

Brno se spojilo s Prahou. Sběratelé vydali unikátní knihu Staré reklamní cedule

Kniha Staré reklamní cedule představuje nejrozsáhlejší prezentaci smaltované a plechové reklamy v Česku. Na 562 stranách představí 715 cedulí z období let 1900–1948.

BRNO/PRAHA – Sběratelé Dan Trávníček a Kamil Mittner spojili v této publikaci nejen nejvýznamnější cedule ze svých sbírek, ale i své dlouholeté znalosti a sběratelskou vášeň. Na více než 562 stranách představují 715 plechových a smaltovaných cedulí firem známých z českého a československého obchodního trhu z období let 1900–1948. Prezentovaná sbírka nemá svým rozsahem v Česku obdoby.

Kunsthistorický dohled nad publikací měli Lucie Vlčková a Petr Štembera, kurátoři sbírky plakátů a obrazů Uměleckoprůmyslového musea v Praze. V první části knihy spolu s dalšími akademiky téma jak odborně, tak i poutavě rámuje. O velkorysé grafické pojetí knihy se postaral renomovaný grafický designér Marek Pistora, knihu vydává X Production ve spolupráci s MyX.

Špetka teorie, moře obrázků

Lucie Vlčková zasazuje plechovou a smaltovanou reklamu do historického i společenského kontextu a vysvětluje přínos nové publikace. „Cedule byly v minulosti vnímány jako ryze užitný produkt, zcela mimo zájem umělecké scény. A stranou zájmu cedule zůstaly, překvapivě, i v prvních marketingových textech,“ upozorňuje. Právě proto kniha představuje cenný historický doklad, který mohl vzniknout jedině díky přínosu soukromých sběratelů, jak Vlčková připouští. „Soukromí sběratelé totiž, na rozdíl od státních sbírkových institucí, mají prostor na úzkou specializaci podle svých zájmů, nemusí čelit tlaku na selekci budované sbírky, a mohou tak plošným ‚sběrem‘ shromáždit obdivuhodně rozsáhlé sbírky,“ vysvětluje. Čtvrt století budovaná sbírka má nejen pro akademickou obec značnou hodnotu. „Podařilo se uchovat a dokumentovat zcela jedinečný (a v českém prostředí bezkonkurenční) soubor,“ konstatuje Vlčková. Svůj druhý text věnuje vizuální stránce reklamních cedulí.

Petr Štembera v příspěvku „Osobnosti české prvorepublikové reklamy“ zaměřuje svou pozornost k známým i méně známým autorům, z nichž každý byl podle nepsaných pravidel reklamní branže především „profesionál, který musel umět všechno a nebyl tady od toho, aby rozhodoval“, jak konstatuje Štembera. Blíže se věnuje nejvýznamnějším osobnostem jako Leo Heilbrunn, Zdeněk Rykr, Rudolf Höns, Emil Weiss, ale i dalším. Historik a kurátor sbírek 20. století Muzea hlavního města Prahy Bohuslav Rejzl je autorem kapitoly „Výrobci reklamních cedulí v českých zemích před rokem 1948“. Na několika příkladech pražských i mimopražských podniků dokumentuje velkou rozmanitost protagonistů na trhu obchodní reklamy.

Sami sběratelé, Dan Trávníček a Kamil Mittner, pak popisují svoje pohnutky, cíle i omezení v šíři záběru své činnosti. „Zabýváme se starou českou reklamou pouze a výhradně na smaltovaných a plechových cedulích,“ vysvětluje Mittner. Nejde ale o společný a úplný katalog obou sbírek. „Publikované cedule jsou spíše individuálním výběrem, který je dán naším zaměřením i osobními oblibami a preferencemi,“ upřesňují sběratelé. Prezentovány nejsou cedule pivovarů, pojišťoven ani tematika auto-moto-velo. „Ne že by se nám snad nelíbily, ale prostě nejde sbírat vše,“ vysvětluje Trávníček. Časový rámec sbírky je vymezen lety 1900–1948. „Jako české cedule zde prezentujeme především tuzemských obchodních firem, ale pro doplnění uvádíme i některé další jazykové verze cedulí používaných na vícejazyčném obchodním trhu Čech a Československa,“ shrnují sběratelé.

Fotografické reprodukce staré reklamy doprovází informace o jejích rozměrech a materiálu a dále pak základní údaje o výrobní firmě, která reklamu zadávala. „Historii mnohých firem a obchodních značek

na našem území lze totiž v řadě případů vnímat i jako zajímavou součást kulturních dějin našich zemí a často je ještě zajímavější než konkrétní reklama samotná," vyzdvihuje Mittner.

Kniha pro nadšence – amatéry i profíky

Autorem fotografických reprodukcí staré reklamy je Jiří Hloušek z reklamní agentury X Production. „Fotografie cedulí vznikaly průběžně po dobu mnoha let v Praze a Brně. Smaltované cedule představují kvůli svému vyklenutí a skleněnému povrchu fotografický rébus. Zejména z hlediska konzistentního výstupu při focení na různých místech, například v těsné kuchyni nebo obývacím pokoji. Někdy zkrátka nebylo možné sundat křehké cedule ze zdi a nafotit je v ateliéru,“ popsal fotograf.

Reprezentativní publikace má ambice seznámit s tematikou staré reklamní cedule široké publikum. „Potěší nejen amatérské nadšence dokladů minulosti, sběratele a starožitníky, ale i profesionály oborů kulturních, vizuálních studií a milovníky historie,“ míní Vlčková. V neposlední řadě pak profesionály z oblasti reklamy, kteří chtějí získat hlubší a historický kontext jejího vzniku a fungování.

Staré reklamní cedule

formát knihy: 220 × 280 mm

počet stran: 562

koncept knihy: Kamil Mittner, Daniel Trávníček

produkce: Daniel Trávníček, X Production

odborná spolupráce: Lucie Vlčková

texty: Lucie Vlčková, Petr Štembera, Bohuslav Rejzl, Kamil Mittner

grafický design a sazba: Marek Pistora

editorka: Marie Fišerová

fotografie: Jiří Hloušek / X Production

reprodukce: Uměleckoprůmyslové museum v Praze

historické fotografie: Archiv hlavního města Prahy, Muzeum hlavního města Prahy, Muzeum města Brna, Muzeum východních Čech v Hradci Králové

tisk a vazba: Tiskárna Helbich, Brno

náklad: 500 ks

1. vydání

Vydalo MyX s.r.o. ve spolupráci s X Production s.r.o. v roce 2023

ISBN 978-80-905179-1-2

www.starereklamnicedule.cz

www.starareklama.cz

www.stara-reklama.cz

Kontakt pro média

Vydavatel knihy:

Daniel Trávníček, dan@xproduction.cz, 603 849 984

Autor fotografií reklamy:

Jiří Hloušek, jiri.hlousek@xproduction.cz, 605 714 990

(v případě zájmu redakci poskytneme výběr fotografií cedulí)