

Rezerwat Plakatu.

Tekst kuratorski: Mateusz Machalski

Pamiętam, że jeszcze będąc w liceum, podczas wernisażu jednej z edycji Biennale Plakatu, przysłuchiwałem się rozmowie starszych projektantek i projektantów. Dyskutowali wtedy, czy organizowanie wystawy prezentującej najlepsze prace graficzne w formacie B1 ma nadal sens. W kolejnych latach w tym wydarzeniu brałem udział jako uczestnik, członek komitetu organizacyjnego, rady programowej, a w obecnej edycji zostałem jego kuratorem. W zasadzie za każdym razem pojawiały się dokładnie te same pytania i wątpliwości – a starsi koledzy i koleżanki z uśmiechem stwierdzali, że te same dyskusje toczą się od niemal 60 lat...

To, że całość jako międzynarodowa impreza przetrwała tyle czasu skłania do refleksji, iż jest w tym wydarzeniu coś niezwykłego – sprawiającego, że kolejne pokolenia mają potrzebę kontynuowania idei zasianej w 1966 roku. A może to po prostu troska o ochronę jakiegoś zagrożonego wyginieciem gatunku?

Biennale w swojej idei było oknem na świat – dziś, przez rozwój technologii stało się jego soczewką. Przez wiele lat ludzie skupieni wokół skrótu myślowego oraz formatu B1 wykształcili olbrzymie i prężnie działające międzynarodowe środowisko, sprawiając, że plakat stał się pomostem pomiędzy reklamą, projektowaniem i tak chętnie oddzielanymi przez historyków „sztukami czystymi”. Rokrocznie powstają kolejne imprezy – triennale, biennale, problemowe wystawy, konkursy organizowane przez duże brandy, tworzone są targi dedykowane tej dziedzinie, a ulice ponownie stały się miejscem, gdzie można zobaczyć wysokiej jakości projekty, których wymagają coraz bardziej wyedukowani wizualnie odbiorcy. Pomimo wielokrotnie przewidywanej śmierci, plakat żyje i ma się całkiem dobrze.

W dobie globalnej internetowej wioski, w której mieszają się setki najróżniejszych stylów i estetyk, coraz trudniej znaleźć cechy charakterystyczne różnych społeczności, tak bardzo ikoniczne dla pierwszych edycji. Niezależnie od szerokości geograficznej jemy, czytamy, oglądamy i słuchamy zbieżnych rzeczy – dlatego w projektowaniu miałyby być miejsce na własną tożsamość i autentyczność? Jednocześnie plakat jako medium nadal jest rodzajem papierka lakmusowego, za pomocą którego jesteśmy w stanie zbadać dane środowisko projektowe oraz jego tendencje. Obecnie plakat często przybiera zupełnie nowe formy – może być ruchomy, udźwiękowiony, staje się key-visualiem reklamującym spektakl w Internecie, a wkrótce będzie wirtualnym doznaniem w rozszerzonej rzeczywistości. Jako konstrukt wizualny zdecydowanie nie jest to twór podatny na sztywne klasyfikacje – zresztą bardzo chętnie się im wymyka. Może nim być zarówno minimalistyczny afisz reklamujący imprezę techno, grafika na portalu społecznościowym zmuszająca do refleksji nad śladem węglowym czy luksusowy wydruk oprawiony w antyramę zdobioną ścianą w mieszkaniu.

Tegoroczna edycja „HOME” skłoniła nas do refleksji i pomysłu stworzenia prawdziwego domu dla plakatów. Domu rozumianego jako bezpieczna przystań – rodzaju rezerwatu. Co to właściwie oznacza? Podobnie jak w przypadku rezerwatów przyrody, które chronią dziką i niezwykłą faunę i florę, nasz rezerwat pełni funkcję ochronną dla tej dziedziny sztuki projektowej.

Na 28. Międzynarodowym Biennale Plakatu oprócz wizualnego smoothie z setek migoczących projektów w galerii pojawią się artefakty nierozdzielnie związane z ulicą, tworząc naturalne środowisko dla jego „kolorowych mieszkańców”. Prezentowane projekty są nie tylko arcydziełami w swojej kategorii, ale także objawem posuwania się do wizualnych granic, a czasem nawet

wykraczania poza nie. Równocześnie w wielu przypadkach kwestionują powszechnie uznawane normy i oczekiwania, uderzając odbiorców dosłownością.

Przechodząc przez progi naszego rezerwatu, odkryjecie wyjątkowy ekosystem, w którym plakaty ożywają w zestawieniu z cytatami z przestrzeni miejskiej. To nie tylko połączenie dwóch światów – to rodzaj eksperymentu, który podważa podział między fikcją a rzeczywistością, między galerią a ulicą. Każdy z prezentowanych obiektów opowiada swoją niepowtarzalną historię, a w tym dialogu wyłania się zupełnie nowa estetyka, która jest czasami nieoczywista i prowokująca.

Rezerwat Plakatu to również odpowiedź na dominujący trend coraz bardziej cyfrowej kultury wizualnej. Będąc świadomymi potęgi mediów społecznościowych i kultury online, chcemy przypomnieć o nieodłącznym pięknie i sile plakatu – fizycznego obiektu, który wciąż posiada moc zaskoczenia i porusza w miejskiej dżungli.