se například konal v západoněmeckém Sindelfingenu veletrh obchodních zařízení, světelné a vizuální reklamy. S rozvojem elektroniky a se zdokonalováním audiovizuálních prostředků a systémů se stala i videotechnika významným médiem reklamy a neonové osvětlení přestalo být již tak zajímavým. Stále častěji bylo video na západě používáno jako poutač ve výkladních skříních. Někdy bývalo instalováno i více obrazovek u sebe, na kterých běžely programy, vztahující se k předváděným výrobkům. Do videotechniky byly tehdy vkládány největší naděje budoucí propagace. Dokonce se v některých západoevropských zemích zasílali kratší videokazety místo prospektů.¹⁹⁶ Osmdesátá léta již také byla ve znamení používání počítačových programů pro reklamní účely. Dokázaly vytvářet propagační texty a zároveň vysílaly na barevné monitory propagační sdělení se zvukovými efekty. Tento systém byl činný prostřednictvím mikropočítače Pravec '82.¹⁹⁷ Do videotechniky byly vkládány velké naděje především v umístění monitorů na výstavách a veletrzích, na frekventovaných ulicích, v podchodech a čekárnách autobusů, vlaků, na letištích a také v hotelových halách. Inspirovat

¹⁹⁵ PROPAGACE 1985, 21

¹⁹⁶ PROPAGACE 1986, 8

¹⁹⁷ PROPAGACE 1987, 20

od kapitalistických zemí, kde již byla videa v propagaci zavedená běžně, jsme se mohli i v množství vedle sebe umístěných monitorů k znásobení efektu.¹⁹⁸

6.3 Výstava světelné reklamy v Moskvě

V roce 1971 byla uspořádána v Moskvě mezinárodní výstava s názvem Světelná reklama. Jejím cílem bylo předvést současnou techniku a způsoby tvorby světelné reklamy. Tématem nebyly jen reklamy založené na principu neonu, ale i tvořené pomocí zářivek a žárovek. Vystavovalo zde poměrně dost zemí. Např. Rakousko, Německá demokratická republika, Itálie, Maďarsko, Anglie, Japonsko a Československo. Tehdy tam byly k vidění veškeré přístroje k výrobě neonové reklamy. Každá ze zúčastněných zemí předvedla ten nejnovější objev a techniku, kterou zkonstruovala. Většinou šlo o různá dálková ovládání a nebo úpravu skla světelných trubíc. Československo bylo zastoupeno dokonce pěti vystavovateli a naše expozice se stala dominantou celé výstavy. Byly to reklamní podniky Merkur se svými špičkovými elektronickými přepínači, Pragoneon s prosvětlenými kopii historických dlaždic ze speciální pryskyřice, Elektropodnik se světelnými silničními značkami, Kablo Kladno a ZPA Prešov. Byli jsme oceněni spoustou diplomů a uznání.¹⁹⁹ Bohužel, ač technicky opravdu na výši, spolupráce se sice otevřela jen v rámci Sovětského svazu.

6.4 Neonová reklama

V sedmdesátých letech měly být neonové reklamy ideálně nejen reprezentantem firem, ale i měst, kterým v noci vtiskovaly půvab a měly vliv na celkový dojem, ale též prostředkem orientace. Naše města však v té době rozhodně světly nehýřila, což si samozřejmě současníci uvědomovali. Konkrétně v Praze byla kvalitní neonová reklama spjata spíše se zahraničními firmami. Jako příčiny nedostatku neonových reklam byly uváděny především vysoké náklady na opravy a potíže s povolením od městských architektů a památkářů. Dalším nedostatkem, oproti jiným evropským zemím, byl nezájem architektů a projektantů u vznikajících nových sídlišť a komplexů. V roce 1973 vyšel v časopise Propagace rozhovor, zabývající se touto problematikou, s vedoucím PRAGONEONU Václavem Karpianusem. Zmínil se zde o tom,

¹⁹⁸ HORŇÁK 1987, 3

¹⁹⁹ HES 1971, 18-19

že v naší republice se vyráběly prakticky jen firemní štíty a označení, ale nedalo se prý hovořit o neonové reklamě, která nabízí výrobky a informuje, nebo má dokonce funkci výtvarného architektonického komponentu. V té době již nebylo technickým problémem neony rychle obměňovat. Světelné systémy bylo možno i reprodukovat, trubice se mohly demontovat a později opět použít. Ve světě byl tento servis zákazníkům od výrobců neonů již běžným a upřednostňován také kvůli své finanční a materiálové šetrnosti. Dalším příkladem, ve kterém jsme zaostávali za světem bylo uplatnění neonu v dopravě. U nás stále ještě nebyly osvětleny železniční stanice, autobusová nádraží a nedostatečně též benzinové pumpy a autoservisy. Oproti jiným moderním evropským městům, u nás nefungovaly žádné generální plány neonifikace zapadající do rámce urbanistického řešení měst. Vznikající sídliště zde s neonem vůbec nepočítala.²⁰⁰ Pro srovnání, v té době měla Paříž ambice být městem světla. Belgie měla zákonem nařízenou neonifikaci jako součást veřejného osvětlení. V Sovětském svazu měly generální plány neonifikace pro každé větší město. Budapešť v tomto ohledu chtěla soupeřit s Paříží. V již zmíněném článku se vedoucí PRAGONEONU rozhořčoval nad tím, že jako největší výrobce a dodavatel neonových zařízení u nás se nemohl vyjádřit ani k technickým záměrům hlavních studií o neonifikaci Prahy, i když byl dodavatelem. Též kritizoval nedostačující zajištění narůstajících potřeb neonifikace v důsledku neexistujícího generálního plánu. Ideové návrhy sice tehdy byly zpracovány jak u Prahy, tak i Brna a Ostravy, ale chyběli odborníci, kteří by celou věc zpracovali. Nejdále byla v tomto ohledu z tehdejšího Československa Bratislava, která postupně opravdu realizovala tyto ideové plány.²⁰¹ Firma PRAGONEON byla členem Evropského sdružení pro světelnou techniku se sídlem v Ženevě. Podle této instituce prý byl PRAGONEON na tu dobu první s nejvyšší garancí záruky.²⁰²

Plošné i neonové reklamy byly velmi omezeny ve využívání tehdy moderního plexiskla. V půli sedmdesátých let, zde bylo možné vyrábět jen malé, standardní plochy a navíc v omezených barevných možnostech. U nás bylo k dispozici jen plexisklo transparentní, které se barevně přelakovávalo, a tím vznikaly pouze nekvalitní lomené barvy. Jinde ve světě bylo k dispozici až 70 různých barev v různých odstínech. Dále u nás chyběly stroje, které by tvarovaly velké plexiplochy, vše se vyrábělo ručně a tudíž kvalita nebyla tak dobrá a náklady vysoké.²⁰³

²⁰⁰ DVOŘÁČEK 1973, 21-23

²⁰¹ DVOŘÁČEK 1974, 4-5

²⁰² KARPIANUS 1973, 22

²⁰³ DVOŘÁČEK 1974, 4-5

6.5 Zahraničí

V Polsku v sedmdesátých letech probíhala výstavba nových objektů obchodní sítě, která dopředu počítala a plánovala světelnou reklamu. Bylo tam zřízeno mnoho nových závodů na výrobu a údržbu neonových reklam.²⁰⁴

V roce 1970 proběhlo Expo v Osce. Předcházela mu velká pozornost a řada článků. Časopis Propagace dokonce vydal v roce 1968 kompletně celé číslo věnované Japonsku. V roce 1969 probíhaly průzkumné akce v osackých, tokijských a nagoyiských velkých obchodních domech. [71-73] Účelem bylo zjistit, které výrobky se nejvíce zalíbí a půjdou na prodej. A hlavně zmapovat tamní propagaci a nové možnosti, jak bychom mohli zapůsobit a popularizovat Československo. Na celé EXPO 70 bylo určeno z japonské strany závratných cca 143 miliónů dolarů, což náš tamní reportér propočítal pro srovnání jako třídní náklad USA na válku ve Vietnamu.²⁰⁵ Co se týče světelných objektů, švýcarský pavilon měl před budovou překrásný poutač. Byl jím obrovský hliníkový strom z 40 000 žárovek v kterých byly skryty ampliony, ze kterých se stále linula hudba. Tento objekt měl nejspíše připomenout, že Švýcarsko je zemí precizních výrobků a kouzelných přírodních krás.²⁰⁶ Náš pavilon byl takřka ve všech československých oficiálních zdrojích kritizován pro svou nejednotnost a neempatičnost k japonskému lidu. Kritika se dotkla dokonce i architektury, která byla vysoce kvalitní. Uvedený postoj byl důsledkem nastolení nového režimu v naší zemi.

Roku 1974 vyšel článek v časopise Propagace Neony na ústupu, který se zabýval postupným mizením velkých neonových reklam v USA. Tvrdil, že sice ještě barevná hra světél působila ve větších městech, ale místo velkých venkovních neonů se začaly těšit oblibě malé, většinou jen značky výrobku. Reklama se začínala přesouvat do dopravních prostředků a vznikajících komplexů obchodů pod zemí. Problémem byla též povolení k umístění neonů do budovaných tříd s moderními, převážně výškovými budovami a otázka výhodnosti vysokých nákladů za původní neonovou techniku s použitím skla a její údržba. Kolem roku 1955 bylo v samotném New Yorku cca 80 firem specializovaných na výrobu a montáž neonů, k roku 1974 jich zůstalo jen kolem 20. V sedmdesátých letech byla světelná reklama považována za opravdu účelnou především v interiérech podzemní dráhy. I sem však pronikly plastické hmoty, které byly v USA o mnoho levnější než klasický trubicový neon. Největším

²⁰⁴ PROPAGACE 1977, 8

²⁰⁵ PRAMA 1971, 21-26

²⁰⁶ TAMTÉŽ, 21-26

šokem pro našeho redaktora bylo, že neon začal nečekaně zajímat výtvarníky. V té době byla uspořádána úspěšná výstava v Hallmark Gallery v New Yorku. Vedle starých, malých neonů tam byla vystavena řada neonových plastik od současných výtvarníků. Mladí výtvarníci též vytvářeli reklamy jako emotivní umělecká díla pro různé typy obchodů. Vzrůstala též hodnota starých malých neonů, které se začaly prodávat jako starožitnosti do obytných interiérů. Tehdy zjištěný, nejstarší americký neon byl modrý, 45x37 cm velký nápis „PACKARD“ z roku 1921.²⁰⁷

V roce 1985 proběhlo EXPO v Cukubě v Japonsku, které neslo heslo „Bydlení a životní prostředí-věda a technika člověku“. Byly zde předvedeni roboti všech druhů, videotechnika a kybernetická a televizní zařízení, většinou od japonských tvůrců. Byl zde také předveden tzv. Jumbotron, v té době největší projekční plocha pro promítání televizního obrazu na světě, dlouhá 40m a široká 25m.²⁰⁸

V této době lidé u nás stále více dychtili po informacích ze světa. Výrazně přibývalo zpráv a článků zaměřených jak na běžný život, tak i formy propagace v exotických asijských zemích jako je Vietnam, Thajsko, Indie, Mongolsko, Čína. Samozřejmě nesměla chybět ani komunistická Kuba nebo Vietnam.²⁰⁹

²⁰⁷ HAVELKA 1974, 24

²⁰⁸ PROPAGACE 1985, 32

²⁰⁹ PŘIBYL 1986, 1-2

7 VOLNÉ UMĚNÍ POVÁLEČNÉ

7.1 Zahraniční vlivy

Světlo hrálo ve výtvarném umění od jeho počátků důležitou roli a uplatňovalo se různými způsoby. Teprve ve dvacátém století se však mohly začít využívat objevy v oblasti elektrotechniky a elektroniky. Postupně se světelné záření prosadilo ve volném i užitém umění a obě tyto oblasti se vzájemně ovlivňovaly. Největší rozmach tohoto umění můžeme zaznamenávat ve světě od šedesátých let dvacátého století.

Velký rozmach světelných reklam zásadně ovlivnil i oblast umění. Na západě začínaly vznikat nové umělecké směry jako je kinetismus, ready-mades, op-art a další. Rozvíjel se konceptualismus v umění. S neonem, jako výtvarným prostředkem, pracovala řada umělců z tehdy aktuálních směrů jako je pop art, postminimalismus a nový realismus. Dan Flavin začal experimentovat se zářivkami jako uměleckými objekty.

Dan Flavin patří k předním představitelům minimalismu a světelného umění druhé poloviny dvacátého století. Minimalismus se v jeho díle projevoval především v jednoduchých jasně čitelných formách, které volil. Vyhýbal se složitým kompozicím a přehnané symbolice. Díla jsou tvořena především světlem a vjemovým působením barev. Umělecké kompozice vytvářel z průmyslově vyráběných osvětlovacích těles, nejprve z žárovek, později ze zářivek. Ve svém radikálním pojetí minimalismu experimentoval se světlem, barvou a prostorem. V instalacích se objevovaly čtyři tóny bílého světla, šlo o studené, teplé, denní a měkké. Nejčastějšími barvami byly dále modrá, červená, zelená, růžová a ultrafialová.²¹⁰ Jeho tvorba je jakousi pozoruhodnou světelnou architekturou, v níž se účinky jednoduchých geometrických konstrukcí násobí působením barevných odstínů. Flavin často využíval také možnosti nainstalování v prostoru, kde pracoval se vzájemně se podporujícím přímým zářením s odrazy světla od bílých stěn. Vznikaly podivuhodné harmonie jemných přechodů barevných tónů a jejich odlesků. Kromě samostatných izolovaných objektů, ztvárňoval někdy i celé prostory. Například zářivkové trubice umisťoval v rozích místnosti, čímž dosáhl úplného ovládnutí prostoru, které umožňovalo jejich ještě intenzivnější vnímání.²¹¹

²¹⁰ NAVRÁTILOVÁ 2007, 50-51

²¹¹ MACHALICKÝ 2006

Flavin je znám ve světě umění jako dramatik světla, který dokázal ve svých dílech vytvořit napětí. V prvních objektech z počátku šedesátých let autor ještě kombinoval a střídal trvale svítící nebo blikající žárovky se zářivkami. Zkoušel, co všechno jeho právě se rodící metoda dovolí. Pak teprve dospěl ke kompozicím ze zářivkových trubíc a k jejich někdy velmi rozsáhlým sériím, v nichž přesně naplnil své představy. V letech 1961-1964 vytvářel série ikon, které byly tvořeny kompozicemi barevných kvadratických hmot. Tyto série objektů ještě nebyly vytvářeny výhradně světlem, ale všechny byly doplňovány žárovkami a zářivkami.²¹² Od roku 1963 kreativně pracoval s jejich možnostmi a otevíral tak svému publiku další nové světelné světy.²¹³ Prvním jeho čistě světelným objektem byla zářivka namontovaná na stěnu jeho ateliéru v úhlu 45 stupňů. Byla nazvána Diagonála 25. května 1963 (pro Constantina Brancusiho).²¹⁴ Od roku 1964 pracoval Flavin kontinuálně na cyklu Monumenty pro Vladimíra Tatlina. [74] Inspirací mu byl model Tatlinovi Věže třetí internacionály, který byl jakýmsi manifestem konstruktivistické estetiky v architektuře. Flavin ji pomocí různě dlouhých sériově vyráběných zářivek převedl do světelné podoby. Celkem vytvořil 50 variant tohoto monumentu. Vytvářel i světelné objekty reflektující dobu, vyjadřoval jimi politické a etické názory. V roce 1972 vznikl například monument věnovaný padlým vojákům z války ve Vietnamu.²¹⁵

Až do své smrti vytvářel instalace, v nichž vždy dokázal přijít s něčím novým či alespoň s obohacením dřívějších představ. Postupně rozvinul rozmanité linie, vycházející z prvotního objevu. Stal se jedním z těch, kteří dokázali, že lze v uměleckém díle uplatnit všední prvky či předměty, s nimiž se setkáváme každý den a které už ani nevnímáme. Vytvořil celý systém, v němž lze pracovat se světlem a také s prostorem, kde jsou práce umístěny.²¹⁶ Ve svých dílech reflektoval pojmy ticha, prázdna a niče, byl minimalistou hledající tajemství přesahu.²¹⁷ S úspornými technickými prostředky Flavin dokázal nacházet stále nové tvůrčí principy a objevovat další způsoby vyjádření. Jeho celoživotní dílo představuje velkorysý a odvážný koncept, který se svou soustředěností a uceleností stal inspirací pro následující generace.²¹⁸

Další významnou osobností, kterou bych v této souvislosti uvedla jako příklad je Bruce Nauman. Byl jedním z nejoriginálnějších umělců, který se svou tvorbou snažil

²¹² NAVRÁTILOVÁ 2007, 50-51

²¹³ MESTEK 1997, 32-33

²¹⁴ SRP 1982, 148-149

²¹⁵ NAVRÁTILOVÁ 2007, 50-51

²¹⁶ MACHALICKÝ 2006

²¹⁷ KRŮČEK 2006, 8

²¹⁸ MACHALICKÝ 2006

zasahovat přímo naše podvědomí. Od počátku své tvorby byl silně ovlivněn filmovým undergroundem a výtvarným a hudebním minimalismem, přijímal impulzy také z moderního baletu a performance.²¹⁹ Naumanovy práce se vždy týkaly dvou ústředních aspektů umění. Tělesné zkušenosti, je mimo jiné považován za průkopníka body artu, ale především smyslového vnímání a jeho poruch. Tělesnosti se věnuje i ve svých četných performancích, objektech a videu.²²⁰ V roce 1967 vytvořil snad svůj nejznámější neonový text s názvem Windows [75], který byl zatočený do spirály, zdánlivě připomínal běžnou pouliční světelnou reklamu a umístil ji do okna svého ateliéru směřujícího do ulice. Estetika tohoto neonu byla inspirována reklamou na pivo.²²¹ Nauman se snažil vytvářet umění, které nevypadá jako umění, čehož se snažil docílit tím, že pracoval s běžnou estetikou ulice. Častá u něj byla tematika základních existenciálních lidských témat. Například v roce 1983 do kruhu sestavená neonová slova život, smrt, láska, nenávisť, potěšení a bolest.²²²

Další významnou osobností byl Joseph Kosuth. Jeho práce z první poloviny šedesátých let jsou ještě čistě konceptuální, v druhé polovině šedesátých let se začal vůči tomuto přístupu v umění kriticky vymezovat. Své umění chtěl oddělit od veškeré estetiky a umění. Velmi známý je jeho neon z roku 1966 A four color sentence. Tato věta sestavená z neonů září čtyřmi barevnými odstíny.²²³ Mezi nejznámější umělce pracující v šedesátých až devadesátých letech s neonem jako uměleckým prostředkem patří i sochař Chryssa, který ve svých objektech nejčastěji kombinoval neony, plexisklo a dřevo, nebo například Martial Raysse²²⁴

7.2 Vývoj v ČSSR

Jiná situace, oproti západnímu světu, byla v socialistickém Československu, kde akademickým architektům a umělcům zadával stát zakázky na tvorbu neonů propagujících to nejběžnější zboží. Náměstí, ulice, aleje a parky všech větších měst se zaplnili nápisy jako jsou Restaurace, Jídlna, Mototechna, Železářství, Guma atd. Daly se nalézt i opticky pohyblivé reklamy, jako jsou různá pohyblivá zvířata a lidé. „Kombinace vydrátovaných neonových

²¹⁹ LANG 2006 – LANG Dominik: Mentální cvičení Bruce Naumana. In: Art and Antiques 10. 2006. 78-80

²²⁰ http://www.artservis.info/index.php?option=com_content&task=view&id=344&Itemid=1

²²¹ MARZONA 2005, 82-83

²²² ADICÉAM 2010

²²³ MARZONA 2005, 72-73

²²⁴

trubic vytvořila unikátní avantgardní amalgám s gotickými věžemi, paneláky a barokními kupolemi“²²⁵ Jedním z nejvýznamnějších umělců pracujících se světlem je Stanislav Zippe.

Zippe patří k předním českým představitelům kinetického umění. Je tvůrcem světelných instalací a světelněkinetických plastik a optických kreseb.²²⁶ Ve většině své práce uplatňuje světlo a to i když není jeho hlavním námětem. Byl přitahován procesy dematerializace světla a prostoru. Světlo a pohyb nebyly cílem Zippeho tvorby ale pouze prostředníkem. Jeho postojem k vlastní tvorbě, ve které vylučoval jakékoli narativní nebo symbolické obsahy, chtěl poukázat na vlastní čistotu práce.²²⁷

Zippeho tvorba z první poloviny šedesátých let byla zaměřena především na geometrické abstraktní obrazy, ve kterých prostřednictvím čtverců na ploše vyvolával dojem rozpadajícího se systému. Navrhoval však i monumentální veřejné plastiky, například pro Vysokou školu zemědělskou z let 1965-1966. Dále navrhl plastiku do Holečkovy ulice v Praze na Smíchově pro telekomunikační centrum, kde se mělo světelných efektů docílit rozsvěcením a zhasínáním reflektorů skrytých za konkávně prohnutými plochami. Zippe patří také k zakladatelům kinetické skupiny Syntéza, kde se společně s dalšími členy skupiny podílel na scénografii divadelních představení, například baletu Spirála v roce 1968 v pražském Divadle hudby, kde ve výstavním sále vystavil světelně kinetickou plastiku Proměna, kde tematizoval umělé světlo prostřednictvím čtyřech bílých čtvercových ploch umístěných na zem a osvětlených lampičkami. Využil zde střídajícího se světla v pravidelných intervalech a postupně proměnlivého v rozích, čímž vznikl světelně kinetický pohyb.²²⁸ Ke konci šedesátých let vznikaly Luminosférické variace, což byly špendlíky natřené fluorescenční barvou připevněné na tmavou plochu, na kterých byly napnuty spirálovité drátěné linie vybíhající do prostoru a zpět. Tato instalace byla osvětlena ultrafialovým zářením. V roce 1969 vytvořil Zippe společně s Vladislavem Čápem pro pařížské Bienále mladých model umělého vesmíru bez gravitace. „Do prosklené krabice umístili diagonální skleněné plochy pokryté čočkami, které se vzájemně zrcadlily a pohybovaly se, čímž docházelo k relativizaci prostoru a k vyvolání pocitu prostorového zmatení.“²²⁹ V šedesátých letech byla Zippem ještě vytvořena plastika Proměna a kresby umělých vesmírů, vznikající nanášením fluorescenční barvy na papír přestříkaný černým latexem. V instalaci Spirála umístil do zatemněného rohu místnosti černá zrcadla nasvícená

²²⁵ ZISS 2002, 103

²²⁶ VALOCH 1991

²²⁷ SRP 1996

²²⁸ DOLANOVÁ, <http://artlist.cz/?id=344>

²²⁹ DOLANOVÁ, <http://artlist.cz/?id=344>

UV zářením, na něž nakladl míčky fluorescenční barvy a doprostřed prostoru umístil svítící drátěný kruh. Ke stropu byl zavěšen dominantní kinetický prvek instalace, rotující spirála poháněná motorem.²³⁰

V sedmdesátých letech byl jeho hlavní zájem nasměrován již jen k otázce prostředí a prostoru, kde vytvářel pomocí svítících linií jakousi trojrozměrnou geometrickou kresbu, kam mohl každý návštěvník volně vstupovat a stát se součástí. Tou dobou byl Zippe nejdůležitějším reprezentantem minimalismu u nás.²³¹ Přibližně kolem roku 1973 začaly vznikat zatemnělé konkrétní prostory osvětlované ultrafialovým světlem se světelnými liniemi, pokrytými luminiscenčními barvami v zalomovaných úhlech. V těchto světelných konstrukcích, které byly ve tmě, byly jedinými orientačními body svítící linie, což působilo na diváky velmi intenzivně. Prostorové zmatení je zvýrazňované tím, že linie často začínají uprostřed prostoru, čímž dochází k vytvoření nového, virtuálního prostoru. Zippe vytvořil také několik návrhů určených pro otevřený venkovní prostor, kde linii představovat laserový paprsek. V osmdesátých a devadesátých letech pokračoval v rozvíjení konstruktivistických motivů ve svých experimentech s počítačem a elektronickými technologiemi. Vznikaly i velkoplošné videoprojekce jako byla Amorfní struktura z roku 2004, která byla tvořena hodinovým záznamem autorského programu, náhodně generujícího zvolna se proměňující barevné mlhoviny. Dále například počítačové instalace Neklidné konstrukce z roku 2004, kterou tvoří trojice autorských programů, které společně vytvářejí jeden vizuální celek. Každý z programů řeší stejný problém vytváření a sledování útvarů, buď v červené, zelené a nebo modré barvě. Vznikala zvláštní proměnlivá zobrazení podobná živým organismům.²³² „Z instalací získáváme především silný empirický zážitek, který je nedvojsmyslný a určený především zraku.“²³³

Na Slovensku je jednou z nejvýznamnějších postav světelně-kinetického umění Milan Dobeš.²³⁴ Ve své tvorbě se zajímal o rozklad a analýzu tvaru a hmoty, způsobené světelnými reflexemi na jejich povrchu. Zajímaly ho změny v přírodě způsobené vlivem světla a počasí. Již od šedesátých a až do osmdesátých, se věnoval vizuálně-kinetickým kresbám, které fungovaly na principu pozitiv-negativ v rychlém střídání. Později začal uplatňovat i reflexní pohyb zatím zdánlivý, ale v jeho pozdějších statických i kinetických objektech už byl jejich typickým znakem. V průběhu své tvorby našel základní prototypový modul kinetického

²³⁰ DOLANOVÁ, <http://artlist.cz/?id=344>

²³¹ VALOCH 1991

²³² DOLANOVÁ, <http://artlist.cz/?id=344>

²³³ SRP 1996

²³⁴ SEDLÁČEK 1997, 16

objektu, který následně rozvíjel do koncepčně monumentálních rozměrů se škálou různých vizuálních nuancí. Jedna z jeho prvních prací se světlem byl objekt, který vyzařoval měnící se obrazce a zároveň refletoval okolní prostor. Dobeš navrhoval i konstrukce přímo určené pro architekturu. Opticko-světelné objekty rozvíjel již od roku 1961. Velmi známé jsou jeho světelné majáky, které vyzařovaly tlumené barvy odstínů jakoby rozžhavených kovů. Pro Dobeše je charakteristická práce s různými typy světla a pohybu, prolínání statických, pohybových struktur a kombinace denního a reflektovaného světla. V roce 1970 vytvořil Kinetickou věž pro Polymúzický prostor v Piešťanech. Byl to jakýsi mobil, který reagoval na sílu větru. Dobeš se s jedním ze svých objektů účastnil i EXPA 70 v Osace, kde na principu svých světelně-optických her a na systému zrcadlových ploch naprogramoval reflexní barevnou vizuální projekci, kterou diváci sledovali pouhými průzory v objektech. Od konce šedesátých let pracoval také mimo jiné na nových typech virtuálně-kinetických reliéfů a optických koláží.²³⁵

²³⁵ TROJANOVÁ 1995

ZÁVĚR

Ve svém výzkumu jsem se zabývala otázkou světla ve veřejném prostoru a to konkrétně s důrazem na vývoj neonových světelných reklam. Pokusila jsem se je vložit do celkového kontextu doby. Nejrozsáhlejší část jsem věnovala období padesátých a šedesátých let.

V této diplomové práci se zabývám estetickými aspekty neonových reklam a snažím se poukázat na jejich kvalitu a i jiné umělecké či kulturní hodnoty. Zahrnula jsem sem období od dvacátých do osmdesátých let. Tímto průřezem jsem chtěla ukázat na proměnu ve vnímání a především ve významu neonové světelné reklamy obecně. Od poetického vnímání přes propagandistický účel až k pocitu nostalgie.

Pokud bychom srovnali nadšení z novosti a exkluzivity světelných reklam v meziválečných letech, kdy dokázaly být inspirací pro řadu umělců, ať již výtvarníků a literátů, tak i divadelníků a filmařů, dnes toto nadšení sdílí menšina. V meziválečné době byly neony výrazem moderní pulzující doby. Původní staré neony které zůstaly působí oproti dnešním světelným reklamám velmi elegantně a je z nich cítí duch tehdejší doby.

Největší důraz je v diplomové práci věnován vnímání neonové reklamy v období od počátku padesátých a až do počátku sedmdesátých let. Po druhé světové válce byla spousta neonových a celkově světelných reklam v dezolátním stavu, když se pak postupně započala jejich obnova a vznikaly nové, vizuálně ještě účinnější, vzbouzelo to u lidí stejné nadšení a úžas jako v dobách meziválečných kdy se v takovéto míře objevovaly poprvé. Především doba od druhé poloviny padesátých let, kdy byl nárůst neonů ve městech opravdu patrný a také díky postupnému zkracování pracovní doby, si začali lidé více užívat i večerní a noční život a tato neonová reklama nabývala na stále větším významu.

Co se týče světelných trubíc v reklamě v Československu a Čechách v devadesátých letech, podnikatelská svoboda přinesla jejich rychlý konec. Mnohé firmy zanikly a jiné opět vznikly, ale na jiných místech. Obchody se stěhovaly a neonové nápisy nahradily odměřené zářící ploché panely. Dodnes ještě můžeme nalézt v ulicích některé zapomenuté neony, ovšem většina z nich je v dezolátním stavu a tudíž již ani neplní svou původní funkci, nesvítí. V dnešní době mohou všudypřítomné velké světelné reklamy u spousty lidí vyvolávat odpor a jistý komerční tlak na jejich osobu. V některých případech opravdu působí až nevkusně. Častokrát světelné reklamy ničí i celkové vyznění architektury. Po revoluci v roce 1989 nebyla neonové reklamě přikládán téměř žádná váha. Již od konce osmdesátých let se řešily otázky audiovizuální propagaci a jejich specifika pro použití. Aktuálními byly diapozitivy a

jejich úprava, polyekran, film, televize, video, ve kterém pro svou vazbu k počítači, tehdy lidé sledovali technickou záležitost budoucnosti. Dále laser a holografie, kde šlo především o velmi efektní technologii, která u nás tehdy byla doposud nevyužívána.

V oblasti volné umělecké tvorby byla pro devadesátá léta výrazným rysem globalizace, která probíhala ve všech jejích oblastech, objevovaly se společné znaky v euroamerickém i asijském prostoru. Vznikla celá řada nových odvětví umění, která se zabývala prací se světlem a možnostmi osvětlování. Ve své diplomové práci jsem uváděla umělce a příklady jejich tvorby, zaměřujících se především na práci s neonem a vytvářející světelné objekty. Od devadesátých let vystala v oblasti světelného umění řada dalších významných jmen, která by jistě stála za bližší popsání. Vzhledem k tomu, že jsem zůžila svoje zaměření na oblast neonových reklam, považuji další zpracování umělců, ač spadajících do mého tématu, již nad rámec této diplomové práce.

OBRAZOVÁ PŘÍLOHA



1. Meziválečné neony: Praha, Václavské náměstí



2. Hotel Juliš: Praha, pohled do interiéru. Pacel Janák 1931-1933



3. Kino Avia Brno. Josef Kranz



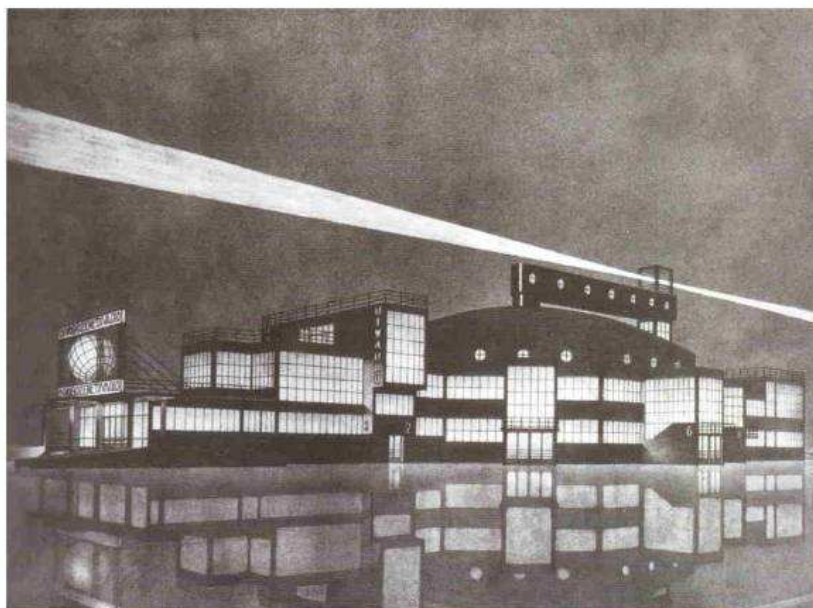
4. Kostel sv. Václava: Praha-Vršovice, interiér. Josef Gočár



5. Památník Tomáše Bati: Zlín. František Lydie Gahura



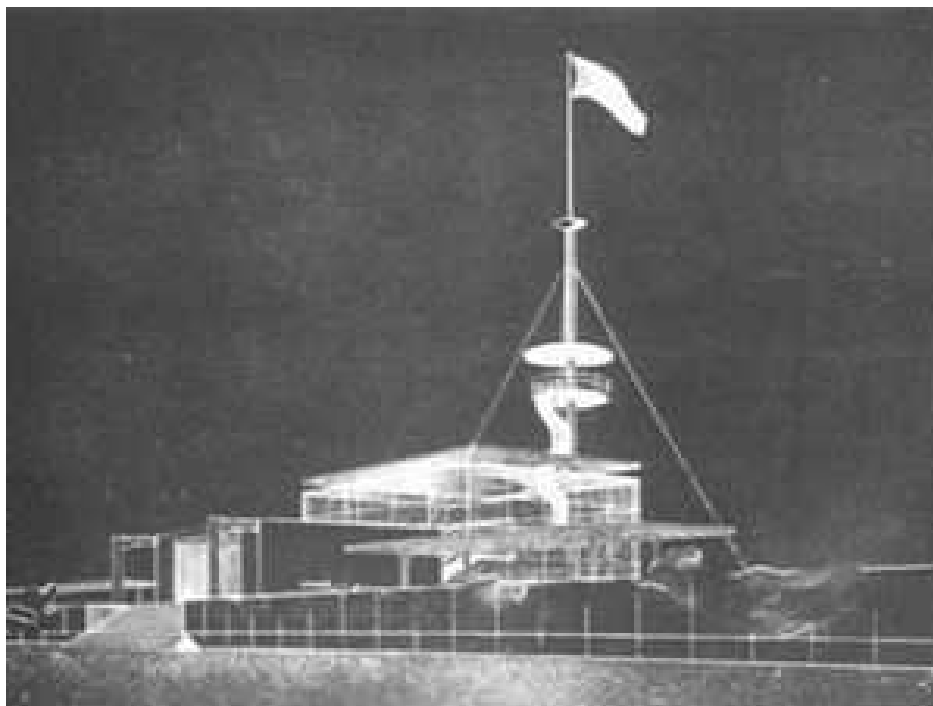
6. Pavilon Elektrotechnických podniků: Mladá Boleslav. Jiří Kroha



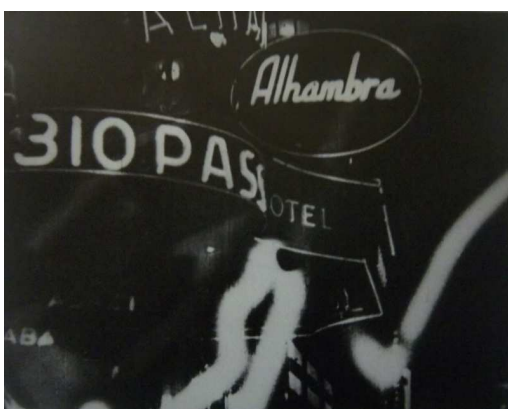
7. Návrh Osvobozeného divadla. Josef Chochol



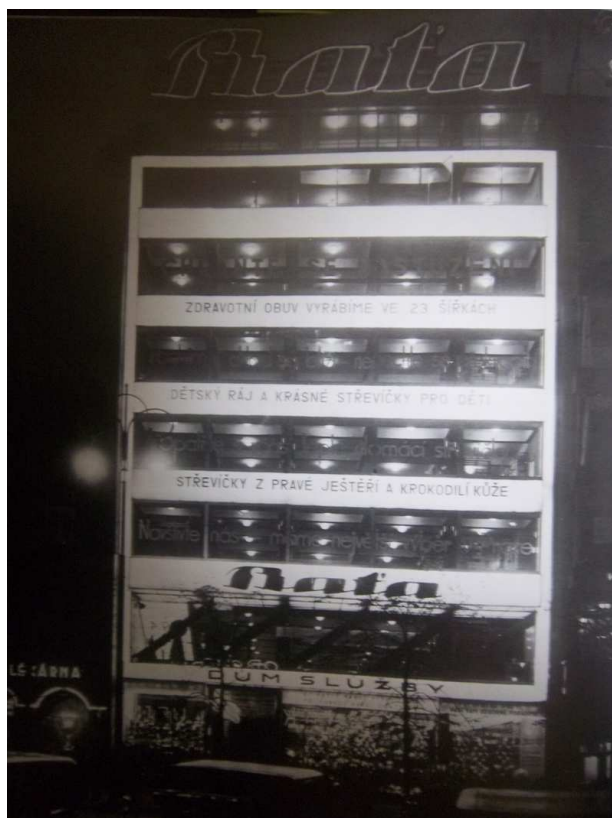
8. Návrh obchodního domu Olympic. Jaromír Krejcar



9. Návrh na pavilon ČSR na Mezinárodní výstavě umění a techniky v Paříži



10. Film Praha v záři světél Svatopluk Innemann



11. Dům služeb Baťa: Praha. Jindřich Svoboda, Ludvík Kysela



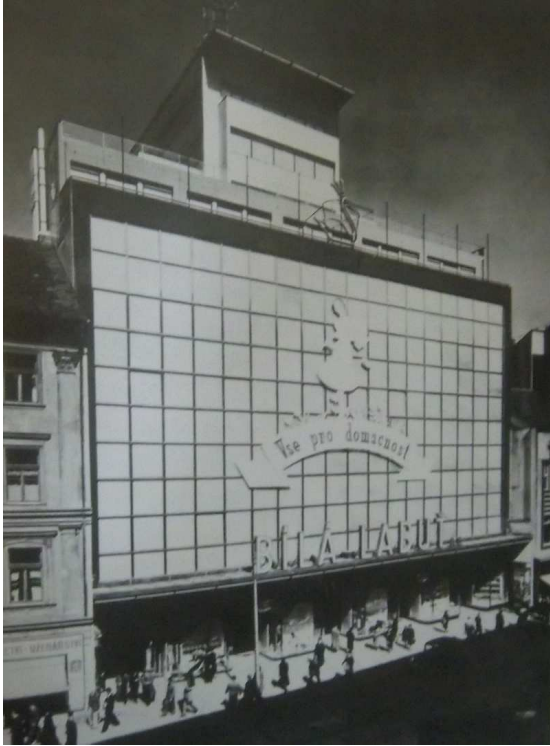
12 Obchodní dům Baťa: Zlín. František Lydie Gahura



13. Hotel a společenský dům: Zlín. František Lydie Gahura



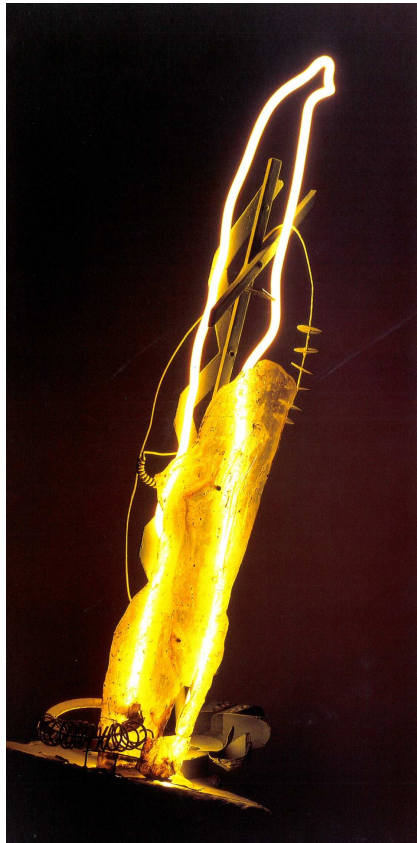
14. Budova Elektrických podniků: Praha. Adolf Benš, Josef Kříž



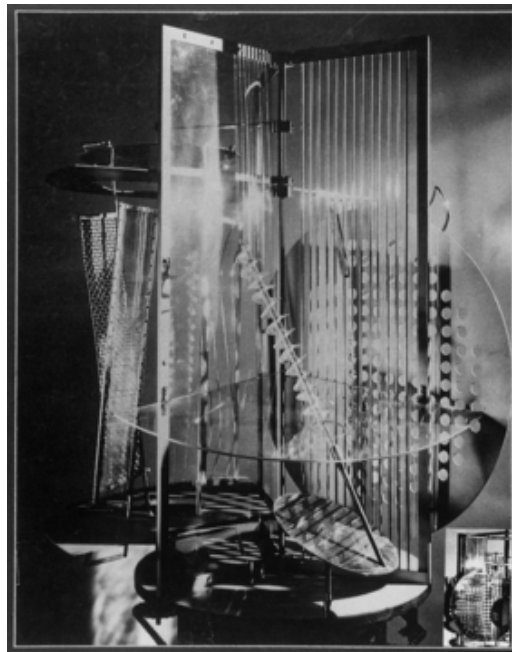
15. Obchodního domu Bílá labuť: Praha. Josef Kittrich, Josef Hrubý.



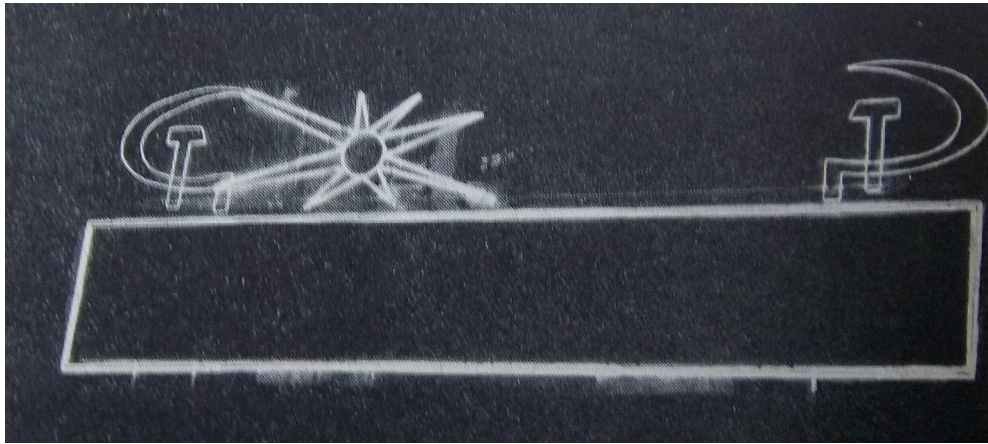
16. Obchodní dům Löbl: Praha. Zdeněk Pešánek



**17. Model světelně-kinetické plastiky pro budovu Elektrických podniků města Prahy:
Praha. Zdeněk Pešánek**



18. Modulátor světla: Moholy-Nagy



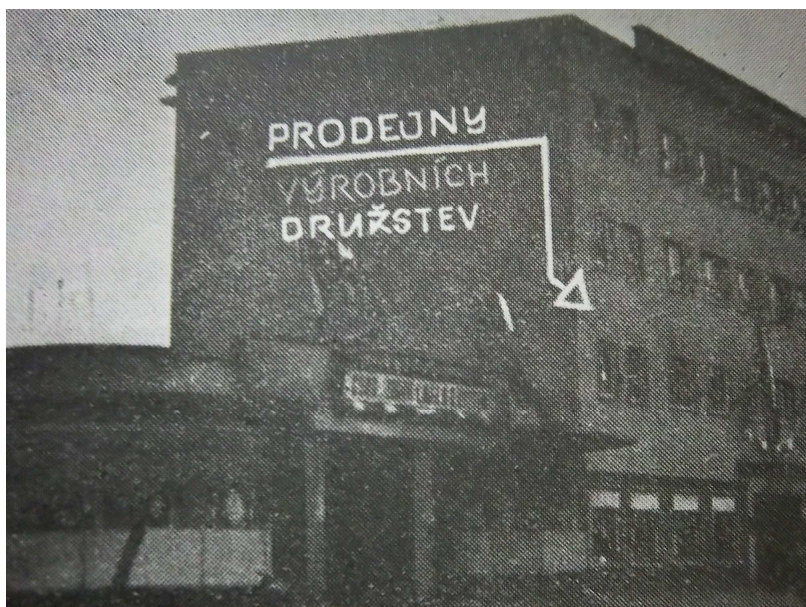
19. Neonová reklama 50. léta: Praha



20. Neonová reklama 50. léta: Praha



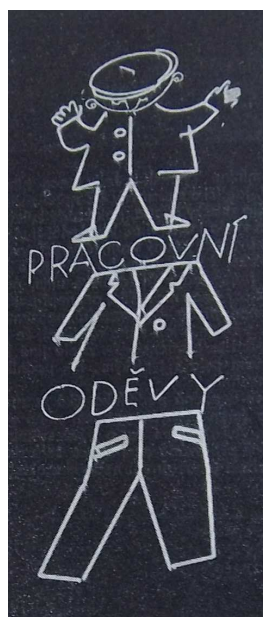
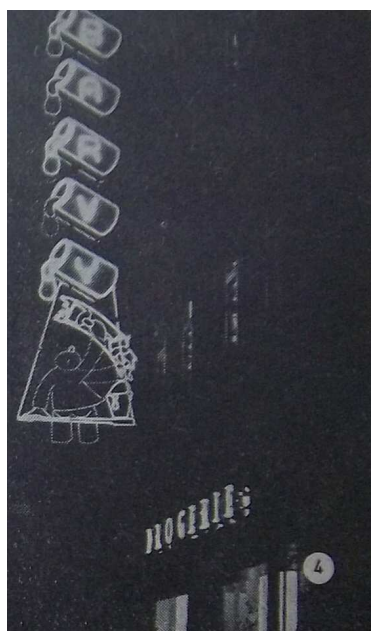
21. Neonová reklama 50. léta: Praha



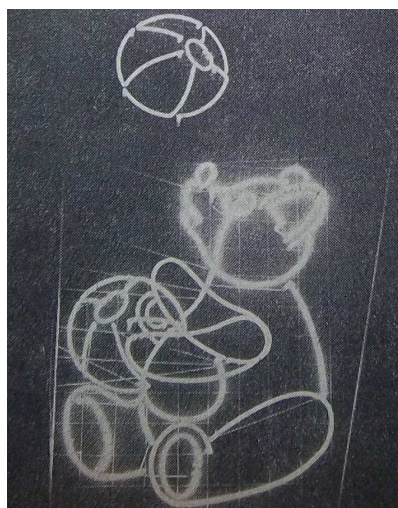
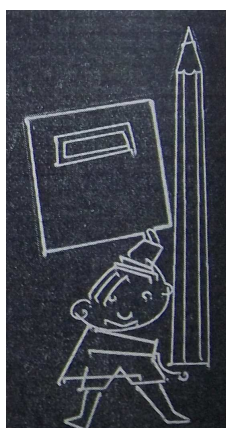
22. Neonová reklama 50. léta: Praha



23. Neonová klama 50. léta: Praha



24. Neonová reklama 50. léta: Praha



25. Neonová reklama 50. léta: Praha



26. Neonová reklama 50. léta: New York-Broadway



27. Neonová reklama 50. léta: Praha



28. Neonová reklama 50. léta: Itálie



29. Neonová reklama 50. léta: Itálie



30. Osvětlení města 1958: Brusel



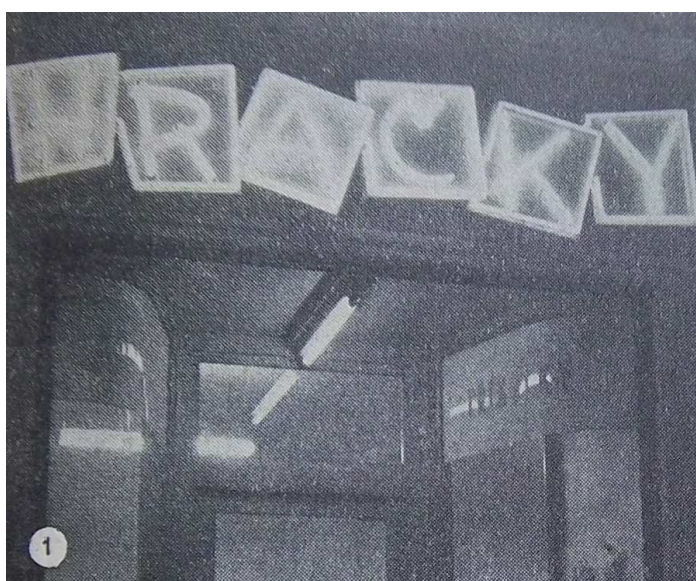
31. Osvětlení města 1958: Brusel



32. Osvětlení města 1958: Brusel



33. Neonová reklama konec 50. let: Praha



34. Neonová reklama 50. léta: Praha



35. Neonová reklama konec 50. let.: Bratislava



36. Neonová světelná reklama 50. léta: Praha



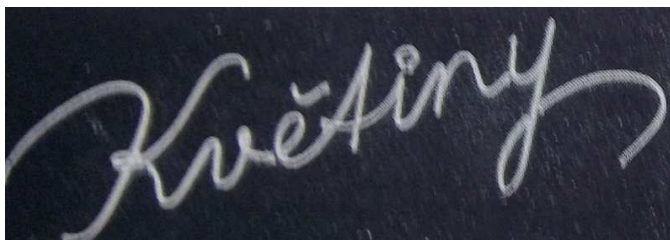
37. Neonová světelná reklama 50. léta: Praha



38. Neonová světelná reklama 50. léta: Praha



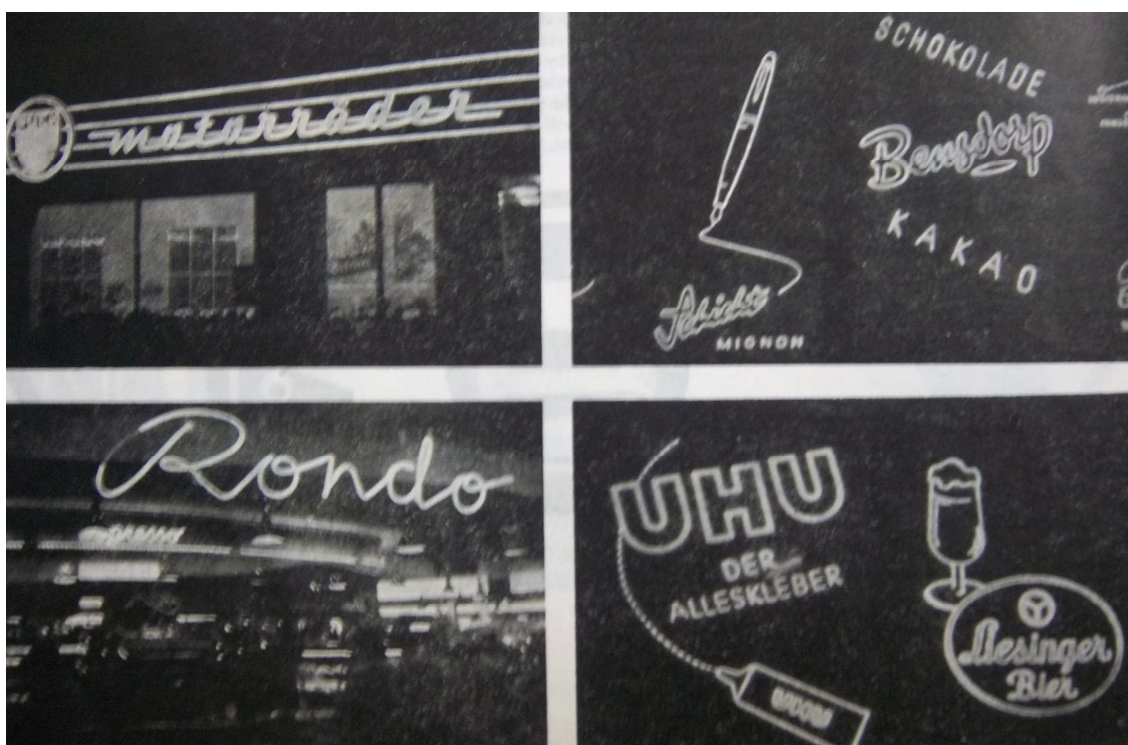
39. Neonová světelná reklama 50. léta: Brno



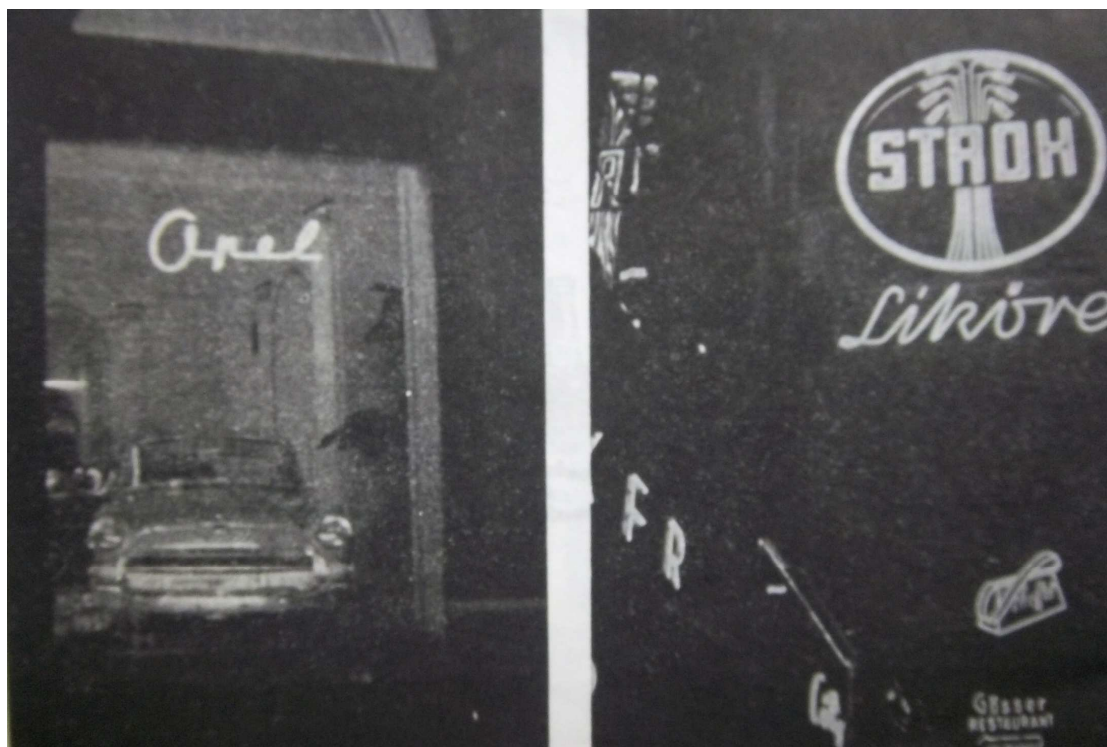
40. Neonová světelná reklama 50. léta: Brno



41. Neonová světelná reklama 50. léta: Pardubice



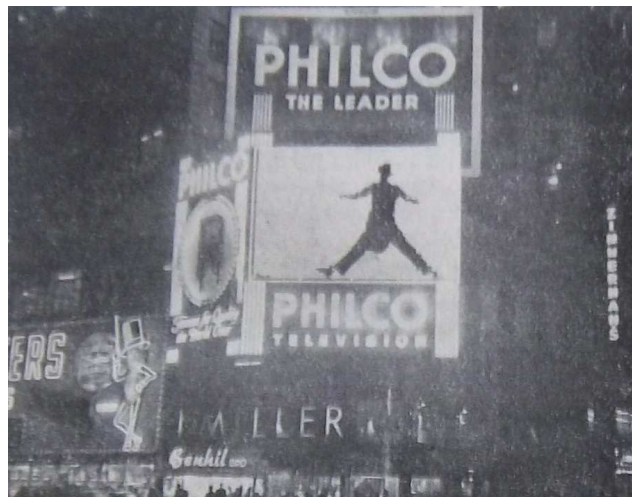
42. Neonová světelná reklama 50. léta: Lipsko



43. Neonová světelná reklama 50. léta: Vídeň



44. Neonová světelná reklama 50. léta: New York-Broadway



45. Neonová světelná reklama 50. léta: New York-Broadway



46. Neonová světelná reklama 50. léta: New York-Broadway



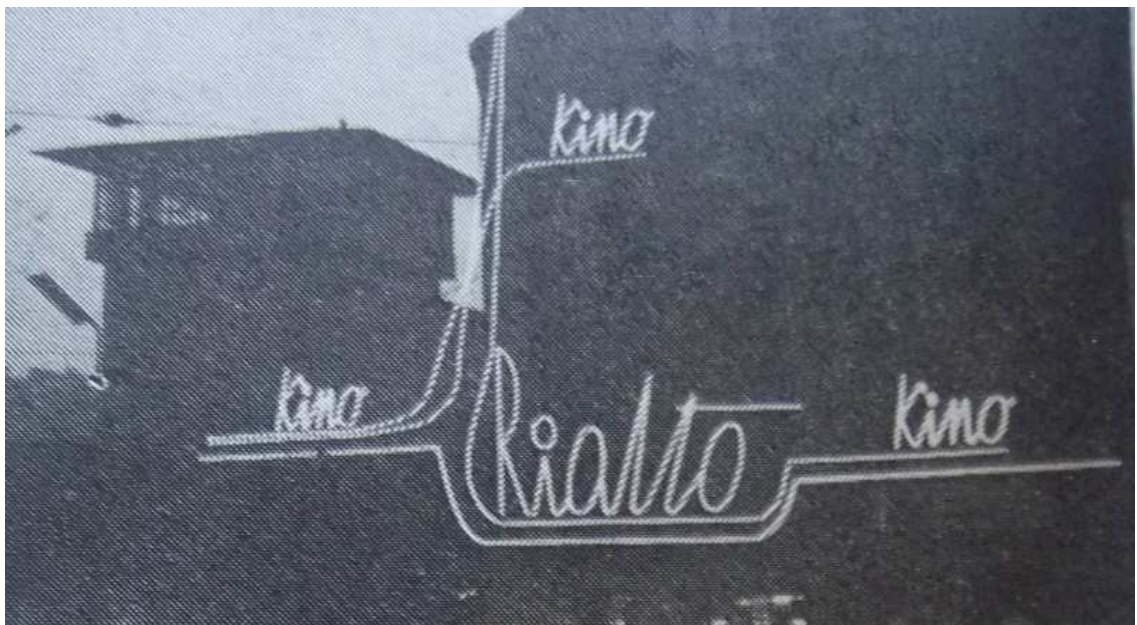
47. Neonová světelná reklama 50. léta: Londýn



48. Neonová světelná reklama 50. léta: Paříž



49. Neonová světelná reklama 50. léta: Paříž



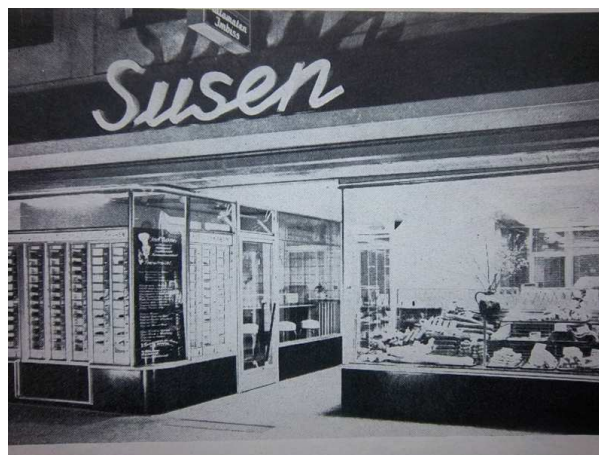
50. Neonová světelná reklama 50. léta: Varšava



51. Neonová světelná reklama 50. léta: Berlín



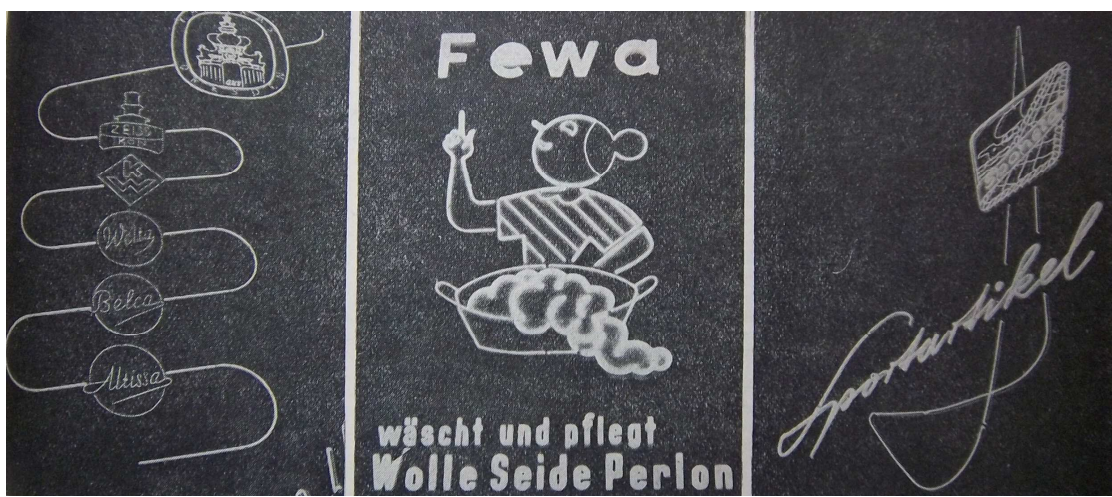
52. Neonová světelná reklama 50. léta: Berlín



53. Neonová světelná reklama 50. léta: Berlín



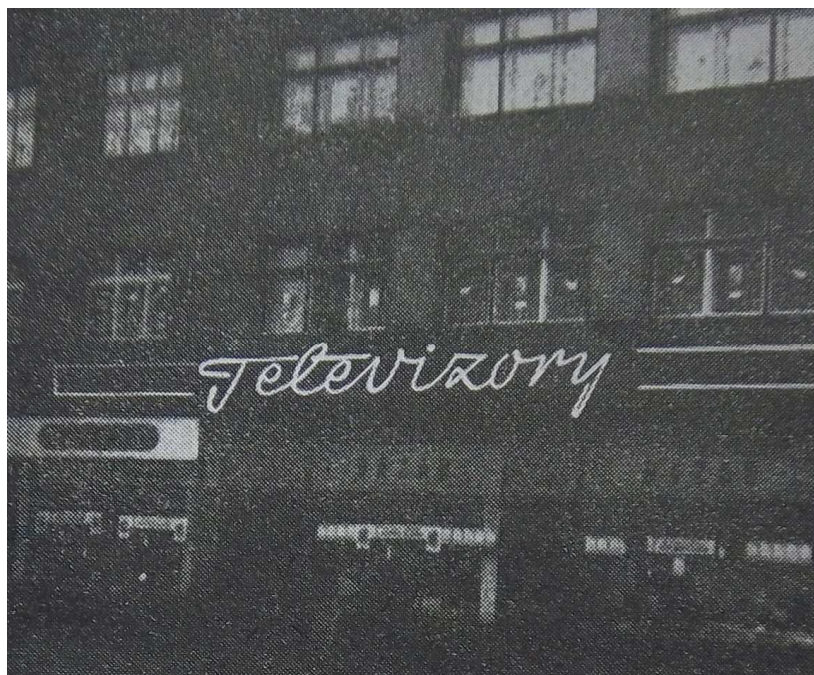
54. Neonová světelná reklama 50. léta: Berlín



55. Neonová světelná reklama 50. léta: Berlín



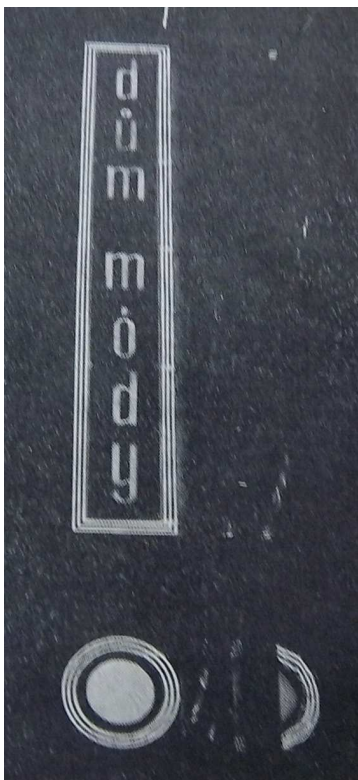
56. Neonová reklama 60. léta: Praha



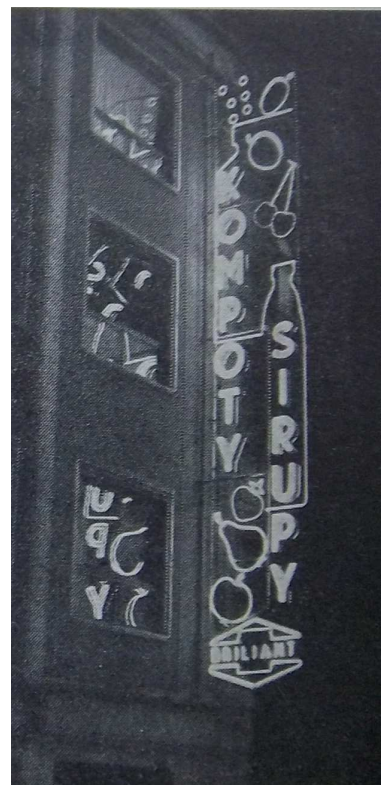
57. Neonová reklama 60. léta: Praha



58. Neonová reklama 60. léta: Praha



59. Neonová reklama 60. léta: Praha



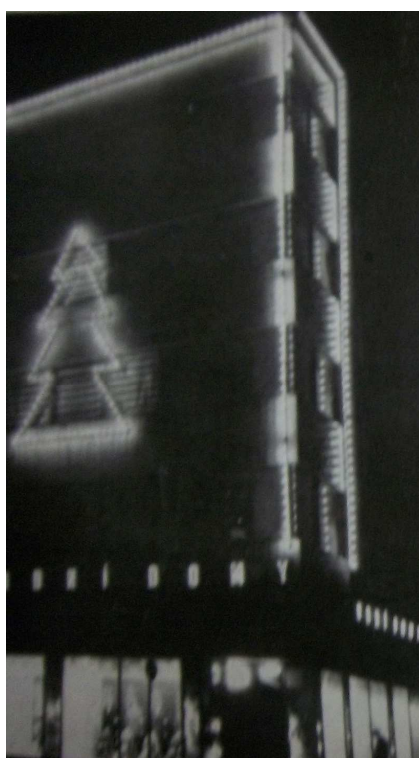
60. Neonová reklama 60. léta: Praha



61. Neonová reklama 60. léta: Praha



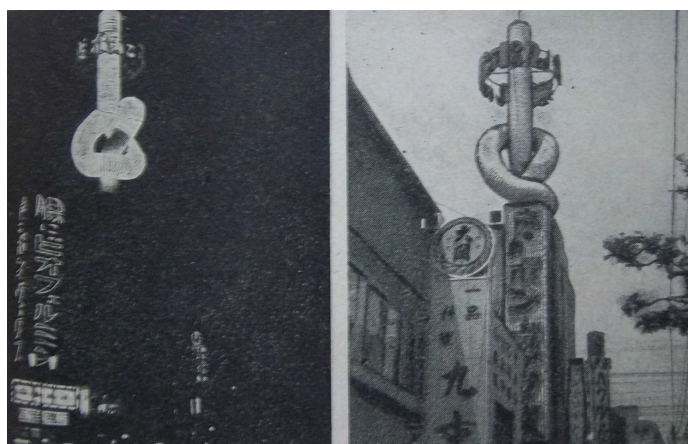
62. Neonová reklama 60. léta: Praha



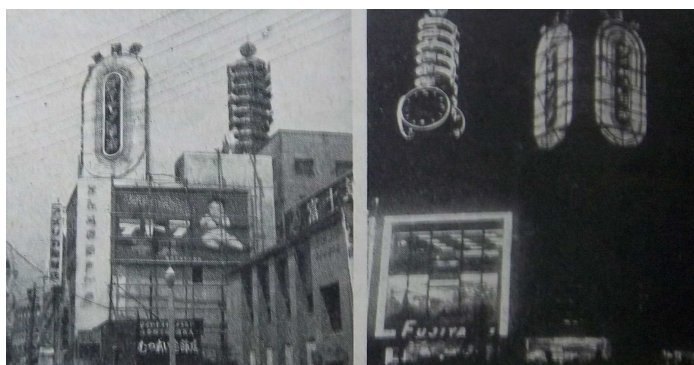
63. Neonová reklama 60. léta: České Budějovice



64. Neonová reklama 60. léta: New York



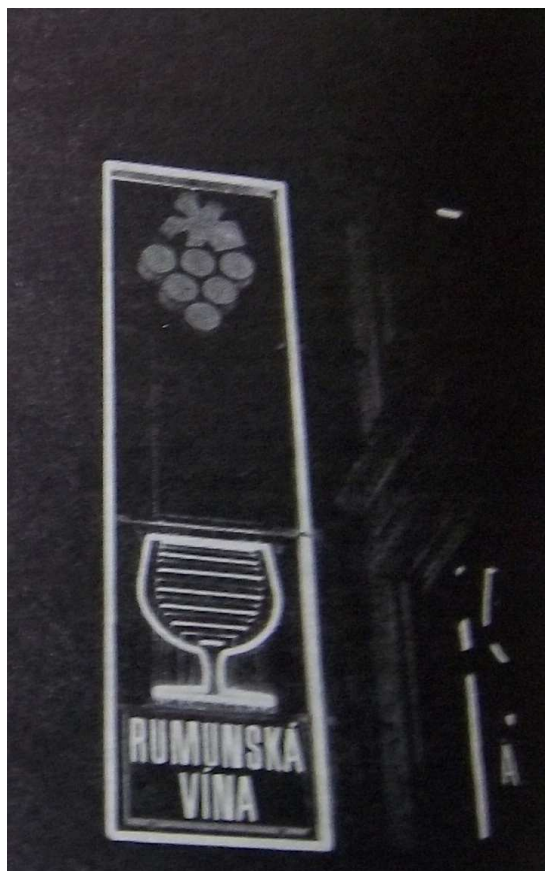
65. Neonová reklama 60. léta: Tokio



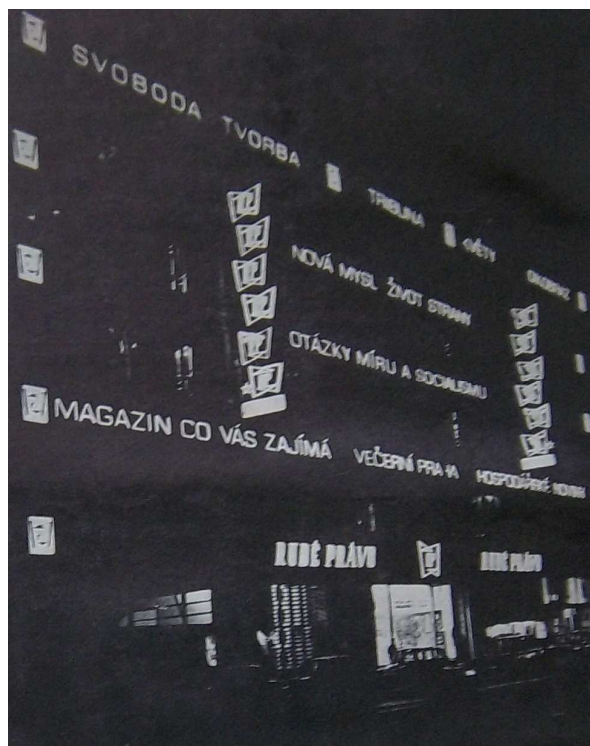
66. Neonová reklama 60. léta: Tokio



67. Neonová reklama 70. léta: Praha



68. Neonová reklama 70. léta: Praha



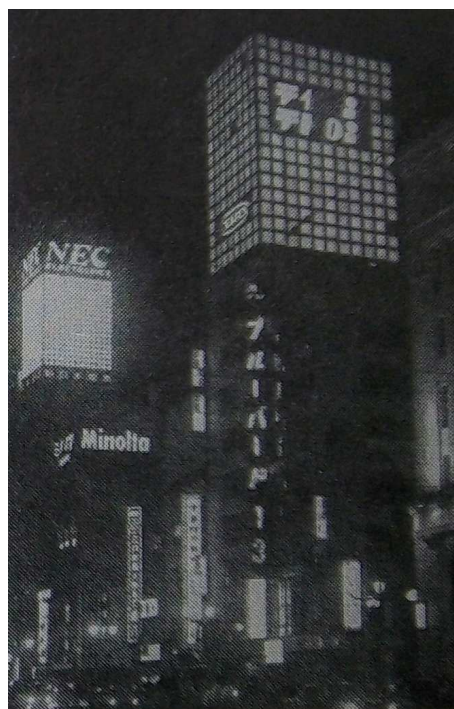
69. Neonová reklama 70. léta: Praha



70. Neonová reklama 70. léta: Praha



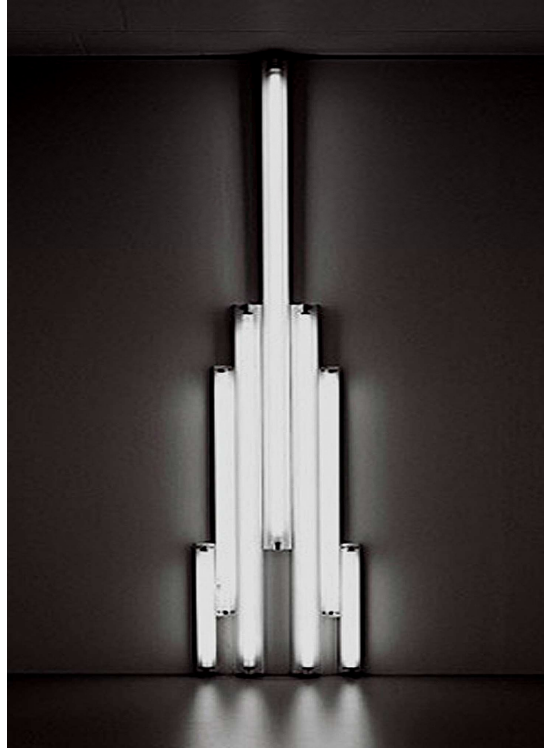
71. Neonová reklama 70. léta: Osaca



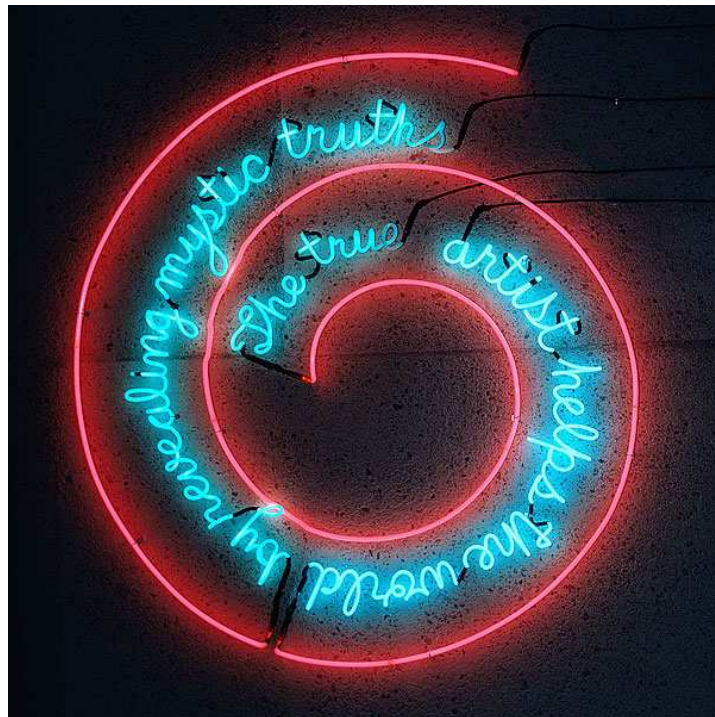
72. Neonová reklama 70. léta: Tokio



73. Neonová reklama 70. léta: Osaca



74. Monument pro Vladimíra Tatina: Dan Flavin



75. Windows: Bruce Nauman



76. Světelná instalace: Milan Dobeš

SEZNAM VYOBRAZENÍ

1. Meziválečné neony: Praha, Václavské náměstí. Reprodukce z: MONZER 2003, 75
2. Hotel Juliš: Praha, pohled do interiéru. Pavel Janák. 1931-1933. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 181
3. Kino Avia Brno: Josef Kranz. 1927-1929. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 97
4. Kostel sv. Václava: Praha-Vršovice, interiér. Josef Gočár. 1927-1930 Reprodukce z: ANDĚL 2005, 213
5. Památník Tomáše Bati: Zlín. František Lydie Gahura. 1932-1933. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 90
6. Pavilon Elektrotechnických podniků: Mladá Boleslav. Jiří Kroha. 1927. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 43
7. Návrh Osvobozeného divadla: Josef Chochol. Reprodukce z: Archiweb.cz
8. Návrh obchodního domu Olympic: Jaromír Krejcar. Reprodukce z: Archiweb.cz
9. Návrh na pavilon ČSR na Mezinárodní výstavě umění a techniky v Paříži: Jaromír Krejcar, Zdeněk Kejř, Ladislavem Sutnar a Bohuslavem Soumar. 1937. Reprodukce z: Archiweb.cz
10. Film Praha v záři světél: Zvětšená okénka 35mm filmu. Svatopluk Innemann. 1928. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 109
11. Dům služeb Baťa: Praha. Jindřich Svoboda, Ludvík Kysela. 1927-1929. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 48
12. Obchodní dům Baťa: Zlín. František Lydie Gahura. 1929. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 57

13. Hotel a společenský dům: Zlín. František Lydie Gahura, Vladimír Karlík. 1931-1933. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 87
14. Budova Elektrických podniků: Praha. Adolf Benš, Josef Kříž. 1927-1935. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 129
15. Obchodního domu Bílá labuť: Praha. Josef Kittrich, Josef Hrubý. 1937-1939. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 59
16. Obchodní dům Löbl: Praha. Zdeněk Pešánek. 1933-1934. Reprodukce z: ANDĚL 2005, 239
17. Model světelně-kinetické plastiky pro budovu Elektrických podniků města Prahy: Praha. Zdeněk Pešánek. Reprodukce z Zemánek 1997, 16
18. Modulátor světla: Moholy-Nagy. 1930. Reprodukce z: Zemánek 1997, 16
19. Neonová reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1956
20. Neonová reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1957
21. Neonová reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1957
22. Neonová reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1957
23. Neonová klama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1957
24. Neonová reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1957
25. Neonová reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1957
26. Neonová reklama 50. léta: New York-Broadway. Reprodukce z: Reklama 1957
27. Neonová reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1956

28. Neonová reklama 50. léta: Itálie. Reprodukce z: Reklama 1959
29. Neonová reklama 50. léta: Itálie. Reprodukce z: Reklama 1959
30. Osvětlení města 1958: Brusel. Reprodukce z: Reklama 1959
31. Osvětlení města 1958: Brusel. Reprodukce z: Reklama 1959
32. Osvětlení města 1958: Brusel. Reprodukce z: Reklama 1959
33. Neonová reklama konec 50. let: Praha. Reprodukce z: Reklama 1959
34. Neonová reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1958
35. Neonová reklama konec 50. let.: Bratislava. Reprodukce z: Reklama 1957
36. Neonová světelná reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1959
37. Neonová světelná reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1959
38. Neonová světelná reklama 50. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1959
39. Neonová světelná reklama 50. léta: Brno. Reprodukce z: Reklama 1959
40. Neonová světelná reklama 50. léta: Brno. Reprodukce z: Reklama 1957
41. Neonová světelná reklama 50. léta: Pardubice. Reprodukce z: Reklama 1958
42. Neonová světelná reklama 50. léta: Lipsko. Reprodukce z: Reklama 1958
43. Neonová světelná reklama 50. léta: Vídeň. Reprodukce z: Reklama 1957

44. Neonová světelná reklama 50. léta: New York-Broadway. Reprodukce z: Reklama 1958
45. Neonová světelná reklama 50. léta: New York-Broadway. Reprodukce z: Reklama 1958
46. Neonová světelná reklama 50. léta: New York-Broadway. Reprodukce z: Reklama 1958
47. Neonová světelná reklama 50. léta: Londýn. Reprodukce z: Reklama 1959
48. Neonová světelná reklama 50. léta: Paříž. Reprodukce z: Reklama 1959
49. Neonová světelná reklama 50. léta: Paříž. Reprodukce z: Reklama 1959
50. Neonová světelná reklama 50. léta: Varšava. Reprodukce z: Reklama 1958
51. Neonová světelná reklama 50. léta: Berlín. Reprodukce z: Reklama 1957
52. Neonová světelná reklama 50. léta: Berlín. Reprodukce z: Reklama 1957
53. Neonová světelná reklama 50. léta: Berlín. Reprodukce z: Reklama 1957
54. Neonová světelná reklama 50. léta: Berlín. Reprodukce z: Reklama 1957
55. Neonová světelná reklama 50. léta: Berlín. Reprodukce z: Reklama 1957
56. Neonová reklama 60. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1963
57. Neonová reklama 60. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1965
58. Neonová reklama 60. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1961
59. Neonová reklama 60. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1965
60. Neonová reklama 60. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1965

61. Neonová reklama 60. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1965
62. Neonová reklama 60. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1965
63. Neonová reklama 60. léta: České Budějovice. Reprodukce z: Reklama 1964
64. Neonová reklama 60. léta: New York. Reprodukce z: Reklama 1967
65. Neonová reklama 60. léta: Tokio. Reprodukce z: Reklama 1965
66. Neonová reklama 60. léta: Tokio. Reprodukce z: Reklama 1965
67. Neonová reklama 70. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1973
68. Neonová reklama 70. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1971
69. Neonová reklama 70. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1971
70. Neonová reklama 70. léta: Praha. Reprodukce z: Reklama 1971
71. Neonová reklama 70. léta: Osaca. Reprodukce z: Reklama 1971
72. Neonová reklama 70. léta: Tokio. Reprodukce z: Reklama 1971
73. Neonová reklama 70. léta: Osaca. Reprodukce z: Reklama 1971
74. Monument pro Vladimíra Tatína: Dan Lavin. Mestek 1997, 32-33
75. Windows: Bruce Nauman. 1967. Marzona 2005, 82-83
76. Světelná instalace: Milan Dobeš. Sedláček 1997, 16

SEZNAM CITOVANÉ LITERATURY

ANDĚL 2005 – Jaroslav ANDĚL: Nová vize – avantgardní architektura v avantgardní fotografii: československo 1918-1938. Košice 2005

ADICÉAM 2010 – Ashok ADICÉAM: ILLUMINATIONS (After Arthur Rimbaud): Sculpting the Light from the East. New York 2010

BALÁK / JIRÁK 1956 - Jaromír BALÁK/Otto JIRÁK: Reklama v Maďarsku. In: Reklama 1956

BALÁK 1966 - Jaromír BALÁK: Konstruovaný a cítěný. In: Propagace 1966

BENEŠOVÁ 1958 - Marie BENEŠOVÁ: Josef Gočár. Praha 1958

BUXBAUM 1961 – K. BUXBAUM: Neonifikace a neony. In: Reklama 1961

DUDA 1961 - Peter DUDA: Za lepšie využití neónové techniky. In: Reklama 1961

DVOŘÁČEK 1974 - Zdeněk DVOŘÁČEK: Světla velkoměsta a reklama. In: Propagace 1974

FILIP 1957 - Bohuslav FILIP: Neonové osvětlení v Brně. In: Reklama 1957

FLORIÁN 1956 - Zdeněk FLORIÁN: Reklama v Anglii. In: Reklama 1956

FLORIÁN 1957 - Zdeněk FLORIÁN: Reklama v Paříži. In: Reklama 1957

GÖSSEL / LEUTHÄUSEROVÁ 2003 – Peter GÖSSEL / Gabriele LEUTHÄUSEROVÁ: Architektura 20. století. Praha 2003

HAVELKA 1968 – Vilém HAVELKA: Ohlédnutí za Montrealem. In: Propagace 1968

HAVELKA 1974 - Vilém HAVELKA: Postřehy z USA. Neony na ústupu. In: Propagace 1974

HÄKL 1957 - Bohuš HÄKL: Barevná světla velkoměsta. In: Reklama 1957

HÄKL 1960 - BOHUS HÄKL: Praha ve světle neonů. In: Reklama 1960

HÄKL 1965 - Bohuš HÄKL: Na rozloučenou s newyorskou výstavou. In: Propagace 1965.

HÄCKL 1968 - Bohuš HÄCKL: Noční tvář Tokia. In: Propagace 1968

HES 1971 - Karel HES: Světelná reklama. In: Propagace 1971

HORŇÁK 1987 - Pavel HORŇÁK: Video v propagácii. In: Propagace 3. 1987

- JANATA 1997 – Michal JANATA. Mág světla a pohybu. In: Ateliér 3. 1997
- JASANSKÝ 1965 - Václav JASANSKÝ: Největší pouť na světě. In: Propagace 1965
- JIRÁK 1957 - Otto JIRÁK: Reklama ve Francii. In: Reklama 1957
- JIRÁK 1956 - Otto JIRÁK: Neon. In: Reklama 1956
- KARPIANUS 1973 - Václav KARPIANUS: Zazáří v našich městech neony?. In: Propagace 1973
- KAFKA 1959 - Josef KAFKA: Po třech létech v Polsku. In: Reklama 1959
- KARASOVÁ 1997 – Daniela KARASOVÁ: Jaromír Krejcar. In: Domov 3. 1997
- KARASOVÁ 1998 – Daniela KARASOVÁ: Miloslav Prokop. In: Domov: kultura bydlení, architektura a užité umění 12. 1998
- KOTALÍK 2000 – Jiří T. KOTALÍK: Josef Gočár. In: Architekt 3, 2000
- KRAMEROVÁ / SKÁLOVÁ 2008 – Denisa KRAMEROVÁ / Vanda SKÁLOVÁ (ed.): Nový život, nový styl? Umění, design a životní styl na přelomu padesátých a šedesátých let dvacátého století. In: Bruselský sen. Praha 2008
- KRATOCHVÍL 2009- Jan KRATOCHVÍL: Walter Gropius. In:
<http://www.archiweb.cz/buildings.php?&action=show&id=66>
- KREJČÍ 1997 - Ivan KREJČÍ: PH světlo ve vile Tugendhat. In: Architekt 43. 1997
- KRŮČEK 2006 – Václav KRŮČEK: Skoro nic. Ateliér 6. 2006
- LANG 2006 – Dominik LANG: Mentální cvičení Bruce Naumana. In: Art and Antiques 10. 2006
- LNĚNIČKOVÁ 2006 - Jitka LNĚNIČKOVÁ: Neony začínají zářit do noci. In: Světlo 4. 2006
- MACHALICKÝ 2006 – Jiří MACHALICKÝ: Světelný mág Dan Flavin.
http://www.lidovky.cz/ln_kultura.asp?c=A061208_085844_ln_kultura_hlm. Vyhledáno 20.3.2011
- MARZONA 2005 – Daniel MARZONA: Conceptual art. Köln 2005
- MESTEK 1997- Pavel MESTEK: Budiž světlo. In: Architekt 10. 1997
- MONZER 2003 - Ladislav MONZER: Osvětlení Prahy. Proměny sedmi století. Praha 2003

- NAVRÁTILOVÁ 2007 – Simona NAVRÁTILOVÁ: Světelný minimalismus: V Mnichově se koná retrospektiva Dana Flavina. In: Art and Antiques 2. 2007
- PARMA 1971 – Evžen PARMA: EXPO 70 Ósaka aneb malé ohlédnutí za velkou výstavou. In: Propagace 1971
- PAULY 1997 – Jana PAULY: Miloslav Prokop. In: Architekt 10. 1997
- PAULY 2001 – Jana PAULY: Odborník v osvětlování, konstruktér a designér – inženýr Miloslav Prokop. Světlo 4. 2001
- PEJŘÍCH 1958 - Jaroslav PEJŘÍCH: Perspektivně plánovat i v neónové reklamě. In: Reklama 1958
- PEŠÁNEK 1941 – Zdeněk PEŠÁNEK: Kinetismus. Praha. 1941
- PILAŘ 1959 - Vladimír PILAŘ: Procházka Bruselem. In: Reklama 1959
- POLÁČEK 2007 – Vojtěch POLÁČEK: Slepé skvrny české kunsthistorie IV.-Wenzel Hablik. In: <http://www.nekultura.cz/vytvarne-umeni-profilu/slepe-skvrny-ceske-kunsthistorie-iv-wenzel-hablik.html>
- PROKOP 1955 – Miloslav PROKOP: Světelná technika. Praha 1955
- PROPAGACE 1966 - Nové neóny – nové cesty. In: Propagace 1966
- PROPAGACE 1967 - O Montrealu a EXRO 67 očima propagačního výtvarníka. In: Propagace 1967
- PROPAGACE 1985 - Halogenová svítidla pro výkladní skříně. In: Propagace 1985
- PROPAGACE 1986 - Videotechnika v Propagaci. In: Propagace 1. 1986
- PROPAGACE 1987 - Elektronika do řízení reklamy v BLR. In: Propagace 2. 1987
- PROPAGACE 1985 - EXPO 85 v Cukubě. In: Propagace 1985
- PROPAGACE 1977 - Neonifikace polských měst. In: Propagace 1. 1977
- PŘIBYL 1986 - Petr PŘIBYL: Vietnamská rýže v lotosu a rostoucí vitríny. In: Propagace 4. 1986
- RABAN 1956 - Josef RABAN: Reklama a užité umění. In: Reklama 1956
- REKLAMA 1956 – Reklama v obchodě. In: Reklama 1956
- REKLAMA 1955 - Zavádění techniky do reklamy. In: Reklama 1955
- REKLAMA 1955 - Zásady reklamní grafiky. In: Relama 1955

- REKLAMA 1957 - Tentokrát o návrhářích. In: Reklama 1957
- REKLAMA 1959 - Náš aranžér se dívá po Bruselu. In: Reklama 1959
- REKLAMA 1957 - Nové neonové reklamy na prodejních pražského obchodu potřebami pro domácnost. In: Reklama 1959
- REKLAMA 1958 - Ilustrovaný cestovní zápisník. Redakce. In: Reklama 1958
- REKLAMA 1955 - O naší reklamě. In: Reklama 1955
- REKLAMA 1956 - Osvětlování výloh. In: Reklama 1956
- REKLAMA 1955 - Reklama v NDR. In: Reklama 1955
- REKLAMA 1959 - Cestou po německé spolkové republice. In: Reklama 1959
- REKLAMA 1959 - Obchodní dům Vltava v Českých Budějovicích. In: Reklama 1959
- SEDLÁČEK 1997 – Zbyněk SEDLÁČEK: Retrospektiva Zdeňka Pešánka. In: Ateliér 3. 1997
- SEDLÁK 2003 – Jan SEDLÁK: Problém světla v české meziválečné architektuře. In: Ejhle světo, Brno 2003
- SRP 1982 – Karel SRP: DAN FLAVIN. In: Minimal and Earth and Concept art. Praha 1982
- SRP 1996 – Karel SRP: Stanislav Zippe. Světelná pole 1968 – 1996. (kat. výst.). GHMP-Staroměstská radnice, 6. 6. - 1. 9. 1996. Praha 1996
- SYLVESTROVÁ 2008 - Marta SYLVESTROVÁ (ed.): Obchodní reklama. In: Bruselský sen. Praha 2008
- ŠMEJKAL 1982 – František ŠMEJKAL: Český konstruktivismus. In: Umění 30. 1982
- ŠMID 1963 - Jiří ŠMID: Ilustrovaný cestovní zápisník. In: Propagace 1963
- ŠVÁCHA 2000 - Rostislav ŠVÁCHA: Forma následuje vědu. Teige, Gillar a evropský vědecký funkcionalismus 1922-1948. Praha 2000.
- ŠVÁCHA 1985 – Rostislav ŠVÁCHA: Od moderny k funkcionalismu. Praha 1985
- ŠVÁCHA 1995 - Rostislav ŠVÁCHA (ed): Jaromír Krejcar 1895-1949. Katalog výstavy, Galerie Jaroslava Fragnera, Praha 1995
- ŠVÁCHA 1989 – Rostislav ŠVÁCHA: Le Corbusier. Praha 1989
- ŠVÁCHA 1982- Rostislav ŠVÁCHA: Pavel Janák a český funkcionalismus. In: Umění 30. 1982

- ŠVÁCHA 1993 – Rostislav ŠVÁCHA: K ikonografii české avantgardní architektury. In: Jaroslav Anděl (ed.). Umění pro všechny smysly. Praha 1993
- TEIGE 1972- Karel TEIGE (ed): Avantgarda známá a neznámá. Sv. 2, Vrchol a krize poetismu 1925-1928. Praha 1972
- TITĚRA 1956 - Daniel TITĚRA: Západoněmecké výklady. In: Reklama 1956
- VÁCLAVÍK 2007 – Robert VÁCLAVÍK: Rozbor kompozice Památníku Tomáše Bati. Prostor Zlín 1. 2007
- VALOCH 1991 – Jiří VALOCH: Stanislav Zippe. Instalace, obrazy, projekty. (kat. výst.). Galerie Vincence Kramáře, 19. 2. - 3. 2. 1991. Praha 1991
- VEČERÁLOVÁ 1997 – Markéta VEČERÁLOVÁ: Krematoria v české architektuře 10.-30. let 20. století. In: Umění LV. 1997
- VINŠOVÁ 2004 – Hana VINŠOVÁ: O světle a tmě. Rozhovor s Ladislavem Monzrem. In: Era 21: ekologie, realizace, architektura 1. 2004
- VÍTEČKOVÁ 2003 – Kateřina VÍTEČKOVÁ: Všední a sváteční dny elektrického města. In: Ejhle světlo. Brno 2003
- VŠETEČKA 2007a – Petr VŠETEČKA: Památník Tomáše Bati. Testament i manifest. In: Prostor Zlín 1. 2007
- VŠETEČKA 2007b – Petr VŠETEČKA: K estetice Památníku Tomáše Bati. Prostor Zlín 1. 2007
- ZEMÁNEK 1997a – Jiří ZEMÁNEK: „Čarodějův učeň“ Peter Sedgley. In: Ateliér 13. 1997
- ZEMÁNEK 1997b – Jiří ZEMÁNEK: Rozhovor s Jiřím Zemánkem, kurátorem výstavy Zdeňka Pešánka. In: Ateliér 3. 1997
- ZEMÁNEK 1998 - Jiří ZEMÁNEK (kol.): Zdeněk Pešánek 1896-1965, Praha 1998
- ZISS 2002 – Daniel ZISS: Neonový rukopis. Art and Antique 1. 2002

SEZNAM POUŽITÝCH PRAMENŮ A LITERATURY

ANDĚL 2005 – Jaroslav Anděl: Nová vize - Avantgardní architektura v avantgardní fotografii. Československo 1918-1938, Praha 2005

BENEŠOVÁ 1958 - Marie BENEŠOVÁ: Josef Gočár. Praha 1958

BLAŽEK/BLAŽEK 2003 - Dean BLAŽEK / Michael BLAŽEK: Neon. The Next Generation. Ohio 2003

BALÁK 1962 – Jaromír BALÁK: Světelná reklama. Praha 1962

BALÁK 1963 – Jaromír BALÁK :Knižní propagace. Praha 1963

BLAŽEK 1989 - Dean BLAŽEK. Neon ABC. Ohio 1989

BOUDNÍK 2004 – Vladimír BOUDNÍK (ed.): Mezi avantgardou a undergroundem. Praha 2004

DROSTEOVÁ 2007 – Magdalena DROSTEOVÁ: Bauhaus 1919-1933. Reforma a avantgarda. Praha 2007

EFMERTOVÁ 1997 - Marcela C. EFMERTOVÁ: K vývoji české elektrotechniky od druhé poloviny 19. století do roku 1945. Praha 1997.

FOSTER 2007 – Hal FOSTER: Umění po roce 1900: modernismus, antimodernismus, postmodernismus. Praha 2007

FRAMPTON 2004 – Kenneth FRAMPTON: Moderní architektura – Kritické dějiny. Praha 2004

GÖSSEL / LEUTHÄUSEROVÁ 2003 – Peter GÖSSEL / Gabriele LEUTHÄUSEROVÁ: Architektura 20. století. Praha 2003

HAVRÁNEK 1999 – Vít HAVRÁNEK: Akce, slovo, pohyb, prostor. Experimenty v umění 60. let. Praha 1999

HLAVÁČEK 2007 - Josef HLAVÁČEK: Cvičení z estetiky. Praha 2007

HOPKINS 2003 - Claude HOPKINS: Můj život v reklamě. Pardubice 2003

CHALUPECKÝ 1966 – Jindřich CHALUPECKÝ: Umění dnes. Praha 1966

JAKLE 2001 - John A. JAKLE: City Lights - Illuminating the American Night. Baltimore 2001

KRAMEROVÁ / SKÁLOVÁ 2008 – Denisa KRAMEROVÁ / Vanda SKÁLOVÁ (ed.): Nový život, nový styl? Umění, design a životní styl na přelomu padesátých a šedesátých let dvacátého století. In: Bruselský sen. Praha 2008

KOOLHAAS 2007 – Rem KOOLHAAS: Třešticí New York – retroaktivní manifest pro Manhattan. Praha 2007

Kol. aut. 2005: Česká republika – Architektura 20. století. Morava a Slezsko. Praha 2005

Kol. aut. 1961: Věci kolem nás a socialistický životní sloh. Praha 1961

KOTTAS 1987 - Jiří KOTTAS: František Křížík. Praha 1987

KRTILOVÁ/MATOUŠEK/MONZER 1981 - Alena KRTILOVÁ / Jiří MATOUŠEK / Ladislav MONZER: Světlo a osvětlování. Praha 1981

LAHODA / SRP 1998 – Vojtěch LAHODA / Karel SRP: České umění 1900-1990 : ze sbírek Galerie hlavního města Prahy-dům U zlatého prstenu. Praha 1998

LAHODA / NEŠLEHOVÁ 1998 - Vojtěch LAHODA / Mahulena NEŠLEHOVÁ (ed.): Dějiny českého výtvarného umění IV. Praha 1998

LORENZOVÁ/PETRASOVÁ/PLATOVSKÁ/ŠVÁCHA 2007 – Helena LORENZOVÁ / Taťána PETRASOVÁ / Marie PLATOVSKÁ / Rostislav ŠVÁCHA: Dějiny českého výtvarného umění 1958 – 2000. Praha 2007

MARZONA 2005 – Daniel MARZONA: Conceptual art. Köln 2005

- MCKELLAR 2001 - Keith MCKELLAR: Neon Eulogy: Vancouver Cafe and Street. Victoria 2001
- MONZER 2003 - Ladislav MONZER: Osvětlení Prahy. Proměny sedmi století. Praha 2003
- NEUMANN 2002 – Dietrich NEUMANN (ed.): Architecture of the Night - The Illuminated Building. Mnichov 2002
- PEŠÁNEK 1941 – Zdeněk PEŠÁNEK: Kinetizmus. Kinetika ve výtvarnictví – barevná hudba. Praha 1941.
- PEŠÁNKOVÁ 1930 – Jöna PEŠÁNKOVÁ: Světlo a výtvarné umění v díle Zdenka a Jöny Pešánkových. Praha 1930
- POCHE 1975 – Emanuel POCHE: Encyklopedie českého výtvarného umění. Praha 1975
- POCHE 1988 – Emanuel POCHE: Praha na úsvitu nových dějin. čtvero knih o Praze. architektura, sochařství, malřství, umělecké řemeslo. Praha 1988
- POCHE / JANÁČEK 1963 - Emanuel POCHE / Josef JANÁČEK: Prahou krok za krokem. Praha 1963.
- POPPER 1993 - Frank POPPER: Art of the Electronic Age. New York 1993
- ROTHMAN 2003 - Hal ROTHMAN: Neon Metropolis: How Las Vegas started the twenty-first century. New York 2003
- PROKOP 1955 – Miloslav PROKOP: Světelná technika. Praha 1955
- RYBÁR 1995 - Ctibor RYBÁR: Ulice a domy města Prahy. Praha 1995
- SEDLÁK 2003 – Jan SEDLÁK: Problém světla v české meziválečné architektuře. In: Ejhle světo, Brno 2003
- SCHIESS 1994 - Christian SCHIESS: The Light Artist Anthology. Neon and Related media. Hong Kong 1994.
- SRP 1982 – Karel SRP: DAN FLAVIN. In: Minimal and Earth and Concept art. Praha 1982

- STEINER / VESELÝ 1939 - A. STEINER / J. VESELÝ: Světlo a síla. Praha 1939
- STILES / SELZ 1996 - Kristine STILES / Peter Howard SELZ: Theories and documents of contemporary art. A sourcebook of artists' writings. Los Angeles 1996
- STORR 1995 – Robert STORR: Bruce Nauman Flashing Lights in the Shadow of Doubt. New York 1995
- SYLVESTROVÁ 2008 – Marta SYLVESTROVÁ (ed.): Bruselský sen. Československá účast na světové výstavě EXPO 58 v Bruselu a životní styl 1. poloviny 60. let. Praha 2008
- ŠINDLER 1906: Zdenko ŠINDLER: Moderní reklama. Praha 1906
- ŠVÁCHA 2004 – Rostislav ŠVÁCHA: Česká architektura a její přísnost. padesát staveb 1989-2004. Prostor - architektura, interiér, design. Praha 2004
- ŠVÁCHA 1993 – Rostislav ŠVÁCHA: K ikonografii české avantgardní architektury. In: Jaroslav Anděl (ed.). Umění pro všechny smysly. Praha 1993
- ŠVÁCHA 2000 - Rostislav ŠVÁCHA: Forma následuje vědu. Teige, Gillar a evropský vědecký funkcionalismus 1922-1948. Praha 2000.
- ŠVÁCHA 1985 – Rostislav ŠVÁCHA: Od moderny k funkcionalismu. Praha 1985
- ŠVÁCHA 1989 – Rostislav ŠVÁCHA: Le Corbusier. Praha 1989
- TEIGE / KROHA 1969 – Karel TEIGE / Jiří KROHA: Avantgardní architektura. Praha 1969
- TEIGE 1972- Karel TEIGE (ed): Avantgarda známá a neznámá. Sv. 2, Vrchol a krize poetismu 1925-1928. Praha 1972
- TROJANOVÁ 1995 - Eva TROJANOVÁ: Milan Dobeš. Dynamický konstruktivismus. Svetelno-kinetické objekty, opticko-reflexné objekty, grafika. Katalog Slovenské národní galérie. Bratislava 1995
- VENTURI 1972 - Robert VENTURI: Learning from Las Vegas. Massachusetts 1972
- VORLÍK 2006 - Petr VORLÍK: Šedesátá léta v architektuře očima pamětníků. Praha 2006
- VOŠÁHLÍKOVÁ 1999 - Pavla VOŠÁHLÍKOVÁ: Zlaté časy české reklamy. Praha 1999
- ZEMÁNEK 2003 – Jiří ZEMÁNEK: Ejhle světlo. Brno 2003
- ZEMÁNEK 1999 – Jiří ZEMÁNEK: Zdeněk Pešánek 1896-1965. Praha 1999

ZEMÁNEK 1995 – Jiří ZEMÁNEK: Kinetizmus Zdeňka Pešánka a umění instalace. Praha 1995.

ČLÁNKY V ČASOPISU:

BACHRATÝ 1995 – Bohumír BACHRATÝ: Dvakrát kinetista Milan Dobeš. In: Prostor Zlín 7 – 8, 1995, 3

BALÁK / JIRÁK 1956 - Jaromír BALÁK/Otto JIRÁK: Reklama v Maďarsku. In: Reklama 1956

BALÁK 1966 - Jaromír BALÁK: Konstruovaný a cítěný. In: Propagace 1966

BUXBAUM 1961 – K. BUXBAUM: Neonifikace a neony. In: Reklama 1961

DUDA 1961 - Peter DUDA: Za lepší využití neónové techniky. In: Reklama 1961

DVOŘÁČEK 1974 - Zdeněk DVOŘÁČEK: Světla velkoměsta a reklama. In: Propagace 1974

FILIP 1957 - Bohuslav FILIP: Neonové osvětlení v Brně. In: Reklama 1957

FLORIÁN 1956 - Zdeněk FLORIÁN: Reklama v Anglii. In: Reklama 1956

FLORIÁN 1957 - Zdeněk FLORIÁN: Reklama v Paříži. In: Reklama 1957

HAVELKA 1968 – Vilém HAVELKA: Ohlédnutí za Montrealem. In: Propagace 1968

HAVELKA 1974 - Vilém HAVELKA: Postřehy z USA. Neony na ústupu. In: Propagace 1974

HÄKL 1957 - Bohuš HÄKL: Barevná světla velkoměsta. In: Reklama 1957

HÄKL 1960 - Bohus HÄKL: Praha ve světle neonů. In: Reklama 1960

HÄCKL 1965 - Bohuš HÄCKL: Na rozloučenou s newyorskou výstavou. In: Propagace 1965

HÄCKL 1968 - Bohuš HÄCKL: Noční tvář Tokia. In: Propagace 1968

HES 1971 - Karel HES: Světelná reklama. In: Propagace 1971

HORŇÁK 1987 - Pavel HORŇÁK: Video v propagácii. In: Propagace 3. 1987

JANATA 1997 – Michal JANATA. Mág světla a pohybu. In: Ateliér 3. 1997

JASANSKÝ 1965 - Václav JASANSKÝ: Největší pouť na světě. In: Propagace 1965

- JIRÁK 1957 - Otto JIRÁK: Reklama ve Francii. In: Reklama 1957
- JIRÁK 1956 - Otto JIRÁK: Neon. In: Reklama 1956
- KARPIANUS 1973 - Václav KARPIANUS: Zazáří v našich městech neony?. In: Propagace 1973
- KAFKA 1959 - Josef KAFKA: Po třech létech v Polsku. In: Reklama 1959
- KARASOVÁ 1997 – Daniela KARASOVÁ: Jaromír Krejcar. In. Domov: kultura bydlení, architektura a užité umění 3, 1997, 24-25
- KARASOVÁ 1998 – Daniela KARASOVÁ: Miloslav Prokop. Domov: kultura bydlení, architektura a užité umění 12, 1998, 34
- KOTALÍK 2000 – Jiří T. KOTALÍK: Josef Gočár. In: Architekt 3, 2000
- KREJČÍ 1997 - Ivan KREJČÍ: PH světlo ve vile Tugendhat. In: Architekt 43. 1997
- KRŮČEK 2006 – Václav KRŮČEK: Skoro nic. Ateliér 6. 2006
- LANG 2006 – Dominik LANG: Mentální cvičení Bruce Naumana. In: Art and Antiques 10. 2006
- LINDAUROVÁ 2003 – Lenka LINDAUROVÁ: Umění a válka. In: art&antiques 3, 2003, 96 – 97
- LNĚNIČKOVÁ 2006 - Jitka LNĚNIČKOVÁ. Neony začínají zářit do noci. In: Světlo 4, 2006, 16
- MESTEK 1997- Pavel MESTEK: Budiž světlo. In: Architekt 10. 1997
- NAVRÁTILOVÁ 2007 – Simona NAVRÁTILOVÁ: Světelný minimalismus: V Mnichově se koná retrospektiva Dana Flavina. In: Art and Antiques 2. 2007
- PARMA 1971 – Evžen PARMA: EXPO 70 Ósaka aneb malé ohlédnutí za velkou výstavou. In: Propagace 1971
- PAULY 1997 – Jana PAULY: Miloslav Prokop. Architekt 10, 1997, 46-48
- PAULY 2001 – Jana PAULY: Odborník v osvětlování, konstruktér a designér – inženýr Miloslav Prokop. Světlo 4, 2001, 16
- PEJŘÍCH 1958 - Jaroslav PEJŘÍCH: Perspektivně plánovat i v neónové reklamě. In: Reklama 1958

PETLACHOVÁ 2005 – Hana PETLACHOVÁ: Pavel Korbička. In: Ateliér 18, 14-15, 2005, 6

ZISS 2002 – Daniel ZISS. Neonový rukopis. Art and Antique 1. 2002

PILAŘ 1959 - Vladimír PILAŘ: Procházka Bruselem. In: Reklama 1959

PROPAGACE 1966 - Nové neóny – nové cesty. In: Propagace 1966

PROPAGACE 1967 - O Montrealu a EXRO 67 očima propagačního výtvarníka. In: Propagace 1967

PROPAGACE 1985 - Halogenová svítidla pro výkladní skříně. In: Propagace 1985

PROPAGACE 1986 - Videotechnika v Propagaci. In: Propagace 1. 1986

PROPAGACE 1987 - Elektronika do řízení reklamy v BLR. In: Propagace 2. 1987

PROPAGACE 1985 - EXPO 85 v Cukubě. In: Propagace 1985

PROPAGACE 1977 - Neonifikace polských měst. In: Propagace 1. 1977

PROPAGACE 1977. Neonifikace polských měst In: Propagace1. 1997

PŘIBYL 1986 - Petr PŘIBYL: Vietnamská rýže v lotosu a rostoucí vitríny. In: Propagace 4, 1986

RABAN 1956 - Josef RABAN: Reklama a užité umění. In: Reklama 1956

REKLAMA 1956 – Reklama v obchodě. In: Reklama 1956

REKLAMA 1955 - Zavádění techniky do reklamy. In: Reklama 1955

REKLAMA 1955 - Zásady reklamní grafiky. In: Relama 1955

REKLAMA 1957 - Tentokrát o návrhářích. In: Reklama 1957

REKLAMA 1959 - Náš aranžér se dívá po Bruselu. In: Reklama 1959

REKLAMA 1957 - Nové neonové reklamy na prodejnách pražského obchodu potřebami pro domácnost. In: Reklama 1959

REKLAMA 1958 - Ilustrovaný cestovní zápisník. Redakce. In: Reklama 1958

REKLAMA 1955 - O naší reklamě. In: Reklama 1955

REKLAMA 1956 - Osvětlování výloh. In: Reklama 1956

REKLAMA 1955 - Reklama v NDR. In: Reklama 1955

REKLAMA 1959 - Cestou po německé spolkové republice. In: Reklama 1959

- REKLAMA 1959 - Obchodní dům Vltava v Českých Budějovicích. In: Reklama 1959
- ŘEPA 1970 – Miroslav ŘEPA: Expo 70 – Osaka. In: Architektura ČSR 8, 1970, 310 – 336
- SEDLÁČEK 1997 – Zbyněk SEDLÁČEK: Retrospektiva Zdeňka Pešánka. In: Ateliér 3. 1997
- ŠEVČÍK 2005 - Oldřich J. ŠEVČÍK: Ósaka 1970. Jeden z vrcholů symbiózy české architektury s výtvarníky a s uměleckými řemesly v šedesátých letech 20. století. In: Era 21. 6, 2005, 52 – 55
- ŠMEJKAL 1982 – František ŠMEJKAL: Český konstruktivismus. In: Umění 30. 1982
- ŠMID 1963 - Jiří ŠMID: Ilustrovaný cestovní zápisník. In: Propagace 1963
- ŠRÁMEK 1970 – Jan ŠRÁMEK: Ósaka - československá účast na Světové výstavě Expo 70. In: Architektura ČSR 8, 1970, 355
- ŠTEFÁNČIKOVÁ 1993 – Alice ŠTEFÁNČIKOVÁ: Posel světla Zdeněk Pešánek. In: Revolver revue 21, 1993, 83-126
- ŠVÁCHA 1982- Rostislav ŠVÁCHA: Pavel Janák a český funkcionalismus. In: Umění 30. 1982
- TEIGE - Karel TEIGE. Poetismus. 560
- TETIVA 2009 – Vlastimil TETIVA: O světle. In: Ateliér 3, 2009, 12
- TITĚRA 1956 - Daniel TITĚRA: Západoněmecké výklady. In: Reklama 1956
- VÁCLAVÍK 2007 – Robert VÁCLAVÍK: Rozbor kompozice Památníku Tomáše Bati. Prostor Zlín 1. 2007
- VACHTOVÁ 1996 – Ludmila VACHTOVÁ: Vzhůru ke konci století. In: Umění a řemesla 4, 1996, 45-51
- VALOCH 2003 – Jiří VALOCH: Neon a prostor. In: Ateliér 16, 24, 2003, 4
- VEČERÁLOVÁ 1997 – Markéta VEČERÁLOVÁ: Krematoria v české architektuře 10.-30. let 20. století. In: Umění LV. 1997
- VINŠOVÁ 2004 – Hana VINŠOVÁ: O světle a tmě. Rozhovor s Ladislavem Monzrem. In: Era 21: ekologie, realizace, architektura 1. 2004

VŠETEČKA 2007a – Petr VŠETEČKA: Památník Tomáše Bati. Testament i manifest. In: Prostor Zlín 1. 2007

VŠETEČKA 2007b – Petr VŠETEČKA: K estetice Památníku Tomáše Bati. Prostor Zlín 1. 2007

ZAVADIL 2004 - Karel M. ZAVADIL: Rozhovor s Adélou Matasovou o své práci. In: art&antiques 7, 2004, 50 – 59

ZEMÁNEK 1997a – Jiří ZEMÁNEK: „Čarodějův učeň“ Peter Sedgley. In: Ateliér 13. 1997

ZEMÁNEK 1997b – Jiří ZEMÁNEK: Rozhovor s Jiřím Zemánkem, kurátorem výstavy Zdeňka Pešánka. In: Ateliér 3. 1997

KATALOGY VÝSTAV:

ADICÉAM 2010 – Ashok ADICÉAM: ILLUMINATIONS (After Arthur Rimbaud): Sculpting the Light from the East. New York 2010

FLÜGGE 1994 - Matthias FLÜGGE: Der Riss im Raum / Positionen der Kunst seit 1945 in Deutschland, Polen, der Slowakei und Tschechien. Katalog výstavy. 1994

HLAVÁČEK 1991 - Josef HLAVÁČEK: Jiná geometrie. Katalog k výstavě. (galerie: Mánes doba výstavy: 25. 1. - 23. 6. 1991.) Praha 1991

HLAVÁČEK 1991 – Josef HLAVÁČEK: Stanislav Zippe. (kat. výst.). Kulturní středisko Opatov, Studio Galerie Opatov 1991. Praha 1991

HORÁČEK 1998 – Radek HORÁČEK: Pohyb kolem středu / Téma středovosti a souměrnosti v tvorbě autorů olomouckého okruhu a hostů. (kat. výst.). Dům umění města Brna, 20.10. – 29.11. 1998. Brno 1998

MACHALICKÝ 2007 – Jiří MACHALICKÝ: Prostor pro intuici. (kat. výst.). GHMP – Dům U Zlatého prstenu, 17.10. – 2.12. 2007. Praha 2007

MÍČKO / VÁROSS / MAŠÍN – Miroslav MÍČKO / Marian VÁROSS / Jiří MAŠÍN:
Tchecoslováqui X bienal de Sao Paulo. (kat. výst.) 1969.

MLÁDKOVÁ 2005 – Meda MLÁDKOVÁ: Com.bi.nacion. Science meets art. (kat. výst.).
Muzeum Kampa. Praha 2005.

OPOČENSKÝ / REZLER / ZIPPE 1996 – Pavel OPOČENSKÝ / Aleš REZLER / Stanislav ZIPPE:
Pocta Zdeňku Pešánkovi. (kat. výst.) Galerie Felixe Jenewiena, 17. 7. - 30. 8. Kutná Hora
1996.

PRAHL 1978 – Roman PRAHL: Stanislav Zippe. (leták k výstavě). Výstava v Divadle v
Nerudovce 13.-24.9.1978. Praha 1978.

SRP 1996 – Karel SRP: Stanislav Zippe. Světelná pole 1968 – 1996. (kat. výst.). GHMP-
Staroměstská radnice, 6. 6. - 1. 9. 1996. Praha 1996

ŠVÁCHA 1995 - Rostislav ŠVÁCHA (ed): Jaromír Krejcar 1895-1949. Katalog výstavy,
Galerie Jaroslava Fragnera, Praha 1995

TROJANOVÁ 1995 - Eva TROJANOVÁ: Milan Dobeš. Dynamický konstruktivismus.
Svetelno-kinetické objekty, opticko-reflexné objekty, grafika. Katalog Slovenské národní
galérie. Bratislava 1995

VALOCH 1991 – Jiří VALOCH: Stanislav Zippe. Instalace, obrazy, projekty. (kat. výst.).
Galerie Vincence Kramáře, 19. 2. - 3. 2. 1991. Praha 1991

VALOCH 2010 – Jiří VALOCH: Pavel Korbička: Tu a tam. (tisková zpráva). Galerie Kaple.
Valašské Meziříčí, 25.3. – 21.4. 2010. Valašské Meziříčí 2010.

VÍCHOVÁ-CZAKÓ 2009 – Ilona VÍCHOVÁ-CZAKÓ: Dalibor Chatrný, Pavel Korbička.
Prostorem / pohybem. (tisková zpráva). Galerie Brno, 5.3. – 24.4. 2009. Brno 2009

Výstava Expo Osaka-Československý pavilon 1970: The Play of light and shapes by Milan
Dobeš. (kat. výst.). 1970

INTERNETOVÉ ZDROJE:

KRATOCHVÍL 2009- Jan KRATOCHVÍL: Walter Gropius. In:
<http://www.archiweb.cz/buildings.php?&action=show&id=66>. Vyhledáno 15.9.2010

MACHALICKÝ 2006 – Jiří MACHALICKÝ: Světelný mág Dan Flavin.
http://www.lidovky.cz/In_kultura.asp?c=A061208_085844_In_kultura_hlm. Vyhledáno
20.3.2011

POLÁČEK 2007 – Vojtěch POLÁČEK: Slepé skvrny české kunsthistorie IV.-Wenzel Hablik.
In: <http://www.nekultura.cz/vytvarne-umeni-profilu/slepe-skvrny-ceske-kunsthistorie-iv-wenzel-hablik.html>. Vyhledáno 10.4.2011

DIPLOMOVÉ PRÁCE:

PERTL 2010 – Lukáš PERTL: Písmo ve veřejném prostoru (diplomová práce na Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně) Zlín 2010

MENŠÍK 2006 – Ondřej MENŠÍK: Zdeněk Pešánek. Kinetizmus a světelná kinetika.
(diplomová práce na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně). Brno 2006

ŠVIKOVÁ 2009 – Martina ŠVIKOVÁ: Federico Días a skupina E Area. (diplomová práce na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně). Brno 2009

KŘUPKA 2007 – Vojmír KŘUPKA: Světlo jako materiál. (diplomová práce na Pedagogické fakultě Masarykovy univerzity v Brně). Brno 2007

ŽÁK 2008 – Radek ŽÁK: Pokus o začlenění výstavy „Velký říjen – inspirátor umění“ do kontextu kulturně společenské ideologie socialistického realismu druhé poloviny 50. let 20. Století. (Diplomová bakalářská práce na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně). Brno 2008

KVĚCHOVÁ 2009 – Lucie KVĚCHOVÁ: Instalace a objekt ve veřejném prostoru v českém výtvarném umění. (diplomová práce na Pedagogické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci) Olomouc 2009.

DEVEROVÁ 2009 – Magdalena DEVEROVÁ: Instalace vnitřního prostoru – její počátky v českém umění. (diplomová práce na Filozofické fakultě Masarykovy univerzity v Brně). Brno 2009

VÍTEČKOVÁ 2001 – Kateřina VÍTEČKOVÁ: Elektřina, elektrické světlo a architektura 1880-1940. (diplomová práce na Filozofické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci) Olomouc 2001

RESUME

V diplomové práci, Řeč světla ve veřejném prostoru, zpracovávám otázku role světla a světelných reklam ve vztahu k architektuře a volnému umění na území dnešní České republiky. Zajímám se o celkovou estetiku, ale i dobové podmínky, které tuto oblast ovlivnily, ať již umělecky, nebo technologicky. Pokouším se situaci v tehdejší Československu uvést do celosvětového kontextu.

První část je věnována období největšího rozkvětu světelné reklamy, tedy dvacátým a třicátým letům. Pokouším se o zmapování celkového vývoje světelné techniky a osvětlování vůbec. V uvedené době byla světelná reklama úzce spjata s architekturou. Na konkrétních příkladech staveb poukazuji na roli denního i umělého světla. Zmiňuji zde také dobové příklady volné umělecké tvorby, související se světlem. V druhé, obsáhlejší části, se zabývám světelnými reklamami především v období padesátých a šedesátých let, s ohledem na tehdejší ekonomickou, hospodářskou a politickou situaci, která úzce souvisela s tímto uměleckoprůmyslovým odvětvím. V průběhu výzkumu jsem dospěla k tomu, že role světelných reklam v sedmdesátých a osmdesátých letech klesla na minimum. Popisuji zde, proč se tak stalo a jak v této době vypadaly a v jaké nové formy se přetrafovaly. Závěrem své práce ve stručnosti popisuji situaci devadesátých let, kdy postupně docházelo k zásadním změnám, jak v technologických možnostech, tak i ve vnímání celého tohoto odvětví.

ABSTRACT

The diploma thesis The language of the light in public space questions the role of light and light advertisements, in relation to architecture and free art across the territory of contemporary Czech Republic. I am interested in the overall aesthetics and conditions of the period, that influenced this discipline, both in terms of art and art industry. I am attempting to put the situation in former Czechoslovakia into a world context.

The first part is briefly concerned with the boom period of light advertisement during the twenties and thirties; for which, I attempt to map the entire evolution of lighting technology and lighting in general. During this period, lighting advertisements were closely connected with architecture. Using the examples of particular buildings I point to the role of both natural

and artificial light. I also cite period examples of free art production associated with light. In the second, more voluminous part, I'm concerned with light advertisements mainly from the fifties and sixties with regard to its economic and political situation, which was closely connected with this part of art industry. Thru the research, I come to the conclusion that the role of light advertisements dropped to a minimum in the seventies and eighties, and I describe why it happened, what the advertisements looked like and into which new forms it was transformed. In conclusion, I briefly describe the situation during the nineties when important changes, both in technical possibilities and in the perception of the whole discipline, were gradually taking place.