

-) **Výstava**
-) **Krásná jizba Družstevní práce 1927-1948 / Design pro demokracii**
-) **Uměleckoprůmyslové museum v Praze, 13. 9. 2018 - 20. 1. 2019**

Krásná jizba, založená jako pobočka nakladatelství Družstevní práce na konci roku 1927, patřila k nejvýznamnějším českým institucím v oblasti bytové kultury a designu první poloviny 20. století. Stala se platformou uplatnění zásad funkcionalismu a prosazování požadavků na kvalitu průmyslové výroby užitných předmětů. Působila jako arbitr účelného a vkusného bydlení a svými aktivitami – prodejnami, produkčními, výstavními a poradenskými pronikla do každodenního života tisíců domácností. Ambicí Krásné jizby bylo naplnění demokratických principů v oblasti kultury bydlení prostřednictvím produkce doplňků a bytového vybavení vysoké estetické a užité hodnoty za ceny přístupné nejširšímu publiku. Tyto ambice se podařilo díky průmyslové výrobě z velké části naplnit, avšak za mimořádným úspěchem Krásné jizby stály jiné okolnosti – nepřehlédnutelný vizuální styl a cílená propagace, zaměřená na dvacetitisícovou členskou základnu Družstevní práce. Na zaměření instituce a jejím rozmachu se podílely přední osobnosti dobové kulturní scény – ředitelé Družstevní práce Václav Poláček a Josef Cerman, designéři Ladislav Sutnar, Antonín Kybal, Ludvika Smrčková, Bohumil Južnič, architekt Jan E. Koula, fotograf Josef Sudek a řada dalších.



Krásná jizba reprezentuje příkladný způsob propojení vysokých estetických a funkčních nároků s praktickými aspekty průmyslové výroby a principy marketingu. Důraz na kvalitu a současně příznivou cenu rozvinul spolupráci s prověřenými výrobci – přísnými kritérii prošly textilní podniky Klazar, Ginzkey, Hannemann, Kubina a Kirchhoff, sklárny Goldberg, Rückl, Pryl, Kavalier, porcelánka Epiag, firmy produkující kovové doplňky Sandrik a Napako či výrobce keramiky Vondráček. Vedle průmyslové výroby Krásná jizba podporovala řadu lokálních řemeslných dílen, dodávajících hodnotné a autentické ruční výrobky a lidovou tvorbu, o níž stoupal zájem od konce třicátých let, a to nejen v souvislosti se sílícími tendencemi zdůrazňovat národní kulturní hodnoty a lidové tradice v době německé okupace. Zákazníkům nabízela také zahraniční zboží, zejména keramiku a textilie, včetně produkce německé školy řemesel a umění Bauhaus, s níž jednala o výhradním zastoupení na českém trhu a usilovala o získání práv na výrobu některých jejích artefaktů.

K úspěchu Krásné jizby přispěla, mimo jiné, i družstevní forma správy majetku, která svým podílníkům nabízela vedle zhodnocení vkladů nižší ceny zboží a možnost splátek. Díky tomu se její sortiment stal dostupnější širšímu spektru střední třídy – nižším úředníkům, učitelům nebo knihovníkům, kteří tvořili většinu jejího publika. Třebaže původní ambice zajistit základní potřebu účelného a kulturního bydlení širokým masám zůstaly utopickou vizí, Krásná jizba svou roli splnila – kultivovala smysl pro otázky bytové kultury, svým sortimentem obohatila tisíce domácností, rozvinula spolupráci designérů s průmyslovou výrobou a odbornými školami a připomněla hodnoty původní řemeslné výroby. Přispěla také k reprezentaci československého designu a jeho výrobců prostřednictvím účasti na významných mezinárodních výstavách, jako byly například Triennale di Milano v letech 1936 a 1947 nebo Exposition internationale des arts et techniques appliqués à la vie moderne v Paříži v roce 1937.

Výstava představí artefakty designu z různých materiálů – skleněné nápojové soubory a další užité sklo Ladislava Sutnara, Ludviky Smrčkové, Aloise Meteláka, Adolfa Loose, Petra Witta, porcelánový jídelní soubor Ladislava Sutnara ve všech vyráběných barevných variantách, keramiku Aloise Vondráčka, Jindřicha Eckerta a dalších, kovové stolní předměty Ladislava Sutnara a Bohumila Južniče, svítidla firem Prokop, Anýž a řadu dalších doplňků interiéru. Bohatě bude zastoupen bytový textil v ukázkách produkce dílen Antonína Kybala, Slávky Vondráčkové a Boženy Pošepné, v menší míře se představí nábytek, nainstalovaný do dvou ukázek interiéru 30. let a jednoho interiéru následující dekády. Vizuální styl a propagační strategii Krásné jizby přiblíží dokumentační materiály, propagační tiskoviny a periodika vydávaná Družstevní prací, stejně jako působivé původní reklamní fotografie Josefa Sudka. Výstavu doplní projekce reklamních fotografií zboží Krásné jizby od firmy Illek a Paul, které byly skenovány z původních negativů a projekce snímků dochovaných artefaktů pořízených fotografem Gabrielem Urbánkem.

Výstava byla podpořena státním programem připomínky významných výročí připadajících na rok 2018 – 100. výročí založení samostatného státu, 50. výročí srpnové okupace a 25. výročí samostatného českého státu.

1 9 1 8
1 0 0
2 0 1 8

Kontakt pro novináře:

Mgr. Radka Potměšilová

PR manager

Uměleckoprůmyslové museum v Praze

17. listopadu 2, 110 00, Praha 1

T) + 420 602 182 473

E) potmesilova@upm.cz