



POZNÁMKY O PLAKÁTU



JAN SOLPERA

PLAKÁT JE MÉDIUM
pro někoho mystérium.

- Dává šanci designérovi vytvořit umělecké dílo
a umělci projevít se jako dobrý designér.

- Je to pořád jen lépe nebo hůře potištěný papír, s lepším nebo horším výtvozem lidského mozku a ruky.

- PLAKÁT často reflektuje dobu svého vzniku mnohem lépe a přesněji než volná umělecká tvorba.

- U některých PLAKÁTŮ se slovo stává obrazem
a naopak obraz může nahradit slovo.

- PLAKÁT snese hodně: barev, slov i obrazových forem.

Ale ty nejpůsobivější PLAKÁTY překypují jen
jednoduchostí.

- PLAKÁT musí být individualista a individualita, aby se odlišil od ostatních oznámení, s kterými podstupuje zápas o pozornost.

- PLAKÁT, úspěšný plakát, by se měl svým ztvárněním, kompozicí, barevností i formátem, ale hlavně nápadem drát přes své kolegy.

- U PLAKÁTU, dobrého PLAKÁTU, musí přeskočit pomyslná jiskra navázané komunikace mezi ním a divákem.

Nebo vnímatelem – to je sice krkolomnější, ale přeci jen vhodnější slovo.

- PLAKÁT jako každá věc denní potřeby podléhá módě. Jen ty nejlepší z nich, stejně tak jako ostatní vyjímečné produkty grafického designu, se dostávají do pomyslného nebe, do “zlatého fondu”, kde už módní aspekty nehrají žádnou roli.

- PLAKÁT je produktem města, nebo aspoň předměstí. V přírodě působí trapně.

- PLAKÁT, špatný PLAKÁT, chce sdělit všechno stejně silně a důrazně; pak ale neříká nic.

- PLAKÁT má velkého nepřítele, a tím je upovídanost, ukecanost, mnohomluvnost, zkratka žvanění.

- U PLAKÁTU je možné využít sdělných, ale i emotivních a ilustrativních vlastností písma.
Plně se zde (jen v případě PLAKÁTU) potvrzuje, že není špatných písem.

- PLAKÁT, dobrý a chytrý PLAKÁT, by měl mít v sobě zakódováno určité tajemství.
Jen pitomec vyklopí všechno najednou.

- PLAKÁT prvoplánový, přímočarý a jednoznačně důrazný měly a mají rády všechny totality: politické, ekonomické i umělecké.
- A tak byl PLAKÁT zneužívaný a zneužívaný jistě bude i nadále.

- PLAKÁT musí mít i patřičné rozměry. Aspoň jedna jeho strana by měla mít nejméně 80 cm.
- Jinak je to, ať chceme, nebo ne, jen plakátek.

- PLAKÁT klasického formátu má v dnešní době i rozměrnější sourozence. Jeho větším, elegantnějším bratrem je citylight. Působí zpravidla na dobře vybraném místě, sám a ještě svítí!

- PLAKÁT má i menší sourozence. Čím jsou menší, tím jsou vlezlejší. Pozvánky, letáky a jiné tiskoviny se snad doopravdy samy rozmnožují dělením.

- PLAKÁT je věc pomíjivá. V určitém čase může být všude. Jeden PLAKÁT máme najednou na očích v celém městě, někdy v celém státě. Ale ze dne na den zmizí.

- Jen na okraj věci: PLAKÁT je jako encyklopedické heslo už v Ottově naučném slovníku vydaném v roce 1902.

- PLAKÁT je i artiklem pro sběratele.

- Dnes i kulturní PLAKÁT ztratil svoji samostatnost. Pokud se stane součástí určité akce, musí se podřídit celé vizuální kampani.

- PLAKÁT nepotřebuje galerii. Jeho prostředím je ulice. Ve výstavní síni někdy působí jako nevítaný vetřelec, který povykuje tam, kde se má s úctou šeptat.

- Ale dobrý PLAKÁT i v galerii vypadá dobře.

- PLAKÁT je součástí byznysu, musí vydělávat.

- PLAKÁTOVÁ česká škola neexistuje. PLAKÁTY v Čechách reflektovaly snad všechny vlivy, které v tomto oboru přineslo minulé století.

- Pokud se mluví o české škole, musí se za těmito dvěma slovy udělat aspoň otazník, protože žádná není.

- U nás existuje jen tvorba vyhraněných a odlišných osobností.

- PLAKÁT byl prestižní a nejmilovanější disciplínou pro všechny grafické designéry.

- Ale už to dávno není pravda.
- PLAKÁT je mrtev.

- PLAKÁT je mrtev

- PLAKÁT je mrtev ?

- Jan Solpera
podzim 2003, jaro 2010