



100% Studio Najbrt

**zč /
G**

Studio Najbrt Basics

Studio Najbrt je nejznámější české grafické studio. Pod vedením Aleše Najbrta, který ho před pětadvaceti lety založil, a dnes i jeho partnerky Zuzany Lednické pravidelně zpracovává úkoly národního významu, obskurní představení, světoznámé fotoknihy, kultovní filmy, veletrhy pro děti, milované festivaly i přeplněné hospody a jako nikomu jinému se mu daří budit vášně daleko za hranicemi oboru. Značka Najbrt je pop, ať už to v téhle zemi v posledních dekáдах znamená cokoli.

Výstava více než padesáti návrhů sleduje tvorbu studia od Najbrtových počátků v 80. letech přes art direkcí časopisů Reflex a Raut až po zmnožení jeho autorské identity po roce 1994 a postupné prosazování nástupnických přístupů Lednické nebo Marka Pistory. Rekapituluje základní práce, typy problémů a vizuální a organizační principy – výtvarné inspirace, autorská písma, vstřícnost k vysokému i nízkému, týmové prostředí a otevřenou spolupráci s fotografy, ilustrátory a dalšími profesemi. Spolu s nimi připomíná také Najbrtovu roli performeru s divadlem Sklep, Tros Sketos nebo dvojicí Thomas & Ruhler.

Počet, trvanlivost a masový zásah realizací studia, jeho dlouhodobá pozice tvůrce hlavního vizuálního proudu z něj učinila jakéhosi „designéra doby“. Některé z prací

zlidověly nebo nabraly společenský rozměr nad rámec zadání. Instalace proto vystoupila ze stěn do prostoru, z plochy stránky nebo obrazovky na objekt a základem výstavy se stal standardizovaný formát bílého trička. Familiární motivy, často reprezentanti rozsáhlých vizuálních identit, knižních svazků či edičních řad někde zůstaly v originální podobě, někde trička vycházejí z už existujícího merchandisingu, v několika případech se objevují ve fázi skic a nerealizovaných návrhů, jinde je studio pro účely expozice dál redukovalo na charakteristické fragmenty, jejichž podobu určuje představa o adekvátním námětu na tričko.

Vlastní volba vlajčího trička naznačuje nově nestálou, komplexní povahu vizuálního stylu v digitálním věku, nahrazující dříve nedotknutelná, singulární loga. Oblečení, boty a další osobní předměty v nehmotném streamovacím prostředí převzaly pozici obalu dlouhohrající desky coby kulturní reference, fetiše a iniciačního sběratelského předmětu. Merchandising neboli propagační a upomínkové předměty tvoří dnes neodmyslitelnou součást téměř každé grafické zakázky, a obyčejné bavlněné tričko v ulicích předhání papír coby základní prostor pro grafický design. Takový „obléknutelný transparent“ (někdy ideologické brnění, jindy beranidlo) ale vykazují mnohem

intenzivnější, intimnější vztah nositele k zobrazenému. Zároveň představuje výrazně zatíženější médium, o stupeň vzdálené idealizované a dekontextualizované „čisté obrazové rovině“ plakátu, kterému se dnes lépe daří přejímat znaky umění. Tričko velikosti medium zůstává blíž fyzické a ekonomické realitě manuálových rozmnoženin merkantilu, dopisních papírů, vizitek, kalendářů, kulíčkových per, machršíňůrek, hrníčků a svatebních oznámení. Nezastírá komplikované autorství, sériovost, komerčnost či služebnost designu – rysy, které nebývají ve vystavních institucích zpravidla zdůrazňovány.

Fakt, že „se něco tiskne na trička“ ať už jako součást vintage kolekce řetězců fast fashion, nástroj marketingu nebo třeba amatérské produkce táborového oddílu, vyjadřuje jistou úroveň oblíbenosti a dosahu. Trička s kapelou, citátem ze seriálu nebo k srdci přirostlou značkou znázorňují aspirace, hodnoty a přesvědčení a vedle identity produktu se stávají součástí identit individuálních. Deklarují příslušnost ke skupině stejně jako odlišení a fungují jako výzva ke komunikaci, demonstrace statusu, emancipační fantazie nebo ubezpečující talisman. Tričko s potiskem se tak na výstavě stává symbolem živé distribuce komerčních stimulů v efemérních předmětech denní spotřeby, představitelem

toho, jak se činíme nosiči sdělení jiných, i toho, jak si loga a další design přisvojujeme, recyklujeme je v nových souvislostech jako materiál k sebeurčení a sebevyjádření, jako zdroj nostalgie i ironie, konformity i rebelie. Ukazuje, jak blízko k tělu jsme si grafický design a to, čemu slouží, pustili – někdy s ním doslova i spíme.

Výstava tak nestaví diváky jen před problém grafického řešení, důvtipné vizuální zkratky, kompozice nebo stylu, ale zejména před otázku rostoucí důležitosti designu pro jedince i společnost, otázku současných proměn komunikace, produkce a nadprodukce, rychlosti spotřeby a upcyclace a před otázkou, zda by tohle chtěli nosit na hrudi, na ulici nebo třeba jen jako noční košili.

Studio Najbrt Basics

Studio Najbrt is the best-known Czech graphic studio. Under the direction of Aleš Najbrt, who founded it twenty-five years ago, and his partner Zuzana Lednická, it regularly works on tasks of national importance, obscure performances, kid's fairs, as well as crowded pubs, and it manages to engender passion far beyond the boundaries of its field. The Najbrt brand is pop, whatever it has meant in this country in the recent decades.

The exhibition of more than fifty designs charts the work of the studio from Najbrt's beginnings in the early 1980s through his art direction of the magazines *Reflex* and *Raut* to the multiplication of his artistic identity after 1994 and gradual establishment of successor approaches of Lednická or Marek Pistora. It recapitulates the basic works, the types of problems and visual and organisational principles – art inspirations, original typefaces, openness to the high and low, the team environment and cooperation with photographers, illustrators and other professions. At the same time, the exhibition also reminds of Najbrt's role as a performer in the *Sklep* theatre, the scat singers *Tros Sketos* and the *Thomas & Rühler* comedy duo.

The number, durability and mass reach of realisations of the studio, its long-term position as creator of the visual mainstream, has made

it a kind of “designer of the era”. Some of the works have become common property or took on a social dimension beyond the framework of the assignment. The installation has therefore stepped out of the walls into space, from the flatness of a page or screen into an object, and the standardised format of a white T-shirt has become the basis of the exhibition. Familiar motives, frequently representatives of extensive visual identities, book volumes or editions remained in original form in some places, somewhere T-shirts are based on already existing merchandising, in several cases they appear as sketches and unrealised drafts, elsewhere, the studio reduced them further into characteristic fragments for the purposes of the exposition, their form determined only by the idea of an adequate theme for a T-shirt.

The choice of a fluttering T-shirt suggests a newly unstable, complex nature of visual style in the digital world, replacing the formerly untouchable, singular logos. In the immaterial streaming environment, clothing, shoes and other personal objects have taken over the position of the record cover as a cultural reference, fetish and initiatory collector item. Merchandising now represents an inherent part of nearly every graphic assignment and a cotton T-shirt exceeds paper in the

streets as the basic space for graphic design. Such a “wearable banner” (sometimes an ideological armour, at other times a battering ram), shows far more intensive, intimate relation of the wearer to the portrayed. At the same time, it represents a considerably more encumbered medium, a degree removed from the idealised and decontextualised “purely visual level” of a poster, which is considerably more successful nowadays in appropriating the signs of fine art. A medium-size T-shirt remains closer to the physical and economic reality of routine reproductions of the mercantile, writing papers, business cards, calendars, ballpoint pens, keychains, cups and wedding announcements. It does not disguise complicated authorship, seriality, commercial qualities or the service role of design – characteristics, which are not generally accentuated at exhibiting institutions.

The fact that “something gets printed on T-shirts”, be it as a part of vintage collections of fast fashion chains, a marketing tool or perhaps an amateur production at a summer camp, conveys a certain level of popularity and reach. T-shirts with a band, a quote from a TV series or a brand express aspirations, values and beliefs, and in addition to the identity of the product, they become part of individual identities of their wearers. They declare

belonging to a group as well as distinction and serve as an invitation to communicate, demonstration of status, emancipatory phantasy or a reinsurance charm. At the exhibition, a humble printed T-shirt becomes a symbol of lively distribution of commercial stimuli in ephemeral everyday items, a representative of how we make ourselves into bearers of the messages of others, as well as of how we appropriate logos and other design, recycle them in new contexts as material for self-determination and self-expression, as a source of nostalgia as well as irony, conformity as well as rebellion. It shows how closely we have taken graphic design, as well as that, which it serves, to heart: sometimes we literally go to bed with it.

The exhibition not only confronts the viewers with the issue of a graphic solution, an ingenious visual shortcut, composition or style, but especially with the question of the growing importance of design for an individual and for society, the issue of current transformations of communication, of production and overproduction, the speed of consumption and upcycling, and with the question of whether they would like to wear this on their chest, in the street, or perhaps only as a night shirt.

Branické divadlo pantomimy Braník Pantomime Theatre

1989 Aleš Najbrt

„Šel jsem do toho po hlavě. Nejdřív jsem byl sportovec, pak výtvarník. Exhíbicionista jsem nebyl vůbec, moje fyziognomie ale způsobovala, že se lidi smáli, a to mě nějak posouvalo dál,“ vzpomíná Najbrt. Spojení s osobami a obsazením Pražské pětky, především divadla Sklep, mělo dalekosáhlé následky. Někteří lidé hráli podstatnou úlohu v Najbrtově dalším životě příkladem svého pozitivního humanismu (David Vávra), jiní jako dlouholetí přátelé, spolupracovníci a klienti (Jan Slovák, Tomáš Vorel, Tomáš Hanák, Václav Marhoul, Robert Nebřenský ad.). „Ta ironie a přehánění. Dělat si srandu úplně ze všeho dokázal mezi výtvarníky jenom málokdo. Najednou jsem chtěl, aby moje věci měly obsah a atmosféru jako divadla, kde jsem se začal pohybovat.“ Centrem pohybového divadla poloamatérských souborů, vystoupení Borise Hybnera nebo Bolka Polívky a domácí scénou Pražské pětky bylo v polovině 80. let divadlo v Praze 4. Charakteristický portál, který si občané Braníka ve 20. letech vybudovali z vlastních prostředků, Najbrt zvesela zabydlel vrstvou předsklepovských, abstraktních pantomimických zvířat.

“I jumped into that headfirst. First I was a sportsman, then a visual artist. I was in no way an exhibitionist, but my physiognomy made people laugh and that kept me going,” Najbrt recalls. Connection with the cast of the Prague Five, especially the Sklep theatre, had far-reaching consequences. Some people played a significant role in Najbrt’s further life with the example of their positive humanism (David Vávra), others as long-time friends, colleagues and clients (Jan Slovák, Tomáš Vorel, Tomáš Hanák, Václav Marhoul, Robert Nebřenský etc.). “The irony and the exaggeration. Mocking absolutely everything – only a handful of visual artists could do that. Suddenly I wanted my works to have the content and atmosphere of the theatres, where I started to move around.” In the mid-1980s, centre of physical theatre of semi-amateur groups, as well as performances by stars like Boris Hybner or Bolek Polívka, was at a theatre in Prague 4. It was also the home of the Prague Five. Najbrt cheerfully populated the characteristic portal, which Braník citizens built in the 1920s, with a stratum of pre-Sklep, abstract pantomime animals.



Dvě kola a dost Two Wheels and Enough

2013 Zuzana Lednická, Michal Nanoru
foto/photo Dušan Tománek

Na Designbloku ve funkcionalistickém areálu pražského Nákladového nádraží Žižkov daly koloběžky Yedoo namísto vlastní prezentace prostor hnutí. Dvě kola a dost je heslo tří lidí, kteří se scházejí v odstaveném vagónu, v noci sjíždějí žižkovské ulice a berou si zpět trochu městského prostoru uzurpovaného auty. Lepí plakáty, vydávají zin a přemalovávají čáry na silnicích na pruhy pro koloběžky. Kurátoři dopravy. Špinavý černobílý styl věstníku, funkční koloběžka na přemalovávání pruhů, výlep s varovnou černou stopou, která místy překrývala paralelně probíhající volební kampaň KSČM a idealistická guerillová instalace fiktivní klubovny tiše konfrontující snobsky efektní design korporátních showroomů byly tak realistické, že i sami organizátoři až po letech docenili jejich radikalitu. „Nejdřív čáry na silnicích. Ve skutečnosti je to ale souboj o tahy v tvůj hlavě. Na to být konzervativní a při svodidlech máme celý život,“ deklaroval zin. Occupy Olšanka.

At the Designblok festival in the functionalist premises of the freight railway station Nákladové nádraží Žižkov in Prague, the Yedoo kick scooters gave space to a movement instead of their own presentation. “Two wheels and enough” is the motto of three people, who meet in a decommissioned railway carriage, ride through the streets of Žižkov at night and reclaim some of the urban space usurped by cars. They put up posters, publish a zine and repaint lines on roads into lanes for scooters. Transport curators. The grimy black-and-white style of a zine, a functional scooter for repainting lines, a poster with a warning black trace, which in some places covered the election campaign of the communist party, and an idealistic guerilla installation of a fictitious clubroom quietly confronting the flashy design of corporate showrooms were so realistic that even the organisers themselves appreciated their radicality only years later. “First the lines on roads. In reality it is a fight for the moves in your head. We still have our entire lives for being conservative and staying by the crash barrier,” declared the zine. Occupy Olšanka.



Mecca

1998 Aleš Najbrt, Zuzana Lednická

V 90. letech design označoval pronikání západních hodnot do šedé postsovětské společnosti, včetně konzumerismu, osobních svobod a všeho dalšího, co k liberální demokracii patří. Měl znamenat nejen přetírání zdevastovaných fasád, ale i generační obrodu „starých struktur“ a „návrat do Evropy“. Budovat design znamenalo zatlačovat minulost do propadliště a akcelarovat dějiny. Design pro restauraci Dynamo, městskou pohádku Šeptej a přidruženou skupinu Colorfactory nebo kyberpunkový Terminal Bar se stal popovou stranou nástupu tehdejší od Londýna obrácené pražské nezávislé scény. Vizualní styl Meccy, pionýrské nejen coby jeden z prvních dotažených konceptů čistě tanečního klubu a restaurace pro znalé, ale taky jedna z prvních renovací továrního prostoru v Holešovicích, nabídl svým postindustriálním charakterem Najbrtovi možnost vrátit se na chvíli od plastické oblosti k ostře konstruovaným tvarům.

In the 1990s Czech Republic, design epitomised the penetration of western values into the grey post-Soviet society, including consumerism, personal freedoms and all of the things that are part and parcel of liberal democracy. It was supposed to bring not only the repainting of the flaking facades, but also a deep generational rejuvenation of the “old structures” and “a return to Europe”. To pursue design meant to dump the past and accelerate history. The design for the Dynamo restaurant, the urban fairytale Whisper and the affiliated band Colorfactory or the Terminal Bar became the pop side of the then Prague independent scene ogling London. With its post-industrial nature, the visual style of Mecca, a pioneer not only as one of the first completed concepts of purely a dance club and a restaurant for connoisseurs, but also one of the first makeovers of factory premises in Holešovice, offered Najbrt an opportunity to return from the plastic roundness to sharply constructed shapes.



Thomas & Ruller

1984–2019 Aleš Najbrt
foto/photo Václav Jirásek

Z představení baletní jednotky Křeč a sklepáckých Besídek se oddělila dvojice původně parodující brněnského performera Tomáše Rullera, která si ale během dnes už pětatřicetileté kariéry našla zcela svébytný projev minimalistické akrobatické grotesky, vyprodávající celovečerní představení na alternativních scénách. Tiskoviny Thomase & Rullera (Aleš Najbrt a Jan Slovák) byly od začátku součástí mystifikace a „hry na“ nejen světoznámé holandské autority, ale vůbec na skutečné představení. Vytvářely mytologii hvězd, v první řadě pro radost aktérů samotných, a potvrzovaly nepostradatelnost grafického designu pro konstrukci identity performerů. Každé dítě, které si hraje na cirkus, ví, že důležitost klaunského vystoupení dělá plakát. Ten první, který Thomas & Ruller neměli ani kam pověsit, určil identitu založenou na Najbrtově stejnojmenném písmu a fotografiích na desítky let dopředu. To, čemu se vysmívali – úspornost a intelektuálníská přisnost části umělecké komunity – se paradoxně stalo základem nadčasovosti jak jejich vystoupení, tak i designu.

A spin-off of the performances of Křeč ballet troupe and the sketches of Sklep, the duo was initially intended as a parody of the Brno performer artist Tomáš Ruller, but over its 35-year-long career it has found a highly original expression of minimalist acrobatic grotesque selling out shows on alternative stages. From the start, the printed materials of Thomas & Ruller (Aleš Najbrt and Jan Slovák) have been part of the mystification and the role-play of “the world-renowned Dutch artists” and a play at a real performance in general. They created the mythology of stars, primarily for their own enjoyment, in the act confirming the indispensability of graphic design for constructing an identity of performers: every child that plays at circus knows that a clown’s act is made important by a poster. The first one, which Thomas & Ruller did not even have anywhere to hang, determined an identity based on Najbrt’s typeface of the same name for decades to come. What the duo used to mock – restraint and intellectual severity of a section of the art community – paradoxically stood at the foundation of the longevity of their performances and design.



William Shakespeare: Othello

2013 Marek Pistora

Během tří let v pozici art direktora Reflexu nakreslil Najbrt desítky originálních titulků, ze kterých se někdy vyvinuly celé abecedy. Logo, které navrhnul pro první číslo z dubna 1990, zůstalo zachováno, i když v roce 2001 časopis úspěšně redesignoval Marek Pistora. Potom, co se v roce 2011 Pistora připojil ke studiu, společně s Najbrtem písmo z loga dokončili, digitalizovali a používají dál. Tady se rudo před očima z ultra kondenzovaného Reflexu staví mezi žárlícího novomanžela a přičetnost.

In the course of three years in the position of an art director of Reflex, Najbrt drew dozens of original headlines, with entire alphabets having developed from them sometimes. The logo, which he designed for the first issue from April 1990, has remained preserved, although Marek Pistora successfully redesigned the magazine in 2001. Then, after Pistora joined the studio 10 years later, he and Najbrt completed the typeface from the logo, digitized it and continue to use it. Here, the red before the eyes from the ultracondensed Reflex takes a stance between the jealous newlywed and sanity.



Sofee and the Gang

2018 Michal Nanoru, Andrea Vacovská
ilustrace/illustration Martin Lacko

Sofee je „solistikovaná káva“. Vyrábí se z výběrové kávy, zastudena maceruje a projde několikerou filtrací, než se rozlije do lahviček. Milovníci kofeinu si ji pak ředí v poměru 1:3. Sofee je taky holka z plakátu. Nejdřív ji ve studiu vymysleli jméno a pak vznikla tahle kombinace Siri, komiksové hrdinky a Léa Seydoux (Ne, Winony Ryder! Ne, Chloë Sevigny! Ne, Saoirse Ronan! Ne, Greta Gerwig! Diskuze byla dlouhá.) Milá, drzá, samostatná městská holka. Trochu Lucie, postrach ulice, trochu Jean Seberg v U konce s dechem. Pro limitovanou edici u příležitosti Najbrtovy retrospektivy na 28. mezinárodním bienále grafického designu v Brně 2018 se ale motiv Sofee na etiketách nečekaně proměnil na samotného laureáta v typickém thomasoruhlleroevském roláčku s výrazem špatně vyřezaného svatého.

Sofee is „sophisticated coffee“. It is made from specialty coffee, cold-macerated, and goes through several phases of filtration before being poured into bottles. Caffeine lovers then dilute it in a 1:3 ratio. Sofee is also its poster girl. First the studio came up with a name for her, and then emerged this combination of Siri, a comic book heroine, and Léa Seydoux (No, Winona Ryder! No, Chloë Sevigny! No, Greta Gerwig! No, Saoirse Ronan! The discussion was endless.) A nice, bold, independent city girl. A little bit of Lucy, Terror of the Street, a little bit of Jean Seberg in Breathless. For a limited edition on the occasion of Najbrt's retrospective at the 28th International Biennial of Graphic Design in Brno 2018, though, the Sofee motif on labels unexpectedly changed into the laureate himself in a typical polo neck in Thomas & Ruhl style, with the expression of a badly carved saint.



36th Karlovy Vary International Film Festival

2001 Aleš Najbrt

foto/photo Adam Holý

Prvních jedenáct let spolupráce s KVIFF vycházely identity ze znělek, které připravoval každý rok jiný režisér. Přestože jedním z vizuálů 36. ročníku byla zase černá kočka jako v roce 1997, její vyznění nemohlo být odlišnější – místo nostalgického stínu byla vycpaná, vypelichaná a přišpendlená k socialisticky sololitovému pozadí surovým bleskem. Ve znělkách režiséra Ivana Zachariáše příběhy bezradného promítače spojovaly satirickou bystrost české nové vlny s extrémním citem pro styling, čemuž dokonale posloužila živá barevnost fotografa Adama Holého a Najbrtova schopnost používat fotografii jako suverénní grafický prvek – tady v podobě devíti objektů-log reprezentujících hlavní rekvizity z devíti verzí znělek. Režiséři Zachariáš a v pozdějších ročnících i Martin Krejčí hleděli využít české národní poklady – místo snahy o ladnost se divákům dostalo sebeironie. Najbrt na takový tón slyšel, a fakt, že na hotelu Thermal festivalu dominovala gigantická plachta s chciplou pokojovou rostlinou, je ve studiu považován za jeden z dodnes neuvěřitelných triumfů vlastní vůle.

During the first 11 years of collaboration between the studio and Karlovy Vary International Film Festival, the designs were based on festival trailers made by different film directors. While one of the visuals of the 36th year was a black cat, which had also appeared back in 1997, her rendition could not be more different – instead of a retro shadow, this one was stuffed, mangy and pinned to communist-era chipboard by a merciless flash lightning. In the trailers by the director Ivan Zachariáš, stories of a helpless projectionist blended the satirical wit of Czech New Wave with extreme sense of styling, the purpose of which was perfectly served by the lively colours of the photographer Adam Holý and Najbrt's ability to use a photograph as a sovereign graphic element – here in the form of nine objects-logos representing the principal props from the nine versions of the trailers. The director Zachariáš and later Martin Krejčí sought to put to use Czech national treasures – instead striving for class, the viewer was offered self-irony. Najbrt was more than ready to embrace this and the fact that the dominant feature of the festival on the Thermal Hotel that year was a gigantic canvas with a dead houseplant is considered to be one of the still unbelievable triumphs of own will in the studio.



Dynamo

1998 Aleš Najbrt

Světlé dřevo, sklo a studené pastely interiéru jako klasicky devadesátková aktualizace kubrickovské představy budoucnosti i název připomínající východoevropské fotbalové kluby vedly Najbrta k futuretro písmenům loga a titulkového písma. Ve stylovém nedostatku 90. let úzká spolupráce s architektky Olgoj Chorchoj, Najbrtovými přáteli ze studií, udělaly z místa magnet, kde se setkávali nasávací budoucího kreativního průmyslu a vystavovaly se plakáty. První z pražských „designových“ restaurací je dnes vedle Reflexu nejstarší realizací studia fungující v nezměněné podobě.

Light wood, glass, cold pastels of the interior as a classically 1990s update of the kubrickian idea of the future and a name resembling East-European football clubs led Najbrt to futuretro letters of the logo and display type. In the 1990s scarcity of style, close cooperation with the architects from Olgoj Chorchoj studio, Najbrt's friends from university, made the place a magnet, where feelers of the future creative industry met and posters were exhibited. The first of the “design” restaurants in Prague is now, next to Reflex, the oldest realisation of the studio functioning in unchanged form.



Vltava: Best of!

1994–2019 Aleš Najbrt, Zuzana Lednická

foto/photo Adam Holý

„Dlouho jsme toužili vytvořit jednotnou identitu pro hudební skupinu. České hudebníky to ale většinou nezajímá. Až přišel Robert Nebřenský a spolu jsme vymysleli motiv, který vydržel po dlouhou dobu existence Vltavy. Úsměv ve všech možných podobách. Na první desce *Mládí* i tak velkou lásku bere s humorem (1994) je to víc výsměch než úsměv. Tvář na druhém LP *Šťastnej jako trám* (1996) patří člověku, který toho ví právě tak málo, aby šťastný mohl být. Třetí deska *Marx Engels Beatles* (1998) byla tvrdší, a tak vznikl portrét rockové kapely, které ztuhnul úsměv na rtech. Šest ‚olympijských‘ hlav představuje jak šest členů kapely, tak Johna, Paula, George, Ringa, Karla a Bedřicha. Na čtvrté desce *Když boží zestárnou* (2000) se úsměvy skrývají v sucích staré skříňky. A na *Best of!* (2001) už je všechno dohromady: sebejistý, nejistý, tvrdý, natvrdlý, milý i smutný úsměv. Pan Horáček, kulturista v nejlepším věku, vás zve na to nejlepší ze zlatého fondu skupiny,“ praví oficiální verze. Někdy radostný, někdy kousavý, úsměv je jeden z nejčastějších najbrtovských motivů.

“For a long time we had desired to create a unified identity for a band. Unfortunately, Czech musicians mostly are not interested. Then Robert Nebřenský came along, and together we came up with a motif, which lasted throughout the existence of the Vltava band. A smile in all possible forms. On the first record, *Mládí* i tak velkou lásku bere s humorem (*Youth Takes Even a Love This Big with Humour*, 1994), it was more of a sneer than a smile. The face on the second LP cover, *Šťastnej jak trám* (*Happy as a Lark*, 1996), belongs to a man who knows just enough to be happy. The third record *Marx Engels Beatles* (1998) was somewhat harder, giving rise to a portrait of a rock band with a smile frozen on their lips. The six ‘Olympic’ heads represent the six band members as well as John, Paul, George, Ringo, Karl and Friedrich. On the fourth record, *Když boží zestárnou* (*When Gods Grow Old*, 2000), the smiles are hidden in the knots of an old wooden cabinet. And on *Best of!* (2001) they all come together: self-assured, insecure, hard, dumb, sweet and sad smiles. “Mr. Horáček, a body-builder in his prime, invites you to the best of the group’s golden collection,” says the official version. Sometimes happy, at other times biting, a smile is one of the most frequently occurring motifs for Najbrt.



Reflex

1990–1993 Aleš Najbrt
foto/photo Libor Hajský

V roce 1989 měl sedmadvacetiletý Najbrt po škole i po vojně a nic se nezdálo být problém. Celoživotní fanoušek časopisu coby vyjádření ducha doby a šance na poodhalení budoucnosti akceptoval nabídku art directorství vznikajícího Reflexu. Redakce vnímala příležitost postavit týdeník jako vzrušující kompozici témat a postupů dosud nepřístupných jak v puritánsky stařeckém leninismu, tak v intelektuálním, vizuálně dřevním samizdatu. Sexualita, ezoterika, ekologie nebo rasismus se zde vyvalily jako všude jinde, ale okamžitou pozornost připoutala práce s dramatickým obrazem a to nejlepší z Najbrtovy hravosti i typografické důraznosti podporované (ručně) řezanou úderností černých ploch. Logo, které dodnes funguje v nezměněné podobě, i základní principy layoutu se krom vlastní designérovky minulosti nechaly inspirovat tehdy deset let starou úpravou Neville Brodyho pro britský The Face. Druhou slavnou éru magazín zažil v letech 2001–2008 pod art direktcí Marka Pistory.

In 1989, the 27-year-old Najbrt had already finished school and military service and nothing seemed to be a problem. A life-long fan of magazine as a concentrated expression of the zeitgeist and a peek into the future, he accepted the offer to join the emerging Reflex magazine as an art director. The staff saw a chance to create a magazine as an exciting melange of themes and approaches until then untouchable both by the puritan Leninism and the intellectual, visually archaic samizdat. Sexuality, esotericism, ecology or racism, sprang up here as everywhere else, but Reflex immediately commanded attention by work with the dramatic image and the best of Najbrt's playfulness and typographic accent reinforced by the (hand-made) forcefulness of black surfaces. The logo of the weekly, which has worked unchanged to this day, as well as the basic principles of the layout were inspired, apart from the designer's own past, by Neville Brody's then 10-year-old graphic design for the British magazine The Face. The magazine experienced a second famous era in 2001–2008 under the art direction of Marek Pistora.



Raut

1992–1995 Aleš Najbrt
foto/photo Tono Stano

Časopis, který založil Najbrt v reakci na vizuální limity týdeníku Reflex, nesl podtitul „společenský večer vybrané společnosti“, ale společnost byla eklektická – od prezidenta po myslivce. Už složení redakce symbolizovalo všezravost: SM Blumfeld, Michal Cihlár, Josef Rauwolf, Jaroslav Róna, Jáchym Topol, David Vávra. Časopis pokračoval v úderné i zdobné estetice nastavené už v Reflexu, jen v čistotě a rozměru, které odpovídaly Najbrtově ambici. Raut, jehož byl šéfredaktorem, art direktorem i grafikem, ve formátu 50 × 70 cm naplňoval vizi velikosti a témat bez ideologického omezení, zpracovaných výsostnou, i když přístupnou formou, s jasnou převahou fotografií Tona Stana. Jejich teatralita a melodramatičnost nacházely spřízněnou duši v Najbrtově rozevláté sazbě. Ani jeho energie ale neudržela časopis déle než pět čísel, poslední vyšlo v listopadu 1995. O rok později dostal Raut bronzovou medaili The Tokyo Typedirectors Club a Grand Prix na 17. mezinárodním bienále grafického designu v Brně.

The magazine founded by Najbrt as a response to the visual limits of the Reflex weekly was subtitled “a soirée with the best and brightest”, but the company was typically eclectic – from president to forester. Even the composition of the editorial staff symbolised omnivorousness: it included artists, actors and poets. The magazine continued in the striking and ornamental aesthetic set by Najbrt in Reflex, but in purity and size corresponding to Najbrt’s ambition. With the 50 × 70 cm format, Raut, where he was editor-in-chief, art director and graphic designer, fulfilled the vision of monumentality and presented topics without ideological restrictions in refined but accessible form, with a clear dominance of Tono Stano’s photographs. Their theatricality and melodramatic nature was akin to Najbrt’s unbound typesetting. Alas, even his energy did not manage to keep the title afloat for more than five issues – the last one was published in November 1995. A year later, Raut received the bronze medal of The Tokyo Typedirectors Club and the Grand Prix at the 17th Brno Biennial of Graphic Design.



Terminal Bar

1996 Aleš Najbrt, Zuzana Lednická

Kyberpunkový klub, internetová kavárna, mezinárodní knihkupectví, knihovna a videopůjčovna s promítacím sálem, pokrývající podle tiskové zprávy „od programování k poezii, od klasických dějin ke konspirační teorii a od zjevného k záhadnému“ – v době, kdy si early adopters mohli v Praze zřídit e-mailový účet s jedním megabyte na disku za 295 Kč měsíčně, čisté sci-fi. Po všech stránkách inspirativní Američan Chris Stander pozval k tvorbě interiéru v Soukenické ulici Bořka Šípka a studio se několik let dotýkalo budoucnosti plakáty, pozvánkami a dalšími tiskovinami s logem, které, jak psaly Softwarové noviny, připomínalo „něco mezi virem, robotem a přístávacím modulem jinoplanetníků“. V podzemních prostorách se „denně střídali DJs, jejichž program“ byl dokonce „k máni na webu“. „Terminal Bar je spíše kulturním centrem, v němž je internetová konektivita nikoliv hlavním lákadlem, ale nezbytným doplňkem pro lidi vyznávající určitý životní styl,“ uzavírají noviny.

A cyberpunk club, and Internet café, an international bookstore, a library and video rental shop with a viewing room, which, according to the press release, covered things “from programming to poetry, from classical history to conspiracy theory and from manifest to mysterious”? At a time, when early adopters in Prague were able to set up an email account with one megabyte on the disc for CZK 295 per month? Pure sci-fi. The in all respects inspiring American Chris Stander invited Bořek Šípek to design the interior and for several years, the studio touched the future with posters, invitations and other printed material with a logo, which, as the newspaper Softwarové noviny wrote, resembled “something between a virus, a robot and a landing module of otherplanetarians”. In the underground space, “DJs alternated daily”, their programme being even “available on the website”. “Terminal Bar is more of a cultural centre, in which Internet connectivity is not the main attraction, but a necessary complement for people of a certain lifestyle,” the paper concludes.



Šeptej Whisper

1996 Aleš Najbrt

Celovečerní debut syna kameramana Miroslava Ondříčka Davida definoval první porevoluční generaci okouzlenou elektronickou hudbou, novou genderovou a sexuální fluiditou, neagresivními drogami a estetikou lyžařských bund 70. let. Film, naivní jako jeho šestnáctiletá představitelka přijíždějící z maloměsta do Prahy, ale úžasně stylový, vyjadřoval veškerou touhu po pohádkovém životě „jako na Západě“ – životě jako nekonečném designovém večírku, kde nikdo nepracuje a neplatí nájem. Extázi novosti a rozostřené klubové barevnosti reprezentovalo rozesmáté slunce stříkající pozitivní energii, potem nebo slzami, úplně jak na tabletě. Kostřbatost písma Pražská pětka překryl kosmicky ocucaný efekt druhé poloviny 90. let.

The feature debut of director David Ondříček, son of the cinematographer Miroslav Ondříček, defined the first post-revolutionary generation fascinated by electronic music, new gender and sexual fluidity, non-aggressive drugs and the aesthetics of the 1970s skiing jackets. The film, as naive as its 16-year-old heroine coming to Prague from a small town, but fabulously stylish, expressed all longing for a fairytale life “like in the West” – a life like a never-ending design party, where no one works and no one pays the rent. A laughing sun spurting positive energy, sweat or tears, just like on a pill, represented the ecstasy of newness and blurred club colours. The crabbedness of Prague Five typeface was smoothened by a cosmically round effect typical of the second half of the 1990s.



Česká alzheimerovská společnost Czech Alzheimer Society

2014–2019 Zuzana Lednická, Andrea Vacovská,
Anna Divišová, František Polák

Koláže z každodenních věcí v centru vizuálního stylu upozorňují na nezvyklé situace, které jsou pro pacienty s Alzheimerovou chorobou až příliš běžné. Rozbitý svět, v němž dávno osvojené souvislosti přestaly existovat, připomíná meziválečnou tvorbu avantgardistů a s ní tenkou hranici mezi kreativitou a nemocí, ale i stárnutí a vybledávání kdysi revolučních konceptů. To podtrhuje použití vždy jen dvou barev, které pomáhá občanskému sdružení redukovat náklady na tisk. Logo se spojkou „a“ a zároveň počátečním písmenem jména dr. Aloise Alzheimer je pak jako věta, kterou mluvčí začne, a... Rozvádí ho i slogan Nezapomeň na..., který dochází různých užití při akcích jako je Týden paměti, Nezapomenutelný večer nebo Gerontologické dny. Sešit pro trénování paměti a dalších kognitivních funkcí se stal Nejkrásnější českou knihou roku 2015 v kategorii Učebnice pro školy všech stupňů a ostatní didaktické pomůcky.

The collages of everyday things at the center of the visual style point to unusual situations, which, however, are far too common for many patients with Alzheimer's disease. A shattered world, in which links embraced decades ago have ceased to exist, brings to mind the works of the interwar avant-gardes. And with them the thin line between creativity and disease, but also the aging and fading of once revolutionary concepts. The washed-out effect is supported by the use of only two colors that help the non-profit organization reduce the printing costs. The logo with "a", meaning "and" in Czech, both a conjunction and the initial of the name of dr. Alois Alzheimer, makes for a sentence that the speaker starts, but suddenly loses his way with the words. In Czech, it forms the basis for the slogan "Do not forget to...", which is used at events such as The Week of Memory, An Unforgettable Evening or The Gerontology Days. The notebook for exercising memory and other cognitive functions became The Most Beautiful Czech Book of the Year 2015 in the category of Textbooks for Schools of All Levels and other didactic aids.



37th Karlovy Vary International Film Festival

2002 Aleš Najbrt

foto/photo Adam Holý

Jestli promítač Eddie a jeho vycpaná kočka z 36. ročníku znamenali návrat k blbnoucím chlápům Pražské pětky, následující rok jím byl trojnásob. Na Thermalu visel obrovský Najbrt společně s Františkem Skálou a Jaroslavem Rónou, v tralaláčcích a s kníry Tros Sketos. Najbrtovy silné stránky se protnuly, vernisážové scénky tři kašparů ctících i parodujících trapnost grotesek a kabaretních šou pronikly na billboard. A nastavily latku karlovarské identity coby taškařice, po níž byl každý další ročník už jen zklamáním. Okouzující sebranost a zároveň ironické ochotnictví Tros Sketos reflektovaly Najbrtovu připravenost zastat úlohu designéra, námětu, možná sehnat režiséra i make-up a ještě se tomu celému, včetně sebe, smát. 37. ročník redefinoval roli vizuálu na neoddělitelnou součást zážitku z festivalu, na nárok nechat se jím bavit stejně jako vítězným filmem v diváckém hlasování. Varietní stylizace neměla krom připomenutí, že veškeré pózování jakýchkoli hvězd tady bereme jako křečovitou šaškárnu, s filmem mnoho společného, ale nikdo si nestěžoval.

While for Najbrt, the projectionist Eddie and his taxidermied cat from the KVIFF's 36th year marked a return to the guys-fooling-around humour of the Prague Five, the next year was to be the same, triply so. The Thermal Hotel was adorned with a huge Najbrt, together with the artists František Skála and Jaroslav Róna as Tros Sketos. Najbrt's strong points came together: comedy of the three stooges both celebrating and parodying the awkwardness of slapstick and cabaret that had once entertained just a handful of artists, made its way to billboards. And set the yardstick for the festival visuals as a drollery, after which every year that followed was necessarily a disappointment. The charming proficiency dosed with ironic amateurism of the Tros Sketos reflected Najbrt's readiness to take up the role of the designer, the subject, maybe engage the director and makeup artists and still have a good laugh at all of that including himself. The 37th year redefined the role of the visuals, making them an inseparable component of the festival experience, just as amusing as the winning film in the people's choice category. The variety show stylisation did not have much in common with the film medium, apart from a reminder that all the poses of any of the stars are taken here to be just a phony, but nobody complained.



Pražská pětka The Prague Five

1989 Aleš Najbrt

V roce 1982 Najbrt nastoupil na UMPRUM a přijal nabídku Šimona Cabana přidat se k zárodku baletní jednotky Křeč. Gymnaziální předtančení vedlo k vystoupení s už zavedeným divadlem Sklep a k zformování Pražské pětky (dále pantomimická skupina Mimóza, výtvarné divadlo Kolotoč a recitační skupina Vpřed). Mimo divadelní scénu pronikla nová generace na konci 80. let především prostřednictvím filmů Kopytem sem, kopytem tam Věry Chytilové, povídkovou Pražskou pětkou a Kouřem Tomáše Vorla. Najbrt krom hraní, zpěvu a šaškáren obsluhoval grafické potřeby Křeče a postupně se stával i dvorním designérem Sklepa. Přechod ke Sklepu se překrýval s intenzivním kontaktem s rozsáhlým tvaroslovím Tvrdohlavých, což společně posunulo Najbrtův styl od barevně roztančené kaligrafie k brutálnějšímu výrazu. Při kaligrafování si osvojil středověká písmena a jejich tvrdost se najednou hodila – gotika mu „k poetice Sklepa šla“. Plakát na film Pražská pětka, dnes jednu z klasických Najbrtových prací, režisér ve své době nepřijal, na sítotisku vzniklo jen několik kusů.

In 1982, Najbrt enrolled in the Academy of Arts, Architecture and Design and accepted an offer to join the soon-to-be Křeč ballet troupe. A dance performance at a high-school ball led to performing with the already established Sklep theatre and to the formation of The Prague Five (together with Mimóza pantomime group, Kolotoč visual theatre and Vpřed recitation group). At the end of the 1980s, the new generation became known mainly through films – Kopytem sem, kopytem tam (A Hoof Here, A Hoof There) by Věra Chytilová and The Prague Five and The Smoke by Tomáš Vorel. Apart from acting, singing and clowning, Najbrt took care of the graphic needs of Křeč and slowly became the principal graphic designer of the Sklep theatre as well. The transition to Sklep overlapped with intensive contact with the artistic idiom of the Tvrdohlaví group, both of which combined to shift Najbrt's style from colourful unbound calligraphy to a more brutal expression. When doing calligraphy, Najbrt became acquainted with medieval type and its severity was suddenly useful. He found the Gothic type "suited the Sklep poetics well". The poster for The Prague Five, now a classic work of Najbrt's, was rejected by the director in its time, and was screenprinted in a few copies.



45th Karlovy Vary International Film Festival

2010 Zuzana Lednická
foto/photo Václav Jirásek

S 44. ročníkem KVIFF spontánně začala trojice rozpohybovaných typografických vizuálů. Čtyřicátý pátý nastoupil přímo do grafické velkoleposti 30. let, kde světlometry protiletického kalibru v titulcích šátrávaly po 3D logách hollywoodských studií. V tomhle případě byla písmena vyřezaná do plexiskla. „45. ročník měla být oslava, světlo, tma. Plexi ve světle vypadá výborně. Dala jsem bednu s číslem Václavovi Jiráskovi, ať zkusí různé nasvícení. Tím, že je z několika slepených vrstev, divák neví, na co se kouká a jak to vzniklo,“ vysvětluje Lednická záměr netypický pro studio, kde design většinou vzniká, aby divák věděl, ne znejistěl, a kde slovo „formální“ má v zásadě vždy negativní nádech. „Někdy forma může být obsahem, mně osobně nevadí, když je návrh jenom vizuální a silný. Pro mě to byla zkouška, jak pracovat s písmem ve fyzickém prostoru a fotit ho jako objekt,“ říká Lednická.

The 44th year of Karlovy Vary International Film Festival was marked by the spontaneous start of a trio of typographic visuals in motion. The 45th sailed directly into the graphic magnificence of the 1930s, when searchlights of anti-aircraft calibre in the opening credits searched the 3D logos of Hollywood studios. In this case the letters were cut from plexiglas. “The 45th year was meant as a celebration, light and dark. Plexi looks excellent in light. I gave a box with the number to Václav Jirásek to try different ways of lighting. Since it was made from several layers glued together, the viewer does not know what he/she is looking at and how it was created,” Lednická explains the concept, untypical for the studio, where design is usually made for the observer to know, rather than to feel disoriented, and where the word “formal” practically always has negative connotations. “Sometimes form can be content – personally I don’t mind when the design is only visual and powerful. For me it was a test of how to work with letters in physical space and photograph them as an object,” says Lednická.



Edmond Rostand: Cyrano

2006 Aleš Najbrt

foto/photo Adam Holý

Jedna z dlouhodobých spoluprací postavených na Najbrtových přátelstvích z kraje 90. let, tentokrát se zakladatelem Divadelního spolku Kašpar Jakubem Špalkem, dala vzniknout výjimečné vizuální identitě. Jakkoli temné, plakáty pro Kašpar reprezentují vytrysknutí životní energie, dané z části osobností fotografa Adama Holého, z části činorodým obdobím počátku milénia. K Cyranově neštěstí, jak potvrzuje Jaroslav Vrchlický, „přispěly hlavně dvě věci, jeho gaskoňská povaha a jeho neobyčejně prý velký nos.“ Čím víc se ho romantický hrdina snaží popřít, tím víc vystupuje, „všecko jeho snažení se nese k velkému ideálu a jen jeho nešťastný zevnějšek a nepřízeň doby v cestu se mu staví.“ Klasická typografie pro dlouhodobě oblíbenou hru z konce 19. století sekunduje jednoduchému gestu zaškrtnutého nosu, které poznamenává, zastírá a přitom podtrhuje pseudobarokně bohatou Holého fotografii. Namísto chvástavosti a fanfaronství nabízí nejednoznačnou melancholii, zasněnost a šaška počmáraného.

One of Najbrt's long-term collaborations built on friendships from the start of the 1990s, this time with the founder of the Kašpar theatre company, Jakub Špalek, nurtured this exceptional visual identity. However dark, the Kašpar posters signify the sprouting of life energy partly credited to the personality of the photographer Adam Holý and in part to the vigorous start of the millennium. The tragedy of Cyrano was, as the poet Jaroslav Vrchlický confirms, "mainly due to two things – his Gascon nature and his allegedly immensely large nose." The more the romantic hero tries to deny it, the more it protrudes, "all of his efforts lead to a great ideal and only his unfortunate appearance and adversity of the era stand in his way." The classic typography for a play from the end of the 19th century that has been popular for a long time endorses a simple gesture of a crossed-out nose, which notes, obscures and yet highlights the pseudo-baroque rich photograph by Holý. Instead of boastfulness and fanfaronade, it offers ambiguous melancholy, daydreaming of a fool.



Pražské křižovatky Prague Crossroads

2016 Andrea Vacovská, Michal Nanoru

„Dílo Václava Havla i jeho aktivity na poli lidských práv v sobě vždy spojovaly angažovanost intelektuála s humanismem umělce,“ uvedlo Národní divadlo festival u příležitosti Havlových nedožitých 80. narozenin. S podtitulem „Umění a politika, politika a umění“ prezentuje představení, filmy, diskuze a další program českých a především postsovětských autorů. Design s havlovským srdíčkem upomíná estetiku autorových Antikódů, ale taky samizdatu jako své doby nejjednodušší a nejefektivnější formy šíření informací. Aktualizuje ho současná barva mezi oranžovou výstrahou a růžovou laskavostí.

“The work of Václav Havel and his activities in the field of human rights have always combined activism of an intellectual with humanism of an artist,” the National Theatre said about its festival on the occasion of Havel’s unreached 80th birthday. Subtitled “Arts and politics, politics and art”, it presents performances, films, discussions and other programs by mostly Czech and post-Soviet authors. The design with Havel’s signature heart is reminiscent of the author’s typewriter aesthetic in Anticodes, his book of poems and calligrammes, but also of samizdat as the time’s simplest and most effective form of disseminating information. It is updated by a contemporary color somewhere between warning orange and warm pink of kindness.



49th Karlovy Vary International Film Festival

2014 Marek Pistora

Familiárnost festivalu, ke kterému jako by nebylo co dodat, takže si minimálně od 47. ročníku vystačil jen s číslem v pořadí, zplodila ještě jednoho hrdinu. Prase. 49. ročník dokazoval, jak málo stačí, aby bylo řečeno mnohé. Spojoval černobilou typografickou důstojnost, která se sluší na filmový festival této úrovně, se znevažujícím humorem a rozverností, na kterou čeští batůžkáři čekali od ročníku s Tros Sketos, ale jaksi podivně sympatické byly i čtenářům Variety. Jen shodou okolností ten rok přijel do Varů i Mel Gibson, v té době na černé listině Hollywoodu za barvitě postoje ke gayům, židům, ženám a konspiračním teoriím. Sázka na to, že návštěvníci přijmou motiv za svůj a budou s ním dál pracovat, se proměnila ve fronty na merch dlouhé jak na finské filmy. Prasátko zlidovělo. Kvíííff.

The familiar nature of the festival that needs no explanation any more, so that at least from the year 47, the visuals make do with only the order number, gave birth to yet another hero. A pig. The 49th design proved how little suffices to say a lot. It merged black-and-white typographic dignity, fit for a festival at that niveau, with disparaging humor and playfulness that Czech “backpacker” visitors had been waiting for since the year of Tros Sketos, but that was somehow strangely affable to Variety readers as well. It was a coincidence that Mel Gibson, at the time at the Hollywood blacklist for his colorful attitudes towards gays, Jews, women, and conspiracy theories, came to Karlovy Vary that year. The bet that festival-goers would embrace the motive and it would take on a life of its own turned into lines at the merchandising booths as long as those for Finnish movies. The piglet became a household animal. Oink.



mojemoje

2006 Zuzana Lednická

Studio Najbrt je rodinný podnik. Lednická nedisponuje takovou viditelností, ale její objem úkolů a podíl na rozhodování ve studiu, které od roku 2002 spoluvlastní, se Najbrtovi vyrovná. Label mojemoje vytvořila pro vlastní produkci studia, ale název taky vymezoval určitou autonomii. Vedle tašek, porcelánu a snowboardů s vlastní grafikou v roce 2006 Lednická demonstrovala svůj postoj kolekcí oděvů, jejichž potisky majetnický přebila sítotiskovým brandem mojemoje. Zhruba šedesát triček, ale i mikin a džínů prodávaných na webu pocházelo částečně ze second handů, částečně z masově vyráběných řad módních řetězců. Asertivní ve svém nároku, duchampovsky-ablohovské gesto dotýkající se šedé plochy autorství a práva mezi reprodukcí a výjimečností v z povahy sériovém designu, předznamenalo i Basics. „Šlo o to, přivlastnit si ty motivy a z unifikovanosti udělat zase originál. První se prodalo tričko s koněm – koupila si ho holka, co má ráda koně,“ vzpomíná Lednická.

Studio Najbrt is a family business. Although Lednická is not enjoying such media exposure as Najbrt, the scope of her tasks and her share in the decision-making at the studio, where she has been a co-owner since 2002, equal that of Najbrt's. She created the mojemoje (minemine) label for the studio's own production, but the name also signifies certain autonomy. In addition to bags, porcelain and snowboards with studio's graphics, in 2006 Lednická demonstrated her attitude with a collection of clothing, the printing of which she possessively overrode with the screenprinted brand mojemoje. Approximately 60 T-shirts, but also sweatshirts and jeans sold on the website came partly from second hands, partly from mass-produced lines of fashion chains. Assertive in its claim, the Duchamp-Abloh style gesture touching on the gray area of authorship and rights between reproduction and exceptionality in what is by nature serial design, foreshadowed Basics, too. "It was about appropriating these motives and turning the unified quality into an original again. The first to sell was a T-shirt with a horse – a girl, who likes horses, bought it," Lednická remembers.



Bokovka Sideways

2006 Aleš Najbrt, Zuzana Lednická

Aleš Najbrt, režiséři Jan Hřebejk a David Ondříček, fotograf Tono Stano, obchodník uměním Jan Bejšovec a malíř Stanislav Diviš si kdysi založili vinný klub a nedlouho potom i vinárnu Bokovka. Později mezi sebe vzali restaurátora Tomáše Karpíška a Bokovku otevřeli stranou vřavy jedné z nejrozvinutějších oblastí Prahy, v renesančním dvoře Dlouhé ulice, se soukromým kinem a designovým vintage faceliftem, který všechno trochu zašpinil. Logu se přezdívá Bulovka.

Aleš Najbrt, the directors Jan Hřebejk and David Ondříček, the photographer Tono Stano, the art dealer Jan Bejšovec and the painter Stanislav Diviš had founded a wine club and not long afterwards, a wine bar named Bokovka. The restaurateur Tomáš Karpíšek later joined the club and Bokovka opened not far from the maddening crowds of one of the finest bar and restaurant areas in Prague, in a Renaissance courtyard in Dlouhá Street with a private cinema and vintage design facelift, that made everything a little smudgy. The logo is nicknamed Bulovka after an infamous Prague hospital.



Fototorst

2000–2014 Zuzana Lednická, Pavel Lev, Aleš Najbrt

Mezinárodně úspěšná edice malých brožur prezentujících klasiku české fotografie zahájila v roce 2000 Alexanderem Hackenschmiedem a uzavřela se o čtrnáct let a třicet osm titulů později Václavem Dukátem. Na počátku nastavená grafická podoba navazující na odeonskou edici Fotografie z 60. a 70. let, stejně jako na proslulou francouzskou popularizační řadu Photo Poche, se tradičně neměnila, ale k práci patřila i vítaná příležitost podílet se na výběru a skladbě fotografií některých publikací.

An internationally successful edition of small brochures presenting the classics of Czech photography opened with Alexander Hackenschmied in 2000 and closed 14 years and 38 titles later with Václav Dukát. The graphic appearance following up on the Odeon 1960s and 1970s edition Fotografie (Photography), same as on the renowned French popularization edition Photo Poche, traditionally did not change, but the work included a welcome opportunity to participate in the selection and composition of photographs for some publications.



Pražské jaro Prague Spring

2010–2013 Petr Štěpán

Najbřt tradičně trápí neartikulované a intuitivní umělce a designéry otázku „Proč?“ a každý design pod jeho dohledem dnes musí mít svůj racionálně vysvětlitelný, slovně obhajitelný důvod, což do velké míry diskvalifikuje formální hry i trendy zmiňující designérskou komunitou. Přispívá to k tomu, že je schopen přesvědčit o návrzích i laiky nezvyklé komunikovat obrazem. Konceptuálnost studiových designů se zvlášť odhalila, když se Najbřt přesunul do role trenéra. Logo Prahy ani OSTRAVA!!! nestojí na výtvarném výrazu, ale na hře s jazykem. Podobně identita 65. ročníku Pražského jara Petra Štěpána, kde přepsal Smetanovy Vltavy do „ta dáá da dáá da“ – práce s hudební skladbou jako citoslovcem a zároveň vizuálem festivalu konzervativní oblasti vážné hudby – trefovala míru akceptovatelného, komického, chytlavého zjednodušení do jazyka ulice a potvrdila tendenci studia rozšiřovat pole možného v hlavním proudu,

Najbrt traditionally tortures non-articulate and intuitive artists and designers with the question “Why?” and today each design under his supervision must have a rationally explainable, verbally defensible reason, which largely disqualifies the formal games and trends reverberating around the designer community. It also helps him to be convincing about his designs to non-experts, who are not used to communicating through images. The conceptual nature of the studio's designs was revealed in particular when Najbrt moved on to the position of a trainer. Neither the Prague logo nor OSTRAVA!!! are based on visual expression, but on a play with words. In a similar vein, the design for the 65th year of the Prague Spring festival by Petr Štěpán, where the transcription of Bedřich Smetana's symphonic poem Vltava as “da daa da daa da” – working with a music composition as an interjection and simultaneously a visual of a festival in the conservative domain of classical music – hit the right measure of an acceptable, comical, catchy simplification into street vernacular and confirmed the studio's tendency to expand the scope of what is possible within the mainstream.



51st Karlovy Vary International Film Festival

2016 Zuzana Lednická, Aleš Najbrt, Michal Nanoru

foto/photo Václav Jirásek

Podoba 51. ročníku pokračovala v kombinaci typografie s fotografiemi rozličných návštěvníků festivalu započaté o rok dřív. Žijeme v době, kdy se máloco stane bez přítomnosti kamer a mnohé se děje právě jen pro objektiv. Je normální mířit na sebe aparátem a všichni jsme stylisty svých mediálních událostí: svých běhání, venčení a svačin. Chceme, aby zbožštěné celebrity byly poníženy na naši úroveň, zachycené u zadního vchodu nebo při nakupování, a my naopak pozvednutí k úrovni jejich, když se vyfotíme před fotopozadím na festivalu. Vizuály pomocí elegantního stylu paparazzi fotografií a tisku 60. a 70. let ironizovaly posedlost slávou, selfies a předváděním se vůbec. Na fotografiích se skrývali lidé spojení s festivalem, včetně osazenstva studia, stejně jako vybrané osobnosti, „které v dnešní době něco znamenají“. Napínavou odkrývačku asi hrál málokdo, ale nebyla náhoda, že většinou šlo o lidi spojené s odkazem Václava Havla nebo třeba hvězdu filmu o úniku z gheta.

The visual identity of the 51st Karlovy Vary International Film Festival continued with the combination of typography and photographs of various festivalgoers that started with the 50th anniversary. We live at a time when very little happens without the presence of the camera and a lot happens just for the lens. It is a norm to aim at oneself with an apparatus and we have all become stylists of our very own media events: our joggings, our dog walks and our snacks. We want the deified celebrities to be lowered to our level, captured by the back door or while shopping, and we want us to be elevated to their status by taking a photo on the red carpet at a festival. With the help of the elegant style of paparazzi photos and the aesthetic of 1960s and 1970s newspapers and magazines, the visuals of the 51st KVIFF ridicule the obsession with celebrities, selfies and showing off in general. The photos cover people associated with KVIFF, members of the studio included, as well as selected personalities, „that certainly mean something in this era“. Probably only a handful of viewers played the thrilling who-is-who game, but it was not a coincidence that the people hiding in the posters were associated with the legacy of former president Václav Havel or included, for example, the star of a film about escaping the ghetto.



Typo 9010

České digitalizované písmo 1990–2010

Czech digitized typefaces 1990–2010

2015 Zuzana Lednická

8 textů, 103 designérů, 399 písem, 288 stran, 1902 řezů. Typo 9010 shrnuje dvacetiletou historii písma a zároveň funguje jako jeho vzorník. Na rozdíl od klasického „specimenu“ ho lze ale číst od začátku do konce. Lednická použila texty Petra Babáka, Filipa Blažka, Veroniky Burian, Karla Halouna, Ondřeje Chorého, Base Jacobse, Pavla Nogy, Jana Solpery a Františka Štorma, aby ukázala, jak abecedy fungují v sazbě. Titulková písma se sice občas bránila a o sazbě těžko mluvit jako o standardní, písma se tak ale předvedla líp, než kdyby jen skákala přes líného psa, a četba je naopak záživnější než v ukázněné úpravě akademické literatury. Chronologické řazení navíc udělalo z knihy klipovitý průlet vizuální stránkou doby a přirozeně sdružilo abecedy, které by se jinak těžko potkaly. Kombinace písma Regent Františka Štorma nebo Mongoloid Ondřeje Chorého s kubistickými lomy Reflexu Aleše Najbrta nečekaně zafungovalo. Celé to končí jednou velkou, krásnou tečkou Petra Bosáka.

8 texts, 103 designers, 399 typefaces, 288 pages, 1902 styles. Typo 9010 covers 20 years of typefaces, and also acts as a specimen. Unlike traditional specimens though, it can be read from beginning to end. Lednická used texts of Petr Babák, Filip Blažek, Veronika Burian, Karel Haloun, Ondřej Chory, Bas Jacobs, Pavel Noga, Jan Solpera and František Štorm to show how alphabets work in actual typesetting. Even though some fonts tried to fight it and the setting is far from standard, the fonts show what is in them better than with a quick fox jumping over a regular specimen and reading the texts is more fun than in the sober design of most academic publications. What is more, chronological order transforms the book into a wild ride through the visual likings of the times and it naturally brings together fonts that would hardly meet otherwise. Combinations of Regent by František Štorm or Mongoloid by Ondřej Chory with Cubist edges of Reflex by Aleš Najbrt work to reader's definite surprise. It all ends with one big, beautiful period by Petr Bosák.



The Velvet Underground: Reunion 15 6 1990

2018 Zuzana Lednická

Kouzlo sametové revoluce způsobilo, že se v červnu 1990 na zahradě zámku Cartier Foundation kousek od Paříže u příležitosti vernisáže výstavy Andy Warhola uskutečnilo vystoupení Lou Reeda, Johna Calea a pražské kapely Půlnoc. Na závěr, „možná pod vlivem dvou velvetovek Půlnoci, v sobě Lou Reed potlačil letitou nevraživost a k velikému překvapení všech přítomných přizval na pódium Sterlinga Morrisona a Moe Tucker, aby si po dvaceti letech vystříhli hodně emotivní Heroin,“ píše ve sleeve note tehdejší manažer Půlnoci Ivo Pospíšil. Záznam události, který se skoro třicet let schovával na kazetě, dostal podobu limitované neprodejně edice na žlutém vinylu. Jeho obal inspiroval jak bootlegový původ nahrávky, tak grafika jednoduchých výlepových plakátů Velvet Underground. Vše spojuje velký žlutý kruh – banánová barva vinylu se propadla na přední i zadní stranu. Umělec a Warholofil Michal Cihlář, který pro obal vytvořil číslovanou serigrafii kazety, kozačky a biče, poznamenal, že vypadá, jako když si s ním grafik nedal moc práce.

In June of 1990, the magic of the 1989 Velvet Revolution caused Lou Reed, John Cale and Prague underground band Půlnoc (formerly Plastic People of the Universe) all to share the stage in the garden of the Cartier Foundation Chateau near Paris on the occasion of the opening of an Andy Warhol exhibition. In conclusion, “maybe under the influence of the two Velvet Underground covers played by Půlnoc, Lou Reed suppressed the long-held animosity and to the surprise of everyone invited Sterling Morrison and Moe Tucker on stage to deliver an emotional rendering of Heroin,” the then manager of Půlnoc Ivo Pospíšil explains in a sleeve note. A recording of the event that had been hiding on tape for almost 30 years now takes on a form of a limited, not-for-sale edition on yellow vinyl. Its cover has been inspired both by the bootleg origin of the recording and the graphics of the simple Velvet Underground concert posters. A large yellow circle connects everything – the banana color of the vinyl comes through on the front and back. The artist and Warholophile, Michal Cihlář, who created a numbered serigraphy with the motif of a cassette, boots and whips for the record, noted that the cover looks like the designer did not work very hard on it.



Národní galerie Praha National Gallery Prague

2018–2019 Martin Vácha, Zuzana Lednická,
Andrea Vacovská

Vizuální styl proměňující se organizace staví na logu, které vychází z poslání Národní galerie coby prostoru pro prezentaci široce definovaného umění. Logo vymezuje kontext pro různé typy obsahu (obraz, text, video) uvnitř zadané zkratky NGP a vytváří tak variabilní, ale zapamatovatelnou značku. Barevnost i vizuální styl jinak zůstávají maximálně otevřené a pestré, stejně jako přístupy umělců, které nejvýznamnější galerijní instituce v zemi představuje. Vedle důsledného sjednocení komunikace galerie a zviditelnění jejích aktivit v hlavním městě i za jeho hranicemi je nejlepším důkazem progresu to, že se styl podařilo prosadit i na uniformy bezpečnostní služby. Souvislost s filmem Čtverec (The Square) čistě náhodná.

The visual style of a changing organisation is building on a logo that is based on the mission of the National Gallery as the space for presentation of loosely defined art. The logo defines the context for various types of content (image, text, video) within the assigned abbreviation NGP, creating a variable, but recognisable brand. Apart from that, the colours and visual style remain open to the maximum and diverse, same as the attitudes of artists, whom the most significant gallery institution in the country presents. In addition to consistent unification of communication of the gallery and visualization of its activities in the capital and beyond it, the best proof of progress is that the style has also carried through to the uniforms of the security service. Any connection with the film The Square is purely accidental.



Společnost Andy Warhola Andy Warhol Company

1990 Aleš Najbrt

Jakmile zahájil Střední průmyslovou školu grafickou (1977–1981), začal Najbrt objevovat svět umění. Odebíral německý časopis Art a exportní umělecké publikace, které jeho otec nosil z práce v tiskárně, posílal zahraničním galeriím výměnou za katalogy. Zamiloval si abstraktní expresionismus, ale hlavně jednoduchost, barvy i mnohoznačnost pop artu. Maloval jako Warhol, Johns, Lichtenstein, Oldenburg, Hockney – v normalizačním Československu nebylo jasné, jestli se mu líbilo umění nebo to, jak Warhol polévku vylepšil coby ilustrátor a designér. Warholovo relativizování hranic mezi volným a užitým uměním, byznysem a ideály, trefností a banalitou a nepochybná výtvarná působivost se pro Najbrta proměnily v celoživotní licenci. Nadchnul pro ně i spolužák Michal Cihlář, který se na konci 80. let stal expertem na Warholovy východoevropské kořeny a jedním z iniciátorů Warholova muzea v Medzilaborcích pod hlavičkou Společnosti Andy Warhola.

When Najbrt began to study at the Secondary Graphic School (1977–1981), he slowly started to discover the world of art. He subscribed to the German magazine Art and sent artistic publications for export, which his father brought home from work at printing works, to foreign galleries in exchange for catalogues. He fell in love with abstract expressionism, and mainly the simplicity, colours and ambiguity of pop art. He painted like Warhol, Johns, Lichtenstein, Oldenburg and Hockney – in Czechoslovakia of the normalization era it was not clear, whether he liked the art or the way Warhol enhanced the soup can as an illustrator and graphic designer. Warhol's relativization of boundaries between free and applied arts, business and ideals, pertinence and banality and unquestionable graphic impressiveness have turned into a lifelong licence for Najbrt. He also incited the enthusiasm of his classmate Michal Cihlár for these, who at the end of the 1980s became an expert on Warhol's East-European roots and one of the initiators of Warhol's museum in Medzilaborce under Andy Warhol Company.



Cesty k postmoderně

Journeys to the Postmodern

1990 Aleš Najbrt

Výstava, kterou vyvrcholila liberalizační tendence v českém designu a umění, včetně jejích poloh „parodie, kamufláže, grotesky, sdílené vzpoury prostřednictvím osobních a lokálních mytologií a tragicko-komické mystifikace“, kombinace nesourodého a citace blízké divadlům Pražské pětky stejně jako Tvrdohlavým nebo tajnému uskupení B.K.S. Pavla Lva a Františka Skály, jak uvádějí autoři publikace Design v českých zemích 1900–2000, „nečekaně rezonovala v proměněné atmosféře a „ukázala objekty plné ironie a humoru“, průnik dekorativních živiů, příliv nového hedonismu a estetiky bez zábran“. Mix dob, žánrů, hodnotových orientací, zakázkové a volné tvorby, nároků na diváka, vlivy Neville Brodyho, „poetická demonstrace individuality a ne-rozumu (emocionální, magické, exotické, ornamentální)“ stavěná proti funkcionalistickým ideálům zakrňelým v dysfunkčním sovětském plánování a expresivnost a emoce Najbrtovy individuální tvorby na plakátu předcházejí modernisticky jasné hierarchii informace, ke které se později téměř výhradně hlásí práce studia.

According to the authors of Design v českých zemích 1900–2000 (Design in the Czech Lands 1900–2000), the 1990 exhibition, with which culminated the liberalization tendency in Czech art and design – including its positions of “parody, camouflage, grotesque, shared revolt through personal and local mythologies and tragi-comical mystification,” a combination of the incoherent and citations in the vein of the Prague Five, Tvrdohlaví or the secret group B.K.S. of Pavel Lev and František Skála – “unexpectedly resonated in the changed atmosphere and ‘showed objects full of irony and humour’, intersection of decorative elements, an inflow of new hedonism and aesthetics without scruples”. A mixture of eras, genres and value orientations, commissioned and free creation, different demands on the viewer, influences of Neville Brody, “poetic demonstration of individuality and non-reason (emotional, magic, exotic, ornamental)”, placed against functionalist ideals stunted in dysfunctional Soviet planning, together with the expressiveness and emotion of Najbrt’s individual creation, predate modernistically clear hierarchy of information, which the works of the studio later profess nearly exclusively.



Tvrdohlaví The Stubborn

1989 Aleš Najbrt

Setkání s výtvarnou skupinou Tvrdohlaví, jejich nečekaná spojení, ornamentálnost i hra se symboly a nadsázkou Najbrtovu práci výrazně zasáhla. Řetězení odkazování a návaznost Tvrdohlavých na meziválečné uskupení Tvrdošijní vystihuje plakát pro jejich druhou výstavu, parafrázující plakát avantgardistů od Václava Špály (1918). V roce 1989 znamenal nejen komiksový škleb, věnovaný dodělávajícímu komunistickému režimu, ale hlavně novou inspiraci po vyčerpání jazyka kaligrafie. Najbrt studoval na UMPRUM v Ateliéru knižní grafiky a písma (1982–1988) a přitom experimentoval s rozmáchlými kaligrafickými písmeny na plátně. Po mnohých debatách s Rónou uvolněné tahy opustil a obrátil se k robustní grafice s ostrými hranami podnícené postmoderní směsí vysokého a nízkého, českého kubismu, expresionismu, ale i z hudebních nosičů čerpaných vlivů západní popkultury – Neville Brodyho, Malcolm Garretta a méně zřetelně Petera Savilla.

A meeting with the Tvrdohlaví group of artists, their curious arrangements, ornamentation and tongue-in-cheek play with symbols proved to have a strong impact on Najbrt's work. The concatenation of references and the linking of the Tvrdohlaví with the inter-war Tvrdošijní (The Obstinate) group are best captured by Najbrt's poster for their second exhibition paraphrasing a poster for the avant-gardists by Václav Špála (1918). In 1989 it was a comics-style grimace dedicated to the communist regime, which was on its last legs, but also new inspiration for Najbrt after the exhaustion of the language of calligraphy. He studied at the Academy of Arts, Architecture and Design in the Studio of Book Design and Type (1982–1988), and experimented with bold calligraphic letters on canvas. After many debates with Róna, he abandoned the loose strokes and turned towards robust graphics with sharp edges fanned by a postmodern mixture of high and low, Czech cubism, expressionism and influences from western pop culture – Neville Brody, Malcolm Garrett and less obviously Peter Saville.



89/68

1989 Aleš Najbrt

Už název a navazující grafika Tvrdohlavých vyjadřovaly výbojnost – „inspirovali se u Tvrdošijných a přitvrdili“ – a jakmile to šlo, Najbrt se zapojil do převratové vřavy. Na demonstracích, v informačním centru v Mánesu, i graficky. „Libilo se mi, jak funguje, když to jednoduše otočíš a doufal jsem, že to dopadne přesně obráceně, než před dvaceti lety. Většina plakátů, který vznikaly, byla taková něžňoučká. Ale my s tehdejšíma kámošema jsme to viděli dost jinak, takže jsem i ten plakát chtěl revoluční, útočnej. A taky byl problém. Tiskli jsme ho v noci v sítotiskové dílně, kterou studenti převzali od dílenských, druhý den ráno si pro něj z Mánesa přijel chlap, co rozvázal plakáty Občanského fóra svým autem – a řekl, že tenhle plakát rozvázat nebude, protože je agresivní. Hned jsem volal do Mánesa a Standa Diviš mu přikázal, že teda tenhle plakát distribuovat bude! Revoluční garda rozhodla...“

The name itself and the related graphics of Tvrdohlaví (The Stubborn) expressed belligerence – “they took inspiration from Tvrdošijní (The Obstinate) and toughened up” – and as soon as possible, Najbrt took part in the revolutionary turmoil. At demonstrations, at the information centre in Mánes, and graphically as well. “I liked how it works when you simply turn it upside down, and I hoped the situation would end up with a direct opposite to how it went 20 years earlier. And most posters that were being created were such softy ones. But with my friends at that time, we saw it rather differently, so I wanted the poster to be revolutionary, offensive. And there was a problem, of course. We printed it at night in a screenprinting workshop, which students took over from workshop staff, and the next morning a guy from Mánes, who distributed the Civic Forum posters with his car, came to collect it – and he said he would not distribute this poster, because it is aggressive. I immediately made a call to Mánes and Standa Diviš ordered him to definitely distribute this poster! The revolutionary guard decided...”



To je ono! It's the Real Thing!

1985 Aleš Najbrt

Kaligrafii učil Najbrta nejdřív otec, později pokračoval na střední grafické. A psal a psal. Románská, gotická a renesanční písma, oficiální listiny, diplomy, prezidentské sliby... Zároveň poznával malířství necelého 20. století a podobně jako mnoho jiných v selhávajícím hospodářství hleděl na ideál Západu koncentrovaný v neodolatelně lákavém marketingu exportního artiklu – od log tabákového a ropného průmyslu na monopostech F1 až po ideologii populární a spotřební kultury odražené v pop artu a americkou vládou podporovaném obrazu abstraktního expresionismu. V roce 1985 kaligrafoval logo Coca-Coly jako zpodobnění velkého snu. Železnou oponu leptala rychle nabuzující kombinace snadno požitelného cukru a dráždivých bublin, sladký symbol liberální tradice západní svobody 20. století, ikona neomezeného konzumerismu, komerce a popu. To bylo ono! Dál vytvářel kaligrafické partitury do hudby a expresivní obrazy z jednotlivých písmen, později redukováné na kříž a kruh – až k formálnímu vyprázdnění následovanému faktickým přechodem k vlastní dráze designéra.

Najbrt learned calligraphy from his father first, later he continued at the Secondary Graphic School. And on and on he wrote. Roman, gothic and renaissance scripts, official documents, diplomas, presidential oaths... At the same time, he was getting to know the 20th century painting and similarly to many others in the failing economy, he looked to the ideal of the West concentrated in the irresistibly attractive marketing of the export articles – from logos of the tobacco and oil industry on F1 monopostos to the ideology of popular and consumer culture reflected in pop art and the image of abstract expressionism supported by the US government. In 1985, he calligraphed the Coca-Cola logo as a picture of a big dream. The Iron Curtain was being corroded by an energising combination of easily digestible sugar and exciting bubbles, a sweet symbol of the liberal tradition of 20th century western freedom, the icon of unbridled consumerism, commerce and pop. The real thing! He continued to create calligraphic music scores and expressive paintings of single letters, over time reduced to a cross and a circle until their formal voidance, followed by actual transfer to his own career of a designer.



William S. Burroughs, Allen Ginsberg: Teplouš / Dopisy o yage Queer / The Yage Letters

1991 Aleš Najbrt

Úspěch časopisu Reflex a touha jeho vedení v dychtivém porevolučním období překračovat právě padlé hranice záhy vedly k rozšíření vydavatelských aktivit. Jen v Najbrtově úpravě vyšly v edici X Millerův Obratník Raka a Obratník Kozoroha, Sacher-Masochova Venuše v kožichu, Burroughs/Ginsbergovy Teplouš/Dopisy o yage a Batailleův Příběh oka. Stejně jako k článkům v časopise přistupoval Najbrt k obálkám klasik kontroverze jako k nepříliš explicitní typografické ilustraci. Zatímco například Millerova syrovost dostala do krajnosti jdoucí ostré tvary, zjemněle rozvlněný Teplouš vrcholí svatozáří, která je nebetýčně camp.

The success of the magazine Reflex and the desire of its management to cross the now fallen boundaries in the eager post-revolutionary period soon led to extending publishing activities. In Najbrt's design alone, translations of Henry Miller's Tropic of Cancer and Tropic of Capricorn, Sacher-Masoch's Venus in Furs, Burroughs/Ginsberg's Queer / The Yage Letters and Bataille's Story of the Eye were published in the X edition. Same as with magazine articles, Najbrt approached the covers of controversy classics as a not too explicit typographic illustration. Whereas Miller's rawness received sharp, egdy shapes, the soft and billowy Queer culminates with a halo that is irrecoverably camp.



Karel Brynda, Václav Havel: Mlýny Mills

1990 Aleš Najbrt

Zatímco stranické floskule 80. let dál formálně reprodukovaly, co zbylo z ambice avantgard v dvojí morálce skleroticky asketického systému plánujícího věčné časy se Sovětským svazem, divadla Pražské pětiky představovala živelnost a hédonismus mládeži, které požadovalo ornamentálnější, žilnatější svět. V jakési populární verzi reakce na zkomatělé struktury udržující zdání zářných zítřků si soubory rozuměly s absurditou byrokratizovaného jazyka v Havlových hrách. Jelikož vyzrálejší kusy budoucího prezidenta si dávno rozebrala slavnější divadla, pořádkovému Sklepu nezbyvalo, než adaptovat dramatický debut Život před sebou, který Havel napsal a inscenoval s režisérem Karlem Bryndou, aby unikli realitě vojny 50. let. Plakát na dodnes nejúspěšnější sklepácké představení typicky vychází z Najbrtova autorského písma, zde postaveného na tvarech protitankových ježků a dalších obranných bariér. Doplníují ho vzory z výložkových insignií a barevnost bundokošile.

While the party rhetoric of the 1980s continued to formally reproduce what was left of the ambition of the avant-gardes in the double moral standards of the sclerotically ascetic system planning eternal times with the Soviet Union, the theatres of the Prague Five represented the impulse and hedonism of youth, which demanded a more ornamental, more veined world. In a sort of popular version of a reaction to the clogged state structure maintaining a semblance of bright tomorrows, the troupes went well with the absurdity of bureaucratised language in Havel's plays. Since the mature pieces of the future president had long been taken by more famous theatre companies, the cunning Sklep had no choice but to adapt the dramatic debut Život před sebou (Life Ahead), which Havel wrote and staged with the director Karel Brynda in order to escape the reality of military service of the 1950s. The poster for the, to this day most successful, performance by Sklep is typically based on Najbrt's typeface, here using the shapes of anti-tank hedgehogs and other defensive barriers. It is complemented by patterns from facings insignia and the colour of the shirt jacket.



Kouř The Smoke

1991 Aleš Najbrt

Práce pro volné sdružení amatérských souborů Pražská pětka vizualizovaly patetickou hyperbolu, již divadla reagovala na bezvýhodnost režimu a nesoulad skutečnosti a proklamací, kde slova nic neznamenaají, ale všechno může být použito proti vám. Zatímco ocelárna Skřivánků na niti byla místem lyriky a tragédie, výsměšné přehrávání a pitvoření ve fabrice muzikálu Kouř Tomáše Vorla odpovídalo už jen době, která sama byla fraškou. Křeč, název „baletní jednotky“, v níž Najbrt hrál a tančil, jakož i jeho kostrbatý, na originální typografii postavený styl, postihovaly společenský rozklad poměrně přesně. Velká, expresivní písmena trčela na všechny strany jako končetiny Haha Bimbi, občanským jménem Alžbětiny Prknářové, hrdinky Sklepem oblíbených Rychlých šípů. V jakémsi potvrzení vlastní absurdity se ale Kouř dostal do kin, až když země začínala s celkovým odsířením.

The work for the free association of amateur ensembles under the umbrella of the Prague Five visualised the pathetic hyperbole, by which the groups responded to the frustrations of the communist regime and the discrepancy between reality and proclamations, where words have no meaning, but everything can be held against you. While the 1950s steelworks in the famous Czech film Larks on a String was a place of lyricism and tragedy, the mocking ham-acting and grimacing in the factory in the musical The Smoke was attuned to a time, which was a farce in itself. Křeč (Cramp), the name of the “ballet troupe”, in which Najbrt danced, as well as his angular graphic style, precisely captured the social decline. Large, expressive letters stuck out in all directions like the limbs of Haha Bimbi, Alžbětina Prknářová by civilian name, a heroine of The Rapid Arrows, a comics that Sklep revered. In a confirmation of its own absurdity, The Smoke did not get into cinemas until after 1989 when the country had begun with general desulphurization.



Hlavní město Praha

City of Prague

2002 Aleš Najbrt, Zuzana Lednická, Pavel Lev, Mikuláš Macháček

Čtyři varianty slova Praha ve všech světových jazycích používajících latinku popisují hlavní město jako otevřenou, vzdělanou, současně komunikující metropoli s mezinárodním vřhlem. V době svého vzniku mělo logo symbolicky podávat ruku všem, kteří do města přicházejí, a při té příležitosti si připomínat ne až tak prastarou historii, ve které Praha byla centrem různých etnic a kultur. Za téměř dvacet let od odhalení takové výzvy se původně trochu zbožné přání proměnilo ve splněné proroctví. Jedinou překážkou v její mnohojazyčné nízkoprahovosti se zdá být bílá čára oddělující slova na pravý a levý břeh Vltavy, Vinohrady a Letnou.

Four versions of the word Prague in all world languages using Roman alphabet designate the city as an open, educated, contemporarily communicating metropolis with international fame. At the time of its creation, the logo was intended to symbolically extend a hand to all, who are coming to the city, and on the occasion to commemorate the not-so-ancient history, in which Prague was the centre of various ethnicities. Over the nearly 20 years since the unveiling of such a challenge, the originally somewhat wishful thinking has transformed into a fulfilled prophecy. The only obstacle in its multilingual low-threshold seems to be the white line, which separates the words into the right and the left bank of the Vltava, the quarrelling neighbourhoods of Vinohrady and Letná.



Ostrava

2009 Aleš Najbrt, Boris Meluš, Bohumil Vašák

Redukce města na symbol reprodukovatelný v rozměru $3,5 \times 3,5$ mm nemá moc prostoru vyhnout se stereotypu. U milionové postindustriální aglomerace s dlouhodobě nejvyšší nezaměstnaností hrozilo, že tři vykřičníky z Prahy, jednoho z nejbohatších regionů Evropy, budou vykládány jako výsměch intenzitě oblasti s údernou výslovností lašského nářečí. Zvlášť potom, co se interpunkční inflace v internetových diskuzích stala průvodním znakem rozdělení země. Jako by vykřičníky najednou patřily za fake news, exekuce a protestní hlasy. V roce odhalení bylo s logem spokojeno 11 % Ostravanů. Vykřičníky ale umožnily studiu prezentovat značku kreslenou křídou na chodník, tetovanou na rameni horníka nebo jako pražské logo posprejované fanoušky Baníku. „Chtěli jsme lidové logo.“ V obsahu i formě. „Bylo pro nás důležité, aby fungovalo nezávisle na barvě nebo písmu. Můžete ho napsat jakkoli, pořád to bude ono. A když před něj napíšete cokoli jiného než Ostrava, zase funguje. Napíšu ‚Miluju tě!!!‘ a miluju tě v Ostravě, miluju Ostravu nebo jsem z Ostravy. Část lidí nesouhlasila, ale stalo se: logo zlidovělo.“

A reduction of a city to a symbol reproducible in 3.5×3.5 mm does not leave much space to avoid stereotype. In the case of the post-industrial agglomeration of a million people with the highest unemployment in the country, there was a danger that three exclamation points from Prague, one of Europe's richest regions, would be interpreted as a ridicule of the intensity of the area with the forceful pronunciation of the lachian dialect. Especially after the inflation of punctuation in Internet discussions had become a syndrome of division of the country. As if exclamation points suddenly belonged behind fake news, distraintment and protest votes. In the year of unveiling, 11% of Ostrava citizens were satisfied with the logo. But the exclamation points enabled the studio to present the symbol drawn with chalk on the pavement, tattooed on a miner's shoulder or as a Prague logo sprayed over by FC Baník fans. "We wanted a popular logo." In content as well as in form. "We found it important for the logo to work independently of colour or typeface. You can write it in any way and it will still be it. And if you write anything else than Ostrava in front of it, it works, too. I write 'I love you!!!' and I love you in Ostrava, I love Ostrava, or I am from Ostrava. Some people disagreed, but still it happened: the logo has caught on."



52nd Karlovy Vary International Film Festival

2017 Zuzana Lednická, Aleš Najbrt, Michal Nanoru

foto/photo Václav Jirásek

52. ročník dále rozvíjel téma skrývání a hraní si na něco – známé lidi nebo „festival kategorie A“. Stejně jako předchozí ročníky využíval fotografie skutečných i fiktivních návštěvníků ke klasické varšavské přetahované mezi velkolepým a všedním. Na tváře, které se nepotřebují exponovat, navázal snem stát se na chvíli hvězdou. Zatímco loni nikdo nebyl poznat, ale všude zářil glam, tady se spojilo většinou obyčejné prostředí s ikonami. Jak udělat plakát s Belmondem, když jste v Čechách v roce 2017, a ne v Cannes v roce 1960? Objednejte Belmonda z večerky. „Malkovich, Malkovich...“ říkají hlavy Johna Malkoviche v hlavě Johna Malkoviche Johnu Malkovichovi, který hraje Johna Malkoviche ve filmu V kůži Johna Malkoviche. Každý chce být někým jiným. Každý hraje divadlo. A čím dál víc rolí, nejen na Instagramu, ale speciálně na festivalu. Hra s identitou nebyla nikdy snazší (tady stačil jen souhlas portrétovaných hvězd!). Někdo chce být krásná Jana Brejchová, někdo, dnes bohužel až příliš často, Spalovač mrtvol. Smyčka se uzavřela, když s podobiznou Aňi Geislerové pózovala Aňa Geislerová.

The 52nd year elaborated on the theme of hiding and impersonating – celebrities or a “category A festival”. Same as the previous two years, it used photographs of real and fictitious visitors for the typical KVIFF tug of war between grand and grey. Faces that do not need an exposé were followed by the dream of becoming a star for a moment. While at 51st, no one was recognizable, but glam was everywhere, this year mostly combined ordinary environments with iconic faces. How to make a poster with Belmondo, when you are in Bohemia in 2017, and not in Cannes in 1960? Order a Belmondo from a corner shop. “Malkovich, Malkovich...” heads of John Malkovich say in the head of John Malkovich to John Malkovich, who plays John Malkovich in Being John Malkovich. Everyone wants to be someone else. Everyone is putting on a show. And playing more and more roles, not only on Instagram, but especially when going to the festival. Playing with identity has never been easier (here, all you need is the consent of all of the portrayed stars!). Some want to be the beautiful Jana Brejchová, some, these days unfortunately way too often, The Cremator. The loop closed with Aňa Geislerová, posing with the photo of Aňa Geislerová.



Aleš Najbrt 1991–1995

1996 Aleš Najbrt

V druhé polovině 90. let nabírala dech kultura už „normalizované“ svobody, kterou netvořil jen porevoluční vír po implozi restriktivního systému, ale nová městská civilizace s prvními, patřičně nejistými i oslavovanými pokusy o designové knihy, restaurace, kluby. Těžila z prvních produktů elektronické revoluce, používala umělost, taneční rytmus a občas i e-mail, mobil a šampon. Těžko si představit Najbrta, fanouška primární energie Sex Pistols a Katapultu, melodičnosti Beatles a decentního humoru Jiřího Suchého, jako kdovíjakého ravera, ale optimistická syntetická barevnost, výrazné vzory adaptované z květinových 60. let i pastelů let padesátých mu vyhovovaly. Svou hranatost jen zaoblil do dobové extáze polyesterové plyšovosti. V době vzniku vizuálu pro vlastní výstavu v Národním technickém muzeu ho na jeho Macu LC II okouzila zejména funkce „blur“. Vlastní písmo Pražská pětka nejdříve roztáhl, pak rozmazal a nakonec vytvrdil. Pro propagaci výstavy tak vznikla celá deformovaná abeceda.

The second half of the 1990s saw the rise of the culture of the new “normalised” freedom, not caused only by the post-revolutionary maelstrom after the implosion of the restrictive system, but a new urban civilisation with its first insecure and celebrated attempts at design books, restaurants and clubs. It was boosted by the early products of the electronic revolution, employed artificiality, dance rhythms, and sometimes even email, mobile phones and shampoo. It is hard to imagine Najbrt, a fan of the primal energy of the Sex Pistols and the Czech band Katapult, melodies by the Beatles and decent humour of the Czech actor and author Jiří Suchý, as a hardcore raver, but the optimistic synthetic colours, striking patterns adapted from the flower-power of the 1960s and pastels of the 1950s, went down well with him. He just rounded his edginess into the period ecstasy of polyester plush. At the time of creation of the visual for his own exhibition at the National Technical Museum, he was mainly enchanted by the “blur” function on his Mac LC II. He first extended his typeface Prague Five, then blurred it, and eventually hardened it. An entire deformed alphabet emerged for promoting the exhibition.



Josef Koudelka: Invaze 68 Invasion 68

2008 Aleš Najbrt

V posledních deseti letech Najbrtovo hlavní autorské dílo tvoří spolupráce s Josefem Koudelkou, jemuž pomohl přivést do tiskárny legendární Cikány a zásadně se podepsal na knižní podobě *Invaze 68*. Namísto fotoknihy, která často znamená portfolio jednotlivých fotografií bez komplexnějšího vztahu, Koudelka počítal s publikací, která by ctěla původní dokumentární účel snímků. Do Prahy přivezl skoro deset tisíc záběrů a Najbrt k materiálu přistoupil jako k filmovému týdeníku. Krom horizontálních dvoustran a vertikálních fotografií na stránku naplňoval dvoustrany čtyřmi nebo i šestnácti fotografiemi. Místo izolovaných záběrů pronikaly do popředí děj a souvislosti. „Ráno přijíždí první tanky, lidi se sbíhají, koukají. Přichází vrchol knihy, bitva u rozhlasu, prázdný Václavák, sjezd KSČ... Pak se situace zklidňuje: na konci už bába přemalovává na zdi nápisy,“ popisuje Najbrt. Grafika tučných písem odkazovala na dobový tisk a zpravodajské magazíny, v nichž fotografie původně vycházely. Šedý, „odpadový papír“, který si Najbrt vymyslel na obálku, vyrobila moravská továrna na mucholapky.

Over the last 10 years, Najbrt's main body of work has been long-term co-operation with Josef Koudelka, where he helped prepare the legendary Gypsies for printing and fundamentally influenced the book form of *Invasion 68*. Rather than a photo book, which often means a bound portfolio of individual photographs without an underlying context, Koudelka imagined a publication that would respect the original documentary purpose of the photographs. He brought almost 10 thousand frames to Prague and Najbrt approached the material as a newsreel. Apart from horizontal spreads and vertical photographs on a full page, he filled the pages with four or even sixteen photographs. Rather than isolated shots, it was the action, sequence and context that came to the forefront. "The first tanks arrive in the morning, people gathering, looking on. The culmination of the book is coming, the battle at the Czech Radio, the empty Wenceslas Square, a convention of the Communist Party... Then the situation calms down: at the end an old woman is painting over writings on the wall," Najbrt describes. The graphic design using bold letters referred to period newspapers and magazines, in which the photographs were originally published. The grey "waste paper" with special rough texture, which Najbrt conceived of for the cover, was made by a Moravian company producing flypaper.



Česká filharmonie Czech Philharmonic

**2015–2019 Marek Pistora, Michal Nanoru,
Zdeněk Trinkewitz, Aleš Najbrt**

Někdo, komu je 120 let, vyžaduje respekt, ale už ho taky bereme trochu s nadhledem. I když to zadání explicitně nestanovilo, úkolem v soutěži, která hledala vizuální identitu sezon České filharmonie, tedy bylo najít správnou polohu pro vážnou hudbu, která se už nechce brát tak vážně. Koncept schválený na pět let chápe tento proces doslova. Začal u toho, co stojí v základech prvního českého orchestru – budovy Rudolfiny, prvních programů filharmonie a estetiky doby jejich vzniku a postupně prorůstá digitalizací a přibližuje se: fyzicky se zvětšuje a přichází do současnosti. Vizuály akcentují tradici a prestiž instituce, neorenesanční vzory ale dostávají uvolněný remake a na své dekorativní obžerství se dívají s lehkou ironií. Vrstvy Rudolfiny začínají infiltrovat vektorové solitéry, které přecházejí k čistě digitální abstrakci, připomínající modernistické vzory, až v sezoně 2019/20 vrcholí v bujarém 3D finále, kde fantastické plastické barvy signalizují kreativní vzpěti pod taktovkou nového šéfdirigenta Semjona Byčkova.

Someone who is 120 years old demands our respect, but we also take him a little easy. Although the brief was not explicit about it, the task in the competition searching for the visual style of the seasons of the Czech Philharmonic was to find the right position for classical music, which no longer wants to be so classical. The concept approved for a five-year term takes this process literally, starting from the foundations of the identity of the No. 1 Czech orchestra – the Rudolfinum edifice, the first programmes of the Philharmonic and the aesthetics of the time – gradually growing through digitization and coming nearer: physically enlarged and reaching the present. The visuals accentuate tradition and prestige of the institution, but the Neo-Renaissance templates are given a contemporary facelift and their exaggerated decorativeness is approached with a speck of irony. The layers of the Rudolfinum decoration get infiltrated by vector solitaires, gradually transforming into purely digital abstraction resembling modernist patterns, and climaxing the 2019/20 season 3D finale, where all the fantastic plastic colors signal the creative compulsion under the new Music Director and Chief Conductor Semyon Bychkov.



BigMag

2007–2013 Michal Nanoru, Bohumil Vašák, Aleš Najbrt

V roce 2007 Najbrt, kurátor a publicista Michal Nanoru a designér Bohumil Vašák založili databázi „alternativních“ časopisů v Česku po roce 1989. Stránky www.bigmag.cz na rozdíl od běžných databází umožňovaly uživatelům nahrávat obrázky, pro prezentaci časopisu to nejdůležitější. V rámci Bienále Brno 2010 vznikla stejnojmenná výstava a v roce 2011 v Centru současného umění DOX v Praze výběr téměř šedesáti zevrubně představených časopisů doplnila i sekce věnovaná zinům. „Časopisy jsou vždy momentkou ideálů, politik, estetik a trendů a spíše než graficky upjaté noviny na první pohled vyvolávají dobu a prostředí, ve kterých vznikly. Už než přečtete jediný řádek, dozvíte se z BigMagu o posledních dvaceti letech v Česku tolik, jako byste listovali v jeho rodinném albu. Databáze nemá omezení a zvětčuje časopisy ve vyhledávatelném digitálním světě, výstavy pak fetišisticky vyzdvihují pečlivě vybrané výtisky: časopis je totiž nutné osahat, otáčet s ním a někdy k němu i přivonět,“ psali autoři, kteří mezitím databázi přestali aktualizovat a sbírku předali Archivu výtvarného umění.

In 2007, Najbrt, the curator and writer Michal Nanoru and the designer Bohumil Vašák founded a database of “alternative” magazines in the Czech Republic after 1989. Unlike the common databases, the website www.bigmag.cz enabled users to upload pictures, the most important thing for presentation of a magazine. An eponymous exhibition went on display at the Brno Biennial 2010, and in 2011 at the DOX Centre for Contemporary Art in Prague, the selection of nearly 60 magazines presented in detail was complemented by a section dedicated to zines. “Magazines are always snapshots of ideals, policies and trends, and as opposed to the graphically prim newspapers or deceptive photographs, they conjure up the time and place of their origin. Before you have read a single line, you will have learned as much about the past 22 years in the Czech Republic from BigMag, as if you had been browsing through the country’s family album. The database has no limitation and perpetuates magazines in the searchable digital world, exhibitions then emphasize carefully selected issues in a fetishistic way: because a magazine needs to be touched, turned, and sometimes even smelled,” the authors wrote. Meanwhile they ceased to update the database and passed the collection on to The Archive of Fine Art.



Pelišky Cosy Dens

1999 Aleš Najbrt, Zuzana Lednická
foto/photo Adam Holý

Plakáty pro filmy Jana Hřebejka představují ryzi grafický pop českého přelomu milénia. Samotné Pelišky reprezentují pomyslný vrchol fascinující společenské shody, bezpečného antikomunismu s odpuštěním a naivního laskavého humoru střední třídy, kterou se v ten bod stoupající porevoluční křivky celý národ zdál být. Podobná úroveň kultivovanosti se soustřeďovala i v plakátu, jemuž producenti jako nikdy předtím ani potom dovolili předpokládat, že ho pochopí víc než milion diváků, které do kina nepřivedou známé tváře herců rozestavěné v dramatickém vztahu na digitálně upravovaném pozadí ilustrujícím kulisy filmu, nýbrž jednoduchý předmět zastupující motiv z filmu a písmo připomínající pokroucenou dobu, v níž se odehrává. Najbrt tu dokonale uplatnil svoji schopnost postavit sdělení na jediné, vizuálně očištěném, elegantním a masově srozumitelném znaku využívajícím jemně humorný odkaz k důvěrně známému fenoménu v místní kultuře.

Posters for films by Jan Hřebejk exemplified the real Czech pop of the turn of the millennium. *Cosy Dens* and its poster embody the notional climax of the fascinating social consensus, safe anti-communism with forgiveness and the naïve, kind humour of the middle class that the entire nation seemed to have become at that particular point in the rising post-revolutionary curve. A similar cultivated standard was applied in the poster, where the producers took the liberty to presume, as never before and never after, that it would be understood by more than a million viewers, who would not be drawn to the cinema by the familiar faces of actors arranged in a dramatic relationship on a digitally rendered background illustrating the film setting, but by a simple object-sign representing a motif from the film and typeface evoking the twisted circumstances of the late 1960s, the period in which it was taking place. Najbrt made a perfect job using his ability to build a statement around a single, visually purified, elegant and commonly comprehensible sign using a finely crafted humorous reference to a familiar phenomenon in local culture.



Sklonar

2011 Martin Vácha, Marek Pistora

Galerista Zdeněk Sklenář otevřel na pražském Smetanově nábřeží bílou krychli jednoduše nazvanou S. Prostota prostoru architekta Josefa Pleskotsa se odrážela i v drobných kartičkách pozvánek, které uváděly vždy různou číselnou hodnotu odvozenou z vystavených děl (například barevnou RGB hodnotu malby). Galerii rozmetalo výbuch plynu v sousední budově, ale technicistní písmo studio používá pro další a další projekty – asi nejčastěji z víc než dvacítiky písem, které tu vznikly.

The gallerist Zdeněk Sklenář opened a white cube with a simple name S at Smetanovo nábřeží in Prague. The plainness of space by the architect Josef Pleskot was reflected in tiny cards of the invitations, which always stated a different numerical value derived from the exhibited artworks. For example the RGB colour code of a painting. The gallery was blown up by a gas explosion in the neighbouring building, but the studio uses the technicist typeface for further and further projects – probably the most frequently of the more than 20 alphabets, which emerged here.



Masarykova univerzita Masaryk University

2017 Marek Pistora, Michal Nanoru, Aleš Najbrt

„Praha je město gotické, Olomouc město barokní, Brno město funkcionalistické. My jsme svým prostředím předurčení hledat krásu v jednoduchosti a účelnosti,“ prohlásil rektor Mikuláš Bek v květnu 2017. Společně se zadáním soutěže, které definovalo Muni jako vpravdě moderní instituci, se tak stal funkcionalismus středobodem nové identity. Meziválečné avantgardy korespondují nejen s dobou vzniku, ale i s demokratickými hodnotami, které dnes druhá univerzita v zemi reprezentuje, stejně jako s její pozicí mladšího sourozence, který přináší změnu založenou na nových technologiích. Logo je tak interpretací nápisů na budovách Bohuslava Fuchse, ale i prací Ladislava Sutnara nebo vrstevnického Bauhausu. Písmo Muni, tvořící pilíř celého stylu, vzniklo jako monospace (zachovává stejný prostor pro všechny litery, široké „m“ nebo úzké „i“), nástroj kódování, ale i znak jisté rovnosti a univerzálního vzdělanostního základu. Forma tu nesleduje funkci jen v střídmosti linií a absenci dekorací (např. symbolu), ale především vytvořením jednotného systému pro devět fakult a jejich pracovišť.

“Prague is a gothic city, Olomouc a baroque one, Brno is the city of functionalism. We are determined by our environment to seek beauty in simplicity and purposefulness,” Mikuláš Bek, the rector of Masaryk University in Brno, said in May 2017. Together with the brief that defined Muni as a truly modern institution, functionalism has thus become the focal point of the new identity. The interwar avant-gardes correspond not only to the time of establishment of the university, but also to the democratic values that the country's second university represents today, as well as to its position of a younger, rather sassy sibling, who brings change relying on new technologies. Thus, the logo is an interpretation of the inscriptions on buildings of Brno's luminary architect Bohuslav Fuchs, the work of the designer Ladislav Sutnar or the ever-living legacy of the Bauhaus. The custom typeface Muni, which forms the basis of the entire style, is monospace (i.e., it preserves the same space for all letters, wide “m” or narrow “i”): the tool for coding but also a sign of a certain democratic equality and universal educational base. The form follows function not only in the simplicity of lines and the absence of decorations (e.g. symbol) but mainly by creating a unified system for nine faculties and their departments.



Pavel Kosatík: Emil Běžec Emil the Runner

2015 Zuzana Lednická

Běh jako ústřední téma existence, textu i úpravy startuje už na obálce životopisu, kde nečekaně začíná paginace číslem stránky a zároveň časem 00:10. Probíhá celou knihou a finišuje na zadní obálce v čase Zátopkova bruselského rekordu na 10 000 metrů z roku 1954 – 28:54,2. Podobně například 135. stránka má číslo pařížského rekordu na 5 000 metrů – 13:57,2. To není jediné, co se v knize hýbe. Zrcadlo sazby, celá hmota písma na stránce se s každým otočením posouvá zleva doprava. A obrázky se hrnou přes hrany papíru, jako by chtěly přeběhnout na druhou stranu. Konečně běžec knize dominuje oranžová barva atletické antuky. „Přečtu všechny Zátopkovy rekordy, 286 je standardní počet stran, mohlo by se to vejít. Pak už se podřídím myšlence a snažím se knížku zformovat, aby se vešla do rekordu,“ komentuje Lednická. „Vždycky je tam riziko, že to nemusí klapnout. Že chybí dvacet stran a už nemám ani fotky ani text.“ V tom případě se zmenší formát. Změní písmo. „Vychází to taktak. Ale čtenář to nepozná. Má pocit, že tu knížku uběhl za světový rekord.“ Nemůžeš? Přidej!

The biography of the legendary Olympic winner Emil Zátopek, who never gave up, on the track or in life in communist Czechoslovakia, is always on the move. Running as a central theme of existence, text and design starts on the cover of the book, where pagination begins with page number as well as time 00:10. It runs through the book, finishing on the back cover with the time of Zátopek's 1954 Brussels 10,000 meters record – 28:54.2. Similarly, e.g. the 135th page of the book has the number of Zátopek's Parisian 5000 m record – 13:57.2. With every turn of the page, the layout shifts from left to right. The pictures are pouring over the pages, as if they wanted to run over to the other side. And the book is dominated by orange athletic clay. "I read all of Zátopek's records, 286 is the standard number of pages, it may fit. Then I conform to the idea and try to form the book so as to fit into a record," comments Lednická. "There is always the risk it may not work out. There may be 20 pages missing and I no longer have photographs or text." In that case the format becomes smaller. The typeface changes. "It works out just about. But the reader will not notice. He will think he has run through the book in world record time." Exhausted? Run faster!



Mirek Tabák: Černej pasažér Stowaway

2014 Zuzana Lednická
ilustrace/illustrations Filip Kudrnáč

Muž, který se skrývá za pseudonymem Mirek Tabák, podle vlastních slov napsal desku česky zpívaného country, rocku a americana v době, kdy učil na gymnáziu a po nocích taxikářil, aby poplatil složenky. Lednická albu jednoduchých písní se složitým aranžmá, nahaných pomocí profesionálních hráčů a technologií, přiřadila naivní kresby studovaného malíře a taxikářské tematice vystavila účet pomocí sazby provedené taxametrem na skutečných účtenkách. Pavel Bobek hostuje v písni Klub štvanců.

The person hiding behind the pseudonym Mirek Tabák, in his own words, wrote the album of country, rock and Americana with Czech lyrics at a time when he taught at a high school and then burned the midnight oil in a taxi to pay the bills. Lednická assigned naive drawings of a studied painter to the album of simple songs with complex arrangements, recorded with professional players and technologies, and settled the taxi theme using typography made by taximeter on actual receipts. The legendary Czech country singer Pavel Bobek features in the song Klub štvanců (The Renegade Club).



Centrum současného umění DOX DOX Centre for Contemporary Art

2005 Aleš Najbrt, Zuzana Lednická, Mikuláš Macháček

V roce 2005 jedno zadání našlo svého designéra a Najbrt sumarizoval svůj přístup do v jistém smyslu definitivního tvaru loga pro pražské centrum současného umění. Maximálně jednoduchá, harmonická a stabilní kompozice využívá ty nejzákladnější tvary, které ale respektují myšlenku názvu i instituce a nabízejí nenucenou variabilitu aplikací.

DOX Centre for Contemporary Art
In 2005 an assignment once again found its designer and Najbrt summarized his approach into an, in a sense ultimate, logo for the DOX art centre in Prague. Its composition of maximum simplicity, harmony and stability uses the most elementary shapes, which, however, respect the idea of the title and the institution and offer an easy variability of application.



13. Festival krátkých filmů Praha 13th Prague Short Films Festival

2018 Zuzana Lednická, Michal Nanoru

foto/photo Václav Jirásek

Každý z nás se denně, třeba jen na krátkou chvíli a aniž by si to uvědomoval, stává hlavním hrdinou filmů, které se odehrávají na ulicích, v hotelových chodbách, vestibulech metra a dalších veřejných prostorách. Okamžiky našich životů se hromadí v nekonečných záznamech kamer a zbývá jediná otázka – kdo je sestřihává? Lehce postapokalyptická identita 13. ročníku Festivalu krátkých filmů Praha navazuje na sérii vizuálů „velkého bratra“ Prague Shorts, karlovarského filmového festivalu, které si v předchozích letech pohrávaly s myšlenkou (ne)viditelnosti. V krátkém procesu prezident KVIFF Jiří Bartoška přesunul původně zamýšlené završení černobílé fotografické trilogie z 53. ročníku k Shorts.

Every day, each of us unwittingly becomes a momentary main character of the films taking place in the streets, hotel hallways, subway halls, and other public areas. Surveillance cameras are constantly recording random moments of our lives and the question is – who will be editing them? The slightly post-apocalyptic identity of the 13th Prague Short Films Festival loosely follows on the series of visuals of the festival's "big brother", the International Film Festival Karlovy Vary, which has been playing with the idea of in/visibility in the previous couple of years. In a short process, KVIFF President Jiří Bartoška moved the originally intended finale of the b&w photo trilogy from the 53rd KVIFF to Shorts.



Vertigo: Taj

2014 Zuzana Lednická

Dnes už přes osmdesát obalů pro Animal Music, oceňovaný label současného jazzu a vážné hudby, propojují černé hřbety s bílým písmem Fedra. E-mail se zadáním saxofonisty, klarinetisty, skladatele specializujícího se na improvizaci, ale taky výtvarníka Marcela Bárty, určený vydavateli, skladateli a právníkovi Petrovi Ostrouchovovi, umístila Lednická na cover čtvrtého alba pokusné superskupiny Vertigo (ANI043) jako rozverně shrnující svědectví nenaplněných ambicí, nepochopení a vůbec komplikované i komické komunikace mezi kreativními obory. „Ahoj Petře, posílám návrh na titulku Vertigo... Je to výřez z prosvěcované koláže, sestavené k sobě vzhůru nohama, až uvidíte originál, pochopíte... Dlouho jsem hledal a takto se mi to líbí nejvíc...“

More than 80 covers for Animal Music, an appreciated label of current jazz and classical music, by now share a black spine with white Fedra typeface. An email with instructions by a saxophonist, a clarinetist, a composer specialising in improvisation, but also a visual artist Marcel Bárta, sent to the publisher, composer and lawyer Petr Ostrouchov, Lednická put on the cover of a fourth album by the experimental supergroup Vertigo (ANI043) as a playfully summarising evidence of unfulfilled ambitions, misunderstandings and the complicated and comical communication between creative fields in general. “Hi Petr, I’m sending you the concept for the Vertigo front cover... It’s a cutout from an illuminated collage, set together top to bottom; when you see the original, you’ll understand... I searched for a long time and this is how I like it the most...”



reSITE

**2017–2019 Zuzana Lednická, Andrea Vacovská,
Zdeněk Trinkewitz, Michal Nanoru**

reSITE se zabývá „průsečíky mezi designem, veřejnou politikou, kulturou a ekonomikou ve světě, kde stále větší podíl obyvatel žije ve městech“ a na takovou křižovatku se studio vždycky rádo postaví. Nejviditelnějším výstupem reSITE je každoroční pražská konference, která měla v prvním roce spolupráce calvinovský podtitul *Invisible City*, Neviditelné město. Různé více či méně skryté městské infrastruktury tak reprezentovaly odlišné, technicky nesourodé vrstvy vizuálu. 3D srdce městského hardwaru od Zdeňka Trinkewitze v průběhu kampaně s nastávajícím jarem obrůstalo posthumánní náletovou vegetací kreslíře Michala Bačáka a hned druhý rok se dostalo pod nůž, rozřezané na patra životem opuštěné planety. Návrhy pro reSITE vždycky začínají apokalypsou, ale americky optimistická vize organizátorů dává lidem další šanci a nakonec posunula do happy verze i jindy melancholické ilustrace Jana Šrámk. Utopie veselé planety s akrobaty a strakami i tak připomínala naši nahnoutou situaci.

reSITE is dedicated to understanding “the intersection of design, policy, culture and economy in a continually urbanizing world,” and the studio will always like to stand at such a crossroad. The most visible output of reSITE is the annual Prague conference, which, in the first year of collaboration, had a Calvin-esque subtitle *Invisible City*. Different, technically varied layers of the visual thus represented various, more or less hidden, urban infrastructures. In the course of the campaign, with spring coming in, the 3D heart of urban hardware by Zdeněk Trinkewitz was being overgrown by self-seeding vegetation of the drawer Michal Bačák, and in the second year already, it went under the knife, cut up into floors of the planet forsaken by life. The designs for reSITE always begin with an apocalypse, but the American optimistic vision of the organisers gives people another chance and has eventually moved the otherwise melancholic illustrations by Jan Šrámek into a happy version. The utopia of a cheerful planet with acrobats and magpies reminded of our declining current situation nonetheless.



53rd Karlovy Vary International Film Festival

2018 Marek Pistora, Aleš Najbrt

Vizuál 53. ročníku se znenadání vrátil k jednoduché typografii, která na první pohled staví na nostalgii po celuloиду nebo obecně analogu. Ve své typické hře s povýšením, aktualizací a ironizováním grafických klíšé Marek Pistora do slavně nadužívané filmové perforace v hlavním vizuálu rafinovaně schoval číslo 53. Zoubkované písmo evokující původní design interiérů hotelu Thermal od manželů Machoninových působilo zcela současně a nabídlo pestré využití na neustále se rozšiřujících, ale tradičně nedostatkových upomínkových předmětech – tady například na dětských tričkách pohrávajících si s termíny pro technické profese filmového štábu. Festival zahájily Lásky jedné plavolásky nedávno zesnulého Miloše Formana promítané z 35mm pásu. Náhoda?

The 53rd year's visuals suddenly returned to a simple typography, which builds on nostalgia for the celluloid at the first sight, or more generally, for the analog. In his classical game of upgrading and ironizing any graphic cliché, Marek Pistora artfully hid the number 53 in the main visual in the infamously overused film perforation. The indented typeface, evoking the original interior design of the Thermal Hotel by Věra and Vladimír Machonin, felt acutely contemporary and offered a varied use on the ever expanding but traditionally scarce festival merchandising – here, for example, kid's t-shirts playing with film set job titles. The opening film, *The Loves of a Blonde* by the late Miloš Forman, was projected from 35 mm film strip. A coincidence?



Tomáš Kafka: Návštěvník The Visitor

1989 Aleš Najbrt

Mezi četné Najbrtovy mimoškolní aktivity patřila v 80. letech spolupráce na literárním magazínu Kvašňák bratrů Štěpána a Tomáše Kafkových. V předzvěsti typografických ilustrací v Reflexu nebo pozdějších úprav textů Tomáše Hanáka si vybral k zpracování Kafkovu báseň Návštěvník. Číslo „časopisu pro čtenáře s nejjemnější psychikou“, do kterého byla určena, ovšem už nikdy nevyšlo.

Najbrt's numerous extracurricular activities in the 1980s included cooperation on the literary magazine Kvašňák (Ferment), of the brothers Štěpán and Tomáš Kafka. As an indication of the typographic illustrations in Reflex or later design of Tomáš Hanák's texts, he chose Kafka's poem Návštěvník. The issue of the "magazine for readers with the most urbane psyches", for which it was intended, was never published, though.



Zdeněk Ziegler: For Eyes Only

2012 Zuzana Lednická

Monografii vydanou u příležitosti osmdesátin jedné z nejvýraznějších postav českého grafického designu upravila Zieglerova vděčná studentka Zuzana Lednická. Ta do obsahu knih, které navrhuje, často aktivně autorsky vstupuje a život a dílo jsou pro ni neoddělitelné, takže už oboustranný doprovodný plakát projíždí chronologií Zieglerova života jako stylové serpentíny vybraných prací i privátních fotografií. Vedle Najbrtova razantního stylu pracuje Lednická ale většinou s mnohem subtilnějšími výtvarnými prostředky, se zlatou, bílou, často skoro neviditelnými, někdy docela – jediná tenká červená linie, která přetíná bílou plochu obálky Zieglerovy monografie, tvoří písmeno Z, jen pokud si horní a dolní tah domyslíte pomocí hran stránky a odrazu červené ořízky. V knize se objevuje ještě několikrát v odkazu na Zieglerovu minimalistickou polohu.

Ziegler's grateful student Zuzana Lednická arranged the monograph issued on the occasion of the 80th birthday of one of the most significant figures of Czech design. She often actively enters the content of books, which she designs, and life and work are inseparable for her, so already the double-sided accompanying poster goes through the chronology of Ziegler's life as stylish bends of selected works as well as private photographs. Beside Najbrt's resolute style, Lednická works with far more subtle artistic devices, with golden, white, often nearly invisible, sometimes completely so – a single thin red line that crosses the white area of the cover of Ziegler's monograph forms the letter Z, providing you infer the top and the bottom strike using the rims of the page and reflection of the red edge. It appears several more times in the book, referring to Ziegler's minimalist approach.





Studio Najbrt Basics

01 Zuzana Lednická
 02 Petr Marek
 03 Michaela Gabriel
 04 Mario Wild
 05 Jan Bejšovec
 06 Jonatan Kuna
 07 Jenovéfa Boková
 08 Ivan Zachariáš
 09 Michal Froněk
 10 Robert Nebřenský
 11 Pavlína Nebáznivá
 12 Aleš Najbrt
 13 Zdeněk Trinkewitz
 14 David Ondříček
 15 Ivetta Bláhová
 16 Martin Krejčí
 17 Alžběta Baráková
 18 Václav Jirásek
 19 Ondřej Kahánek
 20 Natálie Najbrtová
 21 Jiří Bartoška
 22 Antonie Stanová
 23 Tomáš Karpišek
 24 Jiří Veselka
 25 Petr Štěpán
 26 Hugo Rosák
 27 Petra Dočekalová
 28 Daniel Bergmann

29 Otto M. Urban
 30 Michal Cihlář
 31 Marcela Lhotská
 32 Jakub Matuška aka Masker
 33 Jiří Fajt
 34 Lenka Miková
 35 Michal Nanoru
 36 Jan Slovák
 37 Barbora Mudrová
 38 Pavel Lev
 39 Mikuláš Macháček
 40 Kryštof Mucha
 41 Julie Najbrtová
 42 Viktor Stoilov
 43 Marek Pistora
 44 Bohumil Vašák
 45 Aleš Münzberger
 46 Eva Vontorová
 47 Michael Dolejš
 48 Tomáš Luňák
 49 Andrea Vacovská
 50 Petr Hájek
 51 Karel Spěšný
 52 Nikola Logosová
 53 Martin Barry
 54 Michaela Roubinková
 55 Jakub Spurný
 56 Zdeněk Ziegler

Koncepte, výběr a texty / Concept, compilation
 and texts Michal Nanoru
 Fotografie / Photos Václav Jirásek
 Grafický design / Catalogue design Marek Pistora
 Jazyková korektura / Czech proofreading
 Kateřina Dejmalová
 Překlad / Translation Michal Nanoru,
 Mirka Kopcová, Miloš Bartoň,
 Irma Charvátová, Tony Long
 Písmo / Typeface Helvetica Now
 Předtisková příprava / Prepress Zdeněk Trinkewitz

Vydala Západočeská galerie v Plzni, p.o.
 u příležitosti stejnojmenné výstavy konané
 ve výstavní síni „13“ ve dnech 11. 9.–3. 11. 2019.

Published by the Gallery of West Bohemia
 in Pilsen on the occasion of the eponymous
 exhibition held at "13" exhibition hall,
 11/9–3/11 2019.

Koncepte výstavy, výběr a texty / Exhibition
 concept, compilation and texts Michal Nanoru
 Architektura / Exhibition design
 Lenka Miková architekti
 Grafický design / Graphic design Marek Pistora
 Kurátorka za ZČG / Curator of ZČG Petra Kočová

Vytiskla / Printed by Tiskárna Helbic, Brno
 První vydání / First edition / Plzeň 2019

Texty / Texts © 2019 Michal Nanoru
 Fotografie / Photos © 2019 Václav Jirásek
 www.zpc-galerie.cz
 www.najbrt.cz
 ISBN 978-80-88027-34-8

PLZEŇSKÝ KRAJ

ZČG

Do not iron print