

## RESUME

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

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

## ABSTRACT

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

The first part is briefly concerned with the boom period of light advertisement during the twenties and thirties; for which, I attempt to map the entire evolution of lighting technology and lighting in general. During this period, lighting advertisements were closely connected with architecture. Using the examples of particular buildings I point to the role of both natural and artificial light. I also cite period examples of free art production associated with light. In the second, more voluminous part, I'm concerned with light advertisements mainly from the fifties

and sixties with regard to its economic and political situation, which was closely connected with this part of art industry. Thru the research, I come to the conclusion that the role of light advertisements dropped to a minimum in the seventies and eighties, and I describe why it happened, what the advertisements looked like and into which new forms it was transformed. In conclusion, I briefly describe the situation during the nineties when important changes, both in technical possibilities and in the perception of the whole discipline, were gradually taking place.