

SAMOLEPKY

Samolepky představují specifický sdělovací útvar s řadou funkcí od obecné institucionální prezentace přes komerční či sociální reklamu až k politické propagaci, sociálnímu protestu či prezentaci některých subkultur. Jsou charakteristické malým formátem a kompaktní grafikou používající stručný působivý text, jehož forma však nemusí být stejně srozumitelná všem sociálním skupinám. Způsobem svého šíření jsou samolepky podstatným prvkem vizuálního smogu.

Muzejní sbírka grafického designu obsahuje malý soubor několika desítek samolepek pocházejících z mezinárodní produkce počínaje 70. léty 20. století.



Samolepka z konce 80. let 20. století



Samolepka z konce 90. let 20. století zesměšňující přežívající komunistickou tradici



Samolepka ze sběratelské série autíček, 1. desetiletí 21. století



Důležitá úvaha směřuje také ke způsobu muzejní prezentace samolepek. Měl by se blížit běžnému užití. K přirozeným tématům samolepek patří sociální reklama, která nemá předpoklady šíření jako komerční reklama. Formu samolepek může využívat i praktická vizuální komunikace, na fotografii je však stylově a funkčně nepovedený amatérský výtvar (zákaz vstupu s kočárkem).



Forma názorné prezentace speciálně vytvořených samolepek, kdy se vybírají z plochy kruhové části.
(Neznámý autor: Skupina ČEZ, geniální panter MFF Karlovy Vary, 2011)



Důležitou oblastí akvizice jsou nekomerční samolepky komunikující některá sociální témata umístované ve veřejném prostoru ulic a dopravních prostředků. Je však nelehké je fyzicky sbírat (nejsou odlepit), proto jednou z možností je jejich reprodukce.



Neznámý autor: Cikáni nemůžou za vaše posraný životy, 2014