

Vizuální analýza kin a jiných kulturních zařízení před listopadem '89

BcA. Lenka Opálková

Diplomová práce
2016

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Grafický design
akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Lenka Opálková**
Osobní číslo: **K14319**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design - Grafický design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Písmo kin a jiných kulturních zařízení**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 40 - 45 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz směrnice rektora č. 7/2014) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část: vizuální analýza kulturních zařízení před listopadem 1989
2. Praktická část: (out)socialistické písmo

Dále na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce v minimálním počtu 10 kusů pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah diplomové práce: viz Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz Zásady pro vypracování
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/umělecké dílo

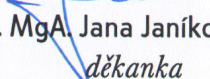
Seznam odborné literatury:

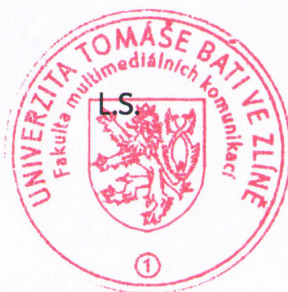
doporučené zdroje:

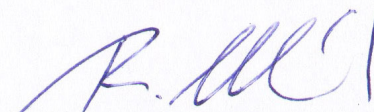
veškeré knihovnické a jiné fondy s literaturou na území ČR, SK, EU, webové stránky vztahující se k tématu, odborné časopisy a další literatura po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí diplomové práce: **MgA. Jana Dosoudilová**
Ateliér Grafický design
Datum zadání diplomové práce: **2. listopadu 2015**
Termín odevzdání diplomové práce: **13. května 2016**

Ve Zlíně dne 1. prosince 2015


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




dr. ak. soch. Rostislav Illík
vedoucí ateliéru

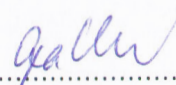
PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

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 užít 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 Zlíně11. 12. 2015.....

BcA. Opálková Lenka



.....
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 vzdělávacího 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 užít 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 výdělku 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 výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Diplomová práce si klade za cíl nalézt a zdokumentovat pozůstatky nápisů z (out)socialistické éry na našem území, zaměřené na budovy kin a dalších společenských zařízení. Teoretická část ve zkratce nastiňuje situaci po roce 1948, zabývá se problematikou kin a kulturních domů. Nezapomíná na médium světla a jeho dobový fenomén neonové reklamy. Poslední část práce je vlastním výzkumem, popisující zlomek vybraných nápisů. Praktická část všechny tyto poznatky zúrokuje při práci na knižní publikaci.

Klíčová slova: socialismus, nápisové písmo, kino, biják, kulturní dům, kulturák, světelná reklama, neon, kinofikace

ABSTRACT

My dissertation is aimed at searching and describing relics of signs from (out)socialist period in our country; focused on the buildings of cinemas, culture houses and other culture institutions. Theoretical part in short summarises history after 1948, deals with questions of the cinemas and culture houses. Remembers light as a medium and its historical phenomenon – neon advertisement. Next part is my research, which describes some parts of selected culture institutions by myself. Practical part of my dissertation will use all of these informations and knowledge in a working process on my book.

Keywords: socialism, sign, cinema, bijak, culture house, kulturak, sign lighting, neon, spreading cinemas

V prvé řadě bych ráda poděkovala svým rodičům Lence a Jaromírovi za důvěru a podporu během mých studií na vysoké škole. Dále pak paní MgA. Janě Dosoudilové za odborné vedení a připomínky k mé práci, a všem dalším, kteří se na vzniku knihy podíleli.

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

OBSAH

ÚVOD	9
I. TEORETICKÁ ČÁST	11
1. AŽ ŽIJE BIJÁK A KULTURÁK!	12
1.1 KULTURA MĚNÍ SPOLEČNOST	12
1.2 KULTURÁK = KONZUM KULTURY	14
1.2.1 Původ	14
1.2.2 Funkce	15
1.3 BIJÁK	16
1.3.1 Původ	16
1.3.2 Funkce	17
1.3.3 Svět, Mír, Moskva... ..	18
2. SVĚTLO JE MÉDIUM	22
2.1 NEON SOUČÁSTÍ SOCIALISTICKÉ VIZUÁLNÍ KULTURY ...	22
2.1.1 Vývoj padesátá/šedesátá léta	22
2.1.2 Od návrhu po realizaci	24
2.1.3 Ov ce z lenina	29
2.1.4 Vývoj sedmdesátá/osmdesátá léta	31
2.1.5 Vývoj devadesátá léta a současnost	33
2.2 NEON JAKO UMĚLECKÝ OBJEKT	35
2.2.1 Zdeněk Pešánek	36
2.2.2 Stanislav Zippe	38
3. GRAFICKÝ DESIGN NA FASÁDÁCH	41
3.1 KINOREKLAMA	41
3.2 KINOFIKACE	44
3.3 MAPOVÁNÍ MORAVY	45
3.3.1 Šumperk – Kino OKO	45
3.3.2 Bruntál – Společenský dům	46
3.3.3 Šternberk – Naše kino	48
3.3.4 Uničov – Kino Družba	49
3.3.5 Prostějov – Kino Metro 70	50
3.3.6 Václavov – kulturní dům	51

3.3.7	Rýmařov – kino	52
3.3.8	Konice – kino	53
3.3.9	Bedihošť – kulturní dům	55
3.3.10	Staré Město pod Sněžníkem – Kino Sněžník	56
II. PRAKTICKÁ ČÁST		58
4. SNAHA O FOCENÍ DO MINULOSTI		59
4.1	POSTUP PRACOVNÍ ČINNOSTI	59
4.1.1	Mind map	59
4.1.2	Kritéria pro výběr nápisů	59
4.1.3	Pátrání	60
4.2	KONCEPT GRAFICKÉHO ŘEŠENÍ	60
4.2.1	Forma	60
4.2.2	Co je obsahem	61
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY		66
SEZNAM OBRÁZKŮ		70

ÚVOD

Tato diplomová práce je tvořena kombinací nostalgie, touhy po objevování a zároveň sledování věcí velmi prchavých, mizejících v čase.

Klíčovou částí práce je kolekce „grafického designu na fasádách“, čili hledání, shromáždění a archivace nalezených nápisů/štitů názvů kin a jiných kulturních zařízení, vymezených na období 1948–1989, jako dobu nadvlády komunistického režimu u nás. Pozůstatků z této éry najdeme stále celou řádku – reklamní nápisy jako kadeřnictví, obuv, potraviny, pohostinství, restaurace, kina atd. To je důvod, proč jsem svoji práci vymežila na kulturní sféru, především oblast kin, kulturních a společenských domů, které mnohdy tvořily jeden ucelený multi komplex. Říká se tomu typografické cvičení. Designéři sbírají a dokumentují staré nápisy se záměrem zmapovat své okolí, objevit město či určitou lokalitu a následně zarchivovat jejich vizuální identitu ještě dříve, než skončí ve šrotu. Každé kino je specifické svojí typografií a skutečnost, že jsou vázány na určitou lokalitu, je součástí jejich identity. Na druhou stranu nejsem zastáncem zanechání architektury budov ve zchátralém stavu. Je však rozdíl odstranit nebo zbourat celý komplex, když se dá potencionálně využít jinak. Stačí něco přidat, a tím vznikne nová věc. Nemluvě o hodnotě dokumentační a historické, kterou v ojedinělých případech doplňuje i hodnota estetická. Pozůstatky děl minulého režimu najdeme prakticky na každém rohu. V některých městech a obcích více, v některých už méně. Důvodem je především hospodářský růst měst a jejich ekonomická situace.

Dnešní boj se zdražováním tepla má za následek tzv. „polystyrénovou mánii“, kdy se zatepluje a rekonstruuje v plném proudu. Původní vzhled většiny budov včetně nápisů a plastické výzdoby, která ve slavných i neslavných časech 20. století zdobila jejich fasády, je nenávratně shozena. Stejný případ se týká i kulturních středisek jakými jsou kina. Zaniklá sláva některých městských či vesnických kin ztroskotala na postupném digitalizování a nástupu moderních komplexů multikin, což mělo za následek odklon návštěvníků. Tato kina jsou dnes buď zavřená a vlivem času postupně chátrají nebo promítají pro úzce zaměřenou skupinu lidí. Jejich nápisy se postupem času staly součástí veřejného prostoru. Naprostou většinu našeho území tvoří nápisy již modernizované. Světlou výjimkou jsou ty, kterým po rekonstrukci zůstal původní vzhled a ještě menší skupinku tvoří zachované originální nápisy na fasádách. Umělecká výzdoba architektury, podobně jako stavebnictví, podléhala centrálnímu plánování. Pozůstatky grafického designu na fasádách (nejen těch z kulturní sféry) jsou právě oním dědictvím socialismu, které dnes z pohledu chodců zůstávají bez povšimnutí.

Ironií však je, že píšu o době, kterou jsem nezažila na vlastní kůži, a narodila se těsně před jejím koncem v listopadu roku '89. Proto se budu snažit psát následující pasáže s nadhledem, leckdy i s nadsázkou. Zvolená forma jazyka je odlehčená, používám výrazy řadící se k nespisovnému útvaru českého jazyka, která byla v té době hojně užívaná a dnes již vymizela např. slova – biják, kulturák, soudruzi. Tato pojmenování umocňují umělecký dojem z díla, jakožto součást mého obsahu.

Vybrané téma může působit jako další ze série nostalgických ohlédnutí a z části tomu tak opravdu je. Pro mě je však důležité vnímat i estetickou hodnotu (out)socialistických nápisů a ukázat, jak fungovaly. A co je podstatné? Pozůstatků nápisů na kinech a dalších budovách, které stojí za pozornost, je stále mnoho. Hodnota výzkumu stoupá o to více s jakou rychlostí tyto nápisy mizí.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1. AŤ ŽIJE BIJÁK A KULTURÁK!

„Filmové umění zaujímá významné místo ve výchově socialistického člověka a je jedním ze základních nástrojů politického a ideového působení na jeho vědomí.“ [34]

Rozdíl mezi kinem a biografem? – Žádný. Kino je označení jak pro *biograf*, *bio*, ale i *biják* a *bijásek*. Jde však o výrazy, se kterými se dnes již v běžné mluvě nesetkáváme. V době, kdy ještě neexistovaly videokazety, DVD a v televizi se nic pořádného nehrálo, byla návštěva kina skvělou alternativou. Za časů mého otce stálo vstupné směšných 5–9 Kčs (záleželo na druhu filmu). Kino slouží především k filmovému zážitku, mnohdy se však našly daleko lepší možnosti, platilo jako skvělá „zašívárna“ záškoláků. Vůbec oblíbeným místem se stalo na „randění“, a to díky svému tmavému a příjemnému zá- koutí. Z nabídky jste si mohli vybrat kromě domácích filmů nebo sovětských, i západní videoprojekci, která byla ideologicky nezávadná. V sedmdesátých letech dokonce pře- važovalo více zničených snímků (asi 379), než kolik jich bylo celkem natočeno. Režim byl v tomto paranoidní, stačila emigrace jednoho z herců nebo jiný životní standard ukazující materiální nasycenost světa a film se ocitl na černé listině. Další kapitolou byly nepřístupné filmy. Věková hranice pro nepřístupnost tehdy činila 15 let a z vyprávění pamětníků stačilo, aby se ve filmu milenci dvakrát políbili, a mládeži byl zakázaný. Není tedy divu, že výroba falešných legitimací a ilegálních návštěv, byla častým jevem. I tyto nepatrné detaily jsou skládkou k událostem, které se staly na našem území před více než půl stoletím. [34]

1.1 KULTURA MĚNÍ SPOLEČNOST

S politickým převratem šla ruku v ruce i změna československé kultury a umění. Původní převzetí moci zapříčinilo osvobození naší země armádou Sovětského svazu na sklonku druhé světové války. Logicky jsme se tak dostali pod její mocenský vliv. Československá ekonomika za války hodně ztratila. Záchranou mělo být v tomto případě zahájení cen- trálně plánovaného hospodářství, ideologicky převzaté ze Sovětského svazu. Rostoucí obliba KSČ u veřejnosti a podmínky, za kterých bylo předem dané její vítězství v parla- mentních volbách v únoru 1948, dospěly k absolutnímu puči a nadvládě KSČ. Preziden- tem se stal Klement Gottwald, předsedou vlády Antonín Zápotocký. [5]

Kultura a umění nadále nesloužily pouze bohaté vrstvě společnosti, jak tomu bylo za první buržoazní republiky. Centralizovaly své zájmy na všechny vrstvy (především pracujícího lidu) podle sovětského modelu. Tento politický konstrukt, fungující na principu přede- spaných norem se objevuje od roku 1934 v Moskvě, známý pod pojmem – socialistický

realismus, zkráceně SORELA. Typická ukázka, že nelze oddělit oblast politiky od umění. Historik Pavel Janoušek doplňuje: „(...) *jeden z nejdůležitějších rysů socialistického realismu byla potřeba vytvořit ze života svátek, oslavovat a mytizovat ho*“. [35] Budovatelské písně, jež nadšeně zpíval prostý lid, toho byly názorným příkladem. Při pohlížení na socialistický realismus jako na výtvarný směr se odborníci v názorech značně rozcházejí. Někteří zastánci tvrdí, že nešlo o tendenci, která by vznikla přímo od autorů či umělců, ale o program tehdejšího režimu vytvořit sloh, který by se rovnal jiným uměleckým stylům. Je to tedy politický program, tvůrčí metoda či životní styl? Ať už jej někteří považují za umělecký směr či ne, lze s jistotou říci, že se za jeho krátké epochy projevovala vysoká úroveň kultury v oblasti umění, filmové a televizní tvorby. I když její vrcholná fáze (1948–1955) trvala krátce, o to intenzivnější byl její dopad. Opravdovost a lidovost se v umění projevují jako klíčové hodnoty ve smyslu zpodobnit člověka dodržujícího mravní zásady, což v praxi představovaly náměty rolnic, hutníků a dělníků, ve snaze o inspiraci romantismem. Podle dobových kritérií platila zásada kolektivizace umělce na úkor potlačení svojí individuality. Zároveň musel umělec nalézt určitý kompromis mezi tvůrčím projevem, modernistickou tradicí a požadavkem na maximálně možnou míru zobrazované skutečnosti. [28]

Kultura filmu 60. let je spojována s termínem – *Československá nová vlna* – generace filmařů, scénáristů a dalších členů filmové školy, kteří v té době tvořili pod rouškou společenské kritiky. Právě onen hořkosladký, improvizovaný humor obsazovaných neherců objevující se např. v Menzelových filmech nebo filmech Chytilové, skrýval kouzlo lidské skutečnosti. Tudíž tvrdit, že autoři se v tvorbě vyhýbali zobrazování reálného života ve společnosti, by byl nesmysl. Do politicky kontroverzních témat se však neangažovali, ze strachu, že je potká stejný osud jako některé trezorové filmy (viz Menzelovi *Skřivánci na niti* –1969). [7]

Nejvyšší pozornost kultuře, zaměřené na stabilizaci její společenské funkce, nastalo v období nástupu Gustava Husáka na post prezidenta v roce 1969, známým jako období normalizace. Samotný Husák ve svém přednesu o činnosti strany propaguje myšlenku využití nástroje socialistického umění ve prospěch šíření ideologie: „*Před významnými a složitými úkoly je umění a oblast kultury vůbec. V minulosti – ačkoli nebyly přijímány špatné rezoluce o ideovosti a stranickosti umění, o jeho významu v ideologickém boji – se podcenila reálná hrozba nástupu pravicových sil, idealizovala se situace na kulturní frontě. Období narůstání nesocialistických, maloburžoazních tendencí v této oblasti vyvrcholilo hlubokým politickým zneužitím umění a kultury v roce 1968 po politickomocenské cíle bloku revizionistických a protisocialistických sil. (...) Socialistické umění je velkou ideovou zbraní. Literatura, divadlo, kinematografie, televize, výtvarné umění, hudba atd.*

mají důležité poslání při formování socialistického člověka, při jeho výchově v duchu naší společnosti.“ [11]

1.2 KULTURÁK = KONZUM KULTURY

1.2.1 Původ

Kulturní dům nebo *dům kultury* jako samostatný architektonický komplex plní společensko-kulturní funkci. Historicky navazuje na původní výstavbu občanských staveb z počátku 60. let 19. století, určených pro výchovu, vzdělávání a kulturu obrozené národní společnosti. Jsou to objekty obecních, besedních, lidových, národních či dělnických domů. Pojetí některých domů z přelomu 19. a 20. století bylo tak všestranné, že jejich kulturní funkce přetrvává až do současnosti. Postupný vývoj ovlivněný nároky společnosti, nechal prostor pro vznik typizované budovy – multifunkčního organismu, jež v sobě integruje několik na sobě nezávislých společenství. Jde tak o centralizaci moderního člověka do prostoru kulturního domu, jež může obsahovat místo pro divadelní, koncertní, přednáškové sály, prostor pro kino, restauraci, kavárnu nebo galerii. Pokus o kulturní projev je díky tomu úspěšně naplněn. [11]

Není překvapením, že nejvíce kulturních domů bylo u nás postaveno v letech 1948–1989. Základní myšlenkou bylo zpřístupnění kultury všem občanům bez sociálního rozdílu, zajistit bohatý společenský život nejen ve městech, ale především v obcích a pozdvihnout tak jejich úroveň. Důvod byl velmi prostý. Skrze rychle rostoucí počet KD, tak mohl režim šířit své propagandistické ideje mnohem efektivněji a s větším polem působnosti. Všechny tyto „prozíravé“ socialistické cíle byly zformulovány v *zákoně č. 52/1959 Sb. O osvětové činnosti*, který měl za úkol vytvořit podmínky pro bohatý kulturní život v ČSR. Již na počátku převratu bylo předpokládáno, že způsob života lidí se postupem času změní, ve smyslu schopnosti vyšší pracovní produktivity a následného zkrácení pracovní doby. To by zajistilo lidem více volného času k oddechu, který by mohli eventuálně věnovat kultuře. Výstavba těchto zařízení byla plánovaná v sídlištích všeho druhu i v rekreačních prostorách. Dostaly tak výhradní společensko-kulturní postavení v každé obci. [11]

Výstavba nových kulturáků nebyla vždy podmínkou, ale její síť se rozšířila přestavbou nebo úpravou staršího objektu. Ministerstvu školství a kultury mimo jiné nahrál fakt, že téměř ve všech obcích od 1000 obyvatel byly k dispozici prostory pro kulturní život¹, mezi které patřily jak tělocvičny, školy, pohostinství, tak i knihovny atd. Nejvíce se z uve-

1 vyplývá z šetření Ministerstva školství a kultury z roku 1965

dených možností využívalo prostoru pohostinství. Velikost a kategorie kulturního domu se určovala dle příslušné lokality na základě analýzy o dislokaci a územního plánu obce. Urbanistické řešení kladlo důraz na umístění budov primárně v centru, obklopené veřejnou zelení či parkem, se snadnou dopravní dostupností a dostatkem parkovacích míst. To vše za podmínek, že nebudou umístěny blízko pozemní komunikace, která by rušila nadměrným hlukem, zápachem nebo znečištěným ovzduším. [11]

V roce 1965 činil celkový počet kulturáků v ČSSR na 3 892, přičemž se počítalo s plánem, že díky rekonstrukci původních prostor nebo vybudováním zcela nových, budou tato zařízení na konci roku 1970 dokončena. Marie Novotná ve své práci také zmiňuje všechny součásti kulturního domu na základě jehož multifunkčnosti a rozměru se považoval za reprezentativně veliký. „*Jeho části se dělily na divadelní, kino, koncertní síň, šatny, klubovou a společenskou část (taneční sál), administrativní část a doplňkovou část (př. kanceláře JZD, restauraci, jídelnu). Dle kategorií se rozdělovaly podle umístění (vestavěné nebo přistavěné k budově jiné funkce; samostatné budovy), dále podle velikosti sálů (kategorie I. – do 100 sedadel; kategorie II. – od 101 do 400 sedadel; kategorie III. – nad 401 sedadel); a v poslední řadě dle charakteru (v sídlišťích všeho druhu; v rekreačních oblastech).*“ [11]

1.2.2 Funkce

Z vizuální stránky měla stavba reprezentovat danou obec, společnost a především dobu. Účelově plnily domy kultury složku společenskou, výchovnou, kulturní, rekreační a uměleckou, mezi jejíž hlavní aktivity se řadily např. MDŽ oslavy svátku, taneční zábavy, plesy, divadelní představení, koncerty. Pořádaly se zde schůze politických organizací, oslavy státních svátků, JZD či jiných podniků. [11]

Politika kladla důraz na jakousi kontinuální pospolitost, k čemuž se kulturáky jevily jako vhodné prostředí. Dokonalé místo, kde se lidé mohou společně střetávat a bavit, to vše pod vlivem propagandistických myšlenek vládnoucího režimu. Je evidentní, že v průběhu let 1948–1989 došlo k vybudování sítě kulturních domů po celém Československu. Snaha teoretiků kultury navrhnout optimální model pro rozvoj výstavby kulturních zařízení, přinesla v závěru pozitivní výsledky a tyto prostory jsou v současnosti jedinými, které jsou schopny zajistit kulturní a společenské vyžití v obcích.



Obr. 01: Ukázka kulturáku ve venkovském prostředí

1.3 BIJÁK

Není jednoznačné zda období totalitního režimu znamenalo pro naši zemi rozvoj ve všech jeho sférách (průmyslu, hospodářství, zemědělství a kultuře). Kdyby ano, přisuzovali bychom tento rozkvět počáteční euforii a nadšení z myšlenky za nový socialistický stát nebo politické propagandě a manipulování? Faktem je, že snahou režimu bylo ukázat nadšený pracující lid, který má právo utvářet kulturu a svým způsobem ji tak přispívat. Další skutečností je, že plán vybudovat v každé obci kulturní středisko, zajistil v některých případech i prostor pro kino a jeho příslušenství. Ať už byl součástí jednoho komplexu společně s kulturním domem a nebo jen samostatnou budovou. Tzn., že i v těch nejzapadlejších vesničkách se vyskytovalo kino.

1.3.1 Původ

O první veřejné kinematografické představení, uskutečněné roku 1895 v Paříži, se zasloužili bratři Lumièrové. Mnohem dříve je předcházely pojízdny kinematografy, působící spíše dojmem cirkusového představení. O 12 let později se biograf objevuje už i v Praze v domě U modré štiky zásluhou Viktora Ponrepa. Jak uvádí *Tomáš Seidl* ve svém článku: „(...) Od r. 1907 až do dnešní doby se zájem o filmovou tvorbu neustále zvyšuje. V r. 1936, deset let po zavedení zvukového filmu, bylo v Československu 1838 kin, o čtvrtstoletí později už 3566.“ [13] Období konce války znamenalo především rozšíření kin do menších obcí a přestavba na „šestnáctimilimetrový“ formát. Ani zavedení prvního vysílání televize v roce 1953 či technologický vývoj (barevný širokoúhlý film) jejich nárůst nezastavil. [13]

Od nástupu komunistů k moci v roce 1948 počet kin vyšplhal na 2619, v průběhu let jejich počet rapidně narůstal, aby na konci převratu zase klesl. Nej hustší síť kin s počtem 3710 mělo Československo v letech 1965, a vyhrálo tak prvenství mezi světovými konkurenty. [13]



Obr. 02: Ukázka zavřeného úsovského kina

1.3.2 Funkce

Jak již bylo zmíněno v předešlé kapitole, po válce a následném nástupu totalitního režimu k moci, se počet kin mnohonásobně zvýšil. Začala se budovat nová struktura kinematografické sítě (tzv. centrálně řízená kinofikace), protože dosavadní model se jevil režimu jako nevyhovující až chaotický. Kinům byla přiřknuta nová funkce a hlavní pozornost byla zaměřena na obnovu či zcela novou výstavbu těchto objektů nejen ve městech, ale zejména na vesnicích. Filmové umění je tedy nositelem určité sociální interakce a zprostředkovatelem zábavy. Obzvláště venkov jako abstraktní označení pro kulturní krajinu v kombinaci s filmovým médiem – kinem, je ukázkou určité životní úrovně. Částečně se tak mohou stírat rozdíly mezi městem a obcí. [3]

Podobně jako kulturní domy, i budovy kin lze typizovat podle charakteristických znaků. *Bohuslav Blažek* v knize *Venkov města média* [3] je kategorizuje následujícím způsobem:

- kino napodobující divadelní sál – kinosál (klasické kamenné kino)
- kino pod otevřeným nebem napodobující amfiteátr (letní kino)
- kino s několika sály v jedné budově (multikino)
- kino, do kterého se vjíždí automobilem (autokino)
- kino, kde diváci mohou volit pokračování (kinoautomat)
- kino, kdy se promítání děje v soukromí (domácí kino)
- kino jako syntéza pohybu, filmu, hudby (laterna magika)
- kino putovní

Samostatnou kategorii klasických kin pak dále rozdělujeme na – klasické jednosálové kino a klasické vícesálové. Příkladem největšího klasického jednosálového kina s celoročním provozem v ČR je dnes *Velké kino ve Zlíně* (kapacita 1010 diváků). Kino s nej-

větším promítacím sálem je však v současné době uzavřeno (od března 2016) kvůli jeho havarijnímu stavu a o jeho dalším osudu se v budoucnu rozhodne. [22]

O dalším vývoji kin, ohroženým z hlediska výstavby multikin, a nástupem digitálních technologií, bude řeč v pozdějších kapitolách.

1.3.3 Svět, Mír, Moskva...

Vlastní jména názvů československých kin jsou zajímavou problematikou obecně. Otázku, kterou si vždy primárně klademe je původ jejich výskytu – tedy faktické vysvětlení, proč a za jakých okolností svůj název získala. Následná kategorizace do tematických oblastí spolu s výčtem nejfrekventovaněji užívaných názvů, je pak přehledným výběrem.

Převážná většina československých kin, vyskytujících se v menších vesnicích, své kino vlastním názvem neoznačovala, proto se z praktických důvodů k samostatnému názvu – *kino*, vždy přidalo navíc jméno obce, ve kterém se nacházelo, např. *kino Velké Karlovice*. Tato označení se však nepovažují za oficiální názvy. Přibližně 458 kin v celé republice mělo vlastní název a pro tato kina bylo vytvořeno 176 vlastních jmen. Co bylo tedy určujícím znakem ovlivňující výběr názvu kina? Obecně lze říci, že podléhala kulturním, politickým a dalším požadavkům společnosti. Pro představu o četnosti výskytu názvu našich kin slouží níže uvedené číselné hodnoty šestnácti nejčastěji se opakujících pojmenování kin, zastupující více než polovinu všech kin v ČSR². Název *Letní kino* mělo – 54 kin, *Svět* – 40, *Oko* – 31, *Mír* – 16, *Jas* – 13, *Panoráma* – 12, *Družba* – 9, *Lípa* – 9, *Hvězda* – 8, *Moskva* – 8, *Květen* – 8, *Beseda* – 6, *Vlast* – 6, *Vesmír* – 5, *Praha* – 5, *Čas* – 5. [33]

Existují případy starších biografů, které za dobu svého provozu název změnily mnohokrát. Se jmény jako – *Obzor*, *Čásek* nebo *Edison* se už dnes nesetkáme. Na některé starší názvy ještě můžeme narazit – kino *Oko*, *Panorama*, *Jas*, *Svět*, *Mír*. Budou přetrvávat tak dlouho, dokud nezaniknou společně se svoji zašlou slávou. Samozřejmě výstavba nových kin a multiplexů si žádá celou řadu nových názvů. Příkladem je zábřežské kino *Retro*, kino *Scala* v Brně, *Art* v Brně a v Chebu, Kinokavárna *Reflex* nebo *Ex* v Karviné, ostravské kino *Amfi*, *Experiment* v Ostravě-Porubě a kino *Permon* ve Frýdku-Místku. [33]

2 číselné údaje jsou platné k roku 1985

1.3.3.1. Pojmenování dle zeměpisného určení

a/ Města – Není překvapením, že názvy kin se s oblibou pojmenovávaly podle měst, zvláště inspirovaných zahraničními jmény (*Moskva, Varšava, Sofia, Leningrad, Kyjev, Paříž*), dále podle historicky významných míst (*Sokolov, Sevastopol, Jalta*). Inspiraci českými městy převzala podle našeho hlavního města, tudíž kino *Praha* se vyskytovalo hned na čtyřech místech – v Karlových Varech, Chomutově, Brně, ale i v Praze. České město Tábor zase posloužilo jako přízvisko pro kino *Tábor* v Praze 3 na Žižkově. [33]

Do této skupiny se řadí i názvy kin, které jsou z praktických důvodů označeny vl. jménem obce s jeho působištěm. Dále jsou známy případy, kdy mnoho kin větších měst nese název části obce např. v Praze kina *Bohnice, Hlubočepy, Kačerov, Ruzyně, Vyšehrad*. [33]

b/ Řeky – Zřídka, ale přesto vyskytující se, jsou názvy protékajících řek jako např. kino *Labe* v Děčíně, *Odra* v Bohumíně, *Vltava* v Kralupech nad Vltavou a v Praze, *Sřela* v obci Plasy nebo *Svratka* v Brně. [33]

c/ Hory – Naše pohoří a hory se staly v malém měřítku inspiračním zdrojem. Kino *Ondřejník* v Kunčicích pod Ondřejníkem, *Praděd* v Loučné nad Desnou, kino *Sněžník* ve Starém Městě pod Sněžníkem, kino *Vysočina* v Žďáru nad Sázavou a *Šumava* v Klatovech. [33]

d/ Část území – Dle územních celků se v ČSR pojmenovávalo kino *Morava* v Brně, v Praze, Veselí nad Moravou a kino *Haná* v Kojetíně. [33]

d/ Moře – Jediným příkladem té doby, který by měl ve svém názvu inspiraci mořem, byl případ kina *Jadran* v Brně. [33]

1.3.3.2. Pojmenování dle významných osob

Zdálo by se to logické, přesto československých kin nesoucí název podle některé z významných osobností, se vyskytovalo pramálo. Žádné tehdy nereprezentovalo jméno známého či zasloužilého umělce, významného státníka, vědce aj. Výjimku tvoří ostravské kino *Edison* a *Ponrepo* v Praze, pojmenované podle pseudonymu majitele prvního stálého kina v Praze. Dále pak zaznamenáváme příklady českých kin nesoucí název spisovatelů jako např. *Arbes* v Praze na Smíchově, *Jirásek* v Mimoní. Do seznamu kin obsahující v názvu rodné jméno, patří kino *Libuše* v Praze-Nuslích, karlovarské kino *Drahomíra a Petr*, kino *Vítek* v Ostravě nebo kino *Ondráš* v Janovicích (pojmenované podle lidového hrdiny). [33]

1.3.3.3. Pojmenování dle polohy nebo charakteru

a/ Druh, charakter, vlastnost – Jedná se o skupinu názvů kin, vyskytujících se ve velkém měřítku na našem území např. *Letní, Širokoúhlé, Velké, Malé, Lidové* kino. Mezi další názvy lze zařadit kina místního určení jako ostravské kino *Amfi, Minikino* v Plzni a *Malá scéna* v Jihlavě. Nejvíce používaná jména byla bezesporu kina *Panorama* a *Letní kino*, které se objevovaly ve složeninách např. *Panoráma-Mír* v Krnově, *Letní-Panoráma* ve Valašském Meziříčí atd. [33]

b/ Poloha – Umístění kina a jeho poloha ve městě hrály také roli pro určení názvu, např. kino *Pasáž, Centrum* či *Střed*. Dále název převzatý podle komplexu budovy, která sloužila pro více způsobů užití, příkladem jsou kino *Metro, Kotva, Lucerna* v Praze. Místopisné určení důležitého městského objektu zase dávalo přívlastky jmen kinům *Na terase, U hradeb, Klub, Kinokavárna, Kino-knihovna, Městská knihovna, Kulturní dům*, kino *Výstaviště* v Jablonci nad Nisou, *Černá louka* v Ostravě nebo (dříve) *Veletrhy* v Praze-Holešovicích. [33]

1.3.3.4. Pojmenování z dob filmových počátků

Do této kategorie lze zařadit dnes již klasická pojmenování kin, dána do kontextu s technikou, funkcí filmu či zrakovým smyslem. Lze říci, že jsou to společnostmi zažitá pojmenování a tak např. jméno *Oko*, související s němým filmem, bylo druhým nejpoužívanějším názvem této kategorie. Dále sem řadíme jednoslovné názvy jako *Jas, Svět, Obzor, Světozor*, které vynikají schopností snadné zapamatovatelnosti. Dále rozdělujeme kina na stará jména cizího původu, užívaná mezinárodně – *Illusion, Olympia, Orient, Alfa* a *Eden*. K jednomu z nejstarších názvů patřil i biograf *Edison*, pojmenovaný díky svému jmenovci, průkopníkovi kinematografie a vynálezci v jedné osobě – T. A. Edisonovi. [33]

1.3.3.5. Pojmenování oslavující práci a pokrok

Výrazově bohatou skupinu označení tvoří okruh jmen oslavujících práci, pokrok, historické události nebo pro režim společensky významné skupiny obyvatelstva.

a/ Historické události – Kina *Únor, Vítězný únor, 9. květen, Odboj, Revoluce, Máj, Květen* či *Osvobození*, jsou názvy historických mezníků Československa, podle kterých lze snadno určit dobu vzniku jejich pojmenování. [33]

b/ Skupiny obyvatelstva – Souhrnně jde o názvy jmen oslavujících konkrétní společensky významnou skupinu lidí. Zmínka je o kinech – *Horník, Hutník, Družstevník, Pionýr, Budovatel, Hraničář, Pohraniční stráž, Pohraničnick*, ale i *Brigádník, Odbor, Pilot*. Kina typu *Slezan, Slovan* a *Pšován* jsou zase odvozena od jmen obyvatel reprezentujících danou oblast svého působení. [33]

c/ Kosmická éra – Zastupuje kategorii specifických jmen, týkající se kosmu. Vznik a původ je prostý. Zvýšený zájem o dobývání vesmíru měl tak obrovský vliv, že jednotlivá kina na našem území byla pojmenována podle vesmírných objektů v přeneseném slova smyslu. Charakteristickými se staly názvy kin – *Kosmos, Vesmír, Zenit, Sputnik* a *Hvězda*. Výjimku tvoří ostravské kino *Luna*. [33]

d/ Oslava práce, pokroku, vlasti – Předpokládá se, že tato skupina jmen byla nejpočetněji a nejrozmanitěji zastoupena rovněž i ve smyslu symbolického významu. Zahrnujeme sem kina *Zdar, Vzlet, Cíl, Práce, Družba, Mír, Svornost, Předvoj, Rozvoj, Radost, Kolektiv, Osvěta, Oddech, Úderka, Mladých, Maják, Svoboda, Rudá hvězda, Jiskra, Úsvit, Beseda, Vítěz, Domovina, Lípa a Vlast*. [33]

Toto „nostalgické“ připomenutí naší socialistické kultury, účelně nastínilo problematiku vývoje kulturních zařízení. Jak už jsem zmiňovala dříve, jejich funkce byla v minulosti jednoznačná. I dnes slouží tato centra k naplnění společenského zážitku, avšak za předpokladu, že nebudou využívána (jako v minulosti) pro prosazování politického přesvědčení. I vizuální kultura hrála a hraje nemalou roli ve veřejném prostoru. O jejím vlivu a vývoji v dobách komunistické éry bude řeč v následující kapitole.

2. SVĚTLO JE MÉDIUM

Moment, kdy den se mění v noc a ulice velkých měst rozzáří světlo z reklamních poutačů, vývěsních štítů, prodejních výloh nebo klasického pouličního osvětlení. Moment, kdy denní přirozené světlo je nahrazeno světlem umělým, pronikajícím tmou. V tu chvíli se z velkoměsta stane zcela jiný svět, řekla bych svět osvícené džungle. Z dnešního pohledu je elektrické světlo vnímáno za naprostou samozřejmost, ale jakou roli hraje samotné světlo ve vztahu k veřejnému prostoru? Z hlediska funkčnosti světlo umožňuje lidem vidět. Díky vzájemné interakci oka, světla a prostředí dostáváme výsledný vizuální vjem. Světlo, jako vizuální prostředek, je považováno za médium, které napomáhá utvářet představu o okolním prostředí. Pro mě, jako výtvarníka, hraje světelná reklama roli spíše estetikou. V dnešních přesvícených ulicích se těžko hledá výtvarně zdařilý nápis či reklamní poutač. Dříve propagandistickou záležitost současné podvědomí lidí vnímá spíše jako něco poetického až melancholického.

2.1 NEON SOUČÁSTÍ SOCIALISTICKÉ VIZUÁLNÍ KULTURY

2.1.1 Vývoj padesátá/šedesátá léta

Klasický neon, jak si jej pamatujeme z dřívějších dob, se v našich končinách moc často neobjevuje. Častá poruchovost a vysoké náklady na výrobu jsou z ekonomického hlediska příliš ztrátové. Sem tam se objeví něco jako pozůstatek z éry, kdy byl neon ještě fenoménem, ten je však povětšinou v dezolátním stavu. Období meziválečné avantgardy dvacátých let minulého století můžeme troufale považovat jako období neonu. Představte si procházku noční Prahou ozářenou neonem. *Sylva Poláková* ve svém článku dodává: „*Noční neonová scenerie byla vítaným oživením měst a za to byla oceňována i tehdejšími představiteli avantgardy. Mimo jiné Zdeňkem Pešánkem, který celoživotně usiloval o uznání světelného kinetismu (kam řadil i reklamu) jako umělecké disciplíny.*“ [29]

Zcela jiný pohled na světelnou reklamu a konkrétně neon nastal v období komunistického Československa. Reklama se stala počátkem 50. let zavržením hodná a nepodstatná ze strany vlády pro její kapitalistický podtext (což se později ukázalo jako krátkozraké). Dalším důvodem odmítnutí neonu byla otázka technicko-hospodářská. Provozní náklady na rozsvícení trubic plněných neonem nebo argonem si žádaly příkon až šesti tisíc voltů. Zásadní změna nastala po roce 1953, kdy ministerstvo vnitřního obchodu vydalo nařízení o konkrétní podobě reklamy a jejího šíření. Zakázky na výrobu tehdy spravoval Reklamní

podnik státního obchodu – Merkur³, který se postaral o jeho kompletní provedení od počítačného návrhu, až přes zajištění veškerých reklamních prostředků. Československá města se tak začala postupně proměňovat v plánovitě osvětlená centra, nad kterou měl plnou kontrolu stát. Měl však co dohánět, intenzita domácího osvětlení reklamy dosahovala pouze jedné desetiny v porovnání se západoevropskými výlohami, jejichž světelná síla dosahovala až 4000 luxů. [1]



Obr. 03: Neonová džungle v Praze – 50. léta

Jiný druh světelné reklamy se v té době nepoužíval, tudíž veškerá pozornost byla upřena na výrobu neonu. Hospodářský plán na konci 50. let nebyl stále naplněn, a proto se pro urychlení výroby začaly vyrábět neony dvojím postupem. Prvním z nich byly *typizované nápisy*, jejichž hlavní výhoda spočívala ve snadné vyměnitelnosti jednotlivých písmen v případě poruchy. Druhým typem byla *individuální reklama*, zajišťovaná pražským podnikem – *Neón*. I když je to doba počátku výroby sintrovaných (spékaných), fluorescenčních⁴ trubic, jež umožňovaly více barev a intenzivnější zářivost, z výtvarného hlediska tyto nápisy postrádaly více kreativity a nápaditosti. Častá poruchovost neonů, plynoucí z technicko-výrobní neznalosti, na popularitě také nepřidala. [1]

Kromě Prahy a Brna byla na počátku šedesátých let osvětlena i Plzeň, Pardubice, Karlovy Vary, Hradec Králové, Ostrava, Ústí nad Labem, Gottwaldov (dnešní Zlín) a Bratislava. Celkem bylo neonem pokryto na 2000 světelných reklam. Naopak jeho výskyt se ve větší míře vyhnul městům s památkově chráněnou architekturou jako jsou Olomouc nebo České Budějovice. Vysoká poptávka následně vedla k otevření brněnské pobočky Reklamního podniku státního obchodu v Praze. [1]

3 Merkur – reklamní agentura založená v březnu roku 1954, zaměřená na propagaci podniků, obchodujících na československém trhu. Na tehdejší poměry (o počtu 600 zaměstnanců) se zabýval širokým spektrem činností členěných na čtyři úseky – obchodní, ekonomický, výtvarně-grafický a výrobní. Díky tomu dokázal prvotní návrh zrealizovat až po finální výrobek.

4 fluorescence – druh luminiscence, u níž dochází k emisi světla jen po dobu, kdy je buzena

Když v roce 1958 prožívalo Československo na mezinárodní výstavě EXPO 58 svůj bruselský sen, kde náš pavilon na výstavě doslova zazářil neóny, nebylo nadále pochyb o jeho využití v praxi. Co se týče provedení, pyšnit se mohl originálním zpracováním s využitím nejrůznějších barevných odstínů. Autorky *Kramerová a Skálová* dokládají příklad z instalace, kde ve světě techniky v sekci energetiky představovala pulsující světla neonových trubic scénografa Františka Trösterera projekce cinemaskopických⁵ obrazů ohně, uranu a vody. [4]



Obr. 04: Ukázka využití neonu na nápisech československých kin

Po takovém úspěchu se stal neon takřka nepostradatelnou součástí veřejného prostoru a inspirací pro mnohé umělce. Objevoval se všude. Na restauračních zařízeních, bufetech, čerpacích stanicích, hotelech, kinech, divadlech aj.

2.1.2 Od návrhu po realizaci

Mnozí z nás si kladou otázky jako: Kdo ve skutečnosti navrhoval světelnou reklamu? Čím se inspirovali? Co se tehdy považovalo za trendy? Jaká se používala typografie? Hrála barevnost v celkovém výsledku důležitou roli nebo šlo pouze o estetickou záležitost?

Skutečnost, že si převážnou většinu návrhů světelných poutačů dodávaly podniky samy, svědčí o jejich soběstačnosti. Je to přirozené, protože každý podnik má svoji ucelenou představu o návrhu. Pokud však tento vizuální obraz světelné reklamy, čerpá z prostředí nejbližšího okolí, respektive pracovníci těchto podniků ji čerpají, pak toto vzájemné „opi-sování“ není ničím jiným než kopírováním myšlenek. Těžko předjímat proč se hned v po-

5 *cinemaskop – systém širokoúhlého panoramatického promítání filmu*

čátcích nekladl větší důraz na skloubení vizuálně lákavého neonového nápisu navrženého fundovaným designérem v závislosti na výrobní technologii.

Na celostátní konferenci o neonifikaci konané v Praze roku 1961 se tento způsob zadávání změnil a po vzoru Londýnského stylu se návrhy osvětlování všech ulic zadávaly pouze jednomu výtvarníkovi. [1]

2.1.2.1. Forma stylizace a umístění

Na světelnou reklamu se nedá pohlížet jen z hlediska užité formy, naopak je záležitostí výtvarně-estetickou. Pokud se zaměříme na kresebnou stránku písma, bylo vždy nutné dodržovat pár technických zásad, které ovlivňovaly celkový styl písma. Kresba písma měla být vždy co nejjednodušší, bez složitých překladů, smyček nebo ornamentů. Stručně a jednoduše měl návrh tvaru písma a formy stylizace korespondovat s charakterem světelné trubice. Dle toho byl designér schopný odvodit jeho kresebné možnosti. Světelná trubice měla podobu kovového drátu takže např. i verzálkové písmo muselo být přizpůsobováno, protože tvarově nevyhovovalo ostrosti záhybů. Jako nejideálnější se jevílo použití bezpatkového písma nebo volně psaného písma tzv. kurzívy. Mezi výtvarníky-neonáři slangově často používáno – „švihovka“. *Jaromír Balák* poeticky dodává: „(...) *žhavá, změkklá, drátěná hmota běží tmavým prostorem – to je to co se mnoha lidem při pohledu na psané neónové písmo vybavuje v podvědomí.*“ [1] Vznikl tak nový druh písma s měkkými záhyby, který v 60. letech dotvořil celkové vyznění tzv. grafického designu na fasádách. [1]

V meziválečné avantgardě bylo typické při umístování reklam vycházet z architektury budovy, kde neony volně opisovaly linii samotné budovy. Mezi konkrétní příklady patřil pražský *Dům módy* a *Lidová demokracie* na Karlově náměstí. Od konce 50. let byla celosvětově tato technika aplikování neonů na fasádách domů postupně nahrazována dlouhými, nepravidelnými liniemi, procházejícími záměrně v diagonálách od přízemí ke střeše. Všechna města (platí to i u zahraničních center), se tehdy potýkala s otázkou umístění světelných reklam většího formátu. Ty byly situovány průčelně na střechách domů. Ideálním se jevil frekventovaný prostor náměstí, jenž svojí rozlohou umožňoval možnost odstupů a hrál zásadní úlohu při pohledu na reklamu velkého rozměru. Další formou bylo umístění nápisů vertikálně. Tato inspirace přišla z italských měst. Problém se týkal především úzkých uliček v historických částech měst, kde nebylo možné velkého odstupů, takže tento způsob se jevil jako ideální díky své viditelnosti a čitelnosti po celé délce ulice, což u nápisů na průčelí budov tzv. firemních štítů, vždy tak patrné nebylo. [1]

Věc čitelnosti písma obecně u všech nápisů byla v mnoha případech problematická. Většinou však šlo o špatně zvolené písmo k účelu pro nějž se vůbec nehodilo – např. nevhodný poměr výšky a šířky litery. Ideální je vybrat takové, které svým moc úzkým nebo naopak příliš širokým písmem nebude připomínat jednu nečitelně „slitou čáru“.

2.1.2.2. Dělení neonových nápisů

S ohledem na vizuální stránku, lze tehdejší neonové nápisy rozdělit do čtyř kategorií na *typografické, kombinované, fázové a figurativní*. Přičemž za **typografické** se považují neonové nápisy složené čistě z liter bez obsahu obrazového či kresebného symbolu navíc. V takovém případě se klade velký důraz na vhodný výběr zvoleného písma, u kterého, jak už jsem zmiňovala, by mělo být zohledněno hledisko čitelnosti a jednoduchosti, oprotěně od zbytečných příkras a kudrlinek. Do této kategorie spadají nápisy většiny kin, kulturních domů, hotelů, obchodních domů, lékáren, aj.



Obr. 05: Ukázky typografických neonových nápisů

Kombinované nápisy – jak už samotný název logicky napovídá, byly neony skládající se ze dvou či více složek, založené na spojení prvku typografie, kresby či doplňujícího elementu (rámeček, pohyb). Některé neony obsahovaly všechny tyto prvky a dohromady tvořily primitivní animaci. Z příkladů můžeme uvést design neonu portálu *Vilémkova knihkupectví na Národní třídě*, který tvořila kráčeující postava muže s knihami v rukou, zpracovaná celosvětově uznávaným grafikem a designérem – *Ladislavem Sutnarem*, podle návrhu scénografa Osvobozeného divadla a architekta – *Františka Zelenky*. Dnes se na tomto místě nachází Galerie Václava Špály. [17]

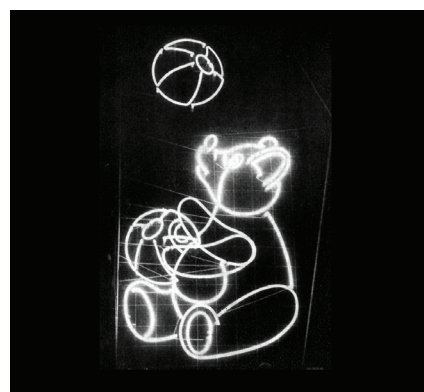
Dalším, v pořadí třetím typem neonových nápisů, je skupina obsahující prvek pohybu – tzv. **fázovaná reklama** – založená na principu postupného rozsvěcování a zhasínání výbojek v trubicích, čímž vzniká pohyb. Ten však musí být tak rychlý, aby si jej všiml i chodec, který na konkrétní reklamu jen letmo pohlédne. V opačném případě by každá delší

přestávka takového nápisu mohla působit jako defekt. Známým příkladem byl figurální motiv medvídky vyhazující míč umístěný na prodejně hraček v Plzni (viz Obr. 08). Výjev se skládal ze dvou fází, přičemž se měnil pohyb předních tlapek medvídky a střídavě se rozsvěcoval a zhasínal míč. Výsledný dojem pak zobrazoval medvídky vyhazujícího míč. Po technické stránce se jednalo o nevšední zpracování. Základ tvořila ocelová síť, na které byly přidělané světelné trubice, takže jakákoliv kresba byla viditelná z obou stran. [1]



Obr. 06: Ukázky kombinovaných neonových nápisů

Fázovaná světelná reklama se mnohdy objevovala i u vertikálních nápisů. Pokud šlo o typografický nápis, písmena naskakovala jednotlivě odspodu směrem nahoru. Vysvětlení bylo podloženo faktem, že chodec téměř nikdy nehledí tak vysoko vzhůru, aby si všiml rozsvícení prvního písmene od shora. Kouzlo překvapení naopak spočívalo v zapnutí prvního písmene těsně nad chodníkem a odkrytí dalších písmen postupným rozsvěcováním. Dosáhlo se tak většího zaujetí reklamou ze strany chodce a tím i pravděpodobnost získání potencionálního zákazníka. [1]



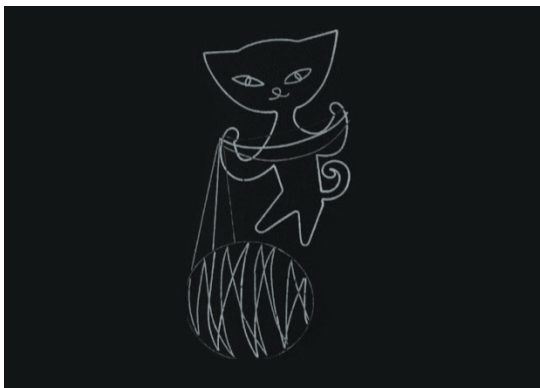
Obr. 07: Ukázky fázovaných neonových nápisů

Obr. 08: Prodejna hraček Plzeň – 50. léta

Mléčný bar – konec 50. let

Posledním typem neonů objevujících se na fasádách domů byly **figurativní** (abstraktní) motivy limitované pouze kresebným výjevem. Námětem těchto neonů byla lidská nebo

zvířecí postava. Charakteristická je např. *kočička s klubíčkem* (viz *Obr. 09*) z 50. let speciální prodejny vlny ve Vodičkově ulici. Uvedený návrh byl dobře rozpoznatelný i z velké dálky, protože byl oprostěný od zbytečných detailů a vynikal tak svoji jednoduchostí. Ukázka, že propagace prodejny může být založená čistě na obrazovém motivu (za předpokladu, že je zapamatovatelný). Název prodejny byl v tomto případě zcela vypuštěn. [1]



Obr. 09: Ukázka figurativního neonového nápisu – 50. léta

2.1.2.3. Barevná škála světelných trubic

Dnes se s použitím klasického neonu pro světelnou reklamu setkáváme mnohem zřídka. Na jakém principu ale tato technika výroby neonů fungovala? Skleněná trubice musela být logicky naplněna některým ze vzácných plynů – neonem, argonem aj. Velikost trubice byla omezena určitou délkou, jejíž okraje zakončovaly nastavené elektrody mezi nimiž docházelo k výboji.

Barevná škála zářících trubic je určena podle druhu použitého plynu, takže společností vžitý termín, že plyn načerpaný ve světelných trubicích byl pouze neon, je nesprávný. Jeho popularita však byla v meziválečném období tak obrovská, že dal jméno všem svítícím trubicím. Samotný plyn neon zářil červenou barvou, u mnoha dalších světlo nevydává samotný plyn, ale luminofor nanesený na vnitřní stěně trubice. Kromě červené mohly tedy zářit barvami světlezelené, fialovomodré. Kombinací různě zabarvených trubic a plynů docházelo k dalším odstínům modré, červené, žluté a zelené. To ostatně potvrzuje i článek *Jitky Lněničkové*, která k barevnosti dodává: „*Neon v čiré nebo opálové trubicí dával červenou barvu, v trubicí ze světla žlutého skla oranžovou barvu. Helium dávalo v čiré trubicí světlo růžovou barvu, ve žluté trubicí tmavě žlutou a ve světle žluté trubicí žlutou barvu. Neon s parami rtuti obohatil škálu o další barvy – v čiré nebo opálové trubicí svítil modře a ve světle žluté zeleně. Sodíkové páry v čiré trubicí svítily žlutě.*“ [21]

Chabá světelná intenzita neonů, kdy plyn zářil spíše transparentně než sytě a šířka trubice zářila nejvíce jen ve střední části, měla za následek úpravu vrstvou fluorescentního pigmentu, naneseným na stěny výbojkové trubice. Díky tomu zářila trubice po rozsvícení stejnoměrným a intenzivním světlem. Výhodou se ukázala i možnost výběru až z 22 různých barevných odstínů. Československo ji začalo používat od roku 1959, i když už byla několik let celosvětově využívána. Expanze barevného osvětlení se režimu zdála jako bezpředmětná, obrovský boom světelných reklam v ostatních zemích zase jako příliš kapitalistický. [1]

Od roku 1963 se začaly objevovat nové tendence ve výrobě neonů. V souvislosti s tehdejší reklamou se centrálně plánovaná ekonomika ještě mnohem více prohloubila. S ohledem na energetickou situaci se některé typy světelné reklamy přestaly používat a začalo se pracovat se zcela novými materiály, mezi kterými převažoval hlavně plast. Soudruzi přišli s inovativním nápadem na vizuální identitu jednotlivých podniků odlišného zaměření, díky čemuž by byly nápisy na první pohled lehce identifikovatelné. Neonové poutače každého obchodu se tak rozdělily pomocí barevného kódu. Výrobci se tím snažili předejít situaci, za které by byl nápis špatně čitelný z určitého úhlu. Přidělená barevnost tomu měla napomoc a umožnit konkrétní obchod alespoň odhadnout. Tato inovace se týkala obecných nápisů – *Lékárna, Drogerie, Tabák, Restaurace, Televize* aj. [1]

Už tehdy fungoval i systém značek a zkratk některých vybraných obchodů, podle kterých si podniky tzv. „vychovávaly“ své zákazníky. Cílem bylo naučit spotřebitele vnímání značky nebo zkratky určitého podniku. Ti jsou poté schopni si ji podle zástupných symbolů a elementů automaticky přiřadit – systém, který je nám dobře známý ze současnosti. Z meziválečného období je typickým příkladem obchodní *Dům U Bílé labutě v Praze*. Z pozdějšího období nápisy *Domu módy*, neony pro *Kompoty a sirupy* značky *Briliant, Perla, Koruna, Blaník* a další drobné neony vyskytující se ve *Vodičkově, Jindřišské* a *Panské* ulici. [9]

2.1.3 Ov ce z lenina

Skutečnost, že životnost neonových trubic v ideálním prostředí je přibližně 2–3 roky, by předpokládala pravidelnou údržbu a kontrolu takto nákladných světelných nápisů. Nekryté poutače jsou kvůli povětrnostním výkyvům ještě více náchylnější na opotřebování a jejich životnost je proto kratší. Častá poruchovost československých neonů a jejich fragmentů na přelomu 50. a 60. let zapříčinila kritiku obdrženu ze všech stran. Příkladem byl nápis – *Potravin* a jeho písmeno *P*, které mělo poruchovost, takže vznikl název – *_otravin*. Tyto občasné závady inspirovaly mnohé vtipálky ke zhasnutí vybraných pís-

men, aby osvětlený nápis vyzněl zcela v jiném kontextu. Známy je případ zaměstnanců podniku Pragonon, (pečující o údržbu neonů), kteří v nápisu – *Ovoce a zelenina*, nechali zhasnout určitá písmena, takže v konečném důsledku vzniklo slovní spojení – *Ov_ce z _lenina* nebo restaurace – *Zlatá husa* (autorem nápisu Zdeněk Pešánek), přetvořili na – *Zlatá _usa*. [1], [18]



Obr. 10: Ukázka slovní hříčky – *Ov_ce z _lenina* – na venkovní lepené reklamě

Různé modifikace se objevovaly nejen ve světelné reklamě, ale např. i v reklamě lepené, která umožňovala rovněž prostor pro kreativitu (viz Obr. 10). Mnozí odvážlivci svými činy reagovali na režim, se kterým se museli potýkat. Tahle maličká rebelie, ač se může zdát z pohledu dneška jako dětinská, tehdy nepochybně vyvolala úsměv na tvářích obyvatel. Naskýtá se mi otázka, jak mohla vláda, mající nad vším kontrolu, připustit, aby osvětlení československých měst postupně upadalo? Vždyť prvotní myšlenka socialistické propagace tu degraduje na něco, co se podobá antireklamě a tím špatné pověsti daného podniku. Sloužila-li původně neonová reklama jako prostředek pro přilákání potencionálního zákazníka, je zde větší pravděpodobnost, že svým zničeným a nevábným stavem chodce spíše rozptýlí. Ideologie centrálně plánovaného hospodářství se v tomto případě ukázala jako nešťastná, protože finanční prostředky na údržbu neonů musely být předem naplánovány a jelikož podniky, kterých se případ týkal, s poruchou dopředu nepočítaly, poškozené nápisy čekaly na opravu do doby než se uvolnila požadovaná částka nebo kapacita výrobního podniku. Jen pro představu – v roce 1961 při technické kontrole pražských světelných nápisů bylo nalezeno 18 poškozených z celkových 92, které byly umístěny na hlavní třídě (asi jedna pětina).



Obr. 11: Poškozený neonový nápis v Praze (záběr z filmu Z. Podskalského Světáci (1969))



Obr. 12: Ukázky reklamní inzerce na podnik Pragoneon (časopis Architektura ČSR)

2.1.4 Vývoj sedmdesátá/osmdesátá léta

V době normalizace se situace poškozených neonů a světelné reklamy obecně zlepšila. Podniky začaly chápat jak důležitý je estetický účinek propagace. Stále byl kladen důraz na praktickou stránku, nově na psychologický efekt, jako mocný nástroj ovlivňování zákazníka. Nápisy měly být především jednoduché. Nejvíce doporučované písmo v oblasti neonu byla svižná kurzíva jako doposud, která se navrhovala i v různě barevných obměnách. Obecně tedy neonová reklama vytvářela vizuální obraz nočního města. Opačný pohled na věc měl sám vedoucí Pragoneonu *Václav Karpianus*, jenž tento druh propagace (mluvíme-li pouze o neonech a ne celkově o světelné reklamě), nepovažoval za prostředek informativní funkce nabízející produkty či služby. Zajímavé je, že ještě více zavrhoval myšlenku neonu jako výtvarného prvku fasády. Co v nich skutečně viděl a jaký smysl jim v konečném důsledku přiřazoval, byla funkce rovnocenná jako u běžných reklamních štítků a nápisů.⁶ [9]

6 Článek z roku 1973 vyšel v časopise *Propagace*

Pokud jste v Praze narazili na kvalitní design světelných štítů, povětšinou se jednalo o návrh některé zahraniční firmy, která měla dostatek finančních prostředků na udržení chodu světelného nápisu. Díky vysokým nákladům na opravu postupně chátral jejich stav, který šel ruku v ruce s nezájmem svých vlastníků. Neony u nás začaly postupně mizet a ve větší míře tomu napomohly i komplikace spojené s povolením od památkářů nebo čistě jen nezájmem návrhářů. [9]

V uplatnění neonu v dopravní sféře jsme oproti evropským městům také zaostávali. Některé benzinové pumpy a autoservisy sice byly osvětleny, ale světelné nápisy železničních a autobusových stanic tak jak je známe dnes, vůbec neexistovaly. Neonifikace v této oblasti komunikace vůbec nefungovala. Objev a užití moderního materiálu – plexiskla, bylo v našich končinách spíše zázrakem, protože u nás se vyráběl pouze v malých normovaných arších a ještě v barevném omezení. K dostání bylo pouze plexisklo transparentní, takže pokud jste chtěli barevnou verzi, nezbývalo než původní plexisklo přelakovat, ovšem s nedokonalým výsledkem v podobě vzniku lomených barev. [9]



Obr. 13: Neon ČSAD – Autobusové nádraží, Jesenická 19, Šumperk

V osmdesátých letech se situace ve společnosti začala pomalu uvolňovat a čím dál více se přibližovala k západním kapitalistickým zemím, což mělo za následek technologický boom ve smyslu nastoupení nových počítačových technologií, elektroniky a audiotechniky. Na scéně se objevily diapozitivy hovorově tzv. „diáky“, televize a video. Videotechnika se obecně stala společností vyhledávaným jevem a propagačním nástrojem reklamy. K výkladním skříním už nelákalo světlo z neonového nápisu, ale obrazovky televizorů častokrát několika vedle sebe poskládaných a propagujících konkrétní produkt. Videotechnika se tak stala nastupujícím prostředkem propagace reklamy, médiem k ovlivňování zákazníků. To vše na úkor neonů. [9]

2.1.5 Vývoj devadesátá léta a současnost

Sametová revoluce v roce 1989 znamenala ve své podstatě i přelom pro užití neonu jako druh světelné reklamy. „V 90. letech měly neonové reklamy podobný osud jako normalistické sochy. Byly vnímány jako symbol socialismu, kterého se bylo potřeba zbavit,“ říká Klára Žaludová a dodává: „Na přelomu tisíciletí navíc nastoupila technologie světelných diod neboli LED a s tím přišel ruku v ruce i úpadek učňovského sklářství a posléze i celého odvětví světelné reklamy v neonové formě jako takové.“ [18]

Pozůstatky neonových reklam a nápisů potkal stejný úděl jako pozůstatky normalizačních soch. Nikomu dnes nepatří a nikdo o ně nejeví zájem. Věřte, že po celé České republice se tohoto dědictví objevuje stále ještě dost. Konkrétním případem je moravskoslezské město Havířov, které je bohaté na tyto přeživší neonové nápisy. Jen na Hlavní třídě zde najdeme na jednom místě původní nápisy jako *Potraviny*, *Speciality*, *Maso*, *Ryby*, *Drůbež*, *Bufet*, *Občerstvení* a *Polotovary*. Vyznačují se plechovým blokovým písmem typu grotesk⁷, které je pro všechny prodejny identické, jediný rozdíl je v barvě podkladu umístěného pod blokem písmene. Tudíž pro nápis *Speciality* a *Maso* je přiřazená červená barva, pro *Ryby* modrá (viz. Obr. 15) a nápis *Drůbež* má hnědý podklad. Blokovaná písmena jsou sice opatřena výbojkovými trubicemi neonu, ten už ale neslouží svému účelu a rozpadá se. Dnes by se uvedené nápisy mohly stát ukázkou skvěle fungujícího grafického designu na fasádách, který je kompaktní a neruší celkový vzhled architektury. Přestože je rozlišení podniků v podobě barevného detailu minimální, dokáže jej běžný zákazník zaznamenat a prodejny na jeho základě identifikovat. Ve srovnání se současným stavem reklamy většiny českých center, je pro mě nalezený „socialistický“ pozůstatek vítaným oživením.



Obr. 14: Blokované nápisy – Hlavní třída
Havířov (stav k r. 2016)



Obr. 15: Detail nápisu – Ryby

⁷ grotesk – lineární bezserifové statické písmo z 19. století

Celkově neonové nápisy své doby nesly obecné pojmenování. Nerozlišovala se značka produktu a její úroveň kvality, tudíž nemohla vzniknout ani žádná konkurence. Nostalgické a vtipné zároveň je, že i dnes se v těchto prodejnách vyskytují produkty korespondující s nápisem. Takže např. pod nápisem *Maso* skutečně naleznete prodejnu nabízející ve svém sortimentu maso a uzeniny, také bývalá prodejna *Bufetu* dnes sice představuje rychlé občerstvení, ovšem s orientální nabídkou kebabu. Jediný zrenovovaný nápis s původním typem písma a charakterem, avšak bez neonu, je nápis *Pečivo*, kde i dnes můžete nalézt pekárnu.



Obr. 16: Detail nápisu – Maso



Obr. 17: Detail nápisu – Pečivo (po rekonstrukci)

V souvislosti s Havířovem a neony nelze opomenout jednopatrovou budovu *Labužník* na náměstí Republiky z roku 1962, která se nese v duchu bruselského stylu. Dominantou celé budovy je přibližně 10 x 8 m velký nápis – *Labužník*, provedený z barevného plastového materiálu, opatřený neony a příznačný svým rozmáchlým až aerodynamickým scriptovým písmem. Zaoblený tvar budovy lemuje několik stylových nápisů provedených ze stejného materiálu. Jde o barevně rozlišené nápisy: *Dárková služba*, *Zákusky*, *Koktejly*, *Víno*, *Káva* a *Obložené mísy*, v přízemí se pak nachází nápis *Potraviny*. I když v 90. letech budova ztratila svůj původní vzhled a zaměření prodeje, od roku 2003 je po citlivé úpravě opět v provozu a zastává svoji původní funkci velké cukrárny s lahůdkami a dárkovou službou. [15]



Obr. 18: Budova *Labužník*, Havířov (stav k r. 2016)



Obr. 19: Detail nápisu *Labužník*



Obr. 20: Detail nápisu – Koktejly, (dům Labužník)



Obr. 21: Detail nápisu – Obložené mísy

V současnosti s nástupem nových technologií a tendencí v reklamním osvětlení, za použití optických vláken či LED diod, vnímám zběžné užití neonů jako něco melancholického. Ovšem vyjma červeně osvětlených symbolů srdíček místních nevěstinců nebo lacině vyhlížejícího designu většiny českých heren a kasín. Nástup levnějšího způsobu výroby světelných reklamních štítů jako jsou např. boxy polepené písmeny z folie, prosvětlené zářivkami jsou dnes na trhu No.1.

2.2 NEON JAKO UMĚLECKÝ OBJEKT

Už na samotném počátku výroby výbojkových trubíc lákal neon svým barevným spektrem mnohé umělce. Z předešlých kapitol vyplynulo, že světelná reklama měla jasné zaměření. Její osvětlené výlohy měly lákat zákazníky – šlo o propagační účel. Přispívala k osvětlení nočních ulic rovnocenně jako pouliční lampy, tudíž poskytovala jakési bezpečí potulným chodcům. V této fázi sloužila svému prvotnímu záměru. Přelom v chápání nastal v momentě, kdy se forma světla stala tvárným prvkem a nesloužila pouze jako prostředek, ale jako jeho součást. Zajímavou vizi v souvislosti s neonem už tehdy vyslovil výtvarník *Zdeněk Pešánek*, který tvrdil, že jakýkoliv neonový nápis i běžné trafiky se může stát charakteristickým výtvarným projevem 20. století a může se tak plně měřit s jinými mistrovskými díly. Avantgardní umělci nepotřebovali většího impulsu pro svoji tvorbu inspirovanou osvíceným nočním městem, už jen z důvodu, že světlo jako médium ve vztahu k veřejnému prostředí, bylo velmi kladně přijato. S nástupem II. světové války a povinným zatemňováním se městské prostředí na čas ponořilo do tmy z obav před leteckým bombardováním, aby se v poválečných letech jeho forma stala nástrojem propagandy (např. při nasvícení *Stalinova památníku na pražské Letné*). Ideologická kontrola veřejného prostoru i umělecké scény zapříčinila na delší dobu útlum ze strany umělců, kteří se nechtěli stát pouhým nástrojem totality. Element světla se v umělecké tvorbě zase začal objevovat v šedesátých letech, kdy volně navázal na meziválečnou avantgardu, ale

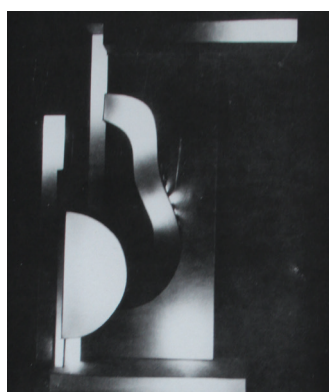
spíše se autoři začali přizpůsobovat podmínkám nastupující vědecko-technické éře a jejímu propojení s uměním. [9]

2.2.1 Zdeněk Pešánek

Kdo si tehdy neuměl představit užití světla jako způsob uměleckého vyjádření, byl na omylu. Svě o tom věděl pražský výtvarník *Zdeněk Pešánek* (1896–1965), který tvrdil: „*Reklamní obraz, malovaný světlem nebo přímo světelným zdrojem, je také výtvarným dílem (je lhostejno, zdali dílem uměleckým či dílem umělecko-průmyslovým).*“ [6] Byl zcela přesvědčen, že se světelnou reklamou přišlo nové výtvarné odvětví. Vizionářským způsobem ji chápal jako výtvarný prvek, naopak kriticky odsoudil lacinou a nevkusnou reklamu městských ulic. Otázkou světla v kontextu městského prostředí se zabýval od 30. let a vznikaly tak realizace světelných plastik a reklam. Kromě spolupráce s *Elektrickými podniky hlavního města Prahy* byla také klíčová spolupráce s *Ing. Miroslavem Prokopem* (1896–1954), díky kterému mohl své výtvarné návrhy uskutečnit po technické stránce. Jde o objekty z výbojkových trubíc, které dnes díky své hodnotě a originalitě zastupují místo ve sbírce Národní galerie v Praze. Největší neonová reklama z třicátých let *pražského paláce Koruna* byla mimo jiné jejich společným dílem. Pešánkovu kreativitu můžeme demonstrovat v návrzích nápisů obchodního domu *Löbl v Praze*, kde zamýšlel rozsvěcování reklam fasády v barevné závislosti podle časovače semaforu umístěného v těsném sousedství křižovatky. [10]



Obr. 22: Zdeněk Pešánek a jeho první spektrofon z roku 1926



Obr. 23: Ukázky dvou fází barevně světelně kinetické hry prvního spektrofonu z roku 1926



Na umělcovu tvorbu z hlediska funkčnosti nelze nazírat jen jako na propagační záležitost, ale forma světla ho zaujala natolik, že se jí věnoval ve volném umění. Ve své podstatě zavedl zcela inovativní koncept neonu, než jej znaly masy lidí doposud. Hledáním otázek a spojitostí mezi světelnou reklamou a uměním, se zabýval ve své knize – *Kinetismus*, kde právě v kinetismu (umění barevné hudby) spatřoval vhodný výrazový prostředek pro

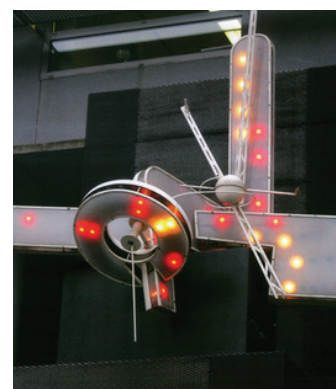
zdůraznění nočního života. Mnohem více je však známý svými světelně pohybovými tzv. kinetickými plastikami v kombinaci s neonem, ohňostroji nebo naprogramovanými fontánami. Charakteristický je Pešánkův rozpor modernosti a tradice v konceptu tradičního monumentálního sochařství, kdy zmiňovanou tradici zastupuje barokní barevná hudba (tzv. barevné klavíry). Mezi všemi ostatními experimenty vyniká koncept světelného urbanistického řešení týkající se dvou variant spektrofonů (barevných klavírů) – *Edisonova transformační stanice*, která se stala vůbec první veřejnou kinetickou plastikou na světě. Ojedinelá svým spojením s moderní funkcionalistickou architekturou a nerealizovaný návrh na *Pomník letcům pro Prahu (1925–1927)*. [10]



Obr. 24: Montáž Edisonovy
transformační stanice



Obr. 25: Dvě z fází proměn světelně kinetické plastiky



Koncepty všech avantgardních umělců byly ovlivněny situací po I. světové válce, způsobené celosvětovým optimismem a přerodem pro novou vizi v budoucnost, jehož hlavní součástí se stala věda a technika. Víra v pokrok a myšlenka za lepší a krásnější svět stavěla mnohé umělce do nových rolí vynálezců a vědců. I přesto dokázal Zdeněk Pešánek reálně rozlišit míru svých představ o budoucnosti a neopovrhoval tradicí ve smyslu společenského přežitku, ale volně na ni navazoval. [16]

Různorodost jeho díla se vyznačuje ve využívání nových tendencí v materiálu. Dokázal aplikovat prvky světelné reklamy a integrovat je tak do své tvorby, čímž ji ve své podstatě povýšil na experiment. Kromě neonového světla využíval transparentních plastových materiálů a luminiscenčních barev. Ve třicátých letech jako první využil pro svoji tvorbu spojení luminiscenčních barev v kombinaci s ultrafialovým světlem, čímž se projevila jeho experimentální povaha ovlivněná světelnou reklamou.

Zajímavý je rozhovor *Jiřího Černického* s kurátorem *Jiřím Zemánkem*, odkazujícím k retrospektivní výstavě Veletržního paláce v Praze – *Zdeněk Pešánek 1896–1965*. V něm se mimo jiné zmiňuje o vztahu veřejnosti k Pešánkovým kinetickým experimentům a jeho

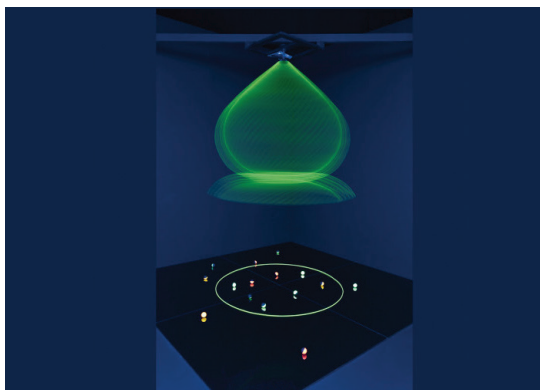
ověřování veřejného mínění pomocí anket. Byl zaujatý snahou o přiblížení kinetického umění lidem a chtěl ji rozšířit na úroveň takového podvědomí, až by se stala obecně platným jako hudba sama. Výrazným způsobem se zabýval návrhy spektrofonů, které chtěl implementovat v sériově vyráběné typy hudebních nástrojů. V jeho případě se jednalo o pokus zprostředkovat požitek z hudby neslyšícím lidem vizuálním způsobem skrze hru na barevný klavír. Dokladem jsou záznamy písemných rozhovorů s ústavy hluchoněmých v Praze a Brně. [16]

Je nezbytné zmínit, že v rámci příprav chystané Pešánkovy výstavy se podařilo zrekonstruovat některé z jeho modelů, včetně vizualizace návrhů, které se mu nepodařilo nikdy realizovat. Rekonstrukcí prošla i světelně kinetická plastika z Edisonovy transformační stanice, na které se v letech 1995–1996 podílel významný umělec česko-argentinského původu *Federico Díaz*. [16]

2.2.2 Stanislav Zippe

Stejně jako předešlý umělec je *Stanislav Zippe* (1943) klíčovým tvůrcem světelných kinetických plastik a prostorově-optických instalací. Oproti Pešánkovi však formě světla nepřisuzuje hlavní význam, ale staví ho na stejnou pozici jako např. pohyb. Postupně se však ve svém díle zbavuje příliš popisných, symbolických motivů a přesouvá svůj záměr k minimalismu orientovaného na estetický zážitek. V prvotních rýsovaných skicách nalezneme náměty konstrukce mnohdy působící na oko diváka dokonalou symetrií nebo geometrické obrazy eliminované černobílou barevností. Kromě toho se Zippe stal spoluzakladatelem skupiny *Syntéza*, kde se seskupili nejmladší umělci té doby a volně navázali na filosofii Zdeňka Pešánka, přičemž velmi blízko měli k moskevské skupině *Dviženije* pod vedením *Lva Nusberga*. [2]

Problematika světla a kinetismu se projevuje v jeho originálně pojaté rotující spirále. Objekt nese doslovný název – *Spirála* a jedná se o instalaci z roku 1969, jenž má pro vývoj českého umění mimořádný význam. Samotná instalace vypadala následovně: zelenou barvou osvětlená spirála situovaná v tmavém rohu místnosti byla zavěšená ke stropu, a její kinetismus se projevoval v rotačním pohybu poháněným motorkem. Ve středu spirály byl umístěný svítící kruh, uvnitř kterého se volně rozkládalo několik míčků s fluorescenční barvou a taktéž černá zrcadla nasvícená pomocí UV záření. Uvedený objekt byl součástí jubilejní výstavy olomouckého Muzea umění v roce 2012 nazvanou – *Od Tiziana po Warhola*. [36]



Obr. 26: S. Zippe – *Spirála instalace z výstavy
MU Olomouc – 2012)*

S nástupem nových technologií v osmdesátých a devadesátých letech řada umělců experimentovala s médiem jako zástupným prvkem mnoha uměleckých instalací a objektů. Řeč je především o počítači, videu, filmu a dalších elektronických médiích. Stanislav Zippe nebyl výjimkou. Navázal na minimální možnost prezentace, která se objevovala už i v jeho raných projektech. Počítač se stal prostředkem pro následující autorova experimentální léta za účelem naprogramování počítačových obrazů. Později se technologicky posunul na takovou úroveň, že pro každou realizaci vytvořil vlastní program a statický obraz dostal podobu neustále se opakující projekce v návaznosti na prvotní díla obsahující konstruktivní prvky. Dokladem tohoto vizuálního přerodu je triptych z roku 2004 – *Neklidné konstrukce* (Vznik, Zánik a Množení krychlí), naprogramovaný pro jednotlivé instalace jednotlivě a odlišené barvou (červená, modrá, zelená). Dohromady vznikala proměňující se struktura na způsob živého organismu. Z téhož roku pochází neméně známá velkoplošná video projekce – *RGB – Amorfní struktura*, jejíž součástí byl hodinový záznam, náhodně generující proces proměny barevné mlhoviny. [2]

Stanislav Zippe dokázal získané zkušenosti z počátku své tvorby (konstrukce, geometrie) aplikovat do současnosti, jak po umělecké, tak i technické stránce. Pomocí počítačové technologie vtiskl novou podobu kinetickému umění, typickou vytvářením nekonečného množství světelných struktur. Jeho světelné kinetické umění si prošlo fází technického období s mechanickým pohybem za pomoci nejrůznějších motorků, převodů aj. až do éry, kdy se začala používat forma počítačová.

Uvedený výčet jmen je jen zlomkem umělců, pro něž se světlo stalo oním specifickým materiálem a výtvarným prvkem využívaným na poli umění. Mým záměrem bylo představit první průkopníky, jejichž schopnost nadhledu a zároveň jakési utopie ve vztahu k umění nepochybně zformulovaly události dějin 20. století (stejně jako mocenské tlaky politiky socialistického Československa). Tím se jejich výtvarný rukopis stal ve své podstatě či-

telný a jednoduchý v takové míře, že mu rozumí většina lidí. Samozřejmě bych mohla zmínit úžasnou *Magdalenu Jetelovou* (*1946), která v 90. letech usilovala o propojení technického světa se světem přírody za pomoci laseru, kdy jeho zářivé linie prostupovaly krajinou ve snaze zviditelnit její profil. Nebo experimentální instalaci neonového srdce *Jiřího Davida* věnovanou na počest prezidentování Václava Havla, umístěnou v blízkosti pražského hradu, za kterou získal kritiku ze strany veřejnosti. Stejně jako mnoho dalších vynikajících autorů současného umění.

3. GRAFICKÝ DESIGN NA FASÁDÁCH

Výzkumnou metodou jsem nashromáždila dokumentaci nápisů na budovách kin, domů kultury (některá kina jsou jejich součástí) a jiných kulturních zařízeních, jejichž vizuální tendence formulují obraz socialistické doby. Hledání a archivace těchto nápisů, které si zachovaly svůj původní vzhled je běh na dlouhou trať už jen z hlediska časové náročnosti. Vezmeme-li v potaz skutečnost, že se komunistický režim snažil o zasazení kulturního života do každé obce vybudováním nebo zrekonstruováním stávajících budov na venkovská kina a kulturáky, jde o hledání jejich pozůstatků. Oblast pátrání se vymezuje na území Moravy a Slezska.

Na svých cestách tak objevuji kouzlo neprobádaného s cílem zachytit poslední zbytky vizuálního stylu kulturních zařízení, ať už svojí podobou splňující estetické nároky pozorovatele či ne. Jak už mnohem dříve předesílal sám Zdeněk Pešánek – svým charakteristickým výtvarným projevem 20. století se tyto nápisy s často originální typografií, mohou měřit s jinými mistrovskými díly. Od té doby se v ulicích dívám směrem nahoru a díky tomu nalézám na fasádách mnohem více z pozůstatků této éry.

3.1 KINOREKLAMA

Propagace a jeho formy se bezesporu týkají i záležitosti československých bijáků. Její funkci zmíním ve zkratce pouze jako nástin dobové problematiky.

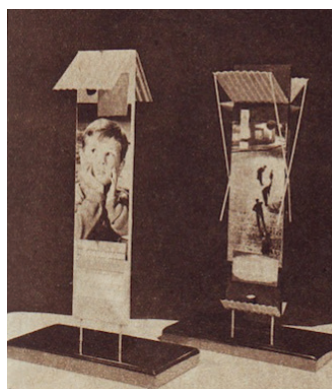
Hlavním zájmem kin bylo a je, získat co nejvyšší návštěvnost. Obzvláště velký důraz se kladl na propagaci filmů v socialistickém období převážně kulturně politického zaměření. Je to pochopitelné, protože se jednalo o jeden z účinných nástrojů jak šířit jejich ideologii. Ke kontextu propagace se úzce váže celkové vizuální provedení. O jejím stavu informoval ministr školství a kultury *František Kahuda*⁸ ve svém projevu na celostátní konferenci o filmové distribuci. Kritizuje výtvarnou úroveň propagačních prostředků pro jejich nízkou kreativitu a absenci nových nápadů. Za největší nedostatek však považuje věc, že jsou kina závislá na dodávce návrhů z pražské centrály Merkuru či Rapidu, která je zpracovává. Přičemž argumentuje, že nikdo v Praze nemůže vymyslet vhodnou propagaci pro filmy, které se přímo nepropagují v lokalitě kina. Každé kino je svým způsobem specifické. Roli hraje i místo určení – vesnické/městské a v závislosti na tom se mohou kategorizovat konkrétní skupiny návštěvníků. V roce 1959 jde o podstatnou myšlenku,

8 prof. RNDr. PaedDr. František Kahuda, CSc. – ministr školství a kultury v letech 1954–1963 a také vědec usilující o proniknutí do vyšších sfér lidského myšlení – tzv. psychotronikum. Za úspěch Československa na výstavě Expo 58 v Bruselu vděčíme i Kahudovu organizačnímu talentu.

kteou si sám ministr uvědomoval a reakcí proto bylo svolání konference týkající se filmové reklamy, jehož součástí byla „Výstava nových propagačních prostředků“. [32]



Obr. 27: Výstava nových propagačních prostředků (1959)



Obr. 28: Stav filmových plakátů

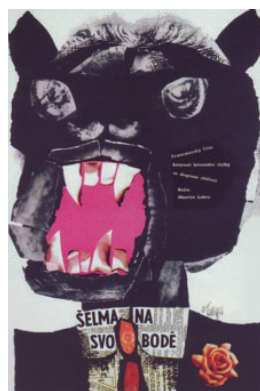
Navíc Benešův dekret z roku 1945 o znárodnění kinematografie platný až do listopadu 1989 stanovil výhradní právo státu na provoz a veřejnou distribuci filmů. Jediným monopolem zajišťující filmovou distribuci na našem území byla proto od roku 1957 – *Ústřední půjčovna filmů*, skrze kterou šla veškerá propagace na návrhy filmových plakátů. Spolupráce s domácími umělci-výtvarníky přinesla řadu kvalitně a originálně zpracovaných plakátů, podmíněných vývojem doby, kde lze nejlépe vysledovat rozdíl v jejich zpracování. Objevovaly se nové výtvarné tendence. Zatímco pro 60.–70. léta byly příznačné ručně vyráběné, malované, kreslené a kolážové plakáty, které společně s autorskými ilustracemi udávaly trend až do „osmdesátek“. V devadesátých letech je forma plakátu více popisná až naturalistická – objevují se první fotografie účinkujících herců často kombinované s ilustrací, což byl zpětný návrat ke kolážové technice. Setrvávajícím charakteristickým prvkem řady plakátů byla výrazná typografie jako jeho dominantní součást. Čtyři dekády autorsky a výtvarně zpracovaných filmových plakátů byly v rukou předních československých umělců jako *Jiří Balcar*, *Milan Grygar*, *Karel Teissig*, *Karel Vaca*, *Zdeněk Ziegler* a mnoho dalších. [23]



Obr. 29: Milan Grygar



Obr. 30: Karel Vaca



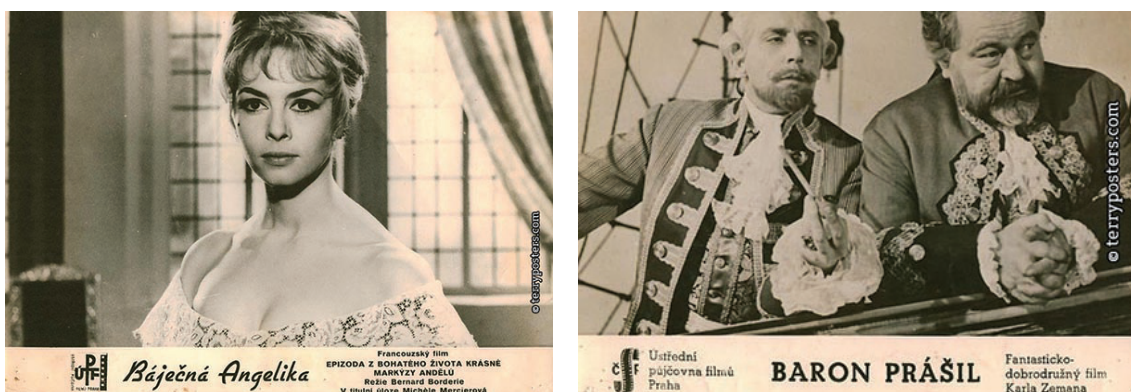
Obr. 31: Karel Teissig



Obr. 32: Jiří Balcar

Ke kontextu filmové fotografie se váže i fenomén tzv. „fotosek“. Šlo o černobílé fotografie pro film charakteristických scén, které vznikaly rovnou při natáčení. Výsledkem byl často strnulý až uměle vytvořený výjev zaměřený spíše na přesnost postojů a líčení herců, než na zachycení určitého momentu scény. To druhý způsob pořizování fotosek působil mnohem více zábavněji a živěji, protože povolání fotografové měli za úkol zaměřit se na pozadí děje pracovního ruchu v ateliérech či exteriérech, záběry filmového personálu nebo části scén a vystihnout atmosféru plnou chaosu. Poslední typ fotosek se zcela vymykal původnímu záměru – propagační a informační funkci. Projevuje se fotografování vlastní umělecká invence, zachycující např. aktéry v maskách, detaily kostýmu, hra světel, promítání atd. Možná právě proto, že nespĺňovala komerční charakter byla pro svoji tvůrčí hodnotu nejvíce vyhledávána a oceňována. Technika fotografií vznikala tradičním postupem na principu vyvolávání. Právě odlišná naturalistická koncepce zobrazující účinkující herce byla pro veřejnost pozoruhodným a přitažlivým prvkem mnohem více než výtvarně pojaté plakáty. Vlivem omezeného počtu a vysoké poptávky si jednotlivá kina musela fotosky navzájem propůjčovat. Klasický formát fotografie velikosti A4/A3 obsahoval spodní lištu opatřenou názvem filmu, seznamem hlavních účinkujících a logem distribuční společnosti. [31]

Na jedné straně máme příliš strulé statické momenty, které působí dojmem vytržení z kontextu děje bez známky atmosféry, pohybu a na druhé straně fotosky abstraktně přetvořené nezávisle na filmovém ději. Vypadá to, že zlatá střední cesta většinou neexistovala a vše záviselo na iniciativě samotného fotografa a jeho možnosti experimentovat ve vztahu k jeho vlastní představivosti. Důvodem mohla být špatná komunikace mezi režisérem a fotografem při natáčení filmu. Ona dramatičnost a dynamika snímku, která je podle mě tou vítanou zlatou střední cestou, nikdy nevznikne bez vzájemné spolupráce fotografa, režiséra, herců a ostatních členů štábu. Jedno je však zjevné – film fotografii potřebuje!



Obr. 33: Ukázky černobílých filmových fotosek (A3 42 x 30 cm / 26 x 20 cm)

V článku „Mluví se o propagaci“ z roku 1956 se autor několikrát zmiňuje: „(...) *Filmová propagace začíná čistým a upraveným sálem, dobrou projekcí a dobrým vedoucím kina*“ [32]. Naráží tak na problém, se kterým se potýká i řada současných kin. Tím je v některých případech nedostatečná pozornost věnovaná technickému stavu reklamních materiálů prezentující kino. Poukazuje např. na fakt, že může vzniknout sebe výtvarnější a sebe údernější plakát. Visí-li však potrhaný a špinavý někde u cesty, poutá na sebe pozornost nežádoucím účinkem, nemluvě o jeho chabé funkci informovat. [32]

3.2 KINOFIKACE

Do biografu se chodilo na černobílé prvorepublikové filmy, do bijáku tajně na zakázané filmy, do kina užít si místní atmosféru a do multiplexů s coca-colou na digitální film. Přibližně takto by se dal s nadsázkou definovat historický vývoj zmiňovaného kulturního zařízení. I když paradoxně právě budoucnosti filmu jeho zakladatelé bratři Lumiérové přisoudili brzký zánik – (o počáteční historii vzniku kinematografie a jeho následném vývoji v období komunistického Československa byla řeč v první kapitole). Po listopadové revoluci v roce '89 se životní standart začal měnit. Jistá uvolněnost s možností vycestovat za hranice dodal, nový rozměr nepoznané zábavy. Také rozšíření systému domácího videa – VHS a později i DVD zapříčinilo odklon návštěvníků kin, kteří si díky tomu zvykli na komfort domácího prostředí. Rozpad organizace státní *Ústřední půjčovny filmu*, zánik společné distribuční sítě a privatizace kin, z nichž některá se namísto toho proměnila ve sklady, herny či obchodní haly, způsobil jejich úbytek ve městech i obcích. Reakcí na tuto situaci se stala výstavba multiplexů prosazená ze západu, lišící se od klasického kina větším počtem sálů soustředěných na jednom místě, tudíž programová nabídka je pro diváka více pestřejší. Dále je velmi typický koncept prodeje konzumních nápojů (Coca-Cola, Pepsi, Sprite) a slaných pokrmů (popcorn, chipsy, nachos...) za účelem zpříjemnit divákovi co nejvíce pobyt v kině a navodit atmosféru domácího prostředí. Je pravda, že konzumní společnost si žádá tento přístup. Přestup z analogového vysílání do digitálního znamenala další technologické možnosti směřující čím dál více k 3D videoprojekcím. Současná nabídka digitálních technologií, za pomoci níž si můžete přehrát film, je pro kina a multiplexy neméně silným konkurentem v boji o zákazníka.

I přesto je s podivem, že sláva některých biografů/bijáků, kdysi tak populárních jakožto centrum společenského a kulturního dění, zmizela tak rychle a bez povšimnutí. Doba, kdy promítání filmu zanechávalo v lidech silný emocionální zážitek, ne-li umělecký dojem, nad kterým účastníci často debatovali až do rána. Provoz kina není nadále výnosnou záležitostí. Dnešní stav, kdy jednosálová kina na vesnicích a v městech bojují o přežití vedle stále více oblíbených multiplexů, jim nedává na výběr, než zařadit do své progra-

mové nabídky spíše artově zaměřené filmy nebo filmy patřící mezi „staré dobré klasiky“. Záměr odlišného přístupu programové nabídky a služeb jednosálových kin není postavený na konkurenčním boji, ale spíše jde o vizi ekonomického fungování klasického kina a multiplexu vedle sebe v jedné lokalitě. Příkladem takového fungování je královehradecké *Kino Central*, které má mezi aktivitami také spolupráci se špičkovými pražskými artovými kiny jako je Aero, Oko a Světozor.

3.3 MAPOVÁNÍ MORAVY

Pro vlastní výzkum musela kulturní zařízení splňovat kritéria zvoleného historického období, jejichž součástí byl nápis (vývěsní štít). Nalézt původní zachovalé nápisy bylo mojí prioritou, často jsem však objevila i případy, které si dochovaly původní vzhled, avšak v „novém kabátě“ – tzv. po citlivé rekonstrukci. Pro představu uvádím i příklady kin, která po nedávné rekonstrukci dostala zcela novou modernější podobu, s čímž souvisí i odlišný vzhled nápisů. Vzájemně tak dávám do kontrastu původní s novým. Autory nápisů byli ve většině případů samotní architekti, kteří vyprojektovali budovu. Skutečnost, že jsou vázány na určité místo je součástí jejich identity. Konkrétně se zaměřuji na území Moravy a Slezska, přičemž okruh mých působišť (Zábřeh, Zlín) jsou probádané nejdůkladněji. S ohledem na rozsah této teoretické části, uvádím pouze zlomek vybraných lokalit (asi jednu třetinu), vyselektovaných v oblast Olomouckého kraje, jako územím mého rodného bydliště města Zábřeh.

3.3.1 Šumperk – Kino OKO

Město Šumperk jako pohraniční sudetské město má bezesporu složitou historii, přičemž o minulosti samotného kina *Oko* slouží pouze neucelené informace. Faktem je, že provoz zahájil v prosinci 1928 jako kino *Kapitol*. Od roku 1945 se budova přejmenovala na *Variete* a až později v sedmdesátých letech při přestavbě se název změnil na *Kino OKO*. Přesně ve znění tehdejší ideologie pojmenovávání kin v ČSR. Nápis z roku 1968 se na budově nachází dodnes v autentickém provedení běžného groteskového písma. Nese však projevy stáří způsobené povětrnostními vlivy. Kovová písmena také postrádají původní plexisklovou výplň, která svoji tmavou barvou poutala zdaleka větší pozornost, než dnešní stav připomínající svými dírami na průčelí písmene známky po něčem, co už tam dávno není. I tak na mě svým zašlým stavem působí mile a osobně, ale tento názor je z části ovlivněný mými návštěvami z dob dětství. Nápis nikdy neobsahoval světelný prvek, natož neon, prostřednictvím čehož by na sebe v noci poutal pozornost. Přesto šumperské kino patřilo a patří mezi nejnavštěvovanější jednosálová kina v republice s kapacitou 377 míst. [8]



Obr. 34: Kino Oko, Šumperk (stav k r. 2016)



Obr. 35: Kino – Oko, Šumperk – detail

V současnosti je plánovaná rekonstrukce průčelí fasády a venkovní vstup se zájmem vrátit budově důstojný vzhled (viz Obr.36). Původní barevná kombinace světlé a tmavě šedé fasády zůstane zachovaná. Architekt projektu *Ing. Ivo Skoumal* dále plánuje nástupní prostor hlavního vchodu imitovat do stylu červeného „oscarového“ koberece, kdy asfalt nahradí dlažba syntetického povrchu používaná na hřištích. Z dosavadního průzkumu se červený koberec líbí zatím nejvíce uvaděčkám. Rekonstrukce počítá i s obnovou nápisu označujícího název kina umístěného na horní atice. Autor ve vizualizaci projektu naznačuje, že písmena nechá buď opravit nebo vyrobí zcela nová, prosvětlená. Zda si i potom ponechá svůj charakteristický vzhled, ukáže až konečný výsledek. [20]



Obr. 36: Návrh vizualizace plánované rekonstrukce kina Oko, Šumperk

3.3.2 Bruntál – Společenský dům

Město Bruntál prezentující se stejně jako město Šumperk „bránou Jeseníků“, se může pyšnit budovou, která je zároveň kulturní památkou. Řeč je o Společenském domě představující netradiční architektonické spojení neorenesančního hlavního sálu spolu s přístavbou v bruselském stylu. Hlavní budova postavená v letech 1870–1880 podle projektu

bruntálského architekta *Franze Meissnera* pod názvem Jelení sál, byla tehdy přistavěna k objektu zájezdního hostince U Zlatého jelena. Následovalo období s pohnutou, tragickou ale i slavnou historií bruntálského domu. [14]

Pro mě je zásadní přestavba a celková modernizace přidružené budovy hostince na počátku 60. let pod silným vlivem bruselského stylu. Dvojice architektů *Miloš Suchánek* a *Karel Tylovský* tento vliv podtrhla výrazným názvem – *Společenský dům*. Modře zbarvený podklad scriptového písma se line po celé délce průčelí budovy a je jeho hlavní dominantou. Světelný prvek písmen v podobě LED hadice splňující nejvyšší nároky na voděodolnost, úsporu, bezúdržbu a nízkou cenu imituje klasický neon. Právě atypicky dlouhé navazování jednotlivých písmen mezi sebou je důvodem roztaženosti celého nápisu. [14]

Od jeho vzniku až do počátku 90. let byl komplex o kapacitě 822 míst využíván ke všem společensky důležitým událostem nejen v rámci města, ale celého okresu. Kromě sálu se zde vyskytovala restaurace, bufet, foyer, klubovna a technické zázemí (taneční parket, pódium a štuková výzdoba zůstali v původním stavu až do dneška). První polovina devadesátých let se nesla ve stylu dekadence neboli úpadku spojovaným se Společenským domem. Zásahu na chátrání celého komplexu měla privatizace, kvůli které se budova dostala do rukou soukromé společnosti. Ta ji sice formálně vlastnila, ale prakticky ji k ničemu nevyužívala. Na přelomu nového tisíciletí se městu podařilo dům odkoupit, ale vysoké finanční nároky na rekonstrukci jim nedovolovaly zahájit rekonstrukci. Vhodná situace nastala až v roce 2006, kdy se podařilo najít dostatek finančních prostředků pro rozsáhlou rekonstrukci celé historické části, která trvala až do roku 2007. Takže téměř po patnácti letech se Společenský dům navrátil zpět do provozu a snad i zářné budoucnosti. [14]



Obr. 37: Společenský dům, Bruntál



Obr. 38: Detail nápisu SD, Bruntál

3.3.3 Šternberk – Naše kino

V tomto malebném historickém městečku lze nalézt jediné šternberské kino pojmenované *Naše kino*. Jednosálové kino s kapacitou 301 míst až donedávna promítalo na 35 mm formát, což z něj dělalo raritu. Dějiny budovy jsou spjaty s přestavbou na kino v roce 1915 německou majitelkou *Theresií Hessovou* po níž bylo také pojmenované na *Kino Hess*. Po roce 1945 vystřídal spoustu názvů, nejprve se jmenovalo *Kino Hvězda*, dlouhou dobu ho lidé znali jako *Kino OKO* a nedávno v roce 2013 ho jeho provozovatel přejmenoval na *Naše kino*. [12]

Současná podoba kina je z roku 1971, kdy proběhla rozsáhlá rekonstrukce jak interiéru tak exteriéru. Autor návrhu – *Vladimír Kalivoda*, zvolil pro vrchní polovinu budovy dřevěné obložení, ačkoliv věděl, že dřevo jako materiál neustále pracuje a zub času se na něm viditelně projeví. Co vás ale na první pohled zaujme jsou mohutná verzálková písmena názvu – *KINO*, umístěná po celé šířce budovy. Plechová písmena nabarvená načerno jsou základní obrysou konstrukcí pro okrově zbarvenou plexisklovou výplň. Nápis neobsahuje světelný element, díky své velikosti je sám o sobě výrazný. Vidím však problém v tmavé barevnosti nápisu splývající s dřevěným pozadím fasády, což může být překážkou při noční viditelnosti.

Od jeho založení uběhlo několik let a dnes slaví jubilejní 100. výročí. Tak jako většina jednosálových kin, bojovalo kino s nízkou návštěvností. Díky soukromému majiteli však nedávno prošlo digitalizací, čímž se rozšířila nabídka filmových projekcí. Do budoucna se počítá také s rekonstrukcí objektu. [12]



Obr. 39: Naše kino, Šternberk (stav k r. 2015)



Obr. 40: Naše kino, Šternberk – detail nápisu (stav k r. 2015)

3.3.4 Uničov – Kino Družba

„Zatepluje se a opravuje v plném proudu!“ – Fráze vystihující osud uničovského kina, které prošlo kompletní rekonstrukcí před dvěma lety a zbavilo se svého původního nápisu – *Kino Družba*. Stavba kina započala za velkého přispění dobrovolníků v roce 1972 tzv. „akcí Z“. Tři roky trvající stavba byla završena dne 6. května 1975, kdy proběhlo slavnostní otevření budovy, zahájené promítáním filmu Sokolovo. Díky sjednocenému interiéru s exteriérem se kino mohlo pyšnit originálním architektonickým rukopisem. Pokročilé technické vybavení se vzduchotechnikou, kvalitním sálem, rozsáhlými vestibuly, otočnou šatnou bylo navíc doplněno Snack barem. Světle šedá budova kina měla v horní části atiky jižní strany nápis *Kino Družba*, opakující se i na východní straně. Toto serifové verzálkové písmo 90 cm vysoké, mělo jako základ konstrukci vyrobenou z plechu a průčelí z plexiskla, díky čemuž mohl být, podsvícen. Předpokládám, že plexisklo nebylo jeho součástí po dlouho dobu, protože není zdokumentované na žádných dochovaných fotografiích. [19]

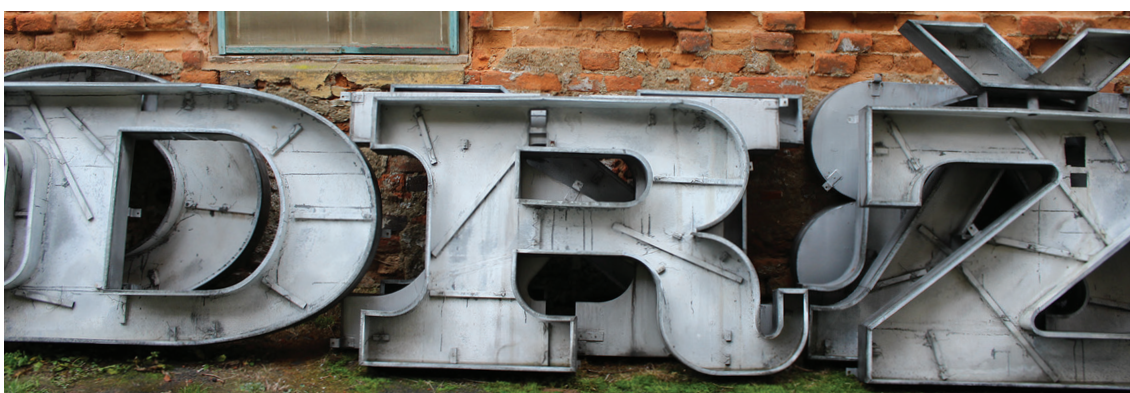
Celkem tři roky trvající rekonstrukce s sebou přinesla digitalizaci, komfortní sedačky, toalety, kvalitní vzduchotechniku a celkově moderní zevnějšek. Dnešní budova s novými prvky se „pyšní“ naprosto jiným fontem v názvu kina, který architekt navrhl písmem Arial. Černé plastické písmo z plexiskla je prosvícené LED technologií. Autorův záměr vidím jako nešťastný už z hlediska toho, že se nesnažil navázat na vizuální podobu ve své době tak originální architektury a zavrhl všechny prvky, které by ji částečně připomínaly. Často si říkám, kde skončí tyto zapovězené cedule a nápisy ze socialismu. Shodou náhod a kontaktů jsem se dostala k člověku, který starý nápis uničovského kina vlastní doma na zahradě. Vše jsem zdokumentovala a ve skrytu duše mu záviděla. Však kdo by nechtěl takový poklad vlastnit už jen kvůli jeho estetické a vzhledem ke stáří i historické hodnotě?



Obr. 41: Kino Družba, Uničov – původní vzhled



Obr. 42: Kino Družba, Uničov – současný vzhled (2016)



Obr. 43: Vyřazená písmena nápisu z kina Družba

3.3.5 Prostějov – Kino Metro 70

K povedeným architektonickým stavbám spadající do období komunismu patří *Kino Metro 70* v Prostějově, dílo významného architekta *ing. Zdeňka Michala*. Jako zaměstnanec Stavoprojektu Brno se podílel na mnoha stavbách mezi něž patří také *Kino Hvězda* v Uherském Hradišti postavené o tři roky dříve. Víceúčelová budova prostějovského kina s kavárnou ukrývá v podzemí protiatomový kryt, který je dnes bohužel zatopený spodní vodou. Realizace výstavby projektu trvala mezi léty 1968–1970. Odtud pochází tajemná čísllovka – 70 v názvu, symbolicky odkazující k roku slavnostního zahájení kina. Kromě videoprojekce promítané na širokoúhlé plátno digitální technologií, využívá kino i klasického způsobu na 35 mm filmový pás. Kapacita sálu 380 míst k sezení dává prostor ke komornějšímu zážitku z filmu stejně jako nezapomenutelná atmosféra podtržená unikátní architekturou budovy. [24]

Nálada doznívajícího bruselského stylu je vizuálně patrná i v názvu kina, konkrétně v nápisu – Metro 70. Charakteristickým rysem je především zvolený font, který vychází z ručně psaného písma tzv. scriptu. Uvedený styl písma je typický v kombinaci se světelnými neonovými trubnicemi, protože z technického a výrobního hlediska dokážou tyto trubice opisovat tvar „rozvláčeného“ tahu scriptových písem mnohem lépe než v případě verzáلكových písem. Forma tvaru písmen je vyrobena z černého akrylového materiálu, přičemž velkými písmeny zhotovený název – *Kino*, obsahuje v přední části bílý akryl, podsvícený zevnitř. Nese tak charakteristické znaky výroby dle současného trendu světelných reklam. Zbytek nápisu – Metro 70, má již zmiňovaný prvek klasického neonu, svítící ve tmě modrou barvou. Uvedený nápis prostějovského kina je živým dokladem zachování původního neonu v jeho stávající formě, i když prošel citlivou rekonstrukcí.



Obr. 44: Kino Metro 70, Prostějov (stav k r. 2016)



Obr. 45: Kino Metro 70, Prostějov – detail nápisu

3.3.6 Václavov – kulturní dům

V těžkých dobách je kultura vždy neocenitelným zdrojem zábavy a rozptýlení. V obci Václavov, ležící v bezprostřední blízkosti města Zábřeh se stavba kulturního domu stala společenskou základnou při utváření místního koloritu. Jelikož původní prostory pohostinství neodpovídaly potřebám divadelního souboru Osvětová jizba, z podnětu jejich členů se v roce 1956 započala stavba velkého kulturního domu nesoucí znaky kamenného divadla. Po letech budování za přispění místních občanů byla stavba slavnostně otevřena dne 31.12. 1962 jako centrum osvětového, tělovýchovného a divadelního dění v obci. [25]

Budova kulturního domu je z hlediska umístění samostatnou stavbou tzn. není vestavěná ani přistavěná k budově jiné funkce. Velkokapacitní sál určený pro potřeby divadla, ale i dalších společenských akcí v obci nese základní ideové rysy těchto účelových domů. Design fasády nese dobovou sgrafitovou výzdobu, objevující se v názvu – *Kulturní dům*.

Dále jej najdeme v dekorativním prvku, znázorňující divadelní masky, logicky symbolizující místní divadelní historii. Lidová tvořivost a ruční práce jde cítit z rukopisu autora, jenž vytvořil tento bezpatkový nápis složený z verzálek. Mírně stínovaný grotesk obsahuje některé znaky působící neproporčně ve vztahu ke zbývajícím znakům (např. litera L nebo kroužek nad U). Za zpochybnění by stál také kerning, protože odlišná vzdálenost mezi jednotlivými písmovými znaky v nápisu je na první pohled evidentní. Tato forma kritiky je ale bezpředmětná. Mnohem cennější je tvůrčí potenciál, který dovedl místní obyvatele vlastním přičiněním k funkční stavbě.



Obr. 46: Kulturní dům, Václavov (stav k r. 2016)



Obr. 47: Kulturní dům, Václavov – detail

3.3.7 Rýmařov – kino

Divadelní historii má za sebou i kino v Rýmařově. Budova v neoklasicistním stylu se štukovou výzdobou a balkonem byla oficiálně postavena pro účely městského divadla v roce 1913. Architektonický ráz a původní funkci změnila až celková přestavba exteriéru v roce 1962 dle vkusu tehdejšího režimu. Některé neoklasicistní pozůstatky jsou na budově patrné. Z divadla se později na několik let stalo kino. Nízká návštěvnost zapříčinila uzavření celého komplexu. V současné době se však diskutuje o osudu této chátrající budovy kina. [26]

Navržená vizualizace nepočítá ani koncepčně s původní podobou písma v názvu – *Kino* a vrací se k prvotnímu účelu za jakým byla budova postavena. Pozůstatky ze socialistické éry jsou u většiny veřejnosti stále příliš symbolické. Přitom „kdysi“ neonový nápis, jehož znaky kopírují tvar trojúhelníkového štítu je originální a jde ruku v ruce s charakterem a identitou budovy tzv. „šitý na míru“. Neobvyklé je, že budova obsahuje dva nápisy – KINO, navíc na první pohled stylově tolik rozdílné – „buttonová“ písmena asociující

podobu nádražních nápisů. V kombinaci s přísným klasicistním neonem, by výstřednost hraničila s kýčem za předpokladu, že by oba dva nápisy svítily zároveň ve stejnou chvíli.



Obr. 48: Kino, Rýmařov (stav k r. 2016)



Obr. 49: Kino, Rýmařov – detail neonového nápisu

Dnes však chátrající stav obou nápisů osvětlení neumožňuje. Buttonový nápis se znakem města Rýmařov, jehož písmena postupně blednou, zapříčiní, že časem zůstanou jen prázdná políčka (viz litera – I). Písmo mizející v čase.



Obr. 50: Kino, Rýmařov – detail buttonového nápisu



Obr. 51: Vizualizace možné budoucí podoby

3.3.8 Konice – kino

Do kategorie jednosálových klasických kin, které svůj provoz ukončily spadá i kino v Konicích v okrese Prostějov (v roce 2010). Kino v digitální době bez digitalizace nemá moc šancí na přežití. Hraje prakticky premiérové filmy se zpožděním několika měsíců. Nové filmy promítají kina bez digitalizace jako staré novinky, což se zákonitě promítne na ztrátě návštěvnosti. Podle *Ivana Čecha*, správce prostějovského kina Metro 70, však úplný zánik venkovským kinům nehrozí. V rozhovoru dále uvádí: „Návštěvnost premiér je velmi rozličná. Může se pohybovat v jednociferném čísle – ale také v trojciferném. Jde

vždy o kvalitu, popřípadě proslulost či marketingovou kampaň filmu.“ (...) „Tradiční kina s promítáním z celuloidového pásu jsou už jen vzpomínkou. Kvalitní projekce je dnes možná nejen z DCP, ale i z Blue Ray, DVD – a v některých menších místech by se to jistě vyplatilo. Jde o to, že sál musí odpovídat dnešním nárokům lidí, protože přeci jen některé tituly jsou lepší v kině, než na obrazovce.“ [27] Kino v Konicích s celkovou kapacitou 250 míst dříve promítalo každou středu a pátek večer. Jak uvádí zdroj, každých čtrnáct dní chodily na filmové promítání děti v období školního roku.

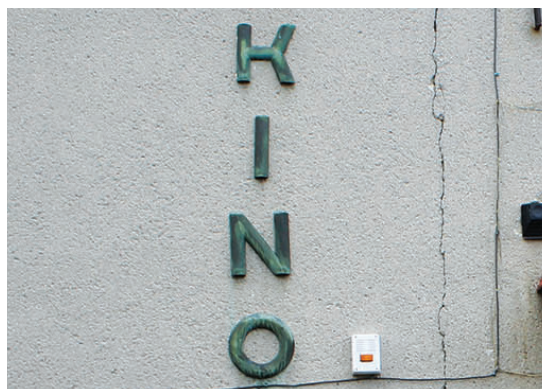
Stejně jako v případě rýmařovského kina se setkáváme se dvěma nápisy – *Kino* na průčelí jedné budovy, které si svými rozdílnými charaktery navzájem konkurují. Neonové trubice nápisu dříve svítícího červenou barvou, věrně kopírují tvary verzálkového grotesku. Přičemž barevnost a charakter neonových trubic korespondují s hlavním vstupem do kina a tvoří tak kompaktní vizuál kina. Mohu jen polemizovat nad myšlenkovými pochody projektantů či majitelů, jež přidělili budově oba dva nápisy. Druhý nápis geometrického typu je pravděpodobně vyrobený z betonu, čemuž předcházela výroba formy požadovaného tvaru písmene. Po ztvrdnutí se povrch přetřel zelenou barvou. Použitý materiál se však ukázal jako nevhodný, protože nechráněný nápis je o to více náchylný povětrnostním vlivům počasí, což lze vidět na mapách barevného povrchu písmen (viz Obr. 54)



Obr. 52: Kino, Konice (stav k r. 2016)



Obr. 53: Kino, Konice – detail neonového nápisu



Obr. 54: Kino, Konice – detail druhého nápisu

3.3.9 Bedihošť – kulturní dům

Kulturní dům v obci Bedihošť (okres Prostějov) patří do typologie domů přidružených k budově jiné funkce. V tomto případě byla stavba součástí objektu hostince, jenž nechala postavit vrchnost v roce 1663. Nadstavení vrchního patra roku 1876 umožnilo zřídit v prvním patře společenský sál. Právě zde se dne 9. února 1926 uskutečnilo první veřejné rádiové vysílání v Bedihošti. Kromě společenských akcí sloužil dům jako místo pro schůze zastupitelů obce. Od roku 1959 se prostory prvního patra přebudovaly pro účely kina, které mohli místní občané využívat až do roku 2005. [30]

Celkově budova KD v Bedihošti působí majestátním dojmem. Sgrafitem vyvedený nápis – *Kulturní dům* nezaujme natolik svoji výtvarnou stránkou, jako spíše lidským „neumětelstvím“, kdy fasádní držáky sloužící k zavěšení vlajek zakrývají části písmen *U*. Pozůstatky po jejich přítomnosti jsou viditelné dodnes a spíše vyvolají úsměv na tváři, než aby někoho popuzovaly. I když držáky zasahují z velké části do kresby písmen *U* a jde tak o estetický prohřešek, ve výsledku je tento obecně zavedený název čitelný. Jeho groteskové písmo nese podobné rysy jako nápis kulturního domu ve Václavově, o němž už byla zmínka dříve – verzálky, bezpatkové písmo, stejně silné tahy bez stínování, proporcionální šířka písmen. Při pozorném sledování je však jejich kresba odlišná.

Šedá brizolitová fasáda, sgrafitový nápis a sgrafitové výjevy s tematikou pracujícího lidu jsou společnými prvky kulturních domů, které ve své nezměněné socialistické podobě zůstaly zachovány až do dnešní doby. Zatím je nepotkal osud podobajících se většině dnešních „moderních“ staveb u nichž dochází k zateplování a následné renovaci fasády do co nejvýraznějších sytých barev šmoulové, hráškové atp. Kreativita nezná mezí, ale kde se rozlišuje hranice vkusu a kýče? Proto buďme někdy rádi za barvu šedé fasády.



Obr. 55: Kulturní dům, Bedihošť (stav k r. 2015)



Obr. 56: Kulturní dům, Bedihošť – detail nápisu

3.3.10 Staré Město pod Sněžníkem – kino Sněžník

Zapadlá oblast bývalých Sudetů na severní Moravě známá svoji pohnutou historií, drsnou a chladnou krajinou v sobě ukrývá i městečko Staré Město pod Sněžníkem (okres Šumperk). Jeho místní kino nese převzatý název – *Sněžník*, čímž bychom ho mohli zařadit do kategorie – *Pojmenování dle zeměpisné polohy*. Tedy místa, ve kterém se zrovna nachází.

Budova kina prošla modernizací ve smyslu digitalizace v roce 2013. Promítá vždy jednu sobotu v měsíci (představení pro děti a film pro dospělé). Kinosál neslouží pouze k promítání premiérových filmů. Vedoucí kulturních zařízení ve městě, *Alena Windová* dodává: „(...) *Digitalizace nám dále rozšířila možnosti prezentace komunitního života ve městě. Můžeme promítat záznamy ze života školy, prezentace firem, sportovních areálů, zimních středisek...*“ [37] Mobilita videoprojektoru umožňuje i promítání filmů mimo prostory kina, tudíž může fungovat i na principech letního. [37]

Exteriér kina Sněžník klame svým zjevem. Na první pohled nenese žádné známky veřejného domu s kulturním zázemím, naopak připomíná rodinný dům. S uskutečněnou digitalizací se modernizoval i samotný nápis. Původní nápis – *Kino*, složený z „buttonů“ byl nahrazen novou světelnou tabulí a doplněn o název – *Digi Kino Sněžník*. Verzálkové bezpatkové písmo bylo změněno na font, který je dnes poplatný vkusu u většiny veřejnosti. Jedinou návaznost spatřuji v podobném odstínu červené barvy.



Obr. 57: Kino Sněžník, Staré Město p. Sněžníkem
(původní nápis)



Obr. 58: Kino Sněžník, Staré Město p. Sněžníkem
(stav od r. 2013)



Obr. 59: Kino Sněžník, Staré Město p. Sněžníkem detail nápisu – před modernizací



Obr. 60: Kino Sněžník, Staré Město p. Sněžníkem detail nápisu – současný vzhled

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4. SNAHA O FOCENÍ DO MINULOSTI

V nové roli archeoložky dokumentuji věci, které jsou fragmenty rychle mizejícími. O to vyšší cenu však později mají, s jakou rychlostí mizejí. Jako motor mě žene touha po objevování starých věcí, které mají svoji historii dávno zažitou, stejně jako postupný odpor k nápisům ve veřejném prostoru, vysázenými fonty Hobo a ComicSans.

Praktická část diplomové práce je výsledkem mé více jak půlroční činnosti spojené s fotografováním kin, kulturních domů a dalších kulturních zařízení, pořízených na svých „kinocestách“. Výstupem je knižní publikace pojmenovaná – „Takovej biják“

4.1 POSTUP PRACOVNÍ ČINNOSTI

4.1.1 Mind map

Oblast výskytu bijáků a kulturáků je zaměřena na území České republiky. Podrobněji se zabývám oblastí Moravy a Slezska, přičemž okruh mých působišť (Zábřeh, Zlín) je „pročesan“ nejdůkladněji. Stále je však co objevovat po celé ČR. Ovšem do doby než přijde řada na „zateplování a rekonstruování“ a nápis skončí zapomenutý ve šrotu, v nejlepším případě u někoho doma na zahradě.

4.1.2 Kritéria pro výběr nápisů

Kromě kritéria vymezujícího se na období Československa v letech 1948–1989, bylo **prioritou č. 1** nalézt nápis v jeho **původní nezměněné podobě**. Tyto nápisy/vývěsní štíty jsou ve své podstatě nejcennější, protože by se daly považovat za historický doklad a dědictví doby. Nápis **po citlivé rekonstrukci**, jenž ani tak nezměnil svůj charakter, byl pro mě **prioritou č. 2**. Domnívám se, že jde o jeden z kompromisů jak modernizovat budovu a přitom zachovat původní charakter nápisu, který je hlavní součástí vizuální identity. Takových případů je pouze hrstka a spíše se týkají památkově chráněných budov, než zapadlého kina na vesnici. Zcela **nové moderní** nápisy, jsou výsledkem zateplování a rekonstrukcí stávajících objektů. Budovy včetně nápisů, které prošly v nedávné době modernizací (+/- 3 roky zpět), jsou mojí **prioritou č. 3**. Záměrně porovnávám jejich současný vzhled s minulým a dávám je vzájemně do kontrastů.

4.1.3 Pátrání

Mé první cesty vedly k internetovému vyhledávači. K vytvoření vlastní databáze jsem prohledávala seznamy kin, selektovala je podle oblasti výskytu, vymezeného období vzniku/rekonstrukce budovy i nápisu. Nejčastějšími klíčovými slovy ve vyhledávači byla – neon, kino, socialismus, čsr, kulturní dům, biják, cedule, retro. Druhou možností byla „vychytávka“ služby Google Street View, díky které jsem mohla hledaný objekt (pokud byl vyfocený) zkontrolovat. V některých případech se realita neshodovala. Buď objekt „mé touhy“ dávno neexistoval nebo byl nově zrekonstruovaný. Dalším klíčem v pátrání pro mě byla obyčejná lidská šeptanda, která se však v mnohých případech ukázala výjezdem naslepo. Kouzlem náhodného objevu na svých cestách jsem mnohdy narazila na zapomenuté kino či kulturní dům, které splňovalo mé priority.

4.2 KONCEPT GRAFICKÉHO ŘEŠENÍ

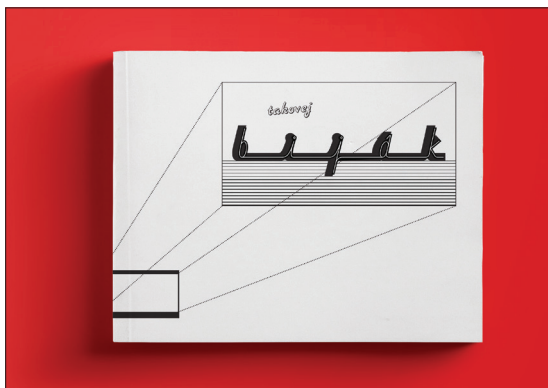
Jelikož je sbírka obrazového materiálu nalezených fragmentů obsahově nejpočetnější, zvolení knižní publikace jako hlavního média pro mne bylo logickým vyústěním. Z formálního hlediska jde spíše o autorské zpracování vědecké publikace. Zastoupená textová část čerpá z internetového článku *Vlastní jména českých kin – Jiřího Zapletala*. [33]

4.2.1 Forma

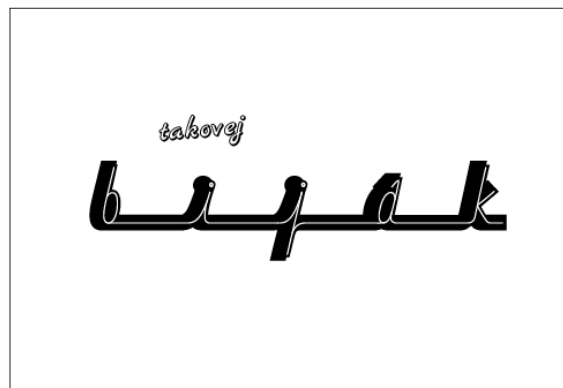
Můj prvotní impuls počítal s konceptem knihy zpracované klasicky na výšku formátu. Změnit toto pojetí mě přivedla až skutečnost, že všechny fotografie jsou dokumentované na šířku, a proto by bylo ve výsledku škoda zůstat u původní myšlenky. Nemluvě o tom, že by nejvíce utrpěly samotné fotografie při jejich ořezu. Formát publikace na šířku byl tedy zvolený. Jeho proporce a celková inspirace filmem mě dále navedly ke kinematografickému filmovému pásmu, který ještě před digitalizací sloužil jako filmová kopie pro promítací stroje většiny kin. Nejčastěji se uplatňoval 35 mm pás, ale výjimkou nejsou ani široké 70 mm filmy či úzké 16 mm. Rozměr mého návrhu knižní publikace – 210 x 185 mm je poměrově přizpůsoben tak, aby při otevření působil efekt širokoúhlého promítacího plátna (70 mm filmové pásmo).

V celém duchu se odvíjel i layout knihy, kde se přímo vybízí (podle vzoru filmového plátna) umístit hlavní plán na střed dvojstrany. Na základě tohoto faktu se odvíjelo i rozhodnutí pro šitou knižní vazbu, která nemá problémy při plném rozevření a prohlížení stránek není na úkor její životnosti. Obálka knihy dodržuje koncepci černobílé vektorové grafiky, objevující se i ve vnitřku knihy. Ústředním motivem obálky je znázornění procesu filmové

projekce a objevujícího se titulu v podobě neonového nápisu – biják. Při jeho návrhu jsem vycházela z kresebného charakteru písmen nalezených na společenském domě v Bruntále (viz kapitola 3.3 Mapování Moravy).



Obr. 61: Obálka knihy



Obr. 62: Titul

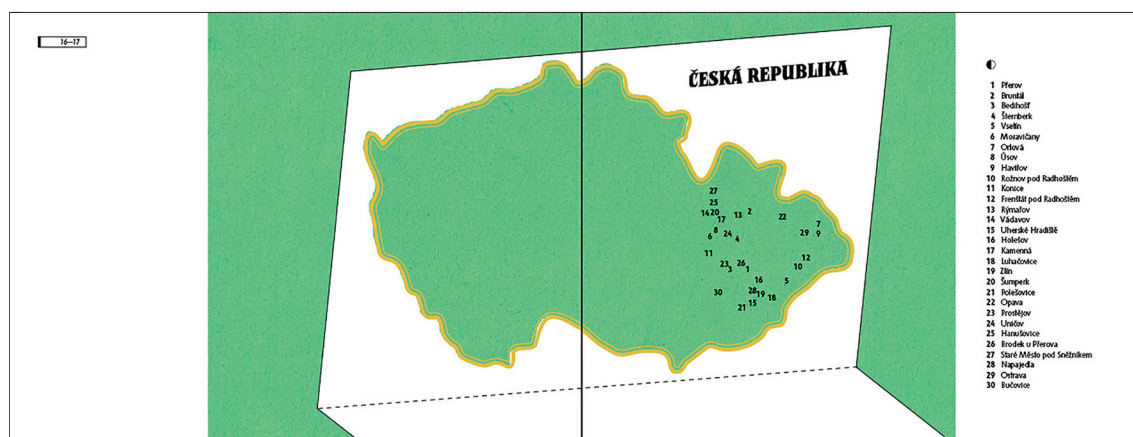
Použití matného grafického papíru pro vnitřní blok knihy, se jevilo jako nejideálnější řešení pro publikaci založenou převážně na fotografiích. Tato kombinace papíru zaručí, že se fotografie nebudou lesknout a decentní struktura napomůže čtenáři při kontaktu otáčením listů. Pro knižní sazbu jsem použila písmo *Solpera*. Tato lineární antikva s jemnou úzkou kresbou a decentními serify vizuálně ukotvuje jednotlivé písmové znaky na řádcích, takže je dobře čitelná v běžném textu. Navíc k tématu československých nápisů jsem záměrně chtěla písmo právě od českého typografa – Jan Solpera, přední český písmař a typograf se nabízel hned jako první. V pořadí druhé použité písmo *Negro* je také z dílny českého typografa – Františka Štorma. Svoji kresbou velmi těžká tmavá antikva s pichlavými serify je vhodná jako titulkové písmo. V publikaci se toto písmo objevuje střídmě a pouze v kombinaci s vektorovou grafikou. Svým provokujícím charakterem je odkazem na občasnou rebelii odvážlivců v dobách komunismu a je tak vítaným kontrastem celé knihy.

4.2.2 Co je obsahem

Obrazová část složená z fotografií je hlavním obsahem (jádnem) publikace. Na chvíli se tedy moje role archeoložky–grafičky změnila na roli fotografky. Tyto fotografie míst mají ve výsledku spíše dokumentační hodnotu než uměleckou.

Jako zajímavost v publikaci uvádím již zmiňovaný článek vztahující se k problematice – Vlastních názvů Československých kin. Dále následuje graficky zakreslená mapa ČR se zaznačenými místy a seznamem navštívených lokalit. Tento seznam míst koresponduje s pořadím, ve kterém se v knize později prezentují. Samotný koncept jak představit čte-

náři sbírku jednotlivých písem jsem rozdělila na tři části. Celkový pohled na budovu v místě jeho nálezu začíná jako první layout dvojstrany a slouží k utvoření představy o identitě stavby. Mnohdy tak lze srovnávat okolí jejich působiště ve vztahu k budově (ať už jde o venkovské či městské prostředí). K úvodnímu představení budovy se vždy váže graficky zpracovaná mapa konkrétní lokace, název, přesná adresa výskytu a zda je kulturní zařízení v provozu nebo zavřené. Pokud se mi podařilo vyhledat informace o historii a osudech budovy, jeho krátké „bio“ je součástí. U některých však byly těžko dohledatelné konkrétní údaje, a proto zůstávají tyto stavby ve skryté anonymitě. Často-krát se případ týkal budov mimo provoz.



Obr. 63: Mapa navštívených míst

Navazující layout pokračuje ukázkou detailu konkrétního nápisu. Na nich lze kromě výtvarného zpracování vidět aktuální stav. Od nově zrenovovaných až po ty v rozpadajícím se stavu. Fragmenty třicích neonových trubec, elektrické zapojení na způsob „domácího kutila“, sem tam zhasnuté písmenko v nápisu. I tyhle nepatrné kosmetické vady jsou k vidění v nalezených nápisech. Absence určitých písmen v názvu může vyznít v celkovém kontextu zcela jinak. Vtipným příkladem je např. přerovské kino *Hvězda* (viz Obr. 64), jehož světelná absence písmene *N* v nápisu *KINO*, dává chodci možnost číst jej v noci jako název – *KIO*.



Obr. 64: Kino Hvězda, Přerov



Obr. 65: Kino Svět, Holešov

Také *holešovské kino Svět* (viz Obr. 65) se pyšní kuriozitou. Tabulové („butonové“) plochy písmen jsou zde u písmen (*N* a *S*) otočené o 180 stupňů. Skutečnost, že písmena nesedí na stejné horizontální lince účaří, dodává nápisu skákavý efekt. Otázkou je, zda tuto chybu (předpokládám pracovníka firmy dodávající světelnou reklamu) vnímají i běžní chodci. Troufám si tvrdit, že uvedené detaily většina veřejnosti vůbec nevnímá a spíše se zaměřuje na prioritní podstatu takového nápisu a tou je schopnost předávat informace.

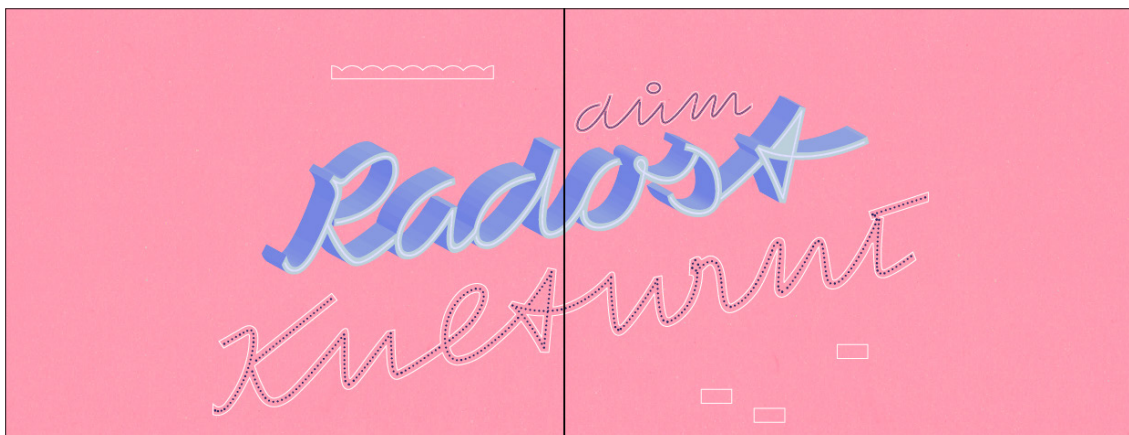
Prezentaci architektury budovy a ukázky detailů písem završuji layoutem s překresleným písmem každého takového nápisu do digitální podoby. Ačkoliv je kresba písmen u některých z nich nečitelná, nejde mi o znázornění současného stavu. Ten lze ostatně vidět na fotografiích. Naopak je co nejautentičtěji překresluji do prvotního návrhu, s cílem vrátit jim slávu a lesk v dobách, kdy je navrhovali jejich autoři. Mohu tak s nimi autorsky pracovat, přičemž vznikají návrhy typografických kompozic a hříček s písmeny, odrážející charakter konkrétní budovy, jeho okolí, působišť.



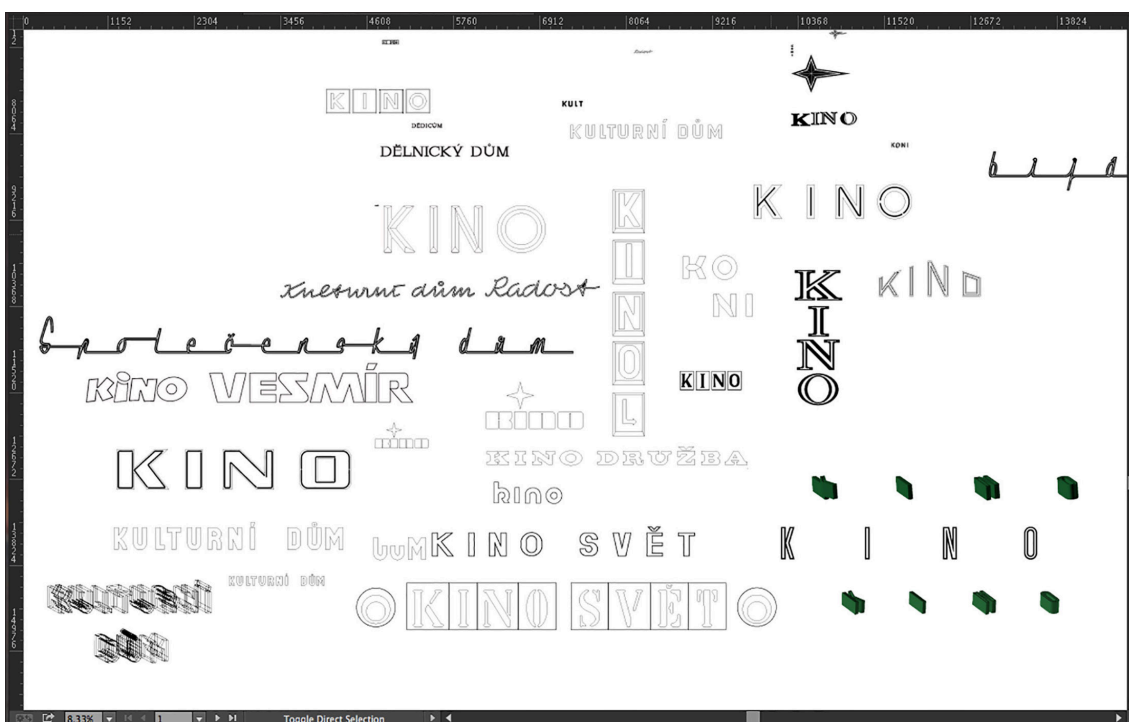
Obr. 66: Ukázka dvoustrany



Obr. 67: Ukázka dvoustrany zaměřené na detail

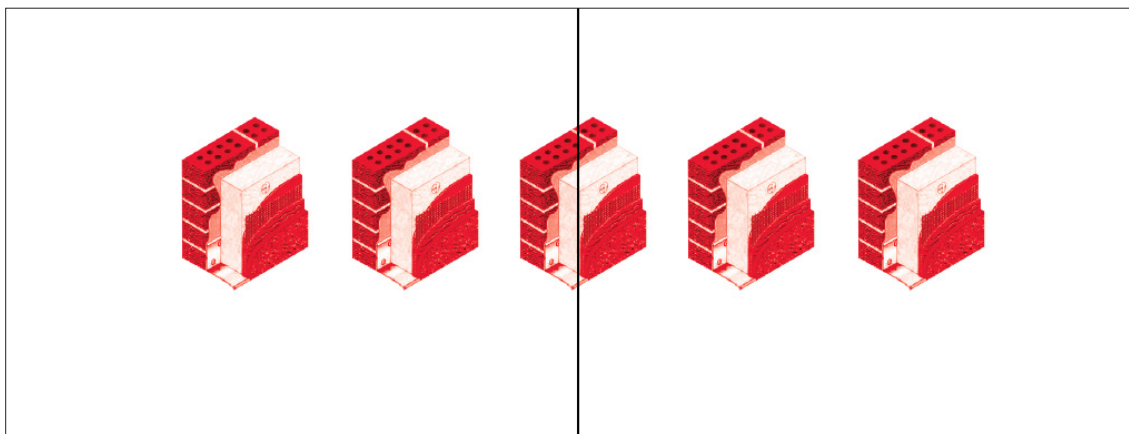


Obr. 68: Ukázka dvoustrany s překresleným písmem



Obr. 69: Ukázka procesu při překreslování písma

Závěr knihy je věnován již zmiňované kapitole – *Zatepluje se a opravuje v plném proudu*. V její části jsou uvedené příklady kin a kulturních zařízení, které díky nedávné rekonstrukci a následné modernizaci exteriéru změnilo i vzhled původního nápisu. Layout se drží stejných pravidel jako v předešlých kapitolách. Jediná změna nastává v rozvržení stránky, která vždy představuje fotografie, porovnávající novou budovu s původní. K získání fotografií zachycující původní stav, posloužil jako zdroj internet nebo služba Google Street View.



Obr. 70: Úvodní dvoustrana kapitoly – Zatepluje se a opravuje v plném proudu



Obr. 71: Ukázka dvoustrany z kapitoly Zatepluje se a opravuje v plném proudu

Médiu světla jsem v teoretické části věnovala samostatnou kapitolu. Světlo se objevuje i na některých nalezených štítech kin a kulturních zařízeních. Proto jsem se rozhodla vytvořit světelný objekt/nápis, jenž by byl součástí mé instalace, jakožto efektní završení celé sbírky. Další podstatnou částí mé diplomové práce je soubor vybraných typografických plakátů formátu A1, korespondující s obsahem knihy. Motivem jsou tedy ilustrace digitálně překreslených písem z nalezených nápisů.

ZÁVĚR

Téma vizuální kultury socialistického období v mé diplomové práci přineslo výpověď o tehdejšímu kulturním stavu naší země. Idea univerzální budovy odpovídající společenských potřebám, kde by byla „kultura pod jednou střechou“, se v rámci architektury kulturáků splnila. Program komunistického režimu vybudovat tuto strukturu kulturních domů i ve venkovském prostředí, (v rámci Československa) zaujímalo v celkovém měřítku nejhustší síť právě za jejich vlády. Současná potřeba veřejnosti distancovat se a vytěsnit za každou cenu paměti dávno minulých, je také jednou z příčin úpadku těchto postkomunistických veřejných budov.

Propagace ve veřejném prostoru měla tehdy vizuálně jednotnou koncepci. Jedinou „super“ značkou byl socialistický stát. Konkurence neexistovala a tudíž nevznikala ani diferencovaná vizuální „džungle“ plná reklam ze strany konkurenčních firem současného kapitalistického státu. Fenomén neon, jenž byl zpočátku odmítán, se po úspěchu na světové výstavě v bruselském Expu '58 začal objevovat všude. Neonifikace se tak stala součástí městského prostředí aplikovaná ve formě vývěsních štítů na všech typech budov. Samotné médium světla v dnešním technicky vyspělém světě dnes nemá takový účinek na chodce. Dříve propagandistickou záležitostí současné podvědomí lidí může vnímat různě. Společný bude jen pocit melancholie.

Výzkumná část týkající se mé praktické části není ukončená, dokud budou stále k vidění pozůstatky tohoto grafického designu na fasádách. Proces samotného hledání, moment radostného překvapení při náhodném objevu starého nápisu, je to co mě na tom baví. Ze shromážděné sbírky nelze přesně kategorizovat nápisové písmo podle druhu. Každé je svým charakterem a typografií jiné a jak jsem již zmiňovala v úvodu, identita písma se pojí s identitou budovy a jeho nejbližším okolím. Pokud bych jej však rozdělila podle materiálu, ze kterého byly vyrobeny, odráží se zde vkus doby. Zastoupení (i když v menší míře) nachází např. neon – reakce na tzv. bruselský styl 60. let. Dnes jsou tyto nápisy historicky velmi cenné a jsou součástí památkově chráněných budov. Na vesnicích jsou stále ještě k vidění kulturní a dělnické domy, zachovávající si původní brizolitovou omítku se sgrafitovým nápisem a výzdobou – tolik typickou pro období 70.–80. let. Když už narazíte na starý plastický nápis, většinou je poctivě vyrobený z plechové konstrukce. Tyto všechny nalezené nápisy kin a kulturáků zahrnuté v publikaci – *Takovej biják*, neuvádím jako vynikající příklady tvorby té doby (i když by se tak některé mohly tvářit). Mluvme o nich spíše jako o typických příkladech, jako ukázka určitého historického vývoje, jenž je součástí architektonického díla. Můj vstup procesu zdigitalizováním nalezených písmen jim možná navrátí jejich zapomenutou existenci...

V rámci letošního *Fotofestivalu Uničov*, konaného v období od 13.–15. května, se mi naskytla příležitost vést přednášku, týkající se tématu mé diplomové práce. Festival, zaměřený na současnou fotografii a její přesahy je spíše lokální záležitostí, založený hrstkou přátel. Společně je pojí nejen záliba v umění, ale především chuť a odhodlání organizovat tento specifický kulturní zážitek na tak malém místě, jako je právě město Uničov. Ukázat veřejnosti více jak půlroční hledání a shromažďování nápisů, zážitků s nimi spojených, vidím jako skvělou šanci zasvěcení do této problematiky. Nemluvě o osudu týkající se právě uničovského kina. Jedno je jisté. Od té doby se dívám více kolem sebe a hlavně směrem nahoru.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BALÁK, Jaromír. Světelná reklama. 1. vyd. Praha: Vydavatelství obchodu, 1962, 117 s. Knižnice propagace (Vydavatelství obchodu).
- [2] BARBERO, Giovanna. Movement as a message: international triennale of contemporary art : National gallery in Prague. V Praze: Národní galerie, 2008, 215 s. ISBN 978-88-95894-09-6.
- [3] BLAŽEK, Bohuslav. Venkov, města, média. Praha: Sociologické nakladatelství, 1998. Studie (Sociologické nakladatelství). ISBN 80-85850-59-1.
- [4] KRAMEROVÁ, SKÁLOVÁ 2008: Denisa Kamerová, Vanda Skálová (ed.): Nový život, nový styl? Umění, design a životní styl na přelomu padesátých a šedesátých let dvacátého století. In: Bruselský sen. Praha 2008.
- [5] PERNES, Jiří. Československo 1946-1992. 2. vyd. Praha : Albatros nakladatelství, a. s., 1999. 64 s. ISBN 80-00-00730-4.
- [6] PEŠÁNEK, Zdeněk. Kinetismus: (kinetika ve výtvarnictví-barevná hudba). Praha, 1941, 142 s., příl. a barev. obor. příl.
- [7] PTÁČEK, Luboš. Panorama českého filmu. Olomouc: Rubico, 2000. ISBN 80-85839-54-7.
- [8] TABERY, Karel (ed.). Kinofikace Moravy: Bruntál, Bystřice pod Hostýnem, Bzenec, Havířov, Holešov, Jihlava, Kroměříž, Luhačovice, Nový Jičín, Šumperk, Uherské Hradiště, Zlín. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, Filozofická fakulta, 2004, 148 s. ISBN 80-244-0820-1.
- [9] VLADIMIR 518, Jan MATOUŠEK a Markéta VINGLEROVÁ. M = M. V Praze: Bigg Boss, 2012, 400 s. ISBN 978-80-86863-48-1.
- [10] ZEMÁNEK, Jiří a Jaroslav ANDĚL. Zdeněk Pešánek: 1896-1965. V Praze: Gema Art, 1996, xxii, 450 s. ISBN 80-7035-117-9.
- [11] NOVOTNÁ, Marie. *Fenomén kulturních domů na Hodonínsku (se zaměřením na obec Čejkovice)*. Brno, 2011. Diplomová práce.

- [12] Šternberské listy: zpravodaj města. Šternberk: Městský úřad. 2015, XXIV(8) [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: http://www.mas-sternbersko.cz/data/upload/Sternberske_listy/hotoveSL_zari2015_web.pdf
- [13] Archiv HN. *První české kino bylo otevřeno před sto lety* [online]. 2007 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-22025560-prvni-ceske-kino-bylo-otevreno-pred-sto-lety>
- [14] BRUNTÁLSKÝ A KRNOVSKÝ deník.cz. DOMY S HISTORIÍ: *Společenský dům v Bruntále* [online]. Bruntál, 2010 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: http://bruntalsky.denik.cz/zpravy_region/domy-s-historii-spolecensky-dum-v-bruntale20101201.html
- [15] KARVINSKÝ A HAVÍŘOVSKÝ deník.cz. *Labužník je symbolem bruselského neonového fenoménu* [online]. Havířov, 2011 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: http://karvinsky.denik.cz/zpravy_region/20110420historie_labuznik.html
- [16] KOKTEJL. *BÁSNÍK SVĚTELNÉHO MĚSTA* [online]. 1997 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: http://www.czech-press.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=1127:basnik-svtelneho-msta
- [17] Lidovky.cz. *Neonová první republika si hrála se světly* [online]. Praha, 2011 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/neonova-prvni-republika-si-hrala-se-svetly-f23-/design.aspx?c=A110506_183254_In-bydleni_tkz
- [18] MEDIAGURU. *Jak šel čas se světelnou reklamou* [online]. Praha, 2013 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2013/02/jak-sel-cas-se-svetelnou-reklamou/#.VruZdjYnjEY>
- [19] OLOMOUCKÝ deník.cz. *Uničovské kino dostalo nový a slušivý kabát* Zdroj: http://olomoucky.denik.cz/zpravy_region/unicovske-kino-dostalo-novy-a-slusivy-kabat-20151106.html [online]. Uničov, 2015 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: http://olomoucky.denik.cz/zpravy_region/unicovske-kino-dostalo-novy-a-slusivy-kabat-20151106.html
- [20] Sumpersko.net. *V Šumperku budou chodit do kina po červené* [online]. Šumperk, 2014 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <http://zpravodajstvi.sumpersko.net/V-Sumperku-budou-cho-dit-do-kina-po-cervene-6356/clanek>

[21] Světlo: časopis pro světlo a osvětlování. *Neony začínají zářit do noci* [online]. 2015 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <http://www.odbornecasopisy.cz/svetlo/casopis/tema/neony-zacinaji-zarit-do-noci--16147?do=closeNewsletter>

[22] IDNES.CZ. *Opravit, nebo zbourat? Zlín chce mít o Velkém kině jasno do dvou měsíců* [online]. Zlín, 2016 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: http://zlin.idnes.cz/velkemu-kinu-ve-zline-hrozi-i-demolice-dx8-/zlin-zpravy.aspx?c=A160316_2232763_zlin-zpravy_ras

[23] ČESKOSLOVENSKÝ FILM: 1945–1989 aneb od Benešových dekretů po Sametovou revoluci. *7. července - 31. srpna 2015* [online]. [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <https://www.kinoscala.cz/cz/vystava/ceskoslovensky-film-1945-1989-aneb-od-benesovych-dekretu-po-sametovou-revoluci-13>

[24] Brusel Expo '58. *Kino Metro 70* [online]. [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <http://expo58.blogspot.cz/2011/12/kino-metro-70.html>

[25] Divadelní spolek Václav Václavov [online]. [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: http://vaclavov.zabreh.cz/divadlo/O_nas.html

[26] BRUNTÁLSKÝ A KRNOVSKÝ deník. cz. *Zachraňují divadlo v Rýmařově* [online]. [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: http://bruntalsky.denik.cz/zpravy_region/zachranuji-divadlo-v-rymarove-20150430.html

[27] PROSTĚJOVSKÝ deník.cz. *Venkovská kina? Jejich soumrak se prý nechystá, i když to konické dosloužilo.* [online]. [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: http://prostejovsky.denik.cz/zpravy_region/venkovska-kina-jejich-soumrak-se-pry-jeste-nechysta-80140922.html http://prostejovsky.denik.cz/zpravy_region/venkovska-kina-jejich-soumrak-se-pry-jeste-nechysta-80140922.html

Periodika

[28] ADVOJKA: *Takoví jsme byli.* 2012, (22).

[29] ADVOJKA: *Světelný grafický design.* 2015, XI(22).

[30] BEDIHOŠŤSKÝ ZPRAVODAJ. 2012 (29).

[31] KINOREVUE: *Filmová fotoska.* 1943, X(4).

[32] KINO: *Mluví se o propagaci*. 1959, XIV(25).

[33] NAŠE ŘEČ: *Vlastní jména českých kin*. 1985, 68(2).

Videa

[34] Retro. *Nedovolené filmy*. [video]. I-vysílání ČT [online]. Česká televize, 2010. [Vid. 10.2.2016]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10176269182-retro/210411000360024/>

[35] Socialistický realismus [video]. ČT 24 [online]. Česká televize, 2011. [Vid. 10.2.2016]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/archiv/1235566-socialisticky-realismus>

[36] *Od Tiziana po Warhola: Stanislav Zippe—Spirála*. [video]. YouTube.cz [online] 2012. [Vid. 9.3.2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=6T8xbXcmUfI>

[37] *Digitalizace kina ve Starém Městě*. [video]. YouTube.cz [online] 2015. [Vid. 12.3.2016]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=FUPUROKSXkA>

SEZNAM OBRÁZKŮ

- Obr. 01: Ukázka kulturáku ve venkovském prostředí, str. 16*
- Obr. 02: Ukázka zavřeného úsovského kina, str. 17*
- Obr. 03: Neonová džungle v Praze – 50. léta, str. 23*
- Obr. 04: Ukázka využití neonu na nápisech československých kin, str. 24*
- Obr. 05: Ukázky typografických neonových nápisů, str. 26*
- Obr. 06: Ukázky kombinovaných neonových nápisů, str. 27*
- Obr. 07: Ukázky fázovaných neonových nápisů Mléčný bar – konec 50. let, str. 27*
- Obr. 08: Prodejna hraček Plzeň– 50. léta, str. 27*
- Obr. 09: Ukázka figurativního neonového nápisu – 50. léta, str. 28*
- Obr. 10: Ukázka slovní hříčky – Ov_ce z_lenina – na venkovní lepené reklamě, str. 30*
- Obr. 11: Poškozený neonový nápis v Praze (záběr z filmu Z. Podskalského Světáci (1969), str. 31*
- Obr. 12: Ukázky reklamní inzerce na podnik Pragoneon (časopis Architektura ČSR), str. 31*
- Obr. 13: Neon ČSAD – Autobusové nádraží, Jesenická 19, Šumperk, str. 32*
- Obr. 14: Blokované nápisy – Hlavní třída, Havířov (stav k r. 2016), str. 33*
- Obr. 15: Detail nápisu – Ryby, str. 33*
- Obr. 16: Detail nápisu – Maso, str. 34*
- Obr. 17: Detail nápisu – Pečivo (po rekonstrukci), str. 34*
- Obr. 18: Budova Labužník, Havířov (stav 2016), str. 34*
- Obr. 19: Detail nápisu Labužník, str. 34*
- Obr. 20: Detail nápisu – Koktejly, (dům Labužník), str. 35*
- Obr. 21: Detail nápisu – Obložené mísy, str. 35*
- Obr. 22: Zdeněk Pešánek a jeho první spektrofon z roku 1926, str. 36*
- Obr. 23: Ukázky dvou fází barevné světelně kinetické hry prvního spektrofonu z roku 1926, str. 36*
- Obr. 24: Montáž Edisonovy transformační stanice, str. 37*
- Obr. 25: Dvě z fází proměn světelně kinetické plastiky, str. 37*
- Obr. 26: S. Zippe – Spirála instalace z výstavy MU Olomouc – 2012), str. 39*
- Obr. 27: Výstava nových propagačních prostředků (1959), str. 42*
- Obr. 28: Stav filmových plakátů, str. 42*
- Obr. 29: Milan Grygar, str. 42*
- Obr. 30: Karel Vaca, str. 42*
- Obr. 31: Karel Teissig, str. 42*
- Obr. 32: Jiří Balcar, str. 42*
- Obr. 33: Ukázky černobílých filmových fotosek (A3 42 x 30 cm / 26 x 20 cm), str. 43*
- Obr. 34: Kino Oko, Šumperk (stav k r. 2016), str. 46*
- Obr. 35: Kino – Oko, Šumperk – detail, str. 46*
- Obr. 36: Návrh vizualizace plánované rekonstrukce kina Oko, Šumperk, str. 46*

- Obr. 37: *Společenský dům, Bruntál, str. 47*
- Obr. 38: *Detail nápisu SD, Bruntál, str. 47*
- Obr. 39: *Naše kino, Šternberk (stav k r. 2015), str. 48*
- Obr. 40: *Naše kino, Šternberk – detail nápisu (stav k r. 2015), str. 49*
- Obr. 41: *Kino Družba, Uničov – původní vzhled, str. 50*
- Obr. 42: *Kino Družba, Uničov – současný vzhled (2016), str. 50*
- Obr. 43: *Vyřazená písmena nápisu z kina Družba, str. 50*
- Obr. 44: *Kino Metro 70, Prostějov (stav k r. 2016), str. 51*
- Obr. 45: *Kino Metro 70, Prostějov – detail nápisu, str. 51*
- Obr. 46: *Kulturní dům, Václavov (stav k r. 2016), str. 52*
- Obr. 47: *Kulturní dům, Václavov – detail, str. 52*
- Obr. 48: *Kino, Rýmařov (stav k r. 2016), str. 53*
- Obr. 49: *Kino, Rýmařov – detail neonového nápisu, str. 53*
- Obr. 50: *Kino, Rýmařov – detail buttonového nápisu, str. 53*
- Obr. 51: *Vizualizace možné budoucí podoby, str. 53*
- Obr. 52: *Kino, Konice (stav k r. 2016), str. 54*
- Obr. 53: *Kino, Konice – detail neonového nápisu, str. 54*
- Obr. 54: *Kino, Konice – detail druhého nápisu, str. 54*
- Obr. 55: *Kulturní dům, Bedihošť (stav k r. 2015), str. 55*
- Obr. 56: *Kulturní dům, Bedihošť – detail nápisu, str. 55*
- Obr. 57: *Kino Sněžník, Staré Město p. Sněžníkem (původní nápis), str. 56*
- Obr. 58: *Kino Sněžník, Staré Město p. Sněžníkem (stav od r. 2013), str. 56*
- Obr. 59: *Kino Sněžník, Staré Město p. Sněžníkem detail nápisu – před modernizací, str. 57*
- Obr. 60: *Kino Sněžník, Staré Město p. Sněžníkem detail nápisu – současný vzhled, str. 57*
- Obr. 61: *Obálka knihy, str. 61*
- Obr. 62: *Titul, str. 61*
- Obr. 63: *Mapa navštívených míst, str. 62*
- Obr. 64: *Kino Hvězda, Přerov, str. 62*
- Obr. 65: *Kino Svět, Holešov, str. 62*
- Obr. 66: *Ukázka dvoustrany, str. 63*
- Obr. 67: *Ukázka dvoustrany zaměřené na detail, str. 63*
- Obr. 68: *Ukázka dvoustrany kapitoly – Zatepluje se a opravuje v plném proudu, str. 64*
- Obr. 69: *Ukázka procesu při překreslování písma, str. 64*
- Obr. 70: *Úvodní dvoustrana kapitoly – Zatepluje se a opravuje v plném proudu, str. 65*
- Obr. 71: *Ukázka dvoustrany z kapitoly Zatepluje se a opravuje v plném proudu, str. 65*