

Propagace české kultury v letech 1948 - 1989

Eva Pšenická

Bakalářská práce
2011

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací
akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Eva PŠENICOVÁ**
Osobní číslo: **K08202**
Studijní program: **B 7202 Mediální a komunikační studia**
Studijní obor: **Marketingové komunikace**

Téma práce: **Propagace české kultury v letech 1948-1989**

Zásady pro vypracování:

1. Provedte rešerši literatury hovořící o propagaci pro přesné definování slova "propagace", pro studium veškerých forem propagace a pro náhled do historie propagace.
2. Vyhledejte materiály pojednávající o historii tisku v Československu po roce 1948 a proveďte jejich analýzu s přihlédnutím k historicko-politickému kontextu.
3. Provedte rešerši stěžejních kulturních akcí pořádaných v uvedeném období.
4. Podrobně analyzujte kulturní akce pořádané v Kroměříži v letech 1948-1989. Zaměřte se především na jejich propagační zajištění a odraz v dobovém tisku.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

KONČELÍK, Jakub, et.al. Dějiny českých médií 20. století. 1. vyd. Praha: Portál, 2010, 344 s., ISBN 978-80-7367-698-8

PAVLŮ, Dušan, et.al. Slovník propagace. Praha: Merkur, 1983, 246 s.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. Marketing. Praha: Grada Publishing 2004, 856 s., ISBN 80-247-0513-3

CLEMENTE, Mark N. Slovník marketingu. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2004, ISBN 80-251-0228-9

OGILVY, David. O reklamě. 3. vyd. Praha: Management Press, 2001, ISBN 80-7261-047-3

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Zdeněk Křížek

Ústav marketingových komunikací


Datum zadání bakalářské práce:

1. prosince 2010

Termín odevzdání bakalářské práce:

13. května 2011

Ve Zlíně dne 1. prosince 2010


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D.
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 1. 4. 2011

EVA PŠENICOVÁ

Jméno, příjmení, podpis

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

²⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělků jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídnou k výši výdělků dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

Žádost o přezkoumání se zasílá v písemné formě děkance FMK, která může sama žádosti vyhovět a rozhodnutí změnit, jinak ji předá k rozhodnutí rektorovi. Při přezkoumání rozhodnutí je možno zohlednit vědeckou, uměleckou a sportovní činnost uchazeče, provozovanou soustavně na celostátní nebo mezinárodní úrovni, kterou uchazeč doloží spolu s žádostí o přezkoumání rozhodnutí.

6. Různé

- (1) V souladu s § 50 odst. 6 zákona je uchazeč, na základě předchozí písemné žádosti zaslané studijnímu oddělení FMK, oprávněn do jednoho měsíce od obdržení písemného rozhodnutí nahlédnout do všech svých materiálů, které mají význam pro rozhodnutí o jeho přijetí ke studiu.
- (2) Zapsání ke studiu mohou být pouze ti přijatí uchazeči, kteří dosáhli bakalářského nebo magisterského vzdělání. Tuto skutečnost prokáží při zápisu předložením úředně ověřené kopie vysokoškolského diplomu. Absolventi zahraniční školy postupují dle SR/20/2009 Uznání zahraničního SŠ a VŠ vzdělání a kvalifikace, zveřejněné na <http://web.utb.cz/>>O univerzitě>Úřední deska>Směrnice rektora.
- (3) Pokud se přijatý uchazeč nedostaví k zápisu bez omluvy nebo jeho omluva není uznána, dojde k zániku jeho práva na zápis z důvodů uvedených v čl. 11 odst. 3 Statutu UTB.
- (4) Tematické okruhy a doporučená literatura jsou zveřejněny na <http://web.fmk.utb.cz/>>Pro uchazeče>Obecné informace. Informace o přípravných kurzech nalezou uchazeči na <http://web.fmk.utb.cz/>>Pro uchazeče>Celoživotní vzdělávání>Programy a kurzy.

L. S.

Akademický senát Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně podle § 27 odst. 1 písm. e) zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů schválil dne 29. 11. 2010 tyto podmínky pro přijetí ke studiu ve studijním programu uskutečňovaném na FMK.

*Mgr. Richard Vodička, v. r.
předseda Akademického senátu FMK UTB*

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá analýzou forem propagace kultury v Československu v letech 1948 – 1989. Hlavní pozornost je soustředěna na tištěnou formu propagace, především propagace kulturních akcí. Celé uvedené období je s přihlédnutím k historicko-politickému kontextu přehledně rozděleno na jednotlivé časové úseky, vytvářející osu celé práce, propojující tematicky teoretickou část s částí praktickou.

Teoretická část práce sleduje historii a možnosti propagace v socialistickém Československu; v rámci jednotlivých časových úseků je provedena rešerše propagace stěžejních kulturních akcí, jež z mého pohledu dané období charakterizují. Jsou zde též vzpomenuty významné reklamní agentury působící v Československu v období reálného socialismu.

Praktická část práce se pak zabývá podrobnou analýzou propagace konkrétních kulturních akcí konaných ve městě Kroměříži v letech 1948 – 1989. Pozornost je zaměřena především na tištěnou formu propagace a odraz v dobovém tisku. Cílem práce není jen potvrzení nebo vyvrácení stanovených hypotéz, současně jde o vytvoření prakticky využitelného materiálu pro potřeby Města Kroměříže, jež by mohl být použit v rámci cestovního ruchu a propagace současného kulturního života města.

Klíčová slova:

Propagace, propaganda, propagace kulturních akcí, tisk, event marketing, reklamní agentury

ABSTRACT

Bachelor thesis inquires into advertising form analysis in Czechoslovakia in 1948-1989. The main focus falls on printed form of advertising, especially cultural event publicity. All mentioned periods are viewed from a historical and political point of view, and are divided into particular time sections. These time sections form axis of this thesis, they connect through thematically theoretical part with practical part.

The theoretical part follows history and advertising possibilities in the socialistic Czechoslovakia; in the scope of the particular time sections is carried out advertising background research of fundamental cultural events that from my point of view the given period characterize. There are also mentioned significant advertising agencies operating in Czechoslovakia in the time of realistic socialism.

The practical part of this bachelor thesis deals with detailed advertising analysis of the factual cultural events held in the town of Kroměříž in 1948-1989. Attention is above all aimed at the printed advertising form and its reflection in the press of that time. Goal of this thesis is not only to confirm and argue against designated hypotheses, at the same time it is concerned with profitable material formation for needs of the town Kroměříž which could be used for purposes of tourism and advertising of contemporary cultural town life.

Keywords:

Advertising, publicity campaign, cultural event publicity, press, event marketing, advertising agencies.

Motto:

Kultura je to, co udělalo, že člověk je něčím jiným než náhodným úkazem v přírodě.

André Malraux

Ráda bych touto cestou poděkovala PhDr. Zdeňku Křížkovi za odborné vedení mé bakalářské práce, především za jeho nezměrnou trpělivost, konstruktivní pohled a přátelský přístup během naší spolupráce.

Velký dík patří také PhDr. Magdaleně Preiningerové ze zlínského Muzea H+Z za její vstřícnost při řešení mých dotazů, dále pak knihovnici Muzea Kroměřížska paní Heleně Holické, řediteli festivalu ARSfilm amatérů panu ing. Ladislavu Františovi, vedoucímu propagačního týmu festivalu ASUT panu Danielu Zavoralovi a panu Milanovi Mrázkovi, bez jejichž nadšení, ochoty a poskytnutí cenných informací by dokončení této práce vůbec nebylo možné.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 PROPAGACE	14
1.1 PROPAGACE – VYMEZENÍ POJMU	14
1.1.2 Propaganda	15
1.2 FORMY PROPAGACE.....	15
1.2.1.1 Reklama	16
1.2.1.2 Public Relations	16
1.2.1.3 Direct marketing	17
1.3 HISTORIE PROPAGACE	17
1.4 PROPAGACE KULTURNÍCH AKCÍ.....	19
1.4.1 Plakát.....	20
1.4.2 Event marketing	20
2 TISK	22
2.1 HISTORIE TISKU V ČESKOSLOVENSKU PO ROCE 1948	22
2.2 KULTURNÍ AKCE STĚŽEJNÍHO VÝZNAMU POŘÁDANÉ V ČESKOSLOVENSKU V LETECH 1948–1989 A JEJICH PROPAGACE	25
2.2.1 Padesátá léta	26
2.2.1.1 Hanzelka, Zikmund a Tatra	26
2.2.2 Šedesátá léta	28
2.2.2.1 SEMAFOR.....	28
2.2.3 Sedmdesátá léta	29
2.2.3.1 Československá Spartakiáda 1975.....	30
2.2.4 Osmdesátá léta	31
2.2.4.1 Prvomájové oslavy.....	32
3 STANOVENÍ PRACOVNÍCH HYPOTÉZ	33
II PRAKTICKÁ ČÁST	34
4 PROPAGACE KULTURNÍCH AKCÍ VE MĚSTĚ KROMĚŘÍŽ V LETECH 1948 – 1989	35
4.1 TISK V KROMĚŘÍŽI	35
4.2 PADESÁTÁ LÉTA V KROMĚŘÍŽI	36
4.2.1 Výstava „100 let českého národního života“	37
4.2.1.1 Historické souvislosti.....	37
4.2.2 Vzpomínka na sté výročí konání říšského sněmu.	38
4.2.3 Příprava, propagace a organizace výstavy	38
4.2.4 Význam konání výstavy pro město a přínos propagace v této souvislosti.....	39
4.3 UVOLNĚNÍ ŠEDESÁTÝCH LET	40
4.3.1 Historie kroměřížského ochotnického divadla.....	40
4.3.2 Kroměřížské divadelní spolky aktivní v 60.tých letech 20.stol.	41
4.3.3 Propagační aktivity spojené s ochotnickou činností v Kroměříži 60.tých let 20.stol.	42

4.4	SEDMDESÁTÁ LÉTA	43
4.4.1	Filmový festival ARSFILM	43
4.4.2	Kroměřížský ARSFILM.....	44
4.4.3	ARSfilm amatérů	46
4.4.4	Propagační zajištění festivalu ARSFILM a ARSfilm amatérů	47
4.5	OSMDESÁTÁ LÉTA V KROMĚŘÍŽI.....	48
4.5.1	Kulturní instituce v armádě.....	48
4.5.2	Hudební festival ASUT	49
4.5.3	ASUT v Kroměříži	50
4.5.4	Propagační aktivity spojené s konáním festivalu ASUT v Kroměříži	50
4.5.5	Propagační materiály ASUT	51
4.5.5.1	Tištěná forma	51
4.5.5.2	Mediální propagace festivalu:.....	52
4.5.6	Vnímání festivalu ASUT publikem a jeho přínos městu Kroměříž	52
	ZÁVĚR	54
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	56
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	59
	SEZNAM PŘÍLOH.....	60

ÚVOD

Kultura je odjakživa považována za důležitou součást společenského života. Rozhodnutí rozvinout téma „Propagace české kultury v letech 1948 - 1989“ vycházelo z několika důvodů. Mezi hlavní motivy patřil jednak dlouhodobý zájem o kulturu a historii všeobecně, další motivací bylo též prohloubení poznatků o zajímavých momentech a událostech, jež v konkrétním období proběhly ve městě Kroměříž.

Cílem práce je zmapovat propagační aktivity české kultury během uvedeného období, přičemž hlavní pozornost je zaměřena především na tištěnou formu propagace.

Pro dosažení uvedeného cíle bude zapotřebí vypracovat dvě základní části. V první části bude v rámci teoretického základu věnována pozornost důležitým pojmům z oblasti propagace, opomenut nezůstane též náhled do historie tisku a historie propagace samotné.

Vybraný časový úsek let 1948 – 1989 poté bude jak v části teoretické, tak i v části praktické, rozdělen do jednotlivých bloků s přihlédnutím k historicko-politickému kontextu. Za každý z těchto časových úseků bude vybrána vždy jedna kulturní akce, která řečené období charakterizuje a ve srovnání s jinými kulturními počiny dané doby se jeví svým způsobem výjimečná.

V teoretické části práce bude sledována propagace stěžejních kulturních akcí v rámci celé České republiky, praktická část se pak zaměřuje na propagaci konkrétních kulturních akcí ve městě Kroměříž a její přímý dopad na propagaci města samotného.

Rozdělení celé práce do jednotlivých úseků z pohledu politického vývoje země tak vytváří tematickou osu, logicky na sebe navazující a propojující obě části.

Při analýze propagačních aktivit vybraných kulturních akcí bude nutno vycházet z odpovídajících zdrojů. Mezi takové patří jednak zdroje týkající se marketingových komunikací všeobecně, dále pak především důkladné studium dochovaných archivovaných historických materiálů. Mezi významné zdroje, které budou v této práci použity, patří též řízené

rozhovory s pamětníky vybraných kulturních událostí či s osobami jinak do těchto konkrétních událostí zainteresovanými. Z tohoto důvodu bude zároveň upuštěno od provedení výzkumu, neboť výše uvedené způsoby práce se zdroji se v tomto případě jeví jako efektivnější prostředek dosažení odpovědi na vznesené hypotézy.

Účelem práce bude vytvoření ucelené teoretické báze informací, jež by mohla být prakticky využita při vytváření materiálů, sloužících k propagaci města Kroměříž jako kulturního a turistického centra, architektonického skvostu střední Hané.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PROPAGACE

V samotném úvodu je nutné vymezit pojem propagace, který bude používán v průběhu celé práce. Dále pak bude odlišen pojem propaganda od propagace, definován bude též pojem propagace kulturních akcí.

1.1 Propagace – vymezení pojmu

Jako propagaci bychom mohli označit „cílevědomou a koncepční činnost komunikační povahy, která zprostředkovává specifické podněty mezi subjektem této činnosti a zvolenou cílovou skupinou, pro niž jsou typické určité sociodemografické či zájmové charakteristiky. Smyslem této činnosti je dosažení změn ve znalostech předmětu propagace, v postojích k předmětu propagace a v úmyslech chovat se doporučeným způsobem.“ [8, s.140]

V marketingovém prostředí je propagace chápána jako činnost, která poskytuje informace, přesvědčuje potenciálního zákazníka a ovlivňuje jeho nákupní chování. Jsou to v podstatě všechny aktivity, jež pomáhají informovat o vlastnostech, dostupnosti a výhodách konkrétního produktu. Mohli bychom říci, že propagace je základním stavebním kamenem efektivního marketingu. [1, s.208]

Ekvivalentem pojmu propagace je v dnešním pojetí spíše více užívaný název reklama. Toto označení však z mého pohledu není přesné – v rámci marketingového mixu „4P“ zaujímá propagace rovnocenné místo vedle produktu, ceny a distribuce. Reklama, jako součást komunikačního mixu je tedy o úroveň níže, než propagace samotná.

Prostřednictvím propagace firma komunikuje se svými zákazníky.

1.1.1. Předmět a cíl propagace

Jedním z mnoha úhlů pohledu na předmět a cíl propagace může být i názor dr. Zdeňka Křížka, podle kterého je „*předmětem propagace výrobek nebo služba, v oblasti mimoekonomické propagace určitá myšlenka, idea, ve všech případech však to, o čem propagace pojednává. Výrazu propagace můžeme užít pro oblast nekomerční, mimoekonomickou, osvětovou, vzdělávací, výchovnou, charitativní, politickou apod., kde není hlavním cílem vytváření zisku, ale prosazení určité myšlenky, idey, programu, vzoru chování ve vědomí členů cílových skupin*“. [6, s.27]

Z marketingového hlediska propagace pokrývá dle Kotlera *veškeré komunikační nástroje, které mohou cílovému publiku předat nějaké sdělení. Tyto nástroje spadají do pěti širších kategorií, do kterých patří reklama, podpora prodeje, public relations, prodejní personál a přímý marketing.* [5, s.124]

1.1.2 Propaganda

Pojem propagace však v žádném případě nesmí být zaměňován za termín propaganda. Vzhledem k tomu, že se v rámci bakalářské práce zabývám obdobím, během kterého byla propaganda vládnoucími politickými složkami hojně využívána, považuji za nutné definovat i tento pojem a stanovit tak jasný rozdíl mezi propagací a propagandou.

V dřívějších dobách bylo na propagandu dle Pavlů nahlíženo jako na „*zaujaté, stranické a cílevědomé šíření ideologických a politických podnětů informativní, regulativní a do jisté míry i stimulativní povahy, jehož smyslem je dosáhnout toho, aby příjemce podnětu jednal ve shodě se zájmem iniciátora podnětu.*“ [8, s.152]

Propaganda je v podstatě tvrzení nebo myšlenka, stavěná do pozice jediného možného přijatelného řešení, přičemž odmítnutí, nepřijetí, tohoto názoru je tvrdě postihováno represemi.

1.2 Formy propagace

Propagace má v tržním prostředí nezastupitelné místo. Pomocí propagace je cílové skupině zprostředkována informace a to v různé podobě, za pomoci různých médií. Propagační aktivity mají ve svém důsledku dva efekty – primární bývá obvykle komerční, sekundární pak efekt nekomerční. V následujících řádcích budou přiblíženy nejčastěji užívané formy propagace a její prostředky.

1.2.1. Propagační prostředky

Jako propagační prostředky bychom mohli označit materiály, nesoucí propagační sdělení. Tato sdělení jsou šířena pomocí médií. Noviny, časopisy, plakáty, brožury, knihy, inzeráty, apod. patří mezi tištěné a tiskové propagační prostředky; televizi, rozhlas, kino, můžeme

zařadit mezi propagační prostředky audiovizuální. Dále pak rozlišujeme například outdoor (venkovní prostředky – billboardy, plakáty), prostředky na místě prodeje (prodejní a propagační sady, přehledy novinek, katalogy), prostředky přímé propagace (dopisy, pozvánky atd). Propagační prostředky podporují též přímý prodej (dárky, propagační předměty...)

Propagační materiály samotné jsou obvykle připravovány k podpoře reklamních kampaní, slouží však mimo jiné též jako klasické informační materiály o společnosti, jejích produktech, o přípravě zvláštních událostí nebo různých akcí. Efektivním působením celé řady propagačních prostředků v rámci kampaně dochází u konzumenta k reakci. Tento moment popisuje model AIDA – zkratka anglických slov Attention, Interest, Decision a Action – což znamená, že úspěšné působení propagačních prostředků upoutá spotřebitelovu pozornost, vzbudí jeho zájem, motivuje jej k rozhodnutí a následně přinutí k akci.

V dalších řádcích bude zmíněn vztah propagace a jednotlivých prvků komunikačního mixu. Vzhledem k tomu, že cílem této práce není jednotlivá témata komunikačního mixu široce rozebrat (neboť každé z nich je téma obsáhlé a vydalo by na samostatnou práci), jsou zde tato zmíněna jen okrajově pro ilustraci zmíněného vztahu.

1.2.1.1 Reklama

Reklama bývá v mnoha případech chybně chápána jako ekvivalent slova propagace. Úkolem reklamy je prodávat, informovat, podporovat odbyt, měla by být jasná, pravdivá, působivá a ekonomická. V reklamě je důležitý nejen vizuální vjem, ale především text, nesoucí sdělení, jehož výpovědní síla by měla být značně vysoká. Schwalbe říká, že *reklama obsahuje sedm reklamních faktorů – obraz, písmo, řeč, hudbu, jednání, předmět a výhodnost*, jež bývají následně rozpracovány do různých forem. [10, s.49]. Využívá též široké spektrum propagačních prostředků – může být tištěná, rozhlasová, televizní, filmová atd.

1.2.1.2 Public Relations

Public relations chápeme jako vztahy s veřejností. Tento vztah může být myšlen jak navenek, kdy prezentujeme firmu, produkt např. pomocí propagačního článku směrem k veřejnosti, tak i jako interní záležitost, kdy jsou komunikována sdělení směrem k zaměstnancům, partnerům apod. K tomuto účelu slouží například firemní časopisy, ná-

stěnky, intranet. V oblasti public relations je nejvyužívanější formou propagace forma tištěná a tisková.

1.2.1.3 Direct marketing

Prostředky přímé propagace mají vysokou účinnost v případě, jestliže jsou direct marketingové kampaně správně zacíleny, načasovány a vycházejí z aktualizované databáze potenciálních klientů. V rámci direct marketingových akcí je možné přímo oslovit konkrétního zákazníka a to různými formami. Např. tištěnou formou, kdy propagačními materiály užívanými v direct marketingu jsou zejména osobní dopisy s přílohami informujícími o produktu či službě. Propagace v přímém marketingu může být realizována též pomocí telefonu (telemarketing), televizních relací (teleshopping) či elektronickou formou (e-mail, webové adresy). Efektivita užití propagačních prostředků v direct marketingu je velmi dobře měřitelná.

1.2.1.4 Podpora prodeje, osobní prodej

Propagace na místě prodeje bývá realizována pomocí tištěných letáků, prospektů, katalogů, kupónů, používány jsou i další propagační prvky jako jsou stojany, poutače, informační vývěsky. Propagací na místě prodeje je i sám obal výrobku, jeho umístění, významnou roli hraje naaranžování výloh.

Propagace u osobního prodeje může být posílena například dárkovými či upomínkovými předměty. [11]

1.3 Historie propagace

Propagace – v užším smyslu reklama – funguje od dob, kdy lidstvo mezi sebou začalo směňovat vyrobené zboží a uspokojovat tak poptávku. Významným momentem ve světě (nejen) propagace znamenal Gutenbergův vynález knihtisku pomocí pohyblivých liter v padesátých letech 15. století. Vzhledem k masivní negramotnosti tehdejšího obyvatelstva však stále mělo vyvolávání a vychvalování nabízeného zboží na tržnicích větší efekt, než tištěná informace o jeho kvalitách. Své publikum si tištěná forma propagace našla až ve druhé polovině 19. století, do té doby stále ještě vítězí vývěsní štíty, cechovní znamení,

zejména však ústně přenášená informace o kvalitách toho kterého výrobku či osobní doporučení žádané služby.

Druhou polovinu 19. stol. můžeme označit za počátek rozmachu moderních forem propagace v českých zemích. Doposud rozšířený názor, že dobré a solidní zboží nepotřebuje reklamu, neboť to se chváří samo, byl postupně vytlačován a propagace přestala být chápána jako podřadný způsob kramářského, komediantského a jarmarečního nabízení zboží, jež kazí pověst slušnému podniku. Klima změn, které s sebou přinesla vědecko-technická revoluce, vneslo jiný náhled i na vnímání novinek, jež bývaly doposud přijímány s nedůvěrou a s puncem rozmařilosti. Spotřebitelé počátku 19. stol. většinou osobně znali svého dodavatele potravin, oblečení či jiného zboží a neměli potřebu vyhledávat jiného. Nástupem továren se však situace změnila – výrazně se rozšířilo spektrum nabízených produktů i možností jejich dosažení. Aby se mohli tehdejší spotřebitelé s novými nezvyklými výrobky seznámit, plnila propagace v nově vznikajícím konkurenčním prostředí nezastupitelnou úlohu. Byly pořádány osvětové přednášky, výstavy, demonstrace nových postupů přímo v podnicích apod. V dobových časopisech začaly vycházet inzertní rubriky, tiskly se propagační letáky, reklamní vizitky, informativní texty, na ulicích se objevili nosiči reklamy apod. Téměř veškerá inzerce byla svou formou i obsahem cílena na ženy, neboť ženy zpravidla zařizovaly nákupy do domácností od jídla přes oblečení až po technické záležitosti, jakými v té době byly novinky v podobě šicích strojů, praček, osvětlení, kuchyňských a jiných domácích pomocníků. Možnosti propagace byly později podpořeny vynálezem telefonu, filmu, fotografie. [15, s 1-16]

Producenti i prodejci pochopili, že musí být vidět - realizovaly se tak obří reklamní poutače, tehdejší plakáty dodnes udivují svou originalitou, smyslem pro detail i výpověď. Doboové reklamní tisky musely splňovat vysoké umělecké nároky, u plakátů byl užíván druh alegorické malby. Mezi výrazné hlavní představitele české tvorby 90. let 19. stol. patří Alfons Mucha, Luděk Marold či Vojtěch Hynais (viz. PI), do jejichž umělecké produkce patří též počiny z obchodní propagace. [15, s. 127].

V období před první světovou válkou se začaly vytvářet nové umělecké avantgardní směry, mezi které patří například surrealismus, dadaismus, kubismus, art deco apod, které zasáhly i do propagační tvorby. [27]

Meziválečné období z pohledu propagace charakterizují zejména díla zakladatele českého moderního designu Ladislava Sutnara či reklamní fotografie Josefa Sudka. V roce 1927

vznikl reklamní spolek REKLUB, jenž sdružoval obchodníky a reklamní poradce, snažící se prosadit zákon o nekalé soutěži. [28]

Samostatnou kapitolou by byly propagační aktivity firmy Baťa, kdy marketingové oddělení mimo standardních propagačních prostředků využívalo též neotřelých metod jako například tzv. leteckou reklamu (letoun táhl reklamní sdělení + shazoval reklamní letáky), reklamu umístěvanou na auta či na boční stěny domů, populární byly automapy s vyznačenými prodejny Baťa nebo filmové reklamy s dobovými celebritami. [29]

V období druhé světové války byly téměř všechny propagační aktivity utlumeny a zastíněny celosvětovým válečným děním. Na scénu se tak, stejně jako v pozdějších padesátých letech 20. století, dostává spíše propaganda. Následující období vlády komunistické ideologie dává vzniknout tzv. socialistické propagaci. Vzhledem k faktu, že z trhu byla vytlačena jakákoli konkurence, je otázkou, bylo-li propagace vůbec zapotřebí. Socialistická propagace se tak zaměřovala na prevenci, používání nových výrobků, kladla důraz na zdravý životní styl. Mezi významné reklamní agentury působící v tomto období patří například MERKUR - zaměřený na domácí obchod, ERPO, Rapid či Incheba.

I v dnešní době mají propagační aktivity v komunikačním mixu nezastupitelné místo. Přesto že jsou k propagaci využívány nejnovější technologické postupy s přispěním výsledků vědeckého zkoumání spotřebitelových požadavků, pořád platí heslo: není problém produkt vyrobit, musí se umět i prodat.

1.4 Propagace kulturních akcí

Dle Johnové je propagace kulturních akcí jednou ze složek marketingového mixu, kterou se zabývá tzv. art marketing. Marketing všeobecně hledá řešení pro uskutečnění přání či uspokojení potřeb zákazníka, art marketing tato řešení aplikuje na poli jakéhokoli odvětví umění, kultury či kulturní organizace. Zahrnuje také reprodukční umění, mediální umění, film, autorská práva, autorská díla, nakladatelskou či vydavatelskou činnost aj. Art marketing můžeme aplikovat v komerční i neziskové sféře. [3, s.28]

V rámci propagace kulturních akcí je možné využít široké spektrum propagačních prostředků, dá se však říci, že mezi nejúčinnější v oblasti tištěných propagačních materiálů, patří plakát.

1.4.1 Plakát

Plakát bychom mohli označit jako rozměrný list papíru, jenž je vystavován na veřejných místech, kdy se za výrazného použití textu, obrazu nebo kombinace obojího, snaží upoutat pozornost k nabízenému zboží, uměleckému dílu, produkci, zábavě či názoru. Předchůdce plakátů bychom mohli najít už ve starém Egyptě a Římě v podobě kamenných či měděných desek vystavovaných na veřejnosti, do kterých byl text vysekáván nebo vyryt. V Evropě pocházejí první zmínky o tištěném plakátu z Anglie poloviny 15.stol. V pozdější době byly tištěny plakáty upozorňující na hry Williama Shakespeara. Mezi významné představitele české plakátové tvorby patří například secesní malíř Alfons Mucha. V období mezi válkami vzrostl význam politicky laděného plakátu, jenž sloužil k mobilizaci a odporu proti nepříteli. Nejslavnějším obdobím českého plakátu pak byla šedesátá léta 20. stol. a filmové plakáty této doby.

V dnešní době je plakát nejběžnější tiskovinou, jež je vylepována na frekventovaných místech. Jeho úkolem je působit na širokou veřejnost, není určen pouze úzké skupině. Hlavním cílem je upoutání pozornosti za přispění barevně nápadného, výrazného provedení za podpory stručného výstižného textu (co, kde, od kdy – do kdy). Důležitým faktorem je životnost plakátu – materiál by měl být dostatečně odolný povětrnostním podmínkám tak, aby plakát vydržel alespoň po dobu konání propagované akce.

Plakáty jsou pak různých druhů – například typografický, který obsahuje pouze text, grafický, u kterého je text doplněn reprodukcí (nebo opačně – obrázek doplněný textem) nebo fotografický, jenž bývá většinou předlohou grafickému plakátu, kdy na fotografickém papíře je exponován i text. Čistě fotografický plakát bývá vystavován většinou v interiérech. [30]

Dalším zajímavým způsobem, jak propagovat kulturní akce, může být event marketing, kterému bude věnována krátká pozornost v následující kapitole.

1.4.2 Event marketing

V současné době přemíry komerčních podnětů, valících se na spotřebitele ze všech stran, se eventy jeví jako zajímavá možnost, jak se odlišit od ostatních nabídek. Tato forma propagace – je-li zprostředkována kreativně, vkusně, nenásilně a s přesným zacílením – může být úspěšnou cestou k zákaznickovým mozkům a srdcím.

Na počátku je zapotřebí od sebe z významového hlediska oddělit pojmy „event“ a „event marketing“. Event marketing bychom mohli chápat jako celkový koncept, strategii, která je propojena s ostatními prvky komunikačního mixu. Jedná se o dlouhodobý proces, který je spojen s vytvářením emocionálního spojení mezi značkou a zvolenou činností. Podle Šindlera *pod pojmem event marketing rozumíme zinscenování zážitků stejně jako jejich plánování a organizaci v rámci firemní komunikace. Tyto zážitky mají za úkol vyvolat psychické a emocionální podněty zprostředkované uspořádáním nejrůznějších akcí, které podpoří image firmy a její produkty.* [12, s.22]

Event je pak konkrétním nástrojem, který cíle určené strategie naplňuje. Bývá charakterizován jako mimořádná zvláštní událost, která zákazníkovi utkví v paměti. Event bychom mohli krátce pojmenovat jako „zážitek“. Šindler opět říká: *„Úspěšný event aktivuje smysly účastníků a otevírá cestu k prožitku se značkou. Tím, že má jedinec příležitost vyzkoušet konkrétní výrobek, se emocionální rovina vnímání spojuje s rovinou racionální“.* [12, s.62]

Event marketing využívá pro dosažení svých cílů emocií. Jediný silný emocionální podnět doplněný příslušnou kvalitou komunikovaného produktu, služby, kulturní akce, dokáže dlouhodobě udržet vztah mezi firmou a jejím zákazníkem. Takový vztah je dlouhodobou záležitostí, tvořící se léta.

V rámci konání eventových akcí se nejčastěji setkáváme s propagací v tištěné formě v podobě pozvánek, informačních letáků, plakátů, publikací pro účastníky a podobně. Mohli bychom tedy říci, že event marketing a tisk spolu z hlediska propagace velmi úzce souvisí.

2 TISK

Propagace v dnešním pojetí má mnoho možností, jak být prakticky realizována. V současném světě multimediálních komunikací je možné svá sdělení předat pomocí televize, filmu, rozhlasu, velkým fenoménem dneška je internet s možnostmi mailu či řadou sociálních sítí; nelze v tomto směru též opomenout mobilní operátory. Ovšem propagace v období, které je předmětem této práce, neměla výše uvedené pomocníky k dispozici. Vedle rozhlasu, filmu a později také televize, sloužil potřebám propagační tvorby především tisk. Zprostředkování propagačního sdělení v tištěné formě (ať už jako text či obraz) bylo v rámci tohoto období nejrozšířenější a nejtypičtější, v rámci celé práce bude tedy pozornost zaměřena na tisk, jako na významné médium v propagační sféře.

2.1 Historie tisku v Československu po roce 1948

2.1.1. Poúnorové období

Po uskutečněném politickém převratu v únoru 1948 se řízení a kontroly médií ujali komunisté. Zásah komunistické moci znamenal totální změnu v dosavadních pořádcích nejen v rámci vlastnických vazeb tehdejšího mediálního průmyslu, především však v modelu veřejné komunikace médií. Maximální snaha KSČ o absolutní kontrolu nad způsobem mediální komunikace je typickým znakem tohoto období a vedoucí straně vydržela po čtyřicet let. Vydavateli tisku v té době mohly být pouze politické strany, společenské organizace nebo státní instituce. Publiku byly zprostředkovávány filtrované informace pouze „nezávadného“ charakteru. Významnou roli zde hrála propaganda a cenzura. Média padesátých let náhle ztratila svou pravou funkci, přestala se za svou činnost zodpovídat veřejnosti a začala zcela podléhat KSČ. V tomto období byla zrušena řada periodických tiskovin, dodávka výrobního materiálu do tiskáren byla nařizována komunistickou stranou, docházelo k personálním změnám v redakcích. V padesátých letech dvacátého století vznikla cenzurní instituce s názvem Hlavní správa tiskového dohledu. Jejím úkolem bylo chránit státní tajemství a ochraňovat osobní zájem. V praxi to však znamenalo absolutní cenzuru veškerého tištěného projevu od pozvánek na výstavy, do divadel, programu kin, přes tisk pohlednic, nálepek až např. po oznámení ve společenské rubrice. Každá tiskárna zaměstnávala svého cenzora, bez jehož podpisu a schvalovacího razítka nebylo možno periodikum vůbec začít tisknout, přičemž překročení případného zákazu bylo trestné. Hlavními infor-

mačními zdroji pro novinářskou práci byly dvě čelní tiskové agentury – česká ČTK a sovětská TASS, pro zprostředkování informací z domácího prostředí měly nejsilnější vliv noviny *Rudé právo*, vydávané Komunistickou stranou Československa.

Tiskoviny padesátých let minulého století byly charakteristické svým šedivým, nezáživným obsahem plným propagandistických a ideologických obsahů. V rámci likvidace konkurence a hospodářské soutěže úplně vymizely formáty, jako je reklama, inzerce, PR články, reportáže. Až později s příchodem šedesátých let se vrací zapomenuté formy – interview, fejetony apod. Pro potřeby centralizované distribuce vznikla Poštovní novinová služba (PNS), jejíž prioritou bylo zabezpečení bezproblémové distribuce *Rudého práva* a slovenské *Pravdy* po celém území socialistického Československa. [4, s.145 - 149]

2.1.2. Exilové aktivity

Tvrdé podmínky novinářské práce v nesvobodných dobách padesátých let se intenzivně prostřednictvím vydávání ilegálního tisku snažila prosvětlit skupina exilových intelektuálů a generace dětí válečných emigrantů. Mezi tyto patřily známé osobnosti, jako například Ferdinand Peroutka, Jiří Pistorius, Jiří Kovtun, Jaroslav Stránský či Pavel Tigrid. Původně byla vznikající exilová média určena exilovému publiku, později však využívala svého vlivu k cílenému a intenzivnímu narušování železné opony zvenčí. Exilové časopisy byly ilegálně dopravovány do Československa, zde se tiskovina šířila pomocí tzv. „samizdatu“ – ilegálním rozmnožováním, v opisech. [4, s. 165]

2.1.3. Pražské jaro

Následující šedesátá léta se nesla v duchu hlasů volajících po reformách politických i společenských. Počátkem roku 1968 byl do funkce prvního tajemníka ÚV KSČ zvolen pokrokově a demokraticky smýšlející Alexandr Dubček, pod jehož vedením započal proces obrody, návratu k demokratickým principům. Cílem jeho snažení bylo napravení celkově pokřiveného ekonomického, společenského i politického prostředí Československa, jež bylo důsledkem dvaceti poválečných let vlády KSČ. Důležitým faktem však bylo, že i uvnitř vedoucí strany se projevovaly proreformní hlasy a vůle ke změnám. Tento proces „obrození“ pozitivně vnímala značná část veřejnosti a všeobecně se pro něj vžil název „pražské jaro“. Postupně byla zrušena cenzura, byly vyslyšeny hlasy novinářů volající po

rovném přístupu k informacím, k novinovému papíru apod. Do médií se začaly vracet utlumené formáty jako je například investigativní psaní, jež odhalovalo aféry, skandály a bolestivá témata předchozích dvaceti let. Zatímco například náklad Rudého práva klesal, výrazně se pozvedl zájem o segment kulturních časopisů.

Zrušení cenzury a rychlé přerůstání totalitního modelu médií v model demokratický došlo do situace, kdy KSČ fakticky ztratila svou ústavně danou řídicí úlohu nad médii. [4, s. 177 - 188]

2.1.4. Vojenská intervence a ústup od reformem

Uvolnění československého politického klimatu vyvolávalo uvnitř Komunistické strany sovětského svazu značnou nervozitu, neboť v rámci sovětského vnímání demokratického působení médií se toto rovnalo vytlačení vedoucí úlohy KSČ, jež by mohlo potencionálně vést ke zhroucení komunistického systému v celém východním bloku. 21. srpna 1968 tedy proběhla vojenská intervence zemí Varšavské smlouvy do Československa s cílem potlačit a normalizovat nežádoucí svobodné podnebí. Média, jako silná zbraň demokracie, musela být zkrocena – byla opět nastolena cenzura, rozšířil se systém sankcí pro vydavatele, proběhly personální čistky v médiích, čas svobody tisku zakotvené v zákoně opět skončil.

2.1.5. Období normalizace

Za normalizační období můžeme považovat dobu od dubna 1969, kdy místo proreformního Alexandra Dubčeka obsadil Gustáv Husák, dosazený sovětským vedením, po listopad 1989, kdy došlo k rozkladu komunistického režimu, jehož vyvrcholením byla tzv. „Sameťová revoluce“.

Návrat do „normálu“ po roce 1968 byl novým vedením KSČ tvrdě praktikován pomocí policejních represí a existenčního tlaku. V tomto období dochází k masivnímu exodu do emigrace, státní hranice byly uzavřeny a cestování bylo velmi ostře regulováno. Lidé se sice navenek podrobili uplatňované státní moci, svůj vnitřní nesouhlas však nadále projevovali, jak jen to bylo možné. Vzniká zde (především na kulturní půdě) množství aktivit – hudební underground, burcuující literární, filmová či divadelní díla.

Hlavním cílem normalizace však bylo absolutní znovu ovládnutí médií politickou mocí. KSČ uplatňovala svůj vliv v rozhlase, televizi a především v tisku s nebývalou důsledností.

Rudé právo se opět vrátilo na špici – bylo určujícím směrem pro stanovení postoje, hodnocení událostí. Periodika, která souhlasila s možnostmi svobodného projevu, nakrátko získaného během pražského jara, byla vyhodnocena jako nežádoucí a postupně rušena. Celostátně fungovaly pouze prorežimní tituly, regionální periodika, případně závodní a podnikový tisk. Vlastní tituly mohly vydávat též dobrovolné společenské organizace. Z dnešního pohledu zde figurovaly také dva extrémní – byly vydávány a čteny ryze propagandistické tituly – *Svět sovětů*, *Svět socialismu*, které by si dnes těžko našly publikum, na druhou stranu se absolutně nevyskytoval formát bulvárních nebo erotických časopisů, jak je tomu dnes.

Zatímco navenek byla mediální scéna umravňována dle představ vládnoucí garnitury, pod povrchem se postupně vytvářela alternativní forma tištěných médií. Lidé perzekvovaní režimem, vytlačení ze svých veřejných postů, nesouhlasící s praktikami režimu a tímto režimem odsunutí na okraj společnosti, vytvořili paralelní společenskou strukturu. V rámci tohoto alternativního uskupení začala fungovat tzv. samizdatová tvorba („samovydávání“), jež byla režimem označována za ilegální, protizákonnou a závadnou. Zahrnovala nejen tištěná periodika, ale též audio či video nahrávky. Pomocí samizdatu se lidé prakticky bránili režimní propagandě a vytvářeli tak v podstatě náhradní systém informování. Zpočátku normalizace vycházelo v rámci samizdatu pouze malé množství titulů, čím více však tlak režimu sílil, tím více samizdatových periodik vycházelo a do roku 1989 počet jednotlivých titulů přesáhl dvě stovky. Významnou měrou se na rozvoji alternativního informačního systému podílela též exilová média s distribucí necenzurovaných informací; důležitou roli hrála též rádia Svobodná Evropa, Hlas Ameriky či BBC. [4, s. 203 - 231]

2.2 Kulturní akce stěžejního významu pořádané v Československu v letech 1948–1989 a jejich propagace

Kulturní život v socialistickém Československu procházel mnoha různými specifickými úseky, jejichž tvář byla značně ovlivněna politickým děním v zemi. V následujících řádcích bude toto období přehledně rozděleno do jednotlivých typických úseků v rámci politického kontextu a pro ilustraci bude vybrána a popsána vždy jedna kulturní akce a její propagace, která dané období charakterizuje a z mého pohledu je pro toto období mimořádná.

2.2.1 Padesátá léta

Politické poměry v Evropě, jež aktuálně platily, byly s koncem 2. světové války zcela přerovnány. Komunistická diktatura, masivně podporovaná Sovětským svazem, vytyčila Československu jasný směr vstříc „lepším zítřkům“. Průmysl i drobní řemeslníci byli znárodněni, půda združstevněna, mnozí z odpůrců režimu popraveni, v řadě případů na dlouhá léta věznění či pronásledováni. Proběhla pozemková i měnová reforma, třídní boj byl uměle vyostřován na maximum, zemí se šířil strach a nespokojenost. Československý rozhlas a tisk byly pod přísnou cenzurou komunistické strany, která za pomoci propagandy upevňovala svou moc. [9, s.12]

Pořádání kulturních akcí a jejich propagace vůbec bylo v této době zúženo do formy podpory lidového umění, upraveného k opěvování režimu a komunistických vizí. Takzvaný socialistický realizmus svým obsahem i formou napomáhal vytváření socialistické společnosti, jeho posudku bezvýhradně podléhaly všechny druhy umění od architektury přes literaturu, hudbu, film apod. [9, s.24]

Více nežli propagace byla v této době užívána propaganda, jejímž typickým prostředkem se staly plakáty (9, s.24). Na těchto materiálech byli zpravidla vyobrazeni šťastní mladí lidé, hledící vstříc světlé budoucnosti (viz. PII), nosná myšlenka bývala zpravidla doplněna údernými hesly. Jiné motivy zase demonstrovaly sílu režimu a následky pro ty, kdož by se jeho myšlenkám protivili. Ačkoli se v padesátých letech konaly mnohé kulturní akce, jejichž charakter byl čistě prorežimní (například sjezdy Československého svazu mládeže nebo 1. celostátní spartakiáda), našly by se též takové, které i přes nutnou dávku propagandy měly lidský rozměr a dodnes vykazují vysokou uměleckou hodnotu (například v kinematografii díla Jiřího Trnky, Jana Wericha apod.). Z mého pohledu však mezi jedny z nejdůležitějších aktivit padesátých let, reprezentujících Československo navenek a povzbuzující Čechoslováky „uvnitř“, patří cestovatelské výpravy pánů Hanzelky a Zikmunda a jejich následná prezentace publiku. Propagaci těchto akcí bude tedy věnována následující kapitola.

2.2.1.1 *Hanzelka, Zikmund a Tatra*

Cestovatelské výpravy různých charakterů za poznáním nového byly uskutečňovány odjakživa. Ovšem do příchodu dvou mladých nadšených kamarádů ze školních let Hanzelky

a Zikmunda na objevitelskou scénu, se jednalo většinou pouze o překonávání kilometrů a soutěžení, kdo dál, výš, rychleji. Až vnitřní nadšení v kombinaci s vrozenou disciplínou, vášní a vlastenectvím obou přátel, dalo československým cestovatelským aktivitám punc jedinečnosti. Cestovatelské plány inženýrů Hanzelky a Zikmunda začaly nabývat praktických obrysů v roce 1946, kdy bylo vyhověno jejich žádosti o finanční podporu cestovatelského projektu, podané na ministerstvo informací. Myšlenku finančně podpořilo též ministerstvo školství, jež přislíbilo uhrazení části nákladů. Cílem zmíněného projektu byla propagace československého (zejména automobilového) průmyslu ve světě. Důraz byl kladen především na hospodářské cíle; úkolem odvážných cestovatelů bylo navazování obchodních styků s novými firmami, zajišťování hospodářského zpravodajství a v neposlední řadě také prezentování jízdních vlastností vozu Tatra T-87, který pro cestovatelské účely poskytla československá automobilka Tatra. Součástí projektu bylo též vedení podrobné dokumentace cesty, jež by mohla být následně využita pro kulturně-propagační, osvětové a edukační potřeby. Díky pečlivosti a poctivému přístupu pánů Hanzelky a Zikmunda při přípravě a následné realizaci samotných cest tak vzniklo obrovské množství filmového, rozhlasového, fotografického i tištěného materiálu, jež byl následně prezentován široké veřejnosti a jež byl přijat s obrovským nadšením.

První cestovatelská výprava, která se uskutečnila v roce 1947 – tedy ještě před únorovým pučem – se konala do Afriky. Z této cesty vytvořili oba autoři nebývalé množství reportáží, jimiž pravidelně zásobovali československá periodika. Celkem bylo z první výpravy pořízeno 293 novinových reportáží, které vycházely v populárních periodících padesátých let *Svět práce* a *Svět motorů*. Pro československý rozhlas bylo jen z první cesty vytvořeno 702 reportáží, jež byly na pokračování vysílány 2x týdně a řadily se mezi nejposlouchanější pořady. Značným celospolečenským překvapením byl fakt, že se oba cestovatelé po událostech z února 1948 z této výpravy vrátili zpět do vlasti. Všeobecná popularita obou cestovatelských hvězd mezi Čechoslováky byla vládnoucím režimem nejdříve tolerována a následně i podpořena. Po návratu z africké výpravy započaly intenzivní práce na přípravě vydání cestopisných knih a zpracování získaného filmového materiálu. V gottwaldovských atelierech tak vznikly 3 celovečerní filmy a 10 krátkometrážních, které sledovaností předčily dobové filmové trháky. Přestože nařízením cenzurního dohledu nad vytvářenými díly byly do mnohých z filmů uměle vsunuty propagandistické záběry či komentáře (typu: vykořisťované africké děti žijí v bídě, zato československé v kvetoucím socialistickém blahobytu apod.), národ oba cestovatele obdivoval a miloval jako hrdiny, jako své „prodlou-

žené oči a smysly“, prostřednictvím kterých mohl okusit to, co diktátorský režim zapovídal. Výsledné cestovatelské úlovky byly publiku prezentovány nejen v tolik populární filmové a rozhlasové podobě; v průběhu padesátých let proběhla též řada výstav a besed. [21, s.88]

Na základě informací PhDr. Magdaleny Preiningerové, vedoucí oddělení zlínského Muzea H+Z, bylo v průběhu let 1950 – 1959 celkem uskutečněno 469 veřejných projevů. O propagaci jednotlivých výstav a prezentací se zpočátku starali Hanzelka a Zikmund sami osobně. Tiskové a tištěné materiály jako například články, pozvánky, plakáty (viz. PIII), upoutávky v tisku k filmům (viz. PIV), zajišťovaly redakce časopisů, v nichž jednotlivé reportáže vycházely. Na další propagaci se podílela též nakladatelství, velmi silnou propagaci zajišťoval též československý rozhlas, ve kterém byly, pod vedením režiséra Karla Pecha, pravidelně vysílány jednotlivé reportáže.

2.2.2 Šedesátá léta

Počátkem šedesátých let dvacátého století se pozvolna začalo měnit vnitřní klima v celé československé společnosti. Rozhlas a televize šířily pravdivé a objektivní informace, došlo k uvolnění celkového napětí. Do popředí se dostaly nové zahraniční moderní trendy, mezi které patřil styl oblékání či účesů, hudby, filmové tvorby a podobně. Lidé, hladoví po kultuře, našli uspokojení v nově vzniklém uskupení - Divadle SEMAFOR. Jak říká muzikant Michal Prokop: „*Asi není nikdo z mé generace, koho by Semafor nějak neovlivnil, nezasáhl, nebo dokonce nevtáhl. Když jsme dospívali – zraje šedesátých let – byl to fenomén*“ [31]. SEMAFORu jako určujícím kulturnímu prvku šedesátých let a propagaci jeho představení v tomto období bude tedy věnována následující kapitola.

2.2.2.1 SEMAFOR

Na počátku 60. let 20. stol. dochází ke vzniku malých divadel, jež měla v úmyslu být protikladem velkým kamenným divadlům a to prostřednictvím těsného kontaktu s publikem. Jedná se povětšinou o divadla autorská, jejichž produkce byla založena na spontánním projevu, improvizaci a klaunství. Výrazovými prostředky takových uskupení je humor, satira, nadsázka, ironie, vtipné dialogy a je vyhledáváno především mladým publikem. [33]

Divadlo SEMAFOR založili v roce 1959 divadelníci soustředění kolem Jiřího Suchého. Název je zkratkou slov „SEdm MALých FORem“ a vyjadřuje původní záměr zakladatelů pracovat s co nejširším spektrem uměleckých žánrů. Jejich zájem se soustředil na film, poezii, jazz, kabaret, loutkoherectví, pantomimu a hudební komedii, což však na účinkující kladlo nesmírné nároky a postupně bylo od tohoto záměru upouštěno. Po dlouhé době temných padesátých let se lidé začali znovu do divadla chodit bavit – vznikaly zde vysoce kvalitní hry písňového typu, jež byly kombinací písniček, scének a částečně též improvizací. První hrou Semaforu byla již v roce 1959 hra *Člověk z půdy*, jejímiž autory byli Jiří Suchý a Jiří Šlitr. [32]

Hlavními hvězdami představení pak byl Miroslav Horníček, Miloš Kopecký, Karel Štědrý, Waldemar Matuška a mnoho jiných v různých alternacích. Komédie *Člověk z půdy* se dožila neuvěřitelných 228 představení a provždy změnila české hudební divadlo. Z tohoto kusu pochází dodnes hrané hity *Včera neděle byla*, *Pramínek vlasů*, *Dítě školou povinné*, apod. Éra „zlatých šedesátých“ nebyla na všudypřítomnou cenzuru tolik citlivá, jako byla pozdější doba normalizace. Vznikaly zde brilantní texty, jež se zapsaly mezi „rodinné stříbro“ svého druhu v československé umělecké sféře.

Propagace jednotlivých divadelních představení v 60.tých letech se odehrávala zejména na poli tištěných plakátů, letáků, programů (viz. PV) za podpory tehdejšího Národního výboru Prahy 2 [14, s.5]. Významným propagačním prvkem bylo samotné logo Divadla Semafor, umístěvané na tištěných materiálech (viz PVI).

2.2.3 Sedmdesátá léta

Jiří Pernes, uznávaný český historik, ke klimatu 70.tých let říká: „*Komunistický režim v Československu, budovaný po roce 1969 už od občanů nevyžadoval projevy oddanosti a věrnosti, jako tomu bylo v uplynulých desetiletích. Nyní stačila pouhá poslušnost, dodržování nespravedlivých zákonů a plnění pracovních povinností. Aby se veřejnost smířila se zrušením demokratických svobod a duchovním útlakem, daným opět zavedenou tuhou cenzurou, poskytoval režim poměrně vysokou životní úroveň*“. [9, s.64]

V rámci podpory životních potřeb socialistického občana byly zavedeny mateřské příspěvky, rodinné přídatky, novomanželské půjčky. Započalo se s výstavbou panelových sídlišť, růst životní úrovně se začal projevovat na zvýšené poptávce po nedostupném zboží ze zá-

padu. Takové zboží si však mohla pořídit jen zvláštní vrstva obyvatelstva v obchodech k tomu určených – tzv. „Tuzexech“. Lidé svůj volný čas věnovali nenáročným zábavě, ideálním rodinným vozem se stala Škoda a to v osobním vlastnictví. Vzhledem k tomu, že režimem byly opět uzavřeny hranice, velmi populárním se v této době stalo chataření a chalupaření. Vzniklo též množství „pomníků socialismu“, mezi které patří například nově vybudované elektrárny, pražské metro, Palác kultury, dálnice Praha-Brno-Bratislava apod. Normalizačním duchem byla samozřejmě ovlivněna i kultura v sedmdesátých letech. Mnohým umělcům byla za jejich otevřený nesouhlas s režimem zakázána činnost, řadě cenzura zásadním způsobem ovlivňovala jejich práci. Ovšem možná právě z tohoto důvodu vzniklo například v československé kinematografii množství dodnes oblíbených skvostů v podobě ideově nezávadných původních pohádkových příběhů či seriálů.

Jednou z největších celospolečenských událostí, charakterizující normalizační období, bylo dle mého názoru uspořádání Československé spartakiády v roce 1975.

2.2.3.1 Československá Spartakiáda 1975

Dle dobové výpovědi byla Československá spartakiáda 1975 velikou tělovýchovnou a politickou událostí. Svým úspěšným průběhem se stala důstojným příspěvkem k oslavám 30. výročí osvobození Československa slavnou Sovětskou armádou. Dokumentovala velkou důvěru a širokou podporu pracujících – dospělých i mládeže – politice komunistické strany v jejím úsilí o rozvoj šťastného života v naší zemi. [2]

Celorepublikové spartakiády navazovaly v podstatě na komunistickým režimem zakázané Všesokolské slety, jež měly hlubokou tradici od dob obrozeneckých. Veškeré sportovní aktivity (v případě jejich ideové čistoty) byly režimem silně podporovány. Hlavní myšlenkou tohoto úsilí bylo vybudovat silný a zdravý národ, jenž by bez problémů uměl čelit „zákeřným imperialistickým vpádům“. Sport a tělovýchovná aktivita vůbec byly tedy ideálními prostředky k dosažení tohoto cíle a byly podporovány napříč věkovým spektrem československé společnosti. Celorepublikové spartakiády se pořádaly jednou za pět let, přičemž přípravy dalšího ročníku obvykle vypukly záhy po skončení spartakiády aktuální. Z dnešního pohledu byla příprava a organizace takové akce obdivuhodným činem. Program Československé spartakiády 1975 měl předvést veškeré formy socialistické tělesné výchovy, byly do něj tedy zahrnuty též sportovní a branné soutěže. Aktivně se na něm podílel Československý svaz tělesné výchovy, ROH, SSM, školství, Svazarm apod. Ve všech

československých okresech probíhaly soutěže (účast jednotlivých cvičenců byla „dobrovolná“), nejlepší skupina se pak probíjela k účinkování na pražské celorepublikové přehlídce, která se konala v červnu 1975. V rámci dvoudenního programu Spartakiády vystoupilo celkem 88 476 cvičenců v prvním dni, ve druhém pak 91 524 cvičenci v kategoriích: nejmladší žactvo, mladší žákyně, starší žáci, ženy, dorostenci, příslušníci Svazarmu, učňovská mládež, příslušníci Československé lidové armády, rodiče s dětmi, muži a starší dorostenci, studenti vysokých škol. Programu přihlíželo celkem 713 000 diváků. Propagace celé akce probíhala masivní formou (viz PVII) pomocí propagandistických hesel, která byla v podobě plakátů, transparentů, nástěnek, článků a jiných k vidění v tisku, v zaměstnání nebo např. u lékaře i mateřské škole. Propagační aktivity byly financovány celoplošně Komunistickou stranou Československa.

2.2.4 Osmdesátá léta

Počátkem osmdesátých let dochází v Československu k celkovému uvolňování normalizačního napětí a postupné destrukci celého systému, o kterou se zasloužily především osobnosti Československého disentu. Mezníkem v politickém vývoji ve východoevropských a středoevropských zemích se stal též nástup Michaila Gorbačova do čela Komunistické strany Sovětského svazu v roce 1985 s jeho programem „přestavby“ socialismu a jeho demokratizace. Společenské klima bylo značně vyhroceno též z důvodu viditelného snižování životní úrovně, kdy v polovině osmdesátých let byl zaznamenán nejnižší přírůstek národního důchodu od roku 1968. Čím dál častější byla k vidění protestní shromáždění, demonstrace, veřejná kritická prohlášení či mohutné podpisové akce. [9, s.52]

Tato shromáždění bývala bez milosti okamžitě tvrdě rozehnána a účastníci stíháni. Mezi masové demonstrace, které v průřezu doby probíhaly, však patří též mohutné oslavy Prvních májů v Československu. Oslavy svátku práce byly v průběhu vlády komunistického režimu zprofanovány a přetaveny do formy prezentace oddanosti myšlenkám komunismu, a ačkoli například v 50. letech byly jistě pojaty daleko ideologičtěji a propagandističtěji, ani v letech osmdesátých neměli pracující žádnou beztrestnou možnost se takovéto oslavy nezúčastnit.

2.2.4.1 Prvomájové oslavy

1.květen byl oficiálně přijat za celosvětový svátek práce v roce 1889 u příležitosti výročí demonstrací amerických dělníků za osmihodinovou pracovní dobu bez negativního finančního dopadu. V socialistickém bloku byly tyto oslavy vždy pojety s velkou pompou. V normalizačním období v Československu se jednalo o masové akce organizované státem, kdy účast všech obyvatel byla povinná, dokonce kontrolovaná. Ve všech větších městech a obcích se konal prvomájový průvod pracujícího lidu, defilující pod tribunami obsazenými politicky vysoce postavenými osobami. Samotný průvod byl barevnou přehlídkou nejen pracovních profesí, ale též kulturních, sportovních či zájmových seskupení. Plakát, transparent, tištěná hesla, hrály při propagačních aktivitách prvomájových průvodů nezapustitelnou roli (viz. PVIII).

3 STANOVENÍ PRACOVNÍCH HYPOTÉZ

Pro vypracování praktické části práce byly stanoveny následující hypotézy:

Hypotéza č. 1:

Nejdostupnější formou propagace kultury byla v období 1948 – 1989 propagace tištěná a tisková, přičemž plakát plnil úlohu nosného prvku propagace.

Hypotéza č. 2:

Při propagaci stěžejních kulturních akcí v Kroměříži v rozmezí let 1948 – 1989, mezi které byla zařazena výstava „100 let českého národního života“ v padesátých letech, aktivity kroměřížského „Ochotnického divadelnictví“ v letech šedesátých, festival „ARSFILM a ARSfilm amatérů“ v sedmdesátých a festival „ASUT“ v osmdesátých letech, bylo plakátu využíváno jako základního prvku zviditelnění konkrétní akce. Výraznou měrou se též na propagaci podílel lokální tisk.

Hypotéza č. 3:

Propagace kulturních akcí v Kroměříži v letech 1948 - 1989 byla současně propagací města Kroměříž.

PRAKTICKÁ ČÁST

4 PROPAGACE KULTURNÍCH AKCÍ VE MĚSTĚ KROMĚŘÍŽ V LETECH 1948 – 1989

V praktické části bude pozornost zaměřena především na analýzu propagace několika stěžejních kulturních akcí, konaných v Kroměříži v uvedeném časovém úseku. Město Kroměříž, považované za architektonický skvost střední Hané, ve své historii nikdy nezaostávalo v pořádání kulturních akcí za většími městy.

Obsáhnout více jak čtyřicetiletý časový úsek propagace veškerých kulturních akcí v rámci této jedné práce je však prakticky nemožné; pro větší přehlednost bude tedy (stejně jako v teoretické části práce) uvedené období rozčleněno na uzavřené oddíly z pohledu politického vývoje v tehdejší Československu. Do kontextu hlavních politických událostí jednotlivých (téměř) dekad pak bude zasazeno kulturní dění v městě Kroměříži a jeho propagace, s důrazem především na tištěnou formu propagace. V popředí zájmu stojí plakát, dále pak zprostředkování informací publiku o konané akci prostřednictvím lokálního tištěného zpravodajství.

Výše uvedené hypotézy budou tedy ověřeny prostřednictvím studia dochovaných tištěných materiálů. Od provádění plošného průzkumu k ověření stanovených hypotéz bylo upuštěno z důvodu nízkého počtu dostupných relevantních respondentů – místních pamětníků. Větší smysl byl spatřován v důkladném prostudování dochovaných tiskovin, uložených v Muzeu Kroměřížska, místní knihovně či v soukromých archivech organizátorů kulturních akcí, které byly pro účely této práce vybrány, dále pak v uskutečnění osobních rozhovorů s organizátory daných kulturních akcí. Použití takto získaných informací bude sloužit k formulování odpovědí na zadané hypotézy.

4.1 Tisk v Kroměříži

V Kroměříži vždy fungovalo několik tiskáren současně. Vůbec první tiskárnou, která byla v Kroměříži zřízena již v době zasedání Ústavodárného sněmu rakouských národů v roce 1948, byl pobočný závod Státní tiskárny ve Vídni. Od roku 1849 byla stálá tiskárna vedena

olomouckým mistrem tiskařským Františkem Slavíkem, který ji v roce 1864 prodal Jindřichu Guskovi. Mistr černého řemesla a prozíravý obchodník Jindřich Gusek vybudoval prosperující, na svou dobu neobyčejně moderní podnik, zaměstnávající až 50 pracovníků. Tiskly se zde postupně formuláře pro rakousko-uherské četnictvo, materiály církevní, válečné, komunistické, socialistické. V šedesátých letech byla tiskárna zařazena do národního podniku Grafia Brno, následně pak pod správu Moravských tiskařských závodů Olomouc. Tiskly se zde vizitky, plakáty, tiskopisy, propagační brožury, náročné katalogy aj. [23, s.4]

V současné době již bohužel nefunguje, svou činnost ukončila v devadesátých letech 20. stol.

Je nutné vzpomenout též ve své době známou a prosperující kroměřížskou tiskárnu pana Čenka Pechtora a též tiskárnu rodiny Krylových (otec zpěváka Karla Kryla), která ve městě působila krátce v šedesátých letech.

Kroměřížské tiskárny hrály v rámci propagačních aktivit spojených s pořádáním kulturních akcí důležitou roli, ať už momentální politická situace byla jakákoli. Pojem „Guskova“ či „Pechtorova“ tiskárna byl natolik vžitý, že se používal i v dobách jejich socialistického přejmenování a je v podstatě znám doposud, přestože žádná z uvedených tiskáren dnes již nefunguje. [19]

4.2 Padesátá léta v Kroměříži

Počátek padesátých let v Kroměříži je charakteristický výraznou snahou o znovuoobnovení válkou zničeného města. V rámci celého desetiletí bylo uspořádáno mnoho kulturních akcí, typických pro toto období. Mezi takové bychom mohli zařadit například agrární výstavy či dožínkové slavnosti. Stěžejního významu, a to nejen současného a lokálního, však dosáhla výstava „100 let českého národního života“. Uspořádání této výstavy mělo dle mého názoru pro další rozkvet města klíčový význam, a proto jí a její propagaci budou věnovány následující kapitoly.

4.2.1 Výstava „100 let českého národního života“

Revoluční rok 1848 byl významným datem v dějinách města Kroměříže. Konání Ústavního říšského sněmu svým významem zviditelnilo město do netušených rozměrů. Na počest této významné akce bylo rozhodnuto o uspořádání konání výstavy „100 let českého národního života“ v Kroměříži. Akce, jejímž ředitelem byl kroměřížský rodák, spisovatel Jindřich Spáčil, svým rozsahem přerostla regionální význam. Expozice, které byly tematicky rozestry po celém městě, zhlédlo v časovém úseku dvou měsíců na 600.00 návštěvníků. Výstava se stala významným mezníkem v kulturním i hospodářském životě města Kroměříž. [17]

4.2.1.1 *Historické souvislosti*

Revoluční rok 1848 chápeme jako počátek novodobého národního vývoje slovanských zemí. Na pozadí období jazykového a kulturního procitnutí českého národa, spojeného s úsilím o dosažení národní a politické svébytnosti, byl 22.července 1848 svolán ve Vídni říšský sněm, na jehož programu stálo zrušení roboty, poddanství a současně založení samosprávných územních celků v podobě obcí a okresů. Měla zde být sepsána též nová demokratická ústava. Výsledkem těchto jednání měl být přechod starých feudálních pořádků k pozvolné demokratizaci společnosti. Díky politickým nepokojům ve Vídni došlo v rámci revolučních akcí k vyhnání císařského dvora, vážně ohrožen byl i další nerušený průběh jednání. Bylo tedy rozhodnuto o přesunutí sněmu do hanáckého města Kroměříž, kam se následně sjelo na 360 zástupců všech rakouských národů, mezi kterými Slované tvořili většinu. Kroměřížské zasedání trvalo až do března roku 1849 a zúčastnila se ho řada kulturních a politických elitních osobností českého národa, jako byl například F. L. Palacký, F. Rieger, K. H. Borovský, Tyl, Pressl, Mánes apod.

Pro město Kroměříž a současně též pro celou Moravu, která byla v obrozeneckých dobách značně za Čechami, znamenal kroměřížský sněm povzbuzení a utvrzení v přesvědčení, že Češi a Moravané patří jako jeden národ s jednou řečí k sobě a dodal lidem sílu a odvahu čelit německým snahám o rozštěpení národa. Znamenal nový počátek politického a demokratického života společnosti. [22]

4.2.2 Vzpomínka na sté výročí konání říšského sněmu.

Státní výstava „100 let českého národního života“ byla uspořádána u příležitosti stého výročí konání kroměřížského Ústavodárného říšského sněmu. Vzhledem k významu tohoto shromáždění byla naplánována oslavná akce, jež se vymykala lokálnímu charakteru a byla zařazena mezi oslavy celostátní. Výstava se konala ve dnech 20. června – 22. srpna 1948 a měla za cíl ukázat, jak náš národ v uplynulých stech letech vyspěl. Cílem bylo předvést novinky a pokrok našeho průmyslu, řemesel, obchodu, vzdělání, zdravotnictví a kultury. Ve světle únorových událostí roku 1948 však výstava, organizovaná Ústředním výborem strany, získává i jiný rozměr, než je oslava národa a rozkvětu blahobytu společnosti. Vyzdvihovaný Riegrův první paragraf ústavy „Veškerá moc ve státě pochází z lidu“, vyslovený ústy komunistických pohlavárů, se stává více propagandou tehdejšího režimu než vznosnou ideou, jakou měl Rieger jistě na mysli.

4.2.3 Příprava, propagace a organizace výstavy

Přípravy na konání státní výstavy začaly probíhat dlouho před stanoveným termínem jejího zahájení. Kroměříž, do té doby ještě značně poničená válečnými událostmi, započala se stavebními pracemi o rok dříve – došlo k předláždění náměstí, opravám fasád, výsadbě zeleně apod. Vrcholem těchto prací bylo dokončení rekonstrukce zámecké věže, vypálené ustupujícími německými vojsky.

Státní výstava, konaná roku 1948 v Kroměříži, soustředila na toto město značnou pozornost. Vzhledem k tomu, že se jednalo o akci velkého rázu, do které byla zapojena mnohá moravskoslezská města, kulturní a hospodářské instituce apod., bylo zapotřebí intenzivní propagace. Při této příležitosti začal vycházet periodický výstavní zpravodaj „*Kroměřížský rok 1948*“, jež měl za úkol pravidelně a podrobně informovat o dění kolem příprav akce, následně pak i o výstavě samotné. Podařilo se mu zachytit jak celou oblast výstavy, tak i různé kulturní události spojené s Kroměříží v jubilejním roce. Můžeme v něm nalézt příspěvky např. od spisovatele Jindřicha Spáčila či Emila Axmana, fotografie z průběhu stavebních a úklidových prací, karikatury současných událostí proložené historickými příspěvky z roku 1848, fotografie zahajovacího ceremoniálu, jednotlivých expozic či stotisícového návštěvníka, rozhovory s účastníky výstavy apod. Zpravodaj byl veden záživnou, zajímavou formou, není zde však opomenuta ani komerční inzerce.

V záhlaví zpravodaje bylo vždy otištěno logo „*Výstava 100 let českého národního života. V Kroměříži 1948*“. Toto logo, jehož ústředním motivem byla nově zbudovaná zámecká věž objatá lipovými větvíčkami, bylo zpracováno i jako obří „plaketa“ a viselo po celou dobu příprav i konání výstavy na hlavní věži kroměřížské radnice (viz PIX).

Mezi další formy propagace výstavy patří velmi zdařilé plakáty. Hlavní plakát výstavy pochází od akademického malíře Karla Mináře a byl vytisknut v pražské tiskárně Unie. (viz. PX)

Celkový počet různých plakátů, propagujících konání výstavy, byl přes 12.000. Dále pak bylo vydáno 5.000 vývěsek a 20.000 propagačních nálepek. Bylo odesláno na 2.000 akvizičních dopisů. Mimo to pořídily filmové ateliéry 40 kusů diapositivů s propagačním filmem, zvoucím k návštěvě kroměřížské výstavy.

Zajímavou formou propagace bylo vytvoření razítka s textem „Navštivte výstavu 100 let českého národního života – Kroměříž – 1948“ Toto razítko používali kroměřížští obchodníci, veřejné spolky, expeditoři úřadů i soukromé osoby.

Kroměřížští živnostníci a obchodníci se v rámci propagace výstavy také s velkým nadšením zúčastnili soutěže o nejlépe vyzdobenou výkladní skříň, jejíž výsledek a vítězové byli zveřejněni ve výše uvedeném výstavním Zpravodaji. [25]

Organizací výstavy byly pověřeny významné osoby kroměřížského života. Základem organizace byl výbor Zemské živnostenské a průmyslové jednoty v Kroměříži. Byly vytvořeny tři komise – propagační, technická a finanční, které spolu navzájem velmi úzce spolupracovaly. Jak již bylo uvedeno výše, ředitelem výstavy se stal vážený kroměřížský rodák, spisovatel Jindřich Spáčil, jehož osobnost zajišťovala prestiž celé akce. Postavení takto významné osobnosti do čela celé akce bylo dle mého názoru jednak výrazem hlubokého patriotismu, v neposlední řadě však též skvělým reklamním tahem.

4.2.4 Význam konání výstavy pro město a přínos propagace v této souvislosti

Kroměřížská výstava „100 let českého národního života“ byla zajímavě rozčleněna do deseti oborů, přičemž každá z expozic se nacházela v různých částech města. Pro dokonalou orientaci byla pro návštěvníky vydána informační brožurka s mapou a popisem jednotlivých výstav (viz. PXI). Z dnešního pohledu se tato myšlenka jeví jako zajímavý marketingový a obchodní tah - účastníci měli v rámci procházení expozic možnost zhlédnout pře-

vážnou část města, ale pravděpodobně si z časových důvodů nemohli dostatečně vychutnat jeho atmosféru tak, jak by si představovali. Mohli tedy učinit rozhodnutí o další návštěvě města, což znamenalo jasný přínos pro obnovení poválečného turistického ruchu. Další výhody z tohoto členění vyplývaly místním obchodníkům a živnostníkům, kteří měli možnost poskytnout unaveným návštěvníkům občerstvení a odpočinek.

Konání výstavy „100 let českého národního života“ mělo v padesátých letech 20. stol. zásadní vliv na zviditelnění města Kroměříž a jeho budoucí poválečný rozvoj.

4.3 Uvolnění šedesátých let

Šedesátá léta v kroměřížském regionu patřila – tak jako vůbec všude v tehdejší Československu – k období klimatu všeobecného uvolnění předchozího politického napětí. Do popředí se hrnuly nové styly v hudbě, filmu, divadle ale také v módě či sportu. Ani v Kroměříži, městě s bohatou kulturní tradicí, zejména mladí obyvatelé nezůstávají pozadu. Jsou zde organizovány majálesy, jazzové večery, taneční „čaje o páté“ aj. Rozkvět v šedesátých letech zaznamenaly též místní ochotnické divadelní soubory, jejichž propagačním aktivitám spojeným s jejich činností, bude věnována pozornost v následující kapitole.

4.3.1 Historie kroměřížského ochotnického divadla

Tradice kroměřížského ochotnického divadla započala již v roce 1865 první generací ochotníků, kteří se o dva roky dříve nechali nadchnout produkcí kočovného divadelního spolku Josefa Štandery a Jindřicha Mošny. Divadlo druhé poloviny 19. stol. probouzelo v lidech cit pro národní povědomí a občanské sebevědomí. Prvořadým cílem a smyslem tehdejších kroměřížských společenských a kulturních akcí, mezi které patří např. sokolská cvičení, besedy národních spolků či ochotnická představení, bylo shromažďovat stejně smýšlející občany a demonstrovat tak existenci a životaschopnost českého ducha ve městě; postupně tak pomáhat navracet češtinu do tehdy silně poněmčeného kroměřížského povědomí. Do konce století bylo ochotnické divadlo se svou divadelní, zpěvní a hudební produkcí fakticky jediným zdrojem kulturního dění v Kroměříži.

Od přelomu století do první světové války procházelo kroměřížské ochotnické divadlo zásadními vnitřními změnami. Nově nastoupená generace ochotníků vnesla zcela jiný styl a směr do jejich práce, daleko hlouběji chápala smysl a poslání ochotnického divadla.

Období mezi válkami je charakterizováno radikální politizací veřejného a částečně i soukromého života. Tyto tlaky vedly k rozbití dosavadního divadelního spolku a vytvoření dvou nových ochotnických organismů – „*Spolku pokrokového studentstva Milič*“ a „*Nezávislé scény*“.

Po druhé světové válce si ochotnické divadlo v Kroměříži udrželo své pevné a nezastupitelné místo v rámci české národní kultury. V roce 1952 byl ustaven jednotný ochotnický spolek ve městě s mimořádně kvalitním hereckým kolektivem, jehož výkony pod dlouhodobou náročnou profesionální režii dosahovaly vysoké úrovně. Kroměřížští ochotníci si současně vytvořili věrný okruh diváků a příznivců.

Velmi významný podíl na činnosti a rozvoji ochotnického divadelnictví po 2. světové válce v Kroměříži měl tehdy největší a nejdůležitější průmyslový podnik ve městě, závod Pal-Magneton, jeho vedení a především pracovníci tehdejšího Závodního klubu, pod jehož záštitou pracoval divadelní spolek více jak třicet let.

Provozně organizační a propagační výpomoc divadelnímu spolku v tomto období zajišťoval kroměřížský Dům kultury a Okresní kulturní středisko. [7, 112, 116-117]

4.3.2 Kroměřížské divadelní spolky aktivní v 60.tých letech 20.stol.

Mezi největší a nejaktivnější kroměřížská ochotnická seskupení patřil Divadelní kroužek ZK ROH Pal-Magneton, později přejmenovaný na *Divadelní odbor ZK ROH Pal-Magneton*. Tehdy největší průmyslový podnik v Kroměříži poskytoval Divadelnímu odboru po celou jeho mnohaletou existenci (1952 – 1995) plnou morální i materiální podporu. Ze svého rozpočtu financoval Závodní klub veškerý divadelní provoz, bezplatně poskytoval své klubové místnosti v prostorách „*Starého pivovaru*“ jak pro účely zkoušek představení, tak i pro představení samotná. V propagačním oddělení závodu umožňoval zhotovování dekorací a propagačních materiálů v podobě plakátů či poutačů, současně zajišťoval též přepravu scény a účinkujících na místa konkrétních vystoupení. Hercům a pracovníkům techniky poskytoval pracovní volno, nemalé částky vynakládal též na odměny profesionálních režisérů. [7, 42]. V šedesátých letech vystupoval soubor pod režisérským vedením

PhDr. Lajkepa, úspěšně bylo uvedeno a publikem přijato mnoho inscenací – například Gogolova *Ženitba*, Havlova *Zahradní slavnost*, hra Voskovce a Wericha *Rub a líc* apod. [7, 48 - 49].

V *Divadelním odboru Pal-Magneton* měla své pevné místo i divadelní tvorba pro děti, která nebyla chápána jako pouhá okrajová záležitost. Představení pro děti byla nejdříve uskutečňována v komorním prostředí malého sálku s jevištěm v klubu na *Starém pivovaře*, od roku 1964 ve velkém sále kroměřížského Domu kultury, repertoár tvořily výhradně adaptace klasických českých pohádek [7, 70].

V rámci *Divadelního odboru Pal-Magneton* vzniklo *Divadlo poezie*, jež připravovalo samostatné recitační pásmo s názvem „*Večery poezie*“. Tento program byl publikem přijat s nebývalým nadšením, v místním tisku pravidelně vycházely informace o aktuálním ochotnickém (viz PXII) dění spolu s velmi pochvalnými kritikami.

Na hudební ochotnické scéně působilo v Kroměříži též několik seskupení. V letech 1944 – 1975 se zpěvohrou zabývala „*Hanácká filharmonie*“ s dirigentem Antonínem Procházkou, v repertoáru bylo nastudováno a v šedesátých letech uvedeno několik operet např. *Perly panny Serafínky*, *Polská krev*, *Čardášová princezna* aj.

Nejryzejší nadšení ochotnické činnosti je však vždy nejvíce patrné v loutkářské činnosti. Loutkové ochotnické divadlo „*Sokolská říše loutek*“ (od 60.tých let pouze „*Říše loutek*“) bylo v Kroměříži činné v letech 1945 – 1995. Čilou aktivitu rozvíjel též loutkářský soubor na Střední pedagogické škole. [7, 91, 108]

4.3.3 Propagační aktivity spojené s ochotnickou činností v Kroměříži 60.tých let 20.stol.

Jak již bylo uvedeno výše, nejpodstatnější část propagace ochotnických představení zajišťovalo propagační oddělení průmyslového podniku Pal-Magneton ve spolupráci s Domem kultury a Okresním kulturním střediskem.

Mezi tištěné propagační materiály té doby můžeme zařadit:

- pozvánky na jednotlivá představení
- letáky A5 - informační
- podrobný program aktuálního kusu se jmenným obsazením

- plakáty umístované na vývěsních plochách před Domem kultury či klubem Starý pivovar, dále pak na řadě výleповých ploch v centru města i v okolí
 - informační brožury
 - bulletiny vydávané k výročí souborů, shrnující historii a současnost
 - uveřejňování kritik, fotografií či informativních článků o činnosti divadelníků v nejčtenějších místních novinách „*Kroměřížská Jiskra*“ a „*Magnetonská Jiskra*“.
- [26, s.2]

Propagaci ochotnického divadla však bylo samotné působení ochotníků na regionální scéně, k propagaci města Kroměříž přispívali ochotníci prostřednictvím podávání důstojných výkonů při účasti na mnohých republikových divadelních soutěžích a přehlídkách, jež se v šedesátých letech konaly.

4.4 Sedmdesátá léta

V rámci analýzy zásadních kulturních aktivit sedmdesátých let 20.stol. bude v následujících kapitolách popsán a přiblížen filmový festival ARSFILM a ARSfilm amatérů a jejich propagační zajištění. Přiblížení činnosti uvedených festivalů a jejich propagace v této práci bylo vybráno jako stěžejní kulturní aktivita při zviditelňování města v letech nejmarkantnější normalizace.

4.4.1 Filmový festival ARSFILM

V socialistickém Československu byla pravidelně pořádána řada filmových festivalů a přehlídek amatérských filmů, jež se nesly v duchu hesla nejslavnějšího a nejstaršího Mezinárodního filmového festivalu v Karlových Varech „*Za ušlechtilé vztahy mezi lidmi, za trvalé přátelství mezi národy*“. První ročník karlovarského festivalu se konal již v r. 1946, krátce na to jej v roce 1948 následovalo založení Filmového festivalu pracujících v Gottwaldově s nejvýznamnější přehlídkou filmů pro děti, jehož tradice přetrvala dodnes (2011). Mezi specializované přehlídky krátkometrážní tvorby dále pak patřil například ostravský EKOFILM, v rámci kterého byly řešeny celospolečensky důležité otázky životního prostředí, dále pak festival propagačních filmů cestovního ruchu TOURFILM ve Špindlerově Mlýně či pardubický TECHFILM, věnovaný vědeckotechnickému pokroku a rozvoji.

Pevné a významné místo mezi filmovými festivaly měla též kroměřížská celostátní soutěžní přehlídka české a slovenské filmové a televizní tvorby věnovaná umění s názvem ARSFILM. Situování přehlídky filmů o umění do města s neobyčejně bohatou kulturní tradicí a hlubokým historickým kontextem dodalo festivalu neopakovatelnou atmosféru, projekce hodnotných a objevných filmových děl pak punc prestižní soutěže filmových snímků se specifickou tematikou. [20, A]

O celostátní popularitě festivalu svědčí i mnohé z komentářů uveřejněných v soudobém tisku, uvádím část příspěvku S. Svobody, jenž byl otištěn v Mladé frontě dne 5.11.1970: *„Kroměřížský ARSFILM má zřejmě zvláštní místo mezi festivaly, neboť jeho svébytný charakter utváří právě to, že při něm nejde jen o podnik ryze filmařský, i když takový název nese ve svém štítu. Vzali jej totiž za svůj vůbec všichni, kdo mají co společného s uměním – vedle filmařů i výtvarníci, spisovatelé a hudebníci, teoretici umění, školští a osvětoví pracovníci, a samozřejmě v neposlední řadě i ti, pro něž se umění vytváří – publikum, ono nesmírně vnímavé, citlivé publikum kulturního města, o němž se hovoří jako o Hanáckých Aténách“.* [20, J]

4.4.2 Kroměřížský ARSFILM

Tradice pravidelného konání festivalu filmové tvorby s kulturní tematikou v Kroměříži byla založena již v roce 1964, kdy se konal první ročník Celostátní přehlídky filmů o umění. Jeho největší rozkvět byl však zaznamenán v sedmdesátých letech dvacátého století a pro město se stal velkým přínosem nejen z pohledu rozvoje kulturních tradic města, ale též z pohledu propagace města jako atraktivního místa, která měla pozitivní dopad na lokální cestovní ruch.

Pětidenní filmový festival ARSFILM Kroměříž měl statut celostátní soutěžní přehlídky české a slovenské filmové a televizní tvorby. Přihlášené snímky byly věnovány umění a animované tvorbě. Hlavním posláním přehlídky bylo podpoření progresivní tendence v oblasti filmů s kulturní tematikou, festival byl považován též za jeden z nástrojů estetické výchovy mladé generace.

Součástí ARSFILMu bylo také informativní promítání zahraničních filmů a konání dalších doprovodných akcí v podobě seminářů, diskuzních klubů, doprovodných výstav, jež byly

příležitostí k výměně názorů o problematice a výhledech filmů s kulturní a animovanou tematikou.

Pořadatelem soutěže byl Městský národní výbor v Kroměříži, spoluorganizátoři Svaz československých dramatických umělců, Československý film, Československá televize, pracovníci umění, kultury a společenských organizací, přičemž záštitu nad přehlídkou drželo tehdejší Ministerstvo kultury a Ministerstvo školství.

Přehlídku připravoval celostátní štáb, který byl současně zodpovědný za organizační, technické, hospodářské a propagační zajištění celé akce dle předem schváleného rozpočtu. Úkolem organizačního štábu bylo též zpracování závěrečného průběhu přehlídky, vypracování výsledků a návrhů pro další ročníky.

Filmová díla do soutěžní přehlídky přihlašoval Československý film, Československá televize, Československý armádní film či jiné organizace nebo jednotliví tvůrci. Díla soutěžila ve dvou kategoriích, jimiž byly filmy o umění a animované filmy. Výběrová a programová komise z přihlášených vyloučila filmy, které neodpovídaly poslání přehlídky, jejich umělecká úroveň byla evidentně nízká či svou formou a obsahem nepřinášely žádné nové poznatky. Dále pak nebyly do soutěže připuštěny filmy, které byly do zahájení soutěže starší dvou let, nebo jejich promítací čas přesáhl 60 minut. Komise, která takto filmy vybírala, byla zodpovědná štábu ARSFILMu.

Porota festivalu, jež byla složena z významných filmových (předsedou prvního ročníku byl režisér doc. Eduard Hofman), televizních, kulturně výchovných, pedagogických a jiných odborníků pak udělovala ceny: „*Zlatý kroměřížský tolar*“, jež byl velkou cenou, „*Stříbrný kroměřížský tolar*“ jak v kategorii filmů o umění, tak i v kategorii animovaných filmů. „*Bronzový kroměřížský tolar*“ byl udělen například za nejlepší film o životě a díle významných umělců, filmu s použitím zvláštních forem a postupů, za obohacení filmového výrazu, za animaci a podobně. Za účinnou propagaci mírové myšlenky byla udělována „*Mírová cena*“, „*Čestné uznání*“ pak za tvořivý přístup a systematickou činnost při uvádění filmů o umění do společenského kontextu.

Bohaté dojmy publika z promítaných snímků ve specifické festivalové atmosféře kroměřížského festivalu v sedmdesátých letech byly jistě umocněny díly Heleny Třeštíkové, Jana Špáty, Jaromila Jireše, Jiřího Brdečky, Josefa Klugeho, Břetislava Pojara, Zdeňka Smetany, Jiřího Lehovce a jiných mistrů tohoto oboru. [20, D]

Festival ARSFILM byl pravidelně pořádán od roku 1964 do roku 1981, kdy od jeho organizování bylo v Kroměříži z ekonomických důvodů bohužel upuštěno. Na jeho tradici však navázal a v současnosti aktivně působí filmový festival ARSfilm amatérů. [18, 1]

4.4.3 ARSfilm amatérů

Původní celostátní festival ARSFILM probíhal na bázi promítání krátkých filmů inspirovaných uměleckou tvorbou z dílen profesionálních filmařů, přičemž zúčastnit se mohly i snímky neprofesionálů. Na VII. ročníku profesionálního ARSFILMu v říjnu roku 1970 se sešlo dvanáct 16-ti mm snímků neprofesionálních tvůrců. Ohlas byl nad očekávání příznivý, neprofesionální filmy důstojně obstály v porovnání s profi-snímky. Konfrontace profesionálních filmů s filmy amatérskými inspirovanými uměleckou tvorbou v rámci jednoho festivalu tak dala (z podnětu režiséra Jiřího Lehovce, člena přípravného štábu) vzniknout nové kulturní tradici – pořádání festivalu ARSfilm amatérů.

Nadšení kroměřížských amatérských filmařů v sedmdesátých letech vyústilo v založení oficiálního spolku. V květnu roku 1973 tak vznikl KAF – Klub amatérských filmařů při Závodním klubu ROH podniku PAL-Magneton, do jehož čela byl zvolen ing. Ladislav Františ. Tuto funkci vykonává doposud (2011); k amatérským filmařským počátkům v Kroměříži říká: „ *Odras nové vlny v československém filmu šedesátých let se projevil širokým záběrem v celém kulturním dění a nevyhnul se ani amatérským filmovým tvůrcům. Vzrostla autorská základna, přibylo tematických soutěží regionálního i celostátního charakteru. Soutěžní poměrování tvůrčích výsledků zvedalo laťku kvality a řada autorů se i přes téměř neprodyšné hranice úspěšně prosadila v mezinárodním měřítku*“. [18, 1] Veřejnost byla o založení KAF informována prostřednictvím PR článku (viz. PXVIII) v měsíčníku „Zpravodaj města Kroměříže“ [24, s. 234].

ARSfilm amatérů, jako tehdejší jediná amatérská soutěž v amatérském hnutí, umožňovala přímou konfrontaci tvorby amatérů i profesionálů, při níž docházelo k předávání zkušeností a výměně názorů autorů na filmovou tvorbu. Systematická práce zapálených členů KAFu zajistila udržení amatérů na profesionální přehlídce, jejich přičiněním byla zajištěna existence kvalifikované organizátorské základny, jež byla technickou podporou v místě konání přehlídky.

Stejně jako u profesionálního ARSFILMu zajišťoval přehlídku ustanovený štáb, stejně i zde fungovaly komise kontrolní, organizační, propagační. Byly udělovány ceny – „*Kroměřížské tolarý*“. Hlavním organizátorem festivalu filmových amatérů byl Dům kultury Kroměříž a přípravný štáb ARSFILM.

ARSfilm amatérů od svého vzniku přivedl k amatérskému filmovému umění bezpočet nadšenců. Jeho vysokou úroveň dokládá i dlouholetá patronace nad soutěží ze strany světové organizace neprofesionálních filmových tvůrců – UNICA [18, 6].

4.4.4 Propagační zajištění festivalu ARSFILM a ARSfilm amatérů

Propagační zajištění obou festivalů měl na starosti celostátní organizační štáb na základě předem stanoveného rozpočtu. Součástí propagace festivalu byly též doprovodné akce – výstavy, besedy, koncerty apod.

Pro účely festivalu bylo vytvořeno logo, užívané na všech tiskovinách (viz. PXIII).

Odznak ARSFILMu Kroměříž opravňoval účastníky přehlídky k volnému vstupu na veškerá soutěžní i nesoutěžní promítání, ke vstupu do Muzea Maxe Švabinského, na výstavy v Domě kultury. Odznak dokonce opravňoval delegáty k tomu, aby byli přednostně obslouženi ve všech provozovnách Restaurací a jídelen Kroměříž [16, 4].

Bylo vytvořeno razítko ARSFILMu, používané na dopisech a pohlednicích (viz. PXIV).

Mediální propagace:

- rozhovory s hosty a organizátory festivalu zveřejňované v místním tisku („*Kroměřížská Jiskra*“, „*Magnetonská Jiskra*“)
- pozvánky k soutěžní účasti na festivale - v místním tisku formou PR článků (viz. PXVII)
- zprávy z jednotlivých dnů festivalu byly zpracovány do formy informačního festivalového „*Zpravodajství*“ (viz. PXV)
- sdělovací prostředky: články v denících *Mladá fronta*, *Lidová demokracie*, *Zemědělské noviny*, *Svobodné slovo*, v časopisech *Film a doba*, *Kino*, *Výtvarná práce* apod. [20, J]

Propagační materiály:

- pozvánky na festival (viz. PXVI)

- letáky A5
- podrobný program festivalu s organizačními informacemi
- ústřední festivalový znak – panel na průčelí Domu kultury
- billboardy 2,5 x 1 m umístěvané na frekventovaných místech centra města
- plakáty (na řadě výlepových ploch v centru města i v okolí)
- výzdoby výkladních skříní – informace o konání festivalu
- informační brožury
- bulletiny vydávané k výročí festivalu, shrnující historii a současnost festivalu
- závěrečné zprávy o průběhu ARSfilmu amatérů

Konání festivalu ARSFILM a ARSfilm amatérů mělo na kulturní život Kroměříže sedmdesátých let 20. století zásadní vliv. V jeho rámci navštívilo město množství významných osobností, pomocí propagačních aktivit vztahujících se k festivalovému dění bylo tedy pozitivně zviditelněno i město samotné.

4.5 Osmdesátá léta v Kroměříži

Kroměřížská osmdesátá léta byla dle mého subjektivního pocitu z pohledu kulturního dění charakteristická každoročním konáním vojenského festivalu ASUT. Proto byl tento kulturní počin a propagační aktivity s ním spojené vybrán jako stěžejní kulturní akce tohoto období a budou mu věnovány následující kapitoly.

4.5.1 Kulturní instituce v armádě

Od vzniku naší armády existovaly vojenské instituce, které spravovaly v resortu obrany oblast kultury a zajišťovaly servis příslušných služeb v oblasti organizace, legislativy, metodické pomoci při vytváření či zprostředkovávání kultury a umění. Jejich počet a složení se s léty měnilo, některé přetrvaly půlstoletí, jiné byly záhy po svém vzniku zrušeny. Rozvoj kulturně výchovné a zájmové umělecké činnosti (KVČ a ZUČ) po únoru 1948 byl organickou součástí realizace kulturní politiky KSČ. Jeho řízení však probíhalo v této době výhradně po linii orgánů výchovy a osvěty, bez přímého vlivu stranických orgánů. [13, s.7]

Záležitosti rozvoje kulturně-výchovné činnosti měly za úkol zajišťovat domy armády v posádkových městech s určujícím vlivem Ústředního domu armády v Praze.

Pro potřeby armádního kulturně výchovného procesu od padesátých do devadesátých let 20. stol. tedy pracovala řada složek, mezi něž patřily instituce jako např. profesionální armádní kulturní a umělecké složky, vojenské umělecké soubory, kulturní a vědecké instituce či hromadné sdělovací prostředky. Mezi tyto bychom mohli zařadit například československou televizi a rozhlas – Hlavní redakce armády, brannosti a bezpečnosti, nakladatelství Naše vojsko, realizující vydavatelství a distribuci knih a časopisů (*Obrana lidu, Československý voják, Lidová armáda, Zápiskník* a další). Veškeré zmíněné instituce byly podporou armádním kulturním akcím až do poloviny 90. let 20.stol., kdy v rámci restrukturalizace Armády ČR vzniklo nové samostatné *Oddělení zabezpečení kultury*.

4.5.2 Hudební festival ASUT

Oblast hudební a slovesné tvorby byla s armádou spojována od jejího vzniku, přičemž vliv politických turbulencí v rámci období 1948-1989 je patrný i v tomto odvětví. V československé armádě v průběhu doby probíhalo mnoho oficiálních akcí prezentací kulturních interpretací. V této části práce bych se ráda zaměřila na hudební soutěž, již byl v rámci armádní kultury věnován velký prostor. Takzvaný ASUT – Armádní soutěž uměleckých talentů a navazující Dny kultury se skládaly z různých programových akcí kulturního a sportovního charakteru, častokrát konané na veřejnosti v rámci spolupráce s patronátními organizacemi, jimž byly například závody, zemědělská družstva, kulturní zařízení atp. *V polovině 60. let došlo k rozdělení ASUTu na reprodukční a tvůrčí část. Zajímavostí té doby jistě bylo, že i vojenské profesionální hudby měly svůj festival. Stávalo se, že pro nejlepší účastníky ASUT byly pořádány zájezdy, v rámci nichž prezentovali své umění i daleko za hranicemi své vlasti.* [13, s.38]

Normalizační léta se nesla v duchu ideologického tlaku na obsah umělecké tvorby. V rámci dvouleté prezenční služby v socialistické armádě znamenala pro mnohé z vojáků účast na zájmové umělecké činnosti jakýsi únik z deptajícího armádního prostředí do „sféry múz“ a o kulturní akce tak byl velký zájem. V tomto období byl zaznamenán nebývalý nárůst počtu soutěží a přehlídek. *70. a 80. léta přinesla velký rozmach zájmové umělecké činnosti v armádě, a to zejména v hudebních oborech. Rozličné soutěže a hostování hudebních skupin u jiných útvarů v rámci kulturního zabezpečení vojsk přinášelo možnosti, jak opustit*

útvár s tehdy nepříjemně ostrou bojovou pohotovostí a strávit spolu s dalšími hudebníky příjemné chvíle například ve festivalových městech. [13, s.38, s.39]

4.5.3 ASUT v Kroměříži

První ročník festivalu ASUT se v Kroměříži konal již v roce 1967 za účasti 270 soutěžících vojáků. O oblíbenosti této akce svědčí fakt, že na dvacátém ročníku festivalu přijalo účast neuvěřitelných 1.800 vystupujících. Festival se pravidelně konal v červnu, nabitý program běžel od pondělí do neděle, vždy od brzkého odpoledne do pozdních nočních hodin. Od roku 1974 započala tradice pátečních vystoupení tanečních folkloristických skupin, od roku 1981 se pak přidala ještě „*Roztančená ulice*“, kdy stovky mladých krojovaných lidí v centru města a přilehlých ulicích předváděly svá taneční umění a specifika folklóru z různých oblastí Československa. V osmdesátých letech probíhala též předtančení, založená na nových moderních choreografických prvcích, souboje o vítězství sváděly též pěvecké sbory či dechové hudby. Svůj hudební talent v kroměřížském kulturním domě „v zeleném“ předvedla například slovenská skupina Elán či písničkář Karel Plíhal. Pozornost se soustředila též na výtvarné výstavy a přehlídku amatérské filmové projekce, jež byly součástí festivalu [13, s.58].

4.5.4 Propagační aktivity spojené s konáním festivalu ASUT v Kroměříži

V rámci analyzování propagačních aktivit spojených s konáním festivalu ASUT v Kroměříži jsem vypátrala tehdejšího kroměřížského velitele, zodpovědného za hladký průběh příprav technické stránky festivalu, pana Milana Mrázka. Mimo cenné informace ze zápisů festivalových příprav mi poskytl též důležitý kontakt na členy štábu festivalu, pány Šmidrkala a Zavorala, které jsem si dovolila osobně oslovit a kteří mi vzácně vyšli vstříc.

Dle slov Daniela Zavorala, vedoucího skupiny estetické výchovy a amatérské umělecké činnosti, zajišťoval propagaci festivalu ASUT v osmdesátých letech štáb festivalu, složený v přípravném období před festivaly z pracovníků střediska zájmové činnosti Ústředního domu ČSLA (dále jen ÚDA), především jeho skupiny estetické výchovy a amatérské umělecké činnosti. Další spolupracovníky tvořila skupina propagace, jejímiž členy byl vedoucí, aranžér, výtvarník, 2 fotografové. Tyto skupiny měly pak přímou vazbu na tiskárnu ÚDA.

Finanční prostředky byly rozpočtovány z prostředků na provoz ÚDA, jeho pracovníci i provozy (jednotlivá pracoviště, tiskárna) se na akci podíleli.

Po vytvoření představy o propagačním zajištění festivalu byly rozděleny úkoly, připravována zadání, podklady pro tisk, probíhala 2-3 výjezdní jednání v místě konání, byl domluven rozsev propagačních materiálů, výlepu, plakátových ploch apod.

Před konáním festivalu proběhla v Ústředním domě armády tisková konference za účasti sdělovacích prostředků, kde byli všichni seznámeni s hlavním a doprovodným programem festivalu. Dále byly poskytnuty odpovědi na vznesené otázky a předány festivalové tiskoviny, propagační předměty (vlaječky, odznaky) a různé ilustrační fotografie o velikosti 23x18 cm z minulých ročníků pro potřeby prezentace v tisku.

4.5.5 Propagační materiály ASUT

4.5.5.1 Tištěná forma

Pro potřeby festivalu se připravovalo množství propagačních materiálů, ze kterých Daniel Zavoral uvádí především:

- Plakáty ideové a programové o rozměru A0, příp. A1
- Pozvánky na festival, na závěrečný galaprogram, na přijetí u starosty
- Leták ideový A4 a programový A5
- Podrobný program festivalu s organizačními informacemi cca 10 stran A6
- Ústřední festivalový znak – panel cca 2m před Domem kultury a před štábem festivalu
- Ústřední festivalový panel na průčelí Domu kultury (u kterého se pak v průběhu času opravoval jen ročník festivalu a datum konání) o velikosti cca 10 x 1,5 m
- Festivalový odznak na oděv (každý ročník byl zpracován v jiné barvě) s vyobrazením znaku festivalu ASUT (viz. PXIX), jiný typ odznaku se pak vydával na jubilejní festivaly.
- Festivalový zpravodaj (viz. PXX) (1. číslo se přivezlo z centrály, ostatní se tiskly v průběhu akce) s přílohou „Vonička“ (viz. PXXI).
- Byla vytvořena loga festivalu, užívaná v různých tiskovinách (viz. PXXII)

Plakáty byly umístovány na řadě výleповých ploch ve městě i širokém okolí, ve výkladních skříních obchodů spolu s fotografiemi, v závodech, na úřadech (ve spolupráci

s Městským úřadem). Součástí propagace bylo i slavnostní přijetí vybraných představitelů festivalu a hostů předsedou MěNV na radnici a přijetí zástupců vedení festivalu předsedou ONV. Na závěr festivalu bylo v řadě ročníků představitelem města udělováno nejvyšší ocenění „Cena města Kroměříže“. Na každý festival pak vyjížděli fotografové ÚDA, aby dokumentovali jejich průběh a jednotlivé akce.

4.5.5.2 Mediální propagace festivalu:

- Na festival vyjížděli pracovníci Armádní redakce bezpečnosti a brannosti Československé televize.
- Armádní redakce Československého rozhlasu
- Redaktoři armádního tisku – deníku i týdeníku *Obrany lidu*, jež se běžně prodával v PNS, redaktoři ostatních armádních tiskovin z různých velitelství.
- Redaktoři kulturních rubrik ústředního civilního tisku (zejména krajských redakcí), pravidelně *Rudého práva*, *Mladé fronty*, redaktoři krajských tiskovin a další.

Z průběhu festivalu byly průběžně pořizovány filmové záznamy do zpravodajství televizních novin, zpráv a relací rozhlasu, do armádních rubrik těchto médií a následně bylo zpracováno souhrnné zpravodajství.

Velkou propagací festivalu, jak uvádí Daniel Zavoral, byly i písně s námětem Kroměřížského festivalu hudby zpěvu a tance, které vznikly jak v soutěži profesionálních hudebníků „*Zlatý palcát*“ v Českých Budějovicích, tak v dílnách neprofesionálních hudebníků a které byly prezentovány v Československém rozhlase.

Propagací bylo též působení řady osobností uměleckého života a populární hudby v porotách festivalu (např. Harry Macourek, Jiřina Fikejzová, Naďa Urbánková či redaktoři hudební redakce Čs. rozhlasu a jiných médií).

4.5.6 Vnímání festivalu ASUT publikem a jeho přínos městu Kroměříž

Dle slov D. Zavorala bylo tehdejší festivalové dění i propagace celé akce přijímána širokou veřejností velmi vřele. Na veřejných prostranstvích koncertovali za hojně účasti diváků sólisté i soubory, do podniků na přestávku mezi směnami a do škol přicházely koncertovat soubory a skupiny, v sobotu byla každoročně organizována v ulicích města a na náměstí

velká lidová veselice „*Roztančená ulice*“, kde hrály, zpívaly a tancovaly zejména folklórní soubory z celého Československa. Festival byl pak zakončen nedělním „*Galaprogramem*“. Festival ASUT byl ve své době mimořádně populárním kulturním počinem a jeho konání v Kroměříži mělo zásadní vliv jak na zviditelnění města v rámci republiky, tak i na turistický ruch Kroměříže. Festival byl tak v podstatě důstojnou propagací města s konkrétním pozitivním ekonomickým dopadem. Konání festivalu ASUT v Kroměříži bylo ukončeno v roce 1996, v současné době je každoročně pořádán pouze zářijový „Mezinárodní festival vojenských hudeb Kroměříž“, jež je veřejností též přijímán s obrovským zájmem.

ZÁVĚR

Pořádání kulturních akcí v Československu v letech 1948 – 1989 a jejich propagace bylo významnou měrou ovlivněno politickými turbulencemi, které s sebou přinášela doba. Propagace jako marketingový pojem má mnoho forem; nejtradičnější a nejrozšířenější formou však v každé době byla podoba propagace v tištěné a tiskové formě, na tuto skutečnost bylo tedy v rámci celé práce poukazováno. Hlavní pozornost byla pak soustředěna na užití plakátu při propagaci kulturních akcí a na odraz v dobovém tisku. Konkrétní příklady tištěné a tiskové formy propagace byly uvedeny v příloze práce.

Obsáhnout více jak čtyřicetiletý časový úsek propagace veškerých kulturních akcí v rámci rozsahu bakalářské práce bylo však prakticky nemožné. Proto bylo celé období tematicky rozděleno do jednotlivých bloků z pohledu historicko-politického kontextu a pro každou (téměř) dekádu byla vybrána jedna stěžejní kulturní akce a propagační aktivity spojené s jejím pořádáním, jež svým významem vystupuje z řady jiných podobných podniků.

V rámci teoretické části práce byly analyzovány kulturní akce, které dle mého názoru svým významem ovlivnily jak sebereflexi Čechoslováků uvnitř země, tak vnímání Československa „zvenčí“ tehdejším okolním světem. Mezi takové byly zařazeny cestovatelské výpravy inženýrů Hanzelky a Zikmunda v padesátých letech, vznik nového fenoménu – divadla Semafor v letech šedesátých, masivní demonstrace síly režimu v podobě pořádání Spartakiády v sedmdesátých či pořádání prvomájových oslav v osmdesátých letech dvacátého století.

Při analyzování historických podkladů, týkajících se propagace uvedených akcí, byla ověřena první hypotéza. Můžeme tedy říci, že

1. Nejdostupnější formou propagace kultury byla v období 1948 – 1989 propagace tištěná a tisková, přičemž plakát plnil úlohu nosného prvku propagace.

Praktická část práce se zabývala analýzou propagace konkrétních kulturních akcí, pořádaných ve městě Kroměříž v rozmezí let 1948 – 1989. Kroměříž se svou bohatou historií, množstvím památek a hlubokou tradicí ve sféře hudební či výtvarné patří odedávna k významným kulturním centrům naší země a právem si zaslouží označení „Hanácké Athény“. Při analýze stěžejních kulturních akcí a jejich propagace bylo upuštěno od provedení průzkumu; daleko efektivnější způsob získání informací byl shledán v zaměření pozornosti především na studium dochovaných materiálů - zejména ze sbírek Muzea Kromě-

řížska a soukromých sbírek. Největším přínosem se ovšem ukázaly být osobní rozhovory s přímými organizátory zmíněných akcí. Tyto metody potvrdily druhou hypotézu:

2. Při propagaci stěžejních kulturních akcí v Kroměříži v rozmezí let 1948 – 1989, mezi které byla zařazena výstava „100 let českého národního života“ v padesátých letech, aktivity kroměřížského „Ochotnického divadelnictví“ v letech šedesátých, festival „ARSFILM a ARSfilm amatérů“ v sedmdesátých a festival „ASUT“ v osmdesátých letech, bylo plakátu využíváno jako základního prvku zviditelnění konkrétní akce. Výraznou měrou se též na propagaci podílel lokální tisk.

Města s bohatou kulturní tradicí a smyslem pro rozvoj kulturních aktivit se automaticky stávají atraktivnější nejen v očích místních obyvatel, ale též v očích jejich příležitostných či stálých návštěvníků. Dobrá propagace kulturních akcí dovede přitáhnout publikum. Tato skutečnost má pak přímý vliv na rozvoj turistického ruchu a tím i na pozitivní ekonomický rozkvět dané lokality. V dobovém tisku bylo možno zjistit, že konání výše uvedených kulturních akcí přitáhlo do Kroměříže značné množství diváků, kteří v rámci konání zmíněných aktivit mohli využít služeb kroměřížského pohostinství, ubytování, doprovodných podniků, současně obdivovat krásy města a odnést si tak nevšední zážitek. Tato skutečnost potvrzuje i třetí hypotézu:

3. Propagace kulturních akcí v Kroměříži v letech 1948 - 1989 byla současně propagací města Kroměříž.

V závěru je možné říci, že dobře směřovaná a provedená propagace se významnou měrou podílí na výsledném úspěchu anoncované akce. Dnešní technické vymoženosti, jaké jsou na poli propagace dostupné, nabízí daleko širší spektrum možností, jak svůj podnik zviditelnit a divákům zatraktivnit, než tomu bylo v minulosti. Účelem této práce bylo vytvoření ucelené báze poznatků, týkající se propagace kulturních akcí v rámci období 1948 – 1989 ve městě Kroměříž, jichž by mohlo být následně využito při tvorbě materiálů, propagující město Kroměříž jako místo s bohatou kulturní tradicí. Jak říká staré čínské přísloví – *přemýšlej o minulosti, budeš znát budoucnost*.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

- [1] CLEMENTE, Mark, N. *Slovník marketingu*. 1.vyd. Brno, Computer Press, 2004, 378 s., ISBN 80-251-0228-9)
- [2] CHVALNÝ, Július. a kol., *Československá spartakiáda 1975*, 1.vyd. Praha, Olympia a Šport 1976, 248 s.
- [3] JOHNOVÁ, Radka., *Marketing kulturního dědictví a umění*, 1. vyd. Praha 2008, Grada Publishing a.s., 284 s., ISBN 978-80-247-27-24-0,
- [4] KONČELÍK, Jakub, VEČEŘA, Pavel, ORSÁG, Petr. *Dějiny českých médií 20.století*. 1.vyd. Praha : Portál, 2010. 310 s., ISBN 978-80-7367-698-8
- [5] KOTLER, Philip., *Marketing podle Kotlera. Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. 1.vyd. (dotisk) Praha 2000, Management Press, 258 s., ISBN 80-7261-010-4
- [6] KRÍŽEK, Zdeněk. *Tvorba propagačních prostředků*, 1.vyd. Zlín, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2001, 124 s., ISBN 80-7318-019-7
- [7] LAJKEP, Zdeněk., „Posledních padesát let kroměřížského ochotnického divadla 1945-1995“, 1.vyd. Kroměříž, Aggra Kroměříž, 1999, 123 s.,
- [8] PAVLŮ, Dušan. *Slovník propagace*.1. vyd. Praha: Merkur, 1983, 246 s.
- [9] PERNES, Jiří. *Československo 1946-1992*. 2. vyd. Praha : Albatros nakladatelství, a. s., 1999. 64 s. ISBN 80-00-00730-4
- [10] SCHWALBE, Heinz, *Praktická reklama*. 1.vyd. Praha, Grada 1994, 160 s., ISBN 80-7169-112-7
- [11] Studijní opory UTB, FMK III. – Z. Křížek Propagace
- [12] ŠINDLER, Petr; *Event marketing Jak využít emoce v marketingové komunikaci*, Praha: Grada Publishing a.s., 2003, 236 s., ISBN 80-247-0646-6
- [13] ŠMIDRKAL, Pavel, ZAVORAL, Daniel a kol., *Okamžiky pro potlesk. Půlstoletí kultury v armádě*. 1.vyd., Praha, Ministerstvo obrany České republiky – Agentura vojenských informací a služeb, 2004. ISBN 80-7278-222-3
- [14] VANĚK, J. *Semafor, 40 nezapomenutelných let*. 1.vyd. Praha 1999, Nakladatelství Knihcentrum, a.s., 125s., ISBN 80-86054-94-2,

- [15] VOŠAHLÍKOVÁ, Pavla., *Zlaté časy české reklamy*, Praha: Nakladatelství Karolinum, 1999, 230 s., ISBN 80-7184-715-1

Časopisy :

- [16] Arsfilm 1971, „Zpravodajství VIII. Celostátní přehlídky filmů o umění“, Okresní kulturní středisko Kroměříž, říjen 1971
- [17] Bulletin „Kroměřížský rok 1948“, Muzeum Kroměřížska
- [18] Bulletin „Bulletin ARSfilmu amatérů Kroměříž“, KAF při DK Kroměříž, září 2008
- [19] Infobrožura „110 let provozu tiskárny ve Farní ulici v Kroměříži“, Muzeum Kroměřížska
- [20] Přípravný štáb Arsfilmu, „15 let přehlídky filmů o umění“, č.j. 401/13-69/78-OK
- [21] SKOPAL, P., *ILUMINACE časopis pro teorii, historii a estetiku filmu*, Praha, 2008, ročník 20, č.1, Národní filmový archiv, ISSN 0862-397X, s.88
- [22] TAUŠ, K.: „Kulturněhistorický kalendář na památný rok 1948“, Moravské nakladatelství B. Pištělák, Brno, 1948
- [23] Zpravodaj města Kroměříže 4/1968, Q-08*81274, s.4
- [24] Zpravodaj města Kroměříže 12/1973
- [25] Zpravodaj „Kroměřížský rok 1948 – Zpravodaj výstavy „100 let českého národního života“; Okresní muzeum v Kroměříži – knihovna
- [26] Zpravodaj „Kroměřížská Jiskra“, 1961, ročník 12, č.28

Internetové zdroje:

- [27] *Avantgarda* [online]. 2011[cit. 10.2.2011]. Dostupné z: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Avantgarda>>
- [28] *Czech Design* [online]. 2011[cit. 10.2.2011]. Dostupné z: <<http://www.czechdesign.cz/index.php?lang=1&status=c&clanek=7>>

- [29] *Hospodářské noviny* [online]. 2011[cit. 21.2.2011]. Dostupné z:
<http://proc-ne.ihned.cz/c4-10124100-18237720-50p000_d-tomas-bata-prukopnik-reklamy-v-cechach>
- [30] *Plakát* [online]. 2011[cit. 21.2.2011]. Dostupné z:
<<http://cs.wikipedia.org/wiki/Plak%C3%A1t>>
- [31] *SEMAFOR* [online]. 2011[cit. 21.2.2011]. Dostupné z:
<<http://www.semafor.cz/historie/divadlo>>
- [32] *SEMAFOR* [online]. 2011[cit. 21.2.2011]. Dostupné z:
<<http://www.turistika.cz/mista/divadlo-semafor>>
- [33] *Divadla malých scén* [online]. 2011[cit. 21.2.2011]. Dostupné z:
<<http://www.maturita.cz/referaty/referat.asp?id=7356>>

ŘÍZENÉ ROZHOVORY:

PhDr. Magdalena Preiningerová, vedoucí Muzea H+Z, Zlín

Ing. Ladislav Františ, ředitel festivalu ARSfilm amatérů, Kroměříž

Daniel Zavoral, vedoucí propagačního týmu festivalu ASUT

Milan Mrázek, vedoucí realizačního týmu festivalu ASUT, Kroměříž

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ASUT	Armádní soutěž uměleckých talentů
AIDA	Z angl. „ <i>Attention</i> “ – pozornost, „ <i>Interest</i> “ – zájem, „ <i>Decision</i> “ – touha, „ <i>Action</i> “ – akce
ČTK	Československá tisková kancelář
KSČ	Komunistická strana Československa
TASS	Telegrafnoje agentstvo Sovetskogo Sojuza (tisková agentura Sov.Svazu)
SSM	Svaz socialistické mládeže
ROH	Revoluční odborové hnutí
ČSTV	Československý svaz tělesné výchovy
KVČ	Kulturně výchovná činnost
PNS	Poštovní novinová služba
PR	Z angl. „ <i>Public relations</i> “ – vztahy s veřejností
ÚDA	Ústřední dům armády
ZK ROH	Závodní klub Revolučního odborového hnutí
ZUČ	Zájmově umělecká činnost

SEZNAM PŘÍLOH

PI	PROPAGAČNÍ PLAKÁT „VŠEOBECNÁ ZEMSKÁ VÝSTVA PRAHA 1891“, VOJTĚCH HYNAIS	16
PII	PROPAGANDISTICKÝ PLAKÁT „SJEZD ČESKÉHO SVAZU MLÁDEŽE 1950“	24
PIII	HANZELKA+ZIKMUND, PROPAGAČNÍ PLAKÁKT K FILMU „AFRIKA“	26
PIV	HANZELKA+ZIKMUND, UPOUTÁVKA V TISKU K FILMU „AFRIKA“	26
PV	PLAKÁT DIVADLA SEMAFOR KE HŘE „ČLOVĚK Z PŮDY“	27
PVI	LOGO DIVADLA SEMAFOR	27
PVII	LOGO – SPARTAKIÁDA 1975	29
PVIII	PROPAGAČNÍ PLAKÁT – OSLAVY 1. MÁJE	30
PIX	LOGO VÝSTAVY „100 LET ČESKÉHO NÁRODNÍHO ŽIVOTA“	36
PX	PROPAGAČNÍ PLAKÁT VÝSTAVY „100 LET ČESKÉHO NÁRODNÍHO ŽIVOTA“	37
PXI	MAPA JEDNOTLIVÝCH ODDÍLŮ VÝSTAVY „100 LET ČESKÉHO NÁRODNÍHO ŽIVOTA“	37
PXII	INFORMAČNÍ ČLÁNEK – OCHOTNICKÉ DIVADLO	40
PXIII	LOGO ARSFILMu	45
PXIV	RAZÍTKO ARSFILMu	45
PXV	ZPRAVODAJ ARSFILMU	45
PXVI	ARSFILM AMATÉRŮ – POZVÁNKA	45
PXVII	ARSFILM AMATÉRŮ – ČLÁNEK V TISKU - POZVÁNKA	45
PXVIII	ARSFILM AMATÉRŮ – PR ČLÁNEK	44
PXIX	ASUT - ODZNAKY	49
PXX	ASUT –FESTIVALOVÝ ZPRAVODAJ	49
PXXI	ASUT – PŘÍLOHA FESTIVALOVÉHO ZPRAVODAJE „VONIČKA“	49
PXXII	ASUT – LOGO FESTIVALU	49

PŘÍLOHA P I: PROPAGAČNÍ PLAKÁT „VŠEOBECNÁ ZEMSKÁ VÝSTAVA, PRAHA 1891“



Vojtěch Hynais, Všeobecná zemská výstava, Praha, 1891

Vojtěch Hynais, malíř opony Národního divadla, byl pověřen úkolem navrhnout výstavní plakát k Jubilejní zemské výstavě v roce 1891. Tato volba ukazovala, jak významnou událostí pro český národ se výstava stala.

PŘÍLOHA P II: PROPAGANDISTICKÝ PLAKÁT „SJEZD ČESKÉHO SVAZU MLÁDEŽE“



**PŘÍLOHA PIII: HANZELKA + ZIKMUND, PROPAGAČNÍ PLAKÁT
K FILMU „AFRIKA“**



FILM J. HANZELKY A M. ZIKMUNDA

AFRIKA

I. ČÁST - Z MAROKA NA KILIMANDŽARO

**Hudba: Zdeněk Liška • Technická spolupráce: Jaroslav Novotný
Střih: Zdeněk Stehlík • Úvodní část natočili Zdeněk Hrubec
a František Škapa • Komentář mluví Karel Pech a Jaromír Spal**

PŘÍLOHA PIV: HANZELKA + ZIKMUND, UPOUTÁVKA V TISKU K FILMU „AFRIKA“



Ženy z města Bworo, Uganda



Kalenká dívka, Transkei



Kalenká dívka, Transkei



Rospíky na dvou jitrnách ...



Talcká domlava ...



Nad proměny bílého Nilu, Uganda



V Kogru



Pod rádí na řece Kadem, Kongo



Pod rádíy pobíhá Kalenka, Kongo



Kofeké močko, Transkei



V vesnici Inesa (Nolani, Uganda)



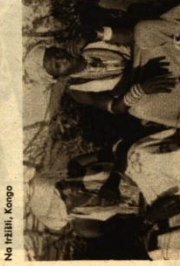
V orotě Inesa Bworo, Uganda



Řákové v uličce Durbanu, Jihoafrická Unie



Na řekě Kongo



Kofeké rádeřič

FILM JIŘÍHO HANZELKY A MIROSLAVA ZIKMUNDA

AFRIKA

II. část: Od rovníku ke Stolorové hoře

- Hudba: Zdeněk Liška • Sříň: Zdeněk Štehlík • Technická spolupráce: Jaroslav Novotný • Vedoucí výroby: Věra Hudečková • Komentář Jiřího Hanzelky a Miroslava Zikmunda mluví Karel Pech a Jaromír Špal • Hraje Filmový symfonický orchestr, řízený Milivojem Uzelacem • Zvuk přilijmali Josef Zavadil a Jan Chaloupký • Kreslené vločky Filmový graf Gotthaldov

FILM VYDALO STUDIO POPULÁRNE VEDECKÉHO FILMU GOTTHALDOV

Druhá část filmu Jiřího Hanzelky a Miroslava Zikmunda o Africe zachycí rovníkový pás. Zde se cestovatelům podařilo zachytit nezapomenutelné obrazy původní Afriky: život obyvatel černoské vesnice, jejich práce na kávovníkových plantážích, tance při úsvětu a rachota bubnů, podsvětlování křehkých afrických mužů, mladé dívky v krochách a šlách. Uprostřed nelehkých překážek, pralesť Belgiekého Konga nalhmonali vzdorný stíněná o životě vzpomených lidí, sešlá, o černoských trpasličích křehkých střešit Afriky křoviny je řada výhledů z jasných a jasných, cením tajomného středočeského sídliště Šimbaboe. V Kogru nebarzru nalhmonali cestovatelé slavnost, jejíž návním programem jsou tance černoských dělníků tanečků doh na zádu. V Kogru nalhmonali cestovatelé slavnost, jejíž návním programem jsou tance černoských dělníků tanečků doh na zádu. V Kogru nalhmonali cestovatelé slavnost, jejíž návním programem jsou tance černoských dělníků tanečků doh na zádu. V Kogru nalhmonali cestovatelé slavnost, jejíž návním programem jsou tance černoských dělníků tanečků doh na zádu.

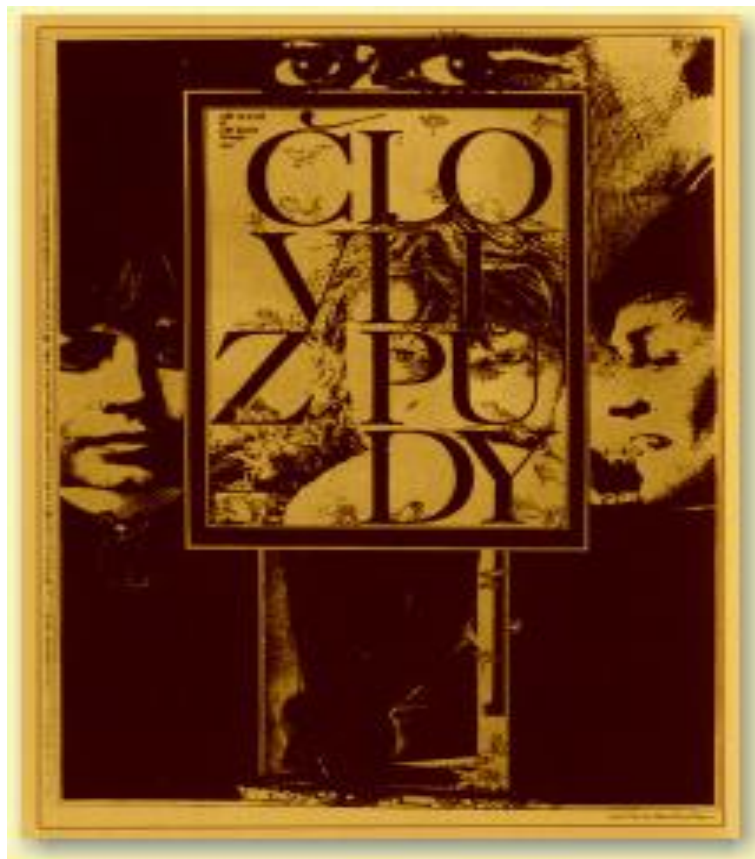


Výhlední krajina Východní Východní vedoucí na Zumbati



Př zrodu sopky Yvekevolbi, Ruanda Urundi

PŘÍLOHA PV: PLAKÁT DIVADLA SEMAFOR KE HŘE „ČLOVĚK Z PŮDY“



PŘÍLOHA PVI: LOGO DIVADLA SEMAFOR

seMaFOR

PŘÍLOHA PVII: LOGO – SPARTAKIÁDA 1975



PŘÍLOHA PVIII: PROPAGAČNÍ PLAKÁT – OSLAVY 1. MÁJE



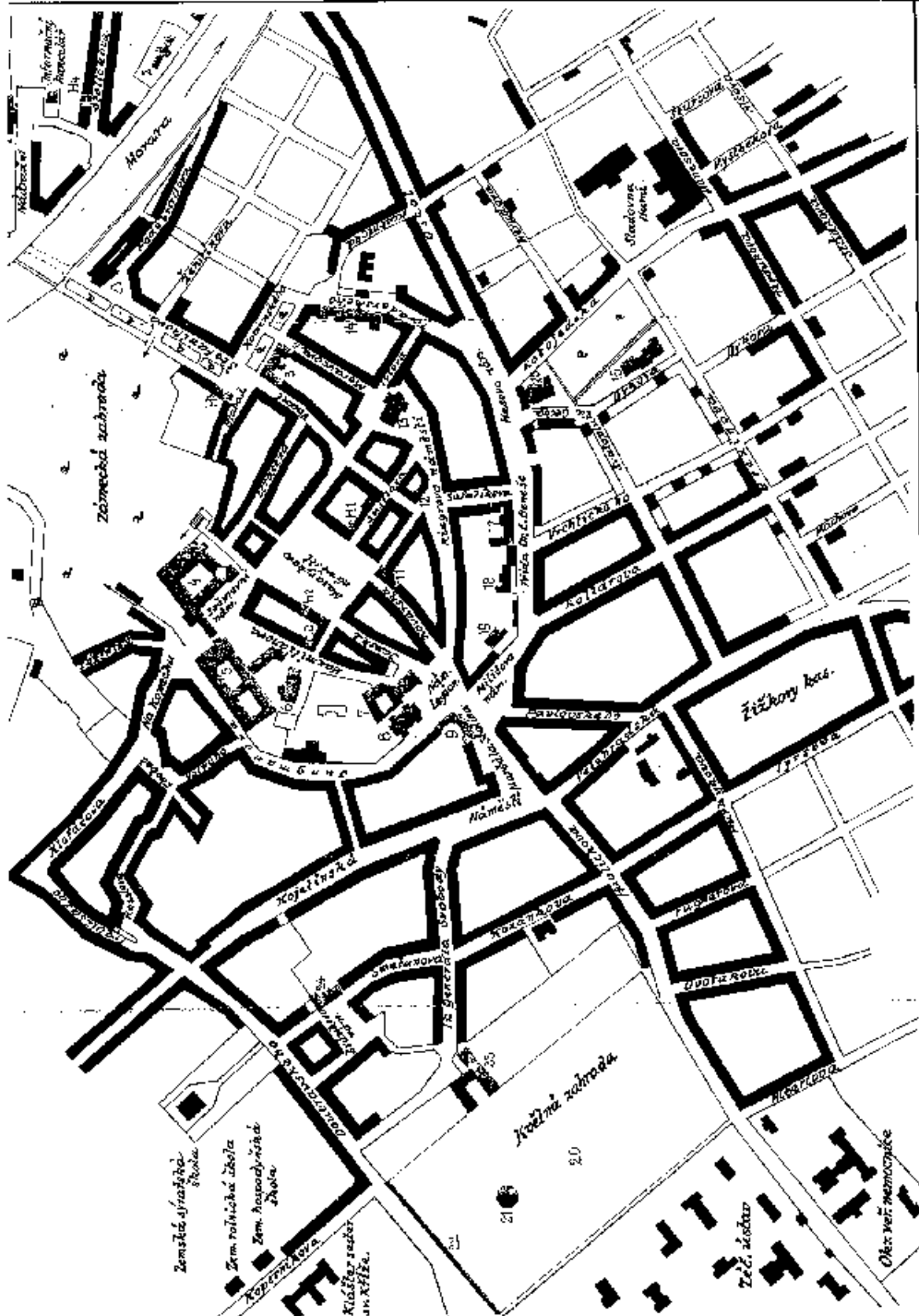
**PŘÍLOHA PIX: LOGO VÝSTAVY „100 LET ČESKÉHO
NÁRODNÍHO ŽIVOTA V KROMĚŘÍŽI“**



**PŘÍLOHA PX: ÚSTŘEDNÍ PLAKÁT VÝSTAVY „100 LET ČESKÉHO
NÁRODNÍHO ŽIVOTA V KROMĚŘÍŽI“**



PŘÍLOHA P XI: MAPA VÝSTAVY „100 LET ČESKÉHO NÁRODNÍHO ŽIVOTA V KROMĚŘÍŽI“



1. Nádraží. Před nádražím budovu informací, ústředí a stravovací kancelář. 2. Odborná škola pro ženskou povolání. (Expozice česká žena ve 20. a 18. 1848-1948.) 3. Kopeckého škola. (Expozice ženských povolání ve století 1848-1948 a ženského umění ve 20. a 18. 1848-1948.) 4. Archeolog. zámeček (historická výstava.) 5. Archeologický seminář. (Božetěchov.) 6. Chrám sv. Morice. 7. Chrám sv. Jana. 8. Dělnický ústav. (Výstava muzejní muzejní muzejní.) 9. Benešovo náměstí gymnázium. (Výstava zemědělského oděvu zrušené roboty dohled.) 10. Místní národní výbor. 11. Stará radnice. (Národní výbor.) 12. Pokna. 13. Chrám P. Marie. 14. Palácového měř. škola. (Národní výbor.)
15. Otkrání národní výbor. 16. Obchodní akademii. (Expozice Přílohy), obchod. řemesla, úprava nití a perleťnictví ve století 1848-1948.) 17. Masarykovo nám. gymnázium. (Kulturní a umělecká výstava.) 18. Škola Karoliny Světlé. (Výstava československý národ v boji za svobodu.) 19. Místní národní výbor. (Divadlo.) 20. Květná zahrada. (Výstava třeby, restaurace, zábavní park.) 21. Rodinná v. Květná zahrada. 22. Koloriada v. Květná zahrada. 23. Velký sádkník v. Květná zahrada. 24. Škola u Síně. (Výstava tělesné výškolnosti národa.) • Hotely: H. Hotel Sinus, H. Hotel Čechův, H. Hotel Straka, H. Hotel Jaroslav. • Koupaliště: J. K. Haná - na volném řece - SK. Kroměříž - b. ašén.

PŘÍLOHA PXII: INFORMAČNÍ ČLÁNEK – OCHOTNICKÉ DIVADLO

Kulturní život v našem okrese

II. okresní soutěžní přehlídka divadelních souborů v Kroměříži

V rámci oslav 40. výročí založení KSČ uspořádal Okresní osvětový dům spolu s okresním poradním sborem pro divadlo v květnu a červnu 1961 II. okresní soutěžní přehlídku divadelních souborů kroměřížského okresu. Na závěr festivalu byla uspořádána divadelní konference, na které byly vyhlášeny výsledky.

V KATEGORII A - ZAČÍNÁJÍCÍ SOUBORY:

Zvítězil divadelní soubor OB Přílepy inscenací Šelého komedie „Kašpar - Melichar - Baltazar“. Tento vítězný soubor obdržel první cenu - jevištní materiál v hodnotě 1.200 Kčs podle vlastního výběru.

Na druhém místě se umístil divadelní soubor TYL ZK ROH Monkovice s inscenací hry Egonu Ranneta „Zbloudilý syn“.

V KATEGORII B - SOUBORY POKROČILÉ:

První místo získal divadelní odbor ZK ROH ZPS Hulín za inscenaci satirické-kome-

die V. Blažka „Příliš štědrý večer“. Tento vítězný soubor obdržel první cenu kategorie - jevištní materiál v hodnotě 1.000 Kčs podle vlastního výběru.

O druhé místo se dělí 2 soubory. Divadelní odbor OB ve Kvasicích za hru Jana Bora „Zuzana Vojtášová“ a divadelní odbor SZK Bystřice p. H. za uvedení hry Vojtěcha Čacha „Duchcovský viadukt“. Třetí místo získal divadelní soubor ZK Fatra Chropyně za inscenaci hry Hanse Pfeiffera „Dva lékaři“.

V KATEGORII C - SOUBORY VYSPĚLÉ:

Divadelní odbor ZK Palmeton Kroměříž za inscenaci hry Curta Corinta „Trojané“. Na druhém místě je ZK ROH Pílan v Hulíně za hru Jana Drdy „Dalskábaty hříšná ves“. Tyto soubory odehrály svá představení v rámci druhé okresní přehlídky jako přehlídková představení, proto nebyla soutěžní porotou hodnocena.

Otakar Kubín

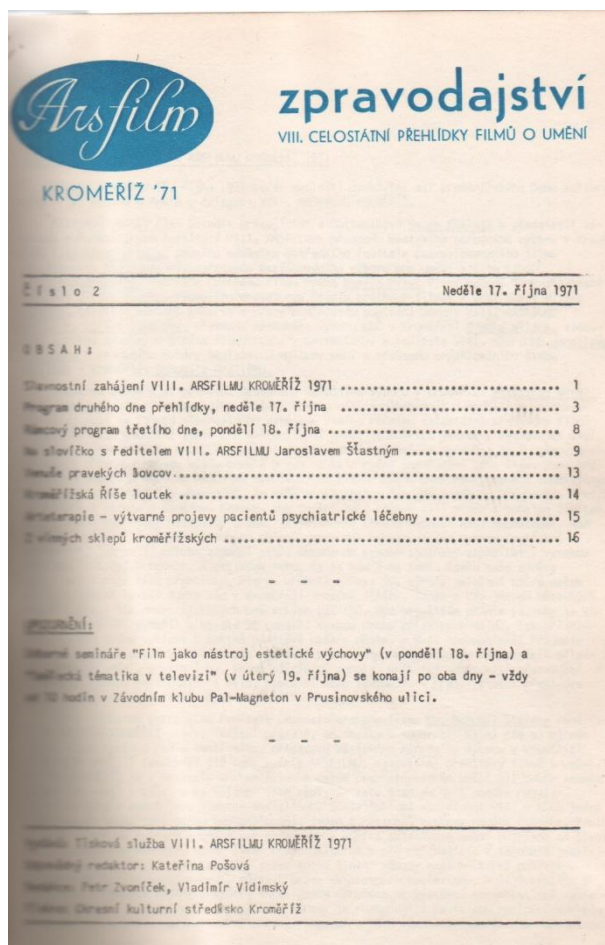
PŘÍLOHA PXIII: LOGO ARSFILMu



PŘÍLOHA PXIV: RAZÍTKO ARSFILMU



PŘÍLOHA PXV: ZPRAVODAJ ARSFILMU



PŘÍLOHA PXVI: ARSFILM AMATÉRŮ - POZVÁNKA



PŘÍLOHA PXVII: ARSFILM AMATÉRŮ – ČLÁNEK V TISKU - POZVÁNKA

Filmoví amatéři v soutěži o vavříny

Okresní poradní sbor pro amatérský film při Okresním kulturním středisku v Kroměříži ve spolupráci s Klubem amatérského filmu SZK ROH Kroměříž, vyhláší:

Okresní soutěž amatérských filmů — Kroměříž 1977.

Do soutěže mohou být přihlášeny amatérské filmy formátu Standard 8, Super 8 nebo 16 mm. Filmy mohou být černobílé, nebo barevné, němé, se zvukem na separátním magn. pásku nebo ozvučené na magnetické stopě na filmu. Projekční doba filmu by neměla přesáhnout 20 minut.

Soutěžní projekce se uskuteční v sobotu dne 2. dubna 1977 v loutkovém sále SZK — Dům kultury, Komenského náměstí Kroměříž, v 9,00 hodin.

Soutěž bude hodnotit 5členná porota, bude dotována věcnými cenami a diplomy a vítězné filmy budou postupovat do krajského kola CNSAF.

Přihlášky je nutno odeslat nejpozději do 25. března 1977 na tuto adresu:
Okresní kulturní středisko, oddělení ZUC, Komenského nám. 2828, 767 11 Kroměříž.

Přihlášené filmy, opatřené jménem a adresou (přihlašovatele) s názvem filmu na cívice i obalu, je možno zaslat poštou na uvedenou adresu, nebo doručit nejpozději hodinu před začátkem soutěžní projekce.
LaF

Kina hraji

KINO NADSKLEPI

4.—6. 3. Případ Dominici. Premiéra francouzského kriminálního filmu s Jeanem Gabinem v hlavní roli. Mládeži nepřístupno. Hraje se v 17.30 a ve 20 hodin, v neděli i v 15 hod.

9.—10. 3. Malý velký muž. Americký barevný širokoúhlý western o hrdinovi, na kterého historie zapomněla. Mládeži nepřístupno. Hraje se v 17.30 a ve 20 hodin.

KINO MLADÝCH

5.—6. 3. Ostrov vlků. Rumunský barevný film v české řeči o boji s pašeráky. Hraje se v sobotu v 15.15 a v neděli v 9.30 hodin.

FILMY PRO PAMETNIKY

10. 3. Škola základ života. Star-

PŘÍLOHA PXVIII: ARSFILM AMATÉRŮ – PR ČLÁNEK

V červnu letošního roku byl při závodním klubu ROH n. p. Pal Magneton založen Klub amatérského filmu. Tento další ze zájmových kroužků závodního klubu sdružuje zájemce o aktivní filmové amatéry z místa Kroměříže a okolí. K jeho vytvoření vedla snaha navázat na tradice a úspěchy, které amatérská filmová tvorba v Kroměříži v minulosti měla a obnovit činnost v tomto oboru sdímové umělecké tvorby pracujících.

V amatérském filmu na plné obrátky

Klub amatérského filmu si určil za cíl své práce získat nové zájemce o amatérskou tvorbu hlavně z řad mládeže, pomáhat začínajícím filmařům a dále rozvíjet jejich odborné znalosti i tvůrčí schopnosti. Vzájemnou konfrontaci pak zvyšovat uměleckou i technickou úroveň amatérské filmové tvorby.

Po pároletní činnosti je možno říci, že snahy o podchytení amatérské tvorby ve městě se setkaly s určitým úspěchem. O tom svědčí nejlépe to, že akcí, které klub pořádá, se účastní průměrně 15—20 obyvatel svého věku, převážně mladých.

Činnost klubu má své problémy — klub hledá dostatek místnost pro vlastní filmařskou práci, má potřeby se zapřísahováním potřebné projekční iř sam techniky apod. Ale chuť a alán všech zainteresovaných členů klubu vždy vše zdárně překoná.

Přednášky a instruktáže o filmové problematice, trendech světového vývoje projekční a snímáři techniky přispívají ke zvýšení informovanosti a přehledu všech členů klubu.

Další formou získání zkušenosti a řadu tvůrčích schopností amatérů je pořádání filmové tvorby — večerů, věnovaných tvorbě úspěšných filmových amatérů města i celého kraje. V září byl uskotečen večer s tvorbou MUDr. Z. Jaroše, úspěšného a dlouholetého vyznavače filmového koníčka.

Klub amatérského filmu navzájem rovněž kontakty se Studiem amatérského filmu v Uh. Hradišti, jeho aktivní člen — J. Frazt. Posava — byl již dvakrát mezi amatéry klubu a besedoval o činnosti úbersko-hradištského SÁFA, došlo také k výměně zkušeností v rozvoji a tvorbě forem práce s amatéry. Fr. Postava uvedl také 20. října v zasedání klubu Pal Magneton večer filmotvůrčí SÁFA, kde prezentovali práci téměř 20letou tvorbou tohoto výsoco aktivního střediska amatérského filmu.

V říjnu uspořádal Klub amatérského filmu I. klubovou přehlídku filmů a filmátem - dovolená. Na přehlídce byly uvedeny filmy, které vznikly z popudu společné činnosti v kroužku, a tedy jsou výsledek aktivizace jednotlivých členů.

V současné době klub natáčí svůj první kolektivní dokumentární film. Tato činnost kroužku se bude v průběhu příštího roku dále rozvíjet na základě kladných zkušeností a poznatků z dosavadní práce kolektivů.

Klub plánuje klubové přehlídky, večery filmoték, které se těší velké pozornosti i ostatních občanů města, přednášky, ale také etos neformálního charakteru, jež by měly vést k hlubšímu poznání jednotlivých členů, nalezení specifických schopností každého jednotlivce a jejich využití pro zkrvalitování společné práce.

Doufáme, že naše činnost naleznou porozumění a pomoc u všech orgánů města i okresu, neboť naším prvním úkolem je prostřednictvím dobré a angažované amatérské filmové tvorby pomáhat při formování mladého člověka a čestně reprezentovat závodní klub, Pal Magneton a město Kroměříž.

Ing. Ladislav Franst

MNOHO RADOSTI A DOBRŮU POHODU *
O VÁNOČNÍCH SVÁTČÍCH přeje redakce Zpravodaje

PŘÍLOHA PXIX: ASUT - ODZNAKY



PŘÍLOHA PXX: ASUT – FESTIVALOVÝ ZPRAVODAJ

20. ročník
festivalový
ZPRAVODAJ
KROMĚŘÍŽ 1986

Za další rozvoj zájmové umělecké činnosti,
za splnění závěrů XVII. sjezdu KSČ

Vítejte v Kroměříži

Krátce po provedených volbách do zastupitelstev sborů zahajujeme v pořadí již XX. ročník Festivalu ČSLA ASUT Kroměříž 1986, který je významnou kulturně politickou akcí pořádanou na počest XVII. sjezdu Komunistické strany Československa a 65. výročí jejího založení.

Jubilejní ročník je příležitostí k malému ohlednutí do minulosti. Připomeňme si některá jména vítězských jednotlivců a kolektivů z mnohastránkového kroniky festivalů. Spěváky Jiřího HELEKALA, Petra KOZVALDA, taneční orchestry BLESK, JISKRA, CODA, Děchové hudby VESELÁ DESÍTKA, VALAŠČANKA, pěvecké sbory DRUŽBA, MÍR, instrumentální skupiny BODLÁK, ERGO, SATELIT, NEŽMAR, folklórní soubory JÁROŠÍK, MANUŠA a kolektivy společenského tance AKADEMİK, JITŘENKA.

Ani organizace a program festivalu nezůstává v zaběhnutých kolejích. Rozšiřují se akce v rámci Dnů družby, prohlubuje se odborná úroveň seminářů, vzrůstá zájem civilní veřejnosti o malou folklórní slavnost nazvanou Roztančená ulice.

Jen ti nejlepší si vybojují přední místa v hodnocení. Takový je zákon každé soutěže - všichni nemohou být první. Ale nikdo nezůstane zklamán. Vždyť účast v tomto nejvyšším kole ASUT je sama o sobě zaslouženým oceněním a odměnou za celoroční práci.

Všichni účastníci festivalu budou dobře reprezentovat svůj útvar a školu nejen na jevišti, ale i při dalších příležitostech a že příslušnost k ČSLA prokáží vzorným vojenským chováním a vystupováním.

Ještě jednou a upřímně - vítejte v Kroměříži!

Slovo náčelníka festivalu

Při příležitosti jubilejního dvacátého ročníku vyslovujeme upřímný dík a uznání všem těm, kteří se svojí prací zasloužili o vznik a rozvoj této ojedinelé a vzácné kulturní tradice. Festival ČSLA ASUT Kroměříž je výsledkem soustavné péče a koncentrovaného úsilí nejen velení armády, ale i místních stranických a státních orgánů, které považují festival za významnou součást kulturního života města Kroměříže a věnují mu neobyčejnou podporu. Očekáváme proto od všech soutěžících, že splní do písmene svoje poslání reprezentantů jednotlivých útvarů a vojenských škol a naplní svoje umělecké krédo - odevzdat na počest XVII. sjezdu Komunistické strany Československa angažované soutěžní programy na vysoké umělecké úrovni.

Ppik. PhDr. Karel MASTNÝ

**PŘÍLOHA PXXI: ASUT – PŘÍLOHA FESTIVALOVÉHO ZPRAVODAJE
„VONIČKA“**



PŘÍLOHA PXXII: ASUT – LOGO FESTIVALU

