

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
KATOLICKÁ TEOLOGICKÁ FAKULTA
Ústav dějin křesťanského umění

Ludmila Boháčová

**František Zelenka jako propagační
grafik mezi lety 1918 – 1938**

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Mgr. Milan Pech

Praha 2012

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 25. června 2012, Ludmila Boháčová

Bibliografická citace

František Zelenka jako propagační grafik mezi lety 1918 – 1938 [rukopis]: bakalářská práce / Ludmila Boháčová; vedoucí práce: Milan Pech. – Praha, 2012. – 110 s.

Anotace

Bakalářská práce přibližuje grafickou tvorbu Františka Zelenky. Soustředí se na jeho propagační grafiku a tu rozděluje do několika skupin podle povahy zakázek. Nejprve je v práci nastíněna kulturní situace v meziválečném Československu a různé dobově aktuální přístupy k propagační grafice. Poté je věnována pozornost teoretickým východiskům Františka Zelenky. Jeho grafické dílo je následně rozděleno na práce pro divadlo a mimo divadelní kontext. Největší prostor je věnován plakátům a dalším grafickým zakázkám pro Osvobozené divadlo, na jehož vizuální identitě se František Zelenka významně podílel. Kromě divadelních jsou dále uvedeny Zelenkovy filmové plakáty, jeho produktová reklama a grafická úprava obálek tiskovin.

Klíčová slova

František Zelenka, grafický design, reklamní plakát, Osvobozené divadlo, Československo 1918 – 1938

Abstract

Bachelor thesis „František Zelenka as an artist of advertisement graphics in years 1918 – 1938“ deals with the graphic art of František Zelenka. It focuses on the promotional graphics and divides it into several groups according to the nature of contracts. Firstly, thesis describes cultural situation in Czechoslovakia between two world wars and various contemporary approaches to advertisement and graphic design. Secondly attention is paid to theoretical ground of František Zelenka. His graphic work is then divided into works for theater and works apart from the theatrical context. The biggest space of thesis is devoted to posters and other graphic works for the theater Osvobozené Divadlo, the visual identity of which František Zelenka mostly created. Beside from theatrical works Zelenka's film posters, products' advertisement and graphic design of covers of printed materials are mentioned.

Keywords

František Zelenka, graphic design, advertising poster, Czechoslovakia 1918 – 1938

Počet znaků (včetně mezer): 107 940

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce, Mgr. Milanu Pechovi, za odborný dohled a cenné rady. Dále děkuji zejména panu Petru Štemberovi, kurátorovi sbírky plakátů a obrazů Uměleckoprůmyslového muzea v Praze, i ostatním pracovníkům této instituce za pomoc a rady při badatelské práci.

Obsah

Úvod	6
Přehled literatury	9
1. Kulturní situace v meziválečném Československu	11
1.1 Užitá grafika s důrazem na výtvarnou stránku díla	15
1.2 Reklamní profesionálové	24
2. Propagační grafika v tvorbě Františka Zelenky	31
2.1 Teoretická východiska Františka Zelenky: <i>O plakátu</i>	32
2.2 Grafické práce pro divadlo	39
2.2.1 Plakáty pro divadlo a další kulturní instituce	39
2.2.2 Vizualní identita Osvobozeného divadla	42
2.3 Grafické práce mimo divadelní kontext	54
2.3.1 Filmové plakáty	54
2.3.2 Produktová reklama	55
2.3.3 Grafická úprava obálek	58
Závěr	60
Obrazová příloha	62
Seznam vyobrazení	99
Seznam použitých pramenů a literatury	107

Úvod

V posledních dvaceti letech rapidně vzrostl zájem o grafický design v meziválečném období. V rámci tohoto zvýšeného zájmu vyšla po roce 1989 řada publikací věnující se grafickým návrhářům dvacátých a třicátých let. Rozsáhlá pozornost byla věnována zejména Ladislavu Sutnarovi, dále pak například Zdenku Rykrovi. Byly organizovány výstavy a vydávány reprezentativní publikace o filmovém plakátu této doby či obecně o meziválečném plakátu s patrným zalíbením ve stylu art deco. Pohled meziválečné avantgardy na grafický design byl také důkladně zmapován. V posledních letech si pozornost vydobyl i tzv. „jednotný vizuální styl“ (corporate identity), jehož kořeny jsou hledány na počátku 20. století a jehož následný rozvoj nastal právě v době mezi válkami. K vývoji tohoto fenoménu přispěl velkou měrou Ladislav Sutnar, ale také František Zelenka, který se však narozdíl od Sutnara nedožil konce druhé světové války a nemohl tak své nadání dále rozvíjet.

Ve své práci se zabývám grafickým dílem Františka Zelenky. Z větší části se zaměřím na jeho působení v Osvobozeném divadle, kterému dodal vizuální styl, pod nímž si ho dodnes představujeme. Zelenka zde působil i jako scénograf a autor kostýmů, moje práce se však soustředí výlučně na Zelenkovy grafické práce. Vedle tvorby propagačních plakátů pro Osvobozené a jiná divadla se Zelenka úspěšně uplatnil i na poli běžné produktové reklamy. Jak sám uváděl, na autora plakátu by neměla mít vliv povaha zakázky – reklama pro divadlo i obyčejný produkt masové kultury má být stejně kvalitní. Ve své práci se proto soustředím na zkoumání vztahu mezi Zelenkovými teoretickými východisky a jeho vlastní tvorbou. Dále se pokusím zhodnotit Zelenkův přínos z hlediska zapojení výtvarných kvalit do reklamní produkce a význam, který mu přikládala dobová média.

Při psaní jsem vycházela z dobových článků české a německé provenience, z archivních materiálů i z vlastních Zelenkových textů. Opírala jsem se o články a publikace historiků umění a dalších odborníků, kteří se dané problematice a tvorbě

Františka Zelenky doposud věnovali. Snažila jsem se podrobně zmapovat kontext dobové grafické produkce a konfrontovat tak Zelenkovy grafické práce s díly jeho předchůdců a generačních druhů. Věnovala jsem se také výtvarným směrům, ze kterých Zelenka ve své tvorbě vycházel a které jej inspirovaly. Záměrně jsem naopak ponechala stranou podrobné líčení Zelenkova života, jeho činnost architektonickou a scénografickou, kterým jsou již věnovány práce jiných autorů.

Nejprve se zabývám nástinem kulturní situace v meziválečném Československu se zaměřením na užitou grafiku. Pro hlubší pochopení Zelenkova díla považuji za důležité popsat dění na umělecké scéně po první světové válce, kdy se na poli vizuální komunikace prolínalo několik různých uměleckých tendencí. Zmíním se proto o tvůrcích české varianty art deco i malířských osobnostech činných na poli užité grafiky. S jejich grafickými počiny kontrastují díla stoupců avantgardního hnutí konstruktivismu a posléze funkcionalismu, které u nás mělo svého největšího podporovatele ve Svazu moderní kultury Devětsil. Z Devětsilem proklamovaného spojení konstruktivismu a poetismu František Zelenka vycházel, proto je tomuto hnutí věnován v mé práci příslušný prostor. Dotýkám se i osobnosti Ladislava Sutnara, která je pro český grafický design bezesporu přelomová. V závěru první části práce se věnuji světu komerční reklamy a její profesionalizaci v době první republiky.

Druhá část práce se zabývá Františkem Zelenkou a jeho grafickou tvorbou. Nejprve se soustředím na jeho teoretické úvahy, zejména na stať *O plakátu* uveřejněnou v roce 1931. Zelenkova teoretická východiska zasazují do dobového kontextu, snažím se o dokreslení tehdejšího pohledu na teorii a praxi plakátového umění. Nabízím porovnání s Ladislavem Sutnarem a prověřuji Zelenkovu věrnost svým vlastním zásadám. Jeho grafickou propagační tvorbu následně neuvádím chronologicky, nýbrž ji rozdělují do skupin dle charakteru zakázky. V prvním oddíle se věnuji plakátové tvorbě pro divadelní a jiné kulturní instituce, z toho pak zvláště Zelenkovým pracím pro Osvobozené divadlo. V případě Osvobozeného divadla si

všímám také Zelenkova přínosu při vzniku piktogramů z postav a tváří dvou známých představitelů této avantgardní scény. V druhém oddíle uvádím jeho práce mimo divadelní kontext: filmové plakáty, plakáty propagující konkrétní produkty či služby a v neposlední řadě jeho grafické úpravy obálek rozličných tiskovin.

Přehled literatury

Základními prameny k uchopení díla Františka Zelenky jsou jeho vlastní texty. Z roku 1931 pochází Zelenkova stať *O plakátu*, uveřejněná v časopise *Žijeme*, z ledna roku 1933 jeho příspěvek do výročního vydání německého časopisu *Gebrauchsgraphik*. V tomto časopise byl Zelenkovi v roce 1931 věnován také krátký medailonek v přehledu československých reklamních výtvarníků. Z článků v dobových periodikách bych ráda zmínila recenzi Františka Kovárny na Zelenkovu výstavu plakátů v Krásné jizbě v roce 1931, která vyšla v deníku *Československá republika*, a zahajovací proslov k této výstavě autorů Voskovce a Wericha, který byl uveřejněn v časopise *Panorama*. Posmrtně pak byla Zelenkovi uspořádána výstava ve foyer Divadla na Vinohradech, ke které vyšel téhož roku (1946) útlý katalog. Výstava se ovšem věnovala převážně jeho scénografickým návrhům. Zastoupení Zelenkovy plakáty našly až na výstavách Uměleckoprůmyslového muzea v osmdesátých letech 20. století, které připravoval Josef Kroutvor. Jsou to výstavy a k nim vyšlé katalogy *Moderní český plakát 1918-1945* z roku 1984 a *Pražská nároží 1890-1940* z roku 1988. Josef Kroutvor se věnoval propagační grafice meziválečných let a okrajově tak i dílu Františka Zelenky v dalších publikacích jako jsou *Pražský chodec (Dějiny českého plakátu 1890-1945)* z roku 1958 či *Poselství ulice (Z dějin plakátu a proměn doby)* z roku 1991. Podrobněji pojednal o vybraných Zelenkových plakátech v cyklu *Dějiny divadelního plakátu v Divadelních novinách*, který připravoval a který po něm posléze převzal Petr Štembera.

Po roce 1989 byly Františkovi Zelenkovi uspořádány tři výstavy. U příležitosti první z nich, která se konala roku 1991 v Uměleckoprůmyslovém muzeu (*František Zelenka: divadlo, plakáty, architektura*), vyšla o Zelenkovi také drobná monografie. Textem o jeho plakátech do ní opět přispěl Josef Kroutvor. Další výstavy pod vedením Vlasty Koubské z Národního muzea se roku 1994 a 2008 soustředily zejména na Zelenkovu scénografickou tvorbu. Ta je dopodrobna zpracována i v diplomové práci Lady Tvrdíkové z roku 2009.

Dalším autorem, který se ve své publikační činnosti Zelenkově reklamní tvorbě částečně věnuje, je Petr Štembera, autor mnoha odborných článků na téma reklama z doby první republiky. Jak vyplývá z výčtu jmen autorů a publikací, zásadní monografie věnující se celé tvorbě Františka Zelenky či pouze jeho aktivitám na poli grafického designu doposud chybí. Soustředěnějšímu zhodnocení jeho plakátů se do dnešní doby dopodrobna věnoval v podstatě pouze Josef Kroutvor.

Problematiku Osvobozeného divadla z mnoha stran řeší reprezentativní sborník *V + W = 100* z roku 2005, který obsahuje bohatou obrazovou dokumentaci. S plakáty Františka Zelenky se můžeme setkat také v útlé brožurce *Plakáty a fotografie Osvobozeného divadla*, vydané Werichovci stejného roku. Soubor karikatur Voskovce a Wericha připravený roku 1984 Josefem Kroutvorem nám dává představu o vývoji vizuálního stylu Osvobozeného divadla. Ostatní publikace podávající zprávu o Osvobozeném divadle jsou cenné zejména svojí faktografickou složkou, o grafických pracích Františka Zelenky pro toto divadlo se z nich však mnoho nedovíme.

1. Kulturní situace v meziválečném Československu

V Československu dvacátých let se střetávaly dvě protichůdné výtvarné tendence: národní dekorativismus, který, ač se dá zařadit do širokého proudu evropského art deco,¹ vykazuje typické národní rysy, a internacionálně orientovaný konstruktivismus. Zároveň se v rámci užitého umění dostala do popředí masová průmyslová výroba, která umenšila význam uměleckého řemesla a stala se určujícím prvkem pro vytvoření nové estetiky. Umělecké řemeslo zažilo svůj velký rozkvět v dobách historismu a secese, jeho posledním vzepětím se pak stal právě český dekorativismus. Ač nebyla individualistická koncepce rukodělné práce nikdy úplně zapomenuta, v souboji s novými dravými avantgardními směry, konstruktivismem a funkcionalismem, se rukodělná práce dostala až na okraj společenského zájmu a produkce. Dalším výrazným jevem meziválečné doby se stala specializace v umění a zrod profesionálních výtvarníků v rámci užitého umění, kteří se věnovali jen jednomu oboru. V protikladu k nim pak stála běžná továrenská a dílenská produkce, která se řídila spíše tržními mechanismy výroby než estetickými zřetely.²

Na rozdíl od tehdejšího malířství a sochařství, se architektura a užité umění v meziválečném období vyvíjely v úzkém kontaktu. Architektura měla po vzniku Československa klíčovou funkci jakožto nejvýraznější vizitka mladého státu.³ Větev dekorativní se v ní obrážela ve specifickém českém stylu rondokubismu,⁴ větev funkcionalistická se otevírala širokému působení aktuálních evropských proudů.

¹ Pojem „art deco“ má svůj původ až v roce 1966 a vystihuje všechny dekorativní proudy v užitém umění a architektuře dvacátých a třicátých let dvacátého století. HORNEKOVÁ 1998, 12.

² ADLEROVÁ 1983, 16.

³ DČVU IV/2, 11.

⁴ Rondokubismus byl jako styl pojmenován roku 1969 ve stati Marie Benešové a toto pojmenování mimo jiné umožnilo zařazení rondokubistické architektury na roveň architektury kubistické v rámci památkové péče. HORNEKOVÁ 1998, 20.

Na umění měla vliv i řada mimouměleckých zřetelů – celková společenská situace, módní vlny dobových zájmů, uvolnění společenských konvencí či ženská emancipace, která změnila strukturu rodiny a chod domácnosti. Součástí nové „moderní kultury“ byly kromě moderní reklamy a filmu i sociální a zdravotní péče, rádio, jazzová hudba, osobní automobil a také propagace (návoru, nového uměleckého směru, politického systému, zboží, abstinence, hygieny, Sokola, nové církve, atd.).⁵

Výrazným fenoménem určujícím podobu umění bylo, tehdy jako dnes, město. Vnímání města, symbolu moderní civilizace, v průběhu doby kolísalo mezi naprostým zavržením a úplným zbožštěním. Po první světové válce přišlo zklamání technikou a civilizací, město se stalo zdrojem vykořenění, strachu a úzkosti. Reakcí mladé umělecké scény byla „utopie zítřka,“ základní východisko nastupující avantgardy. V průběhu dvacátých let se však radikální odmítnutí města změnilo ve stejně radikální přijetí, avantgarda oslavovala velkoměsto jako zdroj nové energie (noční život, divadlo, cirkus, ...) a stavěla ho do protikladu k zaostalému maloměstu. Ve třicátých letech, i v souvislosti s děním v sovětském Rusku, se vnímání města změnilo, utopistické ideje se nestaly skutečností a město bylo opět vnímáno spíše negativně.⁶

V prvních letech nově vzniklé republiky se jako oficiální styl profiloval tzv. národní dekorativismus. Dnes poněkud rozpačitě hodnocený styl uplatňoval motivy hnutí art deco a barevnost a materiály místní tradice a prosadil se zejména na předmětech reprezentujících československý stát. Na jeho vytvoření a uvedení do praxe se podíleli umělci z okruhu pražské Uměleckoprůmyslové školy, Artělu a Svazu československého díla pod teoretickým vedením architekta Pavla Janáka. Zastánci stylu však naráželi na odpor nově nastupující výtvarné generace, která se, i

⁵ MAŇASOVÁ HRADSKÁ 2010, 26.

⁶ MÁLEK 2011a, 199 – 225.

pod vlivem své převážně komunistické orientace, přikláněla k modernistickým avantgardním směrům. Důkazem rozpolcenosti výtvarného prostředí a protichůdnosti vedle sebe působících tendencí se stala *Mezinárodní výstava dekorativního a průmyslového umění* v Paříži v roce 1925. Zde byla sice porotou oceněna právě československá expozice ve stylu národního dekorativismu, zároveň zde ale byla v pavilonu *L'Esprit Nouveau* architekta Le Corbusiera již naznačena cesta, po které se umění mělo napříště vydat.⁷ Rok 1925 tak můžeme považovat za zlomový, neboť všichni naši vedoucí umělci posléze opustili dekorativismus a přijali funkcionalismus či alespoň některé z jeho zásad.⁸

Na rozdíl od dekorativismu vycházel funkcionalismus z upřednostnění funkce, standardizace, typizace a z maximálního využití průmyslových postupů. Kořeny akceptování strojové výroby jako pozitivního procesu, jako jediné formy schopné krýt společenskou potřebu, sahají do předválečného Německa na půdu tamního Werkbundu. Významným se stalo i hnutí ruských konstruktivistů, jejichž činnost sice zůstala takřka pouze ve stádiu prototypů, ale jejichž ideálům týmové práce, antiindividualismu a zdůrazňování racionálního přístupu se dostalo zahraniční publicity. Také nizozemské hnutí De Stijl svými pravoúhlými geometrickými pravy a přísným systémem barev formulovalo budoucí tvarosloví architektury a užitého umění. Konstruktivistickým zaměřením se vyznačovalo i výmarské učiliště Bauhaus, kde se ve vzácné symbióze prolínala výuka volného a užitého umění, didaktika s dílenskou praxí. Produkty Bauhausu byly charakterizovány účelností, přehledností a jednoduchostí konstrukce, hladkými stereometrickými tvary a elementární barevností. Pro tento specifický tvaroslovný kánon se ustálil termín internacionální styl nebo nová věčnost.⁹

⁷ ADLEROVÁ 1998, 427, 435.

⁸ ADLEROVÁ 1983, 19.

⁹ ADLEROVÁ 1998, 436 – 437.

Podmínky pro prosazení těchto nových tendencí se v Československu vytvářely zejména v ohnisku české avantgardy, v uměleckém Svazu Devětsil. Proti dekorativismu se ostře vymezil ideolog konstruktivismu Karel Teige, jehož vize o přínosech průmyslové výroby bez jakéhokoliv podílu umělce můžeme považovat takřka za utopické. Funkcionalismus se po roce 1925 naplno zabydlil v české architektuře a užitém umění. Výtvarníci se již soustavně věnovali průmyslovému výtvarnictví neboli designérské práci. Zásadní vliv na pronikání funkcionalisticky koncipovaných výrobků do každodenní praxe měla Krásná jizba nakladatelství *Družstevní práce*. Krásná jizba neměla vlastní dílny, nabízela a prodávala zakázky od jednotlivých výrobců i odpovídající díla ze zahraničí, např. výrobky Bauhausu.¹⁰

V průběhu třicátých let pak pronikal do strohé funkcionalistické estetiky opětovný závan dekorativnosti. Vracel se ornament, který se funkcionalismu nepodařilo nikdy vymýt, nýbrž pouze odsunout na okraj. Nakonec se funkcionalismu jeho rigorózní zásada, že dokonale funkční předmět je sám o sobě krásný, stala jeho Achillovou patou.¹¹

V době hospodářské krize zaznamenal vývoj užitého umění logický útlum, ve druhé polovině třicátých let pak přišlo opětovné oživení. Nastartovaný rozvoj v době první republiky byl posléze násilně přerušen rozpadem Československa a vypuknutím druhé světové války – i pro následující desetiletí zůstal však funkcionalismus určující základnou našeho designu.¹²

¹⁰ ADLEROVÁ 1998, 437 – 442.

¹¹ ADLEROVÁ 1983, 189 – 200.

¹² ADLEROVÁ 1998, 449.

1.1 Užité grafika s důrazem na výtvarnou stránku díla

Užitou grafiku s výtvarnými ambicemi, a to nejen v oblasti knižních úprav, si můžeme ve dvacátých letech rozdělit do tří základních proudů: grafiku ve stylu art-deco, kterou charakterizuje ornament, kterýmžto se vymezuje proti osobitému grafickému pojetí malířsko – expresionistickému (například u Čapka, Špály, Hofmana či Zrzavého) a grafice avantgardní (konstruktivisticko – poetické), kterou prosazovala mladá nastupující generace.¹³ Ve třicátých letech pak již převládlo směřování funkcionalistické.

Předzvěstí prosazení nového dekoračního stylu, který se posléze nakrátko stal stylem oficiálním, se stala kniha. Poskytovala totiž nevyčerpatelné možnosti pro uplatnění ornamentu, který byl hlavním utvářejícím prvkem stylu. Emancipace od geometrizujícího, pozdně secesního ornamentu Wiener Werkstätte a příklon k estetice neoklasicismu byla ve dvacátých letech oceňována v grafickém díle tří profesorů pražské Uměleckoprůmyslové školy: Františka Kysely, Vratislava Hugo Brunnera a Jaroslava Bendy.¹⁴

Dílo Františka Kysely symbolizuje po roce 1918 ideje českého dekorativismu. Kysela se přiklonil k lidské postavě a vytvořil archetyp českého lidu – statný slovanský jinoch či děvečka pracující v úzkém sepjetí s přírodou. V tomto duchu vytvořil několik plakátů reprezentativních výstav nového státu v cizině [1]. Podle Aleny Adlerové se na vysoké úrovni jeho plakátů a knih podílela zejména vynikající složka kreslířská, která vždy dominuje nad složkou typografickou, byť perfektně profesionálně provedenou. Dá se říci, že v osobnosti Františka Kysely se důstojně završila dlouhá etapa dekorativní uměleckořemeslné tvorby, která v druhé polovině dvacátých let již jen doznívala.¹⁵ Kysela se, také díky své pedagogické činnosti,

¹³ JANÁKOVÁ 1998, 187.

¹⁴ Tamtéž, 184.

¹⁵ ADLEROVÁ 1998, 428.

nevyhnul následovníkům, což Petr Štembera hodnotí takto: „Jeho [Kyselovy] neoklasicistní postavy napodobují, a národoveckou symbolikou doplňují, četní epigoni na plakátech desítek různých výstav a slavností tak dlouho, až se stanou naprostým anachronismem totálně vzdáleným době.“¹⁶ Neoklasicismus se ve dvacátých letech na čas stal charakteristickým rysem plakátů uměleckých výstav, nejpřesvědčivěji ale právě u Františka Kysely či u Alexandra V. Hrsky.¹⁷

Kyselovi kolegové z Uměleckoprůmyslové školy Vratislav Hugo Brunner a Jaroslav Benda uplatňovali, stejně jako Kysela, motivy z českého folkloru, kresebnou a ornamentální bohatost, jasnou barevnost a národní trikolórní barvy.¹⁸ Volbou vesměs patkových typů písma odkazovali k tradicím 19. století. Zejména Brunner byl příslovečný svou hravostí a pozorností k detailu, což můžeme sledovat zejména na jeho návrzích nakladatelských značek a log společností [2]. V tvorbě firemních značek, které byly komponovány jako dekorativní obrazce, sehrála zmiňovaná trojice z Uměleckoprůmyslové školy vůbec průkopnickou roli.¹⁹ Jejich přínos typografii popisuje Janáková takto: „Problematiku písma řešili ve svých pracích jak Jaroslav Benda, jemuž se stala celoživotní specializací, tak i Vratislav H. Brunner a František Kysela. Na rozdíl od malířů – expresionistů měli typografické znalosti a cit pro tvarovou krásu písem minulosti, oproti avantgardě nechtěli redukovat abecedu na úsporné a rychle čitelné tvary.“²⁰ Myšlenka vytvoření „národního písma“, kterou se tito tři grafici zabývali, nebyla nakonec nikdy zrealizována.

Směr v užité grafice, který tato trojice udávala, byl však trnem v oku mladé nastupující generaci. Karel Teige kritizoval představitele dekorativního „umprumismu“, jak tento směr pejorativně pojmenoval, za brzdění moderního vývoje ignorováním fotografie a nepochopením technologických změn, vinil je

¹⁶ ŠTEMBERA 1998, 201.

¹⁷ K dílům Alexandra Vladimíra Hrsky, absolventa malířské Akademie, však můžeme počítat i modernisticky pojatý reklamní plakát pro nově otevřené Barrandovské terasy z roku 1929.

¹⁸ ADLEROVÁ 1983, 26 – 27, 39 – 42.

¹⁹ JANÁKOVÁ 1998, 189.

²⁰ Tamtéž, 189.

z archaismu a neschopnosti sebevývoje.²¹ V druhé polovině dvacátých let se pak od národního dekorativismu odklonila i oficiální politika státní reprezentace; stát usiloval o co nejmodernější působení navenek.

Užité grafice se věnovali i velké osobnosti malířského světa, jako například Josef Čapek či Václav Špála v převážně dvacátých letech či František Muzika a František Tichý v letech třicátých. Jejich úpravy obálek knih a plakátů rozšiřovaly již tak široké spektrum užité grafiky meziválečných let. Ve třicátých letech plakáty s výrazným malířským rukopisem ustoupily na okraj, návaznost našeho plakátu na malířské směry kubismus, expresionismus či neoklasicismus se vytrácela.²²

Podle Josefa Kroutvora jsou rané plakáty Václava Špály doslova grafickými manifesty nástupu moderního umění v prvních letech republiky.²³ Špálův plakát k výstavě *A přece!* [3] z roku 1918 přinesl místo popisné obraznosti pouze primitivní symbol a dosáhl tak daleko většího účinku. Kuboexpresionistickým plakátem se zabýval i Josef Čapek, například v návrzích pro Červenou sedmu [4]. Čapek vytvořil i celou řadu knižních obálek, které, ač se blíží záměrům avantgardy ve své služebnosti a sounáležitosti se světem reklamy, zůstávají projevem jeho individuálního naturelu [5]. Používal co nejjednodušší a o to výraznější výtvarné prostředky a levné techniky, zejména linoryt. Obchodní charakter obálky knihy byl pro Čapka druhotný – důležitějším byl proces tvoření individuální obálky jakožto svébytného uměleckého díla.²⁴ V tomto překračuje hranice grafického designu směrem k volnému umění. V Čapkových obálkách najdeme náznak, výtvarnou zkratku, někdy i vtip, to vše v souladu se sytými odstíny elementárních barev.²⁵ Dalšími tvůrci kuboexpresionistických plakátů této generace byli Jiří Kroha, Longen,

²¹ JANÁKOVÁ 1998, 187.

²² ADLEROVÁ 1998, 447.

²³ KROUTVOR 1991a, 53.

²⁴ Jak Čapek píše v odpovědi na anketu časopisu *Typografia* z roku 1934 na téma knižní obálka.

²⁵ ADLEROVÁ 1983, 110 – 112.

Vlastislav Hofman a příležitostně Jan Zrzavý. Specifické expresionistické plakáty tvořil i Josef Váchal.²⁶

František Muzika, mimo jiné profesor Uměleckoprůmyslové školy a autor rozsáhlé publikace o historii písma *Krásné písmo ve vývoji latinky*,²⁷ přijal za své zásady moderní typografie, aniž by také potlačil svou výtvarnou osobitost. Ačkoliv byl malířem, sázené písmo se stalo základním elementem jeho tvorby v oboru užité grafiky. Muzika se věnoval i reklamní a propagační grafice, pracoval například pro automobilku Aero [6].²⁸ Pro rozsáhlou knižní a plakátovou tvorbu Františka Tichého je charakteristický ústřední kreslený motiv, který jednoznačně prozrazuje svého autora [7]. Dalšími umělci působícími na poli typografie knihy a plakátu byli například Vojtěch Tittelbach a Alois Wachsman, tvůrci nečetných surrealistických plakátů, a Václav Mašek, autor sociálně motivovaných prací. Samostatnou kapitolou je pak grafická tvorba Vojtěcha Preissiga.²⁹

Architekt, scénograf a grafik František Zelenka byl nejvíce ovlivněn nastupující výtvarnou tendencí dvacátých let, konstruktivismem, a pozdějším převládajícím stylem let třicátých, funkcionalismem.

V kontextu evropského vývoje umění nesehrál u nás sice konstruktivismus takovou roli jako například v okolních zemích, kde se stal dominantní tendencí poválečné avantgardy, svůj význam a specifický charakter však přesto měl. Avantgardní Svaz moderní kultury Devětsil, založený roku 1920 a zpočátku zaměřený na sociální umění, měl následně zásadní podíl na rozšíření konstruktivismu v Československu, a to konkrétně v dialogu s poetismem.³⁰ Devětsilská typografie chtěla jako první obor reagovat na polaritu moderního života, jeho technicismus a nové oblasti poezie. Díla básníků Nezvala, Seiferta, Wolkera či Vančury sloužila

²⁶ KROUTVOR 1991a, 55.

²⁷ Monumentální publikace vyšla poprvé roku 1958, její druhé doplněné vydání pak v roce 1963.

²⁸ ŠMEJKAL 1984, 153.

²⁹ ADLEROVÁ 1998, 447, 449.

³⁰ ŠMEJKAL 1982, 214.

jako základ novému typu typografických básní, které si inspiraci pro svou formu brala z básní italských futuristů a příslušníků hnutí dada. Jak situaci výstižně shrnuje Josef Kroutvor: „Moderní báseň se už nečte jako slova srovnaná v řádcích, ale vnímá se jako struktura znaků. Koneckonců tak se čte, vnímá a také tvoří moderní plakát, jakási obrazová báseň moderní ulice.“³¹

Specificky český poetismus, Teigem proklamované „umění žít“, se odráží i v Zelenkových konstruktivistických řešeních. Mluvčí a teoretik Devětsilu, Karel Teige, vystihuje vztah konstruktivismu a poetismu takto: „Poetismus je korunou života, jehož bází je konstruktivismus.“³² Jiný člen Devětsilu, architekt Karel Honzík, popisuje ve své knize *Ze života avantgardy* účel umění a poetismu – nového životního stylu – takto: „Umění nemělo mít jiný úkol než ukázat lidem všechny krásy světa a uspořádat život, tak aby se stal básní. Umění mělo obrodit život poetismem.“³³ Tyto úvahy, že sám život se má stát uměním, vyústily nakonec k podceňování umění jako takového. Teoretické snahy o likvidaci umění (které po krátké období prováděl do důsledku pouze Teige) vedly k rozšíření tohoto pojmu: tradiční malířství mělo být zastoupeno fotografií, fotomontáží nebo plakátem, závěsný obraz mechanickou reprodukcí.³⁴ To dokládá i Jindřich Štýrský v prvním českém manifestu konstruktivismu, který vyšel v Disku roku 1923: obraz má být „plakátem, reklamou a propagací nových forem života“ a jako plakát má být také v tisícových nákladech rozmnožován. Štýrský se zde věnuje i jeho formě, která má být diktována pouze účelem: „stručná, přesná, srozumitelná, zábavná, přehledná, konstruktivní, prostá.“³⁵

Směr naší rané avantgardní typografie udával, a to jak svými teoretickými statěmi, tak svou vlastní typografickou praxí, Karel Teige. „Teigových šest zásad nové typografie ze studie *Moderní typografie* z roku 1927 zobecňuje a kodifikuje podněty, které

³¹ KROUTVOR 1991a, 61.

³² VLAŠÍN 1971, 556.

³³ HONZÍK 1963, 69.

³⁴ MÁLEK 2011b, 181 – 198.

³⁵ VLAŠÍN 1971, 483 – 485.

přinesl na jedné straně sovětský konstruktivismus a na druhé straně Bauhaus. Ostatně základní statě hlavních tvůrců *nové typografie*³⁶ El Lissického, László Moholy-Nagye a Jana Tschicholda byly ve dvacátých letech přeloženy do češtiny a publikovány v časopise *Typografia*, který se od roku 1927 stal další významnou tribunou konstruktivistického hnutí.³⁷

Nejoblíbenějším produktem rané konstruktivistické typografie byly sbírky současné poesie a devětsilské časopisy a sborníky, které vybízely k typografickým experimentům někdy až dadaistického rázu. Příkladem může být Teigeho úprava knihy Seifertových básní, *Na vlnách TSF* (1925) [8], která se dá považovat za nejčistší příklad konstruktivistické knižní úpravy. Základním schématem se stala ortogonální osnova³⁸ a to jak u obrazových básní, abstraktních kompozic, tak u knižních obálek, fotomontáží a plakátů.³⁹ Překvapivé ale je, že na rozdíl od knižních obálek nevznikl v první polovině dvacátých let žádný plakát pojatý jako obrazová báseň, nejrozšířenější to výrazový prostředek raného Devětsilu.⁴⁰

Tato romantická fáze je po roce 1925 vystřídána přísným funkcionalistickým řádem. Obrazové básně jsou nahrazeny jednoduchými fotomontážemi nebo čistě typografickými kompozicemi.⁴¹ Teige opět zdůrazňuje plošnou, ortogonální, asymetrickou kompozici, která je pro české umění typická a až koncem dvacátých let bude nahrazena dynamičtější diagonálním⁴² a prostorovým řešením. V jeho tvorbě můžeme také nalézt nové typy konstruktivistické ilustrace, jako například typofoto a

³⁶ Novou typografii jako terminus technicus specifikoval Jan Tschichold v knize *Die neue Typographie* v roce 1928. Její kořeny můžeme stopovat přes dadaisty a futuristy až do doby graficky převratné Mallarméovy básně *Vrh kostek* z roku 1897. ROUS 1978, 13 – 14.

³⁷ ŠMEJKAL 1982, 226.

³⁸ Ortogonální osnova užívá ortogonální („kolmé“) formy jako jsou obdélník a čtverec.

³⁹ ŠMEJKAL 1982, 216 – 217.

⁴⁰ KROUTVOR 1991a, 63.

⁴¹ ŠMEJKAL 1982, 227.

⁴² Diagonála následně ve třicátých letech získala jako symbol perspektivy i sociální konotace. ROUS 2003, 306.

typomontáž (geometrická kompozice z výhradně typografického materiálu).⁴³ Typofoto, integrované spojení písma a fotografie, považované Moholy-Nagem za nejexaktnější formu vizuálního sdělení, se pak v průběhu třicátých let stává standardní úpravou propagačních tiskovin i knižní tvorby.⁴⁴

Ačkoliv se čeští konstruktivisté nikdy nepokusili o vytvoření vlastního nového písma, módní záležitostí se stal tzv. malopis resp. grotesk,⁴⁵ kdy byla z písma vyřazena velká písmena (verzálky). Tento trend, který mimo jiné souvisel s pokusy o formulaci univerzálního světového jazyka, vychází z funkcionalistických požadavků na ekonomiku, hospodárnost a jednotu písma. Zrodil se v dílnách Bauhausu, po jeho přesídlení do Dessau je velká část tiskovin Bauhausu realizována právě malopisem.⁴⁶ U nás se malopis ujal zejména v okruhu brněnského Devětsilu, kde byl jeho propagátorem Zdeněk Rossmann.⁴⁷ Rossmannův strohý a úsporný typografický styl byl inspirován právě estetikou Bauhausu, kde krátce studoval, a stal se tak v typografii přímou spojnicí mezi Bauhausem a českým prostředím.⁴⁸ Společně s Ladislavem Sutnarem považujeme Rossmanna za rozhodující osobnost našeho funkcionalistického plakátu a knihy, podobně jako je tomu u Teigehe a Víta Obrtela v avantgardní typografii dvacátých let. Oba dva měli také tu výhodu, že mohli ve spolupráci s partnerskými institucemi, zejm. Svazem čs. díla, rozvíjet novou typografii bez ohledu na tlaky a kompromisy, jimž byla podřízena běžná komerční reklama. „Proto mají jejich práce slohově čistý charakter - jsou někdy přímo substrátem funkcionalistického plakátu, funkcionalistické knižní úpravy.“⁴⁹ Kromě

⁴³ ŠMEJKAL 1982, 227.

⁴⁴ VLČKOVÁ 2007, 15.

⁴⁵ Minusky bezserifové nestínované antikvy, dobovou terminologií nazýváno grotesk. ROUS 2003, 305.

⁴⁶ ROUS 1978, 19.

⁴⁷ Malopis užil Rossmann například v monografii architekta Bohuslava Fuchse z roku 1930.

⁴⁸ Rossmann však nebyl osamocen, čilé kontakty s Bauhausem udržovali také umělci Devětsilu, Bohumil Markalous či Ladislav Sutnar. ROUS 2003, 303 - 304.

⁴⁹ ADLEROVÁ 1983, 175.

těchto umělců se s konstruktivistickou resp. funkcionalistickou typografií ztotožnili také Jindřich Štýrský, Toyen, Otakar Mrkvička, František Muzika a další.⁵⁰

Obecně se dá říci, že konstruktivistická typografie radikálně změnila podobu české knihy. Položila základ moderní typografii, jejíž některé principy jsou platné dodnes. V druhé polovině dvacátých let pak ovlivnila i českou plakátovou tvorbu, jejíž zásady se příliš nelišily od těch pro knižní obálku. Nový, akcelerovaný způsob velkoměstského života vyžadoval, aby zamýšleného účinku bylo dosaženo minimem prostředků. Nejdůsledněji byly konstruktivistické principy realizovány jak jinak než v plakátech Karla Teigeho, dále pak u Zdeňka Rossmanna, Františka Muziky a Ladislava Sutnara. U Sutnara můžeme vysledovat i nejzřetelnější prvek přerodu konstruktivistické grafiky ve funkcionalistickou. Od roku 1929 začal ve svých pracích soustavně užívat diagonální kompozici, která postupně i u ostatních autorů úplně vytlačila původní tak typickou kompozici ortogonální. „Ortogonální řešení bylo plošné a statické; diagonální je prostorové a dynamické, vyjadřuje pohyb, napětí, hloubku, dynamičnost.“⁵¹

U osobnosti Ladislava Sutnara, vizionářského designéra mající rozhodující vliv na český grafický design třicátých let, bych se ráda pozastavila. Sám sebe neoznačoval za tvůrce funkcionalistického, nýbrž „funkčního“ grafického designu a s pojmy funkcionalismus a konstruktivismus se identifikoval pouze skrz jejich metodu.⁵² „Tím se také založení a směřování jeho tvorby odlišuje od levicové orientace české avantgardy, která pojmy konstrukce a funkce promítala do ideologických modelů revoluční proměny světa.“⁵³ Typografické vzdělání se Sutnarovi dostalo v ateliérech Kysely a Bendy na pražské Uměleckoprůmyslové škole. Ve svém pojetí typografie však více vycházel z učení a grafické praxe Jana Tschicholda. Například již v roce

⁵⁰ ŠMEJKAL 1982, 228.

⁵¹ Tamtéž, 228.

⁵² Ladislav Sutnar shrnul ex post své úvahy týkající se vizuálního designu ve své knize *Visual Design in Action*, která vyšla roku 1961 v New Yorku.

⁵³ ROUS 2003, 303.

1926 uplatnil Sutnar fotomontáž, kterou Tschichold vyzdvihuje ve svých principech nové typografie. Sutnar se řídil i dalšími prvky nové typografie jako jsou účelnost, výrazová čistota a úspornost [9]. Oblíbeným schématem 3D prostoru se mu stal úběžníkový rastr. Pomocí ostrých zorných úhlů, nadhledů a podhledů jsou do prostoru vykláněny i fotografické motivy. Užitím koláží a montáží odkazuje Sutnar ke konstruktivistickým obrazovým básním, jejich romantickou atmosféru však nahrazuje konkrétní realitou. Změna tématu je podmíněna jak hospodářskou krizí, tak zostřenou společenskou situací.⁵⁴

Ve třicátých letech mění Sutnar vizuální styl nakladatelství Družstevní práce [10, 11]. Právě díky Družstevní práci vstupuje Sutnarovo grafické pojetí do povědomí masové kultury a, jak píše Karel Teige, fakticky tak naplňuje ideu integrace moderní typografie.⁵⁵ „V meziválečném období byla typografie chápána jako skutečně závažný úkol, Karel Teige ji dokonce klade na stejnou úroveň s architekturou, neboť obojí považuje za velmi silný výraz doby.“⁵⁶ Teige také zahajoval již zmíněnou souhrnnou výstavu Sutnarova grafického díla v Krásné jizbě v roce 1934 a vysoce zhodnotil Sutnarův přínos mezinárodnímu hnutí nové typografie.

Sutnar se však jako umělecký ředitel Krásné jizby Družstevní práce nesoustředil pouze na prezentaci svého grafického stylu, naopak. Mezi padesáti výstavami, které v letech 1929–35 Družstevní práce uspořádala, byly ještě další dvě věnovány grafickému designu. Kromě výstavy plakátů Rotterova reklamního studia to byl také přehled grafických prací Františka Zelenky. Zelenkova výstava se konala na konci roku 1931⁵⁷ v nově otevřeném výstavním prostoru Krásné jizby. Seznam exponátů se nedochoval, katalog pravděpodobně nevyšel. Výstavu zahajovali Jiří Voskovec

⁵⁴ ADLEROVÁ 1983, 179.

⁵⁵ TEIGE 1934, 12.

⁵⁶ VLČKOVÁ 2007, 16.

⁵⁷ Přesněji od 28.11. do 11.12. 1931.

s Janem Werichem,⁵⁸ zastoupeny tak byly pravděpodobně zejména Zelenkovy plakáty pro Osvobozené divadlo.⁵⁹ Kromě úvodní řeči Voskovce s Werichem slouží jako cenný pramen k výstavě dobová recenze Františka Kovárny, otištěná v kulturní rubrice deníku Československá republika.⁶⁰ Kovárna si zde všímá především Zelenkova umu ve vymýšlení reklamně poutavých nápadů, hůře pak hodnotí barevnost Zelenkových plakátů.

Dalším přímým pojítkem mezi Sutnarem a Zelenkou je časopis *Žijeme*, který pod hlavičkou Družstevní práce vycházel na začátku třicátých let. V něm byla uveřejněna Zelenkova důležitá studie o plakátu.⁶¹

1.2 Reklamní profesionálové

Plakáty ztvárněné v duchu české formy art deca, expresionismu či konstruktivismu byly pouze krajní polohy jinak širokého středního proudu, „kde se mísí všechno možné bez teoretických úvah.“⁶² Oddělit tento středního proud od výše pojednávaných přístupů k užité grafice není snadné. Ve své práci se držím rozdělení Petra Štembery, který propagační grafiku první republiky dělí na uměleckou, tj. vytvořenou umělcem, a reklamní či komerční pocházející (v převážné většině) od reklamního profesionála.⁶³

Po první světové válce bylo třeba obnovit zničený průmysl a hospodářství, znovu nastartovat výrobu, spotřebu a propagaci potravin, spotřebního a módního zboží. S postupem času bylo stále mohutněji a rafinovaněji propagováno také zboží luxusní. Plakát se stal prvořadým, nejmocnějším a dodnes nejdochovanějším prostředkem oboru reklamní grafiky. Tento obor pružně reagoval na stoupající masovost výroby a

⁵⁸ Úvodní řeč Voskovce s Werichem byla otištěna v Panoramě (VOSKOVEC, WERICH 1931).

⁵⁹ VLČKOVÁ 2009, 122.

⁶⁰ KOVÁRNA 1931, 5.

⁶¹ ROUS 2003, 309.

⁶² KROUTVOR 1991a, 65.

⁶³ ŠTEMBERA 2012, nepag.

spotřeby, na nepřebornou nabídku služeb; začal se profesionalizovat.⁶⁴ V jeho vývoji můžeme vysledovat vliv dobově se měnících a prolínajících se výtvarných tendencí v grafické úpravě knih a uměleckých plakátů. Jeho úkolem bylo však „prodat“, výtvarná složka tak programově stála na druhém místě. Na rozdíl od volného uměleckého díla totiž reklamní plakát neaspiruje na věčnost, jeho význam je pouze místně a dobově podmíněný.

Ve srovnání s knižní grafikou a uměleckými plakáty se reklamních plakátů do dnešní doby příliš nezachovalo. Největší sbírkou reklamních plakátů z let dvacátých a třicátých disponuje v Čechách pražské Uměleckoprůmyslové muzeum. Jejich tvůrci považovali za svou čest věnovat vzorky svých prací do muzea. Díky tomu dnes můžeme podobu dobových plakátů z ulic velkých měst, zejména Prahy, alespoň částečně rekonstruovat. O jejich autorech se však povětšinou nedaří mnoho zjistit, často neznáme ani jejich křestní jména.

Jisté je, že po první světové válce ovládli pole reklamní grafiky profesionální reklamní agentury a jednotlivci, čímž vznikla nová profese.⁶⁵ Amatéři byli z reklamy v podstatě vytlačeni. Poněvadž byla většina těchto profesionálů židovského původu, jejich stopa víceméně mizí s nástupem nacismu v Československu. Ani komunistický režim nebyl k soukromým reklamním agenturám a velkým tiskařským závodům příliš nakloněn – pálení jejich prací a vybavení v době po komunistickém převratu pomáhá vysvětlit náš dnešní nedostatek dobového materiálu.⁶⁶

Třebaže po výtvarné stránce komerčních plakátů zůstávala vzorem zejména Paříž, v praktických stránkách provozu agentur a psychologii reklamy se následoval vzor americký. Ze Spojených států amerických přicházející teorie „taylorismu“⁶⁷ se

⁶⁴ ŠTEMBERA 2012, nepag.

⁶⁵ Profesionální reklamní agentury se poprvé objevily ve Spojených státech amerických. První z nich zde začaly fungovat v šedesátých letech 19. století.

⁶⁶ Přednáška Petra Štembery, Praha 27.3. 2012.

⁶⁷ Taylorismus je název odvozený ze jména strojního inženýra Fredericka Winslow Taylora, autora publikace *Vědecké řízení práce* z roku 1911, a popisuje jím zavedené metody a prostředky řízení

z oblasti průmyslu rozšířila i na ostatní sféry lidské činnosti, umění a reklamu nevyjímaje.⁶⁸

Analogicky k situaci ve Fordových továrnách, kde každý dělník vykonával jeden konkrétní úkon, byla práce rozdělena i ve velkých reklamních agenturách. Skuteční grafičtí výtvarníci zde tvořili pouze menší část zaměstnanců, většinu obstarali odborníci na reklamní psychologii, autoři reklamních sloganů, typografové, agenti, manažeři, úředníci, průzkumníci trhu a jiné přidružené profese. Plakát se tak do značné míry stal kolektivní prací, na jeho podobu mělo vliv několik různých lidí a výsledný produkt často ani nenesl jméno výtvarníka.⁶⁹ I z toho vyplývá, že umělecký zřetel často nebyl tím prvořadým kritériem při výrobě reklamních plakátů. Psychologicky působivými, často vědecky podloženými postupy se manipulovalo míněním potencionální klientely. K nejběžnějším reklamním trikům patřila účinnost opakovaného slova, sloganu, vizuálního motivu.⁷⁰

Reklamní profesionálové také netvořili pouze v jednom výtvarném stylu. Naopak byla velmi ceněna jejich pružnost, schopnost „přeskakovat“ od jednoho stylu k druhému. Od stejného autora tak bylo možné objednat si plakát ve stylu art deco, glamour stylu, naturalismu, nové věčnosti, plakát karikaturistický, folklórní či hyperrealistický. Tito reklamní profesionálové nebyli většinou v užité grafice ani odborně školeni, téměř žádný z nich neabsolvoval kurzy vedené profesory Kyselou a Bendou na pražské Uměleckoprůmyslové škole.

práce. „Taylor usiloval o zvýšení produkce výroby při snížení času a práce na ní vynaložených. A to vědeckým zkoumáním a projektováním dělníkových pracovních pohybů tak, aby byl vyloučen každý „neužitečný“ pohyb a skladba úkonů měla tu nejúspornější, tedy tu nejlepší podobu.“ MAŇASOVÁ HRADSKÁ 2010, 70. Taylorovy teorie našly svůj ohlas v automobilce Ford, kde byla poprvé zavedena pásová výroba, založená na principu mechanického opakování jednoho konkrétního úkonu. Jejím užitím se radikálně zvýšila produkce a zkrátila se pracovní doba dělníků, což vedlo ke zvýšení jejich životního standardu. Tato „ekonomizace“ a úspornost jednotlivých rozdělených úkonů pak měla vliv i na uměleckou sféru, kdy umělci hledali co nejúspornější formu výrazu; slovo „ekonomie“ se po první světové válce začalo objevovat v uměleckých manifestech a průmysloví designéři sledovali „ekonomičnost“ svých produktů v závislosti na co nejmenším času potřebném k jejich využívání.

⁶⁸ Přednášky Ivy Knobloch, VŠUP Praha, březen 2012.

⁶⁹ ŠTEMBERA 2012.

⁷⁰ ADLEROVÁ 1998, 447.

Nesmíme zapomínat, že reklamu již netvoří výhradně jen plakáty, případně jejich plechové verze a billboardy, nýbrž obrovské množství různých tiskovin, vývěsky, letáky, prospekty, katalogy, pohlednice, reklamní předměty, inzerce v novinách a časopisech, reklamní kampaně, „pohyblivé reklamy“ (např. na tramvajích), vývěsní štíty, obří malby na slepých zdech domů, kiosky, neony,⁷¹ veletrhy, reklamy promítané před hlavním filmem i filmy vysloveně reklamní či módní přehlídky.⁷² Jako příklad firmy, která dotáhla svoji reklamní propagaci do posledního detailu, může posloužit obuvnický podnik Baťa. Baťa si vytvořil nezaměnitelný, snadno rozpoznatelný grafický styl a do svého image zahrnul i jednotnou, moderní architektonickou podobu vlastních prodejen. Maximálního účinku reklamy této obuvnické firmy se na velkých plakátech a billboardech většinou dosahovalo „fotograficky“ vymalovanou botou toho kterého typu, cenou končící na 9 a velkými písmeny vyvedeným logem [12]. I ostatní průmyslové podniky, ale například i divadla a zábavní kabarety, si vytvářejí jednotný grafický styl, který bychom mohli nazvat předchůdce dnešní „corporate identity“.

Jak v uměleckém tak i v komerčním plakátu můžeme pozorovat rozdíl mezi dvacátými a třicátými lety. V letech dvacátých převládá v komerčním plakátu styl art-deco, z Prahy se stává velkoměsto, které i ve způsobu své plakátové produkce rychle dohání mondénní a svůdnou Paříž. Zatímco se národní dekorativismus Kysely a ostatních uplatnil zejména na plakátech akcí kulturního a oficiálního charakteru, v rámci komerčního plakátu sledovalo mladé Československo převážně zahraniční dekorativní vzory – mezinárodní art deco glamour styl. Již od dob secese je hlavním motivem na plakátu žena; ve dvacátých letech se „objevuje žena nově pojednaná, stylizovaná, často vizuálně lehce deformovaná, nicméně stále přitažlivá,

⁷¹ Barevnost neonů zpětně ovlivnila barevnost plakátu i jeho pojetí. Nejznámějším návrhářem a propagátorem neonových reklam byl Zdeněk Pešánek. Podrobněji viz: Řeč světla ve veřejném prostoru, diplomová práce na KTF UK, Klára Žaludová, Praha 2011

⁷² ŠTEMBERA 2012.

žádostivá.⁷³ [18, 19] Elegantní a koketní kráska prodává z plakátů nejčastěji luxusní zboží, v propagaci masově vyráběného zboží [20] se naopak uplatňuje spíše popisnost, realismus či hyperrealismus. Nesmíme zapomenout ani na hravou polohu českého art deca, kterou nalezneme například na plakátech Atelieru Rotter či u afišisty Hönse [13].

V letech třicátých se podoba plakátu zpravidla proměňuje – nastupuje modernistický design. „Ubývá krásy, elegance, především proto, že mizí figura a nastupuje často jen abstraktní zkratka, znak, montáž, fotografie, hyperrealistická malba či kresba podle fotografie.“⁷⁴ Funkcionalistickým typografickým zásadám odpovídá zvýrazňování informativnosti a účinnosti plakátů, vytvářejí se normy rychlé čitelnosti a přehlednosti [30].

Pokud ale v grafickém pojetí knih, v ilustracích časopisů či v prezentaci produktů Krásné jizby převládá strohý funkcionalistický design,⁷⁵ v ulicích měst je tomu zdá se jinak. Vytlačení kresby, dekoru a barev a užití černobílé fotografie s sebou přináší nebezpečí nevýraznosti a tím pádem komerčního neúspěchu.⁷⁶ Fotografické plakáty se tak musí obzvláštňovat výraznými prvky, například červeným písmem.⁷⁷ Ne nepodstatnou stránkou věci jsou také vysoké náklady na jejich výrobu. V již zmiňované firmě Baťa, která měla jako jedna z prvních firem svůj vlastní reklamní

⁷³ ŠTEMBERA 1998, 201.

⁷⁴ Tamtéž, 200.

⁷⁵ Na příkladu nakladatelství Družstevní práce můžeme však také pozorovat, že strohý funkcionalistický design, který funguje na publikacích založených na užité informaci, se neseťkával s úspěchem například u knih poezie, které vyžadují větší osobitost grafické úpravy. ROUS 1978, 22.

⁷⁶ Toto tvrzení potvrzuje i fakt, že nejdéle používaným vlastním reklamním plakátem Družstevní práce byl Sutnarův čistě typografický plakát s monogramem značky na výrazném barevném podkladě bez užití fotografie (**obr. 11**). A jak píše Lucie Vlčková, tento typografický plakát obstál v četné konkurenci různých křiklavých reklam, „což by se plakátu tvořenému na základě tehdy tak upřednostňovaného fotografického obrazu mohlo sotva podařit.“ VLČKOVÁ 2009, 132.

⁷⁷ Červeným orámováním a písmem „dekoroval“ například Zdenek Rykr fotografii stařenky na svém reklamním plakátě pro Kulíkovu kávu z roku 1930. Jeho ostatní reklamní plakáty se pak nesou spíše ve stylu art-deca. Více viz LAHODA 2000, 210 – 123.

ateliér, se fotografie na plakáty překreslují, což plakátu dodává na požadované atraktivitě [12].

Největším a nejvýznamnějším pražským reklamním ateliérem byl Atelier Rotter. Své sídlo měl ve Vodičkově ulici, ve stejném paláci, ve kterém se nacházelo Osvobozené divadlo. Jeho zakladatel Vilém Rotter se reklamní tvorbě vyučil v Paříži u afišisty Cassandra a jeho ateliér se již dva roky po svém vzniku v roce 1928 stal největším na trhu. Rotter založil také Školu reklamy a zasloužil se o zviditelnění české reklamní grafiky, když jeho zásluhou vyšlo v říjnovém čísle německého časopisu *Gebrauchsgrafik* z roku 1931 rozsáhlé pojednání „Reklamekünstler in der Tschechoslowakei“.⁷⁸ U plakátů vzešlých z Rotterova Atelieru se dá jen těžko určit autorství konkrétního tvůrce, poněvadž často nesou pouze zkratku „Atel. Rotter“. Vedle produktové reklamy nalezneme mezi zakázkami Atelieru také pár prací z oblasti divadelního plakátu. Plakáty pro Divadlo Vlasty Buriana jsou typické velkými karikaturami, které známe i z plakátů k Burianovým filmům [14]. Z let 1936 a 1937 pak pocházejí plakáty pro dvě hry Osvobozené divadla, které jsou charakteristické svým protáhlým tvarem. Rotter zde přejímá Zelenkovo „logo“ divadla, typické zkratkovité kresby hlav Voskovce a Wericha [15, 16].⁷⁹

Dalšími velkými pražskými ateliéry byly Pacold a spol. a PIRAS, které oba fungovaly jako vydavatelé i jako zadavatelé reklam. Od počátku dvacátých let pro ně pracovali dva z nejpłodnějších reklamních návrhářů, Emil Weiss a Leo Heilbrunn. Přestože jsou mnohá jejich díla nesignována, dají se snadno identifikovat. Pro Emila Weisse jsou typické plakáty vyvedené v elegantním art deco glamour stylu [17, 18]. Dle Petra Štembery „můžeme dnes jen s malou nadsázkou říci, že bez jeho [Weissových] sebevědomých krásků a šarmantních světáků ostře řezaných rysů, jako

⁷⁸ Na třiceti stranách z pera K.H. Frenzela je největšího prostoru věnováno Ladislavu Sutnarovi, následuje Willi (Vilém) Rotter a další reklamní umělci, mezi kterými nechybí ani František Zelenka. Viz FRENZEL 1931, František Zelenka na stranách 50, 51.

⁷⁹ Podrobněji k Atelieru Rotter viz ŠTEMBERA 2008, KOPCOVÁ 2007.

z hollywoodských filmů té doby, by byla česká reklama o poznání provinčnější.“ Všestranný a velmi produktivní Dr. Leo Heilbrunn [19] se do české reklamy nejvýznamněji zapsal léta vedenou reklamní kampaní francovky Alpa. Celé vizuální pojetí kampaně bylo pouze jeho dílem, což svědčí o úspěšnosti Heilbrunnových návrhů.⁸⁰

Ve firmě PIRAS se od počátku třicátých let angažoval také Zdenek Rykr jako spolupracovník a posléze i jako většinový akcionář (za Protektorátu tak kryl židovské majitele firmy). Její likvidaci se mu však přesto nepodařilo zabránit. Mezi jeho nejlepší počíní řadí Petr Štembera grafické práce pro baterie Palaba [20].⁸¹ Do povědomí české veřejnosti se však Rykr nejvíce zapsal svými návrhy pro čokoládovnu Orion, kde působil celých dvacet let. Od něj pochází logo firmy ve tvaru čtyřcípé hvězdy i její specifické písmo. Jako jeden z mála reklamních profesionálů byl Zdenek Rykr zároveň činný i na poli volného umění.⁸²

Dalším výrazným solitérem české reklamní grafiky byl Höns [13]. Nejvíce oceňován je za svoji koncepční práci pro firmu se sukny Prokop a čáp. Pro ni vytvořil sadu reklamních plakátů se stále více abstrahovaným čápem, jím navrženým logem firmy. Velká hlava čápa, která ve své neonové variantě dominovala budově firmy na Václavském náměstí, postupně vytlačila všechny přebytečné prvky na plakátu a kolemjdoucím ihned evokovala tento textilní závod.⁸³

Samostatnou kapitolou reklamních plakátů jsou plakáty filmové. Ty, ačkoliv se svými prostředky snažily propagovat zábavu pro masy čili film, byly přísně hodnoceny dobovou kritikou, která je porovnávala s plakáty uměleckými. Některé zahraniční filmy k nám přicházely s vlastními plakáty, kterým se pak čeští tvůrci snažili vyrovnat. Výsledky této snahy se občas mohly přiblížit kýči, což však dle

⁸⁰ Více o produkci Emila Weissa a Lea Heilbrunna viz ŠTEMBERA 2007.

⁸¹ LOWRY, ŠTEMBERA 2001, 8.

⁸² ŠTEMBERA 2012.

⁸³ Podrobněji k Hönsovi viz ŠTEMBERA 2007.

Petra Štembery není vůbec v rozporu s uměleckými kvalitami propagovaných filmů [21]. Plakáty němých filmů byly zpravidla tvořeny vyobrazením jedné scény z filmu s minimálním množstvím textových informací. Na plakátech zvukových filmů, které již byly tištěny levnějším ofsetovým tiskem, naproti tomu nacházíme více jednotlivých obrazů, v centru pak portrét hlavních představitelů filmu. Jejich jména byla také často vyvedena písmeny většími než u samotného názvu filmu. Fotografie, předlohy plakátů, se i zde často překreslují, a to v různých stylech dle povahy filmu [22]. Ačkoliv bylo pro pár filmových plakátů na počátku třicátých let použito koláže neupravené fotografie a plochy čisté barvy, neměly tyto experimenty dlouhého trvání. Černobílá fotografie totiž nikdy nemohla konkurovat barevně vyvedeným „hyperrealistickým“ plakátům [23].⁸⁴ Mezi autory těchto avantgardních pokusů řadíme Antonína Pelce (např. *Muži v offsidu* [24])⁸⁵ či právě Františka Zelenku s jeho plakátem k filmu *Kavárnička* [75].

2. Propagační grafika v tvorbě Františka Zelenky

Ačkoliv byl František Zelenka po své smrti převážně opomíjeným umělcem,⁸⁶ po roce 1989 lze zaznamenat opětovný zájem o tohoto výtvarníka. Po roce 1989 byly jeho osobě a práci věnovány tři výstavy⁸⁷ a jedna diplomová práce pojednávající o Zelenkových scénografických návrzích z roku 2009.⁸⁸ Jak v katalogích těchto výstav tak i v diplomové práci z roku 2009 byl přehledně popsán Zelenkův životopis, proto mu v této bakalářské práci nebude věnována přílišná pozornost. Pro účely této práce uvádím pouze základní biografická fakta.

⁸⁴ ŠTEMBERA 2004, 19.

⁸⁵ HOLÝ 2006, 19.

⁸⁶ Pouze v roce 1946 byla uspořádána Zelenkova výstava ve foye Vinohradského divadla a v roce 1968 o něm byla napsána diplomová práce.

⁸⁷ Výstavy se konaly v roce 1991 v Uměleckoprůmyslovém muzeu, v roce 1994 v Národním muzeu a v roce 2008 v Kutné Hoře.

⁸⁸ TVRDÍKOVÁ 2009.

František Zelenka se narodil 8. června 1904 v Kutné Hoře. Vystudoval architekturu na pražské Technice. Již během studia vznikaly jeho první grafické práce. Po studiu pracoval jako scénograf pro mnohá pražská i mimopražská divadla. V praxi se realizovaly jeho návrhy architektonické a z oblasti bytového designu (nejznámější je „Modrý pokoj“ Jaroslava Ježka). Jako zastánce funkcionalistické estetiky propagoval Zelenka zásady moderního bydlení na stránkách dámského časopisu *Eva*. Po okupaci Československa byl jako Žid vyřazen z oficiálního kulturního života, dále pracoval v utajení. V roce 1943 byl s rodinou deportován do Terezína. I ve zdejších podmínkách se věnoval tvůrčí práci, organizoval vězeňská divadelní představení. Zemřel v roce 1944 ve svých čtyřiceti letech za dosud nevyjasněných okolností, pravděpodobně při transportu do Osvětimi.

2.1 Teoretická východiska Františka Zelenky: *O plakátu*

První plakáty se objevily s průmyslovou revolucí v 19. století v závislosti na strojové výrobě zboží, městském životním stylu a prudkém vývoji technologie tisku (litografie). Asi od poloviny tohoto století se do plakátu začaly dostávat barvy, které se posléze staly v plakátové produkci nepostradatelné. Poté co Jules Chéret zavedl v Paříži používání vícebarevných tisků, měl plakát nakročeno k tomu stát se konkurencí děl malířských. K tomu v devadesátých letech 19. století přispěly i první časopisy věnující se plakátové tvorbě, plakátové výstavy, prodejci a sběratelé plakátů. Postupně se měnilo vnímání plakátu a potažmo i reklamy, kterou nesl. Z původního průmyslového produktu s informační a propagující funkcí se plakát stal předmětem obdivovaným pro svou estetickou kvalitu a byl povýšen na roveň volného umění.⁸⁹ Primární úlohou reklamního plakátu však přesto vždycky byl a doposud je materiální zisk zadavatele.

⁸⁹ TYKALOVÁ 2011, 25.

Již od konce 19. století vznikal v zahraničí specializovaný teoretický obor věnující se psychologii reklamy a zkoumající možnosti jejího co nejefektivnějšího využití. Jak si všimla Helena Maňasová Hradská, autorka disertační práce *Vizualizace metafory pokroku v reklamě meziválečného Československa*, v době kdy se k nám tyto teorie se zpožděním dostávaly, tj. ve dvacátých letech 20. století, však vstupuje do hry i jiný faktor, a tím je modernizace společnosti. Reklama si u nás nebrala za cíl pouhé zvýšení odbytu produktu, nýbrž obsahovala i tendenci k modernizování recipienta. Plakáty tak předváděly propagované zboží na pozadí ideálního světa, ve kterém se měl zákazník koupit produktu či služby rázem ocitnout. Tento „sen o moderní době“ nahradil přímé a nadsazované přesvědčování inzerátů doby před první světovou válkou.⁹⁰

Na rozdíl od zahraničního prostředí nemusela u nás reklama čelit kritice pro svoje případné manipulování s recipientem či z jiných eticko-morálních důvodů. Pokud byla kritizována, pak za svoji kýčovitost, zastaralost či neefektivnost. „Kritikové z československého prostředí nevnímali reklamu jako něco ve své podstatě špatného, nanejvýš jako něco obtěžujícího. Neduhy, kterými reklama oplývala, nikoliv kterým by byla sama o sobě, byly podle nich opravitelné – nejčastěji zúčelněním, zvěcněním atp.“⁹¹ Reklama u nás byla, pro své spojení s moderním světem, naopak vyzdvihoována. A to nejenom v podnikatelských kruzích, kde se by se taková tendence dala předpokládat, ale i v kruzích uměleckých. Pro její „kontakt s životem“⁹² ji malíř Josef Šíma ve dvacátých letech upřednostňuje dokonce před samotným malířstvím. Ve svém článku, zaslaném z Paříže do sborníku *Život II* z roku 1922, vysvětluje její poslání, které je naprosto odlišné od poslání volného umění. Říká: „Reklamní předmět krásný ve smyslu uměleckém jest špatným ve smyslu reklamy... Krása reklamy záleží jedině v dokonalém dosažení jejího účelu... a

⁹⁰ MAŇASOVÁ HRADSKÁ 2010, 11, 30.

⁹¹ Tamtéž, 16.

⁹² ŠÍMA 1922, 102.

tento účel jest jedině a jedině, neustále reklamovati určitou věc způsobem měnícím se danými okolnostmi.“⁹³ Tím určuje funkci moderního plakátu, který má být v první řadě dobrou reklamou a pak až může být vším ostatním.⁹⁴ Dalším propagátorem moderní reklamy byl od dvacátých let Zdeňk Rossmann, který své názory posléze shrnul roku 1938 v publikaci *Písmo a fotografie v reklamě*.⁹⁵

Jak již bylo řečeno, teoreticky podložené marketingové teorie a reklamní strategie se k nám dostávaly s odstupem času za západní Evropu a USA. Po první světové válce se u nás začaly překládat knihy zahraniční autorů z anglosaských zemí, např. *Umění prodávati* R. Atkinsona, dále spisy Forda, Taylora, Cassona či Hoovera. Němečtí autoři se pak většinou nepřekládali (*Die Reklame* Victora Mataji či *Psychologie der Reklame* Ch. Hartungena), němčinu ovládal téměř každý vzdělaný Čech. V druhé polovině dvacátých let se začal reklamě více věnovat dobový tisk, specializované časopisy jako *Typografia*, *Typo*, *Reklama*, *Organisace*, *reklama*, *obchod*, *Kancelář*, *Úspěch* či *ORO* publikovaly odborné úvahy na toto téma.⁹⁶ Důležitý přelom ve vývoji reklamy u nás znamenal rok 1927,⁹⁷ kdy vznikl Reklamní klub, zkráceně Reklub. Reklub byl profesní organizací, která sdružovala tvůrce i zadavatele reklam, teoretiky i praktiky. Mezi jeho nejvýznamnější členy patřili teoretik reklamy Jan Brabec a Jiří Slabý (Solar), autor reklamních sloganů a šéf reklamní poradny. Reklub vydával odborný měsíčník *Typ* a věnoval se prezentaci československé reklamy doma i v zahraničí. S rotační ofsetovou technikou⁹⁸ následně stoupla technická úroveň reklamy a československá reklama se ve třicátých letech dostala na úroveň západních sousedů. K tomu, jak jsem již naznačila, významně přispěl nejen Ladislav Sutnar, ale také František Zelenka. Josef Kroutvor popisuje: „Teprve František Zelenka a Ladislav Sutnar ke konci dvacátých let zbaví

⁹³ ŠÍMA 1922, 102.

⁹⁴ KROUTVOR 1991a, 63.

⁹⁵ Podrobněji viz ROSSMANN 1938.

⁹⁶ MAŇASOVÁ HRADSKÁ 2010, 23, 43.

⁹⁷ V tomto roce vznikají také první specializované reklamní agentury.

⁹⁸ František Zelenka však ve svých plakátech používá především techniku barevné litografie, která mu umožňuje velké plochy zářících barev.

plakát avantgardních komplexů, zrodí se grafický design.“⁹⁹ Jejich význam na poli reklamní tvorby v rámci meziválečné Evropy potvrzuje i šéfredaktor německého magazínu *Gebrauchsgraphik* K. H. Frenzel, když je jako jediný dva zástupce z Československa požádá o příspěvek do jubilejního vydání tohoto magazínu z ledna 1933.¹⁰⁰

František Zelenka navazuje ve svých názorech na moderní plakát na již zmiňované autory jako byli Šíma či Rossmann. Přehledně je shrnul ve svém textu *O plakátu*, který vyšel roku 1931 v časopise *Žijeme*, vydávaném nakladatelstvím Družstevní práce.¹⁰¹ Zde stručně vystihuje současnou situaci českého plakátu a v jednotlivých částech (Technika, Účel, Písmo, Barva), popisuje problémy tohoto odvětví a zároveň navrhuje jejich řešení. Primární je pro něj technická podstata plakátu a tou je tisk. Z tohoto faktu odvozuje přísné odmítnutí užívání malířských či malířsko-reprodukčních technik (např. linoryt) při tvorbě plakátu; strojová technika dle Zelenky sama tvoří nové obrazové i typografické hodnoty. Tvůrce plakátu má tedy plně využívat možností tisku a těmi jsou fotografie, dokonalé písmo a barva. Tyto prostředky pak slouží k jedinému účelu: plakát má propagovat, tj. upozornit na sebe a vryt se do paměti. Zelenka říká: „U dobrého plakátu není vyhnutí: podívati se na něj musíte, i když jedete autem či tramvají kolem něho.“¹⁰² Informace se ke kolemjdoucím musí dostat mimoděk, plakát nemá být ani textově ani obrazově upovídaný.

Jako ostatní zastánci modernistického pojetí plakátu propaguje i Zelenka užití fotografie. Zdůvodňuje to její vypovídací hodnotou, která má například v cestovním ruchu své logické opodstatnění. U filmových plakátů radí nenapodobovat americké kýče, jež jsou však v zámoří alespoň vytvářeny reprodukcí technikou kolorovaných

⁹⁹ KROUTVOR 1985, 98.

¹⁰⁰ Viz SUTNAR 1933, ZELENKA 1933.

¹⁰¹ ZELENKA 1931, 172 - 177.

¹⁰² Tamtéž, 172.

fotografií, ta se u nás ovšem nahrazuje překreslováním filmového záběru. Kritiku dobové propagace průmyslových výrobků, kde je dle Zelenkova názoru užito fotografie také pouze poskrovnu, zakončuje zvoláním: „Účelu u většiny plakátů se nedosahuje, nikoli pro nedokonalost výrobků či podniků, ale v důsledku jejich reklamního nevyužití – či dokonce zabíjení!“¹⁰³

Plakátové písmo je dle Zelenky určeno pro neomezený počet diváků, proto má být prosto všech ozdob a dekorací. Také se nemá nijak deformovat. Zelenka akceptuje pouze jeho zvětšování. Vyzdvihuje schopnost písma tvořit kompozici plakátu, písmo se pro Zelenku stává samostatným tvárným prvkem. Barva pak tvoří atmosféru plakátu a vychází z jeho obsahu. Zelenka je toho názoru, že dobrému plakátu stačí pouze základní barvy, a čím méně jich je, tím mocněji odstupňuje plakát od svého okolí. Doporučuje zkoumat psychologii barev a účinu a nebojí se ani úplné bezbarevnosti plakátu.

Na závěr svého článku Zelenka naprosto odděluje plakát od malířství a v souladu s Josefem Šímou tvrdí, že jeho hodnota nespočívá v jeho kráse, nýbrž v jeho účinku. Článek zakončuje slovy: „A poesie plakátu? Tvoří téměř charakter měst i zemí. Či dovedete si představit Paříž bez červených písmen Dubonetu, nebo Prahu bez černě kaligrafie Baťovy? Plakát objímá městské zdi. Ty ho nechávají rozrůstat po svém těle – je to svazek mateřsky něžný.“¹⁰⁴

K článku připojuje Zelenka pět fotografií: dvě z mezinárodní výstavy Umění reklamy (1931, Essen), kde byl mezi vystavenými i Zelenkův plakát *Ostrov Dynamit* [48], dále svůj plakát na gramofonové desky *Voskovec a Werich na deskách Ultraphon* [49], svůj plakát pro film *Kavárnička* [75] a písmový plakát Ladislava Sutnara pro *Zdravotnickou výstavu* [25] z roku 1931, symbol funkcionalistického pojetí plakátu.

¹⁰³ ZELENKA 1931, 176.

¹⁰⁴ Tamtéž, 177.

V již zmiňovaném příspěvku do výročního vydání *Gebrauchsgraphik* z ledna roku 1933 se Zelenka v podstatě opakuje. Shrnuje v něm hlavní myšlenky svého předchozího textu. Říká, že tak jako dnes již nikdo nenapodobuje stavební materiál – nikdo nemaluje umělý mramor na stěny schodiště – tak by ani nikdo neměl na plakátu reprodukovat malířské metody. Tuto činnost nazývá falšováním materiálu. Jak říká: „Chceme po stroji, aby se tvářil, že toto namaloval.“¹⁰⁵ Za falzifikaci označuje Zelenka také překreslování fotografií a malování písma, které má být pouze sázeno a to ve střízlivé formě bez individuálních „manuskriptů“. Spolu s barvou, která je „puls, svědomí a krev plakátu“, tak Zelenka opět uvádí tři základní stavební kameny plakátové tvorby. K článku opět přidává fotografie: svůj reklamní plakát pro *Aero* [77] a plakát pro hru Osvobozeného divadla *Caesar* [44].

Nabízí se srovnání Zelenkova článku s textem Ladislava Sutnara, který je v magazínu *Gebrauchsgraphik* otištěn jen o stránku dříve.¹⁰⁶ Sutnar, který zajisté sdílí hlavní Zelenkovy názory na techniku a formu moderního plakátu, však k příspěvku do diskuze vyvolané tímto výročním vydáním magazínu zaujímá zcela odlišný přístup. Namísto vyjmenovávání podstatných rysů moderního plakátu¹⁰⁷ se věnuje etickému přístupu reklamního tvůrce – výtvarníka. Jak píše Iva Knobloch: „V Sutnarově propagaci Krásné jizby potom tato morální zásada nalezne široký radius uplatnění: kvalitní propagace kvalitního zboží.“¹⁰⁸ Kvalitou v propagaci rozuměl rychlou a věcnou informaci o propagovaném produktu, čehož se podle Sutnara dá nejlépe dosáhnout fotografií. Na místo šťastného majitele propagovaného předmětu znázorňuje Sutnar dle vzoru německé nové věcnosti předmět samotný.

¹⁰⁵ ZELENKÁ 1933, 44. Autorčin překlad německého originálu.

¹⁰⁶ SUTNAR 1933, 42. Jeho česká verze se pak objevila ve sborníku *Umění do reklamy* v roce 1938. *Umění do reklamy*, Praha, Novina 1938, 29.

¹⁰⁷ Principy účinné reklamní tvorby již Ladislav Sutnar znázornil společně s Janem Brabcem ve výstavním pavilonu reklamního oddělení Svazu Československého díla „Reklamu musí být vidět“ na Výstavě moderního obchodu v Brně 1929. Teoreticky se Sutnar věnoval reklamě i v rámci svého působení v Krásné jizbě, více viz KNOBLOCH 2007.

¹⁰⁸ KNOBLOCH 2011, 33.

Jeho motivací byla modernizace společnosti, Sutnarův způsob dosažení tohoto cíle se však liší od dobové reklamní produkce.¹⁰⁹

Sutnar jde ve svém textu dál a uvádí: „Ale nad to vše reklamní výtvarník má být pamětliv i toho, že je jeho práce šířitelkou umění.“ Práce výtvarníka pak má být „důležitou součástí veřejné výchovy vkusu nejširších vrstev“.¹¹⁰ Zde můžeme pozorovat patrný rozdíl mezi pojetím Sutnarovým a Zelenkovým. Zatímco Zelenka striktně odděluje malířství od plakátu, „jehož hodnota nespočívá v jeho kráse, nýbrž v jeho účinu,“¹¹¹ Sutnar chce, kromě uplatňování účinné propagace, šířit umění a vychovávat vkus nejširších vrstev.

Sutnarovy teorie se uplatnily v zakázkách pro Krásnou jizbu a Družstevní práci, avšak pro ostatní komerční účely se plakáty, které by se řídily ortodoxními funkcionalistickými zásadami, příliš nehodily. Černobílá fotografie a úsporný design nemohly konkurovat barevným plakátům ulice. Jak často píše Petr Štembera, umělecké plakáty byly ztraceny v konkurenci křiklavých, často banálních a kýčovitých plakátů v prostředí rušných pražských ulic.¹¹²

Jako protipól k Sutnarovým strohým plakátům můžeme postavit plakáty Zelenkovy.¹¹³ V praxi vidíme, že ačkoliv je Zelenka ve svých teoretických člancích velkým zastáncem užití fotografie, jeho grafické práce a zejména rozměrné plakáty tomu zcela neodpovídají. Zelenka sice uvádí jako obrazové přílohy svých teoretických textů ty plakáty, na kterých je fotografie užitá (např. plakát pro *Aero*, *Voskovec a Werich na deskách Ultraphon* či *Kavárnička*), tyto však tvoří v jeho tvorbě menšinu. Oproti chladně dokonalým grafickým pracem Sutnarovým září Zelenkovy plakáty barevností a vtípem. I když Zelenka také, dle vzoru nové

¹⁰⁹ Viz Helena Maňasová Hradská a „sen o moderní době“, jak jsem již zmínila na začátku této kapitoly.

¹¹⁰ KNOBLOCH 2011, 34.

¹¹¹ ZELENKA 1931, 177.

¹¹² LOWRY, ŠTEMBERA, 2001, 11.

¹¹³ ROUS 2003, 309.

věcnosti, propaguje předmět samotný, jako v případě minerální vody *Alkalické Ivanky* [81] či čaje *Sun Tea* [80], činí tak způsobem odlišným od Sutnara i od svých vlastních teoretických východisek. Ačkoliv nechce překreslovat fotografie a užívat malířských prostředků, jeho plakáty pro Osvobozené divadlo s karikaturami Voskovce a Wericha působí jako malířská díla; jsou kreslená. Fotografie je v nich užitá víceméně výjimečně. Z plakátů k velkým revue se jedná například o plakát *Leon Clifton čili Perná noc s gorilou* [40], a i zde se s ní setkáváme pouze v omezené míře. U svých maloformátových grafických prací využívá Zelenka fotografii o poznání více, například na obálkách Ježkových písniček. Zdá se tedy, že Zelenka nepovažuje v praxi za vhodné použití černobílé fotografie na velkých plakátech určených do ruchu ulic velkoměsta¹¹⁴ – odlišný přístup však zaujímá k obálkám určeným na obchodní pulty.

2.2 Grafické práce pro divadlo

2.2.1 Plakáty pro divadlo a další kulturní instituce

K práci pro divadlo se mladý architekt Zelenka dostává díky výzdobě pražské Lucerny, kterou realizoval u příležitosti *Maškarního plesu hudebních umělců* v roce 1926. Výzdoba a dekorace sálu natolik okouzlí Karla H. Hilara, že posléze pozve mladého architekta ke spolupráci v Národním divadle.¹¹⁵ Pro maškarní veselici v Lucerně vytváří Zelenka svůj první známý plakát [26], který svojí přísnou úpravou kontrastuje se zajisté bujarou a rozmařilou náladou plesu. Kroutvor označuje tento Zelenkův přístup za avantgardní gesto, provokaci mladé generace; černobílý konstruktivistický plakát se snoubí s poetisticky veselým večerem.¹¹⁶

¹¹⁴ Svou roli mohly hrát i vyšší náklady při výrobě takovýchto plakátů.

¹¹⁵ KROUTVOR 1994b, 11.

¹¹⁶ KROUTVOR 1991b, 9.

V roce 1927 Zelenka vstupuje na půdu divadelního plakátu s plakátem k *L'histoire du soldat (Historie vojáka)* [27], avantgardní hry Igora Stravinského uváděné ve Vinohradském divadle. Na tomto raném díle můžeme pozorovat vliv expresionismu a plakátů J. Čapka, Krohy, Longena, Špály či Hofmana. Z divoké spleti linií vystupující „expresivně rozšklebenou lidskou tvář“¹¹⁷ považuje Kroutvor za jakousi doznívající expresionistickou křeč.¹¹⁸ Dobová výtvarná kritika pak ústy Františka Kovárny oprávněně kritizuje Zelenkovu přílišnou snahu po upoutání diváka, které obětuje přehlednost a čitelnost písma a grafického rozvrhu.¹¹⁹

Následující plakát pro balet *Skleněná panna* [28], uváděný Národním divadlem v roce 1928, je dle Kroutvora již blízký poetismu a jeho rekvizitám.¹²⁰ V roce 1928 je Zelenkův styl prakticky hotov; pracuje jak s čistotou geometrických linií a ploch, tak se rozpustile baví barevnými znaky připomínajícími dětskou stavebnici. Tato kombinace konstruktivismu a poetismu, ze které vychází, ho již neopustí a bude ji dále už jen rozvíjet a tříbit.¹²¹ Zelenka zde také používá své oblíbené barvy, žlutou a červenou, které se prolínají celým jeho grafickým dílem.

Ač se to na první pohled nemusí zdát, se *Skleněnou pannou* by mohl souviset i Zelenkův plakát pro *Školu uměleckého baletu Eduarda Borovanského* [29], vytvořený roku 1931. Josef Kroutvor si všímá podobnosti objektů na plakátě s tanečnicí mechanického Triadického baletu Oskara Schlemmera, pedagoga Bauhausu, jejichž prototyp se objevuje i na plakátu ke *Skleněné panně*. Inspirace Bauhausem přivádí Zelenku k programu funkcionalismu a přibližuje ho Ladislavu Sutnarovi [30]. Zelenka však nejde do krajnosti, jeho architektonická kompozice není projevem absolutního řádu, obsahuje naopak i poetisticky hravý moment. Snaha podříditi tradiční balet novým zákonitostem moderního, mechanického světa je však

¹¹⁷ KROUTVOR 1991b, 9.

¹¹⁸ KROUTVOR 1991a, 69.

¹¹⁹ KOVÁRNA 1931, 5.

¹²⁰ KROUTVOR 1991a, 69.

¹²¹ KROUTVOR 1991b, 9.

zřejmá, jeho plakát může připomenout také Nezvalovu baletní abecedu z roku 1926.¹²²

Na plakátu *Večera tříkrálového* [31] Zelenka opětovně staví do centra scény schematickou postavu; baletku nahrazuje v tomto případě klaun–žonglér. Zelenka se vyhýbá popisnému zobrazení děje, klaun si namísto toho na plakátu pro Divadlo komiků pohrává s kruhy, přímkami a čtverci. Příмым účastníkem této hry je i název představení a divadla, Zelenka jej organicky zapojuje do své kompozice. Tato vlastnost písma, které není jen tak „přilepené na okraj,“ nýbrž tvoří plnohodnotnou složku plakátu, je ostatně Zelenkovi vlastní.

Další Zelenkův divadelní plakát propaguje představení Národního divadla *Myslíte, že se paní Olga polepší?* [32] s Olgou Scheinpflugovou v hlavní roli. Na křehce působícím růžovém pozadí stojí paní Olga na vrcholku doslovně pojatého vztahového trojúhelníku. Plakát vyzdvihuje především přední členy Národního divadla, jejichž jména jsou výrazně uvedena vedle červeně pojatých schematických postav.

Je překvapivé, že největší plakát Františka Zelenky není jednou z „plachet“ pro Osvobozené divadlo, nýbrž je určen pro operetu *Maya*, uváděnou v roce 1932 v pražském Varieté. Kroutvor na tomto Zelenkově plakátu vyzdvihuje redukci grafických prostředků na jeden velký symbol, obří vejce, a popisuje: „Zelenkovo koncepční myšlení opouští metafory poetismu a směřuje do zcela nové oblasti grafického funkcionalismu, designu a vizuální komunikace.“¹²³

¹²² KROUTVOR 1994c, 11.

¹²³ KROUTVOR 1991b, 10.

2.2.2 Vizuální identita Osvobozeného divadla

Osvobozené divadlo vzniklo roku 1925 jako divadelní odnož Devětsilu. Co bylo ze začátku pod vedením Jiřího Frejky a Jindřicha Honzla¹²⁴ pouze studentskou recesí se v průběhu druhé poloviny dvacátých let změnilo ve velké revoluční divadlo, které pro nás dodnes symbolizuje období klidu, zábavy a hospodářské prosperity. Ačkoliv z počátku působilo Osvobozené divadlo bez vlastní scény, v roce 1929 již otevřelo zbrusu nový moderní sál s 1000 místy ve Vodičkově ulici v pasáži u Nováků. Od roku 1927 v něm totiž začali účinkovat Jan Werich, Jiří Voskovec a posléze i Jaroslav Ježek, kteří napříště určili směřování divadla a zasloužili se o jeho popularitu. K této autorské trojici se v průběhu roku 1928 připojil i František Zelenka, k čemuž Kroutvor poznamenává, že daleko spravedlivější a přesnější by bylo mluvit o autorské čtveřici.¹²⁵ Zelenka zde působil jako scénický výtvarník, grafik programů, tištěných písniček a plakátů. Kroutvor popisuje: „Zelenka spojil konstruktivní cítění, smysl pro čistou linii a scénickou kompozici s poetickou anekdotou zcela v duchu Osvobozeného divadla.” A na jiném místě: „Kromě Osvobozeného divadla pracoval [Zelenka] také pro divadlo Národní, Stavovské, Vinohradské, ale nikde se neuplatnil jako talent tak dokonale jako v divadle Osvobozeném. Zde našel svůj umělecký výraz, zde byl ve svém živlu.“¹²⁶ Zelenka dodal Osvobozenému divadlu jeho vizuální tvář, pod kterou si toto divadlo dodnes představujeme.

K první hře Osvobozeného divadla, *Vest pocket revue*, nakreslil prý plakát sám Jan Werich, Jiří Voskovec zase ovlivňoval podobu scény. Od konce dvacátých let se pak těchto úloh chopil František Zelenka, který byl těmito slavnými komiky pro svoji koncepční práci velmi ceněn. V roce 1931 u příležitosti výstavy Zelenkových plakátů v Krásné jizbě napsali: “Pro divadlo, které od pradávna bylo odkázáno na skromné

¹²⁴ Tito dva režiséři původního Osvobozeného divadla se po vzájemných neshodách nakonec rozešli v roce 1927. Jiří Frejka s E.F.Burianem a dalšími založil vlastní scénu Dada, Jindřich Honzl zůstal v Osvobozeném divadle.

¹²⁵ KROUTVOR 1991a, 67.

¹²⁶ Tamtéž, 69.

cedule aneb nanejvýš na odstrašující hrůzomalby čelných expresionistických výtvarníků, znamená Zelenkovo plakátové umění veliké obrození. Zelenka umí svým plakátem vytvořit celou atmosféru divadelní hry, aniž by užil jediného tahu neplakátového, aniž by maloval a popisoval, aniž by klamal obecnstvo nebo lichotil řediteli divadla. Přeloží doslovně jméno a obsah hry do přesného a silného jazyka barevného plakátu.¹²⁷

Ačkoliv první karikatury postav Voskovce a Wericha nepocházeli z ruky Františka Zelenky, nýbrž Adolfa Hoffmeistera,¹²⁸ byl to právě Zelenka, který na plakátech jejich stylizací vytvořil znaky, grafické symboly, které se staly pro Osvobozené divadlo typické. Jako se jejich jména proměnila v pouhá písmena V + W, tak se jejich tváře staly pouhými grafickými znaky, piktogramy, které byly pro každého snadno dešifrovatelné [35].¹²⁹

Dalšími typickými prvky Zelenkových plakátů pro Osvobozené divadlo jsou absence narativní složky plakátu¹³⁰ a používání základních jasných barev bez barevných přechodů ve velkých plochách. Litografická technika Zelenkovi umožňuje dodat barvě na takové sytosti a intenzitě, že plakát diváka přímo udeří do očí. Takovýchto barev by technika ofsetu nedosáhla. Typické je pro Zelenku používání zejména syté žluté a červené, dle povahy her se pak můžeme setkat také s modrou (*Ostrov Dynamit* s písní Tmavomodrý svět) či rudo-vínovou (*Don Juan*). K barvám Zelenka přidává výrazná písma různých typů a občasné užití fotografie. Zelenka vychází ve svých plakátech pro Osvobozené divadlo nejen z obrazových básní poetismu a z prvků konstruktivismu, ale i ze zásad moderní typografie a reklamy. Zároveň však ze všech těchto prvků vytváří svůj vlastní styl souznící s poetikou

¹²⁷ VOSKOVEC, WERICH 1931, 147 – 8.

¹²⁸ KROUTVOR 1994a, 4.

¹²⁹ KROUTVOR 1991a, 69.

¹³⁰ Většina divadelních plakátů doby se naopak snažila tlumočit příběh děje propagovaného představení do vizuální podoby. Zelenka, který pracoval pro divadlo jiného, avantgardního ražení, se mohl od tohoto konceptu oprostít. VLČKOVÁ 2009, 126.

tvorby Voskovce a Wericha.¹³¹ Jako tito dva velcí klauni, i jeho plakáty šíří dobrou náladu, a to díky jasné barevnosti i symbolu pro tvář Jana Wericha – velkému úsměvu, který nikdy nechybí. Radost ze života, originalita her Voskovce a Wericha, vtip, na kterém jsou hry a slavné forbíny obou herců postaveny, to vše na nás nepřehlédnutelně volá ze Zelenkových plakátů a v souladu se zákony dobré reklamy neodkladně zve ke shlédnutí těchto revuálních představení.

2.2.2.1 Plakáty her Osvobozeného divadla¹³²

Nevelký plakát pro *Fatu morganu* [33] z roku 1929 sice není signovaný, dle Kroutvora bychom ho však mohli přisoudit Zelenkovi.¹³³ Jako v případě plakátu pro *Aero* [77] by se dal označit za obrazovou báseň přenesenou na plakát. Plakát zřetelně čerpá z poetiky raného Devětsilu, touhy po exotických dálkách a dobrodružstvích. Plakát je řešen jako fotomontáž, na pozadí se nachází mapa Dálného východu. Kromě popisu míst na mapě se z plakátu dozvíme pouze název hry a Osvobozeného divadla. Jména Voskovce s Werichem jsou psána malým písmem, stejným jako jména Jaroslava Ježka a Ference Futuristy.

Plakát pro *Ostrov Dynamit* [48] z roku 1930 opět připomene oblíbené motivy raného Devětsilu, otvírá před námi exotický ráj sopečných ostrovů a teplých moří. Zabarvení do modra může upomínat na uvedení Ježkovy písně Tmavomodrý svět právě v této hře Osvobozeného divadla. Efekt zdvojení písma v názvu hry zase vizuálně znázorňuje výbuch dynamitu, výbuch, který je předeslán doutnáním sopečné hory na pozadí plakátu. Na příkladu tohoto plakátu můžeme pozorovat, jak Zelenka nedbá přísných funkcionalistických zásad (které sám hlásá), ale vrací se k rukodělnému, i když moderně koncipovanému malířskému řešení.¹³⁴ Se svými rozměry 126 x 185 cm je tento plakát prvním ze série velkoformátových plakátů pro

¹³¹ ŠTEMBERA 1997, 11.

¹³² Pro Osvobozené divadlo vytvořil František Zelenka také jeden filmový plakát, k filmu *Pudr a benzin* z roku 1931, o tom více v kapitole o Zelenkových filmových plakátech.

¹³³ KROUTVOR 1991b, 10.

¹³⁴ ŠMEJKAL 1982, 229.

Osvobozené divadlo, pro které se vžilo označení “plachty”, a které byly používány až do poloviny třicátých let.¹³⁵

Hravě působí další Zelenkův plakát, zájezdní plakát pro *2 jazzové revue* z roku 1930 [34]. Westernové stylizaci vévodí jak jinak než postavy Voskovce a Wericha, které si jako velké děti hrají s vláčkem,¹³⁶ což kontrastuje s westernovým písmem připomínajícím hrdinské činy kovbojů divokého západu. Zelenka dokáže svým výběrem výtvarných prostředků naznačit na plakátu atmosféru propagovaných her, aniž by přitom učinil plakát „upovídáním“. Dekorativně působí pouze různé druhy písma, které však nechávají vyniknout důmyslným detailům tvořícím hravou poetiku plakátu (obláčky kouře, vázanky a sombrero Voskovce s Werichem).

Ve stejném roce vznikl i plakát pro *3 jazzové revue* [35]. Tento zájezdní plakát byl tak rozměrný, že musel být slepován ze dvou kusů. Je budován jako funkcionalistická architektura, písmena tvoří konstrukční prvky ubíhající ulice na oblíbené diagonále, která doprovází pozornost diváků ve směru čtení textu. „Pásové řazení textu připomíná reklamu, světelné poutače či palcové novinové titulky. Ruch města, moderní dynamismus, nové měřítko, organizovaný pohyb a působení masy, to vše vyjadřuje Zelenkův plakát výstižným schématem.“¹³⁷ Schématické už jsou také i jen hlavy Voskovce a Wericha, které jsou zde v této podobě použity na plakátu poprvé, a dodnes fungují jako poznávací symbol této dvojice komiků. Srovnáme-li pak tento žluto-červený jásavý plakát s jeho prvními konstruktivistickými plakáty [26], vidíme, kam až Zelenka dospěl a jak konstruktivismus zhodnotil.¹³⁸

¹³⁵ Zelenka byl jeden z prvních afšistů u nás, který si uvědomil, že zrychlující se tempo velkoměsta ovlivňuje percepci reklamy a zvětšením formátu tak svoji reklamu tomuto tempu zpětně přizpůsobil. Jak objevil Josef Kroutvor, Zelenkovy plakáty byli jako jedny z prvních čitelné a srozumitelné i pro řidiče aut ve větších rychlostech. Velké ležaté plakáty dělali následně Atelier Rotter či Bedřich Feuerstein.

¹³⁶ Motiv vláčku byl zřejmě populární, používá ho např. i Rotter na plakátu pro Burianovo divadlo [14].

¹³⁷ KROUTVOR 1991a, 69.

¹³⁸ KROUTVOR 1991b, 10.

Z roku 1930 pochází i plakát pro *Sever proti Jihu*,¹³⁹ ve kterém se Zelenka vrací k tradičnímu výškovému formátu [36]. Na velkém kompasu si značně schematizované postavy Voskovce s Werichem opět hrají jako velké děti, stojí proti sobě s dřevěnými meči. Plakát je laděn do dvou elegantních tlumených barev, velbloudí hnědé a béžové, které ho, v souladu s názvem, rozdělují na polovinu. Červeným akcentem jsou tu opět zejména ústa Wericha, Voskovcův meč a nápis „proti“. František Zelenka je také autorem obálky hry, vydané Františkem Švejdou roku 1930 [38]. Zde si vyhrává s „pozitivní“ černou barvou pozadí, ze které vystupují „negativní“ bílá písmena. Obálce vévodí velká zeměkoule, která rozděluje sever a jih i oba hlavní protagonisty. Ti jsou tu znázorněni už jen zkratkovitými hlavami s výraznými červenými ústy. Čistota, přehlednost a úspornost výrazu spolu s diagonálním uspořádáním přibližují Františka Zelenku funkcionalismu.

Na plakátu pro hru *Don Juan & comp.* z počátku roku 1931 Zelenka opět využívá svých oblíbených barev, žluté a červené [39]. V tomto případě položil větší důraz na červenou, barvu lásky a vášně, logicky spjatou s příběhem dona Juana. Ten jako chrabrý šermíř probodává smějící se hispánské polopostavy Voskovce a Wericha, kteří jinak vážnému výjevu dodávají potřebný nadhled. Do dálky září jejich žluté kloboučky a barevné šálky, rekvizity jižního slunného světa dona Juana. Nabízí se srovnání s filmovým plakátem pro stejného hrdinu z roku 1934 [22]. Můžeme porovnat Zelenkovo kultivované pojetí divadelního plakátu s „hyperrealisticky“ vyvedeným poutačem na zábavu pro masu.

Na plakátě *Leon Clifton čili Perná noc s gorilou* upoutají diváka nejdříve smějící se siluety V+W, které se nacházejí v zorném úhlu velkého oka [40]. Spíše než jako oko boží, můžeme toto oko chápat jako dobově aktuální symbol vizuální kultury 20. století,¹⁴⁰ ke které neodmyslitelně patří jak čočka fotoaparátu, tak filmové kamery.

¹³⁹ V obrazové příloze dobová fotografie pražské ulice s plakáty *Sever proti Jihu* (**obr. 37**).

¹⁴⁰ Oko jako symbol éry obrazu bylo velmi oblíbené v prostředí avantgardy. V roce 1929 jej jako symbolický motiv užil Ladislav Sutnar při své instalaci *Reklamu musí být vidět* v Brně (**obr. 41**,

Vzdyť mezi inspirační zdroje komiků Voskovce a Wericha neodmyslitelně patří také filmové grotesky Charlieho Chaplina. Toto oko je také jedním z mála příkladů užití fotografie v Zelenkových “osvobozených” plakátech. Kombinace sledujícího oka s rozvernými postavičkami Voskovce a Wericha značí jistou nadsázku, se kterou autoři tuto detektivní revuální grotesku brali. Celý plakát pak působí na obecně konzervativním poli divadelních plakátů velmi modernisticky, vliv reklamy je zřejmý.

Na tomto místě bych se ráda pozastavila u datace Zelenkova plakátu *Leon Clifton čili perná noc s gorilou*. Jak Josef Kroutvor, tak Petr Štembera uvádějí odlišné datace díla. Oba jej však shodně považují za jeden z prvních Zelenkových plakátů pro Osvobozené divadlo. Tuto domněnku i rozličné datace od nich následně přejímají i další autoři, kteří se tohoto tématu ve svých pracech dotýkají. Josef Kroutvor zasazuje ve svých převážně starších člancích tento plakát do roku 1928.¹⁴¹ V tomto roce měla premiéru hra Osvobozeného divadla *Gorila ex machina čili Leon Clifton čili Tajemství Cliftonova kladívka*, a to přesně 28. 11. 1928 v Adrii. Zachovala se upoutávka na premiéru, která zajisté není ze Zelenkovy ruky.¹⁴² Zelenka, ač se pravděpodobně již s Voskovcem a Werichem znal, na půdě Osvobozeného divadla v této době nepůsobil.¹⁴³ První hrou této autorské dvojice, na které se spolupodílel jako scénograf, byla až *Fata morgana* z konce roku 1929.¹⁴⁴ Mezi hrami *Gorila ex*

ROUS 2003, 308), v roce 1938 pak Zdeněk Rossmann na obálce své knihy *Písmo a fotografie v reklamě*.

¹⁴¹ Rok 1928 uvádí: ADLEROVÁ 1983, 182, KROUTVOR 1984, nepag., KROUTVOR 1994 a, 6. a další publikace, ve kterých je použita reprodukce plakátu Leon Clifton ze sbírek UPM (např. FARNÍK 2005, použité obrazové materiály, VLČKOVÁ 2009, 125, či KOPCOVÁ 2007, 26) či internetové stránky věnující se prodeji grafik (www.artbohemia.cz/24334-leon-clifton-cili-perna-noc-s-gorilou-1, vyhledáno 10.6.2012)

¹⁴² Viz FARNÍK 2005, 10.

¹⁴³ Po rozpadu původního Osvobozeného divadla, ve kterém se František Zelenka spolupodílel na scénografii hry *Prsy Tiersiovy* (1926), se Zelenka přidal k Jiřímu Frejkovi a působil na jeho scéně Dada. TVRDÍKOVÁ 2009, 34.

¹⁴⁴ Jak vyplývá ze soupisu divadelních inscenací s výtvarnou účastí Františka Zelenky v katalogu jeho výstavy z roku 1994. KOUBSKÁ 1994.

machina.. a *Fata morgana* uvedli Voskovec s Werichem ještě další tři divadelní revue, na kterých Zelenka také nespolupracoval.

V dalších publikacích můžeme najít vznik plakátu zasazený do roku 1929.¹⁴⁵ Hra *Gorila ex machina..* se hrála, jak již bylo řečeno, od 28. 11. 1928 denně a měla 72 repríz,¹⁴⁶ v dubnu roku 1929 probíhala již její poslední představení. Na plakátu Františka Zelenky je však uvedeno datum 8. dubna (a dále “denně”). Jak vyplývá ze soupisu představení Osvobozeného divadla, který zaznamenal Bedřich Rádl,¹⁴⁷ večer 8. dubna roku 1929 patřil v Osvobozeném divadle hostující herečce Kysilkové, hra *Gorila ex machina..* se nehrála.

Původ plakátu musíme tedy hledat až v roce 1931. V sezóně 1930/31 uvedlo Osvobozené divadlo dvě hry, k oběma již dělal výpravu i grafickou úpravu plakátů a obálek písniček František Zelenka. Druhá z nich, *Don Juan & comp.* (premiéra 13. 1. 1931), nedosáhla takového úspěchu jako předchozí *Sever proti Jihu*, návštěvnost klesala. Proto se Voskovec s Werichem rozhodli uvést obnovenou premiéru hry *Gorila ex Machina..*, tentokrát pod názvem *Leon Clifton čili Perná noc s gorilou*. A to i přesto, že věděli, že se nebude hrát déle než měsíc. Premiéru měla totiž na konci sezóny, v dubnu 1931.¹⁴⁸ Ohledně určení přesného data premiéry se autoři rozcházejí,¹⁴⁹ na programu ke hře¹⁵⁰ i Zelenkově plakátu však jasně stojí 8. 4., na programu určeno přesněji jako středa roku 1931 [42].

V této domněnce nás dále utvrzuje výtvarný styl plakátu. Využití fotografie (oko v levém rohu plakátu) nás odkazuje do třicátých let, na Zelenkových plakátech z let dvacátých se technika fotomontáže objevuje pouze výjimečně. Také dvojice hlavních představitelů, Voskovce a Werichem, je vyvedena v již “hotové” výtvarné zkratce, stejné jako na plakátech k *Severu proti Jihu* [36] a *Donu Juanovi* [39] z této

¹⁴⁵ Rok 1929 uvádí: KROUTVOR 1991a, 69., KROUTVOR 1991b, 10. či ŠTEMBERA 1997, 11.

¹⁴⁶ PELC 1981, 53 – 54.

¹⁴⁷ RÁDL s.d., nepag.

¹⁴⁸ SCHONBERG 1992, 142.

¹⁴⁹ Schonberg uvádí 15.4. 1931 (SCHONBERG 1992, 142), Vladimír Just 10.4. 1931 (FARNÍK 2005, 10).

¹⁵⁰ WERICHOVCI 2005, 12.

divadelní sezóny a také na plakátu ke *Golemovi* [43], hře otvírající sezónu následující. Dalším argumentem pak může být nápis na plakátu, který hlásá nový název hry v obnovené premiéře (*Leon Clifton čili Perná noc s gorilou*) a ne původodní název inscenace (*Gorila ex machina čili Leon Clifton čili Tajemství Cliftonova kladívka*).¹⁵¹

Na plakátu k poslední romanticko-poetické hře Osvobozeného divadla, *Golemovi*, Zelenka neupustil od svých oblíbených barev [43]. Žlutě oděni rudolfinští rytíři Voskovec s Werichem stojí na vínovém pozadí se siluetou Golema v patách. Světlo do výjevu dodávají schematizované desky zákona s židovskými nápisy. Možná, že jejich uvedením chtěl Zelenka reagovat na změnu atmosféry počátku třicátých let, kdy se do Prahy dostávají první němečtí emigranti.

Do politické satiry se Osvobozené divadlo následně pustilo další hrou, *Caesarem*, jejíž plakát z roku 1932 vytvořil také František Zelenka [44]. Zelenka se drží antikizujícího rázu hry, na sloupu se zde objevuje samotný Caesar, v pozadí pak antická architektura i vlys. V popředí stojí neodmyslitelné schematické postavy Voskovce s Werichem, tentokrát v antických róbách. Černé pozadí připomíná vážné téma hry, zrod diktatury na podhoubí špatně fungujícího parlamentarismu. Rozbíjejí ho barevné akcenty, červená a zejména modrá. Zajímavě působí výběr písma pro jméno hry se splývajícími písmeny „a“ a „e.“ Zajímavá byla také Zelenkova výprava této hry, kdy konfrontoval antiku se soudobou realitou. Římští vojáci se tak po pódiu pohybovali v dresech a plynových maskách.

Poslední Zelenkovým plakátem v řadě za jeho stálého působení v Osvobozeném divadle je plakát *Robin zbojník* z roku 1932 [45]. Klasické postavičky Voskovce s Werichem, tentokrát ve středověkých úborech, stojí v kruhu žlutého světla, na

¹⁵¹ Správný rok, tedy rok 1931, uvádí Josef Kroutvor zřejmě omylem v seznamu plakátů na konci své publikace *Poselství ulice* (KROUTVOR 1991a, 163), přičemž v textu se drží roku 1929 (KROUTVOR 1991a, 69). Stejná situace se opakuje také v jeho publikaci *Pražský chodec* (KROUTVOR 1985, 105).

pozadí s hradem nesoucím tři kočkovité šelmy v erbu. Tímto představením ustává na čas i Zelenkova scénografická aktivita v Osvobozeném divadle, vrátí se znovu až v roce 1936 s kostýmy k představením *Balada z hadrů*, *Nebe na zemi* a *Rub a líc*.¹⁵² K tomuto přerušení došlo pravděpodobně kvůli pracovnímu vytížení Františka Zelenky. Mimo Osvobozené působil i v jiných divadlech a zároveň se věnoval své tvorbě architektonické.

Některé publikace uvádějí Františka Zelenku jako autora dvou dalších plakátů Osvobozeného divadla z roku 1934.¹⁵³ Jde o plakáty ke hrám *Kat a blázen*¹⁵⁴ a *Vždy s úsměvem*.¹⁵⁵ Ve sbírkách Uměleckoprůmyslového muzea jsou tyto plakáty také vedeny jak Zelenkovy [46, 47]. Plakáty se drží nového podlouhlého formátu, který vytyčil Bedřich Feuerstein, Zelenkův nástupce v Osvobozeném divadle. Na plakátě *Kat a blázen* je dominantní fotografie Voskovce a Wericha v kostýmech, která zastupuje jejich jména, na oranžovém pozadí pak již jen sekunduje název divadla a hry. Plakát ke hře *Vždy s úsměvem* je čistě typografický, chybí zde i náznak hlavních protagonistů. Na elegantně řešeném plakátu se vyjímá pouze název hry a divadla, toť vše. Plakáty jsou nesignované, jejich čistý styl i užití žluté (v případě *Kat a blázen*) a červené (*Vždy s úsměvem*) barvy na pozadí však může odkazovat na Zelenku.

2.2.2.2 Ostatní grafické práce pro Osvobozené divadlo

Kromě plakátů navrhoval Zelenka i přebaly písniček Jaroslava Ježka z her Osvobozeného divadla, které vydávala Hudební matice Umělecké besedy, či obaly desek pro Ultraphon. Ani zde nezapřel Zelenka své architektonické školení, nebál se velkých ploch a prostoru, proto bychom si leckteré z těchto obálek dokázali

¹⁵² TRÄGER 1937, nepag.

¹⁵³ Např. WERICHOVCI 2005, 31.

¹⁵⁴ FARNÍK 2005, použité obrazové materiály.

¹⁵⁵ KROUTVOR 1984, nepag.

představit i jako plakát.¹⁵⁶ Kromě přebalů písniček navrhoval Zelenka také obálky časopisu Osvobozeného divadla *Vest pocket revue* [48].

Většina těchto maloformátových grafických prací je tvořena technikou koláže, oproti plakátům zde můžeme vyzorovat větší podíl užití fotografie.

K neznámějším patří dvojice přebalů desek pro Ultraphon. *Voskovec & Werich na deskách Ultraphon* z roku 1930 je skvělým příkladem Zelenkovy grafické práce, na které se doplňuje výrazné písmo na jasně žlutém pozadí s černobílou fotografií dvojice komiků [49]. Voskovec s Werichem „sedí“ na velké černé gramofonové desce, která vrhá bílý stín na žluté pozadí. Pouhé tři základní barvy stačí Zelenkovi pro vytvoření této poutavé a vtipné kompozice.

I v druhém přebalu pro Ultraphon ze stejného roku, *Ježek, Voskovec a Werich představují Ultraphon*, neplývá Zelenka barevnými kombinacemi [50]. Zářivě žlutou nahradila temnější zelená, motiv černé gramofonové desky i kolážové fotografie Voskovce s Werichem zůstávají. Celý přebal evokuje hrající desku na gramofonu, deska se „otáčí“ díky stále se zvětšujícím kruhům, z „amplionů“ gramofonového přístroje se pak divák dovídá potřebné informace o obsahu desky.

Neméně zajímavé jsou přebaly k Ježkovým notám písniček z her a filmů Voskovce a Wericha pro Hudební matici. Těch vytvořil František Zelenka, převážně v letech 1930–1932, celou řadu.¹⁵⁷ V Uměleckoprůmyslovém muzeu v Praze se nacházejí i originální návrhy těchto obálek, s vlastnoručními popiskami Františka Zelenky.¹⁵⁸ Ze srovnání těchto originálů s výslednými tištěnými obálkami nám vychází postup tvůrčí práce Františka Zelenky [51 – 68].

Na všech obálkách uvádí Zelenka jména autora hudby Jaroslava Ježka a autorů slov Voskovce a Wericha. Dále název divadelní revue, popřípadě filmu, ve kterém byly písně uvedeny a název vydavatelství Hudební matice Umělecké besedy s rokem

¹⁵⁶ KROUTVOR 1991b, 10.

¹⁵⁷ Písně Osvobozeného divadla vydával také R.A.Dvorský a Fr. Borový, některé obálky dělal i Adolf Hoffmeister.

¹⁵⁸ Pod inventárnými čísly GS 8616 – GS 8637.

vydání. Nechybí ani taneční styl skladeb, jako jsou rumba, tango, waltz či fox. Většina obálek je signována Zelenkovým typickým monogramem „FZ“. Ačkoliv je František Zelenka propagátorem tištěného písma, na svých vlastních pracích často pracuje s písmem kresleným. Z jeho originálních návrhů vyplývá, které písmo Zelenka sám nakreslil a které nechal na plakát posléze dotisknout.¹⁵⁹ Zpravidla navrhuje Zelenka sám písmo v názvu hry, ostatní informace nechá tisknout vybraným typem písma.

Podle jejich výtvarné podoby si můžeme obálky rozdělit zhruba do tří skupin. Nejpočetnější jsou obálky tvořené koláží nakreslených postav či jiných vystřižených a nalepených předmětů na barevném podkladě (*Fata morgana*, *Prodám srdce* - obě verze [51, 52], *Na shledanou v příštích časech*, *Evropa volá I* [53, 54], *Kleopatra* [55, 56], *Pochod neutrální*, *Pražská Java*, *Život je jen náhoda*, *Pochod stoprocentních mužů* [57, 58], *Skafandr*, *Isabel valse*). Další skupinou jsou plakáty, na kterých je užitá fotomontáž (*Mercedes*, *Don Juan* [59, 60], *Zasu*, *Ezop a brabenec* [61, 62], *Nikdy nic nikdo nemá* [63, 64], *Evropa volá II*, *Dynamit Fox*, speciální filmový *Peníze nebo život* [65, 66] či *Svět naruby* z roku 1936). Poslední nepočetnou skupinou jsou čistě typografické plakáty (*Don Parola a don Pandero* [67, 68], *Proti větru*).

2.2.2.3 Zelenkův podíl na vytvoření piktogramů z tváří Voskovce a Wericha

Jak již bylo řečeno, původní karikatury Voskovce a Wericha načrtl s největší pravděpodobností Adolf Hoffmeister [69]. Tomu je přiřčeno také autorství prvních plakátů Osvobozeného divadla pod taktovkou Voskovce a Wericha, kteří se na jejich vizuální podobě pravděpodobně spolupodíleli. V době mezi vznikem Hoffmeisterových plakátů k *Ličení se odročuje* (1929) [70] a *Svět za mřížemi* (1933) působil v Osvobozeném divadle František Zelenka. Ten v průběhu těchto let vytvořil

¹⁵⁹ Textovou předlohu pro tištěná písmena píše Zelenka na folii, která je připevněna na povrchu plakátu.

z postav dvou vedoucích komiků a jejich tváří grafické symboly – piktogramy [71], kterých se více či méně drželi všichni jeho nástupci, ačkoliv je rukopis každého z nich rozpoznatelný. Pouze výjimečně nejsou tito dva moderní klauni na plakátech Osvobozeného divadla přítomni vůbec a to například na plakátu Bedřicha Feuersteina ke hře *Osel a stín* (1933). Tímto plakátem také Feuerstein rozšířil velikostní škálu plakátů Osvobozeného divadla – namísto Zelenkových „plachet“ použil protáhlou „nudli“. Tomuto protáhlému rozměru pak následně přizpůsobil i písmo a kompozici plakátu.

Ve třicátých letech se proměňuje jak styl her Osvobozeného divadla, z poetistických revue k politické satíře, tak styl karikatury Voskovce a Wericha. Karikaturista František Bidlo se navrácí k novinové kresbě, která je spojená s počátky divadla a nyní slouží potřebám doby.¹⁶⁰ S Antonínem Pelcem je však také autorem vesele barevného plakátu k *Slaměnému klobouku* (1934), kde jsou Voskovec s Werichem pojeti opět schematicky, nyní ale po jemném a elegantním způsobu této autorské dvojice skryté pod značkou BIPE. Hrou *Panoptikum* (1935) se započíná spolupráce Osvobozeného divadla se Školou a Atelierem Rotter. Studenti školy Rotter (plakát pro *Panoptikum*) i členové atelieru Rotter (ležaté plakáty *Nebe na zemi* a *Rub a líc*, oba 1936, [15, 16]) se opět vrací k Zelenkovým schematickým symbolům pro tváře Voskovce a Wericha. Pro plakáty Rotterova atelieru jsou typické účesy obou komiků, které vycházejí z účesů Zelenkových, jsou zde však již rozlišeny jednotlivé prameny vlasů. Abstraktní složka však ve zbytku schematických obličejů převládá, pouze ze širokých úsměvů Zelenkových zbyla Rotterovi jen úzká červená linka [72]. Atmosféra doby se proměnila, poslední plakáty vznikají roku 1938, kdy Voskovec, Werich a Ježek emigrují a Osvobozené divadlo zaniká.

¹⁶⁰ KROUTVOR 1994a, 5.

2.3 Grafické práce mimo divadelní kontext

2.1.1 Filmové plakáty

I František Zelenka se, jako mnozí jiní tehdy, pustil na pole filmového plakátu a to již v éře mluveného filmu. Pro Osvobozené divadlo vytvořil poutač pro jednu z jejich čtyř úspěšných filmových grotesek s názvem *Pudr a Benzin* (1931) [73]. Elegantní plakát je vyveden černobílou kresbou, což má evokovat přítmi sálu s černobílou projekcí. I přes tuto snahu je na něm patrné, že vychází z autorových plakátů divadelních, výtvarné prostředky na něm užitě připomínají spíše divadelní kulisy než filmový záběr. František Zelenka se programově distancuje od napodobování amerických “kýčovitých” hyperrealistických vzorů, nevnucuje se potencionálnímu divákovi za pomoci masové psychologie. Jeho “umělecká odpovědnost” výtvarníka v reklamě má své meze, kterou ani ve filmovém plakátu nepřekračuje. Filmový plakát však vyžaduje odlišné prostředky vyjádření než plakát divadelní, film se tak nikdy nestal Zelenkovým médiem.¹⁶¹

Přesto vytvořil Zelenka i další filmové plakáty. Z roku 1930 pochází plakát k filmu *Přehlídka lásky* hraném v Bio Lucerna [74]. Na veselém plakátu k filmu Ernsta Lubitsche použil Zelenka své oblíbené barvy, červenou a žlutou, divák ho nemůže přehlédnout. I v tomto případě však plakát více než filmové představení připomíná svou malovanou formou představení divadelní. Podle Petra Štembery je zde Zelenka stále, stejně jako na plakátu k filmu *Pudr a benzin*, „usazen v poetismu.“¹⁶²

Jiným avantgardním filmovým plakátem Františka Zelenky je *Kavárnička* (1931), plakát k filmu uváděném taktéž v Bio Lucerna [75].¹⁶³ Zde se Zelenka podobně jako ve stejném roce Antonín Pelc (filmové plakáty *Muži v offsidu* [24] či *Obrácení Ferdýše Pištory*) snaží o zapojení černobílé fotografie do řeči filmového plakátu. Oba autoři kombinují fotomontáž s velkými plochami čisté barvy a různými typy

¹⁶¹ KROUTVOR 1991b, 10.

¹⁶² ŠTEMBERA 2004, 19.

¹⁶³ Dle časopisu *Typ V*, 1931, s. 82 byl autorem námětu plakátu reklamní šéf Lucerny L.Kolda. Zelenka jeho námět realizoval. ŠTEMBERA 2004, 23, pozn. 11.

písma. Jak již bylo řečeno, tyto funkcionalistické pokusy z počátku třicátých let se neosvědčily po reklamní stránce, distributoři se rychle přiklonili k tradičním hyperrealistickým plakátům.¹⁶⁴ Na Zelenkově plakátu k filmu režiséra Ludwiga Bergera však fotografie nehraje stěžejní roli, tu má i zde barva a písmo. Zelenka vtipně umístil černobílou fotografii číšníka, hlavní „hvězdy“ filmu Maurice Chevaliera, na prázdné žluté pozadí. Jako protiváhu k tomuto zářivému akcentu na straně jedné umístil Zelenka černou „stěnu kavárny“ na straně druhé. Ta nese červenou kavárenskou stříšku¹⁶⁵ s nápisem jména filmu. S minimálními prostředky vytvořil Zelenka iluzi kavárny s před ní stojící usměvavou obsluhou. Jak u filmu *Pudr a benzin*, kde se na nás usmívá četník Jan Werich, tak i v případě *Kavárničky* působí Zelenkovy plakáty veskrze pozitivním dojmem.

2.3.2 Produktová reklama

František Zelenka se vedle propagace divadelních a několika mála filmových představení úspěšně věnoval i běžné produktové reklamě. Ve své tvorbě přikládal každé z těchto kategorií stejnou důležitost, proto ani v pracích pro čistě „komerční sektor“ neslevoval ze svých estetických požadavků. Ve svém textu *O plakátu* staví na stejnou úroveň „kartáčky na zuby“ a „Kubelíkův koncert“,¹⁶⁶ oba dle Zelenky potřebují stejně kvalitní propagaci. Josef Kroutvor píše, že Zelenka cítil ke všem plakátům stejnou uměleckou odpovědnost,¹⁶⁷ což nám připomene Sutnarův text o *Poslání výtvarného umělce v reklamě*. Ačkoliv Zelenka o umělcově odpovědnosti nepíše, svým dílem o ní svědčí.

Jedním z prvních Zelenkových reklamních počínů je plakát inzerující sportovní radovánky v domě YWCA [76]. Zde bylo možno věnovat se i v zimě aktivitám jako

¹⁶⁴ ŠTEMBERA 2004, 23.

¹⁶⁵ Motiv barevné pergoly užil Zelenka ve stejném roce i na obálce not Jaroslava Ježka *Don Parola a don Pandero (obr. 66)*

¹⁶⁶ ZELENKA 1931, 172.

¹⁶⁷ KROUTVOR 1991b, 10.

jsou „quash“ a „tennis“. Tuto zprávu předává Zelenka milovníkům sportu již na dálku – pozadí jeho plakátu připomíná tenisovou síť. Zelenka si opět hraje s barvami, plakátu vévodí zelená a rafinovaně se střídající červená a bílá. Kompozici doplňuje ženská silueta, která by mohla připomínat baletku, nebýt tenisové rakety v její ruce.

Asi nejznámějším reklamním plakátem Františka Zelenky je plakát pro automobily značky *Aero* z roku 1932 [77]. Na jasně žlutém podkladě se prohání propagovaný automobil, věrně spodobněn černobílou fotografií, který kříží červenou čarou staré lístky na vlak a tramvaj – již „přežití“ způsoby dopravy v době automobilů. Jak píše Josef Kroutvor, celý plakát se čte jako básnický rébus, inspirace poetistickými obrazovými básněmi je více než zřejmá.¹⁶⁸ Zelenka vyhovuje svým teoriím o „neupovídání“ plakátu: mimo loga firmy zde kolemjdoucí nevidí jediné písmenko. O to důraznější je pak červené překřížení, které razantně zavrhuje způsoby hromadné dopravy ve prospěch luxusu osobního automobilu. I sám Zelenka považoval tento plakát za jeden z nejlepších, o čemž svědčí jeho uvedení v již zmiňovaném příspěvku do výroční *Gebrauchsgraphik* z ledna roku 1933.

Méně známým Zelenkovým plakátem pro *Aero* je plakát *Aero, továrna letadel* [78].¹⁶⁹ Ploše plakátu vévodí detail obří černé vrtule s logem společnosti. Plakát je řešen na, pro Zelenku méně typickém, světle růžovém podkladě, které dodává jemnost technickému výjevu vrtule a malého aeroplánu na pozadí. Zcela vespod utíná vzletnost plakátu červený blok s názvem továrny letadel a jejího sídla. Ze Zelenkovy ruky pochází pravděpodobně i přebal příručky *Aero, malý vůz pro velké cesty!* z roku 1934 [79]. Příručku sepsal F. A. Elstner, motoristický cestovatel a propagátor vozů značky *Aero*.¹⁷⁰ Pro upomínku na jeho cesty světem je v modrém pruhu, symbolizujícím ubíhající cestu, nenápadně zasazena mapka Francie

¹⁶⁸ KROUTVOR 1991a, 73.

¹⁶⁹ ŠTEMBERA 2012

¹⁷⁰ Elstner je autorem i další knihy o automobilech *Aero*, tentokrát v grafické úpravě Františka Muziky (**obr. 6.**).

s výrazným nápisem Nice. Nechybí velká fotografie automobilu ani na černém pozadí se skvoucí logo firmy.

Ani další Zelenkovy komerční plakáty nezaostávají za jeho plakáty divadelními. Kroutvor popisuje Zelenkovu reklamu jako vysoce kultivovanou, precizní a elegantní.¹⁷¹ Plakát pro čaj *Sun tea*, který je „první mezi dobrými“, je rafinovanou hrou s písmem a červenými čtverci na černém pozadí [80]. Světlo do výjevu dodává právě krabička čaje Sun tea a stylizované rekvizity čajové kultury, konvice a šálek.

Nápojový servis reprezentuje také vodu ze zřídla ve Svatém Janě pod Skalou, *Alkalickou Ivanku* [81]. Elegantní zakulacené skleničky na kulatém podnose evokují pocit harmonie na těle i na duši, který se při užívání této minerální vody zajisté dostaví.

Ke svým oblíbeným barvám, fotografické koláži i vtipu se Zelenka vrací na svém plakátu pro motocykl *Jawa 175* [82]. Podstatnou informací, kterou má plakát sdělovat, je úspornost tohoto motocyklu. Tvrzení, že na 100 km spotřebuje Jawa pouhých 25 l paliva, převádí Zelenka do symboliky krejčovského metru a náprstku, který bohatě stačí k načerpání plné nádrže. Poslední důležitou informací je cena, za kterou lze Jawu zakoupit, přemíra dalších informací by potenciálního zákazníka pouze rozptylovala.

S motorizovaným světem souvisí i Zelenkův plakát inzerující *Letecký den* na Letišti Praha roku 1932 [83]. Velmi moderně působící minimalistický plakát se soustředí na modrou plochu nebe, na které se koneckonců budou všichni návštěvníci upřeně dívat. Jednolitou plochu modré barvy narušuje pouze šikmý nápis „*Letecký den*“, místo a čas jeho konání a trojice letadel v rohu plakátu, či přesněji jejich symboly. Reklama na letecký den snad nemůže být výmluvnější.

Na stejně výrazném modrém podkladě jsou prezentovány plavky propagující zimní návštěvu *Klimentských lázní* [84]. V tomto případě má však modrá evokovat spíše vodní hladinu než nebe bez mraků. Zelenka si pro účely této reklamy vystačí s párem

¹⁷¹ KROUTVOR 1991a, 73.

plavek a nápisem „*Neschovávejte je, užijete jich i v zimě, vždyť máme Klimentské lázně*“. Adresa lázní není uvedena, pravděpodobně byla všeobecně známá. Plavky i nápis jsou vyvedeny v decentní bílé a černé, část výzvy „*Neschovávejte je*“ pak na výrazném červeném podkladu. Tento červený pruh s nápisem kříží dvojici plavek v půli, to vše na hravé diagonále, která kontrastuje se solidně vyvedeným názvem propagovaných lázní.

Reklamní poutač na trilogii knih z edice *Encyklopedie výkonnosti* pochází také od Františka Zelenky [85]. Jednotlivé díly encyklopedie s názvy *Obchod*, *Výroba* a *Člověk* mají pomoci zdolat hospodářskou krizi. Zelenka proto jejich vyobrazení umisťuje do obrysu láhve, symbolu pro léčivé přípravky, a přidává výmluvný nápis „*lék proti krizi*“ na nepřehlédnutelném červeném pozadí. Zbytek plakátu je laděn do hněda, vedle informace, že knihy jsou k dostání „u knihkupce“ jsou uvedeni také editoři a vydavatel díla.

2.3.3 Grafická úprava obálek

Mimo grafické práce pro Osvobozené divadlo vytváří František Zelenka i různé obálky knih, časopisů či přebalů not. Zelenkovým dílem je například abstraktní obálka k Voltairově *Odalisce* z roku 1928 [86]. Ze stejného roku známe i obálku a frontispis pro Balzacovu *Vášeň na poušti*, obě publikace vycházejí v edici *Knížky pro potěšení* u nakladatele Němce. V roce 1928 má původ i Zelenkova obálka pro knihu *Psychologie tance* Jana Reye, která je řešena čistě typograficky [87]. Namísto tanečních kreací poutá diváka ke koupí knihy pouze jednoduchý sázený text na svítivě žlutém podkladě, podtržený modrými pruhy barvy. Z roku 1928 pochází také Zelenkův přebal hry amerického dramatika Eugena O'Neilla *Velký bůh Brown*. Stejně jako u *Psychologie tance* jde o typografickou obálku, která v tomto případě střídá dva zcela odlišné druhy písma. František Zelenka používá, podobně jako například Josef Čapek [5], na svých obálkách čisté plochy výrazných barev. Přesto se

Zelenkovy obálky vyznačují jistou střídmostí, která kontrastuje jak s obálkami Čapkovými, tak s jeho vlastními hravými plakáty.

František Zelenka tvoří také přebaly ke dvěma Ježkovým písním z filmu *Ze soboty na neděli* Gustava Machatého. Slova písní jsou z pera Vítězslava Nezvala, noty vydává v roce 1931 Hudební matice Umělecké besedy. Na obálce k písni *Ted' ještě ne..* spatří divák fotografii telefonující dívky částečně překrytou názvem písně vyvedeným funkcionalistickými minuskami [88, 89]. Písmo, jak jinak než červené, se v každém jednotlivém slově dynamicky zvětšuje. Stejná dívka se objevuje i na obálce k písni *Slovník lásky*. Zde vidíme pouze její fotografický portrét, zato však v mnoha kopiích řazených vedle sebe. Ty vytvářejí abstraktní kompozici připomínající tvar úst, což Zelenka podtrhuje umístěním písmen. Zabarvení fotografií do obligátní červené barvy souzní s tematikou lásky v tomto filmovém waltzu. Pro Hudební matici je určena také obálka not pro slavnostní sokolský pochod Josefa Suka *V nový život* [90]. Tuto obálku z roku 1932 pojímá Zelenka čistě funkcionalisticky, používá fotomontáž a výrazné diagonály, čímž se výrazně přibližuje Sutnarovi [10].

Závěr

František Zelenka se kromě reklamní grafiky zabýval také scénografií, kostýmním a bytovým návrhářstvím a činností architektonickou. Pravděpodobně nejvíce se však proslavil právě svými grafickými návrhy a to zejména pro Osvobozené divadlo, na jehož originální poetice se spolupodílel také jako tvůrce scény a kostýmů. Grafická zkratka, kterou na plakátech pro Osvobozené divadlo používal, dodnes symbolizuje jak toto divadlo tak i jeho hlavní představitele, Jiřího Voskovce a Jana Wericha. Oba komici vycházeli z avantgardního prostředí Devětsilu, jímž propagované spojení konstruktivismu a poetismu se projevilo i na Zelenkových plakátech.

Zelenka byl oceňován pro schopnost vystihnout na svých plakátech atmosféru tohoto divadla a zároveň jimi zaujmout spěchající chodce. Toho docílil jak velkým rozměrem svých plakátů, tak výtvarnými prostředky na nich užitými. Ve shodě se svými teoretickými východisky netvořil plakáty textově ani obrazově „upovídané“. Informace podával takřka mimoděk, „zabalené“ ve vtipné výtvarné zkratce. Zelenka se nebál prázdných ploch na plakátu, naopak s oblibou používal velké plochy jasných sytých barev bez barevných přechodů. K jeho nejoblíbenějším barvám patřily červená a žlutá, které přispívaly k výraznosti plakátů. Zelenka se tak dokázal prosadit na poli reklamního plakátu, aniž by se však snížil k podbízivosti či lacinosti. Ukázalo se, že tato premisa platí jak pro jeho plakáty divadelní (mimo Osvobozené divadlo pracoval i pro další divadla), tak i pro plakáty propagující jednotlivé produkty či služby. Zelenka se věnoval i filmové propagační grafice, jeho kultivované plakáty však nebyly s to konkurovat dobově žádaným hyperrealistickým plakátům.

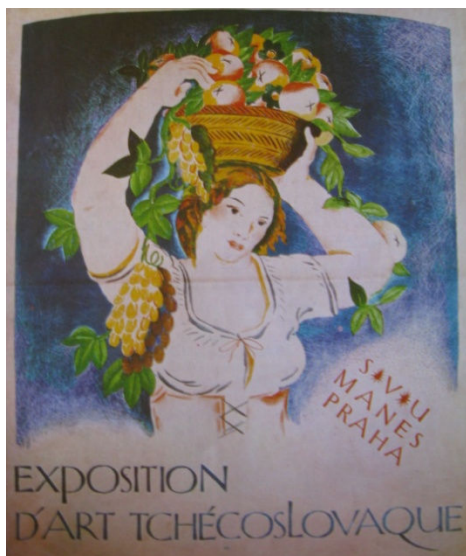
Kromě plakátů vytvářel Zelenka i obálky písniček, desek, knih či tiskovin. V těchto menších formátech se více přidržel svých zásad pro užití fotografie, které proklamoval v teoretických textech ze třicátých let. V nich se Zelenka hlásil k funkcionalistickému pojetí moderního plakátu, což ho přiblížilo Ladislavu Sutnarovi. Sutnar a Zelenka byli také jako jediní dva reklamní tvůrci z Československa vybráni v roce 1933 k tomu, aby přispěli do výročního dílu německého magazínu

Gebrauchsgraphik. Tento fakt dokládá význam, který byl již tehdy Zelenkovi přikládán. Výtvarné kvality Zelenkových plakátů společně s jeho reklamně poutavými nápady byly doceněny také na výstavě v Krásné jizbě, která byla roku 1931 jeho plakátům věnována.

Rozdělením Zelenkových prací do skupin dle charakteru zadavatele zakázky jsem se nevyhnula jistému zobecnění, a tak zařazení některých děl může působit poněkud uměle. Podrobnější studie by mohla dané rozdělení ještě zpřesnit a uvedené skupiny dále rozdělovat. Zároveň jsem si vědoma, že jsem ve své práci nepředložila vyčerpávající výčet grafických prací Františka Zelenky. Zejména oblast Zelenkových obálek by si zajisté zasloužila hlubšího bádání. Jak jsem poukázala na příkladu plakátu *Leon Clifton čili perná noc s gorilou*, také v dataci Zelenkových děl se doposud nacházejí významné mezery, které nabízejí prostor dalšímu zkoumání. V obrazové příloze této práce pak uvádím některé doposud nepublikované plakáty Františka Zelenky a také originální návrhy jeho obálek.

František Zelenka tvoří významnou kapitolu v dějinách českého moderního plakátu. Ačkoliv byl jeho život předčasně ukončen v koncentračním táboře, zanechal po sobě působivé dílo a to nejenom v oboru propagační grafiky. Až do dnešní doby mu však zatím nebyla věnována žádná podrobnější monografie, kterou by si osobnost Františka Zelenky zasloužila.

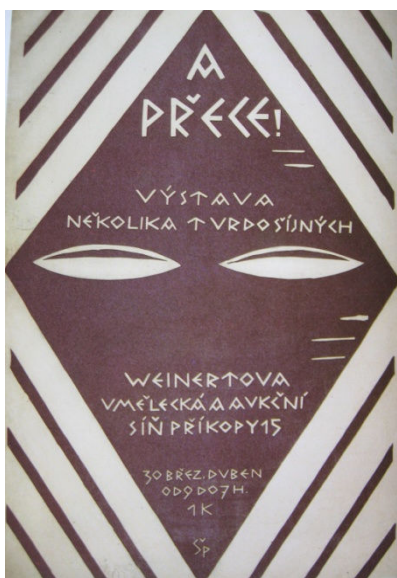
Obrazová příloha



1. František Kysela: Výstavní plakát, 1919



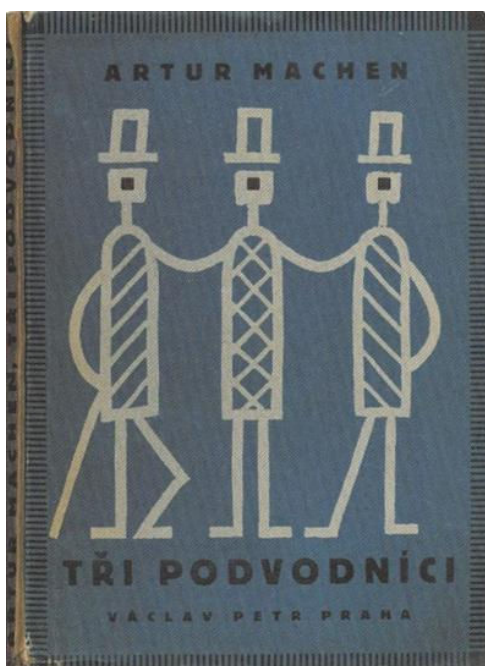
2. Vratislav H. Brunner: Nakladatelská značka a předsádka F. Borový, 20. léta 20. stol.



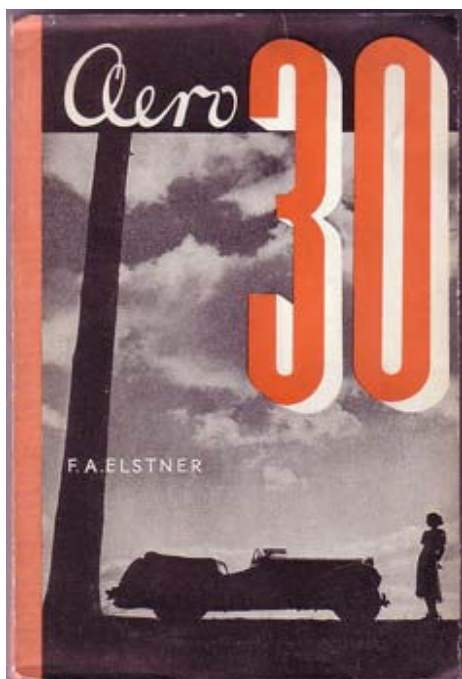
3. Václav Špála: A přece! výstava několika tvrdošijných, 1918



4. Josef Čapek: Mrtvá, 1920



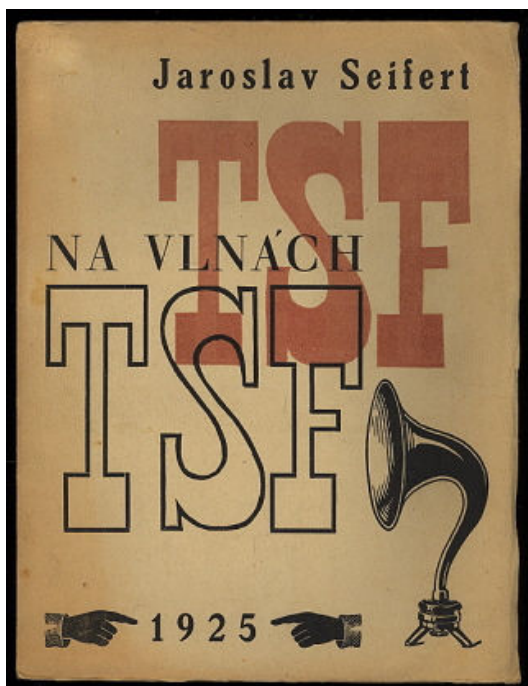
5. Josef Čapek: Tři podvodníci, 1927



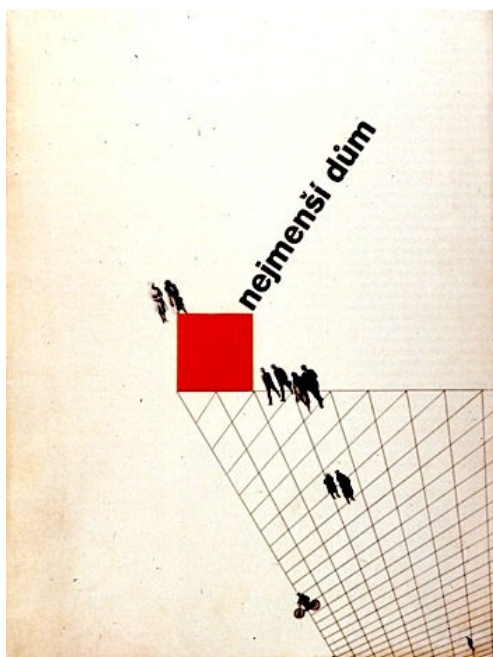
6. František Muzika: Aero 30 HP, 1935



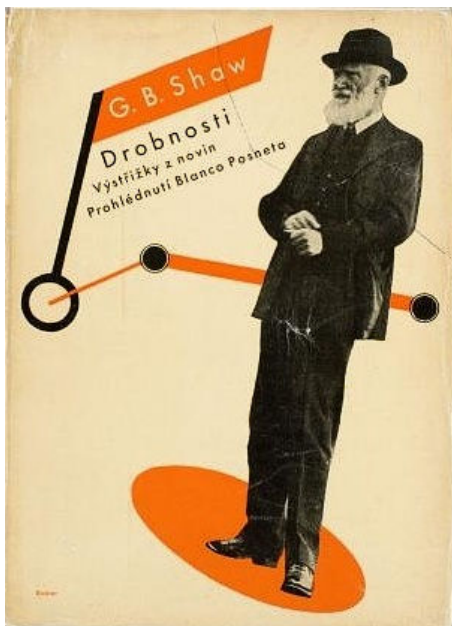
7. František Tichý: Nové intimní divadlo, 1929



8. Karel Teige: Na vlnách TSF, 1925



9. Ladislav Sutnar: Nejmenší dům, 1931



10. Ladislav Sutnar: Drobnosti, 1931



11. Ladislav Sutnar: Družstevní práce, 1932



12. Anonym: Baťa, 30. léta 20. stol.



13. Höns: Oděvy Bayer, 1927

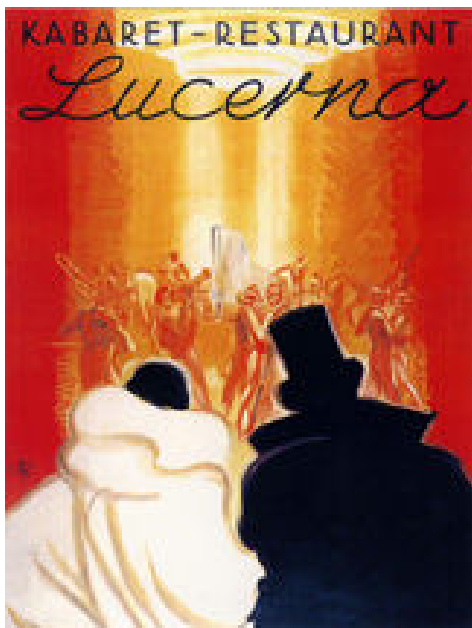


14. Atelier Rotter: Kozderka to prozradí, 1932



15. Atelier Rotter: Nebe na zemi, 1936

16. Atelier Rotter: Rub a líc, 1936



17. Emil Weiss: Kabaret restaurant Lucerna, 1929



18. Emil Weiss (Atelier Pacold): Alhambra, To Praha ještě neviděla, 1928



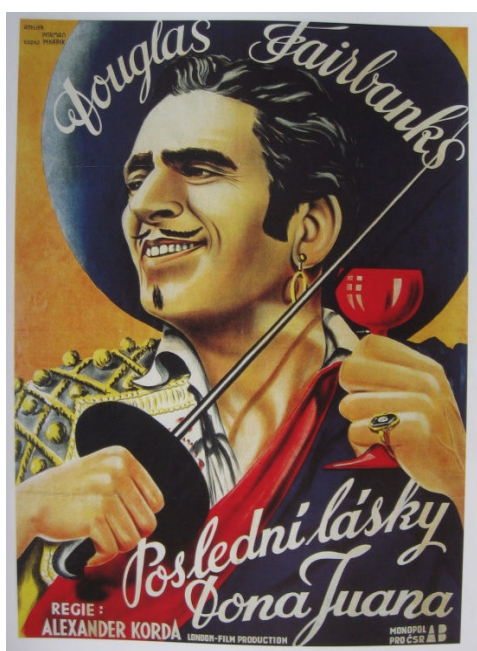
19. Leo Heilbrun: SportBar, 1925



20. Zdenek Rykr: Palaba excelsior, 30. léta 20. stol.



21. Anonym: King Kong, 1933



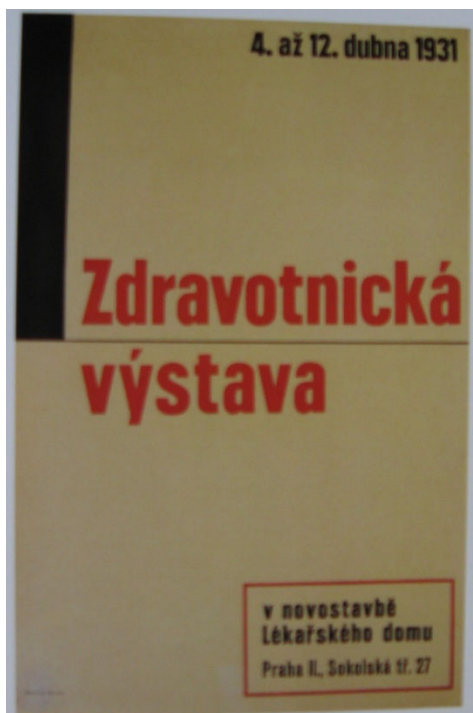
22. Atelier Petrman, Pekárek: Poslední lásky Dona Juana, 1934



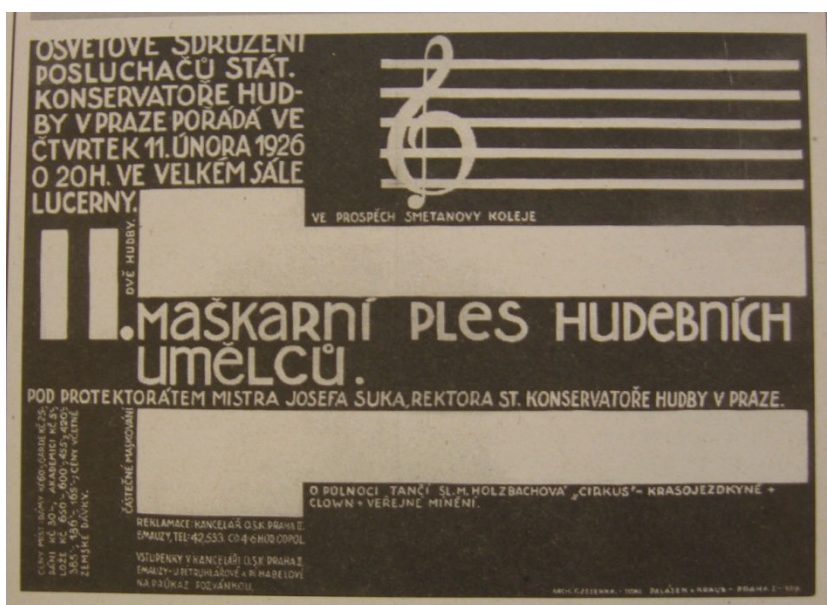
23. H. J. Kafka: Aféra plukovníka Redla, 1931



24. Antonín Pelc: Muži v offsidu, 1931



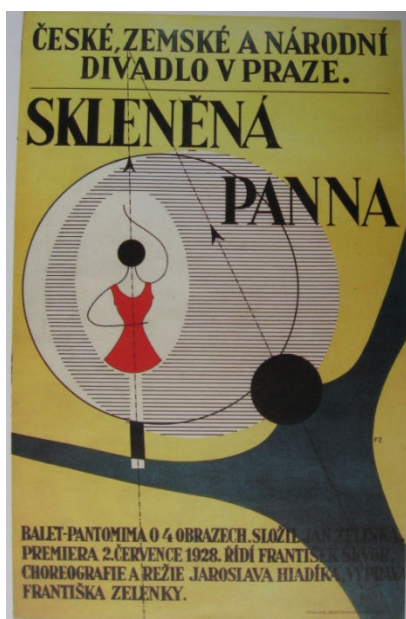
25. Ladislav Sutnar: Zdravotnická výstava, 1931



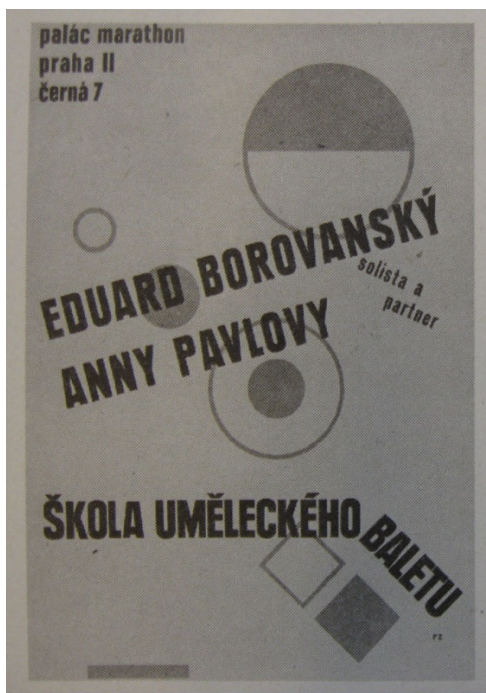
26. František Zelenka: Maškarní ples hudebních umělců, 1926



27. František Zelenka: L'histoire du soldat, 1927



28. František Zelenka: Skleněná panna, 1928



29. Františka Zelenka: Škola uměleckého baletu Eduarda Borovanského, 1931



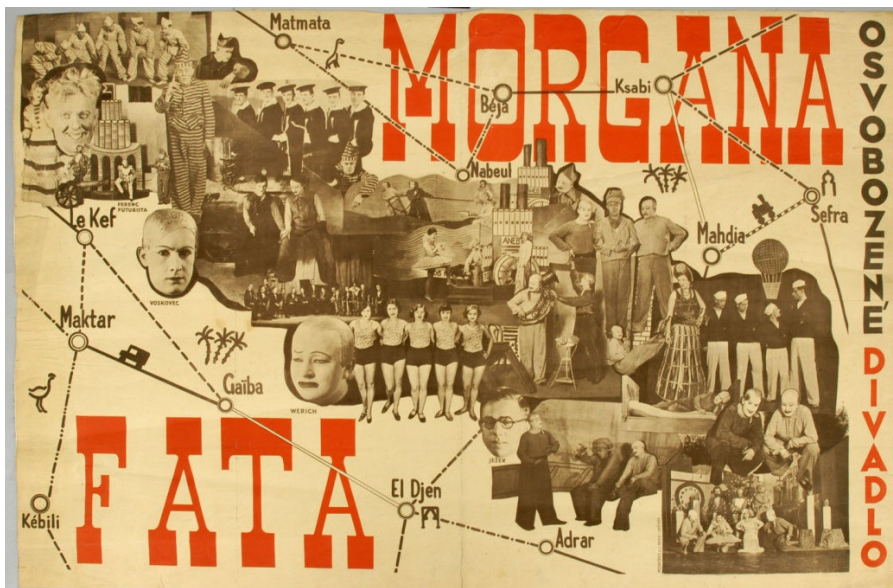
30. Ladislav Sutnar: Nové divadlo se zkušební scénou, 1935



31. František Zelenka: Večer tříkrálový, 1930



32. František Zelenka: Myslíte, že se paní Olga polepší?, 1931



33. František Zelenka: Fata morgana, 1929



34. František Zelenka: 2 jazzové revue, 1930



35. František Zelenka: 3 jazzové revue, 1930



36. František Zelenka: Sever proti Jihu, 1930



37. Fotografie pražské ulice z roku 1930 se Zelenkovými plakáty Sever proti Jihu



38. František Zelenka: Sever proti Jihu, 1930



39. František Zelenka: Don Juan & comp., 1931



40. František Zelenka: Leon Clifton čili Perná noc s gorilou, 1931



41. Ladislav Sutnar: Instalace oddělení Svazu Československého díla na Výstavě moderního obchodu v Brně, 1929



42. Anonym: Program ke hře Leon Clifton čili perná noc s gorilou, 1931



43. František Zelenka: Golem, 1931



44. František Zelenka: Caesar, 1932

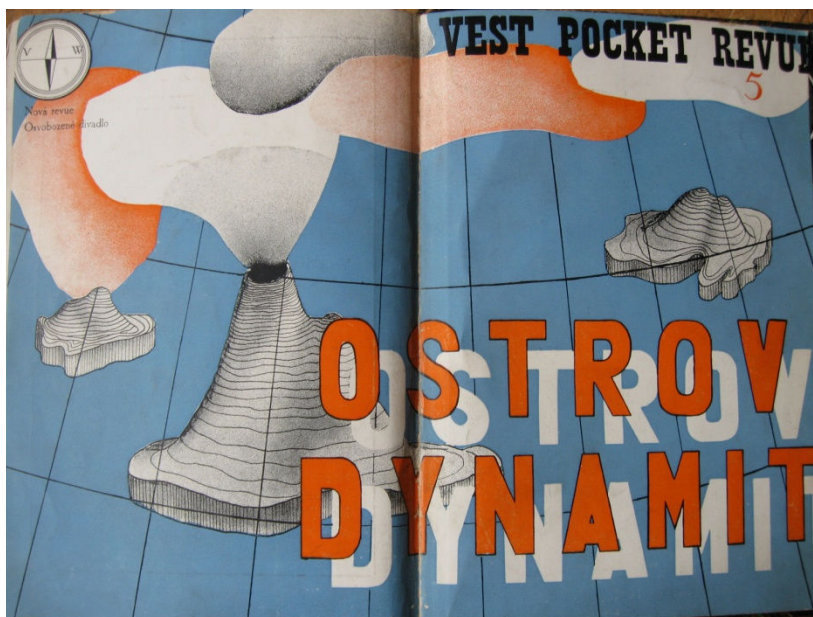


45. František Zelenka: Postavy Voskovce a Wericha z plakátu ke hře Robin Zbojník, 1932



46. František Zelenka: Kat a blázen, 1934

47. František Zelenka: Vždy s úsměvem, 1935

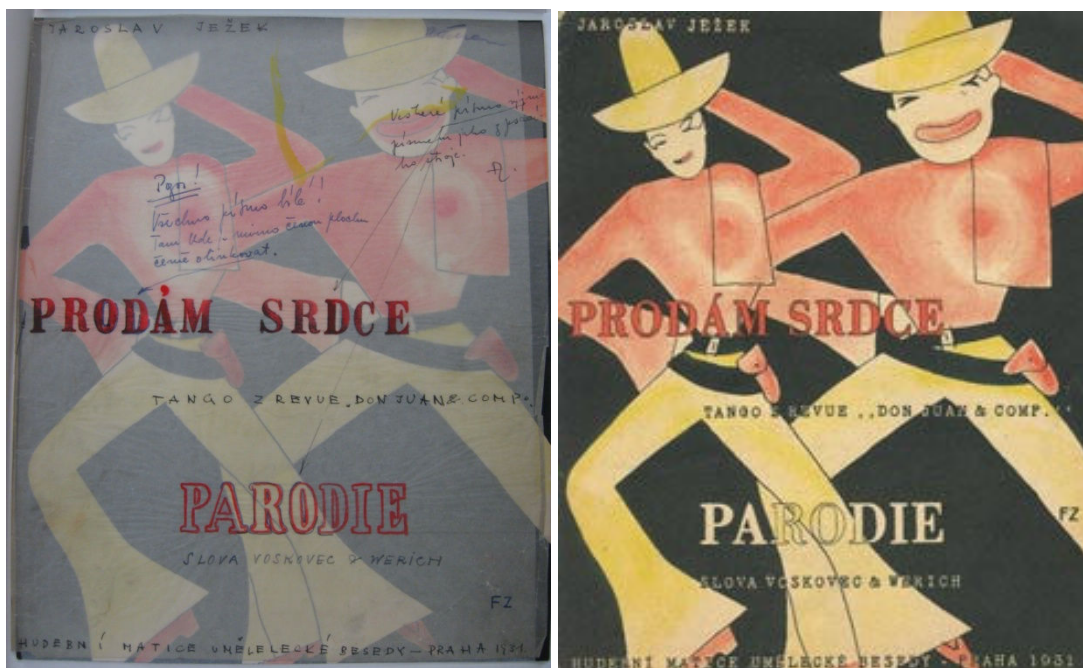


48. František Zelenka: Ostrov Dynamit, 1930

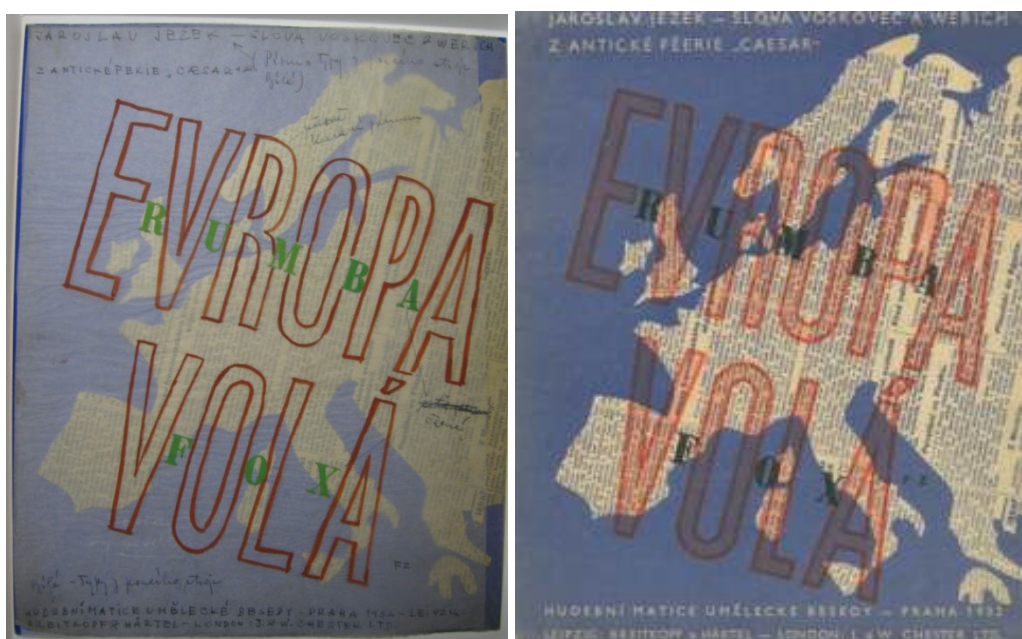


49. František Zelenka: Voskovec a Werich na deskách Ultraphon, 1930

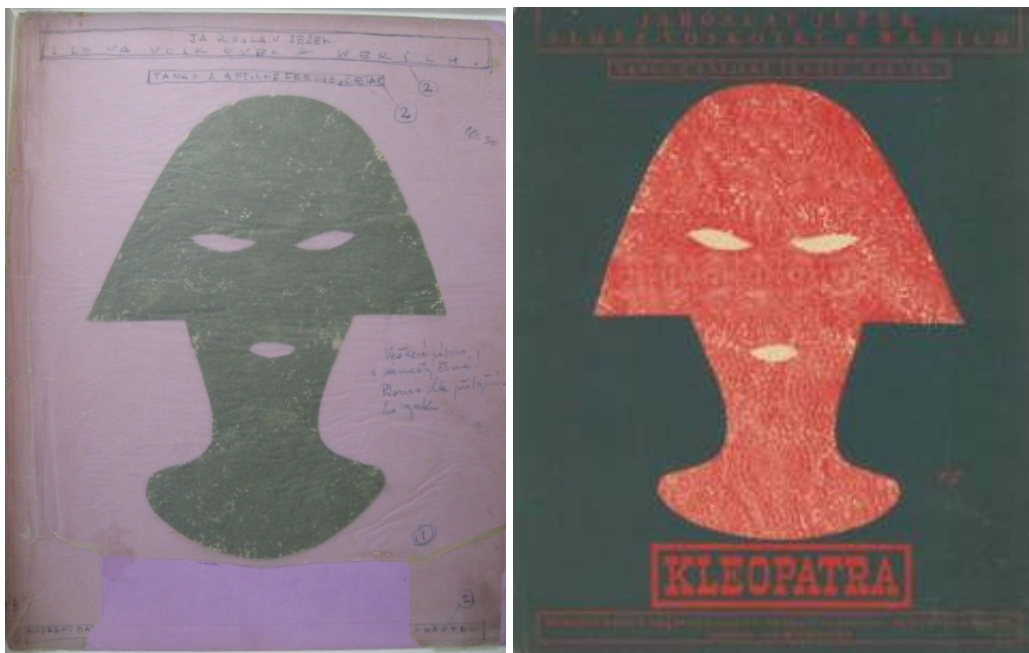
50. František Zelenka: Ježek, Voskovec a Werich prezentují Ultraphon, 1930



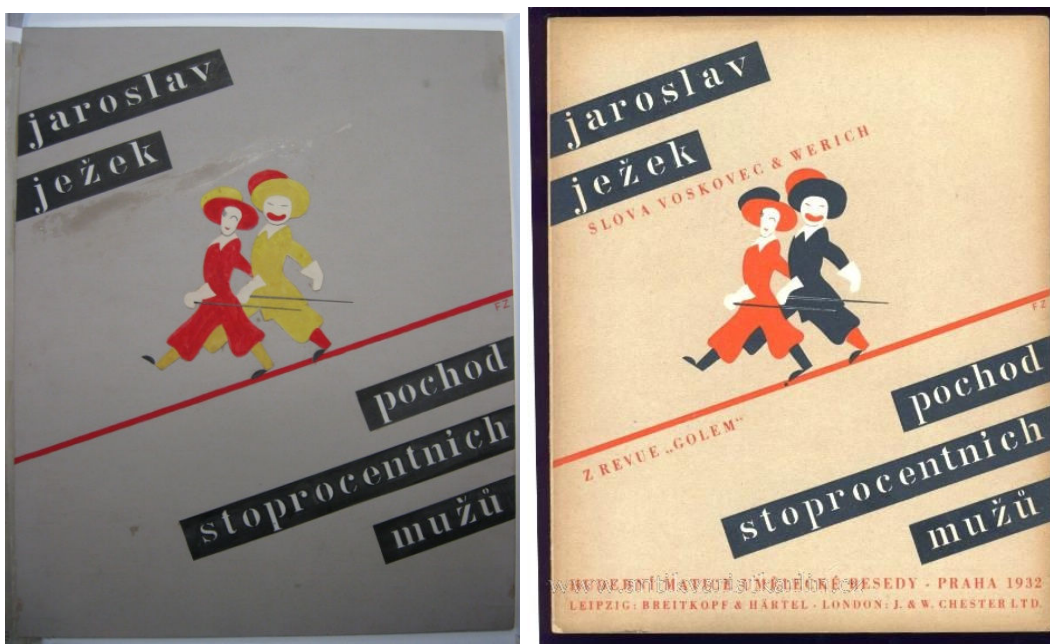
51., 52. František Zelenka: Prodám srdce, 1931, originální návrh a vyhotovení



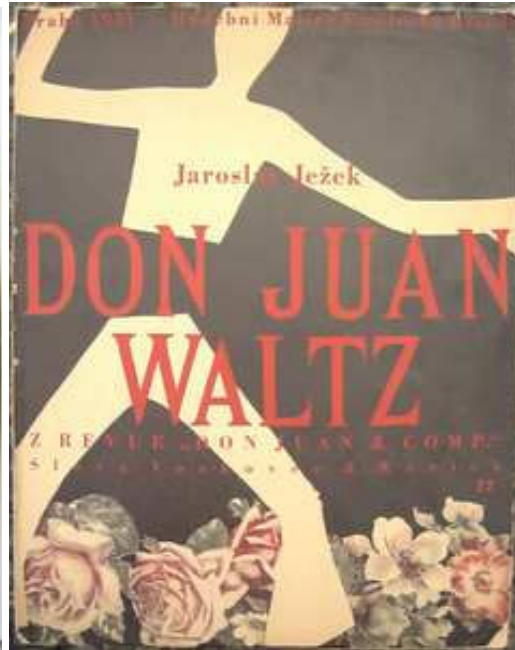
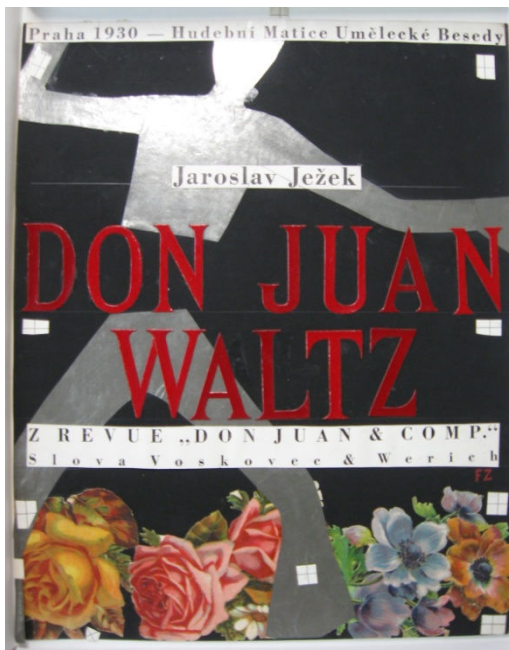
53., 54. František Zelenka: Evropa volá, 1932, originální návrh a vyhotovení



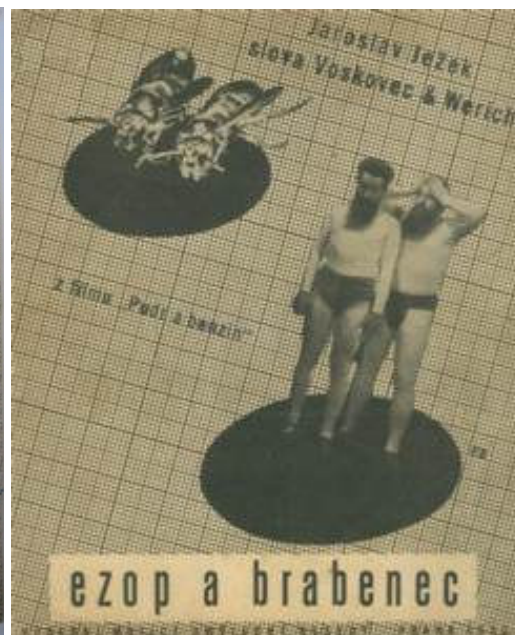
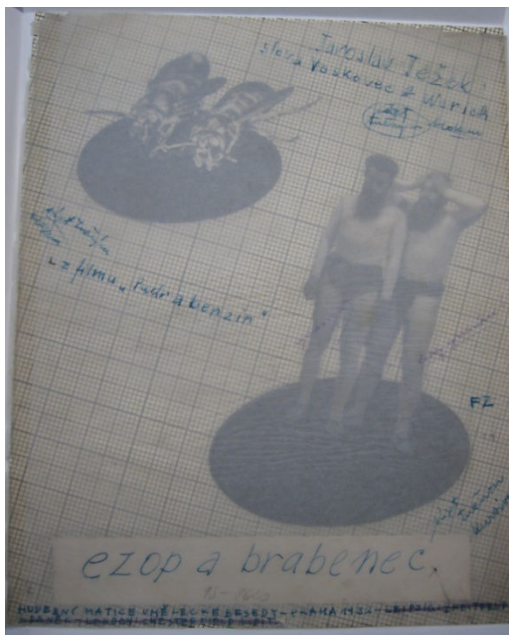
55., 56. František Zelenka: Kleopatra, 1932, originální návrh a vyhotovení



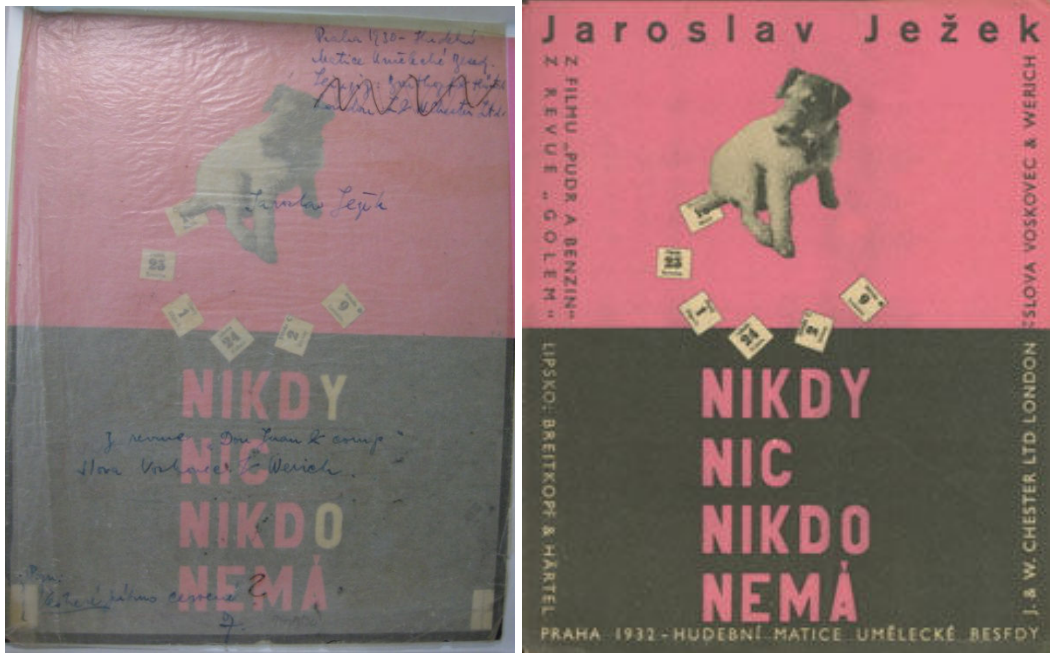
57., 58. František Zelenka: Pochod stoprocentních mužů, 1932, originální návrh a vyhotovení



59., 60. František Zelenka: Don Juan waltz, 1931, originální návrh a vyhotovení



61., 62. František Zelenka: Ezop a brabenec, 1932, originální návrh a vyhotovení



63., 64. František Zelenka: Nikdy nic nikdo nemá, 1932, originální návrh a vyhotovení



65., 66. František Zelenka: Peníze nebo život, 1932, originální návrh a vyhotovení

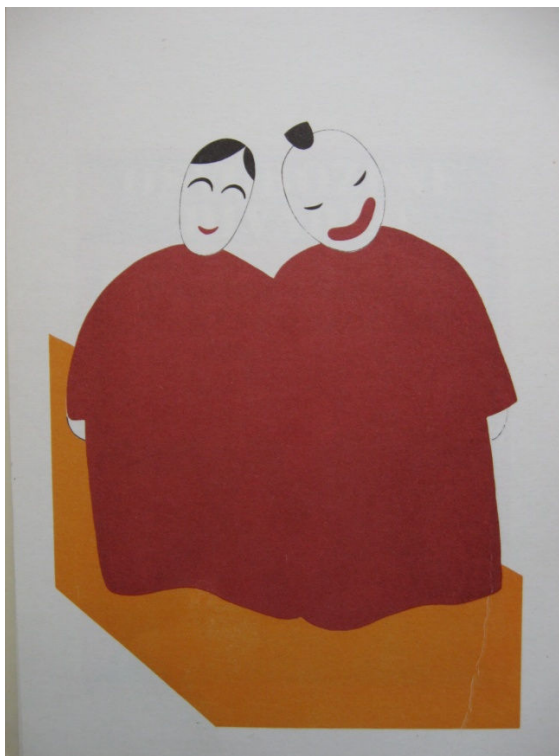


67., 68. František Zelenka: Don Parola a Don Pandero, 1931, originální návrh a vyhotovení



69. Adolf Hoffmeister: Voskovec a Werich, 1928

70. Adolf Hoffmeister: Líčení se odročuje, 1929



71. František Zelenka: Detail plakátu Leon Clifton čili perná noc s gorilou, 1931



72. Atelier Rotter: Detail plakátu Rub a líc, 1936



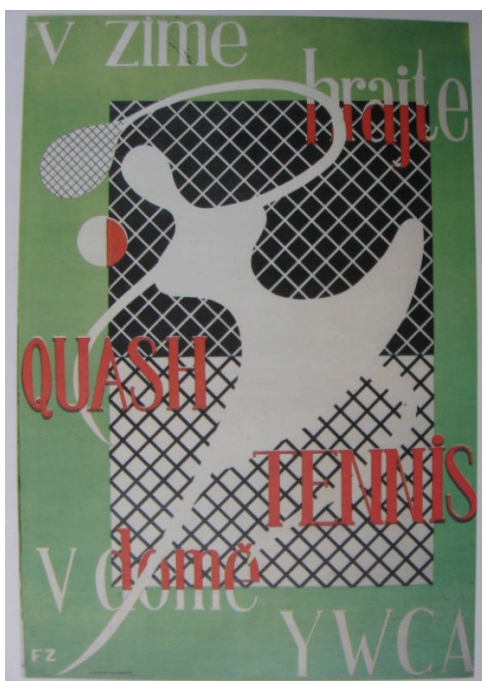
73. František Zelenka: Pudr a Benzin, 1931



74. František Zelenka: Přehlídka lásky, 1930



75. František Zelenka: Kavárnička, 1931



76. František Zelenka: V zimě hrajte quash tennis v domě YWCA, 1929



77. František Zelenka: Aero, 1932



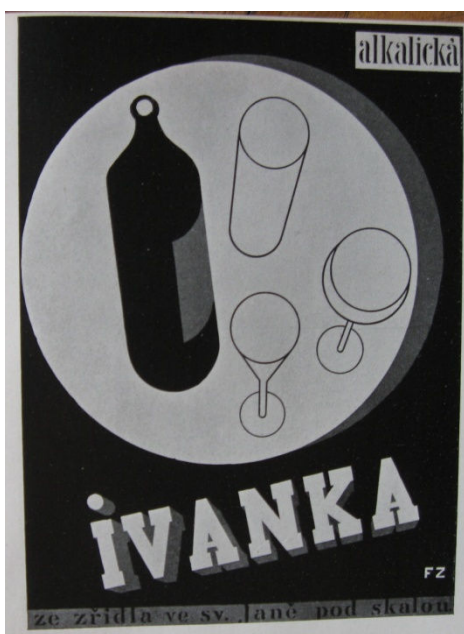
78. František Zelenka: Aero, továrna letadel, 30. léta 20. stol.



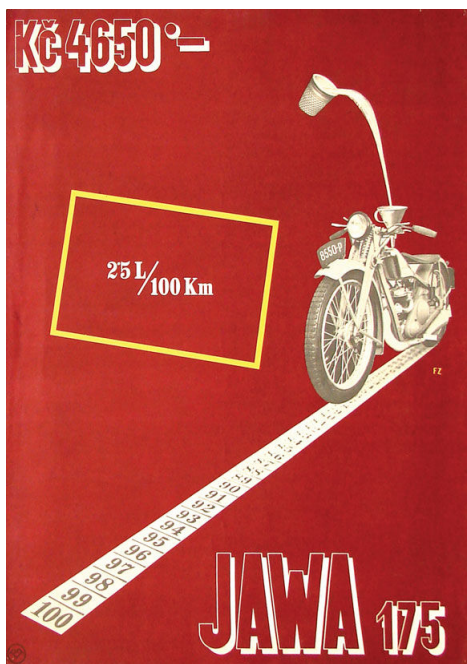
79. František Zelenka: Aero, malý vůz pro velké cesty, 1934



80. František Zelenka: Čaj Sun Tea, první mezi dobrými, 30. léta 20. stol.



81. František Zelenka: Alkalická Ivanka, 1931



82. František Zelenka: Jawa 175, 30. léta 20. stol.



83. František Zelenka: Letecký den, 1932



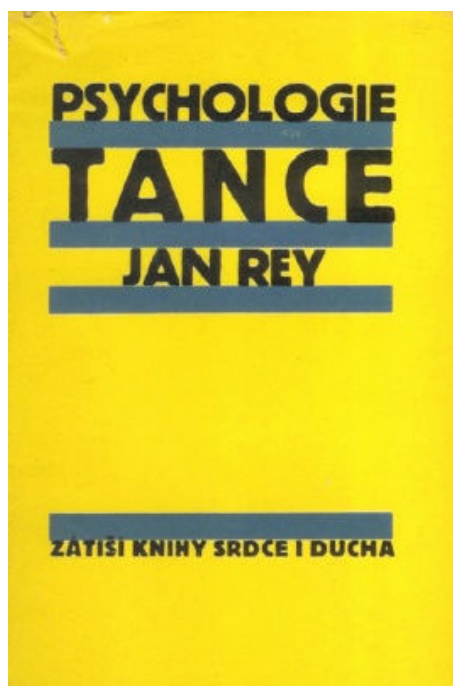
84. František Zelenka: Klimentské lázně, 1932



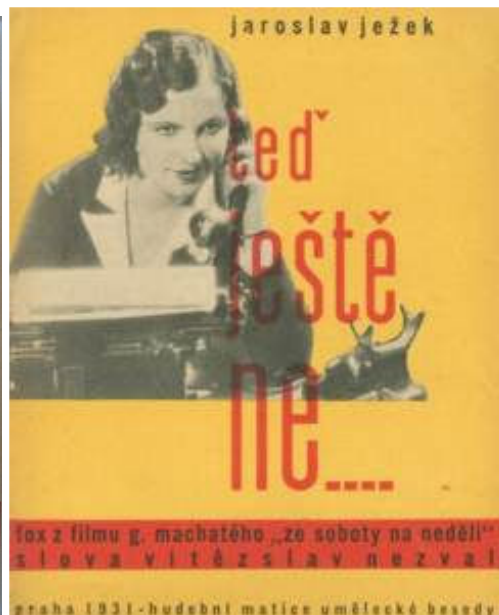
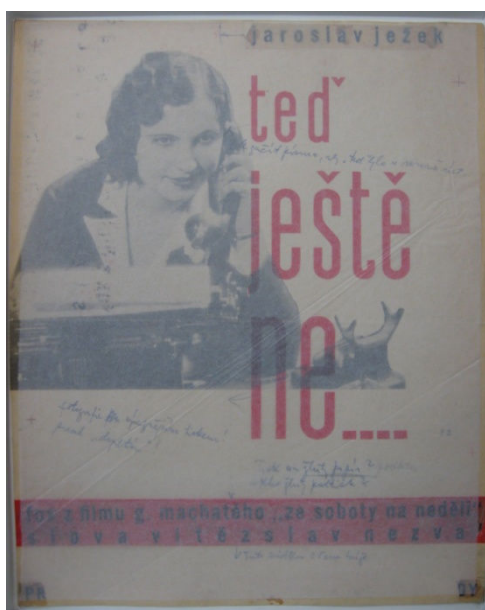
85. František Zelenka: Encyklopedie výkonnosti, 1931



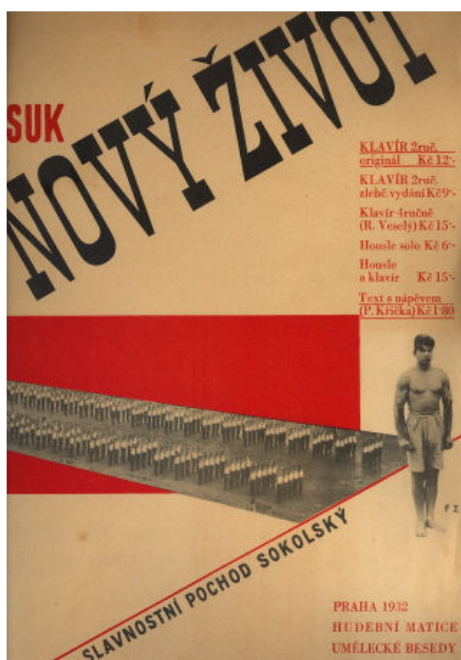
86. František Zelenka: Odaliska, 1928



87. František Zelenka: Psychologie tance, 1928



88., 89. František Zelenka: Teď ještě ne, 1931, originální návrh a vyhotovení



90. František Zelenka: V nový život, 1932

Seznam vyobrazení

Pro případnou další badatelskou práci uvádím v seznamu vyobrazení, tam kde bylo možné údaje dohledat, rozměry díla, techniku, popř. inventární číslo, pod kterým se dílo nachází v Uměleckoprůmyslovém muzeu (dále jen UPM). Rozměry jsou uváděny v centimetrech.

- 1. František Kysela: Výstavní plakát**, 1919, barevná litografie. Reprodukce z:
ADLEROVÁ 1983, 27, obr. 11
- 2. Vratislav H. Brunner: Nakladatelská značka a předsádka F. Borový**, 20. léta 20. stol., In: V.H.Brunner, Nakladatelské značky a předsádky, UPM, inv. č.: 39.398. Foto: autor
- 3. Václav Špála: A přece! výstava několika tvrdošijných**, 1918, 95x63, linoryt
Reprodukce z: KROUTVOR 1991a, 70
- 4. Josef Čapek: Mrtvá**, Červená sedma, 1920, 95x63, barevná litografie.
Reprodukce z: KROUTVOR 1991a, 78
- 5. Josef Čapek: Tři podvodníci**, přebal knihy Artura Machena, 1927. Foto vyhledáno dne 20. 6. 2012: <http://meccaaudio.blogspot.cz/2011/12/obalky-josefa-capka.html>
- 6. František Muzika: Aero 30 HP**, přebal knihy F. A. Elstnera, 1935. Foto vyhledáno dne 20. 6. 2012: <http://www.artbook.cz/detail.asp?ID=102771#.T-LgJIJQKSo>
- 7. František Tichý: Nové intimní divadlo**, 1929, litografie. Reprodukce z:
Divadelní noviny, 1996, roč. 5., č. 21, 11
- 8. Karel Teige: Obálka sbírky básní Jaroslava Seiferta Na vlnách TSF**, 1925.
Foto vyhledáno dne 20. 6. 2012:
http://www.antikbuddha.com/czech/article_show.php?article_id=15187&new=&category=41

- 9. Ladislav Sutnar: Nejmenší dům**, 1931. Reprodukce z: ADLEROVÁ 1983, 173, obr. 188
- 10. Ladislav Sutnar: Obálka spisů G. B. Shawa Drobnosti**, Družstevní práce 1931. Reprodukce z: JANÁKOVÁ 2003, 76, obr. 109
- 11. Ladislav Sutnar: Plakát pro Družstevní práci**, 1930, 80x60, barevný linotyp
Reprodukce z: JANÁKOVÁ 2003, 70, obr. 93
- 12. Anonym: Plakát pro Baťu**, 30. léta, 115x80, barevná litografie. Staženo 20. 6. 2012 z:
http://www.antikbuddha.com/czech/article_show.php?article_id=10195&category=93
- 13. Höns: Oděvy Bayer**, 1927, 112x83, UPM GP 20241. Reprodukce z: KROUTVOR 1991a, nepag., obr. 162
- 14. Atelier Rotter: Kozderka to prozradí**, 1932, Burianovo divadlo, 190×126, UPM GP 6381, barevná litografie. Reprodukce z: KROUTVOR 1991a, nepag., obr. 106
- 15. Atelier Rotter: Nebe na zemi**, 1936, Osvobozené divadlo, 248x93, UPM GP 11635, barevná litografie. Reprodukce z: WERICHOVCI, 21
- 16. Atelier Rotter: Rub a líc**, 1936, Osvobozené divadlo, 248x93, UPM GP 7968, barevná litografie. Reprodukce z: WERICHOVCI, 21
- 17. Emil Weiss: Kabaret restaurant Lucerna**, 1929, 95x126, UPM GP 23178.
Reprodukce z: KROUTVOR 1991a, nepag., obr. 175
- 18. Emil Weiss (Atelier Pacold): Alhambra**, To Praha ještě neviděla, 1928, 95x126, UPM GP 10434. Foto vyhledáno dne 20. 6. 2012:
<http://www.czechdesign.cz/index.php?status=c&clanek=855&lang=1>
- 19. Leo Heilbrun: SportBar**, 1925, 96x126, UPM GP 16582. Reprodukce z: KROUTVOR 1991a, nepag., obr. 151
- 20. Zdenek Rykr: Baterie Palaba**, 30. léta 20. stol. Foto vyhledáno dne 20. 6. 2012 z: <http://www.valentinska.cz/index.php?lang=&idvyrb=128523&akc=detail>

- 21. Anonym: King Kong**, 1933, 125x94, UPM GP 15233, barevný ofset.
Reprodukce z: SYLVESTROVÁ 2004, 180
- 22. Atelier Petrman, Pekárek: Poslední lásky Dona Juana**, 1934, 125x94, UPM GP 15496, barevný ofset. Reprodukce z: SYLVESTROVÁ 2004, 188
- 23. H. J. Kafka: Aféra plukovníka Rédla**, 1931, 180x126, UPM GP 240006, barevný ofset. Reprodukce z: SYLVESTROVÁ 2004, 177
- 24. Antonín Pelc: Muži v ofsidu**, 1931, 115x162, UPM GP 18805, barevný ofset.
Reprodukce z: SYLVESTROVÁ 2004, 174
- 25. Ladislav Sutnar: Zdravotnická výstava**, 1931, 95x63, barevný linotyp.
Reprodukce z: JANÁKOVÁ 2003, 71, obr. 94
- 26. František Zelenka: Maškarní ples hudebních umělců**, Lucerna, 1926, 125x95, UPM GP 3782, litografie. Reprodukce z: Divadelní noviny, roč. 3, č. 8, 1994, 11
- 27. František Zelenka: L'histoire du soldat**, 1927, Divadlo na Vinohradech, 61x94, GP 16 578, barevná litografie. Foto: UPM
- 28. František Zelenka: Skleněná panna**, 1928, České, Zemské a Národní divadlo, 62x85, UPM GP 2301, barevná litografie. Reprodukce z: KROUTVOR 1991b, 17
- 29. Františka Zelenka: Škola uměleckého baletu Eduarda Borovanského**, 1931, 95x63, GP 10536, barevná litografie. Reprodukce z: Divadelní noviny, roč. 3, č. 16, 1994, 11
- 30. Ladislav Sutnar: Nové divadlo se zkušební scénou**, 1935, 94x126, barevný linotyp. Reprodukce z: JANÁKOVÁ 2003, 73, obr. 98
- 31. František Zelenka: Večer tříkrálový**, Divadlo komiků, 1930, 91x124, UPM GP 16584, barevná litografie. Foto: UPM
- 32. František Zelenka: Myslíte, že se paní Olga polepší?**, Národní divadlo, 1931, 123x94, UPM GP 16015, barevná litografie. Foto: UPM
- 33. František Zelenka: Fata morgana**, Osvozené Divadlo, 1929, 63x95, UPM GP 5116, barevná litografie. Foto: UPM

- 34. František Zelenka: 2 jazzové revue**, Osvobozené divadlo, 1930, 125x95, UPM GP 7967, barevná litografie. Foto: UPM
- 35. František Zelenka: 3 jazzové revue**, Osvobozené divadlo, 1930, 126x188, UPM GP 2297, barevná litografie. Foto UPM
- 36. František Zelenka: Sever proti Jihu**, Osvobozené divadlo, 1930, 127x184, UPM GP 1832, barevná litografie. Foto UPM
- 37. Fotografie pražské ulice** z roku 1930 se Zelenkovými plakáty Sever proti Jihu. Reprodukce z: VLČKOVÁ 2009, 183, obr. 69
- 38. František Zelenka: Sever proti Jihu**, Osvobozené divadlo, 1930, obálka hry, barevná litografie. Reprodukce z: KROUTVOR, FREMUNT 1994, obr. 15
- 39. František Zelenka: Don Juan & comp.**, Osvobozené divadlo, 1931, 124x185, UPM GP 2907, barevná litografie. Foto: UPM
- 40. František Zelenka: Leon Clifton čili Perná noc s gorilou**, Osvobozené divadlo, 1931, 125x187, UPM GP 5177, barevný ofset. Foto: UPM
- 41. Ladislav Sutnar: Instalace oddělení Svazu Československého díla** na Výstavě moderního obchodu v Brně 1929. Reprodukce z: JANÁKOVÁ 2003, 103, obr. 160
- 42. Anonym: Program ke hře Leon Clifton čili perná noc s gorilou**, 1931. Reprodukce z: WERICHOVCI, 16
- 43. František Zelenka: Golem**, Osvobozené divadlo, 1931, 185x126, UPM GP 2864, barevná litografie. Reprodukce z: KROUTVOR 1991a, nepag., obr. 215
- 44. František Zelenka: Caesar**, Osvobozené divadlo, 1932, 122x175, UPM GP 1910, barevná litografie. Foto: UPM
- 45. František Zelenka: Postavy Voskovce a Wericha z plakátu ke hře Robin Zbojník**, Osvobozené divadlo, 1932. Reprodukce z: KROUTVOR, FREMUNT 1994, obr. 32
- 46. František Zelenka: Kat a blázen**, Osvobozené divadlo, 1934, 93x260, UPM GP 7068, barevný ofset. Reprodukce z: WERICHOVCI, 19

- 47. František Zelenka: Vždy s úsměvem**, Osvobozené divadlo, 1935, 93x244, UPM GP 8372, barevná litografie. Reprodukce z: WERICHOVCI, 19
- 48. František Zelenka: Ostrov Dynamit**, 1930, plakát Osvobozené divadlo (126x185, UPM GP 2538, barevná litografie) i přebal časopisu Vest pocket revue. Reprodukce z: Vest pocket revue, č. 5, 1930
- 49. František Zelenka: Voskovec a Werich na deskách Ultraphon**, 1930, 69x48, UPM GP 2385, ofset. Foto: UPM
- 50. František Zelenka: Ježek, Voskovec a Werich prezentují Ultraphon**, 1930, 47x30, UPM GP 2386, ofset. Reprodukce z: WERICHOVCI, 19
- 51. František Zelenka: Prodám srdce**, 1931, 167x137, originální návrh v UPM. Foto: autorka
- 52. František Zelenka: Prodám srdce**, 1931, 16x23. Staženo 20. 6. 2012 z: www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA
- 53. František Zelenka: Evropa volá**, 1932, 34x27, originální návrh v UPM. Foto: autorka
- 54. František Zelenka: Evropa volá**, 1932, 34x27. Staženo 20. 6. 2012 z: www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA
- 55. František Zelenka: Kleopatra**, 1932, 34x27, originální návrh v UPM. Foto: autorka
- 56. František Zelenka: Kleopatra**, 1932, 34x27. Staženo 20. 6. 2012 z: www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA
- 57. František Zelenka: Pochod stoprocentních mužů**, 1932, 34x27, originální návrh v UPM. Foto: autorka
- 58. František Zelenka: Pochod stoprocentních mužů**, 1932, 34x27. Staženo 20. 6. 2012 z: www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA
- 59. František Zelenka: Don Juan waltz**, 1931, 34x27, originální návrh v UPM. Foto: autorka

- 60. František Zelenka: Don Juan waltz**, 1931, 34x27. Staženo 20. 6. 2012 z:
www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA
- 61. František Zelenka: Ezop a brabenec**, 1932, 34x27, originální návrh v UPM.
Foto: autorka
- 62. František Zelenka: Ezop a brabenec**, 1932, 34x27. Staženo 20. 6. 2012 z:
www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA
- 63. František Zelenka: Nikdy nic nikdo nemá**, 1932, 16x14, originální návrh v UPM. Foto: autorka
- 64. František Zelenka: Nikdy nic nikdo nemá**, 1932, 16x14. Staženo 20. 6. 2012 z:
www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA
- 65. František Zelenka: Peníze nebo život**, 1932, 34x27, originální návrh v UPM.
Foto: autorka
- 66. František Zelenka: Peníze nebo život**, 1932, 34x27. Staženo 20. 6. 2012 z:
www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA
- 67. František Zelenka: Don Parola a Don Pandero**, 1931, 37x27, originální návrh v UPM. Foto: autorka
- 68. František Zelenka: Don Parola a Don Pandero**, 1931, 37x27. Staženo 20. 6. 2012 z:
www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA
- 69. Adolf Hoffmeister: Kresba Voskovce a Wericha**, 1928. Reprodukce z:
KROUTVOR, FREMUNT 1994, obr. 6
- 70. Adolf Hoffmeister: Líčení se odročuje**, Osvobozené divadlo, 1929, 61x93, barevná litografie. Reprodukce z: KROUTVOR, FREMUNT 1994, nepag.
- 71. František Zelenka: Detail plakátu Leon Clifton čili perná noc s gorilou**, 1931. Reprodukce z: KROUTVOR, FREMUNT 1994, obr. 7
- 72. Atelier Rotter: Detail plakátu Rub a líc**, 1936. Reprodukce z: KROUTVOR, FREMUNT 1994, obr. 55

- 73. František Zelenka: Pudr a Benzin**, 1931, film Voskovce a Wericha, 126x186, UPM GP 2299, barevný ofset. Reprodukce z: SYLVESTROVÁ 2004, 205
- 74. František Zelenka: Přehlídka lásky**, 1930, Paramount film, 184x122 cm, UPM GP 18501, barevný ofset. Reprodukce z: SYLVESTROVÁ 2004, 189
- 75. František Zelenka: Kavárnička**, 1931, film Maurice Chevaliera, 91x126, UPM GP 6418, barevný ofset. Reprodukce z: SYLVESTROVÁ 2004, 196
- 76. František Zelenka: V zimě hrajte quash tennis v domě YWCA**, 1929 70x100, UPM GP 10 534, barevná litografie. Reprodukce z: KROUTVOR 1991b, 15
- 77. František Zelenka: Aero**, 1932, 93x124, UPM GP 2224, barevná litografie. Reprodukce z: KROUTVOR 1991a, nepag., obr. 175
- 78. František Zelenka: Aero, továrna letadel**, 30. léta 20. stol. Reprodukce z: Karel Jičínský: *Automobily Aero a jejich doba*, Brno, 2001, nepag.
- 79. František Zelenka: Aero, malý vůz pro velké cesty**, 1934. Staženo 20. 6. 2012 z: http://www.travelbrochuregraphics.com/Automotive_Pages/Autos_2/Aero.htm
- 80. František Zelenka: Čaj Sun Tea, první mezi dobrými**, 30. léta 20. stol., 92x60, UPM GP 2223, barevná litografie. Reprodukce z: KROUTVOR 1991b, 15
- 81. František Zelenka: Alkalická Ivanka**, 1931, 92x125, UPM GP 2222, barevná litografie. Reprodukce z: FRENZEL 1931, 51
- 82. František Zelenka: Jawa 175**, 30. léta 20. stol., 63x47. Staženo 20. 6. 2012 z: <http://www.greisen.cz/au66/str30.html>
- 83. František Zelenka: Letecký den**, 1932, 128x96, UPM GP 8611, barevná litografie. Foto: UPM
- 84. František Zelenka: Klimentské lázně**, 1932, 122x99,5, UPM GP 10535, barevná litografie. Foto: UPM
- 85. František Zelenka: Encyklopedie výkonnosti**, 1931, 94x60, UPM GP 1927, barevný ofset. Foto: UPM
- 86. František Zelenka: Odaliska**, 1928, knižní obálka, 14x9. Staženo 20. 6. 2012 z: <http://www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA>

87. František Zelenka: Psychologie tance, 1928, knižní obálka. Staženo 20. 6. 2012

z:

<http://www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA>

88. František Zelenka: Ted' ještě ne, 1931, 37x27, originální návrh v UPM. Foto:

autorka

89. František Zelenka: Ted' ještě ne, 1931, 37x27. Staženo 20. 6. 2012 z:

<http://www.artbook.cz/antikvariat/default.asp?kategorie=h&searvalue=ZELENKA>

90. František Zelenka: V nový život, 1932, 27x37. Staženo 20. 6. 2012 z:

http://www.antikbuddha.com/czech/article_show.php?article_id=8898&new=&category=45

Seznam použitých pramenů a literatury

- ADLEROVÁ 1983 — Alena ADLEROVÁ: České užité umění 1918 – 38. Praha 1983
- ADLEROVÁ 1998 — Alena ADLEROVÁ: Užité a dekorativní umění dvacátých a třicátých let. In: DČVU IV/2, 427 – 449
- DČVU IV/2 — Dějiny českého výtvarného umění IV/2 1890 – 1938, Vojtěch LAHODA / Mahulena NEŠLEHOVÁ / Marie PLATOVSKÁ / Rostislav ŠVÁCHA / Lenka BYDŽOVSKÁ (ed.). Praha 1998
- FARNÍK 2005 — Jaromír FARNÍK: V+W = 100. Vždy s úsměvem: pocta Jiřímu Voskocovi a Janu Werichovi. Praha 2005
- FRENZEL 1931 — K. H. FRENZEL: Reklamekünstler der Tschechoslowakei. In: Gebrauchsgraphik, 1931, Oktober, 30 – 59
- HOLÝ 2006 — Petr HOLÝ (ed.): Český filmový plakát (Czech Film Posters). Tokyo 2006
- HONZÍK 1963 — Karel HONZÍK: Ze života avantgardy. Praha 1963
- HORNEKOVÁ 1998 — Jana HORNEKOVÁ: České art deco 1918 – 1938. Katalog výstavy v Obecním domě, 6. 5. – 4. 10. 1998. Praha 1998
- JANÁKOVÁ 1998 — Iva JANÁKOVÁ: Knižní kultura. In: HORNEKOVÁ 1998, 184 – 199
- JANÁKOVÁ 2003 — Iva JANÁKOVÁ (ed.): Ladislav Sutnar – Praha – New York – Design in action. U příležitosti výstavy v Jízdárně Pražského Hradu 20. 6. – 26. 10. 2003. Praha 2003
- KNOBLOCH 2007 — Iva KNOBLOCH: Sutnar a Sudek: Reklama a vizuální výchova. In: VLČKOVÁ 2007, 133 – 135
- KNOBLOCH 2011 — Iva KNOBLOCH: Ladislav Sutnar v textech (mental vitamins). Praha 2011
- KNOBLOCH, VONDRÁČEK — Iva KNOBLOCH, Radim VONDRÁČEK (eds.): Design v českých zemích 1900 – 2010. Uměleckoprůmyslové museum v Praze – Academia, v redakční přípravě.
- KOPCOVÁ 2007 — Zuzana KOPCOVÁ: Atelier Rotter (1928-1939). Bakalářská práce na Filosofické fakultě Palackého Univerzity v Olomouci. Olomouc 2007
- KOUBSKÁ 1994 — Vlasta KOUBSKÁ: František Zelenka, scénograf, 1904 – 1944. Katalog výstavy v Národním muzeu 9. 2. – 26. 6. 1994. Praha 1994
- KOUBSKÁ 2008 — Vlasta KOUBSKÁ: František Zelenka 1904 – 1944, rodák z Kutné Hory, scénograf, architekt, grafik. Katalog výstavy v Českém muzeu stříbra v Kutné Hoře 18. 9. – 2. 11. 2008. Kutná Hora 2008
- KOVÁRNA 1931 — František KOVÁRNA: Užité výtvarnost – výstava plakátů Františka Zelenky, In: Československá republika, roč. 252, č. 286, 9. 12. 1931, 5
- KROUTVOR 1984 — Josef KROUTVOR: Moderní český plakát 1918-1945. Katalog výstavy UPM leden – duben 1984. Praha 1984

- KROUTVOR 1985 — Josef KROUTVOR: Pražský chodec, Dějiny českého plakátu 1890 – 1945. Praha 1985
- KROUTVOR 1988 — Josef KROUTVOR: Pražská nároží. Katalog výstavy UPM od 22. 9. 1988. Praha 1988
- KROUTVOR/LUKEŠ/HILMERA/PAŘÍK 1991 — Josef KROUTVOR / Zdeněk LUKEŠ / Jiří HILMERA / Arno PAŘÍK: František Zelenka: Divadlo, plakáty, architektura. Katalog výstavy UPM v Praze 12. 12. 1991 – 2. 2. 1992. Praha 1991
- KROUTVOR 1991a — Josef KROUTVOR: Poselství ulice, z dějin plakátu a proměn doby. Praha 1991
- KROUTVOR 1991b — Josef KROUTVOR: Plakáty Františka Zelenky. In: KROUTVOR/LUKEŠ/HILMERA/PAŘÍK 1991, 9 – 11
- KROUTVOR, FREMUNT 1994 — Josef KROUTVOR, Stanislav FREMUNT: Osvobozeného divadlo – V+W. Karikatura, Užité grafika, Plakáty, Reklama. Edice Malá groteska. Praha 1984
- KROUTVOR 1994a — Josef KROUTVOR: Dva moderní klauni (Souhvězdí V+W). In: KROUTVOR, FREMUNT 1994
- KROUTVOR 1994b — Josef KROUTVOR: Divadelní plakát (dějiny). In: Divadelní noviny, roč. 3, č. 8, 1994, 11
- KROUTVOR 1994c — Josef KROUTVOR: Divadelní plakát (dějiny). In: Divadelní noviny, roč. 3, č. 16, 1994, 11
- LAHODA 2000 — Vojtěch LAHODA (ed): Zdenek Rykr (1900 – 1940). Elegie avantgardy. Katalog výstavy GHMP v Praze, 21. 9. 2000 – 5. 1. 2001. Praha 2000
- LOWRY, ŠTEMBERA 2001 — Nicholas LOWRY, Petr ŠTEMBERA: Czech Posters between the Wars: 1918 – 1938. Praha 2001
- MÁLEK 2011a — Petr MÁLEK: Město. In: VOJVODÍK, WIENDL 2011, 199 – 225
- MÁLEK 2011b — Petr MÁLEK: Masová reprodukce. In: VOJVODÍK, WIENDL 2011, 181 - 198
- MAŇASOVÁ HRADSKÁ 2010 — Helena MAŇASOVÁ HRADSKÁ: Vizualizace metafory pokroku v reklamě meziválečného Československa. Disertační práce na Filosofické fakultě Masarykovy Univerzity v Brně. Brno 2010
- PELC 1981 — Jaromír PELC: Meziválečná avantgarda a Osvobozené divadlo. Praha 1981
- RÁDL s.d. — Bedřich RÁDL: Repertoire Osvobozeného divadla od roku 1925 do roku 1930. Jak jsem si jej z pilnosti psal. (Rukopis, uložen v knihovně Divadelního ústavu v Praze, sig. MB 3095) s.l.
- ROSSMANN 1938 — Zdeněk ROSSMANN: Písmo a fotografie v reklamě. Olomouc 1938
- ROUS 1978 — Jan ROUS: Český funkcionalismus 1920 – 40: Užité grafika. Katalog výstavy UPM v Praze 29. 6. – 15. 10. 1978. Praha 1978

- ROUS 2003 — Jan ROUS: Žijeme! Design jako médium nového životního stylu. In: JANÁKOVÁ 2003. 303 – 310
- SCHONBERG 1992 — Michal SCHONBERG: Osvobozené. Praha 1992
- SUTNAR 1933 — Ladislav SUTNAR: Prof. Ladislav Sutnar, Prag. In: *Gebrauchsgraphik*, 1933, Januar, 42 – 43
- SYLVESTROVÁ 2004 — Marta SYLVESTROVÁ (ed.): Český filmový plakát 20. století. Brno 2004
- ŠÍMA 1922 — Josef ŠÍMA: Reklama. In: *Život II*, Sborník nové krásy. Praha 1922, 102 – 103
- ŠMEJKAL 1982 — František ŠMEJKAL: Český konstruktivismus. In: *UMĚNÍ XXX/3*, 214 – 243
- ŠMEJKAL 1984 — František ŠMEJKAL: František Muzika: kresby, scénická a knižní tvorba. Praha 1984
- ŠTEMBERA 1997 — Petr ŠTEMBERA: Divadelní plakát (dějiny). In: *Divadelní noviny*, roč. 6, č. 12, 1994, 11
- ŠTEMBERA 1998 — Petr ŠTEMBERA: Plakát. In: HORNEKOVÁ 1998, 200 – 215
- ŠTEMBERA 2004 — Petr ŠTEMBERA: Český filmový plakát od počátků do prvních let druhé světové války. In: SYLVESTROVÁ 2004, 14 – 24
- ŠTEMBERA 2007 — Petr ŠTEMBERA: Reklamní plakát v Praze ve 20. a 30. letech. Emil Weiss, Leo Heilbrunn, Höns. In: *Bulletin Moravské galerie v Brně*, Roč. 63. Brno 2007, 151 – 163
- ŠTEMBERA 2008 — Petr ŠTEMBERA: Reklamní plakát v Praze ve 30. letech. Vilém Rotter a jeho Atelier. In: *Bulletin Moravské galerie v Brně*, Roč. 64. Brno 2008, 95 – 100
- ŠTEMBERA 2012 — Petr ŠTEMBERA: Reklama – I. republika – Na cestě ke konzumní společnosti. In: KNOBLOCH, VONDRÁČEK
- TEIGE 1934 — Karel TEIGE: Ladislav Sutnar a nová typografie. In: *Panorama XII*, č. 1., 11 – 16. Praha 1934
- TRÄGER 1937 — Josef TRÄGER: 10 let Osvobozeného divadla 1927-1937. Sborník. Praha 1937
- TVRDÍKOVÁ 2009 — Lada TVRDÍKOVÁ: Scénograf František Zelenka. Diplomová práce na Filosofické fakultě Masarykoví Univerzity v Brně. Brno 2009
- TYKALOVÁ 2011 — Karolína TYKALOVÁ: Česká (slovenská) propagace v letech 1918-1938. Bakalářská práce na Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Zlín 2011
- UMĚNÍ XXX/3 — *UMĚNÍ XXX/3*, časopis Ústavu teorie a dějin umění Československé akademie věd, Josef KRÁSA (ved. redaktor). Praha 1982
- VLAŠÍN 1971 — Štěpán VLAŠÍN: Avantgarda známá neznámá, Svazek 1. Praha 1971
- VLČKOVÁ 2007 — Lucie VLČKOVÁ (ed.): Družstevní práce: Sutnar – Sudek. Katalog výstavy UPM v Praze 13. 12. 2006 – 18. 2. 2007. Praha 2007

- VLČKOVÁ 2009 — Lucie VLČKOVÁ (ed.): Krásná jizba, výstavní činnost 1929 – 1936. Praha 2009
- VOJVODÍK, WIENDL 2011 — Jan VOJVODÍK, Jan WIENDL (eds.): Heslář české avantgardy. Estetické koncepty a proměny uměleckých postupů v letech 1908 – 1958. Praha 2011
- VOSKOVEC, WERICH 1931 — Jiří VOSKOVEC, Jan WERICH: Divadelní plakáty Fr. Zelenky. In: Panorama IX, 1931 – 1932, 147 – 148
- WERICHOVCI 2005 — WERICHOVCI: Plakáty a fotografie Osvobozeného divadla. Markvartice 2005
- ZELENKA 1931 — František ZELENKA: O plakátu. In: Žijeme. Praha 1931, 172 – 177
- ZELENKA 1933 — František ZELENKA: Franz Zelenka, Prag. In: Gebrauchsgraphik, 1933, Januar, 44 – 45