

Zdeněk Rossmann (in: *Staviteľ*, 1936)

Reklama sa zrodila súčasne s továrňou výrobou. Čím viac rástli priemyselné podniky, tým viac sa priostroval konkurenčný boj. Víťazstvo v konkurenčnom boji patrí tomu, kto rýchlejšie rozšíri svoje odbytie, a tým urýchli tempo výroby a predaja. Prostriedkom v tomto úspechu je reklama. Dnes musia prevádzať reklamu nielen veľké podniky, ale i malý obchodník a živnostník, aby na svoje výrobky upozornili, aby ich predali. Je pochopiteľné, že v konkurenčnom boji pracovalo sa často nevyberanými prostriedkami, na pr. chválil sa nedokonalý výrobok dokonalými inzerátmi a plagátmi. Súkromí zisk je cieľom nášho obchodu, a preto všetky prostriedky sú mu dobré. Väčšina zákazníkov pozerá sa dnes na reklamu s oprávnenou nedôverou. Lúbezné dievčenské tváre a senačné heslá miznú pomaly, ale iste z reklamných tlačív. Dôvera zákazníka, otrasená lživou reklamou, zlomí väz každému obchodu, lebo reklama má byť verejne daným sľubom, ktorý zaväzuje. Peniaze, vydané za nepravdivú reklamu, hoci výtvarne krásnu, neprinesú zvýšeného odbytu.

Doterajší spôsob reklamy sa musí radikálne zmeniť. Namiesto reklamy nastupuje propagácia. Reklama pracovala so superlatívami a snažila sa upútať zákazníka krásnym obrázkom, ktorý ani nebol v priamom vzťahu k výrobku. Propagácia sa zdržuje všetkých týchto omylov a klamov. Jej účelom je informovať pravdivo o funkcii výrobku, materiálu a výrobe. Okrem tlačív používa ako výrazových prostriedkov propagačných expozícií na výstavách, veľtrhoch a práve tieto sú najvhodnejším prostriedkom predaja. Keď študujeme úspechy reklamy je nám nápadne, akým úspešným faktorom je moderne a vtípne robená propagácia, pomocou výstavných expozícií. Výstavu navštívi mnoho záujemcov, ktorí tam dostanú nielen potrebné informácie, ale môžu si výrobok prezrieť kritickými očami. Propagácia, riešená takýmto spôsobom, je dôležitou časťou nielen na poli hospodárskom, ale i kultúrnom. Vychováva konzumentov pre kvalitný výrobok z dobrého materiálu a estetických foriem.

Propagácia nie je však prácou náhodne vybraného ilustrátora alebo grafika, ale je úlohou architekta. Architekt má byť nielen organizátorom našich miest a bytov, ale i propagátorom výroby. Veľké a moderne vedené firmy, u nás na pr. firma Baťa, chápu túto okolnosť a používajú architektovej práce k propagácii svojich výrobkov.

Každý rok je dosť príležitosti k účinnej propagácii na rozličných trhoch, veľtrhoch a výstavách. O zahraničné trhy dajú sa najlepšie získať dobre organizovanými a dobre upravenými expozíciami. Čas je práve teraz aktuálny. Československo zúčastní sa svetovej výstavy v Paríži, ktorá bude r. 1937 a už tohoto roku na jar bude vypísaná súťaž na pavilón nášho štátu a úpravu expozícií. Celý rad našich veľkých podnikov zúčastní sa tejto výstavy, v snahe rozšíriť svoje odbytie za hranicami štátu.

Úspech zaručí vo veľkom konkurenčnom boji len dobre pripravená a moderne upravená expozícia. Je povinnosťou nášho priemyslu, aby k riešeniu tohoto úkolu pribral architektov, ktorí sú nielen dobrými výtvarníkmi a organizátormi, ale sú i dobrými propagátormi našich kvalitných výrobkov. Dnes, keď práca architekta je silne obmedzená katastrofálnym poklesom stavebného ruchu, nájde zvlášť mladý architekt svoje pôsobenie na poli propagácie.

Ako ilustráciu týchto riadkov reprodukuje niekoľko správne inštalovaných propagačných výstav cudzích i domácich. Z ilustrácií poučíme sa o správnom riešení pôdorysnom expozície, ktorý musí byť jednoduchý a jasný. Frekvenciu treba viesť jednosmerne a tak, aby návštevník, ktorý prejde expozíciu, bol informovaný o všetkých exponátoch. Materiál pre konštrukcie expozícií môže byť najrozličnejší, drevo, plátno, sklo, heraklitové kocky, eternit, kov, plech, krotená sieťovina, papier, atď. Namiesto malieb a kresieb používame radšej zväčšených fotografií, fotomontáží, osvetlených plastických panoráma, diazitivov a diagramov. Správne volené písmo, farby a dokonalé osvetlenie vystavených predmetov dá nám ako výsledok zaujímavý harmonický celok. Takto vyriešená expozícia je sugestívnym rámcom propagovaného výrobku, ktorý svojím kvalitným materiálom a spracovaním na jednej strane a vkusom na strane druhej získa si ďalšie odbytie.