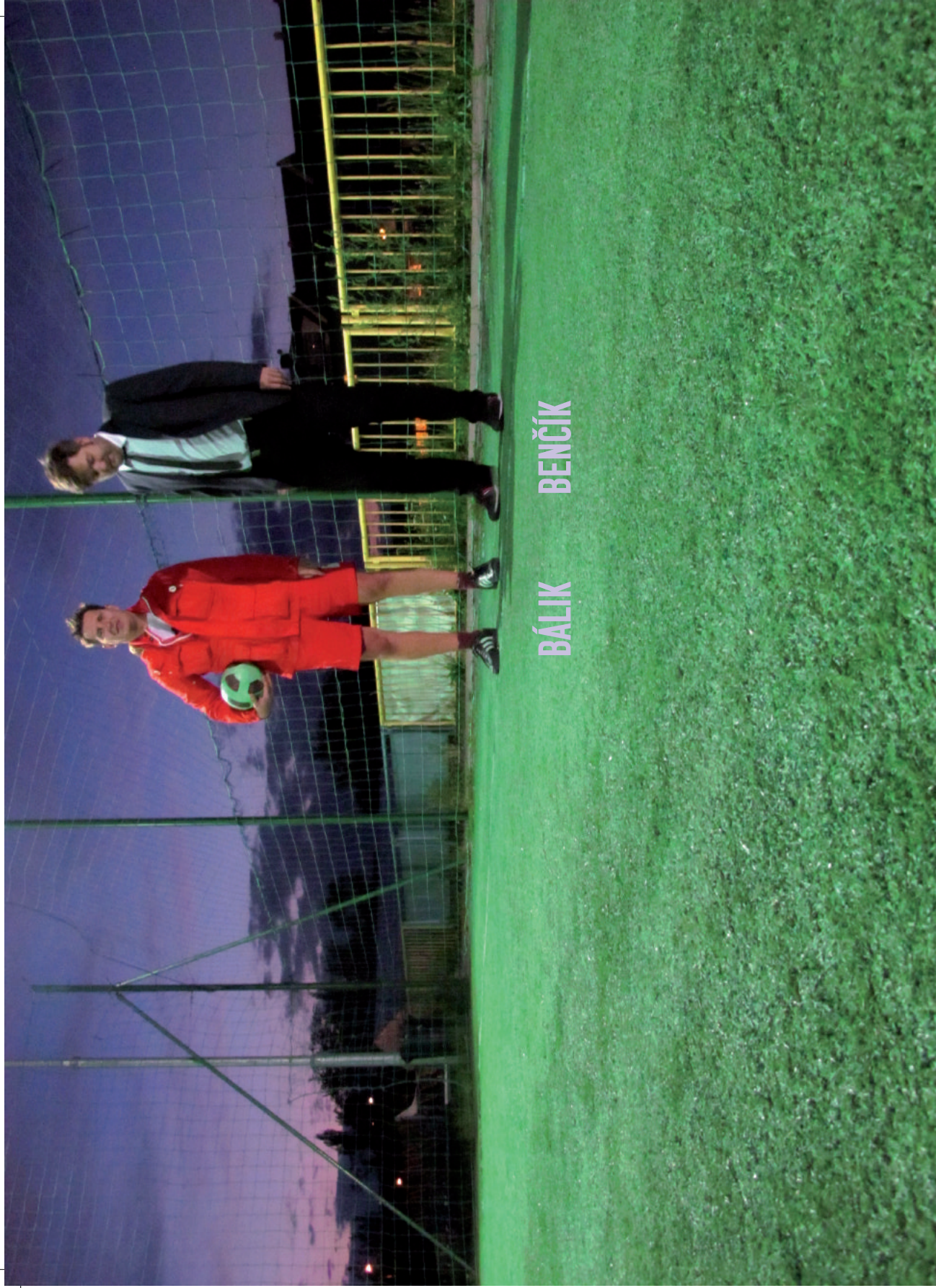


- 2 **Editoriál**  
Palo Bálík a Marcel Benčík
- 
- 6 **Od oddelenia úžitkovej grafiky po Katedru vizuálnej komunikácie**  
Katarína Baraníková
- 10 **Súčasnosť Katedry vizuálnej komunikácie na VŠVU**  
Marcel Benčík
- 
- 28 **Typokabinet – putovná výstava súčasnej tvorby písma na Slovensku**  
Palo Bálík
- 34 **Slovenský grafický dizajn je na správnej ceste**  
Eva Kašáková
- 36 **Brno dreaming is reall!**  
(Nuda v Brne sa nekonala)  
Róbert Szabó
- 42 **Nech žije trienále! – rozhovor s koordinátorom Trienále plagátu Trnava Róbertom Paršom**  
Ľubica Pavlovičová
- 
- 46 **Predtým / Potom**  
rozhovor s Petrom Hajdinom  
Anna Ulahelová
- 52 **Depeche Mode do Žiliny asi nepríde**  
rozhovor s Petrom Liškom  
Marcel Benčík
- 56 **Od Benku po Shtoora**  
rozhovor s Martinom Bajaníkom  
Vojtech Ruman
- 
- 62 **Recenzie knižných novínok**  
Palo Bálík
- 64 **Komplex Matta-Clark**  
James Goggin, preklad Eva Kašáková
- 
- 67 **Nájdí 5 rozdielov**
- 68 **Nedôstojná rola americkej „korporátnej“ legendy**  
Pavel Noga
- 
- 72 **Dizajnér ako tvorca udržateľnosti a spolupáchateľ ducha doby – reportáž z konferencie Typoberlin**  
Pavel Noga
- 76 **Freelancing – voľná noha v grafickom dizajne**  
Juraj Blaško
- 78 **Správy o „múzeu“ – 6. časť**  
Mária Rišková
- 79 **Infobox**
- 83 **English summary**



BÁLIK BENČÍK

Naplniť časopis Designum článkami o grafickom dizajne, ktorému sa teoreticky na Slovensku takmer nikto nevenuje, hraničí so zázrakom postupu tímov organizátorov tohtoročných Majstrovstiev Európy vo futbale zo základnej skupiny. Začína leto, najhoršie ročné obdobie pre väčšinu grafických dizajnérov, ktorí namiesto dovolenky pri mori bez „dedlajnov“ zažívajú horúce noci pri mrznúcich počítačoch. Tí životaschopnejší určite uniknú na predstieranú služobnú cestu do Brna na Bienále grafického dizajnu, ďalší, zasiahnutí futbalovým ošialom vybehnú na umelé trávniky získať nové zranenia na atrofovaných údoch. Zvyšok sa bude modliť, aby si ich klienti nezobrali agendu so sebou na dovolenku, alebo smoliť články do Designumu v klimatizovaných kaviarňach, čo je náš prípad.

Čiastočne zodpovednou za stav grafického dizajnu na Slovensku je Katedra vizuálnej komunikácie VŠVU, na ktorej už nejaký ten rok obaja učíme. Preto sme jej venovali rozsiahly priestor a predstavili všetky jej oddelenia, pedagógov a práce študentov. Zároveň sme tak využili možnosť prezentovať našu Katedru potenciálnym záujemcom o štúdium, aby sa ako po minulé roky nehlásili omylom na Katedru grafiky a iných médií, prípadne na Katedru dizajnu. Od svojho vzniku prešla Katedra vizuálnej komunikácie dlhým a turbulentným vývojom: od oddelenia úžitkovej grafiky a animovaného filmu, doplnkovým oddelením Katedry dizajnu, cez búrlivé obdobie sebaurčenia pod názvom Katedra grafického dizajnu, až po jej súčasnú podobu pokrývajúcu široký záber vizuálnej komunikácie. Katedra však nie je len typickým školiacim pracoviskom budúcich grafických dizajnérov, ale aj prostredím výskumu a dokumentovania histórie odboru. Dobrým príkladom je projekt mobilnej výstavy Typokabinet, ktorá mapuje históriu tvorby písma na Slovensku, najmä vo vzťahu s našou školou a prezentuje to najlepšie

z písmarskej tvorby. Mimochodom, jej súčasťou je aj písmo Greta, prostredníctvom ktorého čítate aj tento časopis.

Neschopnosť vytvárať literárny obsah je chronickým syndrómom väčšiny grafických dizajnérov zvyknutých pracovať len s formálnou stránkou textu. Keďže sa absolventi umenovedných odborov zaujímajú o dianie v našom odbore asi ako o futbal, rozhodli sme sa na našej katedre zobrať zodpovednosť do vlastných rúk a vytvorili sme predmet, ktorý sa tvorbou obsahu samostatne zaoberá. Výsledkom sú aj niektoré články tohto čísla, ktoré napísali alebo spracovali naši absolventi a študenti. Zobrali si na mušku etablovaných grafických dizajnérov, problematiku práce na voľnej nohe a súčasný stav slovenského grafického dizajnu. Ich úroveň posúďte sami.

Ďalšou témou, na ktorú sme chceli poukázať čiernym kurzorom, je problém centra a periférie, ktorý je na Slovensku vypuklý hlavne z pohľadu kvality a možnosti. Končí svet slovenského grafického dizajnu pri Zlatých pieskoch? Pomôže Trienále plagátu v Trnave? A vôbec, bude Múzeum dizajnu?

Na záver, čitateľom trpiacim deficitom informácií a internetového pripojenia môžeme svedomite odporúčať rubriku Infobox. Ak by to nestačilo, ako kompenzáciu ponúkame novú zábavnú rubriku nevelkého rozsahu. V prípade, že patríte medzi ľudí, ktorí majú problémy s čítaním textu, dúfame, že sa vám bude toto číslo naozaj páčiť.

Veríme, že toto odpudivé ročné obdobie čoskoro skončí a nebude nám ľúto, že sme opäť nič nezažili. Ani ten futbal nestál zaveľa.



# SELF — festival autorských projektov

2012

7–9 septembra  
Bratislava

vlastným  
nákladom

ateliér  
trivjednom

galéria  
Photoport

kniha

časopis

blog

portál

písmo

ilustrácia



Festival SELF je zameraný na prezentáciu a podporu profesionálnych autorských a nezávislých projektov v aktuálnych kreatívnych oblastiach ako dizajn, komunikácia a architektúra.

Prvý ročník festivalu v roku 2012 má podtému „vlastným nákladom“, ktorá odkazuje na aktivity v oblasti grafického a komunikačného dizajnu, novú publicistiku (so zameraním na dizajn) a nezávislé vydateľské aktivity. Prezentované budú nielen najvýraznejšie projekty posledných rokov v oblasti tzv. self-publishingu, DIY vydávania, ale aj subdisciplíny, ktoré s témou súvisia (typografia a tvorba písma, technológia výroby tlačenej publikácie, elektronické médiá/multimédiá a publikovanie).

## Predbežný program:

7. september, piatok  
kontrakčná časť – profesionálna

8. – 9. september, sobota – nedeľa  
vzdelávacia, spoločenská časť – popularizačná

[www.self-x.sk](http://www.self-x.sk)



## Od oddelenia úžitkovej grafiky po Katedru vizuálnej komunikácie

Text: Katarína Baraníková

Foto: archív Ľubomír Longauer

Vo vývine a formovaní grafického dizajnu na Slovensku zohrala výrazný podiel VŠVU ako dlhodobá jediná škola zabezpečujúca vysokoškolské štúdium odborov voľného a úžitkového umenia na Slovensku. Postupné etablovanie disciplíny grafického dizajnu v rámci štruktúry školy podmienovala kultúrna a školská politika, ako aj vedúce osobnosti a formujúce sa generačné skupiny. Z týchto aspektov je možné sledovať zásadné posuny a premeny v dejinách jej odborového vývinu až po súčasnú Katedru vizuálnej komunikácie.

Predpokladom vzniku „otcovského“ odboru grafického dizajnu na VŠVU bola potreba reagovať na absenciu výučby rozmáhajúcich sa aplikovaných disciplín, ktoré presahovali rámec voľného umenia. V období založenia školy v roku 1949 tu fungovalo maliarske a sochárske oddelenie, ku ktorým následne pribudlo reštaurátorské a grafické. Pôvodnú koncepciu školy so zámerom vytvoriť syntézu „tradičnej akadémie a umeleckopriemyselnej školy do jedného celku“, <sup>1</sup> ktorá by nadväzovala na modernú tradíciu Školy umeleckých remesiel z medzivojnového obdobia, bolo problematické realizovať z vonkajších, ako aj vnútorných príčin. Popri ideologickom tlaku, počiatočnej absencii pedagógov s potrebnými špecializáciami, ako aj prvých personálnych represiách, bol brzdou pretrvávajúci metodický a štrukturálny konzervativizmus. <sup>2</sup>

K založeniu oddelenia úžitkovej grafiky ako prvého úžitkového odboru došlo v roku 1957 pod vedením Jozefa Chovana, v období reforiem za rektorovania Jozefa Kostku. Postupne nasledovalo konštituovanie ďalších špecializovaných oddelení: prvých dvoch architektonických oddelení (1960), oddelenia skla v architektúre (1965), oddelenia priemyselného tvarovania (1966), oddelenia keramiky (1966), oddelenia knižnej tvorby (1969) a až neskôr oddelenia textilu (1976). Zakladané disciplíny úžitkovej tvorby sa od polovice 60. rokov 20. storočia začlenili ešte spolu s oddeleniami reštaurovania pod Katedru úžitkového umenia, kde vedúce postavenie zastával Václav Kautman z odboru priemyselného tvarovania.

Jednotlivé oddelenia sledovali vlastné učebné osnovy. Pokusy školy o integráciu viacerých výtvarných odvetví sa prejavili len preferovaním kombinácií niektorých výtvarných disciplín (napr.

sklo, alebo socha a architektúra atď.) a ich limitovanými realizáciami (napr. mozaiky osádzané v architektúre). Koncom 60. rokov sa napríklad ešte zdôrazňovali snahy o uplatnenie metódy „tímového bádania“ integrujúce viaceré výtvarné oblasti pre zachytenie celistvosti a „kontinuity“ charakteru výtvarného prostredia. <sup>3</sup>

Výučba úžitkovej grafiky bola zameraná na navrhovanie propagačných a reklamných médií, z ktorých výrazne dominoval plagát, ďalej „obaloviny“, výstavná grafika, značky a písmo. V rámci oddelenia sa vyučoval tiež animovaný film, ktorý v polovici 70. rokov 20. storočia externe prednášal výtvarník, animátor a režisér Viktor Kubal. Jozef Chovan pretrval vo vedení od založenia odboru až do polovice 70. rokov, povestného obdobia pritvrdzujúcich sa normalizačných zmien. VŠVU vtedy postihol pokles odbornej kvality pedagógov, prísne sa sledoval politický a triedny profil, presadzovala ideologická propaganda a politická manipulácia.

Napriek nastaveným normalizačným intervenciam, snáď ešte v čiastočných dozvukoch uvoľnenej klímy predošlého obdobia, sa tu začiatkom 70. rokov podarilo sformovať sa prvej výraznej generácii grafických dizajnérov. Boli to Jozef Dóka ml., Pavel Choma a Ľubomír Longauer.

V 80. rokoch pracovalo oddelenie už pod vedením Ota Luptáka a vo výučbe programovo dominoval politický a kultúrny plagát. Z absolventov tohto obdobia, ktorí sa výraznejšie presadili v grafickom dizajne, možno spomenúť Stanislava Stankociho, Pavla Rozložníka alebo Michala Machajdika.

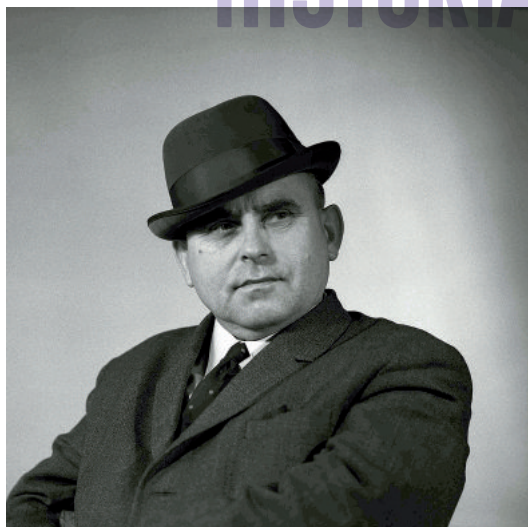
K zásadným zmenám došlo až v prelomovom roku 1989, ktorý priniesol obrat vo fungovaní celej školy. Po štrajkových prejavoch a následnej rezignácii rektora Ľudovíta Petráskeho prebral dočasné vedenie Pripravný výbor VŠVU, ktorý dohliadal na výberové konanie novej koncepcie a štruktúry školy vrátane konkurzov na všetkých pedagógoch. V rámci zásadných zmien bola nastolená aj požiadavka špecializovanej a metodicky vyhranenej katedry dizajnu. Konkurz na pedagógov dvoch ateliérov grafického dizajnu vyhrali v roku 1990 Ľubomír Longauer a Zoltán Salamon. Salamon, ktorý pôsobil na VŠVU od roku 1984, pritom na škole zakladal ateliér grafického dizajnu už skôr. <sup>4</sup> Po Salamonovom odchode v roku 1992 prevzal jeho ateliér Stanislav Stankoci pôsobiaci tu dodnes. Na škole postupne zavládlo nové otvorené myslenie, nadväzovanie kontaktov so zahraničím a presadzovanie individuálnych prístupov. Metódy a štruktúra výučby reflektovali aktuálne požiadavky na ovládanie nových technológií a vzťahov





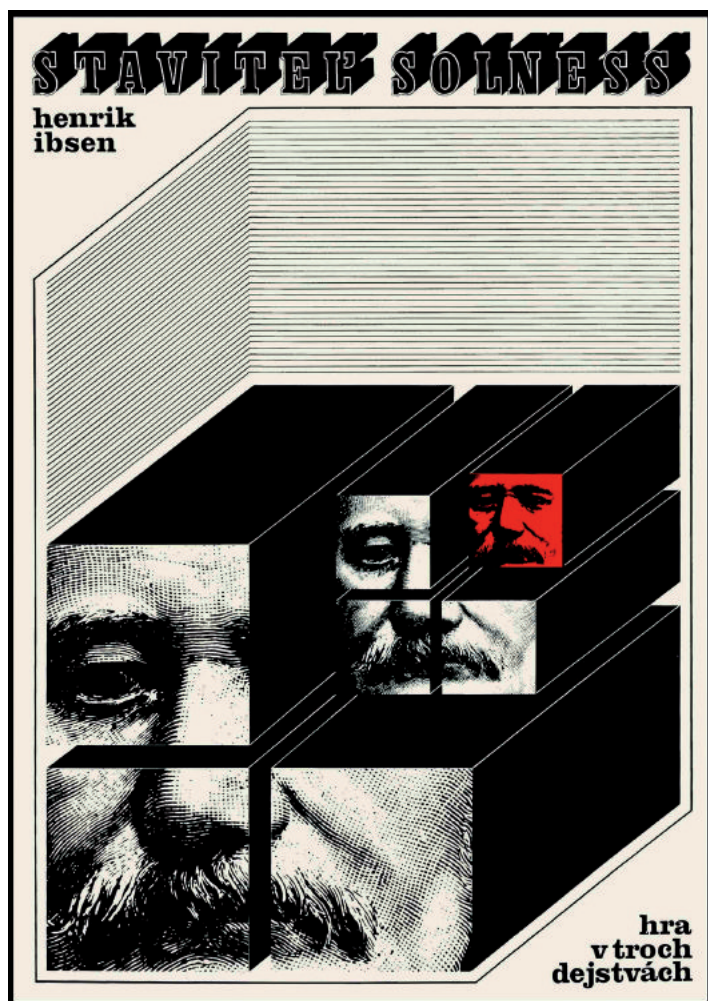
## HISTORIA

IVONA HORVÁTHOVÁ PRI PRÁCI NA KRESLENOM FILME. KONIEC 60. ROKOV 20. STOROČIA.



JOZEF CHOVAN, 1911 (SVÄTÝ ANTON) – 1987 (BRATISLAVA), ÚŽITKOVÝ GRAFIK, MALIAR A PEDAGÓG. V ROKOCH 1927–1933 ŠTUDOVAL NA VYSOKEJ ŠKOLE UMELECKO-PRIEMYSLOVEJ V PRAHE (PROF. A. HOFBAUER, J. BENEŠ). V ROKU 1939 ZAČAL UČIŤ NA ŠKOLE UMELECKÝCH REMESIEL, KTORÚ PO ODCHODE ČESKÝCH UČITEĽOV EŠTE ROK VIEDOL LUDOVÍT FULLA. V ROKOCH 1941–1945 PEDAGOGICKY PÔSOBIL NA ODBORNEJ ŠKOLE PRE SPRACOVANIE DREVA V HUMENNOM, 1945–1946 NA ODBORNEJ ŠKOLE TEXTILNEJ A PAPIERENSKEJ V RUŽOMBERKU A V ROKOCH 1946–1957 NA ŠKOLE UMELECKÉHO PRIEMYSLU V BRATISLAVE. V ROKOCH 1957–1979 VIEDOL NA VYSOKEJ ŠKOLE VÝTVARNÝCH UMNÍ V BRATISLAVE ATELIÉR ÚŽITKOVEJ GRAFIKY.





LUBOMÍR LONGAUER:  
DIVADELNÝ PLAGÁT  
(HENRIK IBSEN: STAVITEĽ  
SOLNESS), ŠKOLSKÁ  
PRÁCA V ATELÉRI JOZEFA  
CHOVANA, 1972.

JOZEF CHOVAN: 10 ROKOV  
SLOVENSKÉHO PLAGÁTU  
VÝSTAVNÝ PLAGÁT, 1955.



1 PETERAJOVÁ LUDMILA:  
VYSOKÁ ŠKOLA  
VÝTVARNÝCH UMENÍ  
BRATISLAVA 1949-1999.  
IN: VYSOKÁ ŠKOLA  
VÝTVARNÝCH UMENÍ  
BRATISLAVA 1949-1999.  
KATALÓG, BRATISLAVA,  
1999, S. 18.

2 ČARNÝ LADISLAV:  
...PRELOM 1989/1990,  
IN: VYSOKÁ ŠKOLA  
VÝTVARNÝCH UMENÍ  
V BRATISLAVE 1949-2009.  
BRATISLAVA : VYSOKÁ  
ŠKOLA VÝTVARNÝCH  
UMENÍ, 2009, S. 115-116.

3 VYSOKÁ ŠKOLA  
VÝTVARNÝCH UMENÍ  
1969. KATALÓG.  
BRATISLAVA, 1969.

4 LONGAUER LUBOMÍR:  
LUBOMÍR LONGAUER  
PREDSTAVUJE SVOJ  
ATELIÉR GRAFICKÉHO  
DIZAJNU NA VŠVU  
V BRATISLAVE. IN:  
DE SIGN UM, 2/1995,  
S. 3-4.

5 ŠÚTOVEC MARTIN:  
KOMICKÁ SITUÁCIA. IN:  
DE SIGN UM, 1/1999, S. 54.

6 KATEDRA VIZUÁLNEJ  
KOMUNIKÁCIE, IN:  
VŠVU 2004. KATALÓG.  
BRATISLAVA, 2004, S. 85.



JOZEF CHOVAN:  
SVÄZ SLOVENSKÝCH  
ARCHITEKTOV, ZNAČKA,  
50. ROKY 20. STOROČIA.



v praxi. Čerstvú energiu do oblasti grafického dizajnu priniesla prvá silná porevolučná generácia študentov a absolventov: Emil Drličiak, Peter Biľak, Martin Šútovec, Palo Bálik, Ján Šicko a ďalší. Situáciu a klímu, v ktorej sa formovala, opísal Martin Šútovec: „Longauerov ateliér sa samovoľne vyprofiloval na akési oddelenie voľnomyšlienkárskoho dizajnu s konceptuálnym nábojom, zatiaľ čo študenti vyžívajúci sa v čare reklamnej tvorby a obalovej techniky našli útočisko v ateliéri Stanislava Stankociho.“<sup>45</sup>

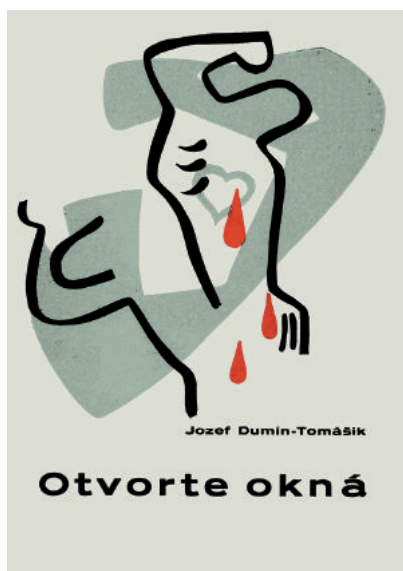
V roku 1999 sa najmä zásluhou Ľubomíra Longauera podarilo vyčleniť oba existujúce ateliéry grafického dizajnu a založiť samostatnú katedru, ku ktorej sa pripojil ešte tretí ateliér. Nadviazal na zrušený ateliér grafického dizajnu v Ružomberku, ktorý fungoval od roku 1994 pod pedagogickým vedením Ivana Bíleho a Pavla Chomu. Novovzniknutý ateliér spočiatku viedol medzi rokmi 1999–2001 Emil Drličiak, ktorého nahradil pedagogicky skúsený Pavel Choma pôsobiaci tu dodnes. Po odchode výraznej osobnosti, gestora katedry Ľubomíra Longauera, v roku 2003 prevzal jeho ateliér Julo Nagy, jeden z prvých porevolučných absolventov. Podľa aktuálnych požiadaviek sa katedra následne transformovala na dnešnú Katedru vizuálnej komunikácie.



VÝSTAVA ATELIERU  
JOZEFA CHOVANA  
V GALÉRII MLADÝCH  
V BRATISLAVE, 1972.

JOZEF DÓKA ML.:  
POLITICKÝ PLAGÁT  
CHILE!, ŠKOLSKÁ PRÁCA  
V ATELIERI JOZEFA  
CHOVANA, 1974.

JOZEF CHOVAN: KNIŽNÁ  
OBÁLKA, 1943 (JOZEF DUMÍN  
– TOMÁŠIK: OTVORTE OKNÁ).  
KNÍHTLAČ, 210 X 148 MM.



**Súčasnosť Katedry vizuálnej komunikácie  
na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave  
Text: Marcel Benčík  
Foto: archív VŠVU**

Katedra grafického dizajnu (od roku 2008 Katedra vizuálnej komunikácie) vznikla v roku 1999 oddelením sa od Katedry dizajnu. Udialo sa tak najmä vďaka húževnatosti a odhodlaniu prof. Ľubomíra Longauera. K dvom existujúcim ateliérom sa pridal tretí a v roku 2008 sa ich súčasťou stali špecializované laboratóriá. Na prelome tisícročí na katedre začalo v kratších intervaloch pôsobiť niekoľko generačne mladších grafických dizajnérov. Rozhodujúce pre súčasnú podobu katedry boli roky 2003 až 2007, keď na škole zostalo pracovať niekoľko čerstvých absolventov. Vďaka neobyčajnej podpore a dôvere zo strany starších kolegov (najmä prof. Stankociho a doc. Chomu) bolo vytvorené atraktívne pedagogické prostredie. Ponúkalo a stále ponúka mladým pedagógom možnosť aktívnej a autonómnej práce so študentmi a tvorbu i aplikáciu nových, pestrých učebných metód a plánov. Dnes je katedra pracoviskom zloženým z pedagogických tímov ponúkajúcich študentom rôznorodé prístupy a študijné ciele.

# KATEDRA VIZUÁLNEJ KOMUNIKÁCIE





305

303

304

303

KURZ

MEDIA

305

TYP0

TYP0

MEDIA



DAMIAN PASTIRČÁK,  
MASKA, MODEL  
Z PAPIEROVÉHO WORKSHOPU.  
FOTO MAREK WURFL.







JANA PAPIERNIKOVÁ,  
KALIGRAFIA  
INŠPIROVANÁ VÍNOM.

ARCHÍVNE VÍNO  
*Frankočka Madrá*



LUKÁŠ ČEMAN, KOMIX  
NEROBTE TU CIRKUS!



305

MAREK MENKE,  
TYPOKOMIX TYPOMAN.



DAMIAN PASTIRČÁK,  
MOO, AUTORSKÝ  
PLAGÁT PROTI  
MÄSOVÄMU  
PRIEMYSLU.



LUKÁŠ ČEMAN,  
OBÄÄZKOVÉ PÍSMA  
HELLO.



**Ateliér grafického dizajnu II (304)**  
**prof. Stanislav Stankoci, akad. mal.**  
**Odb. as. Mgr. art. Ondrej Gavalda**

Čo je ateliér 304? **Stano:** Ateliér 304 je miestnosť, v ktorej sa nachádza Ateliér grafického dizajnu II. A teraz vážne – podmienkou štúdia je analytické myslenie a tvorivý prístup v riešení zadaných úloh a projektov. Je študijnou, výskumnou a realizačnou platformou na uplatňovanie nekonvenčných metód v presnom systéme práce. **Ondrej:** Ateliér 304 je priestor, v ktorom sa bavíme grafickým dizajnom. Máme radi dobré nápady, veľké písmená a absolútnu presnosť.

V čom je jedinečný, špecifický, netradičný, špecializovaný...? **Stano:** Jeho výnimočnosť spočíva vo výbere a prístupe k riešeniu úloh vizuálnej komunikácie nasmerovaných na projekty vizuálnej identity inštitúcií a podujatí. Túto štruktúru úloh dopĺňame „nečakanými“ menšími zadaniami, ktorých význam spočíva v priamej aj nepriamej podpore štúdia takto vymedzeného mediálneho rozsahu grafického dizajnu. Zároveň sú aj dobrou príležitosťou na špecifickú formu tvorivého uvoľnenia v práci s materiálom a technologickými postupmi. **Ondrej:** V bakalárskom stupni si študent osvojí širokú škálu výstupov, od ilustrácie, fotografie a koláže, až po komplexnejšie zvládnutie náročnejších úloh, ako corporate identity, propagačných materiálov a informačného dizajnu. Často spolupracujeme na projektoch s externými inštitúciami a zapájame sa aj do niektorých súťaží. Študenti tak prenikajú do reálneho sveta a osvojujú si komunikáciu a spoluprácu s klientom. Medzi posledné takéto spolupráce patrili napríklad vytvorenie vizuálu pre filmový festival ArtFilm fest, vizuál pre Trienále plagátu v Trnave, tvorba loga pre regionálnu organizáciu Rajecká dolina a iné.

Aká je tvoja úloha v ňom? **Stano:** Výučbu a prácu s bakalármi má na starosti Ondrej Gavalda, ja pracujem s magistrami a doktorandmi. Pripravujem témy a štruktúru zadaní, podľa ich povahy definujem rozsah výstupu, so študentmi konzultujem ich prípravnú fázu a proces realizácie, sledujem ich časové plnenie. V prípade projektovej spolupráce s externými partnerskými inštitúciami koordinujem a zabezpečujem všetky potrebné úkony a veci. Kvôli mojej časovej viazanosti vo funkcii rektora VŠVU má prevádzkový režim ateliéru počas semestra na starosti Ondrej. **Ondrej:** Mojou úlohou je tvorba tém, zadaní a ich následné konzultovanie so študentmi na bakalárskom stupni. Vlastnou špecifikáciou je aplikovanie typografie do priestorových riešení. Študentom sa snažím sprostredkovať často neznámy svet materiálov a technológií na ich

spracovanie. Tieto vedomosti im majú uľahčiť tvorbu bakalárskych a masterských záverečných prác, ktoré často presahujú 2D výstupy a realizujú aj náročnejšie priestorové inštalácie.

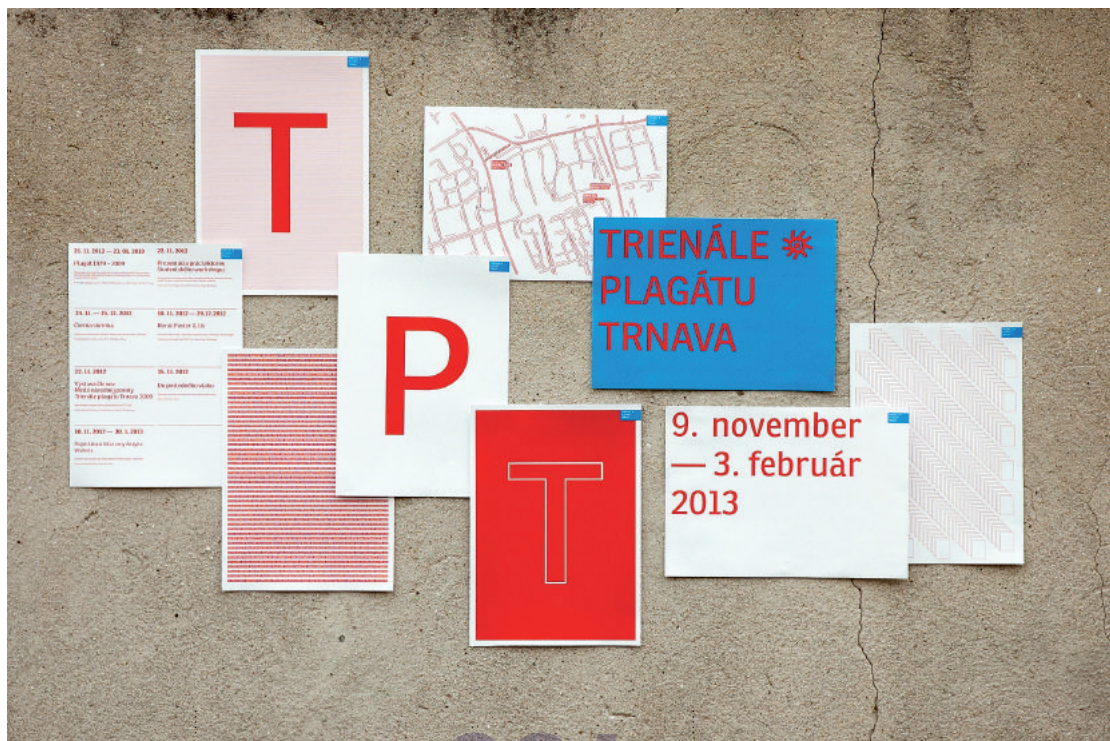
Prečo práve ateliér 304? **Veronika Melicherová (6.ročník):** Do 304 som pôvodne išla iba na semestrálnu internú sťaž, pretože som chcela zmeniť. Páčili sa mi spoločné konzultácie a tvorivá atmosféra, čo z nich pramenilo. Vyhovovalo mi svižné tempo a striedanie praktickejších projektov s tými uletenejšími, a tak som sa rozhodla, že tam zostanem.



SILVIA ŽOLTICKÁ,  
OBCHOD NA KORZE,  
FILMOVÝ PLAGÁT.



PAVOL CAPOVČÁK,  
PRIESTOROVÁ MENOVKA.



ALENA STANKOVÁ,  
MOIRÉ, KORPORÁTNÁ  
IDENTITA VLASTNEJ  
ZNAČKY.



IVANA PALEČKOVÁ,  
TRIENÁLE PLAGÁTU  
TRNAVA, VIZUÁL PRE  
PODUJATIE.



ADRIÁN JURÁČEK,  
18. ARTFILM FEST,  
VIZUÁL PRE PODUJATIE.



**Ateliér grafického dizajnu III (303)**  
**doc. Pavel Choma, akad. mal.**  
**Odb. as. Mgr. art. Marcel Benčík, ArtD.**

**Palo:** Ateliér 303 vznikol transformáciou Ateliéru obalového dizajnu na Katedre úžitkového umenia 2 v Ružomberku – bývalého detašovaného pracoviska VŠVU. Ateliér viedol Ivan Bílý (1995–1997). Ja som prevzal jeho vedenie v roku 1997 a pokračoval až do roku 1999, keď sa pracovisko zrušilo. Z neho vzápätí vznikol tretí ateliér novovzniknutej Katedry grafického dizajnu v Bratislave. Ateliér s číslom dverí 303 viedol v rokoch 1999–2001 Emil Drličiak. V roku 2001 som sa doň opäť vrátil. Rešpektujúc talentovaného Drličiaka, pod mojim vedením vznikla atraktívna a aktívna platforma vyučovania grafického dizajnu s presahmi do menej známych štruktúr vizuálnej komunikácie a uznávaním individuálnych predpokladov študentov. Aktívne som mal vplyv v 303-ke do nedávnej minulosti. V súčasnosti určuje program Marcel Benčík, ktorý presadzuje nové pedagogické tendencie a východiská. Doposiaľ vzájomne a aktívne konzultujeme program ateliérovej činnosti. Myslím si, že tradícia ateliéru sa zachovala.

**Marcel:** Absolvent štúdia v AT 303 je schopný pružnej práce v odbore. Má kvalitné komunikačné schopnosti. Dokáže pracovať v interdisciplinárnom tíme, s dôrazom na prácu pre architektúru a verejný priestor. Absolvent nesie priamu zodpovednosť za spoločenský a sociálny dopad svojej práce. Dokáže vytvárať nielen vizuálnu podobu zadania, ale najmä jeho obsah a štruktúru. Študent Ateliéru 303 sa plynulo stáva rovnocenným partnerom pedagóga a skúseným a vnímavým poradcom mladších spolužiakov. Ateliér 303 je identifikačným bodom študentov a pedagógov. Je trenažérom dizajnerskej praxe, kolektívneho vedomia a osobného sebavedomia. Každý semester bakalárskeho štúdia má charakteristické vlastnosti, ciele a osobitý znak. Semestre na seba úzko nadväzujú a ako celok fungujú ako empirická výbava pre magisterské štúdium pod vedením Pala Chomu a neskôr pre reálne profesijné bytie. I napriek jasnej stavbe sa semestrálne úlohy vždy citlivo prispôsobujú konkrétnej skupine študentov. Magisterské štúdium vytvára priestor na osobnostný rast študenta a formuláciu vlastných komplexných zadaní. Ak na začiatku je kľúčová presná formulácia práce a tvorba jej obsahu, tak na konci je to spôsob prezentácie a zrozumiteľné predstavenie výsledkov klientovi/divákovi. Produkt grafického dizajnéra vzniká v ucelenom pracovnom a tvorivom cykle, kde každá jeho zložka je rovnako podstatná a nezámeniteľná. V neposlednom rade je za to celé zodpovedný grafický dizajnér – človek, so všetkými plusmi a mínusmi, starosťami a radosťami.

**Palo Marcelovi:** Som presvedčený, že si výborný a náročný učiteľ. Aká je tvoja motivácia? Prečo vlastne trpezlivo učíš? Ako to vnímaš v kontexte dizajnerskej práce? Dokáže to navzájom fungovať?

**Marcel:** Radosť študenta zo svojej práce, z kolektívu, s ktorým ju zdieľa, z prostredia, v ktorom žije, a v neposlednom rade jeho pracovitost' i kvalitné a prekvapivé výstupy. To sú veci, vďaka ktorým sa oplatí učiť. Ak je grafický dizajnér zároveň aj pedagóg, môže sa pomer oboch činností meniť v závislosti od konkrétnej situácie, no na oboch postoch to môže súbežne fungovať len vtedy, ak ich celkový súčet je „21 gramov“.

**Palo:** Kto je úspešný dizajnér a aký má polčas rozpadu kvalitnej činnosti, alebo ako zabezpečiť jeho „trvalú udržateľnosť“?

**Marcel:** Je to veľmi individuálne. Niektorí to vydrží do prijímacích pohovorov a niektorí až do Posledného dňa. Ak však vie byť k svojej práci kritický, hľadať nové stimuly, tvoriť výzvy a neprestane vnímať podnety a potreby okolia, tak to musí zvládnuť. Nie je dôležité, koľko rokov pracuje, ale čo všetko dokázal za ten čas stihnúť. A keď raz ja prestanem aktívne robiť grafický dizajn, chcem sa možno zdokonaľiť v kulinárstve a robiť ľuďom radosť s dobrým jedlom.

**Marcel:** Kým všetkým je alebo musí byť grafický dizajnér?

**Palo:** Grafický dizajnér musí byť predovšetkým GRAFICKÝ DIZAJNÉR, schopný kvalitného praktického profesionálneho života. To však ešte nestačí. Musí byť vybavený množstvom ďalších nástrojov a funkcií. Musí poznať vývoj odboru v časovej osi a historických súvislostiach. Musí mať svoj vlastný program, v ktorom môže a nemusí existovať pojem klient. Pracuje presne, rýchlo a ihneď. Nečaká na odmenu. Vie, že tá príde sama. Musí mať otvorené oči a srdce. Humanizuje priestor, v ktorom sa nachádza. Vie pomenovať problém, vyriešiť ho a narábať s emóciami. Je schopný vysloviť autentické posolstvá, je ich producentom a vie ich správne distribuovať. To však ešte vôbec nie je všetko...

**Marcel:** Mení sa typológia typického študenta v Ateliéri 303? Alebo sa tam hlásia vždy „rovnaké týpky“?

**Palo:** Myslím si, že sa do 303 nehlásia rovnaké typy študentov. Dôvody, ktoré ich vedú do 303, sú však veľmi podobné. Zo začiatku to bol spôsob výučby Emila Drličiaka. Jeho vplyv bol v ateliéri dlho prítomný. Emil mi je mentálne a profesionálne blízky.

Aj keď som ho predtým sám vychovával, nadviazal som na jeho program. Bolo mi to prirodzené. Dnes viem, že aj správne. Neskôr som sa musel ešte viac otvoriť aj pre okrajové témy. Všimol som si, že typickí študenti, ktorí prichádzali, nebývali vyhnaní. Hľadali sa a pôsobili neisto. Ich neistotu však nespôsobovala neschopnosť, ale práve naopak, túžba a ešte nedostatočná orientácia v problematike. Preto som sa podvedome snažil o nápravu sebavedomia a zachovanie osobnosti. Myslím si, že som im na to dával dostatočný priestor. Niektorí študenti to využili maximálne. V poslednom období do 303 aktívne vstúpil Marcel Benčík. Prináša do procesov výučby nové témy a postupy. Aj dnes sa hlásia do ateliéru študenti túžiaci po príprave, ktorá ich hneď nepovedie do komerčného priestoru. Cítia aj iný rozmer grafického dizajnu a majú záujem ho pre seba objaviť. Dá sa povedať, že typický pre ateliér 303 nie je jeho profil, ale snaha odborne a intelektuálne sa objaviť, alebo sa vyprofilovať.

#### Prečo práve Ateliér 303? Juraj Kočár (4. ročník):

Lebo Marcel, lebo Choma. Snažia sa človeka podporiť v tom, čomu sa chce venovať, čo chce robiť. Keď príde s akoukoľvek témou, problémom, snažia sa ju pochopiť a pomôcť pri ich riešení, aj keď im možno nie je blízka, nepovedia že: „toto je na nič, rob toto a tamto.“ Popritom nabádajú človeka nazerať na problém z rôznych uhlov pohľadu. Vytvárajú zázemie a dobrú atmosféru. Lebo spoločné konzultácie. Vidím, čo robia ostatní a ostatní vidia čo robím ja, dostávam a dávam spätnú väzbu. Lebo kolektív. V ateliéri 303 boli, sú a prichádzajú doň dobrí a zaujímaví ľudia. Lebo prístup k riešeniu tém, problémov = „hľadáme aj iné možnosti“, striedajú sa tu rôzne spôsoby práce: práca v ateliéri s prácou mimo ateliéru, rýchle zadania, témy, krátke workshopy a témy na dlhší čas, individuálna práca so skupinovú, prepájanie s inými profesiami. Lebo vesmír.

#### Špecifikácia semestrov 303

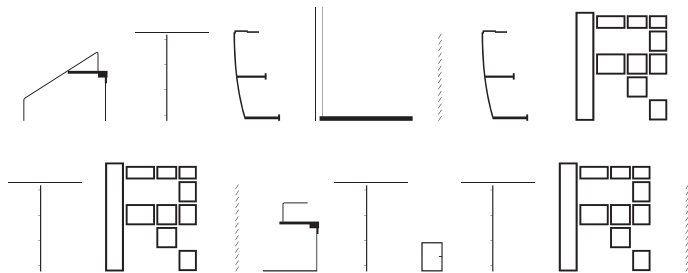
Priestorový 303: Študenti reagujú na priestor/prostredie a pomocou rozmanitých nástrojov a postupov zasahujú do tohto priestoru/prostredia. Zmyslom semestra je odbúranie obvyklých vzorcov myslenia a predstáv o grafickom dizajne a príprava študenta na ďalšie pôsobenie v AT 303.

Intenzívny 303: Súbor krátkych úloh. Každý študent formuluje minimálne jednu tému pre celý ročník. Čas od zadania k prezentácii témy je zvyčajne 1 až 2 týždne. Rozhodujúci je záver semestra, kde študenti spolu s pedagógom hľadajú najlepší spôsob kumulatívnej prezentácie vytvorených rozmanitých заданий a výstupov.

Interdisciplinárny 303: Študent pracuje v niekoľkých interdisciplinárnych tímoch (dizajnerských aj nedizajnerských), v ktorých definuje svoju rolu, vplyv a efektívne využíva svoje schopnosti a skúsenosti. Výsledkom spoločnej práce je reálny produkt presahujúci jeden odbor.

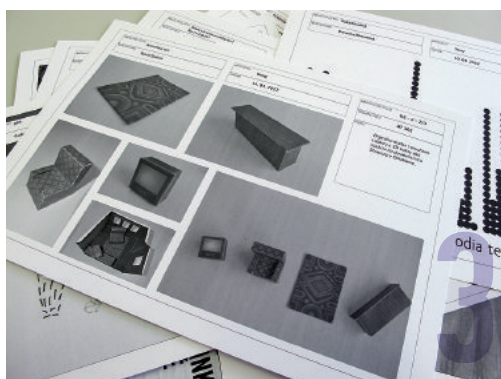
Pragmatický 303: Reálne zadanie. Rozhodujúca je komplexnosť zadania (vizuálna identita spoločnosti alebo podujatia, publikácia, dopravná navigácia, obalový program a pod.). Študent formuluje celkovú koncepciu, všetky výstupy, časový harmonogram, ekonomické a realizačné činitele a spoločenský dopad.

Kontextuálny 303: Študenti riešia tradičné úlohy grafického dizajnéra v architektúre (navigácia, označovanie a pod.), ale tiež hľadajú priamy vplyv na tvorbu architekta (identita a kultivácia priestoru, riešenia súvisiace s využívanými materiálmi a technológiami, celkový charakter, architektonická skladba a manipulácia).

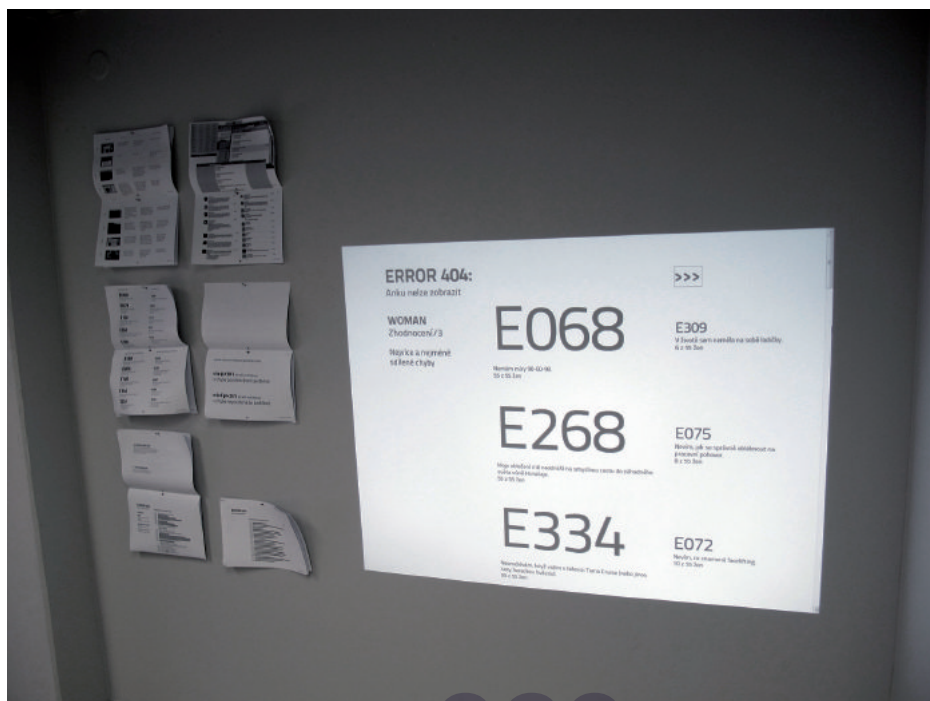


LUCIA MLYNČEKOVÁ,  
PRIESTOROVÝ 303:  
PÍSMO NÁJDENÉ  
V ARCHITEKTÚRE, 2012.

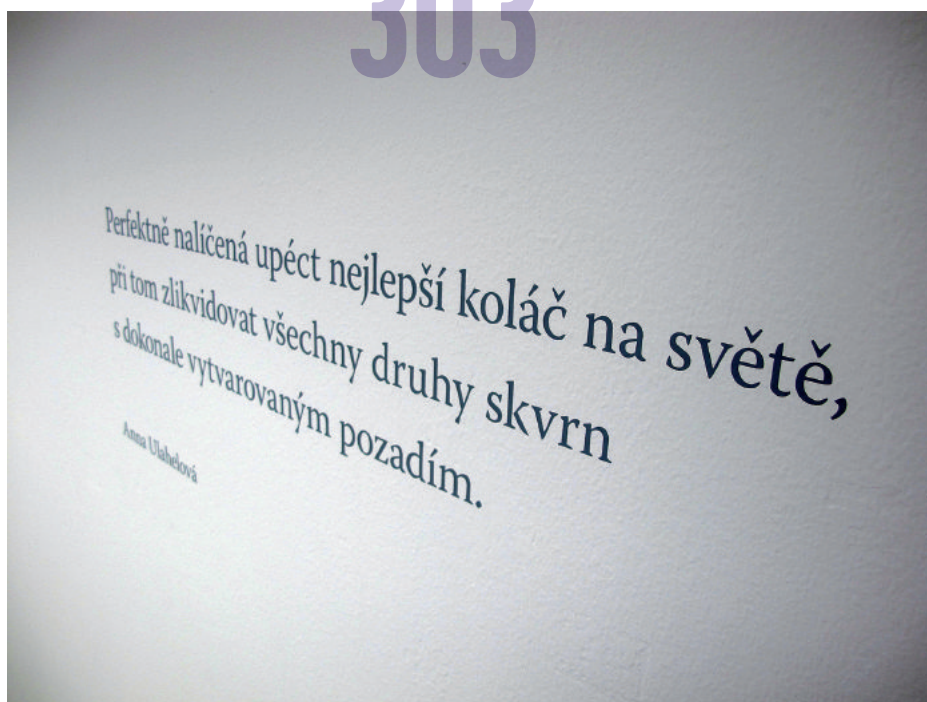




INTENZÍVNY 303, (KATARÍNA BLAHUTOVÁ, IVICA ČAMPOVÁ,  
VLADIMÍRA LABUDOVÁ, LUCIA MLYNČEKOVÁ, LENKA  
NAVRÁTILOVÁ, MARTIN PYŠNÝ, GABRIELA RUSKOVÁ, DÁVID  
SOBOŇ) 8 ŠTUDENTOV X 8 PROJEKTOV = 64 RIEŠENÍ = 1000 KS  
HÁRKOV NÁVRHOV, INFORMÁCIÍ, IDEÍ, ZÁZNAMOV.



303



ANNA ULAHELOVÁ, ERROR 404.  
HORE POHLAD DO INŠTALÁCIE,  
DOLE KOMENTÁR K PROJEKTU,  
[WWW.ANKAZENA.EU](http://WWW.ANKAZENA.EU)





LUCIA  
BLANÁRIKOVÁ,  
KOPČANY TU  
A FČIL, SÚBOR  
TÉMATICKÝCH  
TURISTICKÝCH  
MÁP.

303



JURAJ KOČÁR, JPK (JURAJ  
PETER KOČÁR), KNIHA  
A SLOVNÍK, VIZUÁLNA  
DATABÁZA IDENTITY.

## Typolab

Odb. as. Mgr. art. Palo Bálik

Doktorand Mgr. art. Michal Tornyai

Čo je Typolab? **Palo:** Laboratórium typografie (skrátene: Typolab) vzniklo v roku 2008 ako špecializované pracovisko našej katedry, ktorého zmyslom je poskytnúť vzdelanie na vyššej úrovni prostredníctvom hľadania novej vizuality a nekonvenčných riešení v oblasti typografie a tvorby písma. Má dvoch stálych pedagógov a v priemere v ňom pracuje 12 študentov za semester. Konzultácie v laboratóriu sú prístupné aj pre študentov z iných katedier. Práca v laboratóriu vyžaduje od študentov v prvom rade autonómnosť. Predpokladom štúdia je riešenie vlastného zadania, čo má hneď dve výhody: a) motivácia a miera odhodlania problém vyriešiť je vždy na strane študenta, b) odpadá proces identifikácie a štúdia problematiky. Každý študent má individuálnu „cestovnú mapu“ riešenia svojho zadania. Cieľom je koncentrovanejší výkon a efektívnejšie využitie času v laboratóriu: „Viac riešení predpokladá kritickejší výber na základe reálnych faktov a nie dohadov.“ Odborné konzultácie v laboratóriu sú primárnou pracovnou metódou, ktorá núti študentov lepšie artikulovať svoje zámery: „Ak nevieš zrozumiteľne vysvetliť na čom pracuješ, nevieš čo robíš.“ Proces práce je vždy individuálny a otvorený. Výber riešenia exekúcie je preto vždy úzko spätý s časovým harmonogramom a dostupnými prostriedkami: „Efektívna improvizácia je balansom risku a umenia možného.“ Tento predpoklad je možné dosiahnuť neustálym konštruktívnym spochybňovaním myšlienkových procesov študenta a jeho motivovaním k risku aj za cenu nesplnenia stanovených cieľov: „Zdanlivý neúspech v experimente je vždy úspechom.“ Zároveň je to jediné akademické pracovisko na Slovensku, kde sa dá študovať tvorba písma.

Aká je tvoja úloha v ňom? **Palo:** Mojou úlohou je vytvoriť adekvátne podmienky študentom na prácu a odpratávať nedopité poháriky s kávou. **Palo-Mišovi:** Ty máš na starosti konzultácie v oblasti tvorby písma. Ako sa ti konzultuje? **Mišo:** Fajn. **Mišo-Palovi:** Ty máš na starosti konzultácie v oblasti typografie. Ako sa ti konzultuje? **Palo:** Fajn.

Prečo práve Typolab? **Adrián Juráček (5.ročník):** Pretože sa tam potí dizajnerská krv. **Lenka Hámošová (4.ročník):** Ja som šla do Typolabu preto, lebo je to miesto, kde sa môže experimentovať a riešiť projekty, ktoré by som inde nemohla. Vždy je super, keď je na škole nejaké miesto pre ľudí, ktorí svojím zameraním nezapadajú do bežnej koncepcie ateliérov. Myslím si, že keby nebol Typolab, tak by bola katedra ochudobnená o kopec zaujímavých projektov, ktoré tam vznikli. Okrem toho má Typolab super pedagógov, ktorí vedú ku všetkému dať zaujímavú spätnú väzbu a veľa impulzov. **Pavol Snoha (5.ročník):** Typolab som si vybral z jediného dôvodu, svojím názvom evokuje sústredenie na problematiku typografie a jeho jedinečná a pohodová atmosféra mi dovoľuje zamerať svoje sústredenie na tvorbu písma, ktoré sa chcem počas môjho pôsobenia na škole venovať. Okrem toho sú tam aj balóny a voda je hudobný nástroj.

DAVID CHMELA,  
EXPANDER,  
DIZAJN PÍSMO.

LABO  
RATORIUM  
TYPO  
GRAFIE



ONDREJ GAVALDA,  
FACE-TO-FACE,  
TYPOGRAFICKÝ  
INŠTALAČNÝ SYSTÉM.



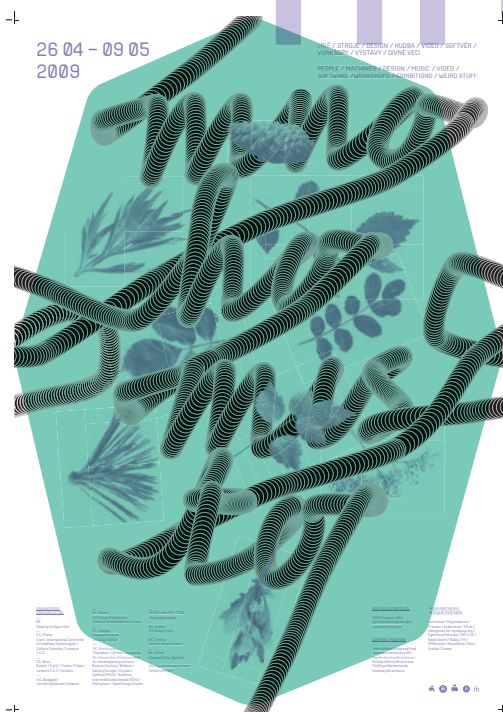


ADRIÁN JURÁČEK,  
ART FILM FEST  
- NEBEZPEČNÉ  
DETI, VIZUÁLNÁ  
IDENTITA  
FESTIVALU.

# BAROK OBJEKTY INŠTALÁCIE TEXTIL HOLÉ BABY

VOJTECH RUMAN,  
SNG DISPLAY,  
DIZAJN PÍSMO.

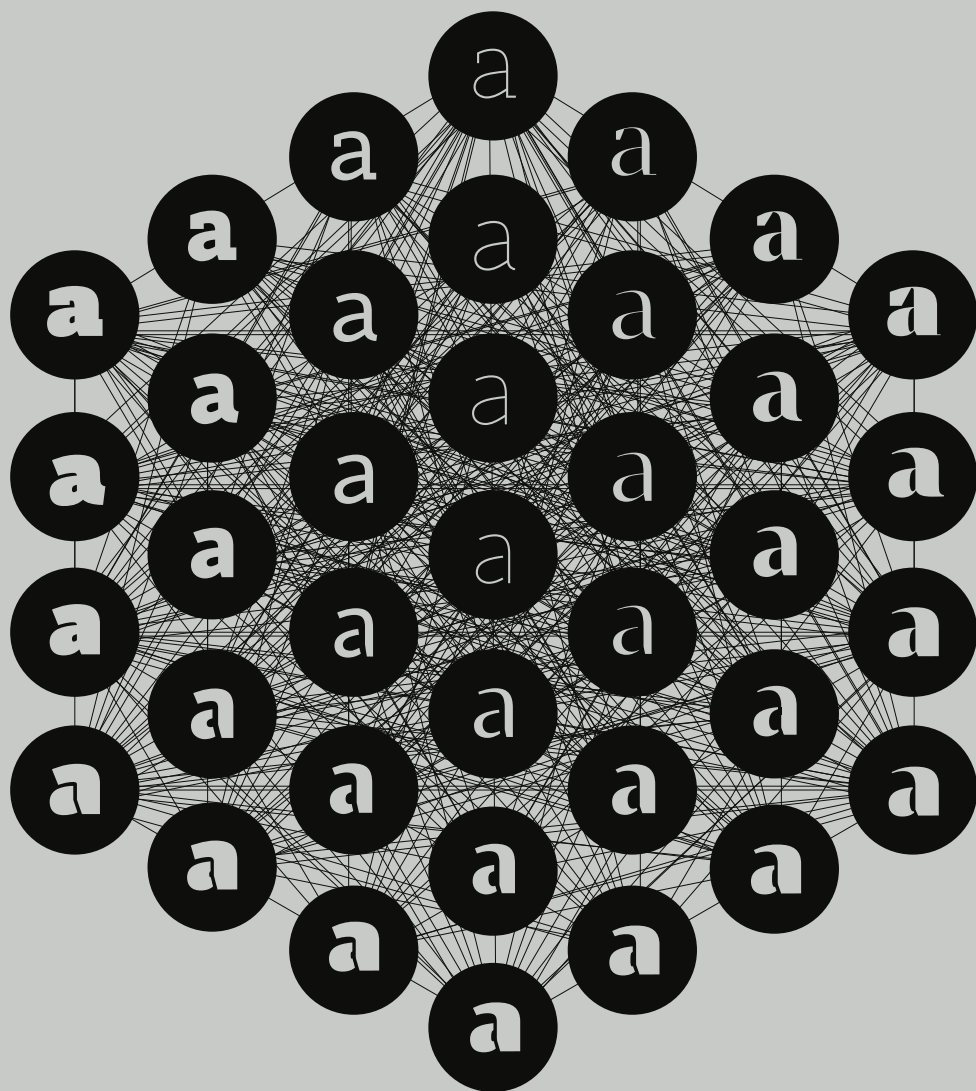
## TYPOLAB



MAREK CHMIEL,  
MULTIPLACE FESTIVAL,  
VIZUÁLNÝ IDENTITA  
FESTIVALU.



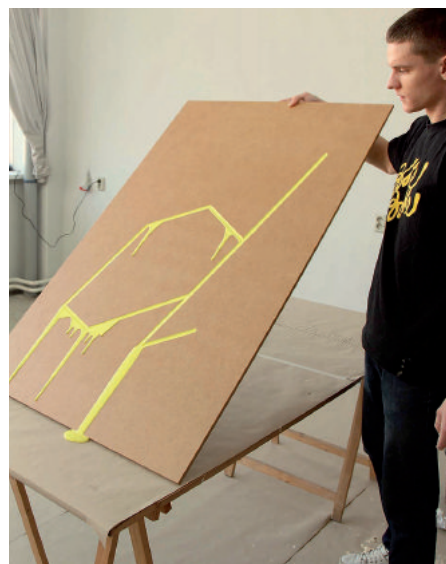
LENKA HÁMOŠOVÁ,  
VIZUÁLNÝ SMOG, DIZAJN  
PODPRAHOVÉHO PÍSMO.





the quick  
brown fox  
jumps over  
the lazy  
dog

MARTIN KAHAN,  
DELTA, DIZAJN  
ANALÓGOVO  
GENEROVANÉHO  
PÍSMO.



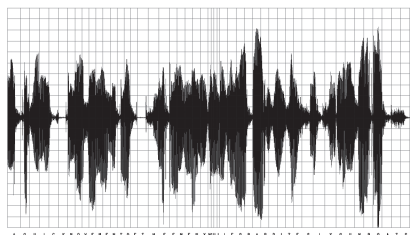
**TYPOLAB**

A QUICK MOVEMENT  
OF THE ENEMY  
WILL JEOPARDIZE  
SIX GUNBOATS

SPANISH FEMALE

A QUICK MOVEMENT  
OF THE ENEMY  
WILL JEOPARDIZE  
SIX GUNBOATS

SLOVAK FEMALE



SLOVAK FEMALE

MATÚŠ LELOVSKÝ,  
FOMO, DIZAJN PÍSMO  
REAGUJÚCEHO  
NA PRÍZVUK.



ADRIÁN JURÁČEK,  
T - DOTYK,  
INTERAKTÍVNY  
OBJEKT.

## MediaLab\*

Odb. as. Mgr. art. Ján Šicko, ArtD.

Mgr. Mária Rišková

Doktorandka: Mgr. art. Veronika Obertová

Čo je to MediaLab\*? Ján: MediaLab\* je špecializovaný priestor v rámci Katedry vizuálnej komunikácie VŠVU v Bratislave. Je koncipovaný ako otvorená platforma, aby mohol reagovať na aktuálne potreby študentov. Vytvára technologické, teoretické a ľudské zázemie pre štúdium dôležitých fenoménov, ako čas, interaktivita, multimediálnosť vo (vizuálnej) komunikácii. Zaoberáme sa praktickými otázkami práce s technológiami, ale diskutujeme aj o širších súvislostiach multimediálnej kultúry. V súčasnosti sa venujeme trom základným oblastiam, ktoré vyplývajú aj z profesionálneho zamerania troch aktuálnych členov MediaLabu\*: multimédiá / interaktivita (Ján Šicko), animácia (Veronika Obertová) a teória a história (Mária Rišková).

V čom je jedinečný, špecifický, netradičný, špecializovaný...? Ján: V kontexte Katedry vizuálnej komunikácie pokrýva hraničné oblasti a tematické presahy grafického dizajnu. Technológiu vníma ako prostriedok na vyjadrenie obsahu. Študenti si témy do MediaLabu\* prinášajú sami, takže vznikajú rôznorodé projekty, od vlastných softvérových nástrojov slúžiacich na automatizáciu práce dizajnéra, interaktívne inštalácie, VJing, až k videoklipom.

Aká je tvoja úloha v ňom? Ján: MediaLab\* je stále sa rodia platforma. Okrem konzultácií so študentmi budujem technologicko-personálne zázemie, nevyhnutné pri realizácii komplexnejších projektov. Snažím sa vytvoriť prepojenia s reálnym prostredím tak, aby pôsobnosť MediaLabu\* presahovala akademickú pôdu. Veronika: V rámci MediaLabu\* vediem workshopy, ktoré sú zamerané na animáciu. Každý z workshopov sa venuje inej problematike, téme, softvéru, či inej animačnej technike. Mariša: Do MediaLabu\* som prišla nedávno na pozvanie Jana Šicka, ktorý využil príležitosť a prizval ma k spolupráci na projekte VŠVU s názvom Digitalizácia technologických procesov v dizajne. Počas dvoch rokov trvania tohto projektu tu mám príležitosť venovať sa výskumu a priniesť moje vedomosti z oblasti nových médií na katedru. Výstupom mojej práce budú rôzne študijné materiály, ktoré by mali byť dôležitým zdrojom informácií o multimédiách a dizajne, nielen z pohľadu typologického, či technologického, ale predovšetkým zo socio-kultúrneho hľadiska.

Ty a MediaLab\*? Ján: Už počas štúdia na škole som vnímal úzke zameranie katedry ako problematické. Témy, ktorými som sa chcel zaoberať, sa nachádzali na okraji definície grafického dizajnu. Väčšina môjho fungovania na škole bola formou samoštúdia. Som rád, že dnes je na KVK iná situácia – katedra pre študentov ponúka široké spektrum oblastí a tém, ktorými sa môžu zaoberať. Je nevyhnutné vyhľadávať ľudí s podobným záberom, pokiaľ ide o pomerne špecifickú problematiku, preto Veroniku a Marišu v kontexte MediaLabu\* vnímam veľmi pozitívne, nielen pre ich ľudský rozmer, ale aj profesionalitu, a s tým spojený prínos. Veronika: MediaLab\* som navštevovala ako študentka počas celého magisterského štúdia, kde som sa venovala animácii, tvorbe videoklipov a aj mojou diplomovou prácou bol krátky animovaný film. Animácii som sa neprestala venovať ani po skončení školy, a po roku a pol som sa do MediaLabu\* vrátila ako doktorandka. MediaLab\* je veľmi inšpiratívny priestor so skvelými ľuďmi, a preto som tu. A myslím si, že pre študentov vizuálnej komunikácie je veľké plus, že majú možnosť tu pracovať. Tento rok sme tu vybudovali funkčné stop motion miništúdio. Mariša: S ďalšími dvomi kolegami v MediaLab\*, Veronikou a Jánom, ma z profesionálneho hľadiska spájajú záujmy, ktoré v našom akademickom prostredí nie sú až také rozšírené, ako by sa na začiatku 21. storočia patrilo. Stále je veľmi vzácné, aby sa na umeleckých školách venovala osobitná pozornosť fenoménom, ktoré určujú charakter „pohyblivej“ doby, v ktorej žijeme. Z tohto hľadiska ešte aktivita MediaLabu\*, ktorý figuruje ako „odborný predmet“, nestačí. Chcela by som sa viac venovať prepájaniu s inými odborníkmi na škole, spolupráci medzi nimi – samozrejme v rámci logickej koncepcie, so zameraním na technológie a umenie tak, aby bolo jasné, kde je záujem o nové médiá spoločný a v čom sú rozdielnosti. História a teória nových médií by mala byť v súčasnosti spoločným záujmom všetkých odborov a MediaLab\* môže pri tejto úlohe hrať dôležitú úlohu – stať sa miestom, kde sa na škole dajú nájsť ľudia, ktorí týmito témam rozumejú a majú čas a záujem sprostredkovať svoje vedomosti ostatným kolegom a študentom.

Prečo MediaLab? Roman Mackovič (5.ročník):

Pretože spája veľa zaujímavých vecí – technológiu a umenie, rozum aj cit, zaoberá sa rozhraním človeka a stroja. Grafický dizajn rozširuje o ďalšie dimenzie – čas, zvuk, priestor. Odkedy som začal vnímať, čo sa tam deje, bolo mi jasné, že týmto smerom chcem ísť aj ja. A tiež preto, lebo ho tvoria skvelí ľudia.





BEATA ZDRAŽILOVÁ, AUTORSKÝ AUDIOVIZUÁLNY NÁSTROJ PRE HUDOBNÚ SKUPINU BAS. POMOCOU AUTORSKÉHO HARDVÉRU INŠTALOVANÉHO DO BICÍCH SPŮŠŤALA ALEBO MANIPULOVALA VLASTNÉ ANIMÁCIE PRIAMO POČAS HRANIA, 2009-2010.







## Typokabinet – putovná výstava súčasnej tvorby písma na Slovensku

Text: Palo Bálik

Foto: Viktor Suszter

Pri príležitosti 20. výročia Slovenského centra dizajnu som bol oslovený usporiadať časť výstavy venovanej tomuto jubileu, ktorá prezentuje tvorbu písma na Slovensku. Keďže som už podobnú myšlienku nosil dlhšie v hlave, okamžite som súhlasil. Vystavovať písmo so sebou prináša riziko určitej nezaslúženej fádnosti. Oko bežného návštevníka výstavy, nezasväteného do problematiky písmovej tvorby, iba veľmi ťažko ocení kresbové detaily a rafinované riešenia autorov písma, za ktorými sa skrýva množstvo úmorných mesiacov či dokonca rokov mravčej práce. Vystavovať písmo v tesnej blízkosti vedľa seba tento neželaný efekt ešte viac prehľbuje. Najlepším riešením sa ukázalo využiť zastaraného spôsobu skladovania kovového písma, tzv. sadziarenského nábytku, ktorý pozostával z fúzie pracovného stola a dvoch sekcií šuplíkov tvorených množstvom samostatných komôr, určených na skladovanie jednotlivých litier. Zohnať pôvodný nábytok sa vďaka „počítačovému džihádu“, ktorý u nás prebehol na konci minulého storočia, ukázalo ako nemožné. Navyše poctivá kovová konštrukcia sadzačských regálov vylučovala akýkoľvek praktický transport. Problém nakoniec majstrovsky vyriešil tandem dizajnérskeho štúdia Ping-Pong (Peter Liška, Martin Kubina), ktorý skonštruoval elegantný mobilný objekt vychádzajúci z pôvodného dizajnu s pridaním prístupu zo všetkých strán. Takto výstava dostala nielen kompaktnú formu, ale aj samotné pomenovanie. Zostalo už iba „naládovať“ jednotlivé prezentácie písmových vzorkovní. Oslovení písmari tvoriaci doma i v zahraničí (menovite Johanna Bilak, Peter Bilak, Marek Chmiel, Andrej Dienes, Ján Filípek, Ondrej Jób, Andrej Krátky, Matúš Lelovský, Daniel Markovič, Slávka Pauliková, Karol Prudil a Michal Tornýai) zareagovali veľmi svižne a do dvoch týždňov praskal Typokabinet vo švíkoch.

Množstvo zastúpených autorov a kvalita ich práce môže vyvolávať dojem samozrejmej existencie tohto odboru v našich končinách. Ak by sa však podobná výstava konala pred dvadsiatimi rokmi, regály by zívili prázdnotou. Dôvod bol prozaický. Na Slovensku praktická tvorba písma jednoducho neexistovala. Po rozdelení Československa zostala Mekka vtedajšieho písmarstva (pražská VŠUP) za hranicou rieky Moravy, a s ňou aj bohatá kultúrna tradícia v tejto oblasti, na ktorú boli úzko naviazaní slovenskí výtvarníci a pracovníci grafického priemyslu. Preto, aby sme pochopili, a tým

aj náležite docenili tvorbu vystavujúcich autorov, treba poznať okolnosti a východiská, v ktorých sa rodilo súčasné písmarstvo na Slovensku.

Príbeh digitálnej tvorby písma na Slovensku sa začína písmom Adriq, ktoré vzniklo na začiatku deväťdesiatych rokov. Jeho autor Andrej Krátky získal teoretické i praktické poznatky na štúdiách na VŠUP v Prahe u profesora Jana Solperu. V čase, keď písmo vznikalo, ešte neexistovala užívateľsky prístupná platforma digitálneho písma Postscript, čo sa podpísalo aj na predĺženom vývoji písma, ktorý trval neuveriteľných 20 rokov, aby nakoniec v spolupráci s Petrom Biľakom vyústil do textovej rodiny Nara (2011). V roku 1994 vytvára Andrej Krátky písmo Bradlo, určené exkluzívne pre potreby komerčnej banky. Tento scenár sa však nerealizoval a písmo nakoniec skončilo v portfóliu prestížneho obchodu s písmami FontShop.

Sľubná tvorba Andreja Krátkeho a jeho krátke pôsobenie na VŠVU v Bratislave inšpirovalo k dizajnu písma množstvo nádejných písmarov. Peter Biľak, Johanna Balušiková, Daniel Markovič, Emil Drličiak a Martin Šútovec už počas štúdia v ateliéri Lubomíra Longauera navrhli množstvo nadpisových písem. Keďže na VŠVU neexistovala riadna výučba písmovej tvorby až do roku 2009, môžeme túto generáciu označiť ako generáciu autodidaktov, ktorých hlavnou tvorivou silou bola schopnosť experimentu nezaťaženého zväzujúcou tradíciou. Za zmienku stoja hlavne písma Petra Biľaka licencované spoločnosťou Fontshop: Craft (1992), Atlanta (1994), Holy Cow (1995), Champolion (1995), Masterpiece (1995) a Decoratica (1995), ktoré bolo šuplíkovou predlohou k rozsiahlejšiemu projektu History (2010). Iný prístup k tvorbe nadpisových písem zvolil Martin Šútovec, ktorého tvorba inklinovala viac ku komiksovej typografii. Písma, ako Bratislava, Pakt a Hovado (2000) sú digitálnou transkripciou širokého diapazónu autorových rukopisov. Naproti tomu diplomový projekt Hexagon (1997) Emila Drličiaka nevytvára konvenčné písmo, ale celú platformu na generovanie nekonečného množstva hexagonálnych abecied.

Snahy o vytvorenie komplexnejšieho textového písma však zostávali nenaplnené a prinútili nádejných písmarov hľadať vzdelanie v zahraničí. Peter Biľak využil možnosť výmenných študijných programov a vycestoval do Spojených štátov amerických, Anglicka, Francúzska a Holandska, kde sa sústredil na štúdium dizajnu písma. Najinšpiratívnejšie sa ukázalo štúdium v Atelier Recherche Typographique v Paríži, kde sa oboznámil s vtedy relatívne novým jazykom Adobe Postscript a začal skicovať svoje prvé textové

písmo Eureka (1995), z ktorého neskôr vytvoril celú písmovú rodinu. V roku 1999 definitívne odchádza zo Slovenska a zakladá v holandskom Haagu svoju, dnes už renomovanú, digitálnu písmolejáreň Typotheque. Svoje portfólio neskôr rozšíril o písmovú rodinu textového písma Fredra Sans (2001) a Fedra Serif (2003). Z tohto „holandského obdobia“ pochádza aj textové písmo Jigsaw (1999) od Johanny Balušikovej, ktorá napokon s Petrom Biľakom vytvorila aj reálnu rodinu. Iným geografickým smerom sa vydal študovať tvorbu písma Daniel Markovič, ktorý na VŠUP v Prahe v ateliéri Františka Štorma navrhol písmo Hrana (1997–2011) inšpirované tvorbou Vojtěcha Preissiga a textové písmo Globus (1999).

Existencia profesionálneho písmotvorcu a hlavne pedagogická pozícia Petra Biľaka na Kráľovskej Akadémii v Haagu mala pre nasledujúcu vlnu slovenských písmarov priam elektromagnetický účinok. Podobne ako predchádzajúca generácia autodidaktov, začali študenti VŠVU po roku 2000 vytvárať nadpisové písma, alebo digitalizovať existujúce historické typy prevažne lokálneho pôvodu, čomu prispela hlavne technologická a informačná dostupnosť v oblasti tvorby písma a zmeny na Katedre grafického dizajnu. Dobrým príkladom z tohto obdobia je tvorba Michala Tornyaia, konkrétne písma Deputy Caps (2003), Esens (2003 – 2006) a Sacra (2005). Svoje znalosti zúročil vo svojom diplomovom projekte dizajnu textovej rodiny písma Empirik (2006) a neskôr v rodine Panta Rhei (2010). Podobným procesom autodidaktického profesijného rastu prešla aj písmová tvorba Mareka Chmiela, ktorý sprvu vytvoril digitalizovanú verziu Benkovho písma Veselica (2006), modulárne typy ako Deka (2006) a Obušek (2006), neskôr novinové písmo Gazpacho (2010) a rodinu skriptového písma Toolbox (2010). Inak to nebolo ani v tvorbe Ondreja Jób, ktorý začínal svoju sľubnú písmovú kariéru rodinou Syndikat (2007) a monolajnovým písmom Monoxil (2007). V tomto období sa začína ozývať aj skupina študentov, ktorá sa vydala po stopách Daniela Markoviča, konkrétne za štúdiom na pražskej VŠUP pod vedením Františka Štorma, a neskôr Tomáša Brousila. Takto vznikli kompletne rodiny textového písma, ako Klin (2008) Karola Prudila, Akceler (2011) Andreja Dienesha a Deva (2006) Jána Filípka, ktorý ešte pred odchodom do Prahy vytvoril písmo pre folklórny súbor Poleno Sans (2006).

Z intenzívneho profesijného kontaktu s Petrom Biľakom, s ktorým spolupracovali už počas svojho štúdia na VŠVU najmä Ondrej Jób a Ján Filípek, nakoniec došlo rozhodnutie vycestovať za vyšším vzdelaním do Haagu. Konkrétne na postgraduálne štúdium v Ateliéri Type and Media

na KABK, kde Peter Biľak pôsobí ako pedagóg v odbore tvorba písma. Na tomto študijnom pobyte vznikli rodiny textového písma „holandského charakteru“ Doko (2009) Ondreja Jób a Preto (2009) Jána Filípka. Po návrate z Holandska ich písmová tvorba doslova explodovala a začali sa venovať písmarstvu na profesionálnej úrovni. Filípkove písma ako Komu (2010), Dezen (2010), Rukou (2010) a Anča (2011), podobne ako aj Jóbove písma ION (2010), Outliner (2008), Clip (2011) môžeme nájsť v portfóliách najvychýrenejších svetových obchodov s písmom. Za zmienku stojí aj Jóbovo písmo Klimax (2008–2009), ktoré bolo ocenené obdobou „písmarskeho Oscara“ TDC Award za najlepšie nadpisové písmo roku 2009. V ich šlapajach sa vydala aj Slávka Pauliková, ktorá ukončila svoje postgraduálne štúdium na KABK rodinou textového písma Dora (2010).

Tu však príbeh písmovej tvorby na Slovensku zďaleka nekončí, práve naopak. V roku 2008 vzniká na Katedre vizuálnej komunikácie VŠVU Laboratórium typografie (skrátene Typolab). Toto experimentálne pracovisko bolo sprvu určené študentom, ktorí sa chceli venovať nekonvenčným typografickým riešeniam a komunikačným stratégiám. Dobrým príkladom sú experimentálne písmarske projekty DIY (2008), Sunday (2009), Fomo (2009) a CutCut (2010) Matúša Lelovského, alebo modulárne a priestorové typografické projekty Ondreja Gavaldu, z ktorých treba obzvlášť vyzdvihnúť inštalačný typografický systém Face-to-Face. Neobvyklým prístupom sa k tvorbe písma postavil aj Juraj Sukop, ktorý namiesto reálnej tvorby písma vytvoril otvorený nástroj Typism (2009) na jeho tvorbu a editáciu v prostredí internetového prehliadača. Časté experimenty s písmom a jeho tvorbou nakoniec vyústili do požiadavky metodologickej výučby tvorby písma na VŠVU. V roku 2009 vzniká projekt StarType iniciovaný Palom Bálikom a Jánom Šickom v spolupráci so zahraničnými lektormi, ktorého výsledkom bola prvá príručka tvorby písma v strednej Európe. Rok na to prichádza do Typolabu Michal Tornyai ako prvý pedagóg vyučujúci digitálnu tvorbu písma v dejinách školy. V súčasnosti sa venuje tejto činnosti v laboratóriu približne tretina študentov, ktorí latku vysoko nasadenú svojimi predchodcami rozhodne nepodliehajú. Za experimentálnu formu písmotvorby treba spomenúť projekt nadpisového písma Delta (2012) Martina Kahana, či modulárny nadpisový systém pre Slovenskú národnú galériu SNG Display (2011) Vojtěcha Rumana, ktorý práve dokončuje textové písmo inšpirované prostredím Bratislavy Pressburger (2012). Monolajnovým typom sa už dlhší čas venuje Pavel Snoha vo svojich písmach Eira, Quazi a Zenit (2012). Najambicióznejším

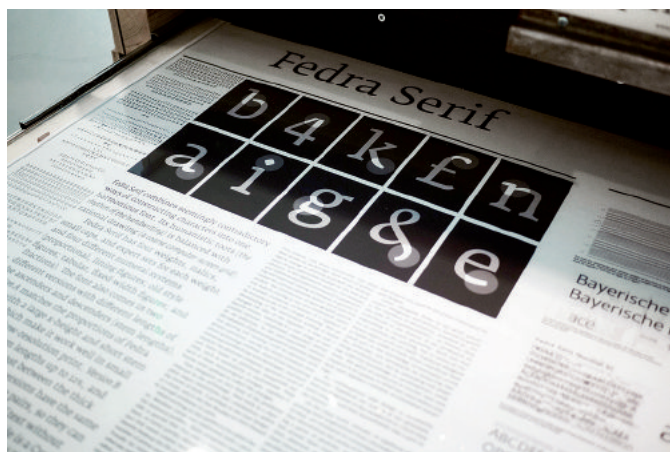




DANIEL MARKOVIČ,  
HRANA, 1997-2011.



KAROL PRUDIL,  
KLIN, 2008.



PETER BILAK,  
FEDRA SERIF, 2003.

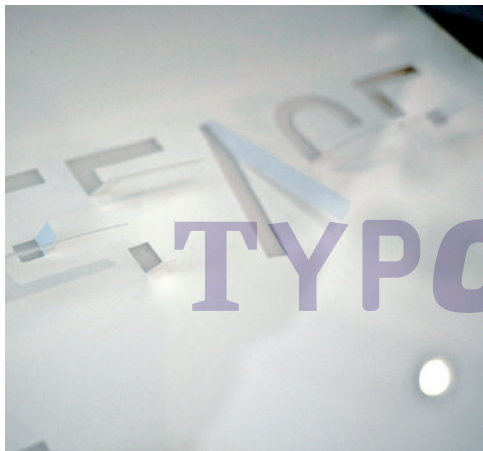


MAREK CHMIEL,  
GASPACHO, 2010.



ONDREJ JÓB,  
KLIMAX, 2008-2009.

ANDREJ DIENEŠ,  
AKCELER, 2011.



MATÚŠ LELOVSKÝ,  
CUTCUT, 2010.



MICHAL TORNYAI,  
DEPUTY CAPS, 2003.



ONDREJ JÓB,  
OUTLINER, 2008.



písmarom tejto novej generácie je David Chmela, ktorý debutoval „genealogicky“ početnou rodinou textového písma Genetik (2012) s 37 rezmí modulovanými nielen hrúbkou a štýlom kresby, ale aj rôznymi formami zdobení. Jeho posledným projektom je nadpisové písmo Explorer (2012) s flexibilnou konštrukciou obsahujúce veľkú škálu šírkových rezov.

Zdanlivú hegemoniu bratislavskej VŠVU v písmotvorbe narušuje Samuel Čarnoký, písmar autodidakta a pedagóg pôsobiaci na Technickej univerzite v Košiciach, ktorý je autorom nostalgickej písmovej série Leco (2009–2011) a textového písma Samo Sans (2012).

S pribúdajúcimi kvalitnými písmarskými projektmi sa bude meniť aj obsah Typokabinetu. Už teraz je však jeho kapacita dvanástich šuplíkov pre textové a dvanástich šuplíkov pre nadpisové písma vyčerpaná. Udržať krok s tempom, akým v tomto storočí na Slovensku začalo vznikať kvalitné písmo, bude veľkou výzvou nielen pre tvorcov sadziarskeho nábytku, ale hlavne pre grafických dizajnérov využívajúcich vo svojich projektoch plody lokálnej písmarskej práce. Písma, ktoré sa nepoužívajú, jednoducho neexistujú. Preto je veľmi dôležité, aby sa nové písma lokálnych tvorcov dostali do povedomia čo najširšej odbornej verejnosti, čo je aj jedným z hlavných cieľov výstavnej platformy Typokabinetu.

Nemenej významnou ambíciou Typokabinetu je popri osvetovej a propagačnej funkcii aj snaha dostať Slovensko na mapu svetového písmarstva. Vďaka mobilnej konštrukcii už výstava absolvovala úspešný výlet do Budapešti, odkiaľ tento rok poputuje do Prahy, Cieszyna a Viedne. Za dvadsať rokov prešlo písmarstvo na Slovensku veľký kus cesty, nadišiel čas, aby sa vydalo do sveta.

ANDREJ KRÁTKY,  
NARA, 1992–2011.



JÁN FILÍPEK,  
DEZEN, 2010.



JÁN FILÍPEK,  
DEVA, 2006.



## Slovenský grafický dizajn je na správnej ceste

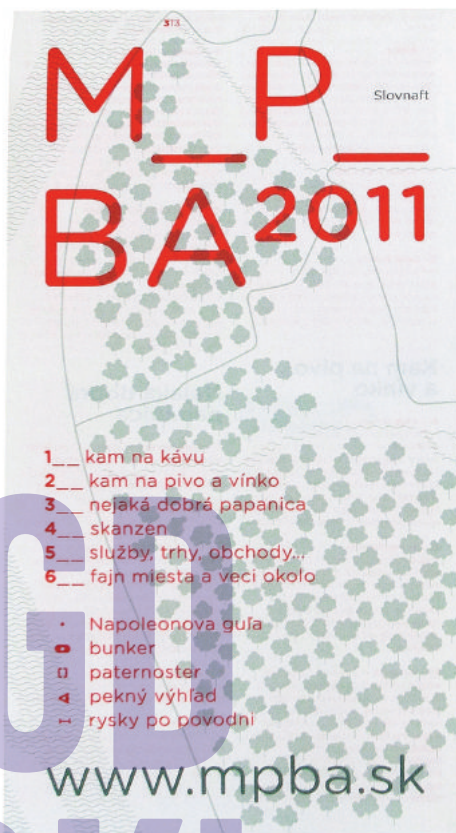
Text: Eva Kašáková

Foto: archív autoriek

Čo by sa malo stať, aby bolo Slovensko také známe grafickým dizajnom ako Holandsko? Toto, pre mnohých úsmevné porovnanie, nemusí byť až také naivné, ak sa pozorne pozrieme na niekoľko nedávnych udalostí na scéne slovenského grafického dizajnu. Nenápadne nám tu rastie zaujímavá základňa aktívnych dizajnérov, v ktorých silách je pohnúť mnohé veci dopredu.

Prvou a zásadnou novinkou však je, že o grafickom dizajne sa začalo písať aj v iných, ako tých našich médiách. Pravidelné rozhovory Patrika Garaja v rubrike Kreatívne v internetovej verzii týždenníka Trend predstavujú dizajnérov a ich prácu novému publiku. Rozprával sa medzi inými s Jánom Šickom, Ondrejom Jóbom, Marcelom Benčíkom a ďalšími. Nedávny článok Jany Močkovej v SME dokonca otvoril horúcu tému súťaže o najkrajšiu knihu Slovenska. Portál aktuality.sk uverejnil rozhovor s dizajnérom písma Janom Filípkom. Projekt grafickej dizajnerky Pavlíny Morháčovej M\_P\_BA sa prepracoval do všetkých médií a stal sa referenciou v – nazvime to – alternatívnej mestskej turistike. Toto sú podstatné udalosti v popularizácii grafického dizajnu medzi verejnosťou, ktoré prezentujú dizajnérov ako kreatívnych profesionálov a odhaľujú viac z ich práce a nápadov.

Druhý podstatný moment vidím v prebúdžajúcich sa iniciatívach. Dizajn písma prežíva dobré časy a veľkú zásluhu na tom majú práve jeho hlavní predstavitelia: Ondrej Jób (urtd) a Jano Filípek (dizajndesign). Prednášajú všade, kde je to možné, organizujú workshopy a vystavujú. Bolo by skvelé, keby sme ako výsledok videli slovenské texty čoraz častejšie vysádzané písmami slovenských dizajnérov. Martina Rozinajová si za tému svojej diplomovej práce vybrala redizajn učebnice výtvarnej výchovy pre prvákov základnej školy. Jej projekt sprevádza webová stránka (noveucebnice.sk) a chce ním pritiahnúť pozornosť na túto zanedbanú oblasť vizuálneho vzdelávania najmenších školákov. Na okraj zmienim aj môj vlastný blog (malydizajnblog.sk), na ktorom rozoberám rôzne kľúčové témy súčasného grafického dizajnu, ako aj moje osobné vášne – časopisy, knihy a papier. Malé, ale predsa len dôležité kroky sa urobili aj čo sa týka odborných publikácií. Designum práve prechádza reformou obsahu a vzhľadu a postupne si rozširuje databázu svojich autorov – prispievateľov. Profesor Ľubomír Longauer vydal prvý diel plánovaného cyklu o dejinách slovenskej úžitkovej



ALTERNATÍVNA MAPA BRATISLAVY OD PAVLÍNY MORHÁČOVEJ SA UŽ STALA EVERGREENOM VO VIACERÝCH SLOVENSKÝCH MÉDIÁCH. PŮVODNE ŠKOLSKÝ PROJEKT PRERÁSTOL DO SAMOSTANTE ŽIJÚCEHO ORGANIZMU A UKAZUJE, ŽE GRAFICKÉMU DIZAJNU SA DARÍ DOBRE AJ BEZ OBJEDNÁVATEĽA. WWW.MPBA.SK



DANIELA OLEJNÍKOVÁ, AUTORKA ILUSTRÁCIÍ A GRAFICKEJ ÚPRAVY KNIHY V MELÓNOVOM CUKRE, ZÍSKALA HLAVNÚ CENU ZA GRAFICKÚ ÚPRAVU V SÚŤAŽI NAJKRAJŠIE KNIHY SLOVENSKA. AKO ČLENKA POROTY ALE ZÁROVEŇ UPOZORNILA NA ZVLÁŠTNE POSTUPY HODNOTENIA A NA FAKT, ŽE VÄČŠINA VÍŤAZNÝCH KNIH BOLA PREPOJENÁ S NIEKTORÝM Z POROTCOV.





MARTINA ROZINAJOVÁ SA SNAŽÍ POZITÍVNYM PŘÍKLADOM POUKÁZAŤ NA STAGNUJÚCU GRAFICKÚ ÚROVEŇ VÄČŠINY SLOVENSKÝCH UČEBNÍC.  
WWW.NOVEUCEBNICE.SK

grafiky Modernosť tradície, zaoberajúci sa históriou grafického dizajnu v rokoch 1918–1938. Je to obdivuhodná práca, ktorá ako prvá uvádza grafický dizajn na Slovensku do historického kontextu.

Popri týchto naozaj pozitívnych momentoch však stále existujú čierne ovce. Ako príklad uvediem len pár: stále chýba internetový portál, ktorý by plnil funkciu „tlačovej agentúry“ slovenského dizajnu a dodával by informácie do zahraničných médií. Máme minimálnu prezenciu na stránkach typu Designeast a mnohých ďalších. S veľkou zvedavosťou očakávam tohtoročné Trienále plagátu Trnava. Táto medzinárodná súťaž by sa pokojne mohla stať kľúčovým podujatím slovenského dizajnu, ak by dokázala ponúknuť dobrý program konferencií a zaujímavé sprievodné výstavy. Nedávno načatá diskusia o súťaži Najkrajšia kniha Slovenska bude dúfam prísľubom zmien aj v tomto smere: či už to bude vznik alternatívnej súťaže, tak ako s tým začal festival Anasoft litera, alebo sa aktuálna súťaž podstatne zrenovuje. Notoricky slabou stránkou slovenského grafického dizajnu je jeho nízka podpora v štátnych inštitúciách. Totálne minimum z nich spolupracuje na pravidelnej báze s grafic-

kými dizajnérmí a mimo Bratislavy len zázrakom narazíme na nejakú svetlú výnimku. Budú však potrebné roky a roky práce – ak je to vôbec možné – aby sme sa v tomto smere dopracovali k nejakej zmene.

Avšak aj napriek týmto slabým miestam to vyzerá, že slovenský dizajn sa hýbe správnym smerom a my sa môžeme pýtať, kde by sme sa chceli vidieť o päť rokov? Ak chceme mať živú a pulzujúcu scénu so známymi štúdiami a jednotlivcami, vlastnými publikáciami, podujatiami a výstavami, budeme potrebovať ešte viac dizajnérov, ktorí budú odhodlaní realizovať svoje nápady a hlavne stále väčší záujem o spoločnú scénu našej disciplíny. Teoreticky sme na dobrej ceste.

**MALYDIZAJNBLOG.SK**

EVA KAŠÁKOVÁ – GRAFICKÁ DIZAJNÉRKA, MOMENTÁLNE ŽIJE NA TENERIFE. OD ROKU 2010 PÍŠE MALÝ DIZAJN BLOG. V SEPTEMBRI 2011 SPOLUZALOŽILA NEZÁVISLÉ VYDAVATELSTVO LA PISCINA, KTORÉ SA VENUJE PUBLIKOVANIU VÝTVARNÝCH KATALÓGOV V MALÝCH NÁKLADOCH.

**Brno dreaming is reall!**

**(Nuda v Brne sa nekonala)**

**Text: Róbert Szabó**

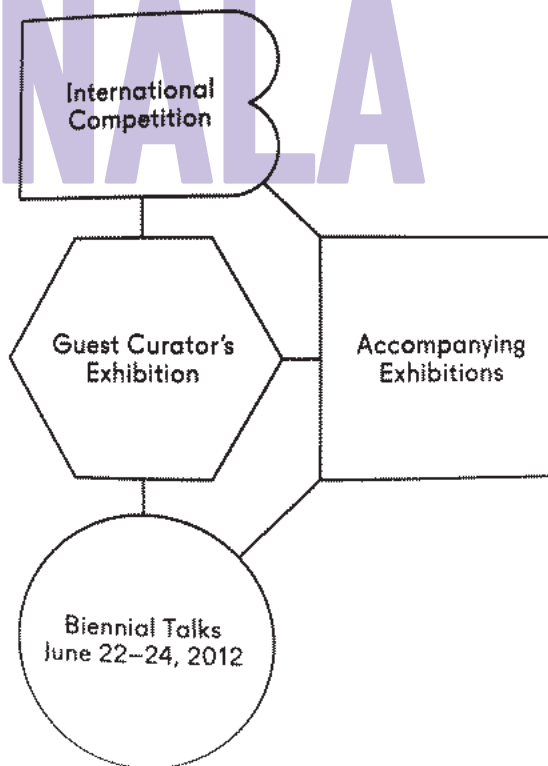
**Foto: archív Moravskej galérie**

Po úspešnom začiatku azbestových prázdnin v bratislavskej Cvernovke odchádzam do Brna chytať, čušať a vizuálne nasávať aktuálnu selekciu grafického dizajnu. Na otvorenie jubilejného 25. ročníka bienále prichádzam ako vyslanec Slovenského centra dizajnu s publikáciami v dotrhanej igelitke s potlačou chleba, soli a smotany. Úlohu posla-lokálpatriota so zmyslom pre značku národnej identity strieda príjemná atmosféra horúceho večera s ponukou lacného rozlievaného vína a nezdravých zemiakových lupienkov v záhradnom átrii Umeleckopriemyselného múzea, kde to celé vo štvrtok začalo.

Slávnostná ceremónia spustila aktuálny ročník v duchu bilancovania histórie, súčasného významu a vývoja podmienok na organizáciu bienále za posledných 50 rokov. Súčasťou večera bolo odovzdávanie cien víťazom súťažnej kategórie. Zámerom medzinárodnej poroty bolo oceniť grafických dizajnérov, ktorých práca vykazuje myšlienkovú hĺbku a koncepcnosť s veľkou dávkou imaginácie a originality. Andrew Blauvelt (USA), Zak Kyes (UK), Robert V. Novák (ČR), Sulki & Min Choi (KOR) a nezúčastnený Jan van Toorn (NL), členovia poroty, sa na druhý deň predstavili počas sympózia aj ako prednášajúci.



DEEP THROAT (ZDENĚK KVASNICA, MAREK EHRENBARGER), AZBESTOVÉ PRAZDNINY. ČESKÁ REPUBLIKA, 2011.



KONCEPCIA 25. MEDZINÁRODNÉHO BIENÁLE GRAFICKÉHO DIZAJNU V BRNE: MEDZINÁRODNÁ SÚŤAŽ - VÝSTAVA HOSTUJÚCEHO KURÁTORA - SPRIEVODNÉ VÝSTAVY - SYMPÓZIUM. VŠETKY VÝSTAVY POTRAVIA DO 28. OKTÓBRA 2012.



ROSTISLAV VANĚK, VEDÚCI  
ATELIÉRU GRAFICKÉHO DIZAJNU  
A VIZUÁLNEJ KOMUNIKÁCIE  
VŠUP PRAHA DRŽÍ FLAGÁT  
K 25. ROČNÍKU BIENÁLE BRNO.  
AUTORKY VIZUÁLNEHO ŠTÝLU  
SÚ ADÉLA SVOBODOVÁ, PAULINE  
KERLEROUX A TEREZA HEJMOVÁ.



# BRNO

VELKÁ CENA BIENÁLE  
BRNO 2012: ARMAND MEVIS  
A LINDA VAN DEURSENOVÁ  
(HOLANDSKO), PROJEKT  
TEMPORÁRY STEDELIJK,  
PRE MÚZEUM SÚČASNÉHO  
UMENIA V AMSTERDAME.

ABCDEFGHIJKL  
MNOPQRSTU  
VWXYZabcde  
fghijklmnop  
qrstuvwxyz  
1234567890  
¹(&£¥€\$?!âçü)

CENA MEDZINÁRODNEJ POROTY: LINKED  
BY AIR – DAN MICHAELSON, TAMARA  
MALETIC (USA), WEBOVÉ STRÁNKY  
WHITNEY MUSEUM V NEW YORKU.

ABCDEFGHI  
MNOPQRS  
WXYZabc  
ijklmnopq  
rxyz12345  
67890  
¹(&£¥€\$?!âçü)

CENU ČESKÝCH CENTIER  
ZÍSKAL JAN NOVÁK (ČESKÁ  
REPUBLIKA) ZA AUTORSKÉ  
PÍSMO FALSTER GROTESK.





Brnám

Nasledujúc únikové východy zo slučky slov a tleskania sa dostávam do srdca prvej expozície. Signifikantným výrazovým prostriedkom inštalácie je drevený hranol kompaktného rozmeru, ktorý sa duplikáciou transformuje do rôznorodej mikrotrámovej architektúry. Hravá platforma umožňuje chytré riešenia inštalácií a organicky delí priestor. Otvorená expozícia demonštruje presahy materiálov a techník a moje hmatové zážitky sú silnejšie ako chuť listovať v obsahoch so záujmom dizajnovať knihu či noviny. Na druhom poschodí okrem výstavy „Khhhhhhh – Slavs and Tatars“ s krásnym kobercom, vystavujú kolekciu kníh a menších publikácií. Medzi nimi s radosťou nachádzam aj domáci dizajn monografie Dezidera Tótha od Borisa Meluša. Zábavne, ale aj menej zábavne ju strieda ľahká pornografia. Pojem lokál a nelokál ma neopúšťal celým podujatím. Obsadenie, porota, teórie, či rozdielne postupy. Zamýšľam sa nad významom pocitov z dizajnérov, ktorí strhnú a dokážu dať svojej práci faktor živosti, alebo monotónne experimentujú so silou kávy z automatu.

#### Pobrežná hliadka

Presúvam sa o dom ďalej na výstavu „Práce z Kalifornie“. Kurátor Jon Sueda pôvodom z Havajských ostrovov v rozhovore pre festivalové noviny označil Kaliforniu ako miesto podobné našim seriálovým predstavám po príchode prvých satelitov. Definícia ...v Kalifornii „je možné všetko“ či „miesto otvorené najrôznejším myšlienkam, kultúram a vizuálnym prejavom“ ma dostáva do podobného rozpoloženia, aké cítim na výstave. Úprimne, napriek prvému silnému dojmu ma táto výstava zaujala asi najmenej. Čo ma však pobavilo v tomto kontexte bola pani, ktorá kalifornsky horúcu podkrovnú exhibíciu stráži...

Slobodu tlače má ten, kto vlastní tlačiareň  
(americký novinár A. J. Liebling)

O dve poschodia nižšie vstupujem do najsilnejšieho zážitku festivalu. Výstava „Dve alebo tri veci čo vím o Provo“ pod kurátorskou hlavičkou legendárnych Experimental Jetset z Holandska predstavuje unikátnu zbierku letákov, plagátov a propagačných materiálov hnutia Provo. Výtvarné tvaroslovie presahuje do ilustrácie, malby, fotografie, koláží, poézie – anarchie s jasným odkazom! Žiadna nútená prázdnota, ale forma hnaná obsahom predstavuje veľké dynamické formáty, naliaté červenou tehlou, nesúce živé organické sadzby, ktoré akoby intonovali prejavy na námestiach. Našej dobe, ktorá

z každého alternatívneho prístupu k životu časom produkuje marketingový zámer, chýbajú vlastnosti generácie, ktorá kričala jasne sformulovaný odpor. Pripomínam, že iba nedávno nám zbúrali časť „našej“ Cvernovky v srdci mesta a my sme neboli reálne schopní tomu zabrániť.

#### Umenie je smrteľné ako my

Počas sympózia rozvíjal charakter domáceho odporu Milan Knížák, ktorý lokalizoval tému Prova prostredníctvom postupov hnutia Aktual. Z prednášky o umeleckom hnutí a hudobnom zoskupení Aktual sa po chvíli stal vtipný cestopis Amerikou. Účel to splnilo, ale fikciu o prenasledovanom umelcovi strieda realita a Milan Knížák nastupuje do luxusnej limuzíny a odchádza bez akejkoľvek interakcie s účastníkmi. Opačný efekt nastáva po energickom a kvalitnom vystúpení člena medzinárodnej poroty lokála Roberta V. Nováka, ktorý svojou schopnosťou všezásahovosti dokonale využíva napätie v sále a predstavuje svoj dizajn kníh, plagátov a životného štýlu.

Ďalšia výstava „DAR – Husák trávu nekouřil“ v Miestodržiteľskom paláci prezentuje zbierku plagátov z obdobia normalizačného pravopisu. Karel Haloun spoločne s Janom Čumlivským vypracovali rodokmeň publikovaných posterov, ktorý mapuje vznik a dobové možnosti vkladu avantgardnej kreativity do populárneho plagátu – napríklad na Jazzové dni z roku 1978. Nehomogénna hmota kvality od Moravanky až po plagáty undergroundového beatu dáva priestor ukázať domácu scénu a jej predstavivosť aj pod pozorným očkom normalizačných pravidiel v dizajne.

#### Biennial Talks v Redute

Kritickým pohľadom na celú vydavateľskú sféru otvoril svoju prednášku nemecký dizajnér Christopher Keller. Ten okrem promo videa o organickej krajine, kde sa momentálne venuje destilovaniu alkoholu, stál na pódiu s veľkým kufrom, z ktorého postupne vyťahoval svoje knižky a pýtal sa, prečo nikto doteraz nespomenul peniaze. Viac ako jeho knižný dizajn u mňa rezonovali workshopy so študentmi práve na pôde organickej záhrady, kde presadzuje, že dizajn začína už pri elementárnych aktivitách života. S čím nemôžem nesúhlasiť.

Jednu z cien BB, Cenu medzinárodnej poroty, získal Linked by Air z New Yorku za webové stránky Whitney Museum of American Art. Zaujímavá dvojica Tamara Maletic a Dan Michaelson prednášala o svojich skúsenostiach o vytváraní webových stránok napríklad aj pre Yale University, na ktorej

sa pravdepodobne zoznámili s dnes spoluparticipantom na aktuálnych projektoch, Min Choim zo Soulu.

Kórejská koncepcia prednášky Sulki & Mina plynulo predstavila projekty vizuálneho štýlu Jan Van Eyck Academie, BMW Guggenheim lab, alebo víziu ultimátneho energy drinku extrahovaného zo 70 vzoriek z lokálneho trhu. Súčasťou prednášky bol aj experimentálny ekofont, ktorý šetrí farbu tlačiarne pomocou negatívnych plôch v jeho obsahu.

Zaujímavým projektom sa predstavil James Langdon z Birminghamu. Eastside project pojednáva o multimedialnom priestore v industriálnej časti mesta, ktorého podstatou je procesuálny rast na základe zanechaných fragmentov z jednotlivých výstav. Tak ako rastie rozsah interiéru, recyklujú sa aj propagačné materiály technikou „overprintu“. Vysvetlením teórie je príbeh Birminghamskej knižnice. Pôvodná budova z 19. storočia bola nahradená monumentálnou architektúrou zo 70. rokov a dnes sa už pracuje na verzii pre 21. storočie. Eastside project sa pýta, prečo musí staré ustúpiť novému bez možnosti zachovania pôvodného.

Francúzsky ilustrátor Karl Nawrot pôvod neskrýval a s pohárom červeného vína otvoril prednášku „Records – Záznam“. Najobrazotvornejší jednotlivec celého sympózia priznal inšpiráciu svojich ilustrácií v snoch. Ide o intímne príbehy v nie vždy prehľadnej architektúre, ktoré ho nakoniec privádzajú k mikrosociálnym realizáciám okolo experimentálneho hudobného vydavateľstva. Ďalej to bol projekt dizajnu písma pre exhibíciu Lászlóa Moholy-Nagya, alebo kinetické inštalácie so silne organickým charakterom, rovnako nadväzujúce na Bauhaus.

Niektorí prišli ukazovať, niektorí o tom hovoriť a niektorí aj pobavili. 25. ročník sa niesol v retrospektíve revolúcie potvrdennej aj lokálnymi silami. Počas slávnostnej ceremónie som stretol slovenského dizajnéra, ktorý mi pripomenul, že trnavské trienále je na 60 percent obsadené čínskymi a iránskymi plagátmi. Podobné čísla vládli aj v Brne, až na to, že to najvyššie si držali práve domáci Česi. Do 28. októbra máte čas na všetky spomenuté výstavy a osobný typ na český dizajn znie: moravský vrabec s originálnymi knedľami U zelené kočky.



DVĚ NEBO TŘI VĚCI, CO VÍM O PROVO.  
VÝSTAVA HOŠTJÚČEHO KURÁTORA  
(ŠTUDIO EXPERIMENTAL JETSET)  
MAPUJE V PRAŽÁKOVOM PALÁCI  
ARCHÍV AMSTERDAMSKÉHO HNUTIA  
PROVO (1965-1967).



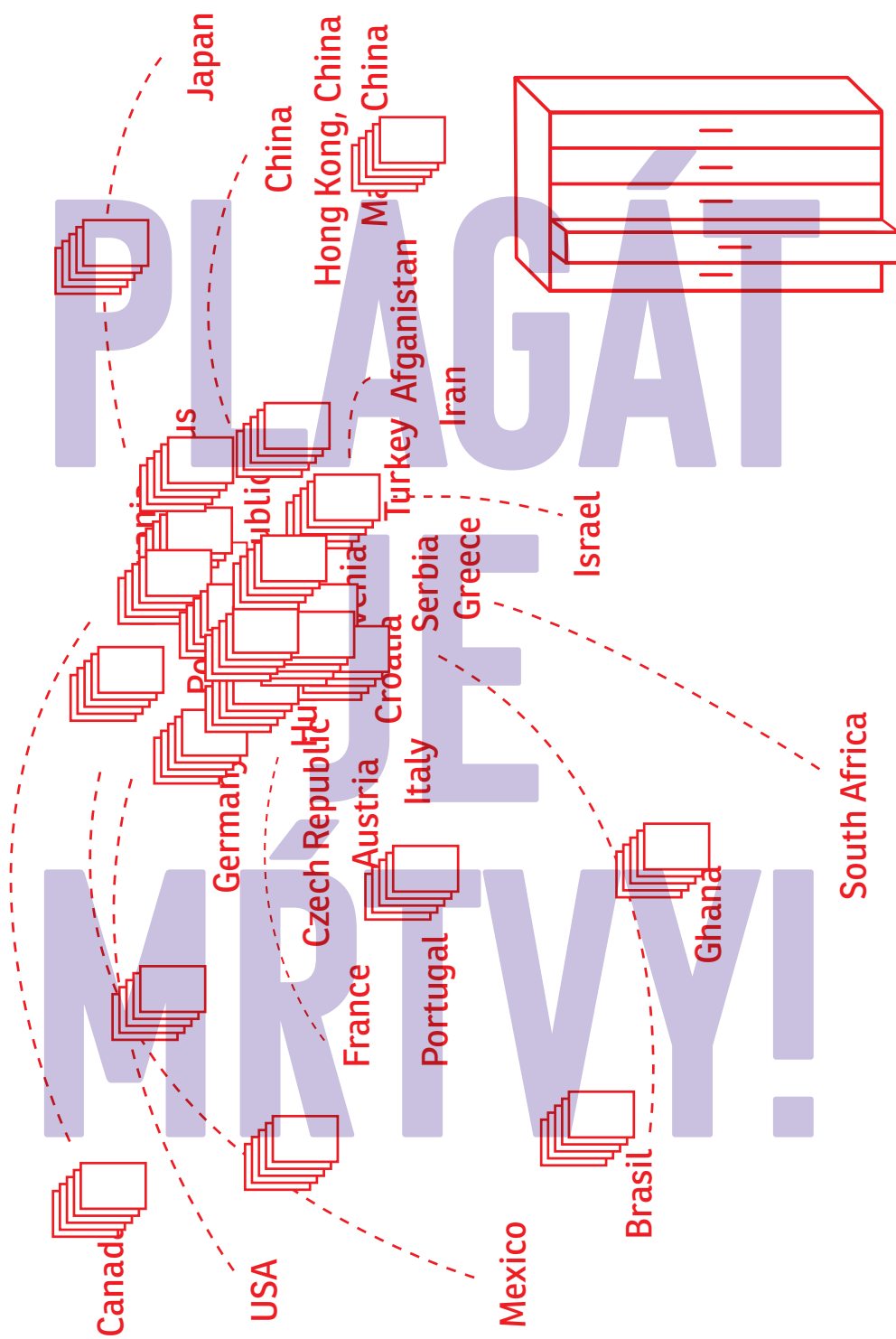
MEDZI SÚŤAŽNÝMI PRÁCAMI Z 23 KRAJÍN MALO  
SLOVENSKO OPĎ JEDINÉ ZASTÚPENIE: BORISA  
MELUŠA S KNIHAMI MONOGRAMISTA T-D: NIE  
SOM AUTOR, SOM METAFORA A JURAJ CHLÍPIK:  
PETRŽALKA IDENTITY.



POHĽAD DO HLAVNEJ EXPOZÍCIE  
V UMĚLECKOPRŮMYSLOVÉM MUZEU.  
AUTORMI ARCHITEKTONICKÉHO RIEŠENIA  
SŮ ANNA KOZOVÁ A JERRY KOZA.



DAR (HUSÁK TRÁVU NEKOUŘIL), ČESKÝ HUDBNÝ PLAGÁT  
OD SEDEMDESIATYCH ROKOV DO SÚČASNOSTI. VÝSTAVU  
V MIESTODRŽITELSKOM PALÁCI KURÁTORSKY PRIPRAVIL KAREL HALOUN  
V SPOLUPRÁCI S MARTOU SYLVESTROVOU A JANOM ČUMLIVSKIM.





**Nech žije Trienále!**

**Rozhovor s Róbertom Paršom, hlavným koordinátorom Trienále plagátu Trnava**

**Text: Ľubica Pavlovičová**

**Foto: archív TPT**

Prečo a s akou predstavou ste sa zhostili úlohy hlavného koordinátora TPT? Trienále plagátu ma zachytilo na prelome tisícročí plnou silou. Videl som osobnosti ako Dóka, Longauer, Choma a Junek, ktoré trienále založili, budovali a silou vôle udržovali, hoci bolo prakticky existenčne ohrozené vždy. Všetko fungovalo zdanlivo ľahko a samo. Naša generácia ešte mala právo rebelovať, ironizovať, bojkotovať a ignorovať toto podujatie.

V roku 2009 sa vyhrotili názorové rozdiely na formát TPT a jeho zameranie. Viedlo to k istému uvoľneniu a rozšíreniu TPT o nové disciplíny (vtedy to bol dizajn webových stránok). To však vyvolalo určité rozpory a diskusie, ktoré neboli nikdy dokonikované.

Opäť prešli tri roky, počas ktorých sa hádam nikto nenudil. Bojovali sme s krízou, zakladali múzeum, čudovali sa zvláštnostiam financovania „Kunsthalle“ na brehu Dunaja... Skrátka, trienále zapadalo prachom. Situácii nepomohli ani pomery v Galérii Jána Koniarika, ktorá má v štatúte organizáciu TPT, tá ostala istý čas bez regulárneho riaditeľa.

Medzitým sme spolu s Máriou Riškovou (kurátorkou trienále) a Vierou Levittovou (bývalou riaditeľkou GJK) oživilí občianske združenie Poster (klub priateľov Trienále plagátu v Trnave) a začali vyvíjať aktivity, ktoré by mali vyplniť čas a udržať TPT v povedomí medzi jeho jednotlivými ročníkmi. Vzhľadom na našu časovú a priestorovú roztrieštenosť sme realizovali iba dva workshopy a pár výstav. (Rural poster, 2009 a Typo Topo, 2011). Prihárať začalo, keď sa ukázalo, že čestný predseda a zakladateľ trienále je na tom zle (Jozef Dóka ml. skonal 14. novembra 2011), že ostatní páni majú pocit, že už do toho investovali dosť energie, a že je ohrozené aj konanie trienále na pôde galérie. Navyše, odovzdávanie podujatia mladšej generácii grafikov sa nepodarilo.

Keď som si analyzoval, čo sa vlastne deje (potrebný výhľad a informácie som mal ako člen organizačného výboru z prvej ruky) a určil si osobné priority, rozhodol som sa skúsiť pomôcť trienále udržať. Svoju úlohu nerealizujem ako predseda alebo kurátor, ale efektívnejšia mi pripadá úloha koordinátora. Dnes aktívne hľadám a spájam myš-

lienky, ľudí a prostriedky vedúce k úspešnému TPT. Vnímam to ako svoju hlavnú vec popri rodine. Moja predstava je realistická, opiera sa o naše možnosti. Básnicky povedané, trienále sa snažím opäť postaviť na nohy a rád by som mu navyše pridal aj krídla. Momentálne mám okolo seba zopár ľudí, ktorým na tom úprimne záleží a vďaka tomu som veľmi optimistický.

Realizačný tím trienále sa sústreďuje iba na médium plagátu, a to v snahe urobiť štandardnú medzinárodnú súťaž podľa odporúčaní ICOGRADA, s prostriedkami, ktoré na to má. Všetky nadstavby okolo trienále (výstavy, prednášky a workshopy) realizuje ako sprievodné aktivity s pomocou externých partnerov a externých zdrojov. Na úrovni primeranej významu podujatia vyhľadávame nových záujemcov o podujatie a s ním súvisiace aktivity a zároveň pripravujeme návrhy súvisiace s existenciou trienále v budúcnosti.

Má podľa vás disciplína plagátu dostatočný kredit v komunite súčasných slovenských grafických dizajnérov? Ako hodnotíte ich záujem o účasť?

Otázkou pre mňa je, čo je to vlastne komunita súčasných slovenských grafických dizajnérov? Iste, pozorujem tu výskyt niekoľkých skupín, snáď už aj generačne odlišných, ktoré majú zrejme kritický alebo skeptický názor na médium plagátu a formát trienále. Na druhej strane vidím výrazný záujem u najmladšej generácie slovenských dizajnérov, u ľudí situovaných mimo centra a študentov s väzbami na české prostredie. Širšie väzby a diskusia však ešte nenastali.

Plagát považujem za vynikajúce a nestarnúce médium, svojím formátom vhodné na komunikáciu a autorské vyjadrenie. Zároveň zaručuje istú prehľadnosť a porovnateľnosť jednotlivých diel. Vo svete sa nikto vážne plagátu nevzdáva. Sú témy a cieľové skupiny, ktoré na plagát stále reagujú. Ja by som z auta motor nevyhadzoval, len preto, že tam ešte mám motorček stieračov a motorčeky na sťahovanie okien, naklápanie svetiel a zrkadiel...

Záujem, či nezáujem o účasť takisto nehodnotím, je to predsa len súťaž jednotlivcov, i keď pre prehľadnosť formálne rozdelená podľa krajín a vekových kategórií. Rozhodne by ma však potešilo, keby viac ľudí u nás našlo odvahu vystaviť svoje plagáty v svetovej konkurencii. Verím, že by sme sa nemali za čo hanbiť.

Možno však treba povzbudiť skôr klientov, aby viac využívali médium plagátu a jeho potenciál podporený rukopisom talentovaného výtvarníka a tým podporili toto médium.

AUTORKOU VÍTAZNÉHO  
NÁVRHU NA VIZUÁLNY  
ŠTÝL TRIENÁLE  
PLAGÁTU TRNAVA 2012  
JE POSLUCHÁČKA VŠVU  
IVANA PALEČKOVÁ,  
KTORÁ NA ŇOM  
MOMENTÁLNE  
SPOLUPRACUJE  
S MARTINOM  
MISTRÍKOM.

Napíšeš to krajšie?

Can you write it better?

\*  
TRIENÁLE  
PLAGÁTU  
TRNAVA  
POSTER  
TRIENNIAL  
2012

Poznač si do diára  
tento deadline,  
postni foto na FB  
a vyhraj katalóg  
so vstupenkou!

f [facebook.com/  
tptpt2012](https://facebook.com/tptpt2012)

15  
jún  
dead-  
line!  
TPT2012

TRIENÁLE

Myslíte si, že TPT bude mať „dost síl“ na to, aby sa stalo kritickou reflexiou súčasnej plagátovej tvorby? Zatiaľ sa necítim byť kompetentný na podobné úvahy. Radšej sa pragmaticky riadim heslom „Plagát je mŕtvy, nech žije trienále!“

Dá sa už teraz odhadnúť, ktoré námety budú zastúpené najvýraznejšie? Pohľad do databázy mesiac pred deadlineom by som prezentoval skôr ako zaujímavosť. K 15. júnu máme registrovaných asi 520 účastníkov z vyše 20 krajín. Registráciu zatiaľ uzavrelo zhruba 150 autorov a plagáty, ktoré prichádzajú poštou, postupne spracovávame.

Reklamné plagáty som zatiaľ zaznamenal iba 2, zvyšok tvoria klasické námety kultúrnych, ekologických, sociálnych a autorských plagátov. Ľuďi vo svete trápí najmä nedostatok vody a globálne otepľenie, z plagátov cítim veľkú vôľu o dialóg a riešenie ľudských práv.

Vzhľadom na momentálnu čínsko-iránsku prevahu registrovaných diel, dominujú námety reflektujúce stav tejto časti sveta. Zaujalo ma najmä čínske zamyslenie sa nad vlastnou históriou, stratou ideológie a rozporuplnou budúcnosťou. Irán je zdanlivo

zaliaty príjemným slnečným jasom, ktorý svedčí krásu a umeniu, no zároveň im drasticky uberá prepotrebnú pitnú vodu. A západ sa zatiaľ pohybuje po zdanlivo neprebádaných územiach a teší sa na ďalšiu párty. Osobne ma veľmi teší a dodáva mi veľkú nádej, že až na pár jednotlivcov sa nikto vo svete nezaoberá takzvanou „svetovou finančnou krízou“...

Ale to sú iba moje a veľmi predbežné pozorovania.

V rámci trienále ste s organizátormi pripravili sprievodné podujatia: výstavu ?Plagát : Poster! v koncepcii Dušana Juneka, komplexnú výstavu zakladateľa a dlhoročného čestného predsedu TPT, Jozefa Dóku ml., (Ľubomír Longauer), vašu prednášku Plagáty v sklenenej veži; neplánujete aj nejaké workshopy, semináre, resp. okrúhly stôl o súčasnom stave plagátovej tvorby? Ako som už naznačil vyššie, snažíme sa sprievodné aktivity organizovať pomocou partnerov. Preto veľa záleží od ich organizačných schopností. Každému radi ponúkneme radu a pomoc v záujme rozšírenia povedomia o trienále a médiu plagátu. Prebieha výstava 100 najlepších plagátov z histórie trienále. Plagáty vybral Dušan Junek, dlhoročný predseda trienále.



Pripravil som a odprezentoval prednášku na tému zbierky plagátov budovanej popri súťaži a o jej potenciáli. V septembri by sme radi využili prítomnosť špičkových osobností v medzinárodnej porote. Chystáme im výstavu v Bratislave, prednášky, rozhovory v médiách.

Samostatnú výstavu by mal mať István Orosz, ako člen poroty pre cenu V4. Takisto sme ako hostia trienále pozvali Fonsa Hickmana. V novembri tesne pred otvorením bude v klube3 v Trnave prebiehať workshop študentov V4, v réžii o. z. Poster. Názov Poster to Street & Stream (Plagáty do ulíc a na web) napovedá, že by malo ísť o inštalácie, aktivity na verejnom priestore a záznam sledu videí z ulíc i slávnostného otvorenia.

Tomasz Bierkowski z ASP Katowice by rád odprezentoval zbierku typografických kníh poľskej proveniencie. Doplní to malá výstava Poster to Poster s ukázkami výsledkov workshopov o. z. Poster, kde budú spoločne vystavené kolekcie Rural poster, Typo Topo a staršie. V Malej synagóge v Trnave by sme radi otvorili trienálový obchod Poster to Sale, s plagátmi a iným dizajnom na predaj. Priebehu trienále by malo napomôcť niekoľko tematických Pecha Kucha Night prezentácií. Navyše by sme radi podporili návštevnosť rôznymi menšími súťažami. Vďaka partnerom môžu získať víťazi zlosovania vstupeniek zájazd do Hongkongu alebo Indie.

Týmto dúfam výpočet aktivít nekončí a do novembra zložíme program, v ktorom si každý nájde to, čo ho zaujíma najviac.

Ako ste spokojný so súťažou na vizuálnu podobu tohtoročného trienále? Existuje už konkrétna podoba jeho architektonického riešenia? Vizuálnu podobu tohto ročníka sme získali v regulárnej a transparentnej súťaži organizovanej Slovenským centrom dizajnu. Pretože záujem zo strany profesionálnych dizajnérov nebol dostatočný, priklonili sme sa k inému riešeniu, a vizuál zabezpečuje študentka VŠVU Ivana Palečková. Keďže sme zvýšili nároky na rozsah prác a médií na tomto trienále oproti iným ročníkom, rozhodli sme sa dodatočne rozšíriť tím o Martina Mistríka. Momentálne pracujú v tandeme a potenciál pôvodného vizuálu kreatívne zhodnocujú.

Architektonickú podobu súťaže pripravujeme s ohľadom na naše možnosti a stav výstavného fundusu. Pozitívom je, že sa nám podarilo zabezpečiť zaujímavé priestory, ktoré doplnia štandardnú Kopplovu vilu a Synagógu. Ja osobne by som bol rád, keby sa nám napriek limitom podarilo urobiť svieže a moderné architektonické riešenie výstavy.



NEOFICIÁLNE POČTY REGISTROVANÝCH  
PLAGÁTOV PRI UZÁVIERKE 15. JÚLA 2012:  
KATEGÓRIA A (PROFESIONÁLI) 1158, KATEGÓRIA  
B (ŠTUDENTI NAD 18 ROKOV) 530, KATEGÓRIA  
C (JUNIORI DO 18 ROKOV) 56. ZASTÚPENIE  
KRAJÍN: ČÍNA 463, POĽSKO 229, IRÁN 226,  
JAPONSKO 156, SLOVENSKO 129.

**Predtým / Potom**  
**Rozhovor s Petrom Hajdinom**  
**Text: Anna Ulahelová**  
**Foto: archív Peter Hajdin**

Moje prvé aj druhé stretnutie s Petrom Hajdinom (1973) prebehlo v jeho obľúbenej kaviarni Next Apache. Na nie veľmi originálne formulovanú otázku „Ako si sa k tomu dostal ... teda k výtvarnu?“ sa Peter našťastie celkom pokojne rozhovori a zaspomína na najstaršie fázy vývoja svojej obsesie.

Ako väčšina výtvarníkov, aj on začínal na ľudovej škole umenia. Výtvarný krúžok na Podjavorinskej ulici navštevoval paralelne so svojim budúcim spolužiakom Martinom Šútovcom. Počas gymnaziálnych rokov bol zapálený do komiksu a architektúry, ktorú chcel po strednej študovať. Sám však priznáva, že na to bol až priveľmi lenivý. Skúša teda radšej odbor grafika na VŠVU. Medzi realistickými ilustráciami sa však jeho štylizovaný komiks nechytá. Po fiasku z talentoviek nastupuje na Pedagogickú fakultu UK, kde úspešne oddiľuje hrozbu vtedy ešte povinnej vojenskej služby. Medzitým sa dozvedá o existencii odboru grafický dizajn. V roku 1992 znovu a tentoraz úspešne, skladá talentové skúšky na VŠVU. Na prijímačkách skončil na prvom mieste, čo, ako ironicky dodáva, bol jeho „prvý a posledný úspech v grafickom dizajne.“

#### Silná generácia a gesamtkunstwerk

Dostávame sa k téme, ktorá ma dosť zaujíma: ako vyzeralo štúdium grafického dizajnu sotva dva roky po založení samostatných ateliérov grafického dizajnu? Na otázku, čo mu prinieslo štúdium v Longauerovom ateliéri, sa Peter na okamih zamyslí. Keď prehovorí, starostlivo váži slová. Priznáva, že štúdium mu nedalo veľa, čo sa týka remeselných zručností grafického dizajnéra. Na druhej strane mu pomohlo v rozvoji vlastného uvažovania a uvedomenia si úlohy jednotlivca v rámci spoločnosti. Sčasti to pripisuje osobnosti Ľubomíra Longauera, ktorý ich takýmto spôsobom viedol, sčasti vplyvu kolektívnej skúsenosti z 89' roku na svoju generáciu. Podľa jeho názoru v nich posilnila pocit, že sa veci dajú meniť a oni sami sa môžu spolupodieľať na vytváraní niečoho úplne nového. Peter priznáva, že už na škole sa prikláňal k tvorbe ucelených kampaní a hľadaniu a vytváraniu dokonalého gesamtkunstwerku.

Na grafickom dizajne sa v čase jeho štúdií zišla silná generácia. Vznikli vzťahy a väzby trvajúce dodnes. Stretáva sa tu s budúcimi spoluzaklada-

teľmi firmy Komplot. So spolužiakmi Martinom Šútovcom, Palom Čejkom a ďalšími zakladajú kapelu Kamoško & Kokosko (hneď po práci je hudba Petrovým druhým najväčším záujmom – dvadsať rokov pôsobil ako gitarista v bratislavskej legende Kosa z nosa, je autorom hudby do krátkych filmov, reklám či soundtrackov k tanečným predstaveniam Nederlands Dans Theater).

#### Komplot

Po úspešnom zložení magisterských skúšok v roku 1998 nejaký čas pracuje ako asistent v Longauerovom ateliéri a pritom pôsobí ako dizajner freelancer. Skúša pracovať pre rôzne reklamné agentúry, zisťuje však, že práca v takejto inštitúcii preňho nie je tým pravým a začína spolu s ďalšími spolužiakmi uvažovať nad vlastnou firmou. V roku 2000 je založená spoločnosť Komplot, v ktorej je dnes Peter Hajdin riaditeľom a spolumajiteľom. Na prvé obdobie Komplotu Peter spomína rád. Firma vznikla doslova na kolene, zakladalo ju päť ľudí: Peter Hajdin, Martin Šútovec, Matúš Černák, Majo Lukáč a Jano Králik. „Okrem posledného menovaného nikto z nás nemal žiadne skúsenosti s vedením firmy. Zo začiatku vládla úplná demokracia, všetci robili všetko. Náš prvý plán bol dodávať kreativitu pre reklamky, živiť sa tým a popritom robiť vlastné projekty, čo sa časom ukázalo byť veľmi naivné a idealistické. Ale bolo to pekné.“ Prvotný stav Komplotu nemal dlhé trvanie, pôvodní spoločníci sa postupne vybrali každý vlastnou cestou a firma sa začína rozvíjať ďalej ako reklamná agentúra, zameriavajúca sa hlavne na vytváranie komplexných propagačných kampaní a vizuálneho štýlu. Dnes má spoločnosť okolo desiatich pracovníkov, vrátane jej majiteľov, Petra Hajdina a Adama Znásika. V čase, keď sa agentúra ešte zapájala do profesionálnych súťaží, boli práce Komplotu niekoľkokrát ocenené (Grand Prix Zlatý klinec 2002, dvakrát Strieborný klinec 2002, Bronzový klinec 2007).

#### Od Komplotu ku Kompótu

„Do Komplotu nám neustále volali ľudia a totálne komolili náš názov. Popri rôznych vulgárnejších skomoleninách sa najčastejšie vyskytovalo slovo Kompót. A keď už telefonoval asi desiaty človek „Halóóó, Kompóóóť?“ rozhodli sme sa, že si to necháme zaregistrovať ako svoju vedľajšiu doménu.“ Najprv chceli doménu jednoducho presmerovať na agentúrny web [www.komplot.sk](http://www.komplot.sk), potom však na novú adresu Peter s Adamom zo žartu vložili obrázok dvoch tričiek s parodujúcimi nápismi a mailovým kontaktom. Žart nabral nečakané obrátky: ľudia začali posielať objednávky na (v tom čase

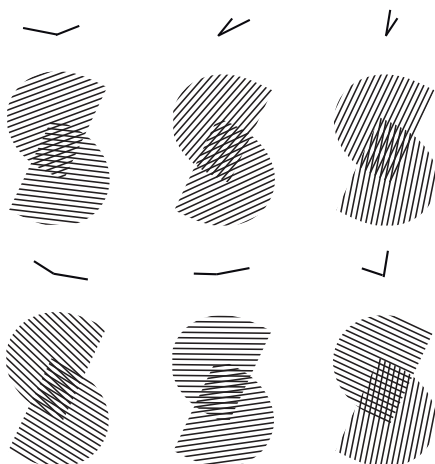


STOKORUNÁČKA Z ČSSR SA U PETRA HAJDINA OBJAVUJE  
OPAKOVANE. FIKTÍVNY FILMOVÝ PLAGÁT POČAS ŠTÚDIA NA VŠVU.  
NESKÔR NA PLAGÁTE KU KONCERTU SKUPINY KAMOŠKO &  
KOKOSKO. DNES JU NÁJDETE SPOLU S 50 A 10 KORUNÁČKOU  
NA SÉRII TRIČIEK Z PRODUKCIE KOMPÓTU.





REDIZAJN OBALU  
PIGI ČAJ, BALIARNE  
OBCHODU POPRAD,  
2010.



NÁVRH MENIACEHO SA LOGA PRE  
SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU. UKÁŽKY  
VARIÁCIÍ RASTRA V ZÁVISLOSTI OD ČASU  
GENEROVANIA. SPOLUAUTOR MAREK CHMIEL.



KAMPAŇ PRE  
MAĎARSKÚ POBOČKU  
PRACOVNÉHO PORTÁLU  
PROFESIA.SK.

TENTO ČLÁNOK VZNIKOL  
V RÁMCI PREDMETU INTERPRETÁCIA  
V GRAFICKOM DIZAJNE, POD VEDENÍM  
MARCELA BENČÍKA



fyzicky neexistujúce, fiktívne) trička a autorom nezostalo nič iné, než trička vyrobiť a rozoslať ich záujemcom – ako inak, trvanlivo zavarené v sklenených pohároch s plechovým viečkom. Konceptia obchodu sa ukázala byť nečakane úspešná. Projekt sa rozrástol o množstvo originálnych výrobkov, nielen tričiek, ale aj rôznych doplnkov od ďalších spriaznených slovenských dizajnérov. Kamenný obchod Kompót je dnes v Bratislave na Panenskej ulici, virtuálna pobočka Kompótu je v prevádzke už aj v Českej republike.

## Projekty

Pýtam sa, či mi povie, na akých projektoch robil, s ktorými je spokojný. „No je toho veľa zaujímavého, ale s čím som spokojný? .... V podstate s ničím.“ Postupne sa dozvedám o niektorých projektoch: trička s potlačou československých bankoviek, ktoré predáva v Kompóte. Reklamné spoty pre baliarne čaju Mistral a Popradský, pri ktorých zdôrazňuje, že na nich pracoval od pôvodnej koncepcie až po konečnú realizáciu vrátane hudobného sprievodu. Zdá sa, že čaje sú jeho osud – spolu s Marekom Chmielom redizajnovali aj obal najpredávanejšieho slovenského výrobku vo svojom segmente – Pigi čaju. Spomína úspešnú kampaň k 60. výročiu SNG, na ktorej sa takisto autorsky spolupodieľal. Spokojný bol aj s ich súťažným návrhom na logo Slovenského centra dizajnu, hoci porota sa nakoniec rozhodla pre riešenie od iného autora.

## Správna miera alebo experiment

Myslíš si, že momentálne je najlepšie, keď dizajn zodpovedá miere danej veci, teda keď trafi, čo tá daná vec, produkt, predstavuje? Aj keď v podstate nejde o nič nové alebo experimentálne? „Inovácie sú samozrejme dôležité. Ale v práci pre klienta experimenty nemajú miesto. Malo by to byť jednoducho primerané. Pre mňa je akurátnosť, primeranosť najväčšia hodnota dizajnu. Keď to presne hovorí to, čo to má hovoriť, keď to s čitateľom či divákom robí to, čo to má robiť a keď je dobre vymyslená náplň, obsah, tak vtedy je to dobrá vec. Experimenty mätú ľudí a samoučelné experimenty ich mätú zbytočne. Doteraz napríklad pretrvávajú diskusia ohľadom webu SNG. Diskusia sa úplne nezmyselne točí okolo ceny za webovú stránku, ktorá však bola podľa môjho osobného názoru úplne primeraná tomuto typu projektu. Problém tohto projektu je podľa mňa v niečom inom – tá stránka žiaľ nemá vydarený dizajn, bez ohľadu na to, aká bola jeho cena. Pritom sa domnievam, že tuším, prečo táto pofutovaniahodná situácia nastala: Juro (Sukop) je človek, ktorý možno nemá výrazný výtvarný rukopis, má ale veľmi zaujímavé kon-

ceptné uvažovanie. On je prosto svojou podstatou IT-čkář – kockatá hlava (smiech). A on svojho času vytvoril podľa mňa vynikajúci vizuál pre výstavu SCD Dizajn na Slovensku 1990 – 2005. Vtedy do formátu citylightov jednoducho upravil okno z Outlooku, v ktorom vlastne zverejnil autentický mail so zadáním práve na tento vizuál. A to zadanie samotné vlastne vytváralo ten dizajn: podľa mňa dokonalá konceptuálna práca. Vyzeralo to skrátka ako faksimile reálneho mailu: hore bolo napísané, čo to je a pre koho to je, potom celé zadanie, odkedy dakedy atď., tak ako ho sformuloval klient a dolu v prílohe mailu logá, ktoré mal na vizuáli použiť (tie logá dokonca nechal len v ikonkách, presne takých, ako sa zobrazujú prílohy v mailoch). Podľa mňa to bolo skvelé!

Prečo to spomínam: snažím sa vysvetliť, ako vnímam rozdiel medzi tým, kedy je dizajn primeraný a kedy nie: spomínaný vizuál bol síce na hrane, ale myslím si, že ešte spadol do funkčnej roviny. Ako citylight bol rozmiestnený v kontexte ostatných reklám v meste, ktoré sú pestré, farebné, super krásne. A toto zrazu medzi nimi pôsobilo ako niečo zvláštne: možno ako omyl, chyba, akási porucha, ktorá však priťahovala pozornosť okoloidúcich, nútilo ich to pozrieť sa zblízka, čo toto má byť, o čo tu vlastne ide. Konceptuálny prístup, dovedený do krajnosti, ktorý však v danej situácii, v danom kontexte fungoval. A myslím si, že SNG uverila takémuto Jurajovmu konceptuálnemu prístupu, uverila, že keď toto bolo dobré, tak rovnako dobre to bude fungovať aj na webe. A Juro tomu samozrejme tiež uveril. Ale, žiaľ, nefunguje to. Možno si mysleli, že sa dá preniesť podobný koncept z jedného kontextu (mesto), do úplne iného kontextu (web). Lenže v rôznych kontextoch nefungujú rovnaké vzťahy. Keď navštíviš webové galérie, nemáš otvorených niekoľko okien naraz, ako keď sa dívaš na jeden citylight medzi rôznymi citylightami v meste: dívaš sa práve len na túto jednu konkrétnu webovú stránku. Tú stránku v tej chvíli nevnímaš v kontexte ďalších stránok, tá stránka je svet sám pre seba, ona je sama sebe kontextom a všetko sa deje v rámci nej. Keď teraz prídem na túto novú stránku SNG, tak mi skrátka neposkytne servis tak, ako od nej očakávam. Úloha oboch médií je úplne rozdielna: citylight má upútať tvoju pozornosť, zaujať ťa, a to môže dosiahnuť aj určitou zašifrovanosťou, ako to úspešne urobil svojho času Juraj. Naopak webovú stránku navštíviš s konkrétnym zámerom, chceš nájsť nejakú konkrétnu informáciu o SNG, a tu už podľa mňa jednoducho nie je namieste pohrávať sa s návštevníkom, stavať ho pred akési ergonomické rébusy a sťažovať mu orientáciu. Preto ja rázne odmietam všetky špekulácie okolo sumy za ten web, som skrátka presved-

čený, že tu nad primeranosťou riešenia zvíťazilo očarenie konceptuálnym experimentom a tentoraz to bolo na škodu nás všetkých.“

## Kampane

Ešte sa vrátim k spolupráci s SDKÚ, o ktorej sme spolu hovorili. Ide o prácu, ktorá sa medzi ľuďmi dosť chúlостivo vníma, či už sú z brandže alebo nie. Vyčítali ti, že ste sa do toho pustili? „Áno, stále, až doteraz. So všetkými politickými stranami spolupracuje veľmi veľa reklamných agentúr a autorov, ale väčšinou sa k tomu nepriznávajú. A my sme myslím jediní, ktorí sme to otvorene mali na internete. Teraz už to nejaký rok dva tiež nemáme uvedené v portfóliu, ale predtým sme to vždy v portfóliu mali a netajili sme sa, že sme 12 rokov robili tento typ spolupráce. Pretože som si veľmi dlho stál za tou prácou a bol som presvedčený, že je to dobre urobené a určite to nie je dôvod na nejakú hanbu. Aj napriek tomu nám to žiaľ spôsobovalo viac problémov ako úžitku. Tak sme z tejto pozície vycúvali a opustili presvedčenie, že to musí byť všade povedané. Aj ty sa ma na to pýtaš ako na niečo zvláštne, pritom to bol úplne rovnaký klient a spolupráca s ním bola úplne rovnaká ako s kýmkoľvek iným. Napríklad kampaň pre Obamu: tí ľudia mali rovnakú ambíciu urobiť tú prácu dobre ako my a je úplne výborná, od brandingu až po konkrétne výstupy. Tvrším, že to celé bola skvelá koncepčná a poctivo urobená práca napriek tomu, že keby som bol občanom USA, hodnotovo by som Obamu určite nevolil. Ale rešpektujem tú prácu a profesionalitu ľudí, ktorí to robili. Absurdné je, že kým tam sa za to nikto nehanbí, tu sa za to hanbí takmer každý. To je pre mňa neuveriteľné.“

## Práca v Komplete

Vrátim sa k firme Komplot. Aká je konkrétne tvoja pozícia? Čo presne robíš? „Tak ja som riaditeľom firmy (smiech). V súčasnosti to vyzerá tak, že v prvom rade chodím na obchodné stretnutia, hlavne na začiatku nejakej spolupráce alebo projektov. S niektorými klientmi sa stretávam stále, ak je tam niečo, čo im môžem ponúknuť osobne. Príkladom je spolupráca s ľuďmi z Popradu (Baliarne Obchodu, a. s., Poprad): to je naozaj dobrá spolupráca, kde klient rozumie sám sebe a tým pádom vie, čo potrebuje. Teda chápú, kde sa nachádzajú a kam sa chcú posunúť. Čo je tu celkom neobvyklé a vzácne. A myslím si, že je to preto, že je to tak trochu „rodinná“ firma, a je skutočne priamym zdrojom ich existencie, takže im naozaj záleží na tom, aby to bolo dobré. To je potom úplne iný typ spolupráce a vzťah než s nejakou nadnárodnou firmou. Ďalej sa bavím s ľuďmi vnútri našej firmy, keď sa rozbiehajú nové projekty. Snažím sa im dobre vysvetliť zadanie, prebrať možnosti. Potom dohliadam na proces práce, kde dávam kolegom spätnú väzbu k návrhom. Alebo keď robíme nejaké sociologické výskumy, tak tam si považujem za povinnosť ísť a osobne sa toho zúčastniť – je to pre mňa unikátna príležitosť, ako porozumieť cieľovej skupine. Takže mám prácu typu z každého rožku trošku.“

Myslíš si, že máš dobrú schopnosť komunikačnej empatie? „Myslím si, že sa v nej postupne zdokonaľujem. Ide o zručnosť, ktorá by sa podľa mňa mala učiť aj u nás na škole, pretože ľuďom na VŠVU veľmi často a veľmi výrazne chýba. Je hrozné, keď vidím, že koľko je tam šikovných a talentovaných ľudí, ale pracujú v takej atmosfére, v ktorej sa dookola navzájom utvrdzujú v predsudkoch, že reálny život je fuj a klient je blbec, ktorý ničomu nerozu-



PREDTÝM

SDKÚ

POTOM



AKO JEDNO Z MÁLA GRAFICKÝCH ŠTÚDIÍ SA KOMPLLOT HLÁSI AJ K PRÁCI PRE POLITICKÚ STRANU. DLHODOBÁ SPOLUPRÁCA S SDKÚ ZAČALA REDIZAJNOM LOGA.





DNES UŽ IKONICKÉ BALENIE TRIČIEK  
VZNIKLO VIAC-MENEJ NÁHODOU  
KOMOLENÍM NÁZVU ŠTÚDIA  
KOMPLOT NA KOMPOT. TRIČKO  
NAIVE VZNIKLO V SPOLUPRÁCI  
S PETROU ŠIŠTÍKOVOU.



**MED**

SLÁVNÝ KONCERT ČESKOSLOVENSKEJ LEGENDY  
NEŠTÁTNE DIVADLO STOKA 6.VI.2002 § 20.00

FOTO A GRAFICKÁ SPRÁVA KOMPLOT NÁV. VYDALA EŽENKA TUČKOVÁ ZUBOVKA, NÁSTEL PETER HAJDIN, POKRME PRAC. MAREK HODČEKOVSKÝ

PLAGÁT PRE  
SKUPINU MED,  
2002, SPOLUAUTOR  
TOMÁŠ ĎUROVKA.

mie. A to je strašný omyl. Mladý človek si takto zbytočne limituje priestor na svoje neskoršie úspešné fungovanie a ak sa chce tejto naučenej dogmy zbaviť, stojí ho veľa času a energie. Našťastie, dnes už existujú dobre zadefinované zásady komunikácie, ktoré si stačí osvojiť a trénovať ich. Napríklad pravidlá asertívnej komunikácie. Vďaka nim môže všetko fungovať ďaleko lepšie, stačí sa nebáť, že človek automaticky stratí tvár, ak bude úspešný aj komerčne. Budem naozaj veľmi rád, ak sa naša katedra posunie ďalej aj v tomto smere, podobne, ako sa za tie roky zlepšila v mnohých iných veciach.“

V čom si myslíš, že sa vaša firma líši od iných reklamných agentúr? „Podľa mňa sa líši hlavne v detailoch, ktoré sú pre niektorých klientov dôležité. Teda, podľa mňa sme dosť odlišní (smiech), ale pri pohľade zvonka to asi nie je zase taký rozdiel. Ale napríklad máme určite osobnejší prístup. Prirovnal by som to k tomu, že máš veľké banky a máš súkromné banky. A my sa snažíme byť, teraz to hovorím vo veľkých úvodzovkách, tou „súkromnou bankou“. Nie, že by sa to vždy podarilo na 100 %, ale tento prístup u nás vo firme určite prevažuje. Myslím si, že to je jedna z vecí, čo nás odlišuje od nadnárodných agentúr. Väčšina agentúr na trhu patrí do určitých reťazcov a je tu stále len veľmi málo nezávislých.“

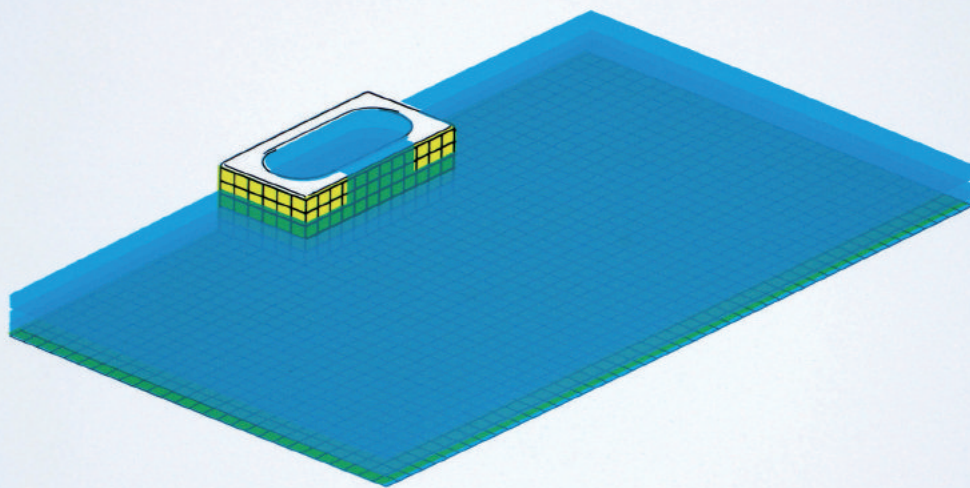
Táto pozícia má samozrejme veľa nevýhod, finančných atď. Ale má to aj výhody: keď sa stretne takýto typ agentúry s klientom, ktorý jej služby oceňuje a vyhovujú si, tak vznikne dobrá spolupráca. A my máme to šťastie, že sme narazili na niekoľko takých klientov. Zhrnul by som to takto: sme možno malí, ale pre niekoho sme dôležití. A to je super.“

**Záverom**

Peter Hajdin je dizajnér psychológ, pri stretnutí bolo jasné, kto je pánom situácie. Či už išlo o otázky o práci alebo o odľahčenejšie témy, ako jeho vášeň k automobily alebo nechuti k „slovenskej“ kuchyni, Peter sa v akomkoľvek malej veci snaží nájsť príčinu, prečo k nej došlo. Sám často opakuje „Všetko je symbolom niečoho.“ Možno toto uvažovanie je kľúčom k úspechu v tom, čo robí.



PETER LIŠKA,  
BEZ NÁZVU,  
SIETOTLAČ,  
2012.





**Depeche Mode do Žiliny asi nepríde**  
**Rozhovor s Petrom Liškom**  
**Text: Marcel Benčík**  
**Foto: archív Peter Liška**

Peter Liška sa narodil v obci Malá Čierna pri Žiline. V roku 1999 začal študovať na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave, na Katedre vizuálnej komunikácie. Od roku 2005 je profesionálnym grafickým dizajnérom. Žije v Bratislave. Po siedmich rokoch uvažuje o zmene. Vymení Bratislavu za iné slovenské mesto?

Žijú všetci slovenskí grafickí dizajnéri v Bratislave? Vzhľadom na to, že i ja žijem v Bratislave, väčšina tých, ktorých poznám, tu žije tiež.

Prečo je to tak? Napríklad, keď sme robili muzeálne výstavy v iných mestách, súťaž sa vždy robila cez Bratislavu. Inštitúcie a firmy tu majú svoje centrály a rozhodnutia sa prirodzene robia tiež tu. Je tu aj väčšia koncentrácia ľudí, grafických dizajnérov a klientov. Kde je viac ľudí, tam vznikajú neobvyklejšie potreby a môžeš sa dostať k zaujímavejšej práci.

To je práca. A kvalita života? Snažím sa tvoriť dizajn pre kultúru. Tu (v Bratislave) je pomerne bohatý kultúrny život. Za pár rokov sa to výrazne zlepšilo a je tu naozaj čo robiť. Z tohto hľadiska je Bratislava atraktívna a v slovenskom kontexte jedinečná. Tu je to väčšia istota. Neznamená to však, že by sa inde nič nedialo. A práve preto sa mi to „za Bratislavou“ zdá ako pole neorané. Prichádzajú odtiaľ výzvy, do ktorých sa dá veľmi dobre vstúpiť a rozbiehať tak nové, zaujímavé projekty.

Poznáš niekoho, kto už takýmto spôsobom zariskoval a odišiel? Katka Czikorová, ktorá učí na Akadémii umení v Banskej Bystrici a má štúdio coffee and tv. Ďalší je Robo Paršo/MultiTalent a jeho galéria FreeDom v Báhoňi.

Niekoť ďalší? Je ešte niekoľko košických dizajnérov. Tí však v Bratislave neštudovali. Skončili školu v Košiciach a zostali tam pôsobiť, napr. Samuel Čarnoký/Typo et Graphics.

Košická scéna. Má svoje špecifiká. Z Bratislavy sa môže zdať, že si Košičania vystačia sami, z Košíc je však bližšie do Poľska ako do Bratislavy.

Bratislava je viac viditeľná. Všetci vedia, čo sa tu robí. Poznajú dizajnérov a projekty. Podobná situácia ako v Košiciach, môže byť aj v iných slovenských mestách. Nie je rizikom pre grafic-

kého dizajnéra odísť preč? Nestratí sa z dohľadu „publika“? V médiách dominujú neustále bratislavské projekty napriek tomu, že existujú aj inde, v mnohých prípadoch zaujímavejšie. Avšak riziko to určite je, tak ako akákoľvek zmena. Je to však aj výzva na odlišnú stratégiu, ktorá môže byť veľmi obohacujúca. Práve preto to môže byť zaujímavé a príťažlivé. Je to ako ísť na skusy do sveta, ale smerom dovnútra.

Na Slovensku funguje grafický dizajn na základe väzieb a priateľstiev. Kvôli tomu asi aj veľa ľudí zostáva v Bratislave. Počas školy si vybudujú vzťahy a je pre nich zložité odísť a odznova začať budovať vlastný biznis. Vzťahy sú kľúčové a je to aj najprirodzenejší spôsob, ako sa dostať k práci a udržať si ju. Nemám však na mysli „kamarátske kšefty“. V týchto vzťahoch totiž funguje prirodzená súťaž.

Čo môže grafickému dizajnérovi ponúknuť menšie mesto? To je myslím si veľmi subjektívne, lebo ja neviem, čo ponúkajú napríklad Trenčín alebo Bánovce nad Bebravou. Ja o tom môžem hovoriť z vlastnej skúsenosti len zo Žiliny. Tam mám vybudované väzby a tam poznám ľudí, s ktorými rád spolupracujem.

Ak sa na to pozeráme viac všeobecne, nie je to krok do neznáma? Nie, pokiaľ máš zámer alebo určitý podnikateľský plán. Niečo, čo ťa mentálne a samozrejme finančne udrží na hladine. Napríklad urobíš štúdio. V malých mestách pôsobia firmy, ktoré túto prácu robia, ale kvalita je nízka. Chýba tam skutočný dizajnérsky servis. Vytvára to príležitosť na uplatnenie. Rozhodne to však bude ťažšie, ako zostať v Bratislave. Minimálne na začiatku.

To čo robí Bratislavu atraktívnou je Bratislava sama. Žije v nej viac dizajnérov. Viac dizajnérov vytvára kvalitatívny štandard práce, ktorý klienti postupne začnú akceptovať. Vytvára sa tak určitá kultúra odboru. Menšie mesto uživí menej dizajnérov, ale to nemusí nevyhnutne korešpondovať so spomínaným kvalitatívnym štandardom.

Dizajnér, ktorý príde do Žiliny alebo do Banskej Štiavnice, musí najskôr začať robiť osvetu. Naučiť ľudí na potreby dobrého grafického dizajnu. Ako na to? Kľúčovou vecou je produkcia, hlavne jej kvalita. Produkuješ kvalitné veci, ktoré je vidieť a jedine tak dvíhaš úroveň v lokálnom kontexte. Nasledujú už spomínané pracovné vzťahy. Spoľahlivosť a ochotu riešiť problémy totiž väčšina klientov ocení viac ako progresívny dizajn. K tomu samozrejme nie je na škodu pridať ďalšie aktivity.

DREVO VEČNE ŽIVÉ,  
STÁLA EXPOZÍCIA,  
LESNÍCKE A DREVÁRSKE  
MÚZEUM ZVOLEN, 2011.



BIODIVERZITA SVETA, STÁLA  
EXPOZÍCIA, SNM, PRÍRODOVEDNÉ  
MÚZEUM, BRATISLAVA, 2011.



ČLOVEK V ČASE A PRIESTORE,  
ANTROPOLOGICKÁ VÝSTAVA,  
SNM, PRÍRODOVEDNÉ MÚZEUM,  
BRATISLAVA, 2009.



Ako môže dizajnér rásť z odbornej stránky v inom meste než v Bratislave? Výzvy sú často konzervatívnejšie. Výzvy sú také, aké si ich postavíš. To, že sa rozhodneš žiť v menšom meste, nemusí nevyhnutne tvoju produkciu limitovať na lokálnu úroveň.

Ak sa rozhodneš odísť, nebude to znamenať, že tvoja práca pre Bratislavu bude skôr na diaľku? I napriek tomu, že žijem v Bratislave, časť mojej práce je v iných slovenských mestách. Minulý rok sme napríklad realizovali výstavu v Drevárskom múzeu vo Zvolene (v spolupráci s Dušanom Veverkom a Martinom Kubinom) a mesiac som žil tam. Podobná je aj spolupráca so Stanicou Žilina-Záriečie, pre ktorú robím tiež veľa.

Ty si človek, ktorý je v Bratislave aktívny konzument kultúry. Chodíš do divadla, kina, na vernisáže. Ak odídeš do iného mesta, nebude ti chýbať pestrosť kultúry, ktorú zažíváš práve tu? Mám Bratislavu rád. Mám tu veľa kamarátov a dobre sa tu žije. Nemôžem povedať, že by mi toto všetko nechýbalo. Počas školy a tesne po nej bolo takéto vyžitie možno jedným z najdôležitejších faktorov. Vekom sa však menia priority, ktoré môžu byť dôvodom skúsiť to inde. Kvalitu života ovplyvňuje totiž viac vecí. Ale áno, možnosť pohodlného kultúrneho vyžitia by asi utrpela. Depeche Mode do Žiliny asi nepríde.

Uvažuješ o odchode z Bratislavy i napriek tomu, že si tu profesionálne úspešný. Neplánujem byť inde neúspešný, a výzvy, ktoré by sa takouto zmenou pre mňa otvorili, stoja minimálne za úvahu. Tou výzvou je napríklad spolupráca so Stanicou.

Čo ti Stanica ponúka? Koncentruje veľa z toho, čo má dokáže pracovne uspokojiť a mám možnosť do zadaní priamo zasahovať a formovať ich.

Ja som tiež pre Stanicu pracoval niekoľko rokov a boli to skvelé časy. No v určitom momente som nadobudol pocit, že prestáva byť pre mňa tou hlavnou motiváciou. Nemáš strach, že ťa takýto multiprojekt pohltí? Stanica potrebuje od grafického dizajnéra veľa času a energie. Budeš mať čas venovať sa aj inej práci? Nemala by byť Stanica skôr prostredím, kde by mali prichádzať mladí dizajnéri na určitý čas a potom odísť? Nemám predstavu robiť pre Stanicu dizajnerský servis. To už zabezpečujú iní. Môj zámer má dve roviny. Jedna je worskhopovo-akademická a druhá je skôr na úrovni laboratória alebo podnikateľského zámeru. Takéto prostredie môže vytvárať zaujímavú koncentráciu ľudí so špecifickými schopnosťami, ktoré majú potenciál prekračovať lokálnu úroveň. V Žiline sa musíš viac snažiť a vytvárať veci inak, aby prinášali uspokojenie. Bratislavská scéna je často akoby „ukojená“ sama sebou.

Teraz už chápem, prečo uvažuješ o odchode. Tie motívy sú veľmi silné. V Bratislave máš spolu s kolegami výstavnícke štúdio pingpong. Čo sa stane s ním? Máme plán, že obsadíme celé Slovensko (smiech). Výstavy sú veľmi špecifické. Zatiaľ sme ich robili najmä v Bratislave. I napriek tomu, že všetky inštitúcie majú väčšinou centrálu tu, ich pobočky fungujú po celom Slovensku. Pravdepodobne to bude stále viac a viac mimo Bratislavy. Pridanou hodnotou je to, že Slovensko je pekné a stretneš iných ľudí.

Celý rozhovor sa nesie v skôr v pozitívach, prečo zostať alebo prečo odísť? Negatíva? Stále neviem, či odídem do Žiliny. Mám tu zabehnutý rytmus práce, dobré vzťahy. Výrazná zmena bude znamenať, že všetko musíš budovať odznova a že tvoje predstavy sa nemusia naplniť v plnej miere. Ak ale máš konkrétny plán, ktorý chceš uskutočniť, môže ti to pri rozhodovaní pomôcť. Mám z toho strach a bojím sa, že neuspem. O niečo by som určite prišiel, ale presný výpočet nepoznám.

Čo napríklad ekonomický štandard dizajnéra? Cena práce a rozpočty pre projekty sú v Bratislave výrazne vyššie. Určite áno, ale zároveň aj byty, pivo a káva sú v Bratislave drahšie. V iných mestách ľudia žijú rovnako, i napriek tomu, že menej zarábajú. Bývajú v rovnakých bytoch, vozia sa na rovnakých autách a rovnako radi cestujú. V konečnom dôsledku to môže byť veľmi vyrovnané.

Absolventi a študenti sú z rôznych miest. Je to približne 50 % na 50 % Bratislava a „zvyšok“ Slovenska. Myslíš si, že ľudia z iných miest by sa mali po štúdiách vrátiť domov? Mám rád obidve možnosti. Prvá: ľudia majú vzťah k mestu odkiaľ prišli, dokážu sa tam vrátiť a pracovať. Druhá: pre Bratislavu a celé Slovensko je dobré, že tu ľudia zostávajú. Mesto je neustále obohacované a v konečnom dôsledku z toho prosperuje celé Slovensko. Jedno aj druhé.

Ak by sme to zúžili do jedného kritéria: prečo Bratislava a prečo inde? V Bratislave to má grafický dizajnér istejšie. Ale tu aj skôr zapadneš do davu a pritom inde visia zaujímavé výzvy.



**Od Benku po Shtooru**  
**Rozhovor s Martinom Bajaníkom**  
**Text: Vojtech Ruman**  
**Foto: archív Martin Bajaník**

Martin Bajaník (33) študoval na Strednej priemyselnej škole grafickej v Bratislave. Po prvom neúspešnom pokuse na prijímačkách VŠVU strávil čas na Fakulte architektúry STU. Po úspešnom druhom pokuse navštevoval na VŠVU ateliér grafického dizajnu Ľubomíra Longauera. Venoval sa tvorbe akcidenčného písma pod vedením Andreja Krátkeho a Daniela Markoviča. Z iniciatívy Ľubomíra Longauera sa dostal k digitalizácii písiem Martina Benku (Benka 01, Benka 02). V roku 1999 získal na Bienále knižného umenia v Martine cenu poroty za kolekciu autorských písiem. Od tretieho ročníka začal naplno pracovať v reklamných agentúrach. Najradšej sa venuje tvorbe corporate identity, ale pracoval aj v reklame.

Na škole si robil aj komiks? Áno, v treťom ročníku. Mám rád Bulgakova, a tak som si povedal, či by sa nedal preniesť do komiksu. Je to žáner superhrdinov, vesmírov a záchrany sveta, čo je samozrejme normálna komiksová platforma, a tak som sa pokúsil tieto dva svety spojiť. Vtedy som si vyskúšal vektorovú ilustráciu, kreslenie v krivkách v počítači. Zaujalo ma to výtvarne, ale nakoniec som to nedotiahol a spravil iba prvú časť. Bolo to v období, keď som začal pracovať na plný úväzok v reklamnej agentúre, a tak som tomu venoval len málo času. Ale bol to príjemný oddych. V agentúre som začal riešiť „veľké“ dizajnové veci. Moja prvá práca bola pre Orange (vtedy Globtel). Robil som dizajn na obal karty Prima a neskôr pre ich internetovú odnož – GlobtelNet. Zrazu som skočil do reálneho veľkého sveta a moje veci začali byť vidieť vonku, v televízii, po celom Slovensku.

Prešiel si niekoľkými reklamnými agentúrami, ktoré práce z toho obdobia považuješ za najvydarenejšie? Robil som v troch agentúrach: Wiktor/Leo Burnett, Vaculík Advertising a Euro RSCG. Hneď v prvej z nich sme robili rôzne zaujímavé veci pre spomínaný Globtel a GlobtelNet. Tam sa mi podarilo klientovi predat zaujímavé materiály pre používateľov internetu. Potom som prešiel k Vaculíkovi, kde ma hneď posadili k práci pre vtedy vznikajúci shopping park Avion. Mój vtedajší aj terajší kolega Adrián Leško urobil návrh loga a ja som dostal jednoduchú úlohu – doladiť farebnosť. Potom som však začal robiť na spúšťacej kampani a celkovej corporate identity. Tam som ešte zostal pri vektorovej grafike, určite to poznáš, okolo roku 2000 – 2001 to bolo moderné. Rôzne štihle ženy ako pre časopis

Wallpaper\*, farebné, trocha disco... Celá kampaň mala tak vyzerat s tým, že sa to odohrávalo akože na letisku. Ľudia s nákupnými taškami a vzadu boli lietadlá. Boli sme to prezentovať v Rakúsku, pretože IKEA mala vtedajšie najbližšie zastúpenie tam a išli sme tam s pocitom úžasnej prezentácie. Prijali nás však také „tetušky“ v rokoch, ktoré sa na nás pozreli, či to myslíme vážne. Evidentne sa im to nepáčilo, ale hlavný argument bol, že to má červeno-zelenú farebnosť, a to nevidia farboslépí. A potom, že tam nie sú nikde deti. Jednoducho, mali inú predstavu. Časť sme však nakoniec použili, ale vydržali to trpieť asi iba rok, kým to celé zmenili. Potom som sa už viac venoval samotnej reklame. Robili sme napríklad mobilizačnú kampaň pre Voľby v roku 2002, aby išli ľudia voliť. Prebiehalo to paralelne s iniciatívou Nie je nám to jedno, ktorú robil myslím Komplot. Naša kampaň mala názov Šetrite si hlas na september, obsahovala televízne spoty, ktoré sme nakrúcali s vtedy ešte pomerne neznámou Alicou Nellisovou v Prahe, a ktoré nakoniec získali ocenenie na festivale v New Yorku. Asi najoceňovanejšiu kampaň sme robili už v Euro RSCG a bola pre Noc reklamožrútov. Úplne jednoduchá, čierno-biela s titulkom Príďte sa nažrať a menším písmom reklamy. Vizuál bol obyčajná papierová tácka, dokonca sme urobili plastický billboard v podobe tejto tácky. Celé to bola veľká zábava, lebo túto udalosť organizovala naša agentúra, a tak sme boli pánmi sami sebe.

Tu nastal okamih, keď si sa rozhodol založiť vlastnú agentúru Brandy? To bolo impulzívne a v podstate z hnevu. Už ma prestali baviť tie konkrétne medziľudské vzťahy. Možno aj preto je fluktuácia v reklame veľmi vysoká. Pritom boli vtedy, možno to už dnes tak nie je, kreatívci kráľovsky platení. Mój prvý nástupný plat bol takmer 30 000 korún a už sa to len zvyšovalo. Zarábali sme 70–80 000 korún v čase, keď bola priemerná mzda v hospodárstve okolo 15 000 korún. Bol to dobrý život, ale prišiel moment, keď sa to zlomilo. Ja som si chcel hlavne robiť svoju robotu a neriešiť medziľudské vzťahy a intrigy. Tak som odišiel, položil výpoveď na stôl. Doviđenía.

Brandy si rozbiehal sám, alebo s niekým? So Stanom Herkom, ktorý mal v portfóliu množstvo oceňovaných vecí. Boli sme kolegovia u Vaculíka a potom som ho dotiahol do Euro RSCG a odtiaľ sme sa spoločne pustili do podnikania. A ešte s Dodom Dobríkom, ale ten sa po čase rozhodol ísť vlastnou cestou.

Museli ste začať sami zháňať klientov a zákazky? Tým, že som odišiel impulzívne, tak som nad tým takto vôbec neuvažoval a nevedel o podnikaní



VIZUÁLNA KOMUNIKÁCIA  
KAVIARNÍ STHOOR JE  
PRÍKLADOM TOHO, KEĎ JE  
GRAFICKÝ DIZAJNÉR SÁM  
SEBE ZADÁVATELOM. MARTIN  
BAJANÍK, KTORÝ JU VYTvorIL  
JE ZÁROVEŇ SPOLUHAJTEL  
A PREVÁDZKOVATEL CELEJ SIETE.

# PI AKO POČUJEŠ

*Nezabudnite sa vždy pri návšteve našej na  
sezónne nápoje, ale i pochutini obsluhi našej  
opítar.*



HOJNOSTI SPOLOK





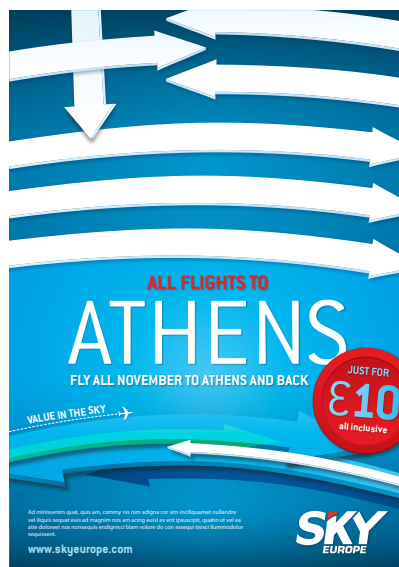
vôbec nič. Ale môj brat vtedy fungoval v Prahe v jednom malom českom kreatívnom štúdiu a nejako sme začali paradoxne robiť pre českých klientov. Bol to napr. alternatívny mobilný operátor Contactel, alebo vtedy ešte na Slovensku neznámy developer Finep. Robili sme napríklad tender pre českého výrobcu nábojov Sellier & Bellot, ktorý sme aj akože vyhrali, ale klient následne rozpustil marketingové oddelenie s tým, že reklamu nepotrebuje. Postupne sme však začali naberať klientov aj tu. V tom čase sme robili pre klientov, ako Matador, Medissimo, mBank, Hydrotour, či Sky Europe, ale aj sieť lekární Dr. Max, či City Gate v Bratislave. Je toho viac.

Odmietol si nejakú zákazku? Odmietam robiť politické kampane. To sa mi už naozaj prieči. Dnes už za nami ani nechodia, lebo nemajú peniaze. Asi je krátko po voľbách a ešte nestihli naškrabať, ale minulé voľby (2010) bolo tých ponúk relatívne veľa. Je pravda, že moji kolegovia nejaké veci robili, ale ja osobne som si povedal, že tomu nevenujem ani minútu. Ale robili sme aj malé kampane pre nebankovky (nie tie vytunelované) a neviem, či by som sa do toho ešte pustil. A potom sa v tomto biznise pohybujú ľudia, ktorých náplňou práce je niekoho poznať a nechajú si za to zaplatiť. Prieči sa mi dávať takéto „provízie“ a žiaľ, je to pomerne štandardná záležitosť. Čisté a transparentné tendre sú, podľa môjho názoru, ilúziou. Myslím také, kde

rozhoduje najlepšie riešenie a cena. Dnes sa ľudia čudujú kauze Gorila, ale že to takto funguje sa vie už koľko? Odjakživa a pritom sa všetci tvária, akoby to bola nejaká novinka.

A čo Shtoor? Ako prišlo tomu, že si si otvoril kaviareň? Asi ako každý, keď som bol malý, tak sme sa hrávali na obchod, páčilo sa nám to. Ale, aj keď moji spoločníci hovoria, že to nie je pravda, jedno-ducho sme nemali kam chodiť na kávu. Nie že by nás to veľmi trápilo, ale nejaký čas sme s takouto myšlienkou koketovali. Až prišiel voľný priestor na Štúrovej v Bratislave a tak sme si povedali, že to vyskúšame. Keby som bol vtedy vedel, koľko je to roboty, tak by som to v živote nešiel robiť. Ale je to v istom zmysle poctivý biznis, aj keď ťažký. Keď si niekto myslí, že to je zlatá baňa, tak jedine vtedy, keď to robíš v slovenskom štandarde a je ti v podstate jedno, čo ľuďom naserviruješ. Sťažovať sa však nemôžeme. Vieme na tom zarobiť, ale sú to vydraté peniaze.

V kaviarni Shtoor si riešil celú vizuálnu identitu. Aj interiér? Áno. Celý interiérový dizajn. Nedávno sme dostali aj cenu od časopisu Barmagazine – Slovak Bar Awards 2011 – za najlepši barový dizajn pre kaviareň Shtoor na Panskej ulici. A pritom to nie je nič špeciálne a drahé. Nájdeš tu nábytok z IKEA, alebo sme boli napríklad kúpiť aj stolík od Halabalu v českom bazáre, lebo u nás nič také nie je. Tam sme našli aj pekné trojuholníkové



NOVÝ VIZUÁL PRE SKY EUROPE  
SA NESTIHOĽ KVÔLI KRACHU  
LETECKEJ SPOLOČNOSTI  
IMPLEMENTOVAŤ.

stolíky zo 60. rokov, ktoré mali na vrchu ešte umakart. Ale nebol pôvodný a nám sa do interiéru nehodil, tak sme ho nahradili drevenou dyhou. Pokombinovali sme tak naozaj rôzne veci, dokonca niektoré lampy som aj osobitne vyrábal. Podľa mňa nie je dôležité dať ľuďom nejaký značkový nábytok, ale celkovú atmosféru.

Takže si prešiel od Benku na VŠVU k Shtoorovi. Prečo práve Štúr? Ja som to mal v rodine odmalička. Môj otec robil v Matici slovenskej, ale štúrovcom a slovenskému obrozeniu sa venoval ešte za socializmu, keď robil rôzne relácie do rozhlasu, aj keď pod pseudonymom, lebo ho odtiaľ vyhodili. Ale hlavným motívom bola Štúrova ulica. Hľadali sme názov a chceli sme pritom urobiť niečo autentické, domáce a poctivé. Toto sme dali dohromady spolu s názvom ulice a našli sme tohto pána, ktorý je vlastne ikonou a veľmi dobre to zafungovalo. Veď aj on sa snažil robiť niečo pre náš jazyk. Veľa ľudí sa nás pýta, ako to vzniklo, ale úspech sa nedá naplánovať. Keď sa pozerám späť, tak vlastne veľmi veľa vecí muselo klapnúť dohromady. Možno náhodou, možno s dávkou šťastia, ale pri mnohých veciach sme mali celkom jasno. Reakcia ľudí sa dá však odhadnúť iba ťažko a ja mám často problém, že nerobím veci väčšinového vkusu.

Čo ťa na práci grafického dizajnéra nebaví? Možno to vyznie divne, ale predávanie klientom. Je to práca, ktorá je už nad rámec dizajnu a kreativity. V okamihu prezentácie je z hľadiska dizajnéra už všetko vyriešené. Mám za sebou obrovské množ-

stvo prezentácií, ale stále sa dokážem čudovať, ako mnohí klienti nevidia rozdiel medzi dobrou a zlou prácou. Presviedčať ich potom je nesmierne ťažké. A navyše, nemá význam triať sa do klientskeho vkusu, lebo je to v podstate nefunkčný model. Keď sa klient nevie rozhodnúť, navrhujem im testovanie, kde je možné skúmať merateľné kategórie typu čitateľnosť, zrozumiteľnosť, či afinita. Kategóriu „páči / nepáči“ však ovplyvniť neviem.

Stretol si sa s nejakou reakciou, ktorá ťa zaskočila? Denne sa s takými stretávam a reakcie klientov dokážu byť šokujúce. Možno je to tým, že v 90. rokoch nevedel o reklame a dizajne nikto nič a klienti boli akísi odovzdanejší. Teraz je naopak rôznych odborníkov ako maku, a pritom je často z prvej vety poznať, že tomu nerozumejú. Rád to prirovnávam k situácii, keď prídeš do nemocnice, tiež nikomu nehovoríš, ako ti má operovať srdce, lebo o tom nemáš ani páru. Viem, že pri dizajne nejde o život zachraňujúci výkon, ale aj pri značke a dizajne môže ísť o rozhodnutia, ktoré spôsobia, či značka prežije alebo nie.



UKÁŽKA Z BILBORDOVEJ  
KAMPANE PRE BRATISLAVSKÚ  
POKEROVÚ HERŇU.





TENTO ČLÁNOK VZNIKOL  
V RÁMCI PREDMETU INTERPRETÁCIA  
V GRAFICKOM DIZAJNE, POD VEDENÍM  
MARCELA BENČÍKA

SÉRIA TRIČIEK (NIELEN)  
PRE INTERNETOVÉ  
KNÍHKUPECTVO  
MARTINUS.SK

## Recenzie knižných noviniek

Text: Palo Bálik

Foto: archív autora

Ponúkame malú ochutnávku publikácií od grafických dizajnérov pre grafických dizajnérov. Palo Bálik vybral pre vás knihy, ktoré v knižnici oceníte pre ich obsah aj formu. Tri tituly, tri rozličné vydavateľstvá, tri rôzne pohľady na inovatívne spracovanie publikácie.

Atlas odlahlých ostrovov – Judith Schalansky, vydavateľstvo 65. pole, 2011

Pôvodne nemecká kniha vyšla roku 2011 v českom preklade vydavateľstva 65. pole s podtitulom „Padesát ostrovů, které jsem nikdy nenavštívila a nikdy nenavštívím“. Podtitul odkazuje k autorkinmu detstvu strávenému na zlej strane Berlínskeho múra, kde sa až do jeho pádu cestovalo hlavne prstom na mape. Pociť z frustrácie, z neslobody pohybu, taký známy väčšine Východoeurópanov, však posilnil istú poetickosť a slobodomyselnú víziu s akou autorka k danému subjektu pristupuje. Atlas má bližšie k záznamom prvých cestovateľov a dobrodruhov než k dnešnej „google“ generácii. Je to pôvabná cesta päťdesiatimi najvzdialenejšími a najopustenejšími ostrovmi sveta, prostredníctvom vydareného súhrnu štúdia máp, typografie, dizajnu a ilustrácií, za ktorý autorka získala ocenenie Najkrajšia kniha Nemecka za rok 2010.

Kniha je vizuálne bezchybne vystavaná. Každý ostrov sa rozprestiera na jednej dvojstrane. Jemné kartografické ilustrácie, centrálné komponované na každej druhej strane, akcentujú izoláciu opisovaných ostrovov. Tie sú priam v akademickej opozícii s exaltovanými medailónmi, ktoré približujú čudné histórie ostrovov – od dobývania, epidémií, hladomorov, pohrebov až po svadby a narodenia. Autorka využíva fluorescenčnú oranžovú farbu na vyznačenie rôznych dát, ako napríklad človekom vytvorené zásahy, vzdialenosti k najbližším pevninám, spolu s malým grafickým kľúčom na každej strane, ktorý ukazuje polohu každého ostrova v širšej mierke. Všetky tieto detaily uľahčujú navigáciu v knihe a poskytujú kontrast tichej elegancie sadzby voči ilustrácii.

Atlas narúša nielen tradičný pohľad na autorský subjektívne publikácie grafických dizajnérov, ale má potenciál ukázať širšiemu publiku, že kartografia môže byť poeticky dobrodružná.

Studio Culture: The Secret Life of the Graphic Design Studio – Adrian Shaughnessy, Tony Brook, vydavateľstvo Unit Editions, 2009

Vydavateľstvo Unit Editions založili Adrian Shaughnessy a Tony Brook a hneď prvý knižný debut je naplnením ich misie „vydávať knihy od grafických dizajnérov pre grafických dizajnérov“.

Autori knižného projektu robili interview s 28 prestížnymi grafickými štúdiami o tom, čo to znamená viesť vlastný biznis. Rozhovory sú také informatívne, bohaté a osviežujúce, až máte pocit, že ste súčasťou samotnej konverzácie. Adrian Shaughnessy svoj pozoruhodný vydavateľský zámer zdôvodňuje takto: „Grafickí dizajnéri bežne hovoria o všetkom možnom, s výnimkou toho, ako vedú svoje štúdiá. Možno preto, lebo väčšina z nich na to prichádza iba postupne, jednoducho vám v tom nikto neporadí.“

Autori projektu nekládli dôraz iba na formálne otázky typu: ako ste začínali, ako si hľadáte klientov, ako si zariaďujete pracovné prostredie, ale aj akú hudbu pri práci počúvate alebo ako financujete svoje aktivity. Je to akýsi pohľad do zákulisia sveta, ktorý bežne zostáva skrytý a je často zbytočne mystifikovaný. Odpovede sú síce rôzne, ale náhľad do životov spovedaných dizajnérov zanecháva viac menej rovnaký dojem: všetci robia prácu snov! Ako hovorí Mason Wells zo štúdia Bibliothèque: „Spustenie chodu štúdia sa zdalo ako ďalší krok – prirodzený krok na získanie nezávislosti a hlavne luxusu robiť prácu, ktorú sme vždy chceli robiť.“

Ak je vašim snom otvorenie vlastného štúdia, kniha Studio Culture vám prezradí všetko, čo ste chceli vedieť, ale báli ste sa opýtať, aby ste nevyzerali ako úplný amatér. Popri knihách pre dnešnú „fffound generáciu“, ktoré sú zaplnené iba obrázkami s popiskami, je táto publikácia konečne aj na čítanie, a hlavne na zamyslenie.



Manual of Typography  
(Manuale tipografico) – Giambattista Bodoni,  
vydavateľstvo Taschen, 2010

Otec a jeden z najoslavovanejších tvorcov moderných typov písma Giambattista Bodoni začal zhromažďovať štandardnú encyklopédiu tlačenej abecedy od roku 1818. Prvýkrát vyšlo toto obdivuhodné dielo až po jeho smrti v limitovanej edícii 250 kusov a predstavovalo 142 súborov stojatých a kurzívových písiem, ornamentov, okrajov, symbolov, rovnako ako aj cudzojazyčné abecedy zahrnujúce grécku, hebrejskú, ruskú, arabskú, fenickú, arménsku, koptskú, či dokonca tibetskú. Takmer po 200 rokoch vychádza encyklopédia znovu, tento raz vo výpravnej reedícii vydavateľstva Taschen.

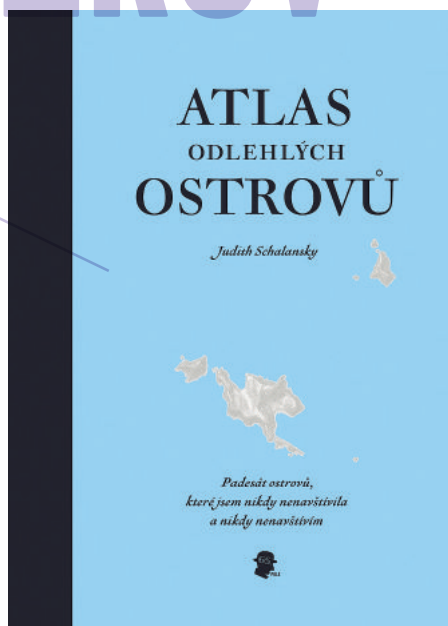
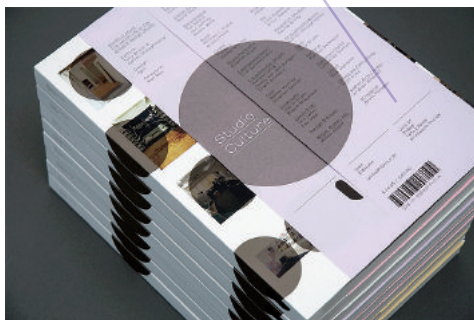
Táto kniha sa dá považovať za akýsi ekvivalent Darwinovho „Pôvodu druhov“, a preto by sa mala stať súčasťou knižnice každého písmara alebo grafického dizajnéra. Je to rozhodne jedna z najmonumentálnejších zbierok písiem vytvorených človekom v obdobiach, keď rôzne kultúry a jazyky neboli tak úzko späté ako dnes a hranice neboli prekonateľné zopár hodinami letu. Rozsah a hĺbka práce je výnimočná, nezahŕňa iba písma, ale celý rad znakov až po výplnkový materiál. Táto úžasná encyklopédia je súhrnom štyroch dekád Bodoniho úmornej práce a stala jeho kariérnym aj životným monumentom. Bodoniho koncepcia tvorby písma sa zakladala na štyroch hlavných princípoch: jednotnosť, tvar, ostrosť, dobrý vkus a šarm. Jeho tvorba sa vyznačuje jedinečnou technickou vycibrenosťou, ktorá v písmach stelesňuje čistotu a jemnosť.

Knihe síce chýba klasická štruktúra, nemá obsah, nadpisy ani záhlavia, ale presne tak to asi Bodoni zamýšľal. Jednoducho chcel zostaviť iba vzorkovníku písiem. Ak by ste pri listovaní chceli spozorovať

podstatnejší rozdiel v reprodukovanom písme, musíte zalistovať aspoň 20 strán dozadu alebo dopredu. Zažívate pritom nejasný pocit, že niekto, kto si knihu prezeral v roku 1850, mal asi bystrejšie oko pre detail pri takej jemnej diferenciacii písma, ktorú dnešní dizajnéri pri obrovskom počte súčasných písiem nedokážu oceniť.

V kapse z vnútornej strany obálky je vložený rozšírený predslov ku knihe, editovaný Stephanom Fusselom. Ilustruje pozadie Bodoniho života a typografické vplyvy jeho obdobia. Tie sú nasledované listami jeho ženy a samotné poznámky Bodoniho k písmam, ktoré sú asi najväčšou perlou na čítanie.

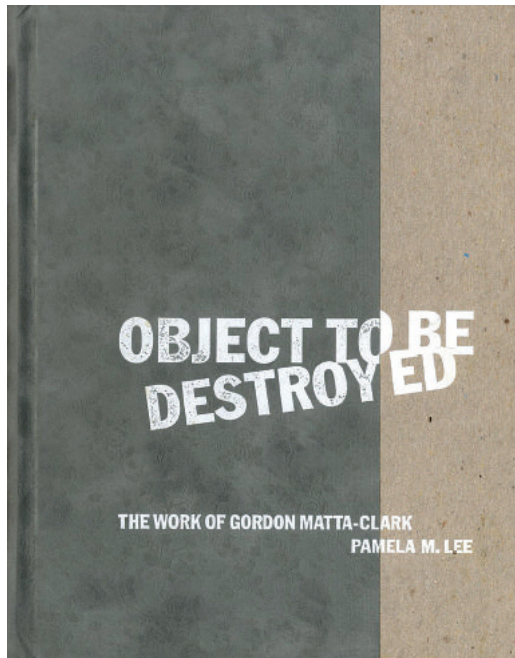
I keď je táto kniha veľmi revolučná, čas jej stále viac ubera na relevantnosti. Nielen preto, že za posledných 100 rokov zaznamenala tvorba písma obrovský pokrok, ale hlavne za posledných 20 rokov sa písmová tvorba od základu zmenila. Niektorým súčasným čitateľom sa encyklopédia môže zdať ťažkopádna, ak jej obsah porovnáme s radikálnymi súčasnými sanserifovými písmami, ktoré máme ten luxus a slobodu používať (a je pritom iróniou, že mnohé sú odvodené práve z Bodoniho diela). Človek, ktorý má pozitívny vzťah k histórii, však túto ťažkotonážnu publikáciu určite ocení. Nikdy neviete, kto sa vám môže v noci zakrádať v knižnici.







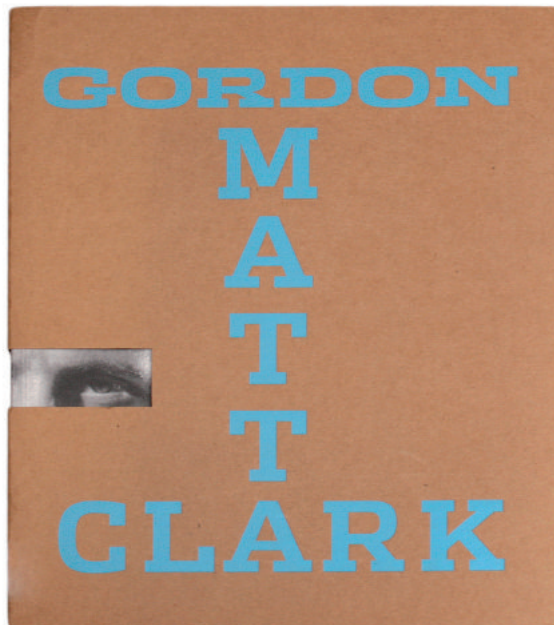
JAMES GOGGIN, ZAKLADATEL ŠTÚDIA PRACTISE A MOMENTÁLNE RIADITEĽ ODDELENIA DIZAJNU, PUBLIKOVANIA A NOVÝCH MÉDIÍ V MÚZEU SÚČASNÉHO UMENIA V CHICAGU. DO ROKU 2010 PÔSOBIĽ NA WERKPLAATS TYPOGRAPHIE V ARNHEME.



OBJECT TO BE DESTROYED: THE WORK OF GORDON MATTA-CLARK, MIT PRESS, 2001.



GORDON MATTA-CLARK, PHAIDON, 2003, DIZAJN KNIHY: JULIA HASTING.



GORDON MATTA-CLARK: YOU ARE THE MEASURE, WHITNEY/YALE, 2007.

**Komplex Matta-Clark**  
**Materiál, interpretácia a dizajnér**  
**Text: James Goggin**  
**Preklad: Eva Kašáková**

Zásadnou súčasťou grafického dizajnu a najmä dizajnu kníh, je výber materiálov vhodných pre daný projekt. Čo sa kníh týka, dalo by sa povedať, že grafický dizajn zasahuje do teritória produktového dizajnu. Knihy sú trojrozmerné objekty a dizajnér musí brať do úvahy ich estetickú stránku, štruktúru a funkciu. Efektívne využitie materiálov dokáže komunikovať s obsahom knihy, dať jej určitý charakter a presvedčiť čitateľa, aby si knihu prezrel.

Alternatívny titulok pre tento text by mohol znieť „Pokušenie interpretácie“. Toto pokušenie leží v širokej škále materiálov, ktoré má dizajnér k dispozícii a spôsob, akým sa rozhodne interpretovať daný obsah.

Ako ďaleko by som mal zájsť s interpretáciou obsahu prostredníctvom výberu materiálov je otázka, ktorú si ja sám musím zodpovedať pri každom projekte. Špeciálne pri dizajne umeleckých kníh, ktoré tvoria veľkú časť mojej práce. Kľúčová rola dizajnéra nespočíva len v tom, že sa musí zaoberať obsahom knihy, ale taktiež vo výskume a v jeho pochopení. Kritická analýza obsahu a aplikácia týchto vedomostí väčšinou vyústi do esteticky aj konceptuálne dobre navrhutej knihy. Avšak existuje tenká línia, ktorá oddeľuje relevantnú, priamu referenciu na autorovu tvorbu a viac či menej užitočný paškvil.

Sú autori, s ktorými dizajnér doslova riskuje zjednodušenie obsahu knihy na paródiu, či zmazanie hranice medzi prácou umelca a dokumentom (knihou). Kniha by mala subjektívne vyjadrovať prácu umelca sympatickou cestou, ale nemala by byť snahou stať sa touto prácou, alebo byť za ňu považovaná. Keď upravujem knihu, snažím sa použiť relevantné materiály v určitej miere, ale napriek všeobecnej dôvere v moju interpretáciu obsahu vždy sa stretávam s určitým elementom neistoty: bol som dostatočne pozorný? To, čo sa mne zdalo byť múdрым rozhodnutím, sa niekomu inému môže zdať zbytočnou imitáciou.

Podobné obavy sú na mieste v prípade kníh o americkom umelcovi Gordonovi Matta-Clarkovi, kultovej postave architektúry a umenia, ktoré sledujem posledných desať rokov. Matta-Clark je slávny najmä svojimi, ako ich sám nazýva, „building-cuts“, zo sedemdesiatych rokov, keď v opustených budovách rezal časti podláh, stropov a stien.

Dizajn knihy, ktorá sa zaoberá dielom jedného výtvarníka, často obsahuje určité motívy alebo odkazy na jeho dielo: konkrétny materiál na obale knihy, vybrané textové písmo. Priznám sa, že ani ja nie som v tomto smere úplne bez viny, keďže takýto postup je užitočný vo vyjadrení špecifických myšlienok umelcovej práce. Knihy o Matta-Clarkovi sú preto ideálnou prípadovou štúdiou o tom, ako ďaleko by mal zájsť dizajn v odkazoch na umenie. Matta-Clark zomrel predčasne v roku 1978, vo veku 35 rokov, a jeho dočasná, *site-specific* práca, teraz existuje už len vo forme dokumentov, a to najmä v knihách. Tento fakt automaticky zvyšuje možnosť zámenny výtvarného diela, jeho dokumentácie a knihy. Niekoľko kníh, ktoré posmrtné vyšli o Matta-Clarkovi, napodobňujú jeho intervencie, či odkazujú na architektonické materiály z práce umelca v konštrukcii (alebo dekonštrukcii) knihy a typografii.

Prvá verzia knihy *Object to be Destroyed: The Work of Gordon Matta-Clark* (MIT Press, 2001) ktorú som našiel, bola vlastne až jej druhým vydaním: mákká väzba, ktorá by sa dala opísať ako imitácia imitácie. Táto edícia sa pokúšala v sploštenej fotografickej podobe napodobniť mix papierovej tapety a sivého kartónu, ktoré boli použité na originálnych tvrdých doskách prvého vydania. Obidve vydania majú titulok na obálke typograficky rozseknutý cez dve textúry. Stránky sú vysádzané v štandardnom katalógovom formáte, serifovým písmom so širokými okrajmi, a sprevádza ich občasný šikmý nadpis, dodržiavajúci dizajn z obálky. Takýto dizajnerský prístup má sprostredkovať základnú myšlienku Matta-Clarkovej práce bez použitia archívnej fotografie, komunikujúc jeho výtvarnú metódu cez zaobchádzanie s materiálom a typografiou.

Moju pozornosť nedávno, ale oneskorene, pritiahol článok Lindy Eermeovej a Robina Kinrossa o troch knihách o Gordon Matta-Clarkovej práci (Domus, 2003, číslo 863). Vyšiel ako pravidelný stĺpček Eermeovej a Kinrossa, v ktorom preberali dve predchádzajúce Matta-Clarkove knihy a vtedy čerstvo vydanú, rozšafne spracovanú knihu Gordon Matta-Clark (Phaidon, 2003). Tento článok vyznačuje bod, kde knihy o Matta-Clarkovi prechádzajú od jemného náznaku k viac zjavnej forme referencie, hraničiacej s karikatúrou. Eerme opisuje situáciu, kde knižný dizajnér „je neschopný odolať pokušeniu začať súťažiť s umelcom“. Obalové dosky, znázorňujúce Matta-Clarkovo dielo *Rozdelenie* (Splitting, 1974), majú vybratý veľký kus z chrbta knihy, odhaľujúc tak ostentatívnu červenú niť použitú na väzbu. Táto originálna tvrdá väzba je prirodzene atraktívna, obdivne vyhotovená a môžeme usudzovať, komerčne úspešná (kniha je momentálne

vypredaná). Dalo by sa teda namietat', že dramatický rez chrbtom knihy bol nápaditý spôsob, ako upútať pozornosť širšieho publika na dielo umelca. Na druhej strane hrozí nebezpečenstvo, že hodnota Matta-Clarkových rezov budov bude trivializovaná, ak sa použije čisto ako dekoratívny nástroj.

Pri dizajne a produkcii jeho vlastnej knihy dokumentujúcej Splitting – vydanej vydavateľstvom 98 Greene Streddt Loft Press v roku 1974 – Matta-Clark spokojne nechal, nech jeho dramatická práca hovorí sama za seba. Jednoduchý obal je vysádzaný bezserifovým písmom a diela vnútri sú vyobrazené na prekrývajúcich sa fotografiách.

Vo Wall Paper (Buffalo Press, 1973), ďalšej knihe spracovanej Matta-Clarkom, sa samotná publikácia stáva in-situ umeleckým dielom, kde proces jeho rezov nie je použitý na imitovanie jeho práce, ale ho nahrádza. Budova zdokumentovaná vo Wall Paper bola zničená predtým, ako sa tam mohol Matta-Clark vrátiť a rozpoliť ju, takže namiesto nej rozpolil knihu. Čitateľ „krája“ budovu s každým otočením stránky.

V poslednej knihe o Matta-Clarkovi, ktorú mám na poličke (Gordon Matta-Clark: You Are the Measure (Whitney / Yale, 2007), dizajnér takisto robí rezy: tentoraz na kartónovej obálke, odhaľujúce tak časť portréту umelca. Táto explicitná referencia, takmer napodobenina, je stále prítomná, avšak prekonáva paródiu so svojou materiálovou hrou medzi výsekom, fotografiou a typografiou. Výsek dostáva dvojnásobnú funkčnosť: všimnite si úhľadne vynechaný priestor pre taký dôležitý čiarový kód.

Paralelne, podobné otázky sprevádzajúce knihy Matta-Clarka, vyplávali na povrch pri dizajne knihy britského výtvarníka DJ Simpsona (Mead Gallery, 2007) DJ Simpson: Selected Works 2000-5, na ktorej som pracoval spolu s dizajnérkou Sarou de Bondovou. Simpson je známy svojou metódou substrakcie, pri ktorej používa frézu na „kreslenie“ vrtním čiar cez rôzne povrchy ako drevotrieska, hliník, Formica alebo perspex.

Všimli sme si, že predchádzajúca kniha o Simpsonovi napodobňovala umelcovu prácu s naškriabaným nadpisovým písmom, a preto sme sa my pokúsili vytvoriť, aspoň podľa nášho úsudku, jemnejšie referencie. Nadpisy a texty boli vysádzané písmami, ktoré boli odvodené od rysovej a vyrezávanej typografie – technika často používaná na vyvrtanie písma do materiálov podobných ako používa Simpson, ale v rovnomernejšom štýle. S naším perspexovým obalom sme sa

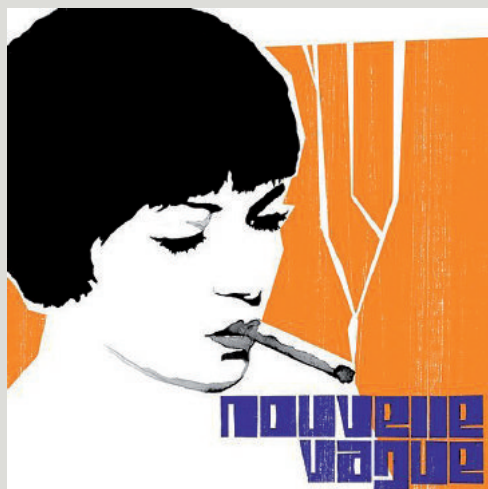
snažili komunikovať napätie medzi doskou žiarivo červeného plastu a Simpsonovou deštrukciou rovnakého materiálu zdokumentovaného vnútri knihy. Pri spätnom pohľade sme boli možno rovnako vinní z príliš nadšenej interpretácie, z pokusu súťažiť s umelcom. Riziko takéhoto prístupu je, že začne meniť samotnú knihu na umelecké dielo, namiesto toho, aby radšej umožnil umeniu hovoriť prostredníctvom knihy.

Kľúčová dilema teda zostáva: kde dizajnér položí hranicu medzi zaujatie obsahom a čistou dekoráciou? Aj keď musíme brať do úvahy obsah projektu a jeho kontext, táto otázka nám pripomína, aby sme nezabudli chápať knihu ako funkčný objekt. Kvalita knižného stvárnenia môže byť daná ako priorita, čo je síce základná požiadavka, ale prekvapujúco často ju súčasní dizajnéri prehliadajú. Je na väzbu použitý správny lep? Otvára sa kniha ľahko, a zostane potom otvorená? Drží sa pohodlne pri dlhšom čítaní? Existujúce „ready-made“ formáty (vreckové knihy v mäkkej väzbe, detské knihy, slovníky atď.) môžu byť oveľa citlivejšie ku knižnej funkčnosti ako efektne výtvarné knihy.

Vystrihať sa prílišnej interpretácie nemusí mať za následok snahu o nedosiahnuteľnú (a nežiaducu) objektivitu, ale skôr všímavý, subjektívny prístup, aj keď to neznamená okamžité rozpoznanie umelca. Keď sú obsah a materiály interpretované a kombinované rovnovážnym spôsobom, výsledok môže byť väčší ako súčet jednotlivých častí. Je to potom transformácia daného materiálu prostredníctvom elegantnej alchymie, radšej ako copy-and-paste napodobenina.

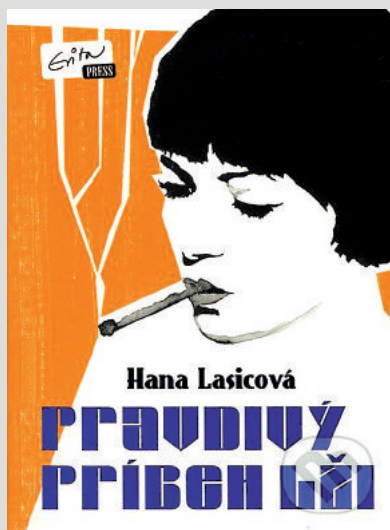
ESEJ JAMESA GOGGINA Z KNIHY THE FORM OF THE BOOK BOOK, VYDANEJ VYDAVATEĽSTVOM OCCASIONAL PAPERS (WWW.OCCASIONALPAPERS.ORG) V ROKU 2009. EDITORI: SARA DE BOND T A FRASER MUGGERIDGE.





NOUVELLE VAGUE, OBAL CD  
PEACEFROG, 2004  
DIZAJN: DYLAN KENDLE / TOMATO  
ILUSTRÁCIA: GILES DEACON.

# NÁJDI PÄŤ ROZDIELOV



HANA LASICOVÁ, PRAVDIVÝ  
PRÍBEH LŽI, KNIŽNÝ PREBAL  
EVITAPRESS, 2010  
DIZAJN: ROMAN PIFFL.

## Nedôstojná rola americkej „korporátnej“ legendy

Text: Pavel Noga

Foto: archív autora

### Chermayeff & Geismar v New Yorku

Milovníci výročí si tento rok môžu do svojho kalendára pripísať 80. narodeniny klasika amerického grafického dizajnu Ivana Chermayeffa. Keď v roku 1960 so svojim spolužiakom z Yale University Tomom Geismarom (osemdesiatku oslávil vlní) v New Yorku zakladali agentúru Chermayeff & Geismar, mali už za sebou štvorročnú spoluprácu s Robertom Brownjohnom. Zaoberali sa predovšetkým knižným dizajnom, navrhovaním obalov gramofónových platní a ilustráciami (okrem iných aj pre Pepsi-Colu). Robert Brownjohn sa odsťahoval do Londýna a Ivana Chermayeffa s Tomom Geismarom čakala zásadná zákazka, ktorá ovplyvnila všetky nasledujúce realizácie ich agentúry: modrý osemuholníkový znak, ktorý Chermayeff & Geismar v roku 1960 vytvorili pre The Chase Manhattan Bank, sa stal pre mladých grafikov vstupenkou do extraligy amerického dizajnu. Neskôr obaja spomínali na neľahký súboj, ktorý pri presadzovaní svojho návrhu podstúpili s vedením banky. Ako už býva v podobných situáciách zvykom, tí istí ľudia z predstavenstva banky, ktorí sa novému logu najviac bránili, sa ním skoro veľmi radi chválili. Začiatkom šesťdesiatych rokov nebolo v Amerike totiž príliš obvyklé odvodzovať identitu firmy od abstraktného symbolu. Úspešný príklad známej newyorskej banky však čoskoro nasledovali aj ďalšie dôležité firmy. V nasledujúcich desaťročiach sa Chermayeff & Geismar stali vyhľadávanou a rešpektovanou firmou v oblasti firemnej identity. Pracovali okrem iného pre Xerox, Múzeum moderného umenia v New Yorku, Lincolnovo centrum alebo National Geographic.

Spolu s architektom Eliotom Noyesom sa v roku 1964 postarali o modernizáciu siete čerpacích staníc Mobil Oil. Základom úspešného projektu bol prelomový redizajn historického firemného logotypu. Tradičného červeného okrídleného koňa odsunuli od nápisu „mobil“. Samotný modrý nápis „mobil“ bol vypointovaný červeným písmenom „o“. Od tejto chvíle až do súčasnosti logo firmy Mobil Oil nestratilo nič zo svojej účinnosti a „modernosti“. Patrí medzi najznámejšie značky na svete.

Podobný postup Chermayeff & Geismar zvolili aj začiatkom sedemdesiatych rokov 20. storočia pri liftingu logotypu slávnej leteckej spoločnosti Pan American World Airways. Výraz „Pan Am“ vyslobodili z mriežky štylizovanej zemegule a vysádzali

tučnou Helveticou. Získali lapidárnu informáciu a jednoznačne čitateľný a ľahko zapamätateľný „vizuál“... S oblasťou dopravy je spojený aj ambiciózny projekt jednotného systému informačných piktografických symbolov, ktorý v roku 1974 Tom Geismar, ako vtedajší predseda Asociácie amerických dizajnérov (AIGA), osobne riadil. Na priamu objednávku amerického ministerstva dopravy bolo treba vyvinúť dostatočne dobre čitateľný systém orientačných znakov, ktoré by mohli byť využité v dôležitých dopravných uzloch celých Spojených štátov. Systém sa prvý raz testoval za účasti popredných amerických dizajnérov (okrem iného Massima Vigneliho alebo Rogera Cooka) a iných špecialistov na novo vybudovanom Termináli 4 letiska Johna F. Kennedyho v New Yorku. Projekt bol úspešný a vďaka tomu sa tento systém letiskového značenia rozšíril aj mimo hraníc USA – napríklad do Amsterdamu.

Ako vidno, agentúra Chermayeff & Geismar v priebehu času získavala popri lukratívnych zákazkách aj spoločenskú prestíž, ktorú najlepšie ilustruje už zmienené predsedníctvo Toma Geismara v organizácii AIGA. Mimoriadne uznanie práce Ivana Chermayeffa a Toma Geismara sa prejavovalo aj tým, že sa realizovalo ich grafické riešenie pavilónov Spojených štátov na Svetových výstavách v Montreale 1967 a Osake 1970.

Do dôležitej oblasti masovokomunikačných médií prenikli napríklad so svojou značkou pre PBS (Public Broadcasting Service) – nekomerčnú televíziu sieť združujúcu 354 televíznych staníc. Tri štylizované ľudské hlavy boli vytvorené ako protiklad k rozšírenému „iniciálovému“ riešeniu logo-



STARÉ LOGO PRAŽSKEJ ZOO,  
MICHAL ČIHLÁR, PRAHA, 1997.

typov (ABC, NBC, CNN), najmä z oblasti televíznych a rozhlasových staníc. Motív ľudských hláv má v očiach divákov verejnej televízie humanizovať.

V roku 1973 vytvorili pre bostonskú WGBH TV symbol „dvojky“. Na ľahšie zapamätanie si značky stanice bola vytvorená séria na tie časy bizarných a novátorských 3d aplikácií logotypu. Na verejnosti budila pozornosť dvojka ako torta, dvojka ako lopta pre futbalistov, dvojka ako detská hračka na ťahanie za sebou, dvojka pojazdná ako automobil atď.

V roku 1989 sa zlúčila významná nakladateľská firma Time s filmovým a hudobným konzorciom Warner Communications. Agentúra Chermayeff & Geismar pre novovzniknutý mediálny gigant navrhla logotyp, ktorého vzhľad kombinuje oko s uchom, a tak ideálne vystihuje podstatu činnosti firmy Time/Warner.

V roku 2005 sa stal novým spoločníkom v agentúre Ivana Chermayeffa a Toma Geismara izraelský dizajnér Sagi Haviv (1974) – medzi jeho najznámejšie práce patrí napríklad logotyp pre knižnicu amerického kongresu. Určite by sa dali urobiť dlhé výpočty ďalších úspešných a svetoznámych realizácií agentúry Chermayeff & Geismar, je však potrebné spomenúť aj jeden projekt, ktorý sa im tak úplne nepodaril.

#### Chermayeff & Geismar v Prahe

Na začiatku apríla riaditeľ pražskej zoologickej záhrady Miroslav Bobek oficiálne predstavil nový logotyp, ktorý vytvorila newyorská agentúra Chermayeff & Geismar ... Podľa pána Bobka je nové logo „príťažlivé, výrazné i optimistické“. Všetko vyzerá na prvý pohľad ako rozumné rozhodnutie. Medzinárodne uznávaná inštitúcia si na tvorbu nového vizuálneho štýlu pozvala renomovanú americkú dizajnérsku agentúru.

V skutočnosti je to všetko trochu zložitejšie. V roku 1997 vyzvali známeho pražského grafika Michala Cihlářa, aby vytvoril pre pražskú zoologickú záhradu nový vizuálny štýl. Hneď od nasledujúceho roku sa jeho logo vytvorené typickým „cihlárovským“ rukopisom linorytovej grafiky stalo oficiálnym logom pražskej zoo. Štylizovaná hlava koňa Przewalského sa ukázala byť veľmi šťastným riešením – zobrazuje najtypickejšieho obyvateľa pražskej zoo, ktorá sa ako jedna z mála záhrad na svete môže chváliť unikátnym programom chovu a návratu týchto divokých koní do pôvodného domova v mongolských stepiach. Originálny a ľahko zapamätateľný výtvarný rukopis Michala Cihlářa bolo možné aplikovať na všetky potrebné



S OBLASTOU DOPRAVY JE SPOJENÝ AMBICIÓZNY PROJEKT JEDNOTNÉHO SYSTÉMU INFORMAČNÝCH PIKTOGRAFIKÝCH SYMBOLOV, KTORÝ V ROKU 1974 TOM GEISMAR AKO PREDSEDA ASOCIÁCIE AMERICKÝCH DIZAJNÉROV (AIGA) OSOBNÉ RIADIL. NA PRIAMU OBJEDNÁVKU AMERICKÉHO MINISTERSTVA DOPRAVY MALI VYVINÚŤ DOSTATOČNE DOBRE ČITATELNÝ SYSTÉM ORIENTAČNÝCH ZNAKOV, KTORÉ BY MOHLI BYŤ VYUŽITÉ V DÔLEŽITÝCH DOPRAVNÝCH UZLOCH USA. NA PROJEKTE PRACOVALI NAJMÁ ROGER COOK A DON SHANOSKY.

**Mobil**



**NATIONAL GEOGRAPHIC**

**SHOWTIME**

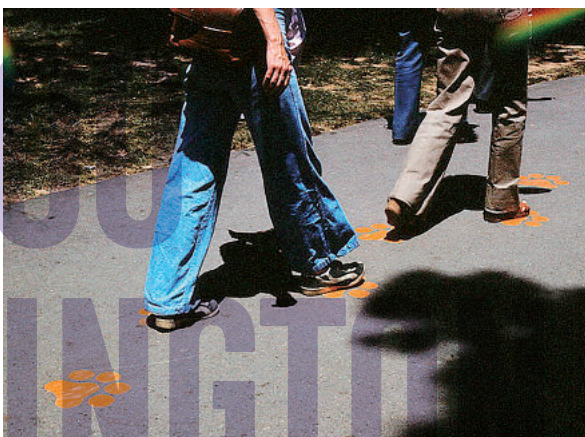


LOGOTYPY Z PORTFÓLIA AGENTÚRY CHERMAYEFF & GEISMAR BUDIA REŠEKT. REPREZENTUJÚ MEZINÁRODNE ZNÁME FIRMY A INŠTITÚCIE.





WASHINGTONSKÁ ZOO, BILL CANAAN A LANCE WYMAN, 1974. ZVIERATÁ SÚ ROZDELENÉ DO ŠIESTICH SKUPÍN, KTORÉ TVORIA SAMOSTATNÉ OKRUHY PREHLIADKY. KAŽDÁ SKUPINA JE REPREZENTOVANÁ FAREBNÝM PIKTOGRAMOM HLAVY A STOPY. TOTO TROJITÉ VIZUÁLNE KÓDOVANIE UMOŽNILO MINIMALIZOVAŤ MNOŽSTVO TEXTU A TÝM CELÝ SYSTÉM ZČITATELNI AJ PREDŠKOLSKÝM DEŤOM.



prostriedky vizuálnej komunikácie vrátane jedinečných darčkových predmetov, ktoré sa výborne predávali. Pražská zoo bola potom ľahko identifikovateľná aj bez prítomnosti samotného loga. Došlo k vzácnnej zhode medzi širokou verejnosťou a odborníkmi na dizajn. Všetkým sa Cihlářovo poňatie veľmi páčilo. Idylka skončila asi po desiatich rokoch. Autor sa nepohodol s vedením ZOO na novej zmluve a výške honoráru. Nasledovali nechutné súdne ťahanice, ktoré vyvrcholili súdnym zákazom používania Cihlářovho loga a bizarnou epizódou angažovania Vladimíra Veselého, ktorý na objednávku vedenia zoo Cihlářov rukopis neúspešne napodobňoval. Nový riaditeľ Miroslav Bobek sa hneď po nástupe do funkcie pokúsil spor s Cihlářom bez úspechu vyriešiť. Nasledovalo vyhlásenie nepodarenej verejnej súťaže na nové logo. Tlak odbornej

verejnosti pána riaditeľa najskôr donútil nerealizovať nič, čo vyšlo zo súťaže. Následne bolo prijaté tzv. „dočasné logo“ – typografické riešenie bez zobrazenia zvierat.

Tým sa získal čas na vyhlásenie novej, tentoraz už dokonca medzinárodnej súťaže. V oficiálnej tlačovej správe ZOO Praha sa okrem iného píše: „Oslovili sme päť popredných štúdií v USA, Nemecku a Taliansku a jedno v Českej republike. V našich podmienkach pre výber zhotoviteľa logotypu a grafického manuálu ZOO Praha boli napríklad požiadavky, aby náš budúci partner mal vo svojom portfóliu jednak logo všeobecne známej nadnárodnej spoločnosti, jednak logo inej známej zoo, akvária či organizácie pôsobiacej v medzinárodnom meradle na poli ochrany prírody. Súčasne

sme si stanovili finančný limit na vytvorenie nielen loga, ale aj celého grafického manuálu – a to na rovnakú čiastku, akú po nás za užívanie svojho loga súdne požaduje Michal Cihlář, teda 1 800 000 Kč“. Víťazom tendra sa nakoniec stala agentúra Chermayeff & Geismar. V tlačovej správe sa ďalej píše: „Sagi Haviv priletel spolu s Ivanom Chermayeffom vlni do Prahy, aby si detailne prezreli ZOO a pohovorili si s radom jej zamestnancov. Popri našom písomnom zadaní a detailnom opise dôležitých aspektov z minulosti i súčasnosti ZOO Praha im táto návšteva poslúžila ako východisko pre tvorbu nového loga a základov jej budúceho vizuálneho štýlu“.

Zverejnenie týchto informácií podnietilo rozhorčenú diskusiu. Jej účastníci jednak kritizovali fakt, že vedenie spoločnosti nebolo ochotné dať zmienenu sumu Michalovi Cihlářovi, aby sa mohlo nadviazať na úspešné obdobie prezentácie pražskej ZOO, jednak sa smiali faktu, ako si páni z New Yorku idú do Prahy poklábosiť so zamestnancami ZOO ... Kritika by možno nebola taká silná, keby americká firma vytvorila skutočne kvalitné a podarené logo.

Chermayeff & Geismar a originálne logo?

V roku 1999 urobila agentúra Chermayeff & Geismar redizajn vizuálneho štýlu najväčšieho komplexu múzeí v USA – Smithsonian Institution vo Washingtone. Smithsonian Institution obsahuje 19 múzeí a výskumných ústavov, a rovnako aj Národnú zoologickú záhradu. Pri spracúvaní takéhoto rozsiahleho projektu sa určite podrobne zoznámili aj s historickým vývojom vizuálnej komunikácie Smithsonian Institution. Výsledkom práce nakoniec bolo logo so štylizovaným žltým slnkom v modrom kruhu, ktoré postupne zaštitilo všetky aktivity inštitúcie.

Pre Smithsonian Institution a Národnú ZOO vo Washingtone však už v minulosti samozrejme pracoval aj rad iných špičkových amerických grafikov. Začiatkom sedemdesiatych rokov 20. storočia to boli okrem iných Bill Canaan a Lance Wyman. Bill Canaan (a jeho agentúra BC&CO) realizovali napríklad kompletný informačný systém metra pre Washington (1974). Lance Wyman sa asi najviac preslávil svojimi informačnými piktogramami pre olympiádu v Mexiku 1968 – na základe úspechu tohto projektu ho oslovilo mesto Mexico City, aby im vytvoril informačný systém pre mestskú verejnú dopravu – špecifickosťou tamojšieho prostredia je veľký počet (niekoľko miliónov) negramotných obyvateľov. Preto je celý systém postavený na obrázkových piktogramoch a dodnes sa používa.

Ako už bolo povedané, páni Canaan a Wyman spolu v roku 1973 vypracovali vizuálny a orientačný systém pre Národnú zoologickú záhradu vo Washingtone. Neoddeliteľnou súčasťou systému boli aj orientačné tabule s delením zvierat do šiestich základných skupín – popri piktogramoch štylizovaných hláv tam dominovali predovšetkým ich stopy! Vedľa zvislých značení sa stopy vyskytovali aj na chodníkoch. Podľa stôp ste mohli dôjsť k svojmu zvieratku.

Aj nové logo pražskej zoologickej záhrady, od takého nádejného Sagiho Haviva a jeho agentúry Chermayeff & Geismar, je zostavené zo zvieracích stôp. Skladá sa z farebných stôp obojživelníka, plaza, vtáka a dvoch cicavcov – šelmy a kopytníka. Zrejme nepôjde o obyčajnú náhodu, že sa niekto, kto dobre pozná vizuálny štýl washingtonskej záhrady zo začiatku sedemdesiatych rokov, pustí do jeho priamej citácie (použil som veľmi korektný výraz). Uvidíme, či sa v pražskej zoo budú tiež maľovať na chodníky zvieracie stopy. Ak áno, možno, že by to mal niekto povedať pánom Canaanovi a Wymanovi. Niektoré sa možno spolieha, že čo je za morom, nie je z Ameriky vidieť (a naopak). A čo na to pán riaditeľ Miroslav Bobek? Bolo to dobre investovaných 1 800 000 Kč?



NOVÉ LOGO PRAŽSKÉ ZOO,  
AGENTÚRA CHERMAYEFF  
& GEISMAR, NEW YORK, 2012.

**Dizajnér ako tvorca udržateľnosti  
a spolupáchateľ ducha doby  
Reportáž z konferencie Typoberlin  
Text a foto: Pavel Noga**

Dizajnér môže byť kúzelníkom, ktorý chodcom vykúzlí mimovoľný úsmev na perách príjemne stvárneným verejným priestranstvom alebo aspoň úškrn úľavy ľuďom, utrápeným krízou, keď presne pomenuje pôvodcu ich problému minimalisticky poňatým politickým vtipom alebo ponúkne snovú víziu vymodelovaním zatiaľ neexistujúcej reality. Sme už dávno zvyknutí hovoriť o udržateľnosti života na zemi a tohtoročná konferencia TypoBerlin ponúkla príležitosť hovoriť o „udržateľnosti dizajnu“.

Na prvý pohľad sa mi to zdalo trochu patetické, neskôr som však musel dať tohtoročným dramaturgom za pravdu. Hoci každý prednášajúci hovoril o niečom sčasti inom, aj tak sa headline tohtoročnej konferencie stále nenápadne vznášal niekde nad nami. Faktom je, že aj také komerčne úspešné odvetvie, ako je grafický dizajn, v posledných rokoch zažíva recesiю. Vedľa toho rastie počet dizajnérov, ktorí sa neuspokojujú iba s ekonomickým efektom svojho konania a plne si uvedomujú obrovské možnosti, aké im vkladá do rúk technologické zázemie a znalosť vizuálno-komunikačných prostriedkov, s ktorým vedia dobre zaobchádzať.

Príkladom môže byť napríklad Daniel van der Velde a jeho štúdio Metahaven. Už viac rokov sa zaoberá minimalistickým vtipom ako objektom dizajnu. Vtip je možné použiť ako politickú zbraň, veď jeho šírenie pomocou sociálnych médií dokáže rýchlo rozduchať poriadny požiar. Ale Daniel van der Velde nie je žiadny gerilový bojovník. K občianskemu aktivizmu vyzýva z pozície sofistikovaného žongléra s vypointovanými skrumážami informačnej grafiky. Jeho práca stojí na pomedzí konceptuálneho umenia a propagandy. Pred časom zaujal korporátnymi hrami na tému vizuálny štýl samostatného štátu Sealand. Nikde nezaznamenaná krajina-nekrajina vznikla na opustenej delostreleckej plošine v Severnom mori. Mala jedného stáleho obyvateľa a kompletný manuál vizuálneho štýlu vrátane návrhu vzhľadu vlastnej meny, známok, kreditných kariet a upomienkových predmetov. Celý projekt dostáva úplne iný rozmer, keď si uvedomíme, že neďaleko od nás žijú početné národy bez šance na vlastný štát (napr. Kurdi) a Sealand, hoci ide len o neobvyklý squat, má luxus vlastnej vizuálnej identity. Štúdio Metahaven nás k týmto iným uhlom pohľadov priamo nabáda. Má k tomu dokonale vybrúsené prostriedky. Napríklad knihu

Black Transparency, z ktorej nám Daniel van der Velde premietal ukážky. Morskú krajinu vystriedala téma ekonomickej krízy a neviditeľné nebezpečenstvo medzinárodného terorizmu. Kvalitná informačná grafika má urýchľovať chápanie nových informácií, štúdio Metahaven nás učí čítať medzi riadkami a nebáť sa utvárať vlastný názor na politické dianie okolo nás.

Pamätám si dobre politicky podfarbené hodiny dejepisu na základnej škole, keď nám naša učiteľka líčila, ako zúfalí robotníci ničia zlé stroje, ktoré im berú ich prácu. Podobne sa musia cítiť indickí poľníční maliari, ktorých predkovia po stáročia mali istú prácu, kým im ju nezobral striekací veľkoplošný ploter a kolekcia kradnutých fontov. Do preľudnených ulíc Indie preniká technický pokrok možno pomalšie, ale jeho ekonomické i umelecko-historické škody sú nezvratné. Hanif Kureshi je artdirektorem pobočky agentúry Ogilvy & Mother v Dillí, ale zároveň dokumentaristom a zberateľom originálnych ručne písaných indických reklamných písíem, ktoré sa snaží zachraňovať nielen ich katalogizáciou, ale aj následnou digitalizáciou, ktorá ich má zachovať aj pre nasledujúce generácie. V rámci tohtoročného TypoBerlin sa uskutočnila v konferenčných miestnostiach výstava indických ručne maľovaných nápisov zo zbierok Hanifa Kureshiho.

Kaisa Leka a jej manžel Christopher pripomínali známu vetu snád všetkých rodičov: „Umenie je fajn koníček, ale mal by si si nájsť nejaké seriózne zamestnanie, ktoré ňa uživí“. Kaisa s Christopherom sú presvedčení, že sa rodičia určite mýlia. Pätnásť rokov sa zaoberajú vlastnou tvorbou komiksových kníh a ešte nikdy údajne neboli donútení robiť kompromisy. „Jediní zákazníci, ktorých dokážeme uspokojiť, sme totiž my sami,“ tvrdia. To znamená, že knižky si šijú na mieru pre svoje osobité videnie sveta. Figúrka štylizovanej myšky inšpirovaná Mickeym Mouseom zosobňuje Kaisa a Káčer reprezentuje Christophera. Naozaj píšú a kreslia o sebe a pre seba. A robia to tak milo a zábavne, že to baví aj iných ľudí, ktorí si potom tie ich knihy kupujú. Celá tá banálna historka o úspešnom zhodnotení koníčka, ktorý sa stal zamestnaním, sa zásadne mení v okamihu, keď si všimnete, že Kaisa má pod oboma kolenami namiesto vlastných nôh protézy. Narodila sa so znetvorenými dolnými končatinami, a až radikálny chirurgický zásah pred niekoľkými rokmi jej podľa vlastných slov umožnil plnohodnotné žiť. Má samozrejme šťastie, že sa narodila vo Fínsku a nie v Bangladéši, ale to nič nemení na nezlomnej životnej sile a nezdolnom optimizme, ktorý z oboch partnerov priamo sála. Spolu na bicykli (!)





# UDRŽATELNOSŤ

prešli Európu, Island, pobrežie Severného ľadového oceánu a ešte o tom napísali a nakreslili komerčne úspešné knihy. A nestážujú sa na krízu a nepriazeň osudu ...

Moragh Myerscough verí, že informačné systémy nie sú len suché série informačných značiek, ale že za určitých okolností dokážu aj vdýchnuť budovám a verejnému priestoru nový život, zvýrazniť fyzický zážitok, keď človek môže chodiť ľahšie a bezpečne. Moragh Myerscough sa snaží grafickými prostriedkami modelovať dizajn prostredia. Vytvára „miesta, ktoré rozprávajú svoj príbeh“ – presťahovaný vagón sa tak stane osobitou kaviarňou alebo ziskava späť „staré a mŕtve miesta“ a dáva im nové využitie – oživuje staré kultúrne domy, kiná, školy. Jasavá farebnosť vizuálnych riešení Moragh Myerscoughovej dokáže prežiarit betónový brutalizmus „repasovaných“ verejných budov alebo sa podieľa na vytváraní úplne „nových miest s prežitkom“ – ako je napríklad londýnske Múzeum dizajnu.

Vykúzlíť úsmev na perách bezpochyby vedeli tiež stovky britských komikov, na ktorých počest Gordon Young v spolupráci s agentúrou Why not associates vytvoril monumentálny Chodník anglických komikov v Blackpoole. 1 880 m<sup>2</sup> (!). Žulové betónové plochy pokrývajú texty vtipov, piesní

a zľudovených fráz od tých najstarších anglických komikov až po súčasných. Zakladajúci člen Why not associates Andy Altmann, ktorý tento grandiózny projekt v Berlíne predstavil, sa dočkal ovácií postojačky. Kto to nevidel, neuverí. Komplikovaný grafický návrh počítal so zložitou skrumážou drobných farebných písmen. Kvôli projektu bolo treba založiť vysoko špecializovanú firmu, ktorá pomocou najmodernejších gravírovacích technológií mohla zo žuly (!) vyrezávať tenké písmená, farbiť ich a následne vkladať do betónových kobercov. Mravčia práca, náročná na technologickú vyspelosť a presnosť slávila úspech, a tak majú dnes v Blackpoole jeden z divov environmentálneho grafického dizajnu ... Čo to je? Je to dizajn alebo voľné umenie? Takéto otázky si kladie aj Michael Schirner. Celý život sa pohybuje medzi komerčným dizajnom a voľnou tvorbou. Do reklamy sa často snaží zapájať zozbierané elementy umeleckých diel. Predstavil nám napríklad svoju kampaň s využitím zarámovaných podpisov svetoznámych umelcov, ktoré použil na bilbordoch – podpisy Picassa, Gogha, Duffyho, Mondriana. V galerijnom priestore potom vytvoril výstavnú inštaláciu „fotografií“ – prázdnych čiernych obdĺžnikov s bielymi popiskami – napríklad „Marylin stojaca nad kanálom so zdvíhajúcou sa sukňou“ alebo „Vojak padajúci pri útoku po zásahu“ ... Napísal knihu s výrečným názvom „Reklama je umenie“.



ZAKLADAJÚCI ČLEN WHY NOT ASSOCIATES ANDY ALTMAN SA PO PREDSTAVOVANÍ SVOJHO PROJEKTU DOČKAL OVÁCIÍ POSTOJÁCKY.

Ďalší prednášajúci Lars Müller od roku 1983 vydal viac ako 400 titulov kníh. Spočiatku prevládali knihy o dizajne, architektúre, fotografii a umení. V posledných rokoch sa stále viac zameriava aj na tituly so sociálnou tematikou, ako sú napríklad ľudské práva alebo ekológia. V ponuke vydavateľstva Lars Müller sa dá nájsť aj niekoľko kníh Ruediho Bauru – možno najslávnejšieho účastníka tohtoročného TypoBerlin. Na jeho prednášku som sa tešil. Podobne ako v minulých rokoch s inými hviezdami svetového dizajnu (napr. Carson, Greiman), to opäť príliš dobre nedopadlo. Jeho prednáška bola v nemčine, prekladateľ nemal práve svoj deň a Rueda Baur namiesto toho, aby predviedol niektorý zo svojich aktuálnych projektov – v čo som dúfal – filozofoval o obsahu a účelu oznámenia.

Zato Lupi Asensia a Martin Lorenz pojednali svoj výklad ako inventúru portfólia štúdia Two.Points.Net. Svoje štúdio opisali ako malú firmu, ktorá robí veľké veci a pracuje vskutku medzinárodne: medzi ich práce patrí napríklad korporátny štýl pre helsinský Design Club alebo jordánsky dizajnerský projekt Arina či layout katalánskeho architektonického časopisu Quaderns. Zároveň sa Lupi Asensia a Martin Lorenz venujú učeniu, vedú postgraduálne kurzy aplikovanej typografie. Lupi Asensia a Martin Lorenz zastávajú názor, že dizajnér by sa mal neustále učiť (learn), svoje novozískané vedomosti aplikovať v praxi (apply), a tiež sa o ne rozdeliť so svojimi žiakmi (teach). „Dizajn dneška sa už nezaobera jednoduchými oznámeniami, viac je to teraz kreatívny proces, so svojou metodológiou, systémom a slovníkom, ktorý komunikácii dáva flexibilitu. Dizajn už nie je statický, ide o flexibilný proces, ktorý reaguje a neustále sa adaptuje“. John Hudson učí grafický dizajn na Staffordshirskej univerzite. Podľa neho má byť najdôležitejším cieľom pedagóga viesť

svojich študentov k čo možno najvyššej zodpovednosti voči svojmu odboru. Nepodceňiť už tvorbu učebného plánu. Zároveň je potrebné zabezpečiť udržateľnosť výučby grafického dizajnu, dať jej verejnú publicitu a pravidelne ukazovať príklady najlepších študentských prác.

Čo to vlastne je dobrý dizajn a čím sa musí vyznačovať? Nemecký klasik produktového dizajnu Dieter Rams to raz zhrnul do desiatich zásad – mal by byť inovatívny, užitočný, estetický, zrozumiteľný, nerušivý, úprimný, s dlhou životnosťou, dôkladný do posledného detailu, priateľský k životnému prostrediu, a tiež praktický. Petz Scholtus patrí do generácie ekodizajnérov, ktorí s iPhonom a slnečným kolektorom na chrbte putujú svetom, aby ako evanjelisti nového náboženstva roznášali po svete vieru v ekologický dizajn. Jej prednáška, to bola smršť príkladov ekodizajnu, od nábytku cez architektúru – zmes občas kuriózných nápadov – výroba kresiel z vrbového prúta v skleníku s kovovou konštrukciou, ktorá núti prúty rásť v tvare budúcej stoličky, ekologické sanserifové písmo, vnútri „deravé“, aby sa pri tlači ušetril toner, nerozbitná školská lavica, pod ktorou možno nájsť úkryt pred zemetrasením, a samozrejme veľa kvalitnej informačnej grafiky.

Dobre zrozumiteľná informácia sa k čitateľovi dostane rýchlejšie, o tom rozprával aj typograf a právnik Mathew Butterick. Nešetril temperamentnými gestami, nezaprel svoju druhú profesiu. Tak nejako vystupujú právnici v amerických seriáloch. Mathew Butterick je navyše skúsený tvorca písma, niekoľko rokov pracoval pre Davida Berlowa a Matthewa Cartera. Na pomoc svojim kolegom v talári vytvoril knihu Typografia pre právnikov. Vo svojej prednáške zdôrazňoval fakt, že prechod z tlačenej médií do elektronických sa neustále zrýchľuje. Lenže pritom veľa elektronických nakladateľstiev ignoruje typografiu a zásady praktickej vizuálnej komunikácie.

Dizajn vymýšľa aj budúcnosť. Jeff Faulkner vysvetľoval, že je potrebné hlavne otvoriť svoju myseľ pre fantastické a vôbec mimoriadne možnosti. Neznamená to len vynájsť novú a nezvyčajnú vec, treba aj vymyslieť celý vesmír, kde tá vec bude žiť. A možno v tom tkvie výhoda dizajnérov. Hoci mnohí z nich sa vznášajú po oblohe, v sne, na opojných vlnách vlastnej kreativity, ich zmysel pre praktickosť dokáže aj do takého fantastického sveta vniesť potrebné prvky praktickosti.

**PREDPLAŤ SI  
DESIGNUM!  
UŠETRÍŠ 2,01 €!  
! INZERCIA!  
NIE JE WOW!?  
PENIAZE NIE SÚ  
VŠETKO!**



## Freelancing – voľná noha v grafickom dizajne

Text: Juraj Blaško

Foto: Boris Meluš

Po ukončení štúdia stoja absolventi Katedry vizuálnej komunikácie pred rozhodnutím, aký model profesionálneho pôsobenia si zvolia. Majú dve možnosti, zamestnať sa v agentúre či v grafickom štúdiu, alebo si založiť živnosť a začať pracovať na „voľnej nohe“, teda ako freelancer. Byť freelancerom znie veľmi zaujímavé, ale nie všetci absolventi vedia, do čoho vlastne idú, a čo tento spôsob práce obsahuje. Na nasledujúcich riadkoch sa pokúsím vymenovať výhody a nevýhody freelancingu v grafickom dizajne na Slovensku.

### Výhodami freelancingu sú:

Pohyblivý pracovný čas – zaujímavé zadania a klienti – možnosť spájať sa s ďalšími dizajnérmi alebo s inými odborníkmi do väčších tvorivých tímov na základe konkrétnych projektov – okrem dizajnovania zostáva čas na pedagogickú prácu, publikačnú činnosť, aktivizmus – slobodný výber klientov – možnosť pracovať z ktoréhokolvek miesta – lepšia odolnosť voči globálnym finančným krízam (zatiaľ) – freelancer nie je anonymný – možnosť ovplyvňovať veci okolo seba a posúvať ich dopredu – priamy kontakt so zadávateľom – väčšia rozmanitosť zadanií.

### Freelancing má aj svoje nevýhody:

Nepravidelný príjem – vysoké odvodové zaťaženie – diskutabilné sociálne istoty – nárazové pracovné zaťaženie – technológiu si dizajnér zabezpečuje sám – ďalšie náklady: nájom za ateliér, poplatky za telekomunikačné služby, účtovníctvo – oproti agentúram slabšia vyjednávací sila – častá disproporcia medzi kvalitou a atraktivnosťou zadania a jeho finančného zabezpečenia – kumulácia funkcií: manažér, ekonóm, zásobovač a podobne – vysoká miera osobnej zodpovednosti za výstupy a produkty – veľký prienik práce do súkromia – udržanie pracovnej disciplíny „bez šéfa“.

Byť freelancerom v grafickom dizajne nie je jednoduché, ale zároveň to nie je nič neprekonateľné. Napriek tomu je niekoľko vecí, ktoré by grafickým dizajnérom – freelancerom pomohli. Prvou z nich je založenie únie grafických dizajnérov. Na rozdiel od Slovenska, v okolitých krajinách (Česko UGD, Poľsko STGU, Rakúsko DA) už únie grafických dizajnérov dlhší čas existujú. Založením únie na Slovensku by vznikla dlho chýbajúca platforma na odbornú diskusiu grafických dizajnérov, poradenský, právny a ekonomický servis pre dizajnér, ale aj pre ich klientov. Často sa stretávame

so súťažami, ktoré sú neodborne pripravené, či už z hľadiska nejasných podmienok súťaže, nekonkrétneho obsahu, alebo neprimerane malej odmeny. Na druhej strane je potrebné sa spýtať, kde majú zadávatelia získať informácie, ako podmienky takejto súťaže napísať? Ak by sa obrátili na SDC, tieto informácie by im určite poskytli, ale koľko zadávateľov vie, že sa majú obrátiť práve tam? Chceme od klientov, aby vedeli, prečo je pre nich dobré mať kvalitný dizajn; prečo sa písma musia kupovať; prečo je naša práca drahšia, ako práca tzv. „hobby dizajnér“ov. Na druhej strane im neposkytujeme relevantný priestor, kde by mohli tieto informácie nájsť. Väčšina činností únie by mala byť zameraná na vzdelávanie klienta a vytváranie osvetu o grafickom dizajne, ktorú za nás dizajnér, nikto iný robiť nebude. Dobře informovaný klient, ktorý vie ako s dizajnérom komunikovať, ako mu zadávať podklady a vie, čo má za svoje peniaze od dizajnéra dostať, je to, čo by sme potrebovali najviac. Prvý pokus o iniciovanie vzniku únie grafických dizajnér, na Slovensku už bol, kde sa platforma konferencie o grafickom dizajne Kupé mala postupne na takúto úniu transformovať. Zatiaľ sa tak nestalo.

Druhým faktom je zlepšenie prípravy absolventov Katedry vizuálnej komunikácie na takýto typ práce. Príchod do praxe po ukončení štúdia je ako skok do bazéna so studenou vodou a mnohým absolventom trvá príliš dlho, kým sa spamätajú zo šoku a začnú normálne plávať. Keďže pôsobím na VŠVU ako pedagóg, viem, že príprava našich študentov v tomto smere nie je dostačujúca, aj keď na druhej strane sa to z roka na rok zlepšuje. Novým predmetom, čo sa týmto problémom zaoberá, je Interpretácia v grafickom dizajne, ktorý vedie Marcel Benčík. Má naučiť študentov ako interpretovať svoje projekty, ako ich správne prezentovať písomne aj verbálne tak, aby boli čo najzrozumiteľnejšie. Je však potrebné, aby študenti boli pripravení aj na problémy spojené s administratívno-byrokratickou stránkou freelancingu. Freelancer musí robiť aj neatraktívne činnosti: založenie živnosti alebo slobodného povolania, vytváranie faktúr, objednávok a cenových ponúk, príprava jednoduchých zmlúv a licencií, a znalosť ochranných mechanizmov, napríklad pri neuhradení faktúry klientom. Na prvý pohľad sa môžu zdať tieto problémy banálne, ale čerstvým absolventom by to ušetrilo niekoľko mesiacov tápania a zvýšilo by to ich konkurencieschopnosť na trhu hneď od začiatku ich pôsobenia praxi.

Freelancing ako spôsob existencie si napriek jeho nevýhodám vyberá veľké množstvo absolventov. Ich profesionálnou ambíciou nie je práca v agen-

DOBRY SPÔSOB AKO  
ZNÍŽIŤ POČIATOČNÉ  
NÁKLADY „VOĽNEJ  
NOHY“ A ZÁROVEŇ  
ZOSTÁŤ V KONTAKTE  
SO SPRIATELENÝMI  
FREELANCERMI JE  
DELIŤ SA S NIMI  
O PRACOVNÝ PRIESTOR.  
NA FOTOGRAFII JE ATELIÉR  
220 V BRATISLAVSKEJ  
CVERNOVKE, V KTOROM  
MOMENTÁLNE PRACUJE  
VIACERO GRAFICKÝCH  
DIZAJNEROV, ILUSTRÁTOR  
A FOTOGRAF.



túre, ale zároveň nechcú skončiť na úrade práce. Možno aj táto skutočnosť spôsobila, že VŠVU bola v nedávnom prieskume Ministerstva školstva SR o uplatnení absolventov vyhodnotená ako jedna z vysokých škôl, ktorá produkuje minimum nezamestnaných. Oproti iným krajinám sú u nás podmienky pre freelancing o niečo ťažšie, ale sú to samotní freelanceri, ktorí musia vyvíjať tlak na ich postupné zlepšovanie.

## JURAJBLASKO.SK

JURAJ BLÁŠKO - MOMENTÁLNE PÔSOBÍ NA KATEDRE VIZUÁLNEJ KOMUNIKÁCIE (ABSOLVOVAL V ROKU 2009) AKO DOKTORAND A AKO ASISTENT V ATELIÉRI GRAFICKÉHO DIZAJNU III., KTORÝ VEDIE EVA PÉČ BREZINOVÁ. VO SVOJEJ TVORBE SA VENUJE HLAVNE KNIŽNÉMU DIZAJNU A KORPORÁTNEJ IDENTITE. DLHOROČNE PRACUJE VO DVOJICI S MATÚŠOM LELOVSKÝM, S KTORÝM VYTvorIL NAPRÍKLAD KORPORÁTNU IDENTITU SLOVENSKEJ TECHNICKEJ UNIVERZITY.

## Správy o „múzeu“ – 6. časť

Text: Mária Rišková

Foto: Ostblok

Pre číslo o grafickom dizajne sme vybrali niekoľko informácií o dielach z tejto oblasti, ktoré boli darované do vznikajúcej zbierky budúceho múzea dizajnu. Súpis robí SCD priebežne ako podklad pre ďalšiu prácu – všetky diela sú zaevidované ako dary a uskladnené v priestoroch SCD. Príspevky sú rôzneho charakteru a budú patriť do rôznych oddelení budúceho múzea (zbierka, dokumentačný archív, knižnica), už teraz tvoria výborný základ pre tvorbu typológie zbierky.

Na jeseň v roku 2011 prevzalo SCD rozsiahly dar zo zbieraný Ľubomírom Longauerom od jeho kolegov špeciálne pre zbierku. Súpis týchto príspevkov je už takmer dokončený, do uzávierky čísla je v tejto kolekcii 3 335 kusov. Sú medzi nimi:

Časopisy: 976 kusov, napríklad časopisy Typografia, domáce aj zahraničné časopisy o umení.

Knihy a katalógy: 363 kusov, ide jednak o knihy o grafickom dizajne, typografii a ilustrácii, ktoré budú patriť do študovne, ale aj knihy a katalógy graficky upravené alebo ilustrované významnými slovenskými umelcami a dizajnérmi, ktoré majú hodnotu zbierkových predmetov (napríklad 36 kníh graficky upravených alebo ilustrovaných Martinom Benkom, 43 kníh upravených Štefanom Bednárom, 36 kníh a rôznych publikácií graficky upravených Ľubomírom Krátkym).

Grafické návrhy a realizácie: zatiaľ 1 996 kusov (evidencia týchto príspevkov ešte nie je ukončená).

Najviac zastúpenými autormi sú:

Miroslav Cipár: daroval spolu 1 054 príspevkov – od prvotných skíc, cez rozpracované návrhy až po finálne realizácie (grafická úprava kníh, knižných obálok, knižných ilustrácií, kaligrafie, vizuálna identita rôznych subjektov, predovšetkým logá a značky, napríklad: Slovenská filharmónia, Divadlo Jonáša Záborského v Prešove, Bibiana – medzinárodný dom umenia pre deti, Múzeum Milana Dobeša, OZ Človek v ohrození, ale aj práce pre Slovenskú sporiteľňu a Devín Banku).

Svetozár Mydlo: spolu 225 príspevkov – grafická úprava kníh, knižných obálok, knižné ilustrácie.

Pavel Blažo: spolu 197 kusov – predovšetkým podklady ku knižným ilustráciám, realizácie knižných obálok.

Peter Roller: spolu 117 príspevkov – grafická úprava kníh, najviac sú zastúpené návrhy na známky.

Robert Brož: spolu 83 kusov – exlibrisy.

Najnovším darovaným prírastkom z tohto roku je kolekcia od etablovaného grafického štúdia IQ Design. Dar pozostáva predovšetkým z produkcie štúdia vytvorenej pre Slovenské národné divadlo, medzi nimi je súbor plagátov z prvej polovice deväťdesiatych rokov 20. storočia, konkrétne z výstavnej sezóny 1993/1994 od trojice autorov – zakladateľov štúdia Milana Machajdika, Pavla Rozložníka a Zoltána Salamona. Tie ďalej dopĺňa aktuálna tvorba plagátov a vizuálu pre SND vytvorená v spolupráci s najmladšou generáciou slovenských grafických dizajnérov. V darovanom súbore grafických prác je aj niekoľko ďalších ukážok produkcie štúdia v oblasti komunikačného a propagačného dizajnu.

Ako sme minule informovali, pre rozrastajúce sa zbierky SCD získalo nové priestory v budove na Jakubovom námestí, ale v júni sa situácia vyvinula trochu inak. Máme prisľúbené priestory ako depozitáre spolu so SNG a Divadelným ústavom v Hurbanových kasárňach. Zbierky by mali byť presťahované už v priebehu leta a v budúcnosti by mali slúžiť verejnosti zároveň ako otvorený depozit pre štúdium dizajnu.



FOTOAPARÁT FLEXARET VI.,  
VYRÁBANÝ OD ROKU 1961.  
VÝROBCA MEOPTA (DO R. 1945  
OPTIKOTECHNA), (1939–1970).  
KEDYSI PATRIL K OBLÚBENEJ  
VÝBAVE ARCHITEKTOV,  
DIZAJNÉROV A VÝTVARNÍKOV.



## Slovenský grafický dizajn a Designum v minulosti

Text: redakcia

Pre čitateľov Designumu, ktorí sú zároveň priaznivcami slovenského grafického dizajnu, sme pripravili výber článkov z nášho časopisu. Mnohé z nich nestratili punc aktuálnosti, niektoré medzitým boli vydané knižne a k drvivie väčšie z nich sa opláti vrátiť.

### 1993

Nové slovenské bankovky, Jana Oravcová, 0/1993, 34

### 1994

Plagát ako osobný postoj, Dana Doricová, 1/1994, 10

Paradoxy krásnej knihy, Vladislav Rostoka, 2/1994, 14

Trienále plagátu Trnava.

Rozhovory s členmi poroty, Matúš

Kostolný, 3/1994, 22

Trienále plagátu Trnava.

Niekoľko poznámok na okraj situácie, Gerhard Komora, 3/1994, 26

### 1995

Grafický ateliér designu na VŠVU v Bratislave, Lubomír Longauer, 2/1995, 3 — Anketa. Služba dizajnu.

Rozhovor o grafickom dizajne v časopise DE SIGN UM, 2/1995, 18

Návrh manuálu Slovenskej televízie, 2/1995, 35

Grafika pre obrazovku, Ivan Stadtrucker, 2/1995, 35

Nečitateľnosť, Peter Biľak, 4/1995, 42

### 1996

Nečitateľnosť II., Peter Biľak, 1/1996, 46

Experiment FUSE, Peter Biľak, 1/1996, 60

Najkrajšie knihy Slovenska '95.

Lubomír Krátky, Peter Ďurík, Jakub Dvořák, Juraj Demovič a Eva Ondrášková o knižnej grafike, Mária Riháková, 2/1996, 3

Jan Meisner. Bilancia alebo obozretie na ceste do krematória, Adriana Pekárová, 2/1996, 16

Nečitateľnosť III., Peter Biľak, 2/1996, 46

Nečitateľnosť IV., Peter Biľak, 3/1996, 44

Grafická úprava projektu nečitateľnosť, Peter Biľak, 3/1996, 48

Brno – sklad grafického dizajnu, (pb), 3/1996, 65

Zánik tlače (sa nekoná), Peter Biľak, 4/1996, 48

1997 Fontografia I., Peter Biľak, 1/1997, 58

Fontografia II., Peter Biľak, 2/1997, 58

Fontografia III., Peter Biľak, 3/1997, 58

Fontografia IV., Peter Biľak, 4/1997, 58

Martinská guráž.

2. bienále knižnej tvorby, Miroslav Cipár, 4/1997, 30

### 1998

Choma&Krupa Design, Dagmar Poláčková, 1/1998, 24

CITYPE – typografie v mestskom prostredí, Peter Biľak, 1/1998, 50

Rabbit&Solution, Dagmar Poláčková, 2/1998, 22

List z raja, Peter Biľak, 3/1998, 20

IQ Design Studio, Dagmar Poláčková, 3/1998, 26

### CD Creative

Department, Dagmar Poláčková, 4/1998, 44

### 1999

Opisy času, Dagmar Poláčková, 1/1999, 42

Anketa o slovenskom časopiseckom dizajne, 1/1999, 45

O časopisoch a novinách..., Miroslav Cipár, 1/1999, 44

O krásnej drine.

Rozhovor s Janou Sapákovou, Mária Riháková, 1/1999, 48

Park slobody. Rozhovor s Filipom Vančom a Palom Bálikom, Mária Riháková, 1/1999, 50

Téma nás privedie k dizajnu. Rozhovor

so Zuzanou Čičelovou a Julom Nagyom, Mária Riháková, 1/1999, 52

Komická situácia, Milan Šútovec, 1/1999, 54

Tradícia sa začína v súčasnosti. Rozhovor s Lubomírom

Longauerom, Ľudo Petránsky ml. 1/1999, 55

Číta nás vôbec niekto?, Peter Biľak, 1/1999, 60

Nový vizuál Slovenskej televízie, Peter Biľak, 2/1999, 9

Pavel Choma...Tiráže, Dušan Junek, 2/1999, 12

### 2000

Trienále plagátu Trnava 2000, Mária Rišková, 4/2000, 20

Manifest – najprv to hlavné, Rick Poynor, 4/2000, 35

Anketa: Grafický dizajn dnes a tu. Odpovedajú: V. Jurkovič, M. Machajdík, M. Mravčák, J. Králik,

V. Rostoka, P. Huba, R. Paršo, R. Uličný, 4/2000, 41

Corporate Identity (1), 4/2000, 49

Dizajn ako otvorený priestor, Mária Riháková, 4/2000, 56

### 2001

Slovenský umelecký plagát vo Fínsku, Ľudo Petránsky ml., 1/2001, 26

Corporate Identity 2, Corporate Design, Matej Jaško, 1/2001, 62

Corporate Identity 3, Firemná architektúra, Matej Jaško, 2/2001, 62

Corporate Identity 4, História a formovanie fenoménu CI, 3/2001, 30

4. Bienále knižného umenia v Martine 2001, Monika Briestenská, 4/2001, 4-7

Corporate Identity 5, CI vo virtuálnom

prostredí, 4/2001, 30

Od Benku až po súčasnosť, Lubomír

Longauer, 4/2001, 8-13

Komerčný výtvarník ako kompliment, Mária Rišková, 4/2001, 18-19

Dopravné značky a ich kultúrne generalizovanie, Peter Biľak, 4/2001, 58-61

K dejinám grafického dizajnu, Zdeno Kolesár, 4/2001, 62

### 2002

K dejinám grafického dizajnu 2., Zdeno Kolesár, 1/2002, 26

Bienále Brno, Monika Forbergerová, 2/2002, 5

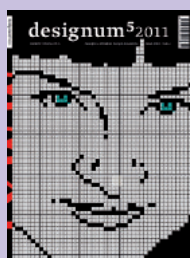
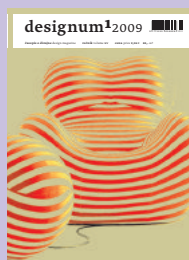
Euréka!, Peter Biľak, 2/2002, 20

K dejinám grafického dizajnu 3. Odkaz sta-

- roveku, Zdeno Kolesár, 2/2002, 28
- Corporate Identity v slovenskej praxi, Ľubica Fábri, Beáta Vrzgulová, 2/2002, 33
- Identity: Integrity, Monika Briestenská, 2/2002, 38
- Plagát, Plagát, Plagát!, Marina Swan, 2/2002, 52
- Dušan Junek, Ľubica Fábri, 3/2002, 19
- K dejinám grafického dizajnu 4. Stredoveké základy, Zdeno Kolesár, 3/2002, 27
- C. I. identity v slovenskom prostredí, Matej Jaššo, 3/2002, 8
- Ekoplagát 02, Dana Doricová, 4/2002, 5
- Honba za logotypom, Ľubica Fábri, 4/2012, 8
- C. I. identity ako súčasť mestského marketingu, Matej Jaššo, 4/2002, 24
- K dejinám grafického dizajnu 5. Objav tlače, Zdeno Kolesár, 4/2004, 28
- 2003  
Časopis nevychádzal.
- 2004  
Trienále plagátu Trnava 2003, Barbara Fodorová, 1/2004, 14
- K dejinám grafického dizajnu VI. Vstup do nového veku, Zdeno Kolesár, 1/2004, 29
- Mesto Bratislava má nové logo, Eva Trilecová, 2/2004, 7
- K dejinám grafického dizajnu VII. XVII. a XVIII. storočie, Zdeno Kolesár, 2/2004, 28
- Brnianske bienále ako intenzívna skúsenosť, Marta Sylvestrová, 3/2004, 6
- e-a-t (experiment a typografia), výber projektov zo súčasnej českej a slovenskej tvorby (1985 – 2004), Viera Kleinová, 3/2004, 21
- K dejinám grafického dizajnu VIII. Obdobie priemyselnej revolúcie, Zdeno Kolesár, 3/2004, 28
- „Diakritizovanie“ (lh), 4/2004, 34
- K dejinám grafického dizajnu IX. Zlatý vek litografie, Zdeno Kolesár, 4/2004, 28
- Dobrodružstvo slovenskej typografie, Ľubica Hustá, 5-6/2004, 8
- K dejinám grafického dizajnu X. Secesia, Zdeno Kolesár, 5-6/2004, 48
- Český a slovenský filmový plagát 1959 – 1989, Ľubica Hustá, 5-6/2004, 60
- Bookmark, (lh), 5-6/2004, 69
- 2005  
Bookmark, Katarína Hubová, Alan Záruba, Emil Drličiak, 1/2005, 10
- K dejinám grafického dizajnu XI., Zárodky moderny, Zdeno Kolesár, 1/2005, 28
- e-a-t bol v Bratislave, Ľubica Hustá, 2/2005, 17
- K dejinám grafického dizajnu XII. Výtvarné avantgardy a grafický dizajn, Zdeno Kolesár, 2/2005, 28
- K dejinám grafického dizajnu XIII. Medzivojnová moderna – 1. časť, Zdeno Kolesár, 3/2005, 28
- Po Bratislave Trenčín, (jo), 3/2005, 33
- K dejinám grafického dizajnu XIV. Medzivojnová moderna – 2. časť, Zdeno Kolesár, 4/2005, 28
- Súťaže na slovenské poštové známky, (mf, lp), 5/2005, 4
- K dejinám grafického dizajnu XV., Art deco, Zdeno Kolesár, 5/2005, 27
- 2006  
Ako sa žije grafickým dizajnérom (Martin Bajaník, Jonáš Karásek, Peter Hajdín, Andrej Krátky, Rastó Michalík, Juraj Vaculík), Ľubica Hustá, 1/2006, 32
- Kupé 1, Marcel Benčík, Palo Bálik, 1/2006, 46
- K dejinám grafického dizajnu XVI. Grafický dizajn vo vojne, Zdeno Kolesár, 1/2006, 60
- Písmo čísla: Auto, Alkiem Helmling, 1/2006, 78
- ...na vaše plagáty, Emil Drličiak, 2/2006, 5
- K dejinám grafického dizajnu XVII. Povoynová moderna 1, Zdeno Kolesár, 2/2006, 52
- Nové logo pre Múzeum mesta Bratislavy, Jana Oravcová, 2/2006, 71
- Písmo čísla: Vafle™, Tomáš Brousil, 2/2006, 78
- Julo Nagy...na čom práve robí, 3/2006, 3
- Bienále grafického dizajnu Brno, Andrea Kopernická, 3/2006, 5
- K dejinám grafického dizajnu XVIII. Povoynová moderna 2., Zdeno Kolesár, 3/2006, 54
- Písmo čísla: Jigsaw, Johanna Biľak-Balušíková, 3/2006, 78
- Living underground 2, Marcel Benčík, Martin Jančok, 4/2006, 4
- Cestovný úder pod pas, Ľubica Hustá, 4/2006, 7
- Dobrý je pevný bod a funkčná štruktúra. Rozhovor s Borisom Melušom, Ľubica Hustá, 4/2006, 10
- Trienále plagátu v Trnave, Adriana Čeledová, 4/2006, 16
- Z exteriéru do interiéru? Rozhovor s Martou Sylvestrovou, Ľubica Hustá, 4/2006, 17
- Slovenská typografia II. (70. a 80. roky), Ľubomír Longauer, 4/2006, 20
- Dizajn na kolesách, Marcel Benčík, 4/2006, 68
- Čas na písmo presný. Dezider Tóh, Jana Oravcová, 4/2006, 24
- Majster vizuálneho obžerstva. Svetozár Mydlo, Katarína Hubová, 4/2006, 28
- Had bez chvosta, Ľubica Hustá, 4/2006, 39
- Grafický dizajn v bielej kocke, Peter Biľak, 4/2006, 33
- Typografický aktivizmus. Zdeněk Rossmann, Míra Keratová, 4/2006, 44
- K dejinám grafického dizajnu XIX. Alternatívy povojnovej moderny 1, Zdeno Kolesár, 4/2006, 54
- Písmo čísla: Farao, František Štorm, 4/2006, 78
- Tabu Trienále plagátu Trnava, Mária Rišková, 5/2006, 48
- K dejinám grafického dizajnu XX. Alternatívy povojnovej moderny 2, Zdeno Kolesár, 5/2006, 62

- Nové logo VŠVU, Ľubica Hustá, 5/2006, 72
- Nové logo STU, Blamáš, 5/2006, 72
- Písmo čísla: Komplic, Martin Šútovec, 5/2006, 78
- Cesty typografie, Ján Filípek, 6/2006, 12
- Cena pre Petra Lišku, Ľubica Hustá, 6/2006, 26
- Písmo a emócie. Rozhovor s Františkom Štormom, Ľubica Hustá, 6/2006, 38
- K dejinám grafického dizajnu XXI. Alternatívy povojnovej moderny 3, Zdeno Kolesár, 6/2006, 54
- Slovenská typografia 20. storočia, Adriana Čeledová, 6/2006, 66
- Písmo čísla: Empirik, Michal Tornyai, 6/2006, 78
- 2007**
- Dizajn na mieru, Martin Mistrík, 1/2007, 3
- Greta Text, Peter Bilak, 1/2007, 54
- Kupé 2. Dizajnéri v čakárni, Braňo Matis, 1/2007, 58
- Vyjadriť svoj postoj k svetu na viackrát. Rozhovor so Stanislavom Stankocim, Henrieta Gábrisová, 2/2007, 6
- Dizajn v múzeu. Rozhovor s Pavlom Chomom, Silvia Lutherová, 2/2007, 32
- Johanna Bilak-Balušíková. Prijali nás, akí sme, Silvia Lutherová, 4/2007, 25
- Reáta Banášová. Cítim sa byť reaktivátorom, Lucia Gavulová, 4/2007, 35
- Tak to zverejní a do pekla s tebou!, Mária Rišková, 5-6/2007, 79
- Akú má dizajn cenu?, Lucia Gavulová a Silvia Lutherová, 5-6/2007, 84
- Prof. Ľubomír Longauer, akad. mal., Lucia Gavulová a Silvia Lutherová, 5-6/2007, 96
- 2008**
- Navrhni (zlé) logo dopravného podniku! Juraj Blaško, 1/2008, 36
- Kupé 3, Marcel Benčík, Branislav Matis, 1/2008, 54
- Otvor oči a desktop! Rozhovor s Katarínou Lukić Balážikovou, Silvia Lutherová, 2/2008, 2
- Nové logo SAV, Juraj Blaško, 2/2008, 14
- Ľubomír Longauer: zberateľ faktov a súvislostí, Mária Rišková, 3/2008, 2
- Vladislav Rostoka – 60, Dušan Junek, 4/2008, 2
- Brno opäť hlavným mestom grafického dizajnu. 23. medzinárodné bienále grafického dizajnu Brno 2008, Zdeno Kolesár, 4/2008, 12
- Slovak Rep. Palo Bálik, Juraj Blaško 4/2008, 18
- Ján Filípek: štúdium na VŠVU mi nedovolilo stagnovať, Naďa Kančevová, 4/2008, 28
- Za oponou: výstava štúdia IQ Design v Slovenskom národnom divadle, Ľubica Pavlovičová, 6/2008, 59
- Tridsať rokov medzinárodného trienále Ekoplagát, Dana Doricová 5/2008, 40
- Vizuálna komunikácia vo veľkomestských aglomeráciách, Pavel Noga, 5/2008, 70
- 2009**
- Kupé 4, Pavel Noga 1/2009, 34
- Variácie na (typo) priestor: Typo Berlín 2009, Pavel Noga, 3/2009, 34
- Zdvihol som každý kameň a pozrel podeň. Rozhovor s Ľubomírom Longauerom, Mária Rišková, 3/2009, 52
- Klimax!, Palo Bálik, 5/2009, 16
- V Haagu, Palo Bálik 5/2009, 19
- Logo Banská Bystrica, redakcia, 5/2009, 45
- Ladislav Csáder: zabudnutý bratislavský modernista, Ľubomír Longauer 5/2009, 48
- Eko-Logicky. Dizajn pre planétu, Lenka Kukurová, 6/2009, 12
- Plagát žije ďalej: TPT 2009, Pavel Noga, 6/2009, 15
- Workshop Rural Poster: (správa spoza kuchynskej linky), Mária Rišková, 6/2009, 20
- Ladislav Csáder, Ľubomír Longauer, 6/2009, 56
- V mene otca: (alebo problémy s mäčekom na L), Peter Bilak, 6/2009, 66
- 2010**
- Grafický dizajn a súťaž: Kupé 5, Pavel Noga 1/2010, 24
- Ladislav Csáder, Ľubomír Longauer, 1/2010, 60
- Pozvánka na Bienále. Do Brna, Ľubica Pavlovičová 4/2010, 32
- Výstava s názvom Identikit: Julo Nagy v Design Factory, Zdeno Kolesár, 5/2010, 22
- 45 Fortyfive: Dušan Junek v Satelite, Ľubica Pavlovičová, 5/2010, 14
- Logá v Banskej Bystrici už po druhýkrát. Ľubica Pavlovičová 6/2010, 36
- 2011**
- Pergamen z Trnavy, Zuzana Šidlíková, 1/2011, 8
- Nové logo SCD, Palo Bálik 1/2011, 18
- Drahé čiarky, kruhy, štvorce a oblúčky, Maroš Schmidt, 1/2011, 24
- Hľadá sa autor prvého loga!: dejiny loga SCD, Maroš Schmidt, 2/2011, 10
- Nové o logu, Mária Rišková, 2/2011, 14
- Konceptuálne písmo?, Peter Bilak, 3/2011, 74
- Róbert Paršo, Veronika Troligová, 4/2011, 2
- Viliam Weisskopf, Katarína Bodnárová, 4/2011, 48
- Jozef Vlček, neznámy autor známých prác, Ľubomír Longauer, 5/2011, 46
- Jozef Dóka ml., Mária Rišková, 6/2011, 2
- Tridsaťročný Ekoplagát v Žiline kráča ďalej, Dana Doricová, 6/2011, 18
- Za významným slovenským typografom Robertom Brožom, Ľubomír Longauer, 6/2011, 70
- 2012**
- Modernosť tradície: úžitková grafika na Slovensku po roku 1918, Zdeno Kolesár, 1/2012, 4
- Čierna skrinka, Pavel Noga, 1/2012, 14





**ROČNÉ PREDPLATNÉ  
VRÁTANE POŠTOVNÉHO  
10,95 €<sup>SK</sup> / 330 CZK<sup>CZ</sup>**

**ANNUAL SUBSCRIPTION  
INCLUDING POSTAGE  
19,35 €<sup>EU</sup>**

**VIAC / MORE INFO  
[WWW.SDC.SK/?ARCHIV](http://WWW.SDC.SK/?ARCHIV)**

**STARÉ ČÍSLA / OLD ISSUES  
[DESIGNUM@SDC.SK](mailto:DESIGNUM@SDC.SK)**

## Editorial

Filling the specific copy on graphic design, which theoretically almost nobody goes in for in Slovakia, verges on such a miracle as the advance of this year's European Football Championship organizers teams from the basic group. It is the beginning of summer, the worst period for most graphic designers, who in spite of holiday at sea without „deadlines“ experience hot nights at freezing computers. The viable ones definitely escape for a fake business trip to the Graphic Design Biennial in Brno, others, hit by the football mania, will run out to fake turfs to get fresh injuries of their atrophic limbs. The rest will pray that their clients do not take their agendas with them to holiday resorts, or they will knock out articles for Designum in air-conditioned cafes, which is our case.

The VŠVU (Academy of Fine Arts and Design) Department of Visual Communication, where we both have been teaching for some time, is partially responsible for the condition of Slovak graphic design. Therefore we have given it large space and have introduced all its departments, teachers and student works. At the same time, we have taken use of the chance to present our department to potential students, so that they will not apply for the studies at the Department of Graphic Design and Other Media or at the Department of Design as they did in last years. Since its birth, the Department of Visual Communication have gone through a long and turbulent development: from the department of Applied Graphics and Animated Film, through the supplement section of the Department of Design and through a stormy self-determination period under the name of Department of Graphic Design, to its present form covering wide range of visual communication. However, the Department is not only a typical training site of future graphic designers, but also a site of research and documentation of the branch history. There is a good example – a mobile exhibition project of Typokabinet, which surveys the history of the type in Slovakia, especially in relation to our school, and presents the best of the type creation. By the way, the Greta type, thanks to which you are able to read this magazine, is also its part.



PALO BÁLIK &  
MARCEL BENČÍK.

Inability to create literary contents is the chronic syndrome of most graphic designers, who are used to work with only the formal side of the text. Since the art-and-science graduates are interested in activities of our branch the way they are interested in football, we in our Department decided to take responsibility into our own hands and have developed a subject, which deals with the creation of contents itself. It has also resulted in some articles in this copy, which have been written or processed by our graduates or students. They drew a bead on established graphic designers, problems of working freelance and on contemporary Slovak graphic design status. You can judge their level yourself.

Another topic we wanted to point out with the black cursor is the problem of the centre and the outskirts, which is prominent in Slovakia mainly from the quality and possibilities' point of view. Does the world of Slovak graphic design end at Zlaté piesky? Can the Trnava Poster Triennial help? Anyway, will there be a Museum of Design?

Finally, readers suffering from lack of information and internet connection can be dutifully recommended the Infobox column. If it is not enough, a not very large new entertainment column can be offered as compensation. In case you belong to the people who have a problem reading text, we hope you will really like this copy.

We believe that this nasty season will soon end and we will not feel sorry that we have not seen anything again. Not even the football was worth much.

## Slovak Graphic Design Goes the Right Way

Text: Eva Kašáková

What should happen to make Slovakia as famous for its graphic design as the Netherlands? This for many people funny comparison does not have to be so much naive, if we carefully look at some recent events on the scene of Slovak graphic design. Inconspicuously, there grows an interesting group of active designers who are strong enough to push things forward.

However, the first and essential news is that it was not only our media who started writing about graphic design. Patrik Garaj's regular interviews in „Kreatívne“ (Creatively) column of the Trend weekly internet version introduces designers and their work to the new public. Among others, he has spoken to Ján Šicko, Ondrej Jób and Marcel Benčík. A recent article of Jana Močková in SME has even opened the hot topic of the Most Beautiful Slovak Book Competition. Aktuality.sk portal has published an interview with a type designer Jan Filípek. The M\_P\_BA project of the graphic designer Pavka Morháčová worked its way to all media and became a reference in – let's call it – alternative urban walking. These are essential events in graphic design popularization among the public, which introduce designers as creative professionals and reveal more of their work and ideas.

The other essential moment can be seen in waking initiatives of many designers. Type design experiences its good times, and it is Ondrej Jób (urtd) and Jano Filípek (dizajndesign), its main representatives, who should be given credit for its high status. They give lectures wherever they can, organize workshops and arrange exhibitions. It would be great if the result were Slovak texts typeset more often in types of Slovak designers. It is the second year my blog (malydizajnblog.sk) has been analyzing various key topics of contemporary graphic design, as well as my own passions – magazines, books and paper. Significant steps have also occurred in publications. Designum is going through a reform of contents and look and is gradually extending its database of authors – contributors. Professor Lubomír Longauer has published the first volume of the planned cycle on Slovak applied graphics history with the title *Modernosť tradície*, (The Modernity of Tradition), dealing with graphic design history in 1918 – 1938. It is an admirable work, which is the first to introduce Slovak graphic design in historical context.



EVA KAŠÁKOVÁ IS A GRAPHIC DESIGNER FROM SLOVAKIA, LIVING IN TENERIFE. SINCE 2010 SHE IS BLOGGING AT "SMALL DESIGN BLOG" (MALYDIZAJNBLOG.SK). IN SEPTEMBER 2011 SHE CO-FOUNDED AN INDEPENDENT PUBLISHING HOUSE LA PISCINA, FOCUSING ON PUBLISHING ART CATALOGUES IN SMALL QUANTITIES.

Apart from these really positive moments, there are still some black sheep. I am giving only few examples: a missing internet portal, which could carry out the function of the „news agency“ of Slovak design and provide foreign media with information. We have a minimum presence on websites of Designeast style and many others. I am expecting with great curiosity this year's Trienáľe plagátu Trnava (Trnava Poster Triennial). This international competition could freely become the key event of Slovak design if it was able to offer good conference programmes and interesting accompanying exhibitions. Recently started discussion on the Most Beautiful Slovak Book Competition will hopefully be the promise of changes in this sense: be it an alternative competition emergence, as the Anasoft Litera Festival started it, or a substantial renovation of the current competition. Notoriously weak aspect of Slovak graphic design is its low support in national institutions. Minimum number of them cooperate on regular basis with graphic designers, and out of Bratislava, it is a miracle to run against an exception. It will take years and years of work – if possible – to attain a change in this direction.

However, besides these weak spots, it looks like Slovak design is moving the right way and we can ask: Where would we like to see ourselves in five years? If we wish to have a lively and throbbing scene with famous studios and individuals, its own publications, events and exhibitions, we will need more designers determined to carry out their alternative projects, bigger representation in international exhibitions (e.g. Bienále Brno (Brno Biennial)), naturally, some more Peter Bilak's, and particularly an initiative from the designers side to care about the common scene of our discipline. Theoretically, we are going the right way.



## Long Live Triennial!

**Interview with Róbert Paršo, Main Coordinator of Trnava Poster Triennial**

**Text: Ľubica Pavlovičová**

Why and with what vision did you rise to the occasion of the TPT main coordinator? The Poster Triennial caught me with full force at the break of the millennium. I have seen such personalities as Dóka, Longauer, Choma and Junek, who founded, built and with all their willpower maintained the Triennial, although virtually it has always been existentially endangered. Everything was working seemingly easily and by itself. Our generation still had the right to rebel, ironize, boycott and ignore the event.

In 2009, the differences of opinions about the TPT format and its focus culminated. It led to a certain liberation and extension of TPT with new disciplines (it was websites design then). It has however aroused certain disagreement and discussions, which have never been finished

Three years have passed, and I think nobody has been bored during that time. We were fighting with the crisis, founding the museum, were surprised at strangeness of financing the „Kunsthalle“ on the bank of the Danube... To be short, the Triennial has been covered in dust. Not even the conditions in Ján Koniarok's Gallery, which is responsible for organizing TPT, have helped; it remained without a regular director for some time.

In the meantime, together with Mária Rišková (the Triennial curator) and Viera Levittová (the ex-director of GJK), we have livened up the civil association of Poster (the Friends of the Trnava Poster Triennial Club) and started activities, which should fill the time and keep TPT in people's awareness between its separate events. Due to our fragmentation of time and space, we have organized only two workshops and a couple of exhibitions (Rural poster, 2009 and Typo Topo, 2011). It started to be tough, when it occurred that the Honorary Chairman and Triennial founder was in ill health (Jozef Dóka jr. died on 14th November, 2011), that other gentlemen felt they had invested enough energy in the project, and that the Triennial on the grounds of the gallery was in jeopardy. And besides, handing the project down to the younger generation of graphic designers has failed.

When analyzing what was going on (as a member of the organization committee, I had the necessary outlook and first hand information) and setting personal priorities, I decided to try and help to preserve the Triennial. I do not perform my task as a chairman or a curator; I find the task of a co-ordinator more effective. Today I actively search for ideas and unite the ideas, people and devices leading to a successful TPT. I feel it as an essential thing, as my family.

My vision is realistic; it is based on our possibilities. To express it in a poetic way, I am trying to put the Triennial on its feet again, and on top of that, I would like to give it wings. Nowadays, there are a couple of people around me, who care sincerely about it, and due to this I am very optimistic.

How I am leading the implementation team:

- we are focusing on the poster medium only
- we are trying to organize a standard international competition in accordance with the Icograda recommendations and with the means we have
- all Triennial superstructure (exhibitions, lectures and workshops) are arranged as accompanying activities with the help of external partners and external resources
- we are trying to provide opening, publicity and attendance on the level adequate to the event's importance
- we are seeking for new people who are interested in the event and related activities, and we are also searching for sponsors and benefactors
- we are preparing models and solutions necessary for its sustainability in the future

IVANA PALEČKOVÁ, VISUAL  
IDENTITY OF TRNAVA POSTER  
TRIENNIAL 2012.





Does in your opinion the poster discipline have a sufficient credit in the community of contemporary Slovak graphic designers? How do you assess their interest in participation? The question is, what in fact is the community of contemporary Slovak graphic designers? I can definitely see some new groups, perhaps with generational differences, which obviously have critical or sceptical opinions of the poster medium and the Triennial format. On the other hand, there is a considerable interest of the youngest generation of Slovak designers, people situated outside the centre and students with links to the Czech environment. However, no wider relationships or discussions have occurred yet.

I consider the poster an outstanding and non-aging medium, suitable in its format for communication and authorial expression. At the same time, it guarantees a certain transparency and comparativeness of individual works of art.

Nobody abandons the poster seriously in the world. There are topics and target groups, which still respond to the poster. I would not throw the engine out from the car just because of the fact that I still have a windscreen wiper motor, a window opener motor and lights and mirror rotation motors...

I do not assess the interest in participation either; it is a competition for individuals after all, even though formally divided according to countries and age categories for the sake of its transparency. However, I would definitely be happy if more people in our country found the courage to exhibit their posters together with the world's competition. I believe there would be nothing to be ashamed for.

Perhaps the clients need the encouragement to use more the poster medium and its potential, supported by the gifted artist's handwriting, and thus give this medium their support.

Do you believe TPT will be „strong enough“ to become a critical reflexion of contemporary poster production? For now, I do not feel competent to express such speculations. Pragmatically, I rather follow the rule „Poster is dead, long live the Triennial!“

Is it now possible to guess what themes will be presented in the most considerable rate? A glance into the database a month before the deadline could be presented more like a curiosity. As of 15th June, about 520 participants from more than 20 countries have been enrolled. Enrolment has

been accomplished by about 150 authors, and the posters, which came by mail, are being registered successively.

I have only noticed two advertisement posters so far, the rest being typical themes of cultural, ecological and social authorial posters. People in the world are mainly worried by lack of water and global warming; you can feel strong willingness to lead a dialogue and to respect human rights. Owing to the current Chinese and Iranian prevalence of registered works, themes reflecting the situation in this part of the world predominate. I was captured mostly by the Chinese retrospect, their ideology loss and contradictory future. Iran is seemingly lit by pleasant sunshine, which speaks about beauty and art, but at the same time drastically deprives them of so very necessary drinking water. And in the meantime, western countries move on seemingly undiscovered territories and look forward to another party. Personally, it brings happiness and gives me hope that apart from few individuals in the world nobody cares about the so called „global financial crisis“... But it is just my very preliminary observations.

Within the Triennial, in cooperation with the organizers, you have prepared several accompanying events: ?Plagát : Poster! exhibition in Dušan Junek's conception, a complex exhibition of the founder and long-standing Honorary TPT Chairman Jozef Dóka jr., (Lubomír Longauer), your lecture Plagáty v sklenenej veži (Posters in a Glass Tower); aren't you planning any workshops, seminars or a round-table discussion on the current state of poster creation? As I have already said before, we are trying to organize the accompanying activities with our partners' help. Therefore, it depends a lot on their organizational skills. We are happy to offer everybody advice and help, in order to extend the awareness about the Triennial and about the poster medium. There is an exhibition of 100 best posters from the Triennial history. The posters have been selected by Mr Dušan Junek, a long-time Triennial chairman.

I have prepared and presented a lecture on the poster collection created alongside competition and its potential. In September we would like to use the presence of the top personalities in an international jury. We are preparing an exhibition in Bratislava, lectures and interviews in the media for them.

There should be a separate exhibition of István Orosz, as a member of the jury for the V4 Award. We have also invited Fons Hickmann to be a guest

of the Triennial. In November, closely before the opening, there will be a V4 student workshop under the direction of the Civil Association Poster in Klub3 in Trnava. The title Poster to Street & Stream (Plagáty do ulíc a na web) suggests that it should be instalments, activities in public space and a record of a video series from the streets and the ceremonial opening.

Tomasz Bierkowski of ASP Katowice wishes to present a collection of Polish typographic books. It will be completed by a small exhibition Poster to Poster with the workshop results samples of the Civil Association Poster, where collectively displayed collections Rural poster, Typo Topo and some older ones will be seen. In Malá synagóga (Small Synagogue) in Trnava, we would like to open a Triennial shop Poster to Sale, with posters and other design for sale. Several thematic Pecha Kucha Night presentations should help the Triennial. Apart from it, we would like to support the attendance with various smaller competitions. Thanks to our partners, ticket draw winners can win a trip to Hong-Kong or India. This hopefully is not the final number of activities, and by November we will put together a programme, where everybody finds what he is most interested in.

To what extent are you satisfied with the competition in a visual look of this year's Triennial? Is there a specific form of its architectonic solution yet? The visual form of this year's Triennial has been gained in a regular and transparent competition organized by the Slovenské centrum dizajnu (Slovak Design Centre). Due to insufficient interest from the side of professional designers, we have moved towards another solution, and the visual side is being ensured by Ivana Palečková, a student of VŠVU (Academy of Fine Arts and Design). As we have raised requirements of the works and media scope in this Triennial in comparison with other year's competitions, we have decided to additionally extend the team with Martin Mistrík. Currently they are working in tandem and are creatively valorizing the potential of the original visual side of the Triennial.

Architectonic form of the competition is being prepared with respect to our possibilities and the exhibition fundus condition. Positive side of the event is that we managed to acquire interesting premises, which will serve as an auxiliary part to the standard Koppl's Villa and the Synagogue. Personally, I would be glad if in spite of the limits we managed to accomplish a fresh and modern architectonic solution of the exhibition.



## **Designum**

časopis o dizajne / design magazine  
vychádza 6-krát ročne / a bimonthly  
číslo / number: 03  
rok / year: 2012  
ročník / volume: XVIII  
cena / price: 2,16 €

## **vydáva / published by**

Slovenské centrum dizajnu  
/ Slovak Design Centre

## **vedúca redaktorka / editor in chief**

Lubica Pavlovičová / lubica.pavlovicova@scd.sk

## **zodpovedná redaktorka**

/ executive and contributing editor

Zuzana Šidliková / zuzana.sidlikova@scd.sk

## **spolupracujúci redaktori**

/ cooperating editors

Palo Bálik, Marcel Benčík, Boris Meluš

## **jazyková redakcia / proof reader**

Jitka Madarášová

## **jazykový preklad / translation**

Lubica Kachničová

## **marketing**

designum@scd.sk

## **redakčný kruh / editorial cooperators**

Mária Rišková, Marián Laššák, Sylvia Jokelová,  
Ján M. Bahna, Zdeno Kolesár, Palo Bálik, Martin  
Struss, Sabina Jankovičová, Maroš Schmidt

## **grafická úprava, zalomenie**

/ graphic design and layout

Boris Meluš / boris@melus.sk

## **písma / typefaces**

Greta (Typotheque), Komu B (DizajnDesign)

## **papier vnútro / inside paper**

Arctic Volume White 90 g/m<sup>2</sup>

## **papier na obálke / cover paper**

Peyer Peytan Leder 200 g/m<sup>2</sup>

## **tlač / printing**

Dolis, Bratislava

## **sídlo redakcie / headquarter**

SCD – Designum, Jakubovo nám. 12  
814 99 Bratislava, Slovak Republic  
T +421 2 204 77 319 / F +421 2 204 77 310  
E scd@scd.sk / www.scd.sk

## **predplatné a inzercia**

/subscription

SCD – Designum, Jakubovo nám. 12  
P.O.BOX 131, 814 99 Bratislava  
Slovak republic  
T +421 2 204 77 314 / F +421 2 204 77 310  
E natalia.galbava@scd.sk / designum@scd.sk  
www.predplatne.net

## **voľný predaj**

v stánkoch distribučnej spoločnosti  
Mediaprint Kapa

## **v kníhkupectvách a galériách v Bratislave**

Satelit SCD, Artforum, Prospero, Knížnica SCD,  
Art Books (STU), Galéria Medium, SNG Bratislava

## **v kníhkupectvách a galériách mimo Bratislavu**

Artforum v Banskej Bystrici, Žiline, Košiciach  
a Trnave, Stanica Žilina-Záriečie, Dům umění  
města Brna

## **distribúcia / distribution**

L.K. Permanent, s.r.o., P.O. Box 4, 834 14 Bratislava  
T +421 2 4445 3711 / F +421 2 4437 3311  
E lkpermanent@lkpermanent.sk

Redakcia nezodpovedá za obsah inzerátov.

Preberanie materiálov je možné len s písomným  
povolením vydavateľa. Jednotlivé články vyjadrujú  
názory autorov a nemusia byť vždy totožné so  
stanoviskom vydavateľa a redakcie. Pri používaní  
obrázkov vydavateľ rešpektuje práva dotknutých  
osôb. V prípade, že neúmyselne dôjde k omylu pri  
ich identifikácii, uvítame dodatočné informácie  
o majiteľoch autorských práv. Vopred nevyžiadané  
príspevky redakcia nevracia.



Papier na vnútro tohto čísla dodala  
spoločnosť Europapier Slovakia, spol. s r.o.  
**www.europapier.sk**