



Galerie Františka Drtikola Příbram
Uměleckoprůmyslové museum v Praze
Communicatio Humana – C. H. EXPO
si Vás dovolují pozvat na zahájení výstavy

EVROPSKÝ PLAKÁT

EVROPA NA PLAKÁTECH

v úterý 8. září 2009 v 17 hodin
GALERIE FRANTIŠKA DRTIKOLA
ERNESTINUM PŘÍBRAM

Výstavu zahájí PETR ŠTEMBERA,
kurátor sbírky plakátů a obrazů UPM

Výstava potrvá od 9.9. do 11. 10. 2009,
otevřeno denně kromě pondělí od 9 do 17 hodin

EVROPSKÝ PLAKÁT

EVROPA NA PLAKÁTECH

Moderní barevný plakát, začínající v dnešní podobě zhruba v 70. až 80 letech 19. století, je výsledkem průmyslové revoluce, rozvoje strojírenské výroby zboží, stejně jako vývoje technologie tisku i vzniku velkých měst: bez stovek tisíců a pak i milionů koupěchtivých a zábavčtivých obyvatel by prostě neměl smysl. Ostatně, i samotný plakát je průmyslovým produktem, a trvalo poměrně dlouho, než se zjistilo, že by vedle informační funkce mohl mít i určitou estetickou kvalitu. Prvním, kdo se o to zasloužil, byl Jules Chéret v Paříži osmdesátých let 19. století. Původně řemeslník v tiskárně inovoval proces tisku s využitím tří či čtyř barev.

Poměrně brzy, začátkem devadesátých let se k němu a několika jeho konkurentům začali připojovat četní následovníci z řad především mladých, do té doby nepříliš známých umělců. Objevují se i první prodejci a sběratelé plakátů, autoři knih o nich, plakátové výstavy i specializované časopisy. Ti všichni přispěli k tomu, že plakát, tedy reklama (vždy reklamou byl a je) byla povýšena na roveň ostatních umění. Zde však nastává nevyřešený rozpor: patří do tohoto umění vedle stovky či dvou „krásných“ plakátů i tisíce těch „ostatních“? Průměrných, pouze řemeslně odvedených, stejně jako desetitisíce opravdových „šuntů“, tupých, absurdních, a desetitisíce dalších, pouze písmových - všechny visely vedle sebe na nepříliš krásných deskách v postranních uličkách, stavebních ohradách atd. A kde je jistota, že obecněji, nepříliš umělecký plakát neoslouží tisíckrát více lidí než grafické veledílo? Plakát je totiž především pro lidi, ne estéty. Je třeba si uvě-

domit, že není a nesmí být samonosným uměleckým dílem, výronem umělce citlivé duše či jeho nevázaným experimentem, ale (a především!) je zakázkovou prací, která musí uspokojit hlavně a jediné zadavatele, klienta. Opravdu, „plakát tady není proto, aby vzdělával, kultivoval něčí vkus, jak se jeden čas soudilo; je tady proto, aby prodal to, co je třeba prodát, a ne proto, aby podporoval nějaké (nové) umělecké směry,“ jak říkal již před více než sto lety jeden významný vídeňský reklamní expert.

Výstava bude jakýmsi průřezem plakátové sbírky Uměleckoprůmyslového muzea, zdaleka největší u nás. Průřezem z jedné strany časovým, z druhé strany alespoň částečně tematickým.

Před celkem obecně známou plakátovou historií, začínající Chéretem, Lautrecem a dalšími, bude předsunuto několik neznámých děl, z nichž některá jsou naprostými světovými unikáty. A ještě před Chéretem a spol. uvidíme plakáty vycházející z akademické, případně historizující tradice malby a grafiky - často opomíjené, vznikající v době formování secesního názoru.

Nejvíce místa pochopitelně dostane plakát přelomu století, ztotožňovaný se secesí, z center jako Paříž či Vídeň a z jednotlivých belgických, německých a italských měst. A druhou největší částí výstavy bude moderna dvacátých a začátku třicátých (často ve stylu art deco) z Francie, Holandska, Německa, Itálie i Maďarska, doplněná párem plakátů masové popkultury té doby.

Nejčastěji zastoupenými tématy budou plakáty výstav (nejen uměleckých), různých zábav, turistické plakáty a samozřejmě reklamní plakáty, předvádějící nejen nově se objevující předměty masové spotřeby, ale někdy i poměrně kuriózní záležitosti, dávno již zapomenuté.

Petr Štembera