

Marija Idžojtić

samostalna istraživačica / *independent researcher*
Sjenjak 10, Osijek
marija.idzajt@gmail.com

Pregledni rad / *Subject review*
UDK / UDC: 76 Sekler, E.
DOI: 10.17685/Peristil.59.8
15. 7. 2016.

Tipografski sinjeti i zaštitni znakovi Eugena Seklera

Ključne riječi: Eugen Sekler, grafički dizajn, tipografija, grafički strukovni časopisi, sinjeti i zaštitni znakovi, međuratno razdoblje, art déco

Keywords: Eugen Sekler, graphic design, typography, professional graphics magazines, signets and trademarks, Art Deco

U članku je predstavljen esej »O signetu, zaštitnim i inim znakovima« koji je 1924. godine u »Grafičkoj reviji« objavio školovani osječki grafički dizajner Eugen Sekler. Njegovim ranije prezentiranim znakovima pribrojeni su i dosad nepoznati tipografski koncipirani sinjeti i zaštitni znakovi koji, uz one figuralne te uz teorijski angažman, upućuju na Seklerovo iznimno značenje u afirmaciji ovog segmenta vizualnih komunikacija u međuratnom razdoblju.

Grafički strukovni časopisi i vizualna komunikacija

Za uključivanje hrvatskih grafičara i tipografa u suvremene europske tijekove u grafičkoj struci u prvoj polovini 20. stoljeća, osobito je važno izlaženje grafičkih strukovnih časopisa. Najraniji je među njima »grafički strukovni list« Gutenberg (1909.–1914.), glasilo Hrvatskoga tipografskog društva namijenjeno stručnom usavršavanju tipografa. »Nakon Prvoga svjetskog rata Hrvatsko tipografsko društvo se ujedinilo s litografima i knjigovežama i preraslo u udruženje grafičkih radnika¹ koje pak u međuratnom razdoblju izdaje časopis »za pouku i promicanje grafičkog rada« *Grafičku reviju* (1923.–1940.). Ambiciozan je to izdavački pothvat Centralnoga naobrazbenog odbora Saveza grafičkih radnika-ca Jugoslavije koji, kao i ranije Hrvatsko tipografsko društvo, nastoji educirati domaće grafičke djelatnike. Oba su časopisa koncipirana kao kompendiji grafičke

struke, tematski usmjereni na tehnologiju i grafičke zadatke tiskarske industrije, koje se ažurno prezentira u teoriji i u primjerima iz prakse.

Grafičko oblikovanje tiskovina zadatak je koji u to vrijeme obavljaju ponajprije akcidenični slagari, kao vizualno najsenzibilniji uposlenici tiskara o čijoj invenciji ovisi kako će uskladiti tipografske i slikovne elemente iz postojećeg asortimana tiskare. Njima su namijenjeni brojni tekstovi kojima ih se upućuje u elementarnu slagarsku praksu oblikovanja knjigotiskarskih proizvoda, primjerice reklamnih oglasa ili plakata. Iscrpljuju se pritom tehničke mogućnosti pojedinih tiskarskih tehnika, odnosno kompozicijske varijacije, stilski zadanog/opterećenog, komercijalnog tipografskog materijala u tiskarama: pisama, ornamenata i slikovnih klišeja. U našoj je sredini tipografski materijal najvećim dijelom import iz njemačkih i austrijskih slovoljevaonica i rjeđe nailazimo na domaće crtane vinjete ili slovne oblike.

Doprinos podizanju vizualne kulture grafičkih djelatnika² prije Prvoga svjetskog rata daje povjesničar umjetnosti

i kulturni aktivist Kosta Strajnić kao predavač teorije na prvom strukovnom tečaju zagrebačkih tipografa³ s kojeg prijepise predavanja o povijesnoumjetničkom razvoju nalazimo na stranicama *Gutenberga* iz 1911. godine. Osobito su značajni Strajnićeve tekstovi o modernom umjetničkom obrtu i o doprinosu Tomislava Krizmana i njegove škole razvoju primijenjene grafike.⁴ Također, »u časopisu *Savremenik* 1911. Strajnić objavljuje prvi tekst posvećen temi plakata«,⁵ pa ga treba promatrati kao promicatelja fenomena grafičkog dizajna kao nove oblikovne discipline.

Program djelovanja Hrvatskoga tipografskog društva koji se ogleda u sadržaju *Gutenberga* nadilazi knjigotiskarski obrt, pa se tako u uvodniku dvobroja posvećenog umjetničkom obrtu ističe značenje Tomislava Krizmana »koji je prvi s uspjehom djelovao u grafičkoj struci i u velike unapredio naš knjigotiskarski obrt. [...] Akciju g. Krizmana, da zajednički porade svi naši slikari, kipari i arhitekti oko podizanja modernoga umjetničkog obrta, smatramo našim programom i podupirat ćemo je kolikogod budemo mogli.«⁶

Promatrajući ove grafičke časopise iz aspekta razvoja vizualnih komunikacija u Hrvatskoj, za tekstove je u *Gutenbergu* svojstveno da se fenomenima imanentni disciplini grafičkog dizajna, npr. reklama ili plakat, tek pojmovno uvode u hrvatsku sredinu.⁷

Posebice je značajno izlaženje *Grafičke revije* koja od sredine 20-ih godina postaje poligon za osvještavanje ideja o modernoj primijenjenoj grafici, odnosno o grafičkom dizajnu kao novom obliku vizualnog komuniciranja.⁸ Dokaz ažurnom praćenju europskih zbivanja u grafičkoj struci predstavljaju primjerice »objavljeni tekstovi J. Tschicholda o novoj tipografiji i novom plakatu.«⁹

Uz grafičke časopise, od početka je 20-ih godina »značajnu ulogu u promoviranju grafičkog dizajna namijenjenog tržištu na teorijskoj i praktičnoj razini«¹⁰ imao Zagrebački zbor, u čijim glasilima nalazimo tekstove o fenomenu reklame.¹¹

Sustavno pak teorijsko propitivanje tema vezanih uz marketinški aspekt vizualnog komuniciranja, a koji uključuje egzaktne parametre tržišnog gospodarstva i psihologije ciljanog korisnika, nalazimo u časopisu *Reklama* iz 1929. godine,¹² nastalom u progresivnom dizajnerskom miljeu Zavoda za znanstveno proučavanje reklame i umjetničku reklamnu produkciju Imago.

O signetu, zaštitnim i inim znakovima

U hrvatskoj stručnoj literaturi, ponajprije na stranicama domaće grafičke periodike, sve do kraja 20-ih godina ipak ne nalazimo razmatranja o grafičkom oblikovanju sinjeta i zaštitnih znakova, odnosno logotipa, a čije se oblikovanje nameće kao ishodišni zadatak grafičkog dizajna.

»Tiskarski znak (sinjet)«,¹³ ponajprije je »znak tiskare i izdavača, a može biti i zaštitni znak (logotip)«. ¹⁴ U terminologiji Seklerova teorijskog ogleada uglavnom je provedena distinkcija između pojma *signet* (kako Sekler naziva sinjet), za znakove vezane uz tiskarstvo i izdavaštvo, te pojma *zaštitni znak*, za znakove ostalih djelatnosti, pa je ona primijenjena i u tekstu ovog članka. Izrazi sinjet, zaštitni znak i logotip prisutniji su u stručnoj terminologiji grafičkog dizajna, dok se danas u svakodnevnoj uporabi oni svode pod naziv *logotip* (*logo*).

Praksa oblikovanja zaštitnih znakova intenzivira se u Hrvatskoj nakon Prvoga svjetskog rata kao logična posljedica rastuće masovne industrijske proizvodnje i s njom vezanoga tržišnog nadmetanja. Najraniji a i raritetan¹⁵ tekst o ovoj temi, pod nazivom *O signetu, zaštitnim i inim znakovima*,¹⁶ objavljen je 1924. godine u *Grafičkoj reviji*, a potpisuje ga *Eugen Sekler, akad. graf., Zagreb*.¹⁷

»O bitnosti i značenju signeta«¹⁸ Sekler piše na poziv uredništva *Grafičke revije*, što podrazumijeva njegovu kompetenciju u području grafičkog oblikovanja znakova te njegov ugled u grafičkoj struci u Hrvatskoj. Suradnja s tim časopisom poklapa se sa Seklerovim *zagrebačkim razdobljem*, između 1924. i 1927. godine. On je naime, nakon leipziškog obrazovanja, uz stalan angažman u očevoju tiskari u Osijeku, više godina boravio u Zagrebu. Tih su godina, osim ovog teorijskog ogleada, u stalnoj rubrici *Grafičke revije* s *primjerima iz prakse*, objavljivana i brojna Seklerova dizajnerska rješenja različitih medija vizualnih komunikacija.

Autor problemu oblikovanja znakova pristupa iz suverene pozicije akademski školovanoga grafičkog dizajnera upoznatog s visokim standardima i aktualnim stilskim kretanjima u komercijalnom grafičkom oblikovanju europskih centara, Beča i Leipziga. Vizualnu formaciju on prolazi na izvoru modernog promišljanja o grafičkom, i to prije svega tipografskom oblikovanju vizualnih komunikacija,¹⁹ na Akademije für graphische Künste und Buchgewerbe u Leipzigu, na Odsjeku za tipografiju i tisak, koju je vodio tipograf i grafički dizajner prof. Georg Belwe, a gdje se ujedno i usavršava u knjigotisku. Na školovanje kod znamenitog profesora emotivno se referira i u eseju: »Nikad ne ću zaboraviti onoga lijepoga vremena, što sam ga sproveo u njegovu atelieru, nakon što sam svršio akademiju«. ²⁰ Belweove radove smatra vrhuncem grafičkog oblikovanja znakova i ističe da je »jedan od njegovih zahvalnih učenika«. ²¹

Georg Belwe (1898.–1954.)²² u europskim je razmjerima bio iznimno cijenjen tipograf i grafički dizajner svojeg vremena. Nakon berlinske karijere, godine 1906. dolazi u Leipzig, središte tiskarstva i grafičke struke, gdje uz rad na Akademiji započinje i njegova suradnja sa slovoljevaonicama. Najveći broj komercijalnih pisama oblikuje za slovoljevaonicu *J. G. Schelter & Giesecke*.

U grafičkom se oblikovanju Sekler oslanja na »vodeća imena generacije koja je definirala što grafički dizajn može

biti«.²³ Petera Behrensa, Fritza Hellmutha Ehmckeja i Luciana Bernharda. Svima je zajedničko što se nadovezuju na onu odliku secesijskog oblikovanja kojoj je svojstvena dominacija linearnoga i plošnoga, ali se odriču njezine dekorativne deskripcije.

Sekler tvrdi: »Ako se signet promatra s umjetničkog gledišta, on je djelo čiste kompozicije i pripada najtežoj vrsti kompozicione grafičke umjetnosti. Na tom su području majstori njemački stvaralački grafičari.«²⁴

Treba uzeti u obzir da među akcideničnim slagarima postoji antagonizam prema novim »oblikovnim umjetnicima« koji dolaze iz različitih umjetničkih grana, a među kojima se profiliraju i prvi grafički dizajneri. Zamjera im se nedovoljna upućenost u realne probleme vještine »crne umjetnosti« i doživljava kao nekompetentnu konkurenciju u djelatnost, do tada, ekskluzivno namijenjenu njima.²⁵

Sekler naznačuje razliku između profesionalnoga umjetničkog pristupa oblikovanju znakova i onoga amaterskog čime grafički dizajn promatra kao novu umjetničku disciplinu. U podlozi njegova teksta tako iščitavamo i problem utjecaja »oblikovnih umjetnika«, odnosno grafičkih dizajnera u praksu akcideničnih slagara: »Zaštitni znak treba da mami, a time se teška zadaća nameće umjetniku, te ga sili, da mnogo i često razmišlja i razbija glavu. Sadržaj [...] mora biti lako razumljiv i kratak, tako da ga i površan pogled odmah shvati. Suvišno je reći, da sadržaj ima biti otmjen; nažalost u tom se čine neoprostive pogriješke, što neukusnost i brutalnost tvorca daje utisak zaštitnom znaku. Ne rijetko čine takve pogriješke nepozvani ljudi, koji misle, da je lako zasnovati zaštitni znak, pa si utvaraju, da su dorasli takvoj teškoj zadaći. Takovi ljudi počinjaju najveće zločinstvo na ovom području. [...] Naprotiv umjetnik će sve izlučiti, što se ne može smatrati umjetnošću, u pravom smislu riječi, i njegovo će djelo imati posve drugačiji dojam, jer je promišljeno i svestrano izradjeno.«²⁶ Oblikovanje je znakova, prema Sekleru, svojevrstan vizionarski čin: »... zaštitni znak ili oznaka naklade, mora imati neki smisaoni sadržaj i tako može znak biti zadahnut shvaćanjem umjetnikove ličnosti. Profinjeni misao i plemenita misao vazda će razlučiti umjetnički zaštitni znak od prosječne slične radnje i priznati mu obilježje otmjenosti. Dobar signet vazda zavisi od umne visine i živog izumilačkog duha umjetnikova i po tome dolazi i vrijednost njegova do izražaja.«²⁷

U Seklerovu se eseju iščitava svijest o specifičnim sociopsihološkim zakonitostima vizualnog komuniciranja znaka oblikovanog u odnosu na potrošača/korisnika. On također ističe potrebu konceptualne razrade ideje i njezine rafinirane i egzaktne grafičke izvedbe kao odlučujućim faktorima percepcije potencijalnog korisnika. Takva ga promišljanja svrstavaju među prve profesionalne grafičke dizajnere u Hrvatskoj.

»Zahvaljujući novonastaloj svijesti o važnosti komercijalnog dizajna, [...] proizvodnja plakata i reklama, dva-

desetih i tridesetih godina XX. stoljeća doživljava pravi procvat.«²⁸ Isto ne vrijedi za praksu oblikovanja zaštitnih znakova čija je produkcija, sve do Seklerove pojave sredinom 20-ih godina, stihijska.

Na stranicama domaće grafičke periodike ne nalazimo autore »crtanih«, dizajniranih zaštitnih znakova. Među malobrojnim su autorima znakova »pioniri grafičkog oblikovanja i prethodnici modernog grafičkog dizajna [...] Ljubo Babić i Tomislav Krizman.«²⁹ Poznati su njihovi sinjeti nastali kroz angažman na grafičkom opremanju izdanja Matice hrvatske.³⁰ Treba istaknuti markantan Krizmanov sinjet za Maticu oblikovan u secesijskom duhu, kombiniranjem u blok upisanog monograma i vegetabilnog ornamenta.

U eseju se Sekler kritički osvrće na secesijsko grafičko oblikovanje Otta Eckmanna, a time i na secesiji svojstvenu dekorativnu, naturalističku interpretaciju koju smatra neprimjerenom za moderno oblikovanje znakova: »Danas se traži, da signeti budu stilizirani, t. j. umjetnik mora se kod osnivanja ugibati naturalističnim oblicima, jer mora imati pred očima, da osniva takav znak, koji će se oku prikazati što jednostavnijim. A ako bi radio u duhu naturalizma, mora zaći u detaile, koji cijelu stvar čine zamršenom, a jasno je, da što je više znak zamršen, to ga teže misao drži u pameti. Time signet već gubi od svoje vrijednosti.«³¹

Krizmanov je i zaštitni znak Udruženja za promicanje umjetničkog obrta Djelo, osnovanog 1926. godine, kojem daje »vizualni identitet u formi stepenaste piramide, jednog od omiljenih motiva art décoa.«³² Za Maticu od sredine 20-ih sinjete u duhu narodne ornamentike oblikuje i Vladimir Kirin.³³

Zaštitne je znakove oblikovao i grafičar Pavao Bolkovac koji je »1922. [...] kreirao prepoznatljiv zaštitni znak«³⁴ Zagrebačkog zbora.

Od kraja 20-ih godina logotip, odnosno zaštitni znak, predmet je komercijalnoga grafičkog oblikovanja članova reklamnog zavoda Imago.³⁵

Među autorima međuratnog razdoblja, međutim, ne nalazimo tako bogat i homogen opus znakova kakav je onaj Eugena Seklera. Njegova studiozna, grafički disciplinirana rješenja znakova u najvećoj su mjeri stilski neutralna i teže uklopiva u pojedine dionice modernizma, prije svega onu ekspresionističku, odnosno art décoovsku, koje očitije iščitavamo u ostalim segmentima njegova grafičkog opusa. Ipak, u napregnutosti i zaglađenosti stiliziranih formi slovnih znakova, te u sižeu, iščitavamo art décoovski koncept. U ideji su to asketski reducirane grafičke koncepcije izvedene u oštro rezanom, minucioznom definiranju figuralnih i slovnih formi. Apsolutni primat u njegovim koncepcijama ima tipografska komponenta.

Za pojedine tvrtke Sekler dizajnira i ostale grafičke elemente vizualne prezentacije, kao dijelove sustava vizualnog identiteta: memorandum, ambalažu, reklamu itd., što svjedoči o profesionaliziranom pristupu grafičkom dizajnu.

Seklerovi sinjeti i zaštitni znakovi

Sekler u eseju navodi osnovni koncept pri oblikovanju znakova: »Zaštitni znak robe mora biti jednostavan, markantan i lako razumljiv [...] Iskustvom je dokazano, da dobri zaštitni znakovi mame mušterije i da dobar uspjeh često zavisi od jednostavnog i markantnog sadržaja zaštitnog znaka«,³⁶ pa nastavlja: »Samo markantnim crtama može zaštitni znak

privući pažnju na sebe, što je glavna stvar, pak primamiti pogled onih, koji žurno kraj njega prolaze, da se ustali u pameti površnoga motrioca. Ako je to izvedeno u zaštitnom znaku, polovina je uspjeha postignuta i u tome baš leži primamljiva snaga zaštitnog znaka.«³⁷

U slikovnom prilogu Seklerova eseja, u formi ogleadne stranice iz umjetnikova portfolija, reprezentativan je izbor, već ranije prezentiranih³⁸ *Signeta i zaštitnih znakova akad.*



1. Eugen Sekler, *Signeti i zaštitni znakovi akad. graf. Eugena Seklera, Zagreb*, prilog eseju *O signetu, zaštitnim i inim znakovima*, u: *Grafička revija*, 3 (1924.), 43 (Priručna stručna knjižnica Muzeja Slavonije Osijek, Odjel knjižnice, Muzej Slavonije Osijek) / *Eugen Sekler, Signets and trademarks of academic graphic artist Eugen Sekler, Zagreb*, in: *Grafička revija*, 3 (1924.), 43 (*Museum of Slavonia Osijek*)

graf. Eugena Seklera, Zagreb (sl. 1) sa sljedećim dizajnerskim rješenjima: *Signet tiskare Ljudevit Sekler, Osijek*; *Nakladni znak knjižare J. Reich, Vinkovci*; *Zaštitni znak tvrtke David Frank, Brod na Savi*; *Znak Apatinske munjare, Apatin*; *Zaštitni znak parfumerije »Moderna«, Osijek*; *Signet štamparije St. Kugli, Zagreb*; *Monogram Hrv. štamp. zavoda, d. d. Zagreb*; *Zaštitni znak tvornice tinte »Dios«, Osijek*; *Signet Hrv. štamparskog zavoda d. d. (neprihvaćen)*; *Zaštitni znak tvornice tjestenine i biskvita, Djakovo*; *Signet trgovine grafičkih potrepština Gutenberg, Zagreb* i *Zaštitni znak mljekare »Mercur«, Osijek*.

S obzirom na koncepciju oblikovanja, Seklerove je znakove moguće podijeliti na one zasnovane na tipografiji i one zasnovane na figuralnoj osnovi. Na ovom će mjestu biti interpretirani samo znakovi koncipirani na slovnim znakovima. Seklerova fasciniranost slovnim formama ogleda se u svim segmentima grafičkog opusa, a posebice je zorna u dizajnu znakova.

Najveći dio Seklerova grafičkog opusa dosad nije prezentiran u stručnoj literaturi. Uz ranije prezentirane znakove, Sekleru treba pripisati i oblikovanje sljedećih, dosad nepoznatih znakova s tipografskom osnovom:

1. sinjet *Knjigotiskare Vilima Bucka, Brod na Savi, 1926.*;
2. logotip *Osijek, Tvornica poslastica i čokolade, 1926.*;
3. zaštitni znak *Slavonske Podravske Željeznice, Belišće, 1927.*;
4. zaštitni znak *Centralnog naobrazbenog odbora saveza grafičkih radnika-ca Jugoslavije, 1927.*;
5. zaštitni znak *Braća Breuer – Specijalizirano tehničko poduzeće za cjelokupnu brusačku i kamenu industriju, Osijek, 1938.*;
6. zaštitni znak *Ris – Tvornica rublja i trikotaže, Osijek, kraj 30-ih.*

Izvori većeg dijela reprodukcija u ovom tekstu prikazanog Seklerova dizajna jesu zbirke Odjela knjižnice Muzeja Slavonije u Osijeku te fondovi i zbirke Državnog arhiva u Osijeku.³⁹

Navedene sinjete i zaštitne znakove Sekler dizajnira za osječke i zagrebačke obrtnike i industrijalce, dok je naručitelj jednog znaka i vojvođanska tvrtka. S obzirom na to da se na ovom mjestu prvi put interpretiraju Seklerovi zaštitni znakovi, naglasak je na njihovoj identifikaciji i formalnoj analizi.

Oblikovanju znakova zasnovanih na tipografiji Sekler pristupa na sljedeće načine:

1. znak zasniva na tipografiji (logotip);
2. znak gradi od zadanih slovnih znakova (monogram) u kojima pronalazi figuralne forme;
3. slovni je znak supstituit za figuralni – formalno gradi tipografsku sliku predmeta.

Oblikovni koncept znakova najčešće se zasniva na minuciozno definiranom, grafički britkom pristupu slovnom

znaku iz kojeg traga za figuralnim stiliziranim formama, no pribjegava i kompleksnijim tipografskim koncepcijama.

Tipografski sinjeti Eugena Seklera

U eseju Sekler pojašnjava etimologiju i povijesni razvoj znaka: »Pod signetom koji je izveden od riječi signatura (lat. signum-znak), razumijeva se znak misaonog sadržaja i otmjena oblika. Postanak signeta pada u rano doba staroga vijeka, ali se je smisao i s njime svrha i način uporabe mijenjao od vremena do vremena i vazda se s porastom kulture 'znak' sve više i više razvijao, od prijeko potrebna do dekorativno-korisna, od tipična do individualna, i od mistična do simbolična.«⁴⁰ Pišući o formalnom razvoju, Sekler započinje sa 15. stoljećem u koje pada preporod znaka i kada on uglavnom za bazu ima monogram. Dalje govori o dekorativnoj vrijednosti koju u oblikovanje znakova unosi heraldika kao izvor raznovrsnih tema čime znak dobiva čisto apstraktan oblik.⁴¹ U tom se kontekstu u Europi kao sastavnica tiskarskog znaka javlja »znak velikog orla (Greif)«. ⁴² Upravo je na tom konvencionalnom ikonografskom tragu, slijedeći značajke povijesnog razvoja znaka koje elaborira u eseju, Sekler oblikovao najveći broj znakova vezanih uz tiskarstvo i nakladništvo. U njima je varirao motive povezane s tiskarskom djelatnošću – orla, zmaja i tiskarski valjak – koje grafički ekstrahira iz monograma tvrtke naručitelja.

Razvojni se put Seklerova grafičkog oblikovanja sinjeta prati od najranijeg, figuralnog, iz 1919. godine, oblikovanog za osječku *Židovsku biblioteku*.

U red vizualno najsnažnijih Seklerovih sinjeta ubraja se *Signet Tiskare Ljudevit Sekler* (sl. 1.1) koji se prvi put pojavljuje na memorandumu Tiskare Ljudevita Seklera od 11. ožujka 1921. godine. Prezentaciju toga znaka, kao i brojnih drugih radova koje možemo pripisati Sekleru, nalazimo u katalogu tiskare Eugena Seklera pod nazivom *Pisma*⁴³ iz 1934. godine, gdje su na cijeloj stranici otisnuti klišeji sinjeta različitih veličina izvedeni u pozitivu i u negativu. Jedan je od osnovnih zahtjeva dobro izvedenoga zaštitnog znaka funkcioniranje i u pozitivu i u negativu te u krajnjim smanjenjima i povećanjima. Tako koncipirana stranica kataloga, stoga, upućuje na profesionalnu razinu grafičke prezentacije mogućem klijentu.

Sinjet čini u ovalni okvir postavljeno izduljeno slovo »S« u čiji je obris uključena apstrahirana ptica koja u rukama drži tiskarski valjak. Slovni znak polagano varira u debljini i pritom sugerira vitlanje repom, odnosno palucanje jezikom, što je asocijacija na izvorne crteže sinjeta koji su sadržavali motiv zmajeva jezika koji izlazi iz orlova kljuna. Krilo ptice izlazi iz tijela slova na suprotnoj strani, a apstrahiranjem asocira na slovo »E«, pa bi bilo riječi o početnim dvama slo-



2. Eugen Sekler, sinjet Knjigotiskare Vilima Bucka, Brod na Savi, 1926. (preuzeto iz: *Zavičajnici: Vilim Buk*, bilj. 39) / *Eugen Sekler, Signet of the publishing house of Vilim Buck, Brod na Savi, 1926* (source: *Zavičajnici*, note 39)



3. Eugen Sekler, zaštitni znak Centralnog naobrazbenog odbora saveza grafičkih radnika-ca Jugoslavije, detalj (Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb, MUO 07733) / *Eugen Sekler, trademark of the Central Educational Committee of the Graphic Workers' Association of Yugoslavia* (Museum of Arts and Crafts, Zagreb, MUO 07733)



2.1. Eugen Sekler, sinjet Knjigotiskare Vilima Bucka, detalj, Brod na Savi, 1926. (preuzeto iz: *Zavičajnici: Vilim Buk*, bilj. 39) / *Eugen Sekler, Signet of the publishing house of Vilim Buck, Brod na Savi, 1926* (source: *Zavičajnici*, note 39)

vima prezimena (SEkler) ili pak slovo »E« treba shvatiti kao početno slovo njegova imena. Prikazana je ptica, otvorenog kljuna, orao koji je u alegorijama simbol vida, jednoga od pet osjetila, a na glasu je po oštroidnosti.⁴⁴ Ta je kvaliteta svakako poželjna u tiskarskom zanatu, ali i u komercijalnom grafičkom oblikovanju koje je s njim u tijesnoj vezi. Motiv orla kao simbola tiskarske profesije prisutan je u najvećem broju Seklerovih sinjeta.

Kompozicijski Sekler najčešće polazi od monograma tvrtke iz kojeg izrasta ovaj motiv u različitim stupnju stilizacije. Konceptija je to koju nalazimo u još dva znaka: *Signetu štamparije St. Kugli, Zagreb* (sl. 1.6) i sinjetu *Knjigotiskare Vilima Bucka* iz Broda na Savi (sl. 2.1, 2). Kod *Signeta štamparije St. Kugli* u izvedbi kurenta (*k*) primjećuje se suptilno

variranje linije kojim se simulira potez perom. Uzlazni potez slova *k* završava naglašenije apstrahiranom glavom orla, a uz to je prisutna i simbolika tiskarskog valjka koji, izlazeći iz slovnog znaka, drže dvije ručice.

Posebno je markantan sinjet *Knjigotiskare Vilima Bucka* iz Broda na Savi (sl. 2.1, 2) iz 1926. godine, čiji je vlasnik prije radio u Osijeku kao faktor u tiskari Eugenova oca Ljudevita Seklera.

Sličan ikonografski koncept i oblikovno načelo prisutni su i u sljedećim znakovima: neprihvaćenom *Signetu Hrvatskoga štamparskog zavoda d. d.* (sl. 1.9), *Signetu trgovine grafičkih potrepština Gutenberg*⁴⁵ (sl. 1.11), te u zaštitnom znaku Centralnog naobrazbenog odbora saveza grafičkih radnika-ca Jugoslavije (sl. 3).

Među znakovima vezanim uz tiskarstvo i nakladništvo ikonografski odudara *Nakladni znak knjižare J. Reich, Vinkovci* (sl. 1.2). Sinjet je to poznatoga vinkovačkog knjižara i novinskog izdavača Jakoba Reicha, danas poznatog po starijim razglednicama Vinkovaca. Koncipiran je kao tipografska slika gdje inicijali vlasnika »JR« formiraju držalo baklje, a stilizirani plamen emanira kružno ispisan tekst: *Habent sva fata libelli*.⁴⁶ Rafiniranim oblikovanjem, višeslojnim grafičkim konceptom i samom verbalnom porukom koja je jasna uskom krugu ljudi, vlasnik se kao potencijalnim klijentima obraća obrazovanijim građanima.

U grupu sinjeta zasnovanih na tipografiji ulazi i *Monogram Hrvatskoga štamparskog zavoda, d. d. Zagreb* (sl. 1.7), Seklerova matičnog zavoda u Zagrebu. U prilogu *Grafičke revije* u kojem nalazimo i Seklerov teorijski ogleđ, otisnut



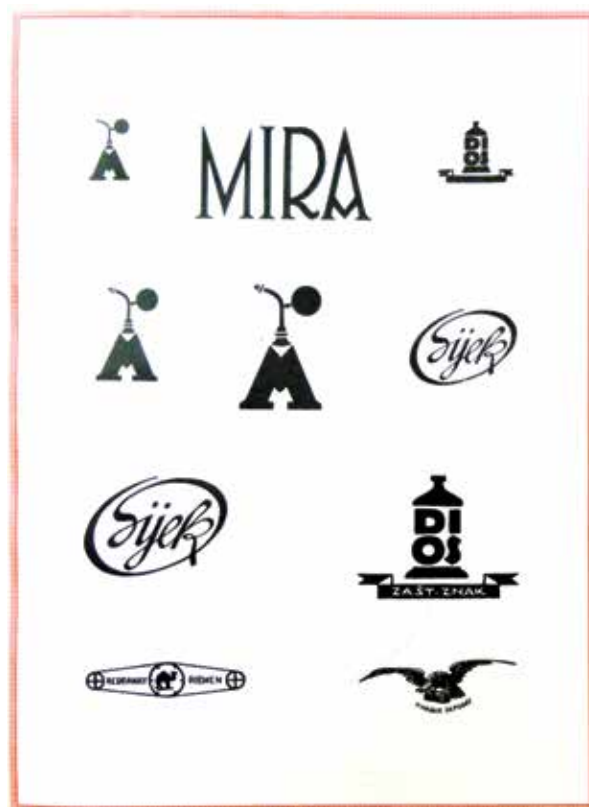
4. Eugen Sekler, reklamni oglas Hrvatskoga štamparskog zavoda – Podružnice Osijek, *originalni crtež akad. graf. Eugena Seklera*, prilog u *Grafičkoj reviji*, 3 (1924.), bez pag. (Priručna stručna knjižnica Muzeja Slavonije Osijek, Odjel knjižnice, Muzej Slavonije Osijek) / *Eugen Sekler, advertisement, Croatian Printing Institute – Osijek Branch*, Original drawing by academic graphic artist Eugen Sekler, *supplement to Grafička revija*, 3 (1924), s. p. (Museum of Slavonia Osijek)

je Seklerov *originalni crtež* reklame za osječku podružnicu Hrvatskoga štamparskog zavoda (sl. 4). Minuciozno rezani slovni znakovi ondje su dinamički profilirani te uklopljeni s diskretnom skicoznom ornamentalnom šarom. Oglas je signiran inskripcijom Seklerova monograma u lisnati ornament.

Tipografski zaštitni znakovi Eugena Seklera

Na stranici kataloga tiskare (sl. 5) Sekler otiskuje dva monumentalna, čisto tipografska znaka bez ikakvih slikovnih intervencija: logotip za *Osijek*, *Tvornicu poslastica i čokolade* i logotip za neidentificiranu tvrtku *Mira*. U Osijeku je u međuratnom razdoblju djelovalo pet tvornica koje su se bavile preradom šećera, a među njima je i spomenuta, osnovana 1920. godine, kojoj je vlasnik bio Gustav Kraus.⁴⁷ Budući da je u oblikovanju fluidnog pisma osjetan zreliji autorov koncept, vjerojatno je riječ o redizajnu ranije verzije logotipa koju nalazimo u reklamnom oglasu osječkoga dnevnog lista *Die Drau* iz 1926. godine (sl. 6).

U istu se skupinu može ubrojiti i zaštitni znak za *Ris – Tvornicu rublja i trikotaže, Osijek* (sl. 7), poznat s tiskanice tvrtke, a oblikovan krajem 30-ih godina. Osim tipografije, ovdje je prisutan i grafički proračunat prostor vizualnog prikaza izveden ritmiziranjem monokromnih planova s tek-



5. Eugen Sekler, zaštitni znakovi, u: *Pisma*. [Osijek, Eugen Sekler, 1934.], 8° nepag. (MSO) (Zavičajna zbirka Essekiana, Odjel knjižnice, Muzej Slavonije Osijek) / *Eugen Sekler, trademarks, in: Pisma*. [Osijek, Eugen Sekler, 1934], 8°, s. p. (Museum of Slavonia Osijek)

Delikatessenhandlung Kraus & Neumann
Eigentümer GUSTAV KRAUS, OSIJEK I.
 Besichtigen Sie unser reichhaltiges Lager einheimischer und ausländischer **Champagner**, aller Sorten der besten **Weine, Cognac, Liqueure, Speereelen, Delikatessen, Süßfrüchte, Mineralwässer** und transatlantischer Waren.
Christbaumschmuck, Salonbonbons und Chokoladen, Weihnachtsschmuck, gläsern und versilbert.

Kanditen- und Chokoladenfabrik
Gustav Kraus, Osijek I.
 Erzeugung der feinsten **Bonbonsorten, Zucker-Christbaum-schmuck, Chokoladen und Chokoladewaren**, sowie auch **prima Oblaten**.
 Ich gestatte mir meine geschätzten Kunden auf meine allermodernsten, mit geschmackvollem Komfort eingerichtete
Konditorei
 aufmerksam zu machen.
Bestellungen auf frische, ausgezeichnete Backereien und Konditoreiwaren für die Weihnachts-Feiertage werden entgegen genommen.
Auswärtige Bestellungen werden raschest und kolantest ausgeführt.
Höchst gemässigte Preise.
Auf Wunsch senden auch Proskouranté ein.

Osijek SWEETS
 POŠTICA DROGARIJE I. OSIJEK

Verantwortlicher Redakteur: Lavoslav Sellinger, Dujek L. Desušćina ul. 47. — Herausgeber: Konsortium »Die Drau«. Für das Konsortium: Albert R. Dujek I., Kolodvorska ulica 34. — Druck: Stampsarski zavod Kr. br. v. a. c. i. Pavlović, Osijek I., Desušćina ul. 35. — Für die Druckerei verantwortl.

6. Eugen Sekler, reklamni oglas *Kanditen- und Chokoladenfabrik Osijek*, u: *Die Drau*, studeni 1926. (Zbirka novina, Odjel knjižnice, Muzej Slavonije Osijek) / *Eugen Sekler, advertisement, Kanditen- und Chokoladenfabrik Osijek*, in: *Die Drau, November 1926* (*Museum of Slavonia Osijek*)



7. Eugen Sekler, zaštitni znak *Ris – Tvornica rublja i trikotaže*, 1941. (HR-DAOS-2090 – Zbirka memoranduma, 6.1.4.2.6.8, tiskanica, detalj) / *Eugen Sekler, trademark Ris – Linen and Textile Factory, 1941* (HR-DAOS-2090, *Letterhead, 6.1.4.2.6.8, printed form, detail*)

stom ispisanim u pozitivu i negativu. U dizajnu je prisutan novi modernistički koncept koji se ogleda u geometrizaciji i oplošnjavanju.

Upečatljivi zaštitni znak *Slavonske Podravske Željeznice*, Belišće (sl. 8), ubraja se u grupu znakova zasnovanih na monogramu. Prvi put na njega nailazimo na naslovnici *Pravilnika o sporednim pripadnostima namještenika Slavonske Podrav. Željeznice* iz 1928. godine. Izveden je u prepoznatljivoj Seklerovoj elegantnoj maniri s razvedenim rukopisnim slovima čiji završeci nalikuju slonovskom rilu. U monogram SPŽ kroz središnju je os uključen kotač vlaka koji se širi u stilizirana krila, a takvom vizualizacijom Sekler sugerira pokretljivost i brzinu putovanja koju osigurava tvrtka.

U istu skupinu ubraja se i znak iznimne vizualne snage koja odgovara karakteru djelatnosti koju prezentira, onaj za *Braču Breuer*, za njihovo *Specijalizirano tehničko poduzeće za cjelokupnu brusačku i kamenu industriju*, Osijek (sl. 9), koju nalazimo na računu iz 1938. godine. Znak je oblikovan prepoznatljivim Seklerovim stapanjem slovnog i figuralnog elementa. Na okomicu stiliziranog alata, škripa, vežu se tri trbuha formirajući dvostruko slovo »B«.

Posebnu skupinu na tipografiji zasnovanih znakova čine oni gdje je slovni znak supstitut za figuralno i u kojima su slikovne intervencije neznatne. U nju treba ubrojiti sljedeće zaštitne znakove: *Zaštitni znak tvrtke David Frank, Brod na Savi* (sl. 1.3), *Zaštitni znak parfumerije »Moderna«*, Osijek



8. Eugen Sekler, zaštitni znak *Slavonske Podravske Željeznice*, Belišće, 1927. (HR-DAOS-244 – Zbirka Slavonska podravska željeznica, kut. 1; u: *Pravilnik o sporednim prinalležnostima namještenika Slavonske Podrav. Željeznice, detalj*) / *Eugen Sekler, trademark of the Slavonia-Podravina railway, Belišće, 1927* (HR-DAOS-244, *Slavonska Podravska Željeznica, box 1, in: Pravilnik o sporednim prinalležnostima namještenika Slavonske Podrav. Željeznice, detalj*)

(sl. 1.5), *Zaštitni znak tvornice tinte »Dios«, Osijek* (sl. 1.8) te *Znak Apatinske munjare* (sl. 1.4).

Prvi (sl. 1.3) je oblikovan za slavonskobrodski ličilački i pismoslikarski obrt nastao na prijelazu stoljeća. Znak čini tipografska slika jedrenjaka koju grade inicijali vlasnika tvrtke Davida Franka, gdje jedro predstavlja »D«, a jarbol slovo »F«. Dinamičnom grafizmu pridonosi ovalni tipografski okvir kojim teče tekst naziva tvrtke.

Rješenja za ostala tri znaka nalaze se i u katalogu Seklerove tiskare, *Pisma*, a neka su otisnuta u više inačica i dimenzija (sl. 5). U ovim su primjerima slovni znakovi strukturne naravi i čine arhitektoniku danih predmeta. Kod *Parfumerije »Moderna«* (sl. 1.5) masno verzalno »M« perspektivnim skraćenjem postaje bočica parfema, dok je kod *Tvornice tinte »Dios«* bočica za tintu strukturno građena od naziva tvrtke, *DI OS* (sl. 1.8). Za profesionalizaciju je grafičkog dizajna znakovito da je Sekler u zaštitni znak za »Dios« na zastavicu uključio oznaku *zašt. znak*. Ta se oznaka u engleskoj (*trade mark*) ili pak u hrvatskoj inačici, *zaštitni znak* ili *žig*, nalazi u još nekim Seklerovim rješenjima zaštitnih znakova. Ona je svojevrsni proglas da je riječ o zaštićenom znaku tvrtke kojim se garantira kvaliteta njezinih proizvoda, što u ono vrijeme još nije bilo uvriježeno u hrvatskom industrijskom miljeu.

Sekler u eseju kritizira marketinšku inertnost naših industrijalaca u zaštiti svojeg imena i proizvoda te u ulaganju u dizajn zaštitnih znakova i ostalih materijala namijenjenih vizualnoj komunikaciji. Tekst završava osvrtom na stanje u domaćoj sredini: »Bilo bi željeti, da se i u našim umjetničkim krugovima pokrene misao o njegovanju signeta, zaštitnih



9. Eugen Sekler, zaštitni znak *Braća Breuer – Specijalizirano tehničko poduzeće za cjelokupnu brusačku i kamenu industriju*, Osijek, 1938. (HR-DAOS-2090 – Zbirka memoranduma, 6.1.5.5.5, račun, detalj) / *Eugen Sekler, trademark The Breuer Brothers – Specialized Technical Company for the Entire Grinding and Stone Industry, 1938* (HR-DAOS-2090, *Letterhead, 6.1.5.5.5., receipt, detail*)

znakova i poslovnih marki, pa da se povede propaganda etičko-odgojnim načinom. To jest, treba njegovati ono, što se u nas na tom polju onako samo od sebe razvija. I naše bi oblasti bile dužne, da se late posla, pa da zaista zaštićuju one znakove, koji već postoje. Pri tom bi valjalo ustanoviti, da li već postoji jednaki ili slični znak, i to u našoj državi ili u inozemstvu. Tako bi se stalo na put plagijatima, i to bi kod nas bilo vrlo potrebno.«⁴⁸

Ekstreman tipografski koncept nalazimo u rješenju *Znaka Apatinske munjare, Apatin* (sl. 1.4). Piktoralnim tretmanom slovni znakovi poprimaju formu silnica munje kao simbola djelatnosti električnih centrala.

Iako teže čitljivi, motivi koje nalazimo u prikazanim Seklerovim tipografskim znakovima pripadaju art-décoovskoj ikonografiji modernoga građanskog, industrijskog društva i sugeriraju osjećaj materijalne i intelektualne slobode.

Svojom teorijskom i dizajnerskom aktivnošću Eugen Sekler dao je izniman impuls praksi profesionalnog oblikovanja zaštitnih znakova kao ishodišnog segmenta grafičkog dizajna. U Hrvatskoj je do njegove pojave sredinom 20-ih godina ova praksa oblikovanja bila stihijska. Prikazani tipografski koncipirani znakovi samo su segment Seklerova opusa koji ga visokim standardima oblikovanja svrstavaju među prve profesionalne grafičke dizajnere u Hrvatskoj i upućuju na europski relevantan dizajnerski opus međuratnog razdoblja. U najvećem dijelu njegovih studioznih, grafički discipliniranih rješenja znakova iščitavamo art-décoovski koncept manifestiran u sižeju te u napregnutosti i zaglađenosti stiliziranih figuralnih i slovni formi.

BILJEŠKE

- 1 LADA KAVURIĆ, *Hrvatski plakat do 1940.*, Institut za povijest umjetnosti, Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Horetzky, Zagreb, 1999., 153.
- 2 Vidi: KOSTA STRAJNIĆ, *Za umjetničku kulturu*, Gutenberg, 8 (1913.), 86.
- 3 –, *Naš strukovni tečaj*, Gutenberg, 1 (1911.), 3.
- 4 KOSTA STRAJNIĆ, *Renesansa modernoga umjetničkoga obrta*, Gutenberg, 11–12 (1911.), 120–123; KOSTA STRAJNIĆ, *Tomislav Krizman i njegovo djelovanje*, Gutenberg, 11–12 (1911.), 123–126; KOSTA STRAJNIĆ, *O ilustraciji*, Gutenberg, 11–12 (1911.), 127–129.
- 5 JASNA GALJER, *Plakati*, u: Od Klovića i Rembrandta do Warhola i Picelja, katalog izložbe, (ur.) Mikica Maštrović, Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Zagreb, 2010., 436–495.
- 6 –, *Naš program*, Gutenberg, 11–12 (1911.), 119.
- 7 –, *Ima li reklama uspjeha?*, Gutenberg, 10 (1911.), 112; –, *Kako američke novine oglašavaju?*, Gutenberg, 6 (1913.), 72; –, *Reklame*, Gutenberg, 10 (1913.), 118.
- 8 Na stranicama *Grafičke revije* nailazimo na tekstove o pozicioniraju grafičkog dizajna: *Veza umetnosti sa privrednim životom, Zaštita autorskog prava, Teško prodiranje modernog sloga u provinciji*; o reklamama: *Knjižgotiskar kao reklamni savjetnik, Reklama je važno gibalno gospodarskega življenja, Reklama i reklamne tiskalice, Savremena reklama i slaganje oglasa*; o plakatu: *Plakat, O složenim plakatima, Primerci praktičnog slaganja plakata*; o tipografiji: *Osvrt na elementarnu tipografiju, Koje ću pismo?*, *Najnovija umjetnička pisma, Rudolf Koch, moderni crtač pismena*, te na tekstove o knjižnoj opremi. Obradeni su i brojni drugi problemi grafičkog oblikovanja: *Simboličko značenje boja, Akcidenčni stavec in risar, Aksidenčni slagáč i njegov pravi značaj, Dosjetljivost kao slagarska vrlina, Grafički crtač u modernoj štampariji, Listovni papir, listovni oмот, Merkantilne tiskalice*.
- 9 LADA KAVURIĆ (bilj. 1), 159. U *Grafičkoj reviji* objavljeni su sljedeći tekstovi Jana Tschicholda: JAN TSCHICHOLD, *Nova tipografija*, *Grafička revija*, 2 (1931.), 33; JAN TSCHICHOLD, *Nekoliko podesnih pravila za akcidenciju u novoj tipografiji*, *Grafička revija*, 3 (1931.), 90; JAN TSCHICHOLD, *Novi plakat*, *Grafička revija*, 3 (1931.), 84; JAN TSCHICHOLD, *Jedinstvena oprema trgovačkih tiskalica*, *Grafička revija*, 6 (1931.), 178.
- 10 LOVORKA MAGAŠ BILANDŽIĆ, *Plakati Zagrebačkog zbora u međuratnom razdoblju (1922.–1940.)*: prilog povijesti hrvatskoga grafičkog dizajna, *Peristil*, 57 (2014.), 209–219.
- 11 Ibid., 210.
- 12 Više vidjeti u: LOVORKA MAGAŠ, *Reklamni zavod Imago i komercijalni grafički dizajn u Hrvatskoj 1920-ih*, *Peristil*, 51 (2008.), 99–118.
- 13 MILAN PELC, *Pismo – knjiga – slika: uvod u povijest informacijske kulture*, Golden marketing, Zagreb, 2002., 131.
- 14 –, »Signeta«, *Leksikon slikarstva i grafike*, (ur.) Lothar Altmann, Begen, Zagreb, 2006., 558.
- 15 U *Grafičkoj reviji* nailazimo samo na još jedan, kasniji i to preuzeti tekst ove tematike koji potpisuje Makso Friedrich iz Leipziga: MAKSO FRIEDRICH, *Složeni signet*, *Grafička revija*, 3 (1926.), 94–95. U tekstu se govori o slaganju sinjeta od »pismovnog materijala, koji nam je pri ruci«, za razliku od crtanog sinjeta o kojem govori Sekler u svojem ogledu. Friedrich, štoviše, izražava zazor od umjetnički koncipiranog oblikovanja: »Lozinka 'daleko od ornamenta!' koju izvikuju apstraktnjaci i konstruktivci, lažna je nauka«.
- 16 EUGEN SEKLER, *O signetu, zaštitnim i inim znakovima*, *Grafička revija*, 3 (1924.), 41–45.
- 17 Više vidjeti u: MARIJA IDŽOJTIĆ, *Osječki tiskar i grafički dizajner Eugen Sekler*, *Peristil*, 58 (2015.), 107–116.
- 18 EUGEN SEKLER (bilj. 16), 41.
- 19 Više vidjeti u: MARIJA IDŽOJTIĆ (bilj. 17), 108.
- 20 EUGEN SEKLER (bilj. 16), 45.
- 21 Ibid.
- 22 –, *Georg Belwe*, u: German graphic designers during the Hitler period. Biographical and bibliographical references by Gerald Cinamon, URL: http://www.germandesigners.net/designers/georg_belwe (2016.); –, *Georg Belwe*, Klingspor Museum, URL: <http://www.klingspor-museum.de/KlingsporKuenstler/Schriftdesigner/Belwe/GBelwe.pdf> (2016.).
- 23 JEREMY AYNLEY, *Graphic design in Germany 1890–1945*, Thames and Hudson, London, 2000., 70.
- 24 EUGEN SEKLER (bilj. 16), 44.
- 25 FRIDOLIN, *Koga ide zasluga za dobru tiskanicu?*, *Grafička revija*, 2 (1927.), 33–34.
- 26 EUGEN SEKLER (bilj. 16), 44.
- 27 Ibid.
- 28 JASNA GALJER (bilj. 5), 439.
- 29 LADA KAVURIĆ, *Moderni grafički dizajn kao prirodna posljedica društvenih preobrazbi*, u: Moderna umjetnost u Hrvatskoj 1898.–1975., e-knjiga, (ur.) Ljiljana Kolešnik, Petar Prelog, Institut za povijest umjetnosti, Zagreb, 2012., 220–235.
- 30 JOSIP BRATULIĆ, *Mrvice sa zagrebačkog stola*, Matica hrvatska, Zagreb, 1994., 35.
- 31 EUGEN SEKLER (bilj. 16), 44.
- 32 JASNA GALJER, *Art déco u primijenjenoj umjetnosti i dizajnu*, u: Art déco i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata, katalog izložbe, (ur.) Miroslav Gašparović, Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb, 2011., 23–59.
- 33 JOSIP BRATULIĆ (bilj. 30), 38.
- 34 LOVORKA MAGAŠ BILANDŽIĆ (bilj. 10), 210.
- 35 LADA KAVURIĆ (bilj. 29), 227. Autorica navodi da je produkcija Zavoda obuhvaćala »sve vrste grafičkoga oblikovanja – plakat, logotip, listovni papir, kućni stil, zaštitni znak, ambalažu, knjigu, časopis, katalog, prospekt itd.«
- 36 EUGEN SEKLER (bilj. 16), 42.
- 37 Ibid., 44.
- 38 Vidi: LADA KAVURIĆ (bilj. 1), 158. Lada Kavurić Seklerove je znake prezentirala kao ilustrativni materijal, kao jednu u nizu ilustracija s primjerima oblikovanja pojedinih grafičkih problema zastupljenih u časopisu *Grafička revija* (npr. »listovni papir, 1929«, »oglas, 1925–31.«, »je-lovnik, 1923.«). U legendi ispod reprodukcije tako stoji »signeti i zaštitni znakovi, 1924.«, iz čega proizlazi da autorica prikazane znakove, unatoč činjenici da je na samoj ilustraciji čitljivo autorstvo (*Signeti i zaštitni znakovi akad. graf. Eugena Seklera, Zagreb*), tretira kao primjere grafičkih rješenja »signeta i zaštitnih znakova«, a ne kao autorski Seklerov dizajn.
- 39 Izuzev sinjeta »Vilima Bucka« reprodukciju kojeg nalazimo u katalogu *Zavičajnici: Vilim Buk*, (ur.) Ivanka Cafuta, Muzej Brodskog Posavlja, Slavonski Brod, 1998. Sinjet je preuzet s tiskalice koja se nalazi u privatnom vlasništvu unuke Vilima Bucka, gđe. Marine Buk Imrović.
- 40 EUGEN SEKLER (bilj. 16), 41.
- 41 Ibid.
- 42 Ibid., 42.
- 43 *Pisma*. [Osijek, Eugen Sekler, 1934.], 8° nepag. (M S O). U katalogu nalazimo uzorke pisma, linija, klišeja itd. *Tiskare Eugen Sekler* sa stanjem godine 1934.
- 44 JAMES HALL, »Pet osjetila«, *Rječnik tema i simbola u umjetnosti*, Školska knjiga, Zagreb, 1998., 248.
- 45 Od 1924. godine u svescima *Grafičke revije* nailazi se na Seklerova rješenja reklamnih oglasa i letka za ovo zagrebačko trgovačko društvo koje nudi »grafičke potrepštine svake vrste«.
- 46 Latinska izreka koja znači: »Knjige imaju vlastitu sudbinu«.
- 47 ZLATA ŽIVAKOVIĆ-KERŽE, *Gospodarski razvoj*, u: Od turskog do suvremenog Osijeka, (ur.) Julijo Martinčić, Zavod za znanstveni rad HAZU u Osijeku, Gradsko poglavarstvo Osijek, Školska knjiga, Zagreb, 1996., 287–298.
- 48 EUGEN SEKLER (bilj. 16), 45.

REFERENCES

- JEREMY AYNLEY, *Graphic design in Germany 1890–1945*, Thames and Hudson, London, 2000.
- JOSIP BRATULIĆ, *Mrvica sa zagrebačkog stola*, Matica hrvatska, Zagreb, 1994.
- FRIDOLIN, *Koga ide zasluga za dobru tiskanicu?*, Grafička revija, 2 (1927), 33–34.
- MAKSO FRIEDRICH, *Složeni signet*, Grafička revija, 3 (1926), 94–95.
- JASNA GALJER, *Plakati*, in: Od Klovića i Rembrandta do Warhola i Picelja, exhibition catalogue, (ed.) Mikica Maštrović, Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Zagreb, 2010, 436–495.
- JASNA GALJER, *Art déco u primijenjenoj umjetnosti i dizajnu*, in: Art déco i umjetnost u Hrvatskoj između dva rata, exhibition catalogue, (ed.) Miroslav Gašparović, Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb, 2011, 23–59.
- , *Georg Belwe*, in: German graphic designers during the Hitler period. Biographical and bibliographical references by Gerald Cinamon, URL: http://www.germandesigners.net/designers/georg_belwe (2016).
- , *Georg Belwe*, Klingspor Museum, URL: <http://www.klingspor-museum.de/KlingsporKuenstler/Schriftdesigner/Belwe/GBelwe.pdf> (2016).
- JAMES HALL, “Pet osjetila”, *Rječnik tema i simbola u umjetnosti*, Školska knjiga, Zagreb, 1998, 248.
- MARIJA IDŽOJTIĆ, *Osječki tiskar i grafički dizajner Eugen Sekler*, Peristil, 58 (2015), 107–116.
- , *Ima li reklama uspjeha?*, Gutenberg, 10 (1911), 112.
- , *Kako američke novine oglašavaju?*, Gutenberg, 6 (1913), 72.
- LADA KAVURIĆ, *Hrvatski plakat do 1940.*, Institut za povijest umjetnosti, Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Horetzky, Zagreb, 1999.
- LADA KAVURIĆ, *Moderni grafički dizajn kao prirodna posljedica društvenih preobrazbi*, in: Moderna umjetnost u Hrvatskoj 1898.–1975., e-book, (ed.) Ljiljana Kolešnik, Petar Prelog, Institut za povijest umjetnosti, Zagreb, 2012, 220–235.
- LOVORKA MAGAŠ, *Reklamni zavod Imago i komercijalni grafički dizajn u Hrvatskoj 1920-ih*, Peristil, 51 (2008), 99–118.
- LOVORKA MAGAŠ BILANDŽIĆ, *Plakati Zagrebačkog zbora u međuratnom razdoblju (1922.–1940.): prilog povijesti hrvatskoga grafičkog dizajna*, Peristil, 57 (2014), 209–219.
- , *Naš program*, Gutenberg, 11–12 (1911), 119.
- , *Naš strukovni tečaj*, Gutenberg, 1 (1911), 3.
- MILAN PELC, *Pismo – knjiga – slika: uvod u povijest informacijske kulture*, Golden marketing, Zagreb, 2002.
- , *Reklame*, Gutenberg, 10 (1913), 118.
- EUGEN SEKLER, *O signetu, zaštitnim i inim znakovima*, Grafička revija, 3 (1924), 41–45.
- , “Signeta”, *Leksikon slikarstva i grafike*, (ed.) Lothar Altmann, Begen, Zagreb, 2006, 558.
- KOSTA STRAJNIĆ, *Renesansa modernoga umjetničkoga obrta*, Gutenberg, 11–12 (1911), 120–123.
- KOSTA STRAJNIĆ, *Tomislav Krizman i njegovo djelovanje*, Gutenberg, 11–12 (1911), 123–126.
- KOSTA STRAJNIĆ, *O ilustraciji*, Gutenberg, 11–12 (1911), 127–129.
- KOSTA STRAJNIĆ, *Za umjetničku kulturu*, Gutenberg, 8 (1913), 86.
- JAN TSCHICHOLD, *Nova tipografija*, Grafička revija, 2 (1931), 33.
- JAN TSCHICHOLD, *Novi plakat*, Grafička revija, 3 (1931), 84.
- JAN TSCHICHOLD, *Nekoliko podesnih pravila za akcidenciju u novoj tipografiji*, Grafička revija, 3 (1931), 90.
- JAN TSCHICHOLD, *Jedinstvena oprema trgovačkih tiskanica*, Grafička revija, 6 (1931), 178.
- Zavičajnici: Vilim Buk*, (ed.) Ivanka Cafuta, Muzej Brodskog Posavlja, Slavonski Brod, 1998.
- ZLATA ŽIVAKOVIĆ-KERŽE, *Gospodarski razvoj*, in: Od turskog do suvremenog Osijeka, (ed.) Julijo Martinčić, Zavod za znanstveni rad HAZU u Osijeku, Gradsko poglavarstvo Osijek, Školska knjiga, Zagreb, 1996, 287–298.

ARCHIVAL SOURCES

- Muzej Slavonije, Osijek, *Pisma*. [Osijek, Eugen Sekler, 1934.], 8° nepag. (MSO). Uzorci pisma, linija, klišeja itd. Tiskare Eugen Sekler sa stanjem godine 1934.

*Summary**Marija Idžojtić**Typography signets and trademarks of Eugen Sekler*

The paper discusses Eugen Sekler's essay "On signet, trademarks and other signs" ("O signetu, zaštitnim i inim znakovima") published in "Grafička revija" in 1924. The corpus of known signs of this trained graphic designer from Osijek is enlarged with previously unpublished typographically conceived signets and trademarks which, along with his figural signs and theoretical pursuits, reveal Sekler's importance in the affirmation of this segment of visual communication in the interwar period.