

POŘÁD JE NA CO KOUKAT. NOVÉ VIZE PRO OBLASTNÍ GALERII LIBEREC

Tisková zpráva | Liberec | 25. 5. 2021

Kulturní instituce se po téměř pětíměsíčním uzavření otevírají životu. Oblastní galerie Liberec vstupuje do hlavní návštěvnické sezóny letošního roku s novou komunikační strategií na příštích pět let. Změna se ale týká všech aspektů její činnosti – nový ředitel galerie Pavel Hlubuček dnes na tiskové konferenci představil vize nového vedení pro nadcházející období.

Paměťové organice Libereckého kraje v současné době doprovází řada změn. Rekonstruují se muzejní objekty, ve větší míře se restaurují sbírkové předměty a muzea komunikují v on-line prostředí. Na tento přirozený vývoj také reagují nezvyklé podmínky provozu související se současnou pandemickou situací.

„Muzea a galerie, a to nejen ta v Libereckém kraji, se musely vypořádat se zcela novými skutečnostmi, které výrazně zasáhly jak do jejich návyků, způsobů prezentace i do jejich vnitřního fungování,“ říká Květa Vinklátová, náměstkyně hejtmana a radní pro kulturu, památkovou péči a cestovní ruch, a pokračuje: *„Nouzový stav byl i pro Oblastní galerii Liberec příležitostí i velkou výzvou pro nového ředitele Pavla Hlubučka, který nastoupil právě v čase, kdy se život mnohých z nás téměř zastavil.“*

Oblastní galerie Liberec jako pátá největší galerie v zemi využila tento moment ke změně náhledů na svůj dosavadní institucionální vývoj i jako impulz pro svou budoucnost.

„Symbolem nadcházející etapy rozvoje galerie je její depozitární budova, která mě uchvátila od samého začátku. Je to symbol uchování naší sbírky a jejích mimořádných děl, symbol péče a rozvoje důležitých profesí v galerii, a v neposlední řadě i symbol pro nové technologie,“ říká ředitel Pavel Hlubuček. Dodává: *„Proto se i naše komunikační strategie odvíjí od této budovy – je to naše srdce, naše identita. Chceme také veřejnosti zpřístupnit celý areál, tedy nejen budovu lázní, ale využívat i zahradu jako výstavní síň pod širým nebem.“*

Rozvoj péče o sbírky bude spočívat jak ve starostlivosti o jejich fyzickou kondici, tak i v pokračování digitalizace jejich kulturního obsahu. Ten bude veřejnosti nově zpřístupňován on-line pomocí uživatelsky přívětivého moderního prostředí. Galerie se zapojí do mezinárodního projektu středoevropských galerií webumenia.sk, po boku dalších českých institucí jako je Národní galerie v Praze, Moravská galerie v Brně,

či Galerie moderního umění v Roudnici nad Labem. „*Tímto krokem se více otevřeme komunikací prostřednictvím internetu i sociálních sítí,*“ upozorňuje ředitel Hlubuček.

Oblastní galerii Liberec čeká v příštím období také velká investiční akce na rekonstrukci střešního pláště budovy, který bude spojen s výměnou klimatizačních technologií. Obnova se však bude týkat i dalších oblastí, jako například IT technologií či materiálně-technického zázemí organizace.

Díky nedávno otevřené restaurátorské dílně, která doposud galerii chyběla, bude možné též pomáhat nejen paměťovým organizacím, ale i soukromým osobám, zejména dále rozvíjet služby restaurování i expertní činnost a poradenství v oblasti uměleckých děl.

Výstavní program galerie bude stát na třech pilířích. Bude se opírat jak o prezentaci starého umění a kmenové sbírky, tak i současného výtvarného umění a nových médií. Třetím aktuálním pilířem pak bude téma architektury a veřejného prostoru.

Těžištěm výstavní činnosti budou dvě zásadní výstavy v hlavním prostoru bazénové haly, vždy po jedné v rámci letní a zimní sezóny. Ostatní výstavní prostory budou mít též svou jednoznačnou a čitelnou dramaturgii. Spektrum stálých expozic obohatí nová Interaktivní expozice Richarda Loskota. S tím souvisí i změna prezentace sbírky francouzské malby 30. let 19. století a nizozemské malby 17. století, které k Oblastní galerii Liberec neodmyslitelně patří.

Součástí komunikační strategie realizované mediální agenturou Espresso Communication je audiovizuální spot a nová vizuální identita organizace. Se sloganem „*Tady je pořád na co koukat*“ se budou napříště setkávat návštěvníci a příznivci galerie nejen v souvislosti s výstavním programem. Režisérem spotu je Tomáš Řehořek, který je jedním z našich nejlepších tvůrců reklam, oceňovaným na mezinárodních soutěžních přehlídkách. Také kreativci agentury Espresso obdrželi řadu ocenění včetně Cannes Lion.

Prvním výstavním projektem, jenž bude předmětem právě zahajované komunikační strategie a zároveň hlavním výstavním projektem letní sezóny, je retrospektivní výstava Františka Kavána, jehož 155. výroční narození a 80. výročí úmrtí si v letošním roce připomínáme. Obraz *Podmrak od rodné chalupy*, který dal jméno celé výstavě, byl v roce 1900 oceněn diplomem a plaketou na Světové výstavě v Paříži. Výstavu galerie připravuje ve spolupráci s Krkonošským národním parkem, jejím hlavním kurátorem je emeritní ředitel Krkonošského muzea a znalec Kavánova díla Jan Luštinec. Významné zápůjčky na výstavu poskytl Národní galerie Praha, Správa Pražského hradu, řada dalších veřejných i privátních galerií a soukromých sběratelů.

Hlavní výstavou zimní sezóny pak bude výstava Magdaleny Jetelové *Mezi místem a prostorem*, připomínající autorčina základní díla, jako například projekt Jižní město, Island či Atlantický val, spolu s novým projektem tvarových, vizuálních a akustických vibrací.

Vedení galerie hodlá i nadále rozvíjet spolupráci se svými tradičními i novými strategickými partnery. K nim patří Fakulta architektury a umění Technické univerzity Liberec, Vysoká škola chemicko-technologická v Praze, či Společnost Jindřicha Chaluppeckého; galerie se zapojí se do plánovaných národních a mezinárodních projektů. „*Jsem ráda, že Liberecký kraj může soustavně podporovat své organizace a tím přispívat ke zvýšení dostupnosti i vyšší kvalitě kulturních služeb a k široké popularizaci vědy i umění,*“ uzavírá náměstkyně hejtmana Květa Vinklátová.

Kontakt pro média:

Mgr. Dagmar Fialová | E: dagmar.fialova@ogl.cz; press@ogl.cz | M: + 420 724 412 271

Přílohy:

Mgr. Pavel Hlubuček, MBA (1974). Pracoval jako odborný pracovník v Památkovém ústavu v Pardubicích a později ve Strahovské obrazárně Královské kanonie premonstrátů. Od roku 2007 působil na Ministerstvu kultury, naposledy jako ředitel odboru muzeí. Zabývá se problematikou managementu muzeí a galerií. Je spoluautorem nebo hlavním editorem několika národních nebo specializovaných strategických materiálů v oblasti kultury, památkové péče a muzejnictví. V rámci České republiky významnou měrou přispěl k řešení otázky majetkových převodů kulturních statků obětí 2. světové války. Z jeho iniciativy byl v roce 2017 založen Akviziční fond, první specializovaný dotační program, který umožňuje muzeím a galeriím v regionech systematické nákupy umění mladšího padesáti let. Je členem řady poradních orgánů a grémií v oblasti péče o kulturní dědictví. Člen řešitelských týmů vědeckovýzkumných projektů zaměřených na výchovu a vzdělávání v kulturně historickém prostředí. Do Oblastní galerie Liberec přišel z pozice člena vedení Národního pedagogického muzea a knihovny J. A. Komenského.

Videospot „Tady je pořád na co koukat“

Režisér: Tomáš Řehořek

Herci: Marie Poullová, Karolína Krézlová, Šimon Bílina

Produkce Armada: Úspěšně realizovala mnoho reklamních spotů, za které obdržela několik mezinárodních cen, včetně Cannes Lion za spot pro Národní muzeum „Mnichovská dohoda“.

Tomáš Řehořek

Jako jeden z nejmladších českých režisérů debutoval celovečerním dramatem Změny (2009) a získal řadu ocenění na mezinárodních filmových festivalech. Následující rok Tomáš režíroval svůj druhý sugestivní celovečerní film, další oceňované drama, PIKO (2010). Následovala bláznivá komedie Czech Made Man (2011) a celovečerní satira Signál (2012).

Jeho nekonvenční styl filmů ho přivedl k reklamám a setkal se s týmem ARMADY. Díky této spolupráci je Tomáš na špičce režisérů v České republice a přináší řadu oceněných kampaní pro český trh (EFFIE, Nutcracker Awards, Pecka Ads Awards) pro klienty jako Krušovice, O2, ČSOB, Sazka, Sberbank, Orange, Vodafone nebo ČEZ.

Tomáš se nedrží jednoho žánru. Má rád široké spektrum tvůrčích výzev, od dramatických scénářů, přes komedie, až po čistě obrazové a atmosférické koncepty. Jeho dílo charakterizuje nejvíce sugestivní emoce a precizní eklektická tvorba.

Espresso Communication s.r.o.

Úspěšná komunikační agentura, jejíž kreativci obdrželi řadu ocenění včetně Cannes Lion za spot „Mnichovská dohoda“ pro Národní muzeum.

Z posledních prací je nejvýznamnější kampaň pro CNN Prima News „Kde jste byli, když...“ a kampaň pro Svět svítidel „Nech mi ještě svítit“.