

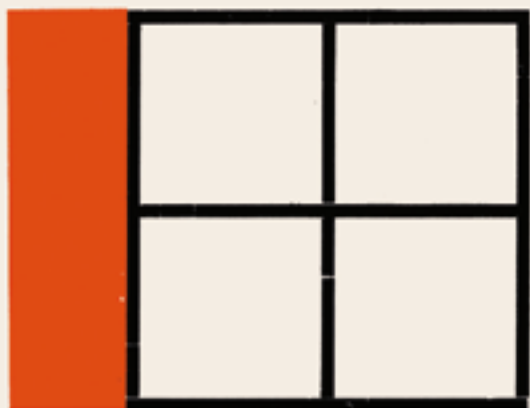
dizajn:cre:um ² 2024

Nová typografia – nový štýl!

V spolupráci

Inolab
Výskumno-vývojové
oddelenie SCD

SLOVENSKÉ
CENTRUM
DIZAJNU



martin rázus

domček



web SCD

Slovenské centrum dizajnu

Slovenské centrum dizajnu (SCD) skúma, prezentuje a popularizuje dizajn na Slovensku, a tiež zachraňuje predmety kultúrnej hodnoty z oblasti dizajnu, úžitkového umenia a architektúry prostredníctvom svojho oddelenia Slovenského múzea dizajnu (SMD).



web inolab

Inolab

Výskumno-vývojové oddelenie SCD sa na verejnosti prezentuje pod značkou *Inolab* a prepája odborníkov z rôznych sektorov.



viac informácií o ŠUR

ŠUR (1928 – 1939)

Cieľom výskumu Školy umeleckých remesiel v Bratislave je spracovať významnú kapitolu slovenských dejín dizajnu, keď Bratislava patrila k dôležitým regiónom inovácie v Európe.

Výsostne praktické zameranie na potreby doby viedli k tomu, že absolventi ŠUR si aj v čase svetovej hospodárskej krízy vedeli nájsť uplatnenie.

Inolab

Výskumno-vývojové oddelenie SCD

Nová typografia. Nový štýl pre moderné Slovensko.

Obrazový materiál: Slovenské centrum dizajnu / Archív Ivy Mojžišovej, súkromná zbierka
Autorka: Klára Prešnajderová

Manifest Novej typografie

Masívna industrializácia a spoločenské zmeny začínajúceho 20. storočia sa prejavili aj v grafickom odvetví. S technickým pokrokom išla ruka v ruke snaha o vytvorenie grafického štýlu adekvátneho modernej dobe. Jednoznačne najodvážnejší pokus o nastolenie nových pravidiel pre úpravu tlačovín predstavili v 20. rokoch avantgardní umelci hlásiaci sa umeleckému štýlu konštruktivismus. Ich nadšenie pre vedecko-technický pokrok a rozmáhajúcu sa kultúru veľkomesta vyústilo do „revolúcie“ v oblasti úžitkovej grafiky a typografie.

V roku 1925 vyšiel v najrozšírenejšom časopise nemeckých kníhtlačiarov *Typographische Mitteilungen* (Typografické zvesti) manifest Novej typografie. Zostavil ho mladý nemecký typograf Jan Tschichold. Do desiatich striktných bodov zhrnul základné pravidlá, ktoré podľa konštruktivistov mala spĺňať moderná grafická úprava.

„Nová typografia je účelná. Účelom každej typografie je informácia (ktorej je prostriedkom). Informácia musí byť zobrazená najkratšou, najjednoduchšou, najdôraznejšou formou.“

Tak zneli prvé dva body manifestu. V nasledujúcich ôsmich sa Tschichold venoval jednotlivým aspektom grafickej úpravy tlačovín, ktorých základným cieľom mal byť vždy čo najlepší prenos informácie k čitateľovi.

V ponímaní zástancov Novej typografie to znamenalo najmä odmietanie dekoratívneho ornamentu, využívanie elementárnych geometrických prvkov na zvýraznenie textu, redukciu farebnosti na čiernu, bielu a kontrastnú červenú, využívanie čo najjednoduchšieho bezpätkového písma, preferovanie fotografie pred ilustráciou, ale aj použitie efektnej diagonály či úplné popretie rigidného zalamovania textu na stredovú os.

To všetko s cieľom upútať pozornosť čitateľa, ktorého pohľad mal automaticky sklznúť na najdôležitejšiu informáciu v texte. Podľa týchto pravidiel Tschichold zalomil aj celé číslo časopisu *Typographische Mitteilungen*.

Manifest Novej typografie, ktorý sa takto dostal do rúk desiatok tisícov typografov v Nemecku a v zahraničí, vyvolal škandál. No našli sa aj takí, ktorí ho s nadšením privítali. Nech už boli reakcie akékoľvek, od tohto momentu sa naprieč Európou rozprúdila diskusia o podobe modernej typografie.

mitteilungen

typographische

sonderheft
**elementare
typographie**

natan altman
otto baumberger
herbert bayer
max burchartz
el lissitzky
ladislaus moholy-nagy
molnár f. farkas
johannes molzahn
kurt schwitters
mart stam
ivan tschichold



Časopis Slovenská Grafia

Debaty o tom, ako by po roku 1918 mal vyzerať knižný dizajn (hoci slovo dizajn sa vtedy ešte nepoužívalo), ako graficky upravovať čoraz populárnejšie obrázkové časopisy, odborné periodiká či ako tvoriť vkusnú a zároveň neprehliadnuteľnú reklamu vo forme inzerátov, plagátov alebo reklamných pútačov sa rýchlo presunula aj na Slovensko. Na potrebe pozdvihnúť kvalitu celého odvetvia sa zhodovali prakticky všetci, avšak v otázke modernosti sa už názory rôznili.

Popri konzervatívnych resp. umiernených moderných hlasoch sa k slovu dostávali aj

zaničení zástancovia avantgardnej cesty. Patrili medzi nich najmä ľudia pôsobiaci na škole umeleckých remesiel v Bratislave (1928 – 1939). Na ŠUR okrem iných učil aj teoretik výtvarného umenia a publicista Antonín Hořejš, ktorý v roku 1929 spolu s Karлом Jaroňom, riaditeľom tlačiarne Slovenská Grafia, založil rovnomený odborný časopis.

Treba pritom podotknúť, že na Slovensku v tom čase nevychádzalo žiadne iné periodikum zamerané na grafický priemysel, čím časopis *Slovenská Grafia* získal exkluzívnu pozíciu na trhu. Cieľ jeho vydavate-

ľov naznačoval už podtitul: *Časopis venovaný povzneseniu knižtlača a propagácii krásnej tlače*. Čo konkrétne si predstavovali pod výrazmi „povznesenie knižtlača“ a „krásna tlač“ vysvetlili v úvodnom programovom článku s názvom „Čo chceme?“:

„Chceme informovať záujemcov o súčasných pokrokoch knižtlačiarstva, prinášať príklady modernej tvorby grafickej v Európe, zaznamenávať pozoruhodné výkony knižtlačiarstva slovenského. Máme na mysli nielen krásnu úpravu kníh, ide nám tiež o to, aby akcidenčná tlač, obchodné tlačivá, plakáty, pozvánky, programy slávností a koncertov boli vkusné, aby do všetkých týchto odborov pomerne zanedbávaných prenikol tvorivý duch, ktorý už zachvátil všetok umelecký priemysel a výtvarné umenie.“

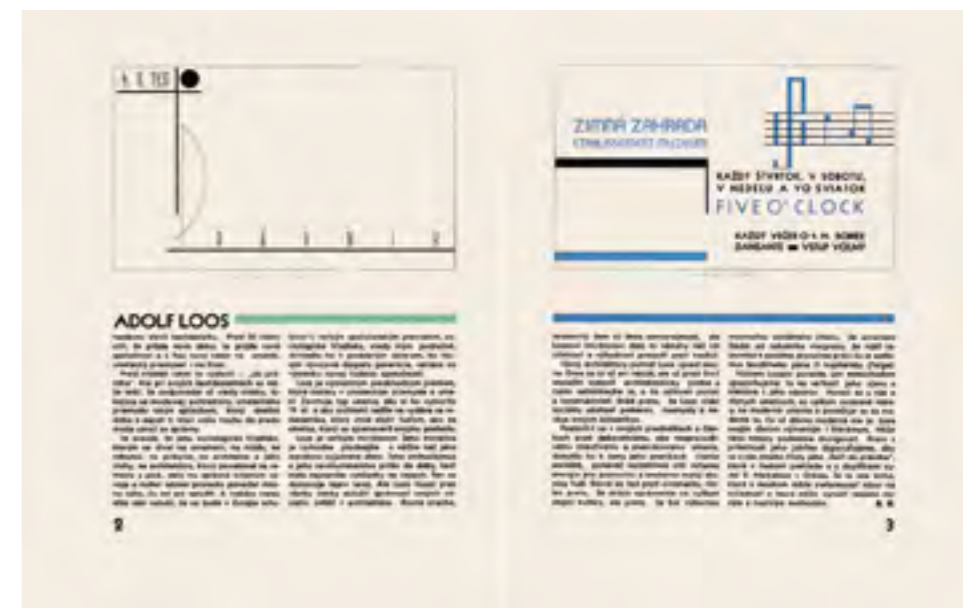
Slovám redakcie o modernosti, medzinárodnosti a tvorivom duchu zodpovedala aj grafická úprava časopisu. Tej sa zhostil dnes jeden z našich najvýznamnejších predstaviteľov moderného maliarstva Ľudovít Fulla, v tej dobe len 27 ročný, viedol na ŠUR maliarske oddelenie.

Hoci Fulla v tejto konštruktivistickej polohe dnes pozná len málokto, na prelome 20. a 30. rokov bol očarený Novou typografiou, ktorej zásady vedel aj bravúrne uplatňovať. Bol to práve on, kto ako prvý v slovenskom prostredí použil pri úprave knižnej obálky malopis. Typickým pre jeho typografiu sa stalo striedanie horizontály, vertikály a často aj diagonály, elementárne tvary zoskupoval do efektných geometrických útvarov, používal rôzne veľkosti písmen.

- 2 Manifest Novej typografie v časopise *Typographische Mitteilungen*
- 3 Obálka časopisu *Slovenská Grafia* z roku 1930
- 4 Obálka časopisu *Slovenská Grafia* z roku 1931
- 5 Dvojstrana časopisu *Slovenská Grafia* z roku 1931
- 6 Reklamný leták propagovaný v časopise *Slovenská Grafia*
- 7 Prospekt podniku Detva propagovaný v časopise *Slovenská Grafia*

Postupne si vytvoril jedinečný, až „hravý“ rukopis. V roku 1931 grafickú úpravu *Slovenskej Grafie* prebral Josef Rybák, ktorý nadviazal na Fullov štýl, takže počas štvorročnej existencie časopisu ani na jednom čísle nebaď odsklon od propagácie modernej typografie, či už po obsahovej alebo po vizuálnej stránke. Dôležitou súčasťou časopisu boli aj konkrétne ukážky z praxe, ktoré spravidla pochádzali z tlačiarne Slovenská Grafia a ktoré len dokazovali vysokú technickú aj výtvarnú úroveň tlačiarne pod vedením Karla Jaroňa. Žiaľ, po jeho odchode z postu riaditeľa prestal v roku 1933 vychádzať aj časopis.

Hoci *Slovenská Grafia* určite nedosahovala náklad významných odborných časopisov, svojím nekompromisne moderným konceptom predstavovala aj z medzinárodného hľadiska veľmi originálny a odvážny projekt. Veď ani časopis *Typographische Mitteilungen*, ktorý ako prvý venoval Novej typografii pozornosť, nezmenil svoje umiernené smerovanie hneď a až v priebehu rokov sa vyprofiloval na dôležitého zástancu najmodernejších tendencií.



Zdeněk Rossmann a grafické oddelenie na ŠUR

S príchodom grafického dizajnéra Zdeňka Rossmanna na ŠUR v roku 1931 získala Bratislava osobnosť známu v medzinárodných avantgardných kruhoch. Okrem toho, že na ŠUR viedol grafické oddelenie, intenzívne sa zapájal aj do kultúrneho života v meste. K jeho aktivitám patrila aj spolupráca na časopise *nová bratislava*, ktorý paralelne k *Slovenskej Grafii* začal v roku 1931 vydávať Antonín Hořejš. Rossmann svojou grafickou úpravou *novej Bratislavy* predstavil ešte radikálnejší pohľad na modernú typografiu.

Kým Fulla k typografii pristupoval s umeleckou invenciou, Rossmann videl krásu tlačovín v ich schopnosti sprostredkovať informáciu čo najrýchlejšie a najhospodárnejšie, ako aj v ich dokonalom technickom spracovaní. Táto striktná požiadavka na funkčnosť vyústila až do striedanej čistoty grafickej úpravy, čoho dôkazom sú aj obálky časopisu *nová bratislava*.

V tejto súvislosti sa s jeho tvorbou zvykne používať aj pojem „typografický minimalizmus“. Ten ideálne dopĺňala fotografia, ktorú Rossmann vo svojej práci masívne využíval. Najmä v reklame jej prisudzoval rovnakú dôležitosť ako textu. Zasadzoval sa aj za zavádzanie normovaných formátov papiera do praxe. Táto požiadavka sa preňho postupne stala nosným znakom modernej typografie.



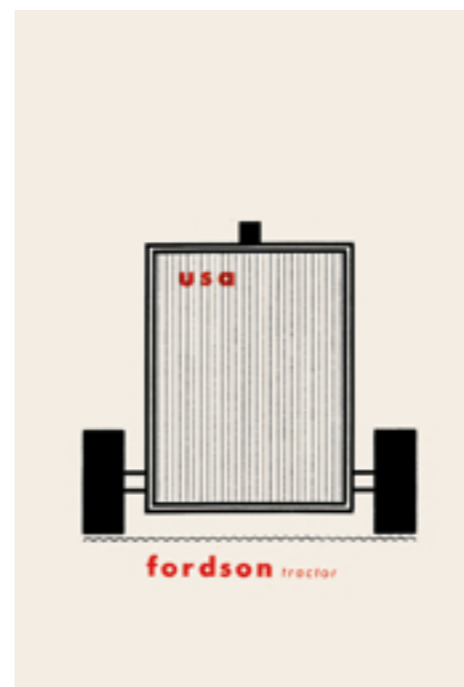
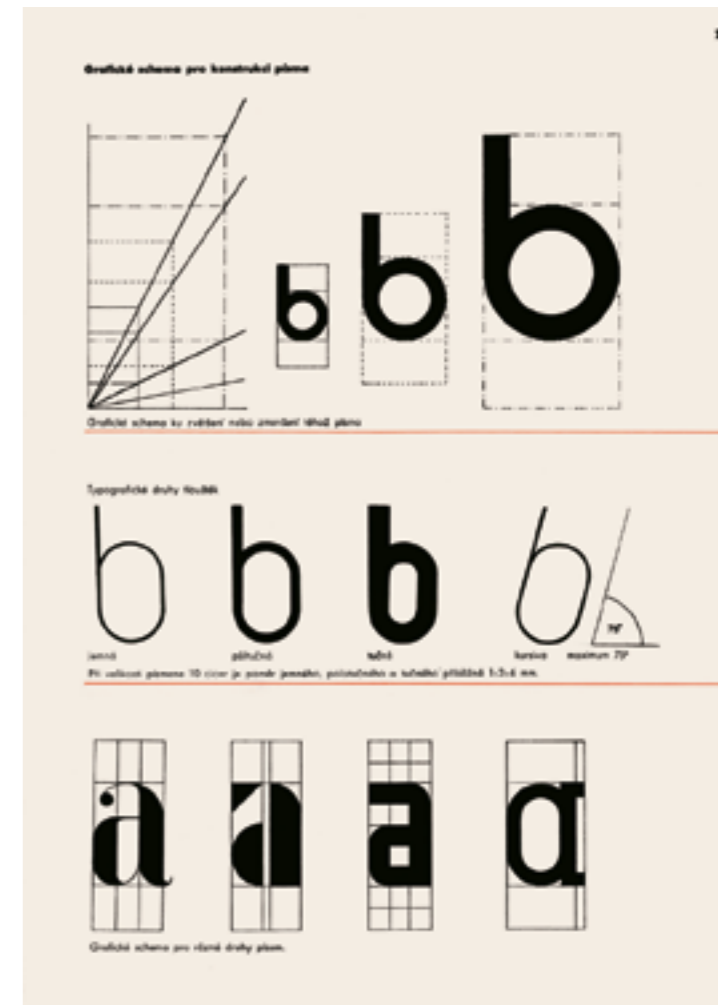
Svoje chápanie modernej typografie vštepoval Zdeněk Rossmann aj svojim študentom na ŠUR. Už v začiatkoch zadefinoval program grafického oddelenia takto:

„Naším úkolom je urobiť tlačivá čitateľnejšími. Normalizácia, písmo čistých geometrických foriem a sadzba rozčlenená opticky podľa vlastného obsahu, sú prostriedky, ktorých používame k riešeniu týchto úloh.“

V roku 1936 Rossmann dokonca napísal učebnicu s názvom *Předlohy pro odborné kreslení typografické*, kde na praktických

ukázkach krok po kroku vysvetľoval zásady modernej grafickej úpravy tlačovín. Mimoriadny dôraz pritom kládol na dôkladnú prípravu návrhu pred realizáciou.

Zo zachovaných archívnych materiálov vieme povedať, že študenti grafického oddelenia na ŠUR sa od svojho učiteľa naučili bravúrne uplatňovať zásady modernej typografie, ako aj zvládať realizáciu tlačoviny od návrhu až po tlač. S takouto výbavou nemali problém nájsť si uplatnenie v rôznych tlačiarňach, vydavateľstvách či reklamných oddeleniach firiem.



Záver

Hoci Jan Tschichold svoj manifest Novej typografie naformuloval ako striktné pravidlá, v praxi ani jej zástancom takého oklieštenie výtvarnej kreativity nevy-

hovovalo. Držali sa základných pravidiel o účelnosti, funkčnosti, dobrej čitateľnosti či technickej dokonalosti, avšak sami si uvedomovali, že básnická zbierka si vyžaduje odlišný prístup ako reklamný plagát. To viedlo k výrazne slobodnejšiemu uplat-



- 8 Obálka časopisu *nová bratislava*, 1931
- 9 Obálka časopisu *nová bratislava*, 1931
- 10 Dvojstrana časopisu *nová bratislava*, 1931
- 11 Predloha z učebnice od Zdeňka Rossmanna, 1936
- 12 Predloha z učebnice od Zdeňka Rossmanna, 1936
- 13 Inzerát na traktory Fordson od študenta ŠUR, 1931
- 14 Inzerát na Dunajský veľtrh od študenta ŠUR, 1931
- 15 Inzerát na závod Mennesmann Koburg v Trnave od študenta ŠUR, 1931
- 16 Reklamné plagáty od študentov ŠUR, 1931

ňovaniu zásad novej typografie, hľadaniu najvhodnejších výrazových prostriedkov pri zachovaní dobrej čitateľnosti a v konečnom dôsledku k postupnému kreovaniu grafického dizajnu v podobe, ako ho poznáme dnes.

Národná cena za dizajn 2024

Cieľom súťaže je podporovať, oceniť a prezentovať tvorcov dizajnu a výrobcov na Slovensku, ako aj uplatnenie slovenských dizajnérov v rámci EÚ, motivovať klientov a výrobcov v Slovenskej republike ku kontinuálnej spolupráci s profesionálnymi dizajnérmí, podporiť rozvoj teórie dizajnu a odbornej publicistiky v tejto oblasti tvorivej činnosti, mapovať a dokumentovať vývoj dizajnu v SR.

Ide o prestížnu celoštátnu súťaž dizajnu, ktorú vypisujú spoločne SCD a MK SR od roku 1993. Súťaž je jednou z kľúčových aktivít SCD a udeľovanie Národnej ceny za dizajn je najvyššou formou ocenenia v tejto oblasti tvorivej činnosti na Slovensku. Ocenenie je udeľované zvlášť pre produktový dizajn (nepárny rok) a komunikačný dizajn (párny rok).

Viac informácií: www.scd.sk/ncd

Inolab

Výskumno-vývojové
oddelenie SCD

Ďalšie zaujímavé projekty, ktorým sa venuje Inolab SCD, zahŕňajú knižnicu materiálov LOMA, výskum vzťahu umelej inteligencie a dizajnu, príbehy prvých slovenských hier a ich tvorcov, a ďalšie, o ktorých prinesieme informácie v nasledujúcich vydaniach prílohy **Dizajn:cre:um**.



www.scd.sk/ncd

Národná cena za dizajn

komunikačný
dizajn 2024



Vyhlasovatelia súťaže



Generálny
reklamný
partner SCD



Hlavný
partner SCD



Exkluzívny mediálny
partner SCD



Hlavný mediálny
partner SCD



Mediálny
partner SCD



Hlavný partner
NCD



Print partner
NCD



Produktový
partner NCD



S podporou

