

01 obsah designum⁶2010

časopis o dizajne / design magazine
číslo / number: 06 rok / year: 2010

vychádza 6-krát ročne / a bimonthly
ročník / volume: XVI cena / price: 2,16 €

AKTUÁLNE

- dizajnéri

02 súťaž
**Medzinárodná súťaž
absolventských prác**
redakcia

20 mladý talent
Novesta - comeback
Zuzana Šidliková

- udalosti

26 zberateľstvo
Zbieram rádiá.
Značka: Tesla
Maroš Schmidt

32 hromy blesky
Priemyselný dizajnér?
A načo?
Maroš Schmidt

34 udalosť
Dizajn - manažment - profit
Xenia Viladas v Bratislave
Adriena Pekárová

36 súťaž
Logá v Banskej Bystrici
už po druhýkrát
Lubica Pavlovičová

42 udalosť
Šperk Stret 2010
Mária Nepšinská

46 udalosť
Zimný prieskum
na VŠVU v Bratislave
Mária Nepšinská

48 súťaž
Slovenský dizajn
získal ocenenia
redakcia

49 udalosť
Iný rozmer dizajnu: siedme
bienále v Saint-Étienne
Zdeno Kolesár

56 múzeum
Heikki Matiskainen:
Fínske sklárske múzeum
v Riihimäki
Katarína Beňová

RETROSPEKTÍVNE

- história

60 výskum
Škola ako stredobod
myslenia a tvorby
Iva Mojžišová

TEORETICKY A PRAKTICKY

- teória

70 teória
Ideológia v grafickom
dizajne
Eva Kašáková

74 knižnica
The Home Book
redakcia

75 knižnica
Claire Zimmerman:
Mies van der Rohe
redakcia

76 knižnica
Knižnica SCD:
Zaujímavé knižné
prírastky v roku 2010
Martin Longa

- infobox

79
Infobox
redakcia

82
Summary
preklad Matej Gyárfáš

88
Tiráž

Medzinárodná súťaž absolventských prác Graduation Projects

V roku 2002 zorganizovali redaktori poľského štvrtročného periodika 2+3D prvú prehliadku diplomových prác obhájených na poľských katedrách dizajnu. Tento rok bola táto akcia prvýkrát pripravená už ako medzinárodný projekt, na ktorom spolu s poľskou stranou participovali český časopis TYPO a slovenský magazín Designum. Organizátori nadviazali na úspešnú spoluprácu na projekte G4, ktorý mapuje dianie v oblasti dizajnu v krajinách vyšehradskej štvorky. Do súťaže bolo za rok 2010 prihlásených celkovo 224 prác, z toho 180 z Poľska, 30 z Čiech a napokon 14 zo Slovenska. Porota bez určenia poradia vybrala ako najlepšie nasledujúce práce:



Michaela Chmeličková: Dizajn predaja dizajnu / Mgr.



SLOVENSKO 2D

V diplomovej práci prezentujem princíp fungovania predaja dizajnu prostredníctvom pop-up shopu. Koncept predaja je veľmi flexibilný a umožňuje objaviť sa dočasne na nejakom mieste a potom zasa zmiznúť a objaviť sa inde. Túto ideu využívam pri svojej inštalácii. V podstate ide o formu vytvárania priestoru iluzívnou kresbou. Je to hra s ilúziou 2D verzus 3D. Lína a výtvarne charakteristická kresba sa stali základom identity Designshopu 220. Ideou je pretvorenie a ovládnutie akéhokoľvek priestoru podľa daných možností. Tá umožňuje takisto „prívrastenie“ akéhokoľvek predmetu alebo dokonca loga. Vizuálna identita značky je vytváraná pomocou linky, digitálnej (tablet) alebo analógovej (krieda, fixka, pero, páska...). Táto nezameniteľná identita je súčasťou každého jedného výstupu v súvislosti so značkou 220, či už je to vizitka, visačka, tričko, plagát, web alebo interiér. V prípade tvorby interiéru používam čiernu izolačnú pásku, ktorú aplikujem na stenu a jednotlivé inštalčné prvky a mobiliár. Výhodou je ľahká a rýchla deinstalácia pásky, bez zanechania stôp. Je to zároveň tzv. guerilla princíp, keďže je to finančne nenáročné riešenie, čo je veľmi dôležité. Cieľom je navodenie príjemnej atmosféry, ktorá má pomôcť vyniknúť prezentovaným výrobkom, a tým pádom aj zvýšiť predaj.

Organizátori:
2+3D Poľský dizajnový štvrtročník
Zámok Cieszyn

Partneri (spoluorganizátori):
TYPO
Designum

Podpora:
International Visegrad Fund

Porota:
2+3D team (Czesława Frejlich, Jacek Mrowczyk,
Kuba Sowiński, Wojciech Kubiena) - len dva hlasy, PL
Linda Kudrnovská (šéfredaktor časopisu TYPO), CZ
Filip Blažek (redaktor časopisu TYPO), CZ
Marcel Benčík (časopis designum), SK
Sylvia Jokelová (časopis designum), SK
Ewa Gołębiowska (Zámok Cieszyn), PL

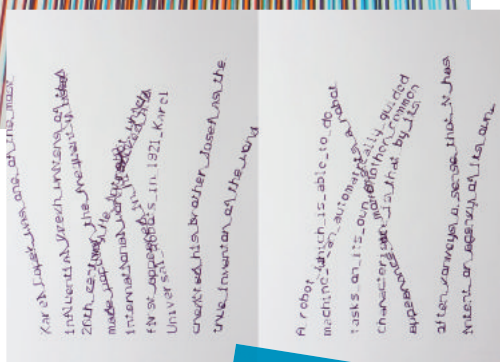
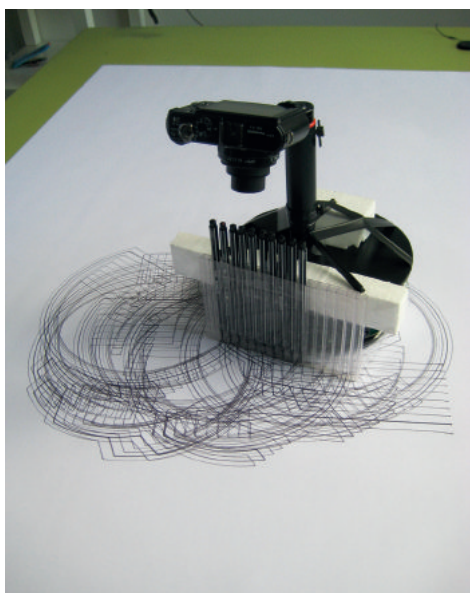
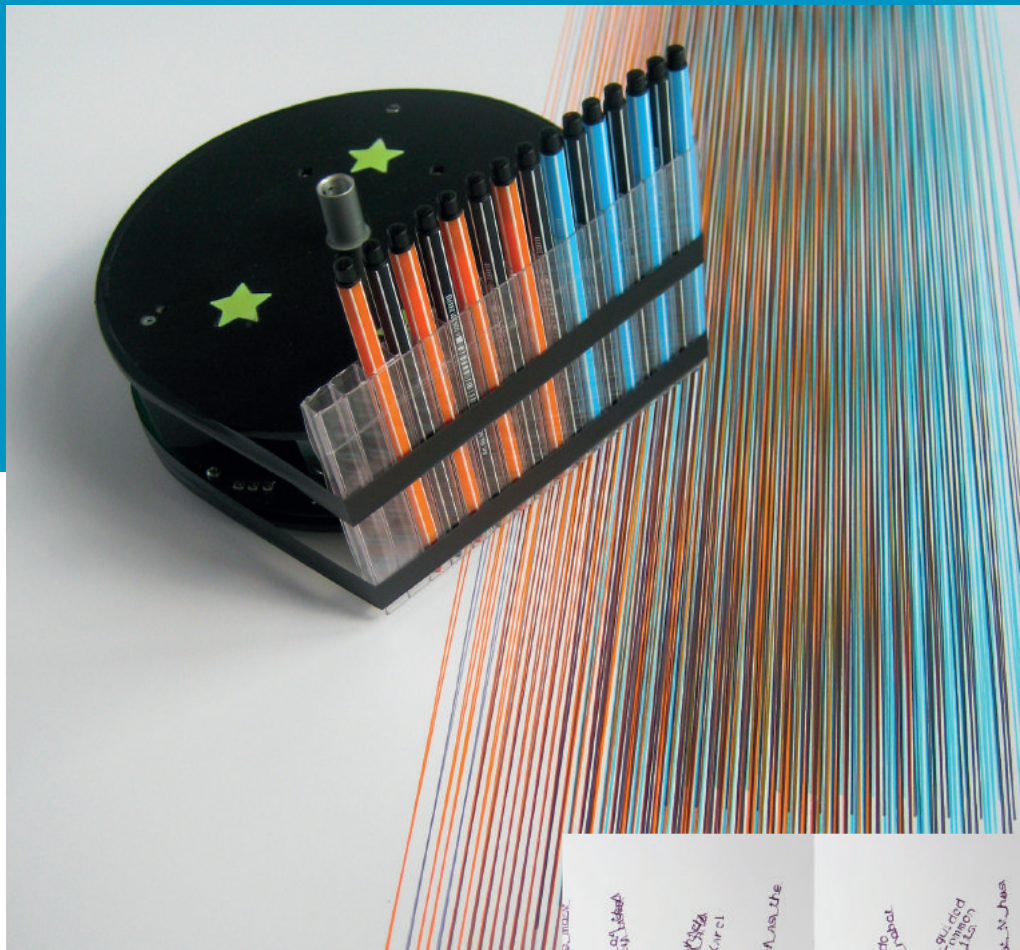
• Visegrad Fund
• • 2010
years



SLOVENSKO 2D

Marek Chmiel: Písmová rodina Toolbox / Mgr.

Toolbox je po anglicky brašňa s náradím, sada nástrojov. Od nich do značnej miery závisí výsledok našej práce. O tvorbe písma to platí dvojnásobne. Konceptom písma Toolbox je rovnako pomyselná škatula s náradím. Jednotlivé rezy majú spoločnú „kostru“ – pomyselnú mapu ťahov určujúcu konštrukciu znakov. Líšia sa parametrami, ktoré určuje imaginárny nástroj, ktorým sú nakreslené, najmä typom kontrastu a šírkovou proporciou znakov. Takto je dosiahnutá väčšia variabilita kresby, než pri obyčajnom stupňovaní hrúbky duktu, čo v našom prípade titulkového písma považujem za prednosť. Zatiaľ je v „brašni“ iba štandardná typografická výbava, teda fixka so širokým hrotom, kaligrafické pierko a štetec.

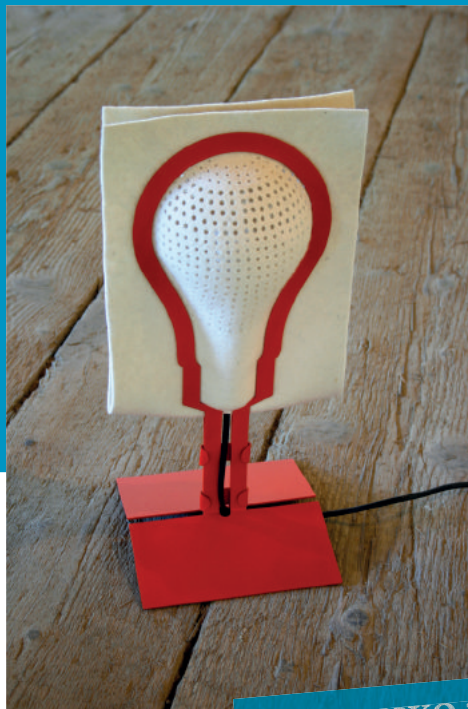


SLOVENSKO 2D

Matúš Lelovský: Alternatívne postupy a nástroje pri tvorbe dizajnu / Mgr.

Typografia a kresby generované robotom, ktoré sú zámerne vytvárané nástrojmi určenými primárne pre ľudskú ruku.





SLOVENSKO 3D

Michaela Podolanová: Kolekcia svietidiel Bulbo / Mgr.

Kolekcia svietidiel Bulbo vznikla s úmyslom využitia netradičného materiálu, ktorý by bol inovatívnym prínosom v oblasti navrhovania svietidiel. Kolekcia pozostáva z troch kusov, a to stolovej, stojanovej a stropnej lampy. Ich skelety sú vytvorené z ocelových plechov vyrezaných laserom a samotná časť tienidla je zhotovená z čistej ovčej vlny. Tvaroslovie jednotlivých lúčok využíva symbol žiarovky ako istý archetypálny znak úzko spätý so svetelnou technikou a kombinácia materiálov zasa vytvára kontrasty v podobe mäkkého – tvrdého, teplého – studeného, živého – nerastného. Ovčia vlna je upravená tradičnou starou technikou plstenia, s ohľadom aj na jej špecifické vlastnosti, ako je jednoduché tvarovanie, často využívané v minulosti pri výrobe klobúkov. Nezanedbateľný je aj fakt, že plst odoláva pomerne vysokým teplotám (až 600° C). Snažila som sa o akési spojenie tradičného materiálu a remesla s modernými tendenciami. Kolekcia je vytvorená tak, aby spĺňala nielen estetické a optické, ale aj funkčné, výrobné, ekonomické, ekologické a bezpečnostné požiadavky.





SLOVENSKO 3D

Tomáš Kadeřábek: eTC – electric Town Cruiser / Mgr.

V čase, keď nie je možné konkurovať kvantite a cene produktov z Číny, sa nachádza možné východisko na druhej strane – v kvalite, ktorá v konzumnom svete zasa začína mať svojich priaznivcov. „Nie som taký bohatý, aby som si mohol kupovať lacné veci.“ Samotná kolobežka skrýva hneď niekoľko inovácií. Lhkosť docielená liatym rámom z magnézia. Výkon a úspora pomocou bezúdržbového motoru s možnosťou rekuperácie brzdnéj energie – Kinetic Energy Recovery System. Zaistenie priameho prenosu energie umiestnením v ráfe bez akýchkoľvek prevodov. Prirodzenosť a presnosť ovládania umožňuje nízke ťažisko vďaka umiestneniu akumulátora na zadnej vidlici a nie pod stúpačkou. Dojazd dlhý až 60 km je získaný z batérie. O pohodlie sa starajú 10-palcové pneumatiky a nastaviteľné odpruženie spolu s integrovaným, výklopným a teleskopickým operadlom. Pri túžbe spaľiť kalórie je možné sa odrážať, alebo sa posúvať s miernou asistenciou motora. Skladanie môže byť využívané predovšetkým počas prevozu v kufrí auta. Geometrické tvarovanie podporuje funkčnú stránku kolobežky. Na záver to hlavné: kvalita, doživotná záruka spoločne s nákladmi 3 Kč na 100 km.

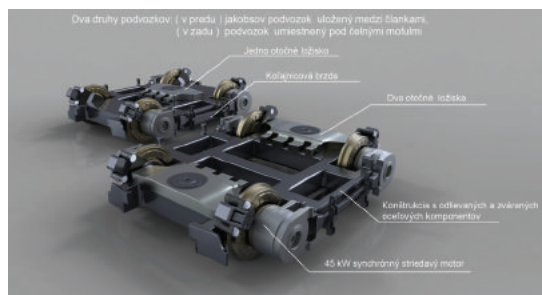




SLOVENSKO 3D

Michal Smoleňák: Dizajn električkovej súpravy / Mgr.

Dizajn električkovej súpravy je koncept, ktorý ma spríjemniť a zefektívniť prepravu a splynúť s mestom. Prostredníctvom jednoduchého, elegantného a tvarového riešenia sa ju snažím posunúť do novej sféry, ktorá ľuďom vytvorí priestor, kde budú môcť aspoň na chvíľu odbehnúť od bežných problémov, skráti im cestu do práce či za poznávaním mesta, ale hlavne zanechá v nich príjemný dojem. Napriek tomu, že patrí k najekologickejšej doprave, vypúšťa ročne tony emisií. Mojim cieľom bolo nahradiť terajšie systémy alternatívnymi, s ktorými sa ráta v blízkej budúcnosti a ktoré dbajú viac na ekológiu a celkovo ochranu životného prostredia. Koncept počíta s najmodernejšími technológiami ako APS, systém Sitras HES a Full LED svetlomety. Použitím systému APS (tretia napájacia koľajnica) dochádza k odstráneniu vrchného trakčného vedenia lemujúceho ulice nad našimi hlavami. Systém hybridnej akumulácie energie Sitras HES: električka s týmto systémom môže zájsť až 2 500 metrov bez napájania horným či dolným vedením. Šetrí až 30 percent energie. Pri navrhovaní tvarového riešenia som sa inšpiroval húsenicou, jej podobou a plynulým pohybom. V súčasnosti má táto preprava nenahraditeľné miesto a v budúcnosti bude ovplyvňovať charakter miest.





ČESKÁ REPUBLIKA 2D

Lukáš Opekar:
CAPTCHA a negramotnost / Bc.

V bakalárskej práci sa zaoberám vizualizáciou negramotnosti. Statistické dáta sú zobrazené pomocou videoaplikácie inšpirovanej CAPTCHA, čo sú malé internetové hádanky, ktoré na základe schopnosti prečítať zdeformovaný text rozlišujú medzi človekom a automatom. Iba ten, kto dokáže CAPTCHA prečítať a prepísať, sa dostane k ďalším informáciám alebo možnostiam. V tom je paralela so schopnosťou čítať a písať ako takou. Znečítateľný dizajn používam ako graf, presne dávkovaná neurčitost je funkčným prvkom. Všetky vizualizácie vznikli použitím vlastnoručne naprogramovanej aplikácie. V tomto spojení sociálneho problému a netradičnej vizualizácie vidím hlavný prínos mojej práce.





Radek Sidun: Diakritika svetových jazykov / Mgr.

Projekt systematicky spracováva celú problematiku diakritiky. Ide o ucelený systém riešení, ktorý uľahčuje spracovanie špecifických miestnych znakov. Namiesto textového popisu je všetko spracované vizuálnou formou. Cieľom práce je vytvoriť vizuálne smernice, ako spracovať diakritiku. Ako náhrada za zložité popisovanie sa ponúka celok jasných vizuálnych príkladov, aby bolo pokryté celé spektrum výtvarnej formy písmového dizajnu. Užívateľ si tak ľahko vyhladá spracovaný príklad, ktorý je jeho písmu najpodobnejší, a môže nasledovať – napodobniť – spracované príklady a riešenia. Bolo vytvorených 13 písmových kategórií, každá kategória zastupuje jednu vizuálnu skupinu. Pre každú skupinu bolo vybraných niekoľko písiem, na ktorých sú príklady aplikované. Celkový počet spracovaných písiem je 24. Pre každý zvolený jazyk bol vybraný aspoň jeden konzultant: návrhár písiem hovoriaci alebo žijúci v meste, kde sa hovorí daným jazykom. Na záver bol vydaný Diakritický manifest, ktorý celú prácu uvádza, vysvetľuje okolnosti a zmysel celého projektu. Vzhľadom na rozsiahlosť celej problematiky nie je projekt stále ukončený, rozrastá sa o ďalšie príklady a riešenie na základe odozvy užívateľov. V jednej z budúcich fáz bude projekt dostupný verejne, pravdepodobne ako webová stránka, prípadne tlačенá publikácia.





ČESKÁ REPUBLIKA 2D

Marek Ehrenberger: Vývoj českého dizajnu albumov gramofónových platní jednotlivých hudobných žánrov / Bc.

Hlavnou úlohou praktickej časti mojej bakalárskej práce bol redizajn gramofónových obalov českých interpretov či skupín. Zvolil som si troch českých interpretov, ktorých hudba je mi blízka. Ako protiklad som vybral ďalších dvoch interpretov (The Plastic People of the Universe – Muž bez uší, Zikkurat), s ktorých hudbou som sa nikdy nestotožnil. Cieľom bolo pochopiť daný hudobný žáner a podľa neho sa riadiť pri spracovaní redizajnu. Zikkurat: Vychádzal som z tvaru akkadskej pyramídy, ktorú som pretvoril na mnohostranný geometrický objekt. Chcel som doceliť pocit akéhosi nepokoja, protirežimovej rebélie, s ktorou má kapela iste svoju skúsenosť. Marta Kubišová, Songy a balady: Hlavnú formu kolážovitého vizuálu predstavuje tvár speváčky, ktorú zakrývajú jednotlivé elementy, ktoré nejakým spôsobom vypovedajú o jej osude alebo sú spojené s jej piesňami. The Plastic People of the Universe, Muž bez uší: V štýle „dizajn na kolene“ som názov kapely zdeformoval pomocou kopírky a celý zvyšný text som vysádzal gumovými písmenkami a miniatúrnou raznicou z dôb minulých. Miki Volek: Do očí bijúcou ilustráciou som sa spolu s inšpiráciou pop-artovou vlnou snažil stvárniť rebelskú povahu tohto nekorunovaného kráľa rock'n'rollu. Mäma Bubo, Planeta Haj: Vizuál obalu zaznamenáva jednotlivé fázy kolonizácie neznámej planéty nepriateľským organizmom. Tak ako totalita ničí demokraciu.





ČESKÁ REPUBLIKA 3D

Jakub Novák: Dizajn obytného prívesu / Mgr.

Ide o originálny dizajn obytného prívesu s určitým výhľadom do budúcnosti so spracovanou celkovou tvarovou kompozíciou s ohľadom na implementovaný výsuvný mechanizmus, ktorý umožňuje rozšírenie vnútorného priestoru pre ďalšie dve osoby. Práca bola zaradená do výberu na výstavu Bienále priemyselného dizajnu v Ľublani, BIO 22.



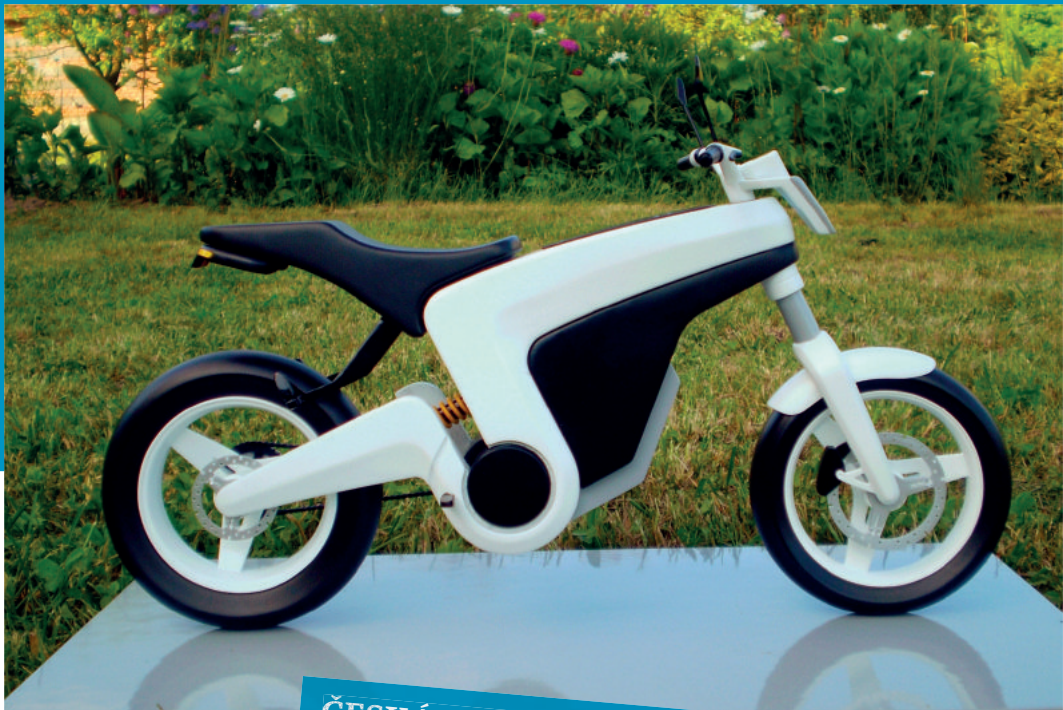


ČESKÁ REPUBLIKA 3D

Kateřina Jiroutková: White tit / Bc.

Křmidlá „White tit“ sú určené pre vtáky. Ide o dva typy křmidiel, ktoré boli navrhnuté s dôrazom na funkčnosť, ale zároveň aj estetickú kvalitu. Prvý typ křmidla slúži na podávanie tukovej stravy. Druhý typ je na suchú stravu. Sú vyrobené z porcelánu kombinovaného s drevom. Dekorácia je z obtlačkov, uchytienie závesné.





ČESKÁ REPUBLIKA 3D

Roman Čípek: Dizajn motocykla / Mgr.

Táto diplomová práca sa zaoberá návrhom dizajnu motocykla. Konkrétne ide o motocykel určený do mesta a jeho širšieho okolia, ktorého charakter najviac zodpovedá kategórii motocyklov nazývaných „Naked bikes“. Pre pohon motocykla je netypicky zvolený elektromotor. Tento typ pohonu sa však v súčasnosti pomaly dostáva aj do spojenia s motocyklami. Toto spojenie je pre mnoho ľudí zatiaľ stále nepredstaviteľné či neprijateľné. Výsledný dizajnerský návrh rešpektuje zvolený typ pohonu a kategóriu motocykla a ukazuje, ako môžu byť tieto dva prvky spojené, aby tvorili moderný, atraktívne vyzerajúci motocykel. Súčasťou práce bol prezentačný model v mierke 1:5.





More than a...
design directly reflects the prevaili...
historical, economic, political and
contexts. Its apparent significance
evance is therefore altered, lost, in



Viktoriya Gadomska Grabowska: Young – tlačiarenský typ písma / Mgr.

Young je prívetivý serifový typ písma s elegantným a moderným vzhľadom. Je určený hlavne na použitie v dlhých textoch tvorených písmenami s malou veľkosťou, napríklad v knižných vydavateľstvách. Originálny tvar písmen a vypracované detaily ho robia vhodným aj na použitie v nadpisoch. Young je inšpirovaný stáročnou tradíciou a zároveň súčasnosťou, spája geometriu a techniku. Charakterizuje ho vysoká úroveň čitateľnosti aj pri malej veľkosti, čitateľský komfort pri dlhých textoch, neutrálny výraz, priateľský charakter, moderný vzhľad, výrazné nadpisy. Relatívne malá výška minuskúl a výrazné horné a dolné predĺženia zaručujú vysokú čitateľnosť sadzby (inšpiráciou boli proporcie renesančných typov písma). Verzálky, ktoré sú nižšie ako horné predĺženia, nebijú zbytočne do očí (čo je dôležité hlavne v nemčine, kde je vysoký výskyt verzálok). Navyše je tak vytvorený väčší priestor pre diakritické znaky. „Najlepšie prečítaš to, čo čítaš najčastejšie,“ hovorí Zuzana Licko. Písmená najlepšie spoznáme podľa tradičného tvaru, ktorý je čo najbližší k historicky vytvorenej graféme. Konštrukčnými prvkami písma Young sú slabý kontrast a ťažké pätky s výraznou kresbou, ktoré zvyšujú čitateľnosť aj pri veľmi malej veľkosti písmen alebo zlej kvalite tlače. Asymetrické serify pomáhajú dosiahnuť optickú rovnováhu v jednotlivých tvaroch. Zlomenný oblúk a useknuté horné ukončenia pôsobia moderne a dodávajú písmu eleganciu a vážnosť. Veľká apertúra pri malej veľkosti písma zvyšuje čitateľnosť a robí text príjemne sivým. Jemne nahnutá os dodáva písmenám dynamiku.

POĽSKO 2D

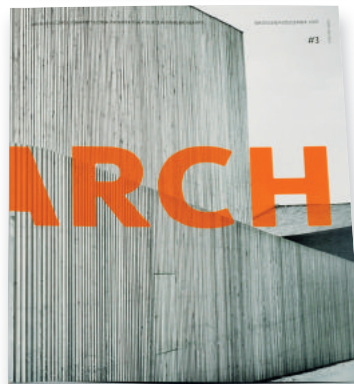




POŁSKO 2D

Roman Kaczmarczyk: Projekt layoutu časopisu Spolku polskich architektów – Magazynu Stowarzyszenia Architektów Polskich SARP / Mgr.

Arch je časopis, ktorý nahradil doterajší Komunikat SARP. Z dôvodu veľmi veľkého počtu príspevkov, ktoré nemali charakter článku, som navrhol rozšírenie kalendária v úvodnej časti časopisu, správ, ako aj vytvorenie prehľadu obsahu dvojmesačníka, ktorý je príťažlivý pre potenciálnych čitateľov. Fotografický prehľad obsahu mal byť protiváhou minimalistickej obálke bez nadpisov. Na uľahčenie prehľadu obsahu som ho spojil s „projektovou“ tirážou. Tieto dva prvky spolu vytvorili zaujímavú grafickú kvalitu, ktorú klient ocenil. Arch je ekvivalentom nemeckých časopisov Wettbewerb Aktuell (prezentujúcim súťaže), Baumaestrem a Detail. Bolo potrebné vytvoriť pútavú formu prezentácie súťažných návrhov, ktoré budú najdôležitejšou časťou časopisu. Pri študovaní súťažných návrhov v niekdajšom časopise Komunikat SARP som nebol schopný zistiť, ako spolu súvisia. Od redaktorky som si vyžiadal pôvodný, redakčne neupravený text a na jeho základe som vytvoril projekt informačnej tabuľky obsahujúcej nové, pre tento časopis charakteristické zosumarizovanie súťaže: tabuľka uvádza každý článok o súťaži: názor poroty – autorský popis víťazného návrhu – text o sprievodnom podujatí – kompletne predstavenie víťazného návrhu (popis polohy, náhľad, rez, ideový návrh, počítačová vizualizácia). V časopise som použil typ písma Titillium, zatiaľ čo tlačiarenské texty sú kompiláciou dvoch českých typov písma z tej istej sady: Botanika a Botanika Alt. Text je vysádzaný vo formáte 297 x 235 mm. Časopis je vytlačený na papieri Igepa ProfiSilk 270 g a 115 g.





5. OZNAKOWANIA ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE



Tabliczki do budynków urządzeń pocztowych:

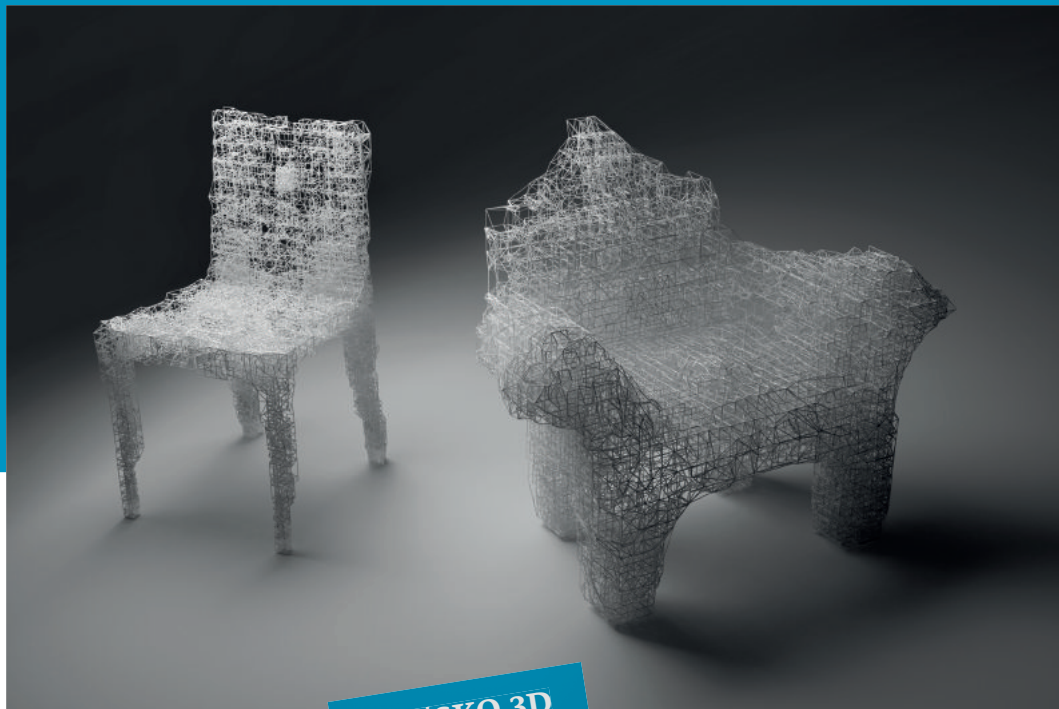
usługi dla firm	przesyłki listowe	skrytki
usługi finansowe	wpłaty / wypłaty	informacja
filatelistyka	paczki	telefony

POLSKO 2D

Zofia Szostkiewicz: Identyfikacyjne prvky Polskej pošty / Mgr.

Polská pošta je podľa môjho názoru príkladom inštitúcie poskytujúcej služby širokej verejnosti. Na jej súčasnom imidži je čo zlepšiť. Mojim cieľom bolo vytvoriť nový svieži vzhľad. Nová identifikácia má byť moderná, jasná, ľahká na zapamätanie, s jednotnými výrazovými prostriedkami. Základom mnou navrhnutého výzoru je nové logo Poľskej pošty s farebnosťou zhodnou s národnou kombináciou bielej a červenej farby. Hlavným zámerom bolo vytvorenie základného, jednoduchého systému, dôsledného a jednotného, ktorý môže byť následne upravený pre potreby malých aj veľkých pracovísk. Chcela som tiež, aby bol prijateľný pre mládež, ako aj starších občanov. Projekt okrem základných identifikačných prvkov obsahuje aj sadu poštových tlačív, pri ktorých bolo najdôležitejšie udržať rovnováhu medzi úspornosťou a čitateľnosťou. Navrhla som tiež predplatné obálky, ktoré sú v Európe populárne, ale v Poľsku sa zatiaľ nepoužívajú. Pri práci nad identifikáciou Poľskej pošty som venovala pozornosť aj ekonomickej stránke realizácie nového vzhľadu, na príklad som zvolila bezplatný typ písma Myriad Pro. Je to font zo skupiny Adobe, ktorý je bohatý na rôzne typy písma a dokonale sa hodí na najrôznejšie použitie aj v prípade veľkej inštitúcie. Pri navrhovaní poštových tlačív som zminimalizovala plochu potlače. Zjednotená modulová sadzba tlačív uľahčuje výrobu, znižuje náklady a farebný systém im dáva jasnú formu. Vo všetkých materiáloch som použila normalizované formáty papiera podľa systému ISO (hlavičkový papier v sade formátov A, plagáty, nálepky atď. vo formátoch B a obálky vo formátoch C).

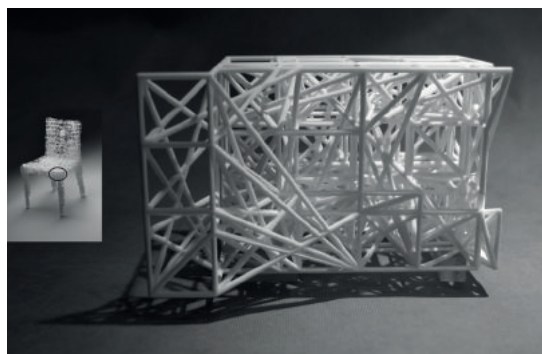
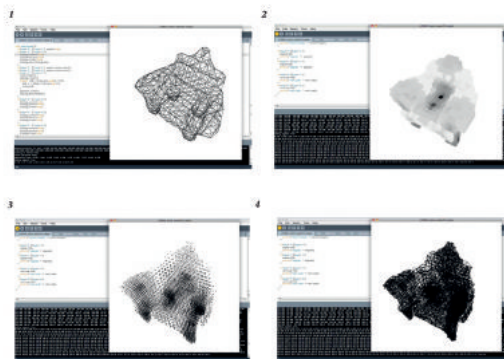




POLSKO 3D

**Małgorzata Mozolewska:
Štruktúrovaný ornament / Mgr.**

Projekt má výskumný charakter a je pokusom o vytvorenie novej techniky inteligentného algoritmického projektovania, a tým aj vzniku nového materiálu. Súčasne je hľadaním moderného ornamentu tvoriaceho konštrukciu predmetu. Štruktúrally ornament je produktom špeciálneho, na tento účel vytvoreného počítačového programu, ktorý zohľadňuje tvar daného trojrozmerného útvaru, zaťaženia a sily naň pôbiace. Pridáva aj prvok náhody, vďaka čomu je získaná štruktúra nielen funkčná, ale zároveň vždy iná a až do konca nepredvídateľná. Vytvoreniu počítačového programu predchádzala dôkladná analýza histórie a vývoja ornamentu, čo určilo smer môjho hľadania a umožnilo mi nájsť vlastnú metódu tvorby štruktúrovaného ornamentu, ktorý má svoje pramene v histórii, vzniká prostredníctvom moderných technológií a je inšpirovaný prírodnými procesmi.





POŁSKO 3D



Michał Bartkowiak: Dvere na každú stranu / Mgr.

Dvere na každú stranu na rozdiel od produktov bežne dostupných na trhu ponúkajú možnosť výberu spôsobu otvorenia dverí, keď pred nimi stojíme – a nie pri ich kúpe. Vďaka použitiu špeciálneho kovania, ktoré som sám vyvinul, vznikla možnosť otvárania dverí dvomi spôsobmi z tej istej strany (z každej strany je možné dvere otvoriť tlačением aj ťahaním). Samotné dvere sa stávajú predmetom zábavy, poskytujú úplnú slobodu a prispôbujú sa individuálnym možnostiam alebo požiadavkám, ktoré sa často menia v závislosti od situácie (napr. pre ľudí na invalidných vozíkoch je jednoduchšie otvoriť dvere tlačением, než ich otvárať ťahom a pritom na vozíku cúvať). Zatvorené dvere vyzerajú paradoxne ako pootvorené. Šikmé osadenie krídla dverí signalizuje smer ich otvárania a zároveň umiestňujú dvere do plochy steny. Dvere majú dve „kľučky“. Jednu vpravo a druhú vľavo, schovanú medzi odstávajúcou hranou dverí a stenou. Otváranie prebieha intuitívne: ťahaním za „kľučku“ pri odstávajúcej ľavej hrane dverí (pri otváraní ťahaním) alebo tlačением „kľučky“ na pravej strane dverí (pri otváraní tlačением). Vďaka zamontovaniu dvoch osí otáčania môžeme dvere otvárať rovnakým spôsobom z každej strany. Podľa potreby ich otvárame buď tlačением, alebo ťahaním, meniac os otáčania dverí. Dva hroty umiestnené v prahu aj hornej zárubni (dva kusy dole aj hore) plnia striedavo funkciu osi otáčania (v momente otvárania) a striedavo zapadajú do otvorov v krídle dverí. Dvere sú vyrobené z lakovanej drevotrieskovej dosky. Kovanie a kľučka sú z hliníka.





POŁSKO 3D

niezależne kieszenie
na pakety i listy

uszczelniona klapa

zamek magnetyczny

mocowanie
pasa biodrowego

mocowanie i regulacja
pasa barkowego

klapka na otwieranie
paska rozłącznika



Dawid Żebrowski: Poštárska brašňa / Mgr.

Výrobok odstraňuje ergonomické problémy vznikajúce pri používaní súčasnej poštárskej brašne. Hlavným cieľom je prenesenie väčšiny záťaže z pliec a ramien na bedrá. Brašňa má naďalej ramenný pás, ktorý ju stabilizuje a napomáha, aby dobre priliehala k telu užívateľa. Upevnená je bedrovým pásmom, po ktorom sa môže posúvať. Zmeny polohy brašne umožňujú jej prispôbenie rôznym pracovným úkonom. Celý výrobok je skonštruovaný tak, aby mohol byť používaný pravostranne aj ľavostranne. Reflexné plochy na pásoch prispievajú k zvýšeniu bezpečnosti užívateľa. Technológia výroby je rovnaká ako pri turistických ruksakoch. Použité materiály sú moderné, ľahké a odolné (o. i. polyester 400D, hypalon, PVC). Výrobok sa skladá zo štyroch častí. Bedrový pás spája jednotlivé časti, je na ňom zavesená taška s peniazmi a brašňa so zásielkami, čím sa znižuje nerovnomerné zaťaženie hornej časti chrbtice. Brašňa je spevnená, vďaka čomu sa zásielky nepoškodzujú, jednotlivé druhy zásielok sa dajú oddeliť. Chlopňa sa otvára smerom von a jednoduchý magnetický zámok umožňuje poštárovi rýchlo sa presúvať medzi adresátmi v súlade s predpismi – t. j. so zatvorenou brašňou. Brašňu je tiež možné zmenšiť podľa množstva prenášaných zásielok. Výhodou je pevný poklop pomáhajúci pri podpisovaní dokumentov (dobierky, doručienky). Hlavnou úlohou ramenného pásu je pritiahnutie tašky k telu. Malá bezpečnostná taška slúži na úschovu peňazí. Brašňa sa môže využívať aj ako stavebnicový modul do iných prepravných pomôcok používaných poštármi (vozík, bicykel atď.). Použité logo je súčasťou diplomového projektu, ktorého autorkou je Zofia Szostkiewicz. Prácam na projekte predchádzali prieskumy v strediskách Poľskej pošty. Model bol zhotovený prostredníctvom firmy HiMountain s využitím jej technologických možností.

Preklad: Bohuslav Gondár





Novesta – comeback

V štúdiu Inspire-Design, ktoré patrí spoločnosti VULKAN a.s., pracujú traja mladí dizajnéri: Juraj Šuška, Eva Berešová a Lukáš Belianský.

- ✓ Prezentácia značky na akcii Designblok Praha 2010.
- ✓ Gumáky budú vo výrobe začiatkom roka 2011.





P V roku 2007 bola výroba topánok značky Novesta v Zlíne ukončená. O dva roky neskôr získala Novestu spoločnosť VULKAN, a.s., Partizánske, ktorá bola v minulosti jej najväčším konkurentom. Čo bolo cieľom tejto fúzie? Značka Novesta bola jedným z hlavných konkurentov spoločnosti VULKAN, a.s. na európskom obuvníckom trhu. Spoločnosť už dlhšie uvažovala o rozšírení svojho pôsobenia a rozšírení výroby o produktovú módnú radu. Odkúpenie tradičnej značky Novesta a spojenie tejto tradície s existujúcou výrobou spoločnosti bolo riešením obidvoch problémov a viedlo k upevneniu pozície firmy na obuvníckom trhu.

Skúste predstaviť súčasnú produkciu firmy VULKAN, a.s. Podiel výroby pod obchodnými značkami zákazníkov predstavuje v súčasnosti viac ako 90 percent z celkového objemu. Akých klientov máte a na čo sa vaša výroba špecializuje?

VULKAN, a.s. je popredný európsky výrobca špeciálnej celogumovej, gumolisovanej obuvi a polotovarov, pričom nadväzuje na baťovskú tradíciu. Medzi našich klientov patria európske značky ako Isle Jacobsen, Aigle, Bensimon, Nokian, Bergstein, Beretta, Toggi a iné. Výroba pod vlastnou značkou Novesta sa momentálne špecializuje na dve línie. Pôvodná celogumová pracovná obuv a nová línia módnej obuvi určená na bežné mestské nosenie.

Kde sa zrodil nápad vyrábať topánky aj pod vlastnou značkou? Aký je dlhodobý program tejto koncepcie?

Spoločnosť VULKAN, a.s. má tradíciu vo výrobe pod vlastnou značkou VULKAN, čiže výroba pod vlastnou značkou nie je ničím novým v marketingových plánoch spoločnosti. Zhodou okolností odkúpenie značky Novesta a spúšťanie novej módnej línie obuvi prebehlo v približne rovnakom čase, takže nová kolekcia je už prezentovaná ako Novesta. Naším hlavným cieľom je dosiahnuť to, aby si naša značka posilnila svoje miesto na európskom obuvníckom trhu a popredné miesto na česko-slovenskom obuvníckom trhu.

Na dizajne topánok pracujete traja, aké sú vaše kompetencie, ako si prácu delíte?

Za návrhmi značky Novesta stoja dvaja dizajnéri obuvi Juraj Šuška a Lukáš Belianský. Tretím členom v tíme je Eva Berešová, ktorá stojí za návrhmi výstavných priestorov značky Novesta a marketingom.

Akú školu ste absolvovali, pripravila vás dostatočne na takúto prácu? Čo bolo zo začiatku pre vás najťažšie, s akými úvodnými problémami ste sa stretli?

Juraj Šuška a Lukáš Belianský sú absolventmi UTB Zlín, odbor dizajn obuvi, Eva Berešová ukončila TU Zvolen, odbor interiérový dizajn a poradenstvo, a STU Bratislava, odbor interiérový





→ „Urban“ model s názvom STAR, 2010.

dizajn. Vysoké školy boli, samozrejme, výbornou prípravou na samotné povolanie, študentské časy nám všetkým veľa dali. Mnohé úskalia jednotlivých povolani odhalí až prax samotná, každý deň sa priučame niečomu inému, problémy sa líšia od jednotlivých akcií, no sme radi, že sme kreatívne zapojení do každodenných povinností a naša spolupráca nás baví. Najťažšie zo začiatku bolo zvládnuť objem úloh naraz. Spúšťanie úplne novej línie obuvi je pomerne náročná úloha. Pochopiteľne, nie sme na všetko traja, patríme pod spoločnosť VULKAN, a.s., ktorá má svojich obchodníkov, ekonómov, technologov atď. Ale skutočnosť, že ide o obuv určenú pre nového zákazníka je obrovskou výzvou pre nás dizajnérov a rovnako je výzvou aj riešenie marketingových akcií a spôsobu predaja.

Do akej miery pracujete s tradíciou, ste obmedzovaní zadanou formou či technológiou a do akej miery je navrhovanie vašich topánok priestorom na experiment?

Prvý model, ktorý sa začal vyrábať pod značkou Novesta v našich priestoroch, je model s názvom STAR – ide o redizajn československej športovej klasiky, o model, ktorý bol nepochybne najúspešnejším modelom textilnej obuvi vyrábanej v bývalom Československu. Pri tomto modeli sme teda vsadili na tradíciu. Samozrejme, že už dlhší čas pracujeme aj na nových vzoroch pre nadchádzajúcu kolekciu, ktorá už reflektuje náš vlastný pohľad na módu a dizajn. Priestor pre nové riešenia je široký, pracujeme s rôznymi prvkami, od konvenčných až po úplne experimentálne. Samotná výroba prototypu nám čiastočne odhalí výrobné nedostatky a po ich odstránení už nie je dôvod, aby sa návrh neobjavil vo svojej skutočnej podobe na najbližšej výstave. Dá sa teda povedať, že experimentujeme a hráme sa každý deň a pomaly sa nám na jednej kôpke v ateliéri zhromažďujú modely, ktoré prešli „krst ohňom“.





Ako je to so stratégiou predaja, zatiaľ sa vaše topánky nedajú kúpiť, môžeme v blízkej budúcnosti počítať s kamenným obchodom, internetovým obchodom alebo dáte prednosť predaju na príležitostných podujatiach?

Áno, predaj je dnes veľmi náročný a je potrebné si zvoliť správnu stratégiu. My sme ešte stále len na začiatku. Prebieha prieskum, ktorý by nám mal odhaliť, ktorý spôsob predaja je pre nás najvhodnejší. Momentálne pracujeme na redizajne nášho webu www.novesta.sk, kde určite rátať aj s vlastným internetovým obchodom. Čo sa týka kamenných obchodov, určite potrebné sú, tam skôr existuje otázka, aký typ obchodu je ten správny. Medzi naše plánované marketingové akcie patria aj medzinárodné výstavy a predajné podujatia, kde sa budeme snažiť zaujať práve novinkami, špeciálnymi akciami či limitovanou edíciou. V súčasnosti komunikujeme s potenciálnymi predajcami v Čechách aj na Slovensku, nabíráme nové kontakty a našim cieľom je, aby kolekcia pre rok 2011 bola už pre zákazníka ľahko dostupná.

Obuvnícky priemysel mal v Československu v medzivojnovom období vedúcu pozíciu. Vďaka exportnej expanzii firmy Baťa bola naša republika dokonca na špičke v celosvetovom meradle. Čo by Slovensku v súčasnosti mohlo pomôcť, aby sa aspoň čiastočne naša pozícia v produkcii obuvi na trhu zlepšila?

Negatívnym vplyvom globalizácie je potlačenie originality jednotlivých národov. Na druhej strane sa napríklad britské značky dajú kúpiť bez problémov v Nemecku, nemecké značky v Čechách či české značky u nás, funguje nespočetné množstvo internetových obchodov. Trhy sú medzinárodne pospájané. I tu však stále existujú medzery, ktoré je možné vyplniť. Myslíme si, že je to o osobných snahách značiek, o odvahe prezíť aj napriek neľahkému cieľu. Kľúčom k celej záhade, ako na seba upozorniť, je podľa nás spôsob prezentácie značky a flexibilita v nových situáciách.

#





Spolupráce s odevnou značkou
MILION DOLAR, 2010.



AKTUÁLNE – dizajnéři



NÁRODNÁ CENA ZA DIZAJN 2011

SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU A MINISTERSTVO KULTÚRY SR
VYPISUJÚ JUBILEJNÝ 10. ROČNÍK SÚŤAŽE

PRODUKTOVÝ DIZAJN
KOMUNIKAČNÝ DIZAJN
ŠTUDENTSKÝ PRODUKTOVÝ A KOMUNIKAČNÝ DIZAJN

Národná cena za dizajn 2011



UZÁVIERKA
PRIHLÁŠOK
28. FEBRUÁR 2011



VYHLASOVATELIA

ZÁŠTITA

GENERÁLNY
PARTNER

GARANT



Zbieram rádiá. Značka: Tesla

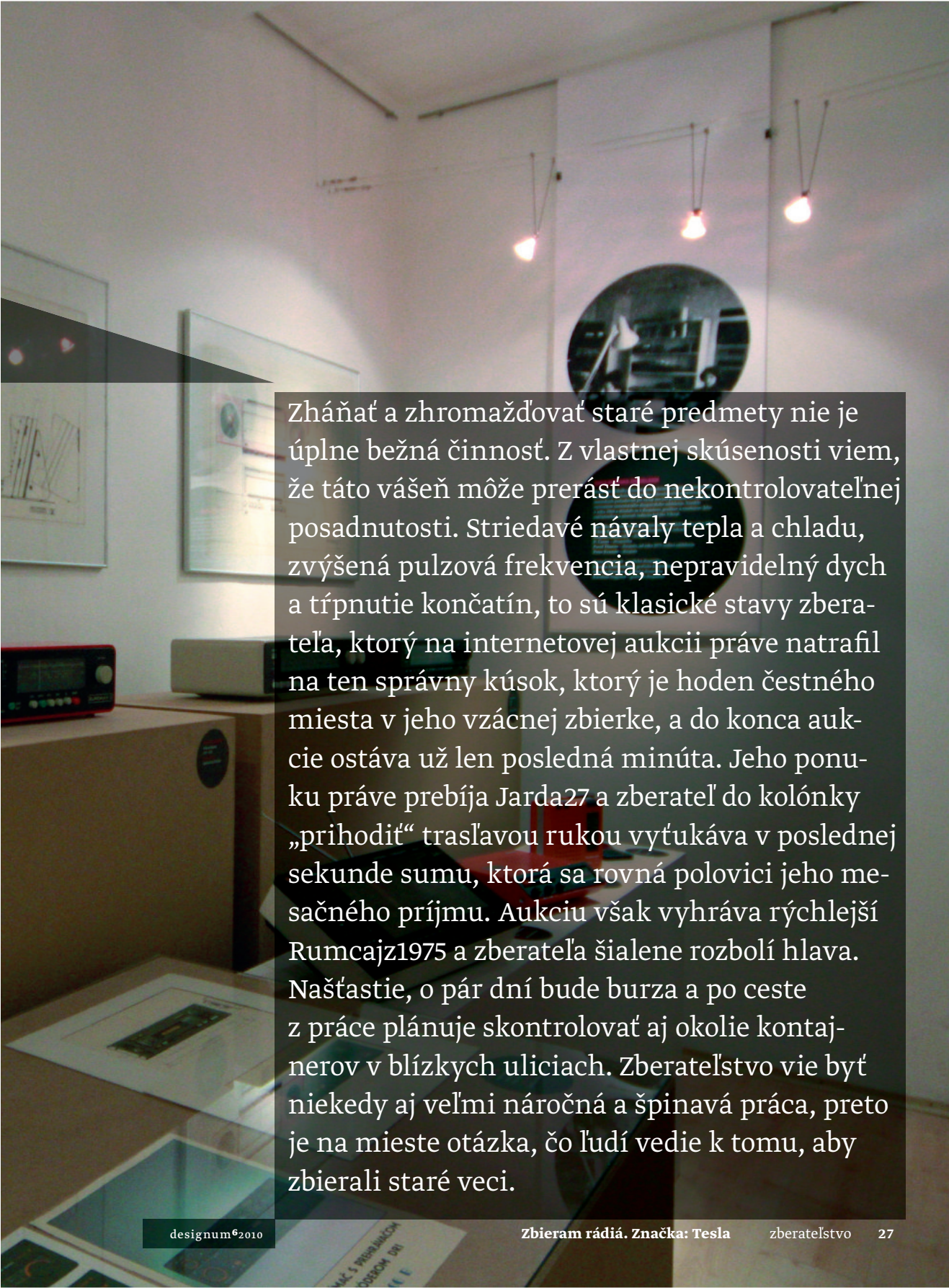


Tesla 100, 10
model rovinovacieho
príjemníka
(1925)
Príjemník na 5100 KHz

AKTUÁLNE – udalosti

➤ Foto z výstavy v galérii Satelit.





Zháňať a zhromažďovať staré predmety nie je úplne bežná činnosť. Z vlastnej skúsenosti viem, že táto vášeň môže prerásť do nekontrolovateľnej posadnutosti. Striedavé návaly tepla a chladu, zvýšená pulzová frekvencia, nepravidelný dych a trpnutie končatín, to sú klasické stavy zberateľa, ktorý na internetovej aukcii práve natrafil na ten správny kúsok, ktorý je hoden čestného miesta v jeho vzácnej zbierke, a do konca aukcie ostáva už len posledná minúta. Jeho ponuku práve prebíja Jarda27 a zberateľ do kolónky „prihodiť“ trasľavou rukou vyťukáva v poslednej sekunde sumu, ktorá sa rovná polovici jeho mesačného príjmu. Aukciu však vyhráva rýchlejší Rumcajz1975 a zberateľa šialene rozbolí hlava. Našťastie, o pár dní bude burza a po ceste z práce plánuje skontrolovať aj okolie kontajnerov v blízkych uliciach. Zberateľstvo vie byť niekedy aj veľmi náročná a špinavá práca, preto je na mieste otázka, čo ľudí vedie k tomu, aby zbierali staré veci.





Na Slovensku nie je zberateľstvo také rozšírené ako v okolitých krajinách. U nás je totiž za- užívané pravidlo, že praktický človek staré veci nezberia, ale vyhadzuje. O to lepšie sa potom nám nepraktickým ľuďom zbiera. Kompletizácia zbierok však nie je iba o podivuhodnej potrebe vlastniť staré veci, ale najmä o úcte k histórii a záchrane vecí, ku ktorým sa niekedy viažu aj osobné spomienky. Myslím si, že zbieranie a opravovanie starých „rárohov“ nebude mať už nikdy tak dobre pripravenú pôdu ako práve teraz. Výrobky z 30., 50. a 60. rokov boli vyrábané dnes už s nevídanou filozofiou poctivosti realizácie a svojmu majiteľovi mali slúžiť po celý život. Materiálový a technický posun nám dnes síce ponúka množstvo rozličných prístrojov s rýchlo sa meniacim dizajnom a najnovšími výt- kami techniky, avšak marketingovo vynútená programovaná životnosť súčiastok si berie svoju daň v podobe štvorročného „polčasu rozpadu“. Výborným príkladom poctivého spracovania a existencie dnes postrádaného „duše“ prístroja sú staré rádioprijímače. Exponát zo 60. rokov dodá priestoru, v ktorom je umiestnený, zvláštne čaro. Počúvanie starého rádia s magickým okom je na- ozaj magický zážitok. Zvuk je sýtejší, z rozžerave- ných elektrónok sála príjemné teplo, vzduchom vanie lahodná zmes spáleného prachu a izolácie.

Pri takomto stroji vnímame vzácnosť každej minúty. Čas akosi krajšie plynie...

Vážim si ľudí, čo dokážu okrem zháňania, čistenia a ukladania starých rádií na poličku aj niečo viac. Veľakrát ide o záchranu zaujima- vého prístroja. Renesanční sú ľudia, čo dokážu zreštaurovať drevenú skrinku, opraviť elektriku, správne zapracovať brokát a zlepšiť bakelit tak, aby to nebolo poznať. Oslovil som preto niekoľko zberateľov rádií Tesla. Táto značka má na Sloven- sku prirodzenú tradíciu – a to aj vďaka závodom Tesla, ktoré boli roztrúsené po celej republike. Osloveným zberateľom som položil nasledujúce otázky:

1. **Prečo ste sa rozhodli zbierať staré rádiá a prečo práve Tesla?**
2. **Vaše prvé rádio v zbierke? Ako ste k nemu prišli?**
3. **Ktorá Tesla vo vašej zbierke je pre vás naj- vzácnejšia a prečo?**
4. **Kde a akým spôsobom zháňate exponáty do svojej zbierky?**
5. **Myslíte si, že by bolo v súčasnosti reálne opraviť zašlú slávu Tesly Bratislava a postaviť fabriku s modernou výrobou vlastných produktov? Dokázala by prežiť?**



Ján Škára (28)
Tesla 308U Talisman
a Tesla 521A Populár

1. Rádiá Tesla zbieram preto, lebo sa mi páči, že starý kus nábytku hrá nové melódie. Vždy som chcel pekné drevené rádio, ktoré bude funkčné a bude na mňa žmurkať magickým okom. Keď som sa dostal k prvému rádiu a zapol som ho, vedel som, že nie je moje posledné. Odvtedy zbieram a renovujem staré rádiá.
2. Moje prvé rádio je Tesla Populár. Mám ho od známeho, čo ho našiel na povale.
3. Asi Talisman 308U. Je to krásny a vzácny kúsok.
4. To je rôzne, od známych a kamarátov, hľadám na internete, v tlačí alebo v bazáre, keď na nejaký natrafím.
5. Nevieť, či je reálne postaviť fabriku, ale bolo by to super vyrábať slovenské Tesla spotrebiče. Určite by boli kvalitnejšie ako ten lacný „obrandovaný“ dovoz z Číny. Myslím si, že Tesla na Slovensku by dokázala prežiť.



Radoslav Novák (38)
Tesla 638A Sóló

1. Nad zberateľstvom rádií Tesla som rozmýšľal už roky, pretože som v Tesle Bratislava aj pracoval, ale rozhodol som sa asi pred pol rokom, keď sa konala v klube Barus Rattus retro výstava rôznych vecí, pri ktorej ma zaujali práve rádiá Tesla. Moje prvé rádio je Tesla Populár a mám ho od známeho, čo ho našiel na povale.
2. Moje prvé rádio v zbierke bol rádio prijímač Tesla Dominant 1039 A, dostal som sa k nemu v rámci elektronickej aukcie.
3. Je to stereofónny prijímač Sóló 638 A. Vzácny je pre mňa hlavne preto, lebo som na tomto prijímači začínal pracovať hneď v prvý deň môjho prvého zamestnania v Tesle Bratislava – 1. augusta 1989.
4. Najčastejšie používam elektronicú aukciu Aukro, popri prípade cez rôznych kamarátov, známych a zberateľov.
5. Čo sa týka môjho názoru, tak takáto fabrika by mala význam aj napriek zaplavenému trhu s elektronikou, pretože v minulosti sa musela tiež vysporiadať s veľkými prekážkami minulého režimu. Napríklad sa museli používať v najväčšej miere súčiastky len domácej výroby alebo v rámci RVHP, ktoré boli často zastaralé a nespĺňali požadované parametre. Aj napriek tomu sa na tie časy vyrábali veľmi dobré rádioprijímače. Mali dobrý zvuk a aj dizajn. Preto si myslím, že naši mladí konštruktéri a dizajnéri by obstáli aj v dnešných podmienkach, len staronové začiatky by určite neboli ľahké.

◀ Zľava: Ondrej Eliáš, kurátor výstavy, Pavol Thurzo, Ján Vikrut, Peter Kramár, dizajnéri Tesly Bratislava. Galéria Satelit, 2010.





Radoslav Hráč (17)

1. Ani neviem, vždy som niečo zbieral. Raz som pozeral na internete a natrafil som na stránky so starými rádiami, a tak som si povedal, že ich budem zbierať aj ja. Tesla preto, lebo je na našom území najrozšírenejšia.
2. Asi Tesla Moderato po rodičoch, ale nedá sa to povedať takto jednoznačne, pretože rádiá som začal intenzívne zbierať až v roku 2007, ale nejaké rádiá som dostal od známych ešte pred rokom 2007.
3. To neviem povedať, pre mňa sú vzácne všetky kúsky, ktoré mám, pretože ku každému sa viaže nejaká história, ako som ho zohnal.
4. Zo školy, z kontajnerov, zo zberných dvorov, od známych, od spolužiakov, od bývalých zberateľov... Proste využívam každú možnosť, kde môžem rádiá získať zadarmo.
5. Reálne by to podľa mňa bolo, ale neviem, či by dokázala konkurovať lacným výrobkom z Číny.

Ivan Baláž (40) Tesla 426A Tenor

1. Nezapodievam sa iba Teslou, zbieram rôzne staré rádiá. Tesiel mám vo svojej zbierke 15 kusov z rokov 1948 až 1960. Zaujímajú ma hlavne tie, ktoré nie sú preglejkové, tam u mňa končí pekný dizajn.
2. Krstný mi doniesol z farmaceutickej fakulty Teslu 713, to bola moja prvá Tesla v zbierke.
3. Mám kompletnú zbierku Talismanov a tie si aj najviac cením. Ale aj Tesla Tenor s priehľadnými otočnými gombíkmi je celkom rarita.
4. Chodievam do Modry na stretnutia zberateľov. Niečo kúpim, niečo dostanem. Mám vlastnú opravovňu televízorov a niekedy mi aj zákazníci prinesú nejaké staré rádio do zbierky, keďže vedia, že ich zbieram.
5. Vyrábať lacné výrobky by podľa mňa nemalo význam. Ale nejaké kvalitne spracované retro alebo high-endové zosilňovače pre fajnšmekrov, to by možno bolo konkurencieschopné.



Článok vyšiel pri príležitosti výstavy
Tesla: Zapnuté - vypnuté - zabudnuté?,
ktorá sa konala v dňoch 13. októbra - 28. novembra 2010
v galérii Satelit v Bratislave.

#

^ Foto z výstavy v galérii Satelit.







Priemyselný dizajnér? A načo?

Spomínam si na svoj telefonát, keď som v roku 2004 po skončení odboru priemyselný dizajn na VŠVU v Bratislave, plný nerozvážneho mladíckeho nadšenia a naivných očakávaní, telefonoval do Nižnej. Vedel som o neslávnom konci Tesly Orava v 90. rokoch, vnímal som dozvuky pádu OTF aj problémy exportu OVP v Trstenej. Po prechádzkach v obchodných domoch ma však zaujala značka ORAVA z Nižnej, ktorá vo mne vyvolávala pocit znovuzrodenia vtedy práve 44-ročnej tradície výroby televíznych prijímačov na Slovensku. Svojím širokým sortimentom síce spotrebnej, ale nie veľmi vkusnej elektroniky ma na chvíľu presvedčila, že práve táto „fabrika“ by mohla byť mojím zamestnávateľom. Chcel som im povedať, že ma potrebujú, že viem, ako má vyzeráť nový dizajn ich výrobkov, že im chcem pomôcť a že sa veľmi teším. Zdvihla to nejaká pani:

„Priemyselný dizajnér?

A načo? My tu také nemáme.

*Ale ak by ste chceli lepiť
nálepky ORAVA na čínske
odžmolkovače, tak dojdite.“*

Zasmiala sa a zložila. Aj ja som sa na pár rokov zložil.



Elektrotechnický priemysel nemal pred druhou svetovou vojnou na území Slovenska takmer žiadnu tradíciu. Výnimkou bol bratislavský závod nemeckého koncernu Tungsram, ktorý fungoval od polovice 30. rokov. Po vojne sa začala meniť aj naša agrárna krajina. Neskôr sme dokázali, že vieme nielen montovať, ale aj vytvárať. Pripravili sme školy a pracoviská. Keď som si ako malý chlapec čarbal autá na všetky papiere, ktoré som doma našiel, a dlho do noci prezeral Svět motorů, veril som, že sa raz dostanem do Bratislavských automobilových závodov a navrhnem parádne auto. Naivná predstava, ale niečo na tom bolo. Počas veľkej prestávky som na našej základnej škole zbieral zákazky na rôzne typy aut, ktoré si u mňa spolužiaci objednávali. Navrhoval som prevažne rýchle, športové vozidlá a chystal sa tak na vysnívanú kariéru v BAZ-ke. Až kým ju nezložili...

Najsilnejšie volanie po výskume a vývoji som osobne zažil v bájnych 90. rokoch. Príchod automobilky Volkswagen do Devínskej Novej Vsi bol vtedy pre mnohých študujúcich automobilových dizajnérov obrovskou motiváciou dokončiť školu a uplatniť svoje schopnosti na okraji Bratislavy. Dnes, keby ste zatelefonovali na personálne oddelenie do ktorejkoľvek automobilky na Slovensku, že máte záujem o pozíciu automobilový dizajnér, zasmiali by sa veľmi podobne ako teta





v Nižnej. A potom by zložili. Slovensko ako automobilová veľmoc je naozaj veľmi vágne slovné spojenie.

Načo plakať nad rozliatym mliekom... Slováci sa predsa vo svete nestratia. Slovenský priemyselný dizajn je svetový. Pretože svetový priemyselný dizajn je slovenský. Pretože dnes je úplne jedno, odkiaľ dizajn pochádza. Pretože dizajnu je všetko úplne ukradnuté. Ukradnuté...

Asi by som mal hlasno kričať: „Naším trhom je celý svet a ten si nás nájde!“ Ale ono to tak celkom nefunguje. Nechcem len trúchlivo smútiť za históriou nášho priemyselného dizajnu ani za relatívnou slávou mnohých fabrík s vývojovými centrami, ale uznajte, že z toho, ako dopadli, ide smútok. Korene mnohých závodov siahajú ešte pred druhú svetovú vojnu, preto volanie po ich znovuzrození nie je žiadnym vyvolávaním ducha socializmu.

V tomto mojom príspevku je na mieste aj otázka, prečo niektorí priemyselní dizajnéri kľučia, že nemajú zamestnávateľa, keď majú šancu založiť si vlastné firmy a podnikáť. Jasné, že podnikáme... Ale na to by nám stačilo vychodiť osem tried na základnej škole v Petržalke a týždenný kurz šikovných rúk a účtovníctva. A tí ostatní? Pochybujem, že si podaktorí absolventi pochva-

ľujú svoju pozíciu druhotriedneho art directora v tretotriednej reklamnej agentúre v Bratislave. Nejde ani tak o to, či je lepšie mať vlastnú firmu a predávať svoj dizajn veľkým spoločnostiam, alebo pracovať priamo vo vývojovom stredisku fabriky. Zásadnou otázkou je: prečo sa z veľkých plánov o dizajnerských štúdiách vo fabrikách museli stať sklady a montážne linky?

Patrím do generácie, ktorá počas štúdia naivne uverila v prerod Slovenska na silnú automobilovú veľmoc s vlastnými dizajnerskými pracoviskami, verili sme novým, porevolučným majiteľom strojárskych a elektrotechnických podnikov, že obstoja v konkurenčnom boji s východnou Áziou a v nerovnom boji s vlastnou chamtivosťou... Verili sme politikom, že nezhasnú a nebudú rabovať... Netušil som, že nám raz papaláši s plnými ústami budú hovoriť o tom, aká sme biedna krajina drotárov, a tým pádom je súčasný vývoj úplne prirodzený. Možno sa už výraz „Made in Slovakia“ úplne zapredal reklamným kampaniam, ktoré chcú zakryť montážnu realitu, ale je potrebné si konečne uvedomiť, čo všetko sme dokázali za pár rokov stratiť, aby sme si na plné hrdlo mohli povedať: „Priemyselný dizajnér? A načo?“

#





Dizajn – manažment – profit

Xenia Viladas v Bratislave



¶ Mladí dizajnéri sú pri vstupe do praxe konfrontovaní s podmienkami reálneho ekonomického prostredia, o ktorom nemajú v skutočnosti presnú predstavu. Praktické skúsenosti, často za cenu omylov a chýb, získavajú postupne a na základe vlastných rozhodnutí a pokusov. Zaujímajú sa teda o príležitosti, ktoré ponúkajú nejaké poučenie a odborné informácie navyše. Potvrdilo to aj stretnutie Kreatívny dizajnér, ktoré v roku 2009 organizovalo SCD v závere roka. Jeho výsledky podnietili SCD k tomu, že v novembri 2010 pozvalo do Bratislavy uznávanú odborníčku na manažment dizajnu Xeniu Viladas z Madridu a pripravilo neformálne diskusné fórum, ktoré sa uskutočnilo 8. novembra 2010 v divadle Meteorit v Bratislave.

Xenia Viladas pracovala počas svojej profesionálnej kariéry vo významných španielskych inštitúciách – v barcelonskom dizajn centre, Španielskej agentúre na podporu dizajnu a inovácií. V súčasnosti sa venuje práci vo svojej poradenskej spoločnosti pre otázky dizajnu pre firmy, dizajnérov a verejné organizácie. Prednáša v rôznych krajinách Európy, píše a vyučuje manažment dizajnu a pracuje ako členka medzinárodných porôt dizajnu. Svoje bohaté odborné skúsenosti z reálneho prostredia firiem zhrnula v knihe *Managing Design for Profits*, ktorá vyšla v prvom polroku 2010.





Prvá časť stretnutia v divadle Meteorit bola venovaná prezentácii spomenutej knihy, ktorú autorka nazýva „nástrojom na každý deň, na praktické použitie prispôbené korporátnej stratégii každej organizácie“ a základným princípom manažovania dizajnu tak, aby prinášal prospech a minimalizoval risk podnikov. Druhá časť stretnutia bola, podobne ako v roku 2009, venovaná prezentácii troch odlišných prípadov mladých slovenských dizajnérov, ktorí získavajú skúsenosti pri vstupe do podnikania alebo pri pokusoch o takúto formu uplatnenia sa. Dizajnér Tomáš Brichta prezentoval svoje inovatívne mininástroje – z dizajnérskeho, ale aj komerčného hľadiska zaujímavé produkty, ktoré čakajú na reálny podnikateľský projekt. Celkom odlišným príbehom je štúdio Inspire-Design z Partizánskeho (Eva Berešová, Juraj Šuška, Lukáš Belianský), ktoré predstavilo svoj úspešný začiatok v úlohe firemného dizajnového štúdia: mladí dizajnéri dostali príležitosť navrhovať nové rady obuvi pre značku Novesta v prostredí ovplyvnenom

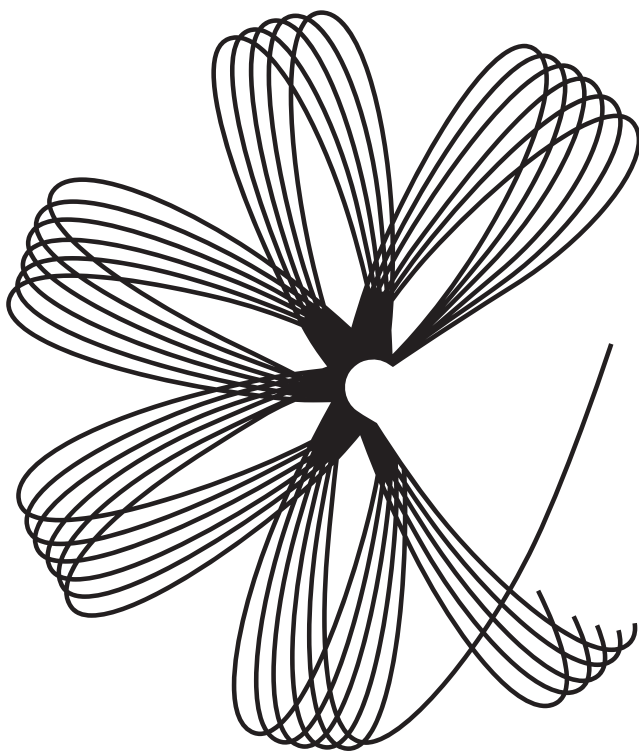
dlhoročnou tradíciou výroby obuvi. Tretia prezentácia dala nahliadnuť, ako vznikalo štúdio Designshop 220 (Michaela Chmelíčková, Matúš Lelovský, Karol Kolčár) a aké sú jeho plány. Tri odlišné príbehy boli len malou vzorkou reality, s ktorou sa stretávajú mladí dizajnéri. Aj keď boli skôr optimistické, je zrejmé, že podnikateľské prostredie na Slovensku (ale určite nielen u nás) nečaká s otvorenou náručou na mladých absolventov dizajnu. Aj keď produkcia mnohých podnikov nasvedčuje tomu, že práve poučenie o dobrom dizajne by bolo nanajvýš potrebné. Povedomie o dizajne a manažovanie dizajnu nie je silnou stránkou riadenia našich firiem, neskúsenosť a nedôvera voči dizajnu sú zdrojom omylov a chýbajúcej odvahy investovať do inovácií produktov a služieb.

#





plan



Logá v Banskej Bystrici už po druhýkrát

V novembri sa v priestoroch Stredoslovenskej galérie v Banskej Bystrici uskutočnila ďalšia bienálna súťažná prehliadka, ktorej prvotným zámerom bolo vytvoriť tradíciu medzinárodných výstav venovaných špecifickej súčasti grafického dizajnu – logu.

AKTUÁLNE – udalosti





The English Academy

P Jedným z hlavným organizátorov a autorom koncepcie bienále je agentúra Enterprise, na čele ktorej stojí Martin Úradníček. V súvislosti s realizovaným ročníkom sme mu položili dve otázky – jednu venovanú súčasnosti a druhú budúcnosti podujatia.

LP: Pripravili ste už druhý ročník prehliadky bienálnej súťaže Logo. Po prvom ročníku, ktorý mal väčšie medzinárodné zastúpenie ako ten posledný, ste mali ambície rozšíriť prehliadku o workshopy, prednášky, prípadne diskusné fóra. Podujatia tohto druhu sú príťažlivé a potrebné najmä pre mladšiu generáciu. Neuvažujete o tom, aby bystrické bienále bolo v budúcnosti orientované viac na študentskú tvorbu?

MÚ: Bienále LOGO si stále hľadá svoju definitívnu podobu. Pozorne počúvam názory porotcov, súťažiacich i návštevníkov bienále. Napríklad v prvom ročníku som bol presvedčený, že kategória multimedialných logotypov bude atraktívna

↖ Emília Jesenská, Plan C. Študentská kategória, 1. miesto.
↑ Silvia Weinzettelová, English Academy. Študentská kategória, 2. miesto.

predovšetkým pre mladších tvorcov, ale aj pre tvorcov webu a multimedialných projektov. Výsledkom bolo, že do tejto kategórie sa prihlásil iba jeden súťažiaci. Počet študentských prác stúpol v tomto ročníku až o tretinu (42 súťažných diel) a zvýšila sa aj ich kvalita. Budme však úprimní – úroveň našich stredných a vysokých škôl je v oblasti grafického dizajnu neporovnateľne nižšia ako napríklad v susednom Poľsku alebo Českej republike. Preto sa domnievam, že zatiaľ je potrebné venovať rovnakú pozornosť obom súťažným kategóriám, aby bola možnosť porovnať úroveň tvorby „juniorov“ a „seniorov“.





uat
graphic

† Ján Zíman, uat graphic. Študentská kategória, 3. miesto.
✓ AnFas, spol. s r.o., Praha, Círk La Putyka. Hlavná kategória, 2. miesto.

ĽP: Ako by ste zhodnotili ročník 2010? Predpokladám, že vaše doterajšie úsilie, ktoré ste venovali myšlienke bienále, nebolo zbytočne vynaložené a o dva roky plánujete pokračovať. Čo chcete zmeniť, vylepšiť?

MŮ: Vzhľadom na fakt, že svetový ekonomický marasmus nepríjemne postihol aj rozpočet bienále, som s výsledkom spokojný. Takmer 100 súťažných prác je viac ako príjemným prekvapením. Mrzí ma pokles zahraničnej účasti. Medzinárodná rada organizácií grafického dizajnu ICOGRADA tohto roku z nepochopiteľných príčin nezaradila bienále medzi oficiálne podujatia v oblasti grafického dizajnu, a keďže sme sa spoliehali, že tak učiní, neoslovili sme zahraničných dizajnérov priamo. Výsledkom bola slabá zahraničná účasť – Česká republika a Egypt (v roku 2008 boli prihlásené práce z piatich krajín EÚ).

V treťom ročníku bienále preto chceme posilniť jeho medzinárodný charakter a zrejme už nebudeme zaraďovať do expozície každé súťažné dielo, ale iba výber z toho najlepšieho. Určite budeme intenzívne komunikovať so stavovskými dizajnéorskými organizáciami u našich najbližších susedov – v Maďarsku, Rakúsku, Česku a Poľsku. Máme ambíciu na tretí pokus pripraviť aj niekoľko zaujímavých prednášok a workshopov, ktoré bytostne súvisia s tvorbou logotypov. Napríklad o typografii, farebnom priestore, dizajne manuálov, ale napríklad aj o autorskom zákone a ochrane duševného vlastníctva. Verím, že bienále si po dvoch ročníkoch získa širšiu podporu a uznanie predovšetkým medzi kultúrnymi inštitúciami a odbornou verejnosťou. Osobne dúfam, že nájdeme čoraz viac priaznivcov myšlienky, že logotyp je poéziou grafického dizajnu.





Predsedom poroty, ktorá udeľovala ceny, sa stal známy český grafický dizajnér Tomáš Machek. Dlhoročný člen organizačného výboru Bienále Brno, bývalý pedagóg VŠUP, viacnásobný laureát súťaže Najkrajšia česká kniha roka, držiteľ Národnej ceny za dizajn alebo Ceny Alfonsa Muchu, víťaz súťaže na vizuálny štýl zahraničnej prezentácie Českej republiky... V súčasnosti pracuje v štúdiu Side2, ktorého je majiteľom. Naše otázky a postrehy Tomáša Macheka k súťažnému bienále Logo 2010:

LP: Dlhé roky ste pôsobili v organizačnom výbore brnianskeho bienále, spolupracovali ste na ambicióznom projekte Firemný štýl v Českej republike 1990 – 2007. Aký je váš názor na prezentáciu grafického dizajnu v klasických výstavných sieňach?

TM: Obdobné podujatia z oblasti grafického dizajnu po celom svete hľadajú svoju tvár. Doba a dostupnosť informácií sa veľmi zmenili a konfrontácia so svetovým, respektíve globálnym,

dizajnom prebieha najmasívnejšie a najefektívnejšie v kyberpriestore internetu. Klasické „sálové“ výstavy dospeli ku svojim limitom. Navyše nie sú schopné zaručiť ponuku toho najlepšieho, čo v poslednom čase vzniklo, ale iba prácu tých autorov, ktorí sa prihlásia. Stáva sa tak, že zásadné veci, ktoré vznikajú u nás alebo vo svete, chýbajú. My sme premenu brnianskeho bienále naštartovali už pred viac než desiatimi rokmi. Skôr ako na kvantitu vystavujúcich krajín alebo sprievodných výstav kladieme dôraz na kvalitu. Posledných niekoľko ročníkov bolo postavených na súťažnej prehliadke, ktorých exponáty určuje výberová porota zložená z rešpektovaných dizajnérov a teoretikov. Medzinárodná porota, často vo hviezdnom obsadení a vždy s prevahou zahraničných členov, potom z vystavených exponátov vyberá tie, ktoré budú ocenené. Samotná súťažná prehliadka je doplnená menším počtom, približne piatich až šiestich sprievodných výstav, z ktorých tou najhlavnejšou je potom kurátorská výstava na zvolenú tému týkajúcu sa alebo dotý-





† Mikina Z. Dimunová, Mikyta. Hlavná kategória, 2. miesto.
♣ Studio 001, Unilicense. Hlavná kategória, 3. miesto.

kajúcu sa grafického dizajnu. Vždy iný kurátor, doteraz zakaždým zo zahraničia, zaručuje vždy iný uhol pohľadu a aj inú tému. Ďalší pilier bienále tvorí dvoj denné sympóziu určené najmä odbornej verejnosti a študentom. Nejde nám o „mainstream“, ako je nám občas podsúvané, ale o to, ukazovať práce s určitou kvalitou. Preto sa môže v rámci jedného grafického bienále objaviť napríklad kurátorská výstava uznávaného britského kritika Ricka Poyнора o surrealizme v grafickom dizajne popri origináloch insitných filmových plagátov na ghanské voodoo horory, maľovaných na vrecia od múky. A ako sa ukazuje, takáto živá koncepcia je príťažlivejšia nielen pre odbornú, ale i laickú verejnosť.

LP: Bienále logo Banská Bystrica je veľmi mladé podujatie, ktoré ešte nemá presne vykryštalizovanú svoju podobu. Tento rok ste prijali ponuku pracovať ako predseda súťažnej komisie, takže ste mali ideálnu možnosť prehliadku spoznať. Akým smerom by sa mohla ďalej profilovať?

TM: Logá, logotypy, značky nás obklopujú a útočia na nás zo všetkých strán. Je ich toľko, že si ich prítomnosť často ani neuvedomujeme. Ako rozoznáme kvalitné logo od toho nevydareného? Je to veľmi individuálne a záleží to na mnohých aspektoch. Navyše samotné logo ešte o ničom nevypovedá, je potrebného ho vidieť v konkrétnych situáciách a skutočných aplikáciách, preto sa väčšinou spolu s logom vytvára tzv. corporate identity manuál. Často sa stáva, že obyčajné logo výborne existuje, pretože má domyslenú celkovú koncepciu na fungovanie v aplikáciách, a naopak dobré logo v aplikáciách vždy fungovať nemusí. Organizátori bienále stavili na predstavovanie iba samotných značiek, čo môže byť v istom





UNILICENSE

zmysle zavádzajúce. Po prehliadke inštalácie súťažných návrhov však musím uznať, že aj samotné logá majú výpovednú hodnotu a bolo čo hodnotiť. Je iba škoda, že podujatia sa zúčastnil nízky počet súťažiacich, a to ako zo Slovenska alebo Českej republiky, ale aj ďalších krajín. Ja vidím medzeru v masívnejšej a intenzívnejšej propagácii celej súťaže. Viem si však predstaviť, že jej kvalita môže byť spôsobená obmedzeným rozpočtom alebo závislosťou od získania dotácie na samotné konanie bienále. Nechcel by som radiť organizátorom, domnievam sa však, že by ďalšiemu ročníku súťaže prospelo určité „porovnanie“ podmienok účasti, napríklad uvádzaním povinných údajov o značke (názov, klient, odbor podnikania firmy/inštitúcie, rok realizácie, prípadne uviesť, že logo nebolo realizované) tak, aby boli u všetkých porovnateľné. Explikáciu by som nechal nepovinnú, je na každom z účastníkov, či chce k práci niečo dodať. V prípade profesionálnej súťaže by som obmedzil vstup maximálne troch až piatich značiek na účastní-

ka a veľmi by som odporúčal súťaž profesionálov obmedziť iba na realizované logá. Domnievam sa totiž, že súčasťou dizajnerskej práce je dokázať u klienta svoj návrh presadiť a realizovať. Súťažiť s neúspešnými (hoci aj vydarenými) návrhmi z grafickej zásuvky nemá zmysel. V študentskej kategórii by som striktné uvádzal školu a študijný odbor súťažiaceho a pre aký typ spoločnosti je logo navrhnuté, aj keď ide o akademickú úlohu. Myslím si, že by to pomohlo naštartovať zdravú rivalitu medzi umeleckými školami.

Nezostáva nič iné, než popriať bienále do tretieho ročníka viac účastníkov a publicity. Myslím si, že má potenciál stať sa svojbytnou akciou svojho druhu. Navyše, účasť nie je pre samotných grafikov nijako časovo ani finančne náročná na rozdiel od iných profesných súťaží. Veď poslať PDF s jedným obrázkom hotovej práce a popiskou či explikáciou zaberie pár minút. Do toho!

#



Šperk Stret 2010

Konferencia Šperk Stret sa venuje oblastiam súčasného šperku, ktorý má mnoho tvárí a podôb. Koná sa každé dva roky a jej organizátorom a hositeľom je Vysoká škola výtvarných umení v Bratislave. Uplynulý ročník (21. – 22. 10. 2010) bol už štvrtým v poradí a jeho hlavnou témou bola rozmanitosť prístupov v tvorbe a prezentácii súčasného autorského šperku. Reflexia aktuálnych trendov v tvorbe umeleckého šperku a dizajnu v kontexte vývoja na svetovej scéne, výmena poznatkov a konfrontácia názorov a tvorivých prístupov sa tento rok niesli pod heslom Schmuck Causa. Pozvanie prednášať prijalo viacero známych svetových i domácich tvorcov.



P Zoskupenie šperkárov Stoss im Himmel pôsobí vo Viedni od roku 1996 ako otvorený ateliér i galéria. Projekty a aktivity jeho protagonistov v mnohých prípadoch presahujú hranice šperku. Obsadenie ateliéru sa časom obmieňalo, v súčasnosti toto združenie reprezentuje trojica zakladateľov – Birgit Wie, Caroline Ertl, Eva Tesarik, od augusta 2009 sa členmi stali Viktoria Münzker a Michelle Kraemer. Na konferencii prezentovali svoje fungovanie a práce v oblasti autorského šperku.

Holandská šperkárka Katja Prins študovala na Gerrit Rietveld Academie v Amsterdame a jej tvorba je známa vo viacerých krajinách. Hlavnou inšpiráciou jej kolekcií je vzťah medzi ľudským telom a mechanickými prístrojmi, najmodernejšie technológie v oblasti vylepšovania kvality nášho života, možnosti medicínskeho priemyslu. V prednáške s názvom Brave New World predstavila svoju doterajšiu tvorbu.

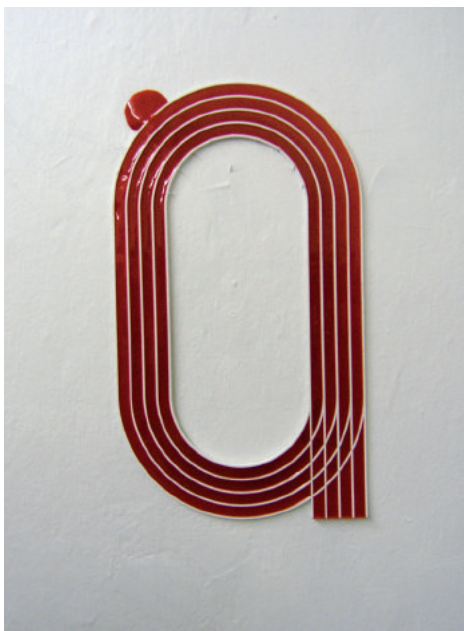
Mladý španielsky šperkár a dizajnér Marc Monzó študoval v Barcelone na Escola Massana. Jeho práce sa vyznačujú hravým a sviežim prístupom k forme a funkcii vytvoreného objektu. V prednáške okrem vlastnej tvorby priblížil aj svoje zaujatie zbieraním miniatúrnych, často banálnych objektov, ktoré ho inšpirujú k tvorbe originálnych dizajnerských kúskov.

Leo Cabellero, zakladateľ a prevádzkovateľ najdôležitejšieho online portálu o súčasnom šperku Klimt02, študoval šperk a dizajn na Escola Elisava v Barcelone. Od roku 2001 v spolupráci s Amadorom Bertomeuom prevádzkuje portál Klimt02. Od roku 2007 funguje aj ako „kamenná“ galéria súčasného šperku Klimt v španielskej Barcelone. Jeho prístup dokazuje, že v súčasnom svete je internet nedocenenitnou zložkou autorskej existencie.

Dizajnérka Nedda El-Asmar bola v roku 2007 vyhlásená za belgickú dizajnersku osobnosť roka. Študovala šperk a striebropectvo na Kráľovskej akadémii umení v Antverpách a svoje štúdiá dokončila na Kráľovskej akadémii v Londýne. Jej práce získali viacero uznání a cien doma aj v zahraničí. Od roku 2007 pôsobí ako profesorka na Kráľovskej akadémii umení v Antverpách. Jej

prednáška s názvom La passion des évidences azda najviac zaujala komplexným prístupom, od navrhovania až po realizáciu rozmanitých servisovacích, kovových i porcelánových objektov. Ursula Guttman, šperkárka a textilná výtvarníčka pochádzajúca z Rakúska, študovala v ateliéri textilu na Univerzite umení v Linzi. Absolvovala tiež renomovanú Gerrit Rietveld Academy v Amsterdame. Od roku 2000 s prestávkami pracuje vo vlastnom ateliéri v Linzi. Jej práca je inšpirovaná hlavne organickými formami, ktoré pretvára do objektov, pričom často používa netradičné materiály ako napríklad silikón, aby vyjadrila tému, ktorá ju najviac zaujíma – extenzie tela. V prednáške s názvom The Extension Impulse predstavila aj najnovšie interaktívne objekty reagujúce na dotyk pozorovateľa.

Výtvarník, šperkár i keramik Daniel Kruger pôsobí v súčasnosti ako vedúci ateliéru šperku na Univerzite umenia a dizajnu v Halle. Jeho tvorba má rozsiahly tematický záber a možno v nej okrem iného badať aj historické a etnické zdroje. Svoj príspevok na prednáške nazval Jewellery as Ornament Today a okrem vlastnej tvorby predstavil aj práce svojich študentov. Sochár a šperkár Karel Vratislav Novák dlhé roky pôsobil ako vedúci ateliéru Kov a šperk na Vysokej škole umeleckopriemyselnej v Prahe. Od roku 2009 pôsobí na rovnakej pozícii v novo otvorenom



↖ Výstava Ateliéru Stoss im Himmel v galérii KOGO New Promises.

→ Pavol Prekop 0:0, náhrdelník, z výstavy v Galérii Enter.





ateliéri šperku na Západočeskej univerzite v Plzni. Novákova tvorba sa dá len veľmi ťažko definovať konkrétnym odborom. Jeho práce charakterizujú presahy do inštalácií, kinetických objektov, architektonických objektov, fotografie a šperku v korelácii s ľudským telom. V prednáške Príbeh ako podstata šperku na príkladoch vlastných prác demonštroval dôležitosť idey pri tvorbe šperku.

Šperkár a sochár Martin Papcún z Čiech študoval v ateliéri Kov a šperk na VŠUP v Prahe. Popri tvorbe a vystavovaní momentálne opäť študuje pod vedením profesora Otta Künzliho na Akademie der Bildenden Künste v Mníchove. Vo svojej šperkárskej tvorbe využíva sochárske a architektonické prístupy. Publikum konferencie však paradoxne najviac zaujal projektom House, turned inside out, ktorý v roku 2009 realizoval v americkom Clevelande.

Šperkár, antropológ, organizátor workshopov Felix Urs Stüssi, pôsobiaci v nemeckom Freiburgu, študoval šperk a ornamentálny dizajn na Fachhochschule für Gestaltung vo Pforzheime. Neskôr tiež kultúrnu antropológiu na univerzitách v Heidelbergu a Freiburgu. V rámci Šperk Stretu sa prezentoval autorskou výstavou v priestoroch Goetheho inštitútu. Jeho záujem o mimoeurópske kultúry a predovšetkým africké umenie, prezentoval na konferencii erudovanej prednáškou o odlišnom vnímaní šperku v afrických krajinách.

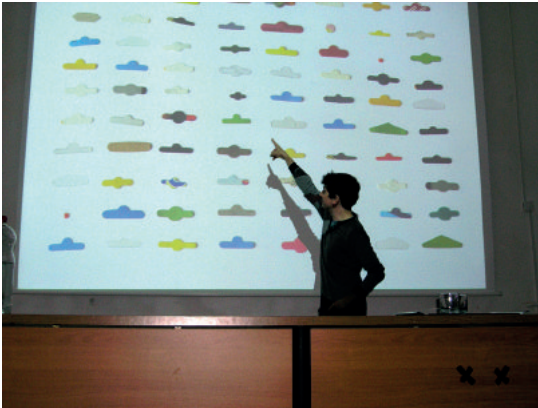
„Československá“ výtvarníčka Kata Kissovcy, ktorej práce balansujú na hraniciach rôznych výtvarných disciplín ako dizajn, socha, inštalácia, scénografia, je dcérou nedávno zosnulej slovenskej sochárky, medailérky a šperkárky Erny Masarovičovej. Jej dielu bola preto venovaná časť prednášky. V druhej časti predstavila fungovanie sympózia Hommage a Erna Masarovičová (socha, šperk, textil), ktoré sa koná v Bratislave a ktorého je organizátorkou.

Keďže ateliér s+m+l_XL Kov a šperk na VŠVU v Bratislave práve oslávil dvadsať rokov od svojho založenia, využili sme príležitosť predstaviť ho prítomnému európskemu publiku. Retrospektívny pohľad na jeho vývoj a ďalšie smerovanie v oblasti výtvarného šperku, ale aj dizajnu interiérových objektov bolo, dúfame, inšpiratívne a bude prínosné pri nadväzovaní kontaktov so školami európskeho významu. Prednáškovú miestnosť príznačne dopĺňala výstava Miesto činu študentov ateliéru s+m+l_XL Kov a šperk. Sprievodnými akciami konferencie boli viaceré prehliadky súčasného umeleckého šperku slovenských, ako aj zahraničných výtvarníkov, dizajnérov a študentov. Konferenciu sme zahájili výstavou rakúskych šperkárov Stoss im Himmel v galérii KOGO New Premises a prehliadkou už prebiehajúcej expozície Segment – polstoročie slovenského šperku v Galérii Medium. Výstava Segment predstavila profil súčasného slovenského umeleckého šperku vo výberovej kolekcii zakladateľských osobností tejto výtvarnej disciplíny až po nádejné talenty absolventov odboru Kov a šperk VŠVU v Bratislave. Výstava prezentovala výberový súčet spektra individuálnych tvorcov, autorov, čo sa podieľali na formovaní podoby slovenského šperku, a tých, čo umelecký šperk etablojú ako kreatívne výtvarné médium v európskom kontexte.

Paralelné výstavy zamerané na výtvarný šperk, organizované v mesiaci október, sledujú tendenciu urobiť z októbra „mesiac šperku“. Slovenská národná galéria pripravila výber z diela Antona Cepku, v Pálffyho paláci GMB sa na spoločnej autorskej výstave Temné záhrady prezentovali Bety K. Majerníková a Kristýna Španihelová, v Galérii X bola reinštalovaná medzinárodná výstava Inšpirácia papierom – šperk, v priestoroch ateliéru Stoss im Himmel medzinárodný putovný projekt Schmuck Wander. Ponúknutý priestor na prezentáciu svojej tvorby využili aj študenti a absolventi ateliéru s+m+l_XL Kov a šperk Lucia Bartková – Jewellery MODEL (Senelius), Matej Bezúch 03 / Pavol Prekop 0:0 (galéria Enter) a Slávka Ondrušová – LINKA (Next Apache), Lucia Gašparovičová – Goldfish Bowl (výklad zlatníctva Topas). Prínosom podujatia bola reflexia trendov umeleckého i vedeckého vývoja v oblasti súčasného šperku, ktoré prispievajú k integrácii v európskom kontexte a podnecujú široký záujem o túto sféru umenia na teoretickej i praktickej úrovni.

#





- ^ Felix Urs Stussi: Brošňa (z výstavy v Goetheho inštitúte).
- † Prednášajúci Marc Monzó.
- Publikum konferencie Šperk Stret 2010.
- ↓ Lucia Bartková, Jewellery Model, výstava v priestoroch Senelius.



Zimný prieskum na VŠVU v Bratislave



Rudolf Rusnák
ateliér keramiky
5. ročník
Pedagóg: MgA. Daniel Pirš

Reklamný predmet pre TANAP

Návrh vychádza z charakteru prostredia tejto chránenej oblasti. Využíva prvky, ktoré sa v prírode prirodzene objavujú, ako vyrezané srdiečka v kôre či bobrom ohryzené stromy. Taktiež ideovo nadväzuje na chránené pásma, ktoré sa ponechávajú takmer bez zásahu človeka, pri snahe zachovať jednoduchosť produktu.



Lucia Kováčiková
ateliér keramiky
3. ročník
Pedagóg: MgA. Daniel Pirš

Reklamný predmet pre ZOO Bratislava

Gorila je určená ako reklamný predmet pri príležitosti privítania goríl v bratislavskej ZOO v budúcom roku. V tomto prevedení je gorila vytvorená z porcelánu s prímiesou glazúry. Cieľom bolo vytvoriť reprezentatívny predmet aj s obalom. Vankúš, ktorý sa používa na zabalenie objektu evokuje gorilie hniezdo.



Peter Ďuriš
ateliér sklárskeho výtvarníctva
5. ročník
Pedagóg: Mgr. Art. Patrik Illo

Univerzálny pohár 2=3

Ideou bolo vytvoriť kalich, resp. pohár na tvrdý alkohol a vodu. Kalich na víno je vytvorený spojením dvoch pohárov (voda a tvrdý alkohol) pomocou systému neodymových magnetov. Tíe poskytujú dostatočnú magnetickú silu na malej ploche, takže jednoduchým mechanickým pootočením, potrasením alebo štrngnutím sa tvary navzájom neoddelia. Dizajn 2=3 spĺňa všetky základné funkčné, estetické a ergonomické parametre. Pridanou hodnotou je variabilnosť a hravosť.

Lukáš Ostriž
ateliér produkt dizajn
3. ročník
Pedagóg: Prof. Akad. Soch.
František Burian

Svietidlo

Hlavným inšpiračným zdrojom bolo svetlo miest a jeho vyžarovanie do kozmu. Centrálnym symbolom sa stala socha Atlaša, ktorý je mylne zobrazovaný so zemegulou. Keďže jeho trestom bolo nesenie nebeskej klenby, bol zobrazený v pôvodnom poňatí.



Slovenský dizajn získal ocenenia

Exponáty súťažného 22. bienále industriálneho dizajnu v Ľubľane BIO 22 už po druhýkrát vyberala medzinárodná porota. Keďže tento rok prihlásené diela pokrývali všetky oblasti dizajnu, bola rozšírená na deväť členov, ktorí posudzovali jednotlivé práce v troch skupinách. Celkovo to bolo 503 prihlášok z 34 krajín, z ktorých bolo do súťaže zaradených 132 prác z 24 krajín. Súťažné kritériá boli nasledovné: dielo malo mať prvky inovácie, jednoduchosti a zrozumiteľnosti, estetickú kvalitu, pričom malo využívať súčasné technológie.

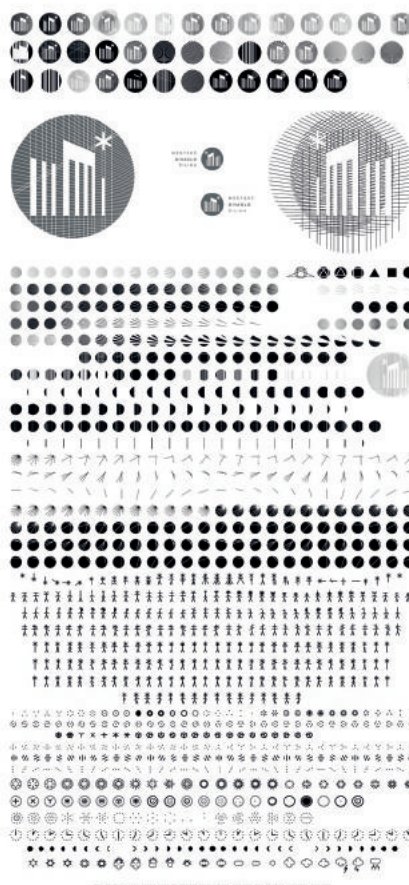
Aj z týchto dôvodov je potešiteľné, že v takejto konkurencii a určených súťažných podmienkach získal slovenský dizajn tri významné ocenenia.

Emil Drličiak získal Zlatú medailu za Logomapu a plagáty pre Mestské divadlo v Žiline (spoluautor loga Pavel Choma), a to „za inovatívnu kolekciu, ktorá pri zachovaní komplexnej identity umožňuje používať rôzne prostriedky, pričom jednotlivé komponenty môžeme chápať ako hercov na javisku“.

Čestné uznanie obdržalo štúdio Pergamen Trnava (Juraj Demovič, Lívia Lörinczová, spolupráca Ján Semanák, Jakub Dvořák) za dizajn obalov Tatratea. Štúdio Pergamen bolo tento rok za túto kolekciu ocenené aj ďalšou vysoko prestížnou cenou Red Dot.

Anton Zetocha, držiteľ Ceny ministra školstva SR v kategórii študentský produktový dizajn, ktorá bola udelená pri príležitosti Národnej ceny za dizajn 2009, získal za svetidlo Zíps v Ľubľane cenu Bio Quality Concept.

Blahoželáme!



Iný rozmer dizajnu v siedmej bienále v Saint-Étienne



↖ Bienále Saint-Étienne – pútač.

Text a foto Zdeno Kolesár

Iný rozmer dizajnu: siedme bienále v Saint-Étienne

udalosť 49



„Čo sa stane, ak sa dizajn oddelí od trhu? Ak dizajnér namiesto toho, aby techniku robil viac sexy, ľahšiu na zhodnotenie a konzum, využije jazyk dizajnu na kladenie otázok, inšpirovanie a provokovanie, aby preniesol našu predstavivosť do paralelných, ale možných svetov?“ Otázka, ktorú si položili britskí dizajnéri Fiona Raby a Anthony Dunn pri príprave jednej z expozícií tohtoročného bienále dizajnu v Saint-Étienne, by mohla byť mottom pre celé podujatie.

Iný rozmer dizajnu

AKTUÁLNE – udalosti

➤ Bienále Saint-Étienne – sprava Platine, vyhliadková veža a bývalá továreň na zbrane.





† Siedmy ročník Medzinárodného bienále dizajnu vo francúzskom Saint-Étienne sa od 20. novembra do 5. decembra 2010 konečne uskutočnil nielen v adaptovaných budovách bývalej továrne na zbrane, ale aj v impozantnej, pol kilometra dlhej novostavbe (la Platine), ktorej otvorenie sa niekoľkokrát odkladalo. Celkom oprávnené získalo prednádavným Saint-Étienne ako desiate svetové a druhé európske mesto prestížny titul UNESCO Mesto dizajnu. Súbor budov Cité du design zahŕňajúci okrem Vysokej školy umenia a dizajnu aj výstavné priestory a sídlo organizácie zameranej na rozvoj dizajnu funguje celoročne a veľkou mierou prispieva k tomu, že sa bývalé banícke mesto mení na modernú metropolu, kultúrnou dynamikou konkurujúcu neďalekému Lyonu.

Témou bienále tentoraz bola Teleportácia. „Hoci fyzická teleportácia ešte nie je reálna, digitálne technológie nám umožňujú teleportovať sa mentálne do ktoréhokoľvek virtuálneho priestoru, ktorý máme dnes k dispozícii,“ napísala v katalógu hlavná komisárka Constance Rubini. Väčšina exponátov sa však k ústrednej téme vzťahovala len voľne. Teleportáciu organizátori jednotlivých tematických celkov (bolo ich celkovo štrnásť) chápali skôr ako posun od riešenia funkčných, komunikačných a výrazových možností nových technológií k ich sociálnym, kultúrnym a etickým konzekvenciám.

Začnime expozíciou „Medzi reálnym a nemožným“, ktorú pripravila v úvode spomínaná britská dvojica Raby & Dunn, už z minulosti známa neortodoxným prístupom k dizajnu (predmety proti fóbiám, skleróze a pod.). Na rozdiel od ostatných čiastkových výstav kurátori boli aj autormi exponátov, či skôr konceptov. Ich dizajn návštevníkov uvádzal do alternatívnych oblastí ľudskej existencie. Zrejme zatiaľ neexistujúcich (?), ale v budúcnosti možných. Napríklad do sveta, kde jedna skupina ľudí „skenuje“ (kontroluje) mysl ostatných („dizajnom“ tu boli akési helmy týchto „skenovačov“), alebo iného sveta, kde komunita Foragers prispôbuje schopnosti svojho tela meniacim sa podmienkam na Zemi (tu zasa dizajn reprezentovali nadstavby ľudskeho tela, ktoré umožňujú alternatívny kontakt s prostredím). Raby & Dunn však tematizovali aj celkom reálny problém eutanázie prístrojom umožňujúcim dôstojný odchod človeka z tohto sveta.

Smrti, životu po smrti jednotlivca, ale aj po civilizačnom kolapse, sa dominantne venovala obsiahla expozícia Predpoveď, ktorej kurátorom bol mladý kritik dizajnu Benjamin Loyauté. Jeho „veštbá“ vyznela dosť pesimisticky. Dizajn po globálnej apokalypse reprezentuje napríklad interpretácia funkcionalistickej konzolovej stoličky od španielskeho dizajnéra Nacha Carbonella – nie však z dokonale spracovanej chrómovanej ocelevej rúrky, ale z primitívne ohýbanej rúry kdesi zo smetiska. Holanďanka Jo Meester vyrába keramikou ako v prehistorickú dobu a jej krajan Lex Pott nábytok hrubým otesávaním kameňa. „Archívne“ temné čierne exponáty od britsko-americkej trojice Toran, Kular a Jones zasa uvádzajú alternatívy dejinného vývoja: čajník s iniciálami AH a britským kráľovským znakom odkazuje k historickému diskurzu, v ktorom sa Hitler zmocnil vlády v Británii. Rozlámaná dýka zasa k príbehu, v ktorom bol Kristus po svojom návrate v roku 2401 zlikvidovaný sprisahancami neveriacimi v mier a lásku. Holandský dizajnér Daan Van der Berg preveruje dôsledky nezvládnutia digitálnych technológií. Jeho lampa s „nádormi“ ilustruje prenos počítačových vírusov do sveta reálnych trojrozmerných predmetov. Skutočnosť, že mnohí dizajnéri sa dnes pohybujú v oblasti kedysi vyhradenej voľnému umeniu a namiesto konvenčne vymedzovanej krásy ich zaujíma skôr „pravda“, potvrdzuje aj britský dizajnér Geoffrey Mann. Jeho porcelánový čajník v tvare vnútornosti akoby manifestačne popieral ruskinovskú tézu o tom, že škaredé, bežne neviditeľné veci ako jaskyne či vnútorné orgány sa nemajú prenášať do sveta umenia. Polemiku s predstavou, že len človek tvorí dizajn, už dávnejšie rozvinula švédská skupina Front. Tentoraz zasa holandská skupina EDHV predstavila stoličku sformovanú podľa skenovania pohybu hmyzu.

Z viacerých dizajnérov, ktorí tematizovali „život po...“ vo väzbe na existenciu jednotlivca, spomeňme britských dizajnérov Jamesa Augera a Jimmyho Loizeaua. Ich projekt Afterlife predstavil truhlu s prístrojom, ktorý umožňuje získať z tela zosnulého energiu na nabitie batérie. Tá potom podľa želania v zámere môže poslúžiť na rôzne účely (súčasťou projektu bola pravdepodobne skutočná anketa, v ktorej jeden respondent navrhol využiť batériu na svietiacu vianočnú guľu, ktorá by raz za rok pripomenula blízkym jeho pamiatku, iný na vibrátor pre potešenie milovanej osoby).





K trocha morbidnej atmosfére tejto časti bienále s dominantnou témou „afterdesignu“ prispievala vôňa kadidla šíriaca sa priestorom (konceptuálne dielo Francúza Christiana Astuguevieilla), ale aj práce britského dizajnéra Revitala Cohena, ktoré v intenciách tesnejšieho spojenia sveta ľudí a zvierat predstavili prístroje spájajúce krvný obeh alebo dýchanie človeka a zvierata.

Humánne aspekty dizajnu zdôraznila výstava Pohyblivé mesto, pripravená hlavnou komissárkou bienále Constance Rubini. Sústredila sa napríklad na revitalizáciu mestského života, jednoduchú a prostrediu neškodiacu dopravu (bicykle, elektromobily, miniatúrne automobily) alebo prostriedky na prežitie pre ľudí bez domova. Alarmujúce čísla rastu populácie v Číne, Indii či južnej Amerike upozorňovali na dôležitú úlohu dizajnu pri zabezpečovaní dôstojného života v svetových veľkomestách. Na spoločensky osočný dizajn sa zamerala aj výstava novinárky a stálej spolupracovníčky Cité du design Claire Fayolle Zajtrašok je dnes (išlo už o jej tretiu edíciu v rámci bienále). Jej ústredným motívom bolo zmysluplné zhodnocovanie energie. Philippe Starck tentoraz neohuroval najnovším dizajnom stoličky z atraktívneho materiálu, ale inováciami vrtulí veterných elektrární. Na úsporu energie sa zamerali aj najnovšie prototypy elektromobilov firiem Renault a Peugeot a ďalšie dopravné prostriedky. Podľa vystavených užitočných predmetov do domácnosti sa dá v blízkej budúcnosti očakávať oveľa výraznejší vstup alternatívnych, energeticky úsporných technológií aj v tejto oblasti. Komerčný rozmer, bežne dominujúci na svetových prehliadkach dizajnu, prekročil aj jeden z najúspešnejších dizajnérov súčasnosti Konstantin Grcic. V nezvyčajnej úlohe kurátora vytvoril obsiahlu expozíciu s názvom Komfort, v ktorej analyzoval rôzne oblasti ľudskej existencie, do ktorých dizajn vstupuje, ale ktoré si možno v prvoplánovej súvislosti s komfortom málokto spojí. Pre Grcica komfort reprezentuje nielen iPhone, bezdotykový kľúč k najnovšiemu BMW či dokonale ergonomická kancelárska stolička, ale aj nožnice pre ľavákov, audio-kniha alebo dokonalá protéza.

Demokratický rozmer dizajnu zdôraznila aj časť bienále venovaná národným expozíciám. Japonsko sa namiesto high-tech produktov predstavilo tradičnými výrobkami z dreva a papiera, Fínsko vystavilo súčasné interpretácie tradičných japonských nožov, španielsky dizajn reprezentovali mladí tvorcovia. Dizajn mladých či dizajn pre mladých ostatne tvoril súčasť viacerých expozícií a tomu zodpovedala aj bohatá účasť mladých návštevníkov na bienále. Tému tohtoročného bienále Teleportácie najdôslednejšie naplnila rovnomená expozícia študentov francúzskych a zahraničných vysokých škôl zameraných na dizajn. Vytvorili fiktívnu firmu orientovanú na výrobu, distribúciu a marketing teleportačných prístrojov. Tie zatiaľ len oslivo blikali alebo ostali na papieri, no možno o pár rokov... Tvorbu mladých grafických dizajnérov predstavila expozícia N-1 2010. Zahrnula tradičné disciplíny grafického dizajnu ako navrhovanie písma, ale aj tvorbu informačných kódov pre budúcnosť, presahy reálneho a virtuálneho sveta či komentáre k ľudskému vizuálnemu vnímaniu. Návštevníci bienále tiež mali možnosť prezrieť si priestory Vysoké školy umenia a dizajnu Saint-Étienne, kde svoje práce predstavili študenti postgraduálneho štúdia dizajnu, ktoré táto škola zaviedla ako prvá vo Francúzsku.

Siedme medzinárodné bienále dizajnu sa okrem areálu Cité du design odohrávalo aj v ďalších výstavných priestoroch v Saint-Étienne: v Múzeu moderného umenia mohli návštevníci vidieť divadelne koncipovanú výstavu stoličiek Transparentnosti, v Umeleckopriemyselnom múzeu obsiahlu expozíciu talianskeho dizajnéra Maurizia Galanteho. Súčasťou bienále bola tradične i expozícia v neďalekom mestečku Firminy s unikátnym súborom stavieb Le Corbusiera. Spomenúť treba aj rad podujatí Bienále Off v dizajnerských obchodoch aj súkromných bytoch. V texte katalógu ku 6. medzinárodnému bienále dizajnu Saint-Étienne organizátori deklarovali cieľ vo vystavenom dizajne „akcentovať otázky identity, inakosti, nových životných štýlov, teritórií, výskumu, nových potrieb, snov, materiálov a výroby a prísť s odpoveďami viazanými na sociálne kontexty a kultúrnu rôznorodosť“. Možno konštatovať, že v siedmom ročníku sa im k tomuto cieľu podarilo opäť viac priblížiť.

#





- † Fiona Raby, Anthony Dunn: Foragers. Foto: Jason Evans.
- Revital Cohen: Life Support. Foto: Revital Cohen.
- ✓ Lex Pott: Kameň a priemysel.
- ↓ Geoffrey Mann: Cross-Fire Series.



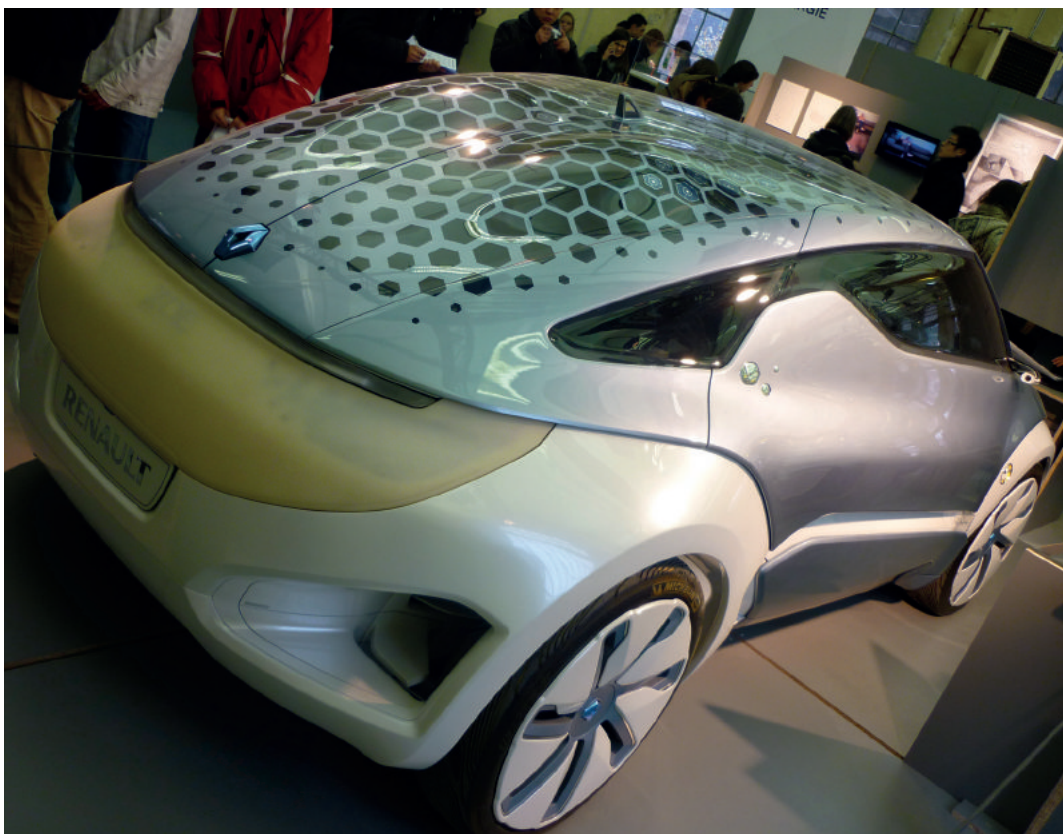


- ← Michael Rakowitz: Príbytok ParaSITE.
- † Philippe Starck: Vrtuľa pre elektrárňu Bramac.
- ✓ Kaname Okajima: Sedadlá POD. Výroba Idee Co.
- † Daan Van der Berg: Merrick.
- Maurizio Galante: Sedadlá Tato Tattoo. Výroba Cerruti.
- Elektromobil Renault Zoe Z.E.



AKTUÁLNE – udalosti







Heikki Matiskainen: Fínske sklárske múzeum v Riihimäki



Výstava Oheň a ľad, ktorá bola do 14. januára 2011 otvorená v priestoroch dvorany Ministerstva kultúry SR, bola zorganizovaná Fínskym sklárskym múzeom. Pri tejto príležitosti sme sa zhovárali s pánom Heikim Matiskainenom, riaditeľom múzea v Riihimäki. Fínske sklárske múzeum bolo založené v roku 1961 a počas svojej dlhej histórie sa venuje propagácii a podpore fínskeho skla. Od roku 1981 sídli v niekdajšej továrenskej budove v Riihimäki. Neorientuje sa len na súčasné sklo, ktoré predstavuje v pravidelných prehliadkach doma i v zahraničí, ale aj na spracovávanie historického skla.





↖ Múzeum 2008.

Foto: The Finnish Glass Museum / Päivi Kekäläinen.

↑ Vitríny v expozícii.

Foto: The Finnish Glass Museum / Päivi Kekäläinen.

Múzeum fínskeho skla bolo založené v roku 1961. Aká je štruktúra múzea v súčasnosti? Koľko priestoru majú krátkodobé expozície a koľko dlhodobé?

Fínske umelecké sklárstvo a dizajn dosiahli v 50. a 60. rokoch veľmi dobré výsledky na medzinárodnej úrovni a toto dedičstvo je dôležitou témou v rámci nášho múzea. Máme tri priestory, približne 700 m² je určených na krátkodobé expozície a 1 000 m² na stálu expozíciu. Máme štatút národného múzea a v rámci výstav sa zameriavame najmä na medzinárodné výmeny.

V rámci kontinuálneho projektu Finnish Glass Lives mapujete dianie na domácej sklárskej scéne vždy za posledných päť rokov. Ako hodnotíte tento projekt? Aké sú možnosti a obmedzenia súčasnej sklárskej tvorby vo Fínsku?

Témou projektu je dlhodobé dokumentovanie diania na sklárskej scéne vo Fínsku v päťročných intervaloch. Získavame tak informácie o vznikajúcich dielach a zároveň nám to poskytuje realistický pohľad na fínsku scénu. Výstava potom putuje ďalej, čo nám umožňuje prezentovať fínske umelecké sklo aj na medzinárodnej úrovni. Vo Fínsku je podpora sklárskej tvorby zo strany verejnosti veľmi dobrá. Slabiny vnímam v rámci zdrojov na podporu sklárskych ateliérov, vo vzdelávaní, profesionálnych pedagógoch a grantovom systéme.





Od 24. septembra 2010 je vo vašom múzeu výstava slovenskej sklárskej tvorby. Je to prvý projekt zameraný na súčasnú slovenskú sklársku tvorbu vo vašom múzeu? Koľkí slovenskí umelci v ňom mali samostatné výstavy?

V roku 1992 sme predstavili poslednú spoločnú česko-slovenskú výstavu skla a v roku 1994 sme v spolupráci s národnou galériou predstavili veľkú výstavu slovenského skla, na ktorej bolo prezentovaných vyše tridsať umelcov a ich tvorba počas troch dekád. V roku 2007 mal v Riíhimiäki samostatnú výstavu Palo Macho. Práve prebiehajúca výstava slovenskej sklárskej tvorby pozostáva z diel od štrnástich slovenských umelcov. Táto výstava sa neskôr presunie do Tallinu a Petrohradu.

V Bratislave súčasne prebiehala výstava fínskeho skla. Išlo o váš prvý projekt na Slovensku?

V rokoch 2008 a 2009 naše múzeum predstavilo výstavu Fínska sklárska tvorba 2000 – 2005 v Košiciach a Banskej Bystrici. Musím povedať, že záujem o túto výstavu bol na Slovensku veľmi veľký. Výstava Oheň a ľad, ktorá bola do 14. januára otvorená v priestoroch dvorany Ministerstva kultúry SR, bola výberom toho najlepšieho a najkvalitnejšieho, čo môže súčasný fínsky sklársky dizajn ponúknuť.

- ↖ Vitríny v expozícii múzea, sklo z konca 50. rokov. Hore: Inkeri Toikka, Kaj Franck, Nanny Still: Harlekiini, dole: Kaj Franck, Tapio Wirkkala, Helena Tynell: Hyrrä. Foto: The Finnish Glass Museum / Päivi Kekäläinen.
- ↗ Riikka Latva-Somppi: Rozliaty obsah. Rôzne techniky, 2008.
- Jenni Liikanen: To som ja. Fúkané pieskované sklo, 2008.
- ↘ Kirsti Taivola: lampa. University of Art and Design, Helsinki. Fúkané sklo, drevo, 2009.
- ↗ Jan Torstensson & Tuulikki Tähtivaara-Torstensson. Čiastočne tavené sklo, 2008.

Múzeum fínskeho skla je zavedenou inštitúciou, ktorá má navyše veľmi dobrú povest'. Ako vidíte budúcnosť vášho múzea?

Tvrdo sme pracovali na tom, aby sme dosiahli istú pozíciu na sklárskej scéne v medzinárodnom meradle. Udržať si tento status aj v súčasnosti pre nás znamená snažiť sa byť stále lepší. Dobrý výber výstav, vyrovnané financovanie, plány a propagácia v médiách nám zabezpečia úspech aj v budúcnosti. Bez kvalitných umelcov a ich diel by však existencia našej inštitúcie nemala zmysel.

#







Škola ako stredobod myslenia a tvorby

Časť VI.

O študentoch a žiakoch XIII

„Bauhaus? Veď to je len taká obyčajná stredná škola,“ poznamenal istý významný historik umenia. Nie je teda scestné venovať toľkú pozornosť bratislavskej škole, ktorá ani len tou strednou nebola? I keď mala štatút majstrovského stupňa pri učňovských školách, s výnimkou dvoch oddelení v posledných rokoch svojej existencie¹ fungovala po celý čas len ako škola večerná.

† Avant 36, detail pozvánky na maškarný festival.

Ak však táto škola skutočne pohla dejinami slovenského vizuálneho umenia a hmotnej kultúry, zaslúžili sa o to najmä jej učitelia. Žiaci ani tu, podobne ako na Bauhause, svojich pedagógov zväčša neprerástli. Dôvody však boli odlišné od tých v Nemecku.

Pre Bratislavu 20. rokov sa stalo príslovečným, že bolo viac kurzov a prednášok, než sa nazbieralo účastníkov. Neraz sa začínalo s dvadsiatimi frekventantmi a končilo sa s jedným. Najpočetnejšie boli zastúpené živnosti a remeslá: typografi, fotografi, zámočníci, stolári, maliari izieb, obchodníci, úradníci, študenti.² No keď sa pred typografom objavila vidina budúcej možnosti realizovať pri sádzacom stroji nie návrhy iných, ale svoje vlastné, keď pred stolárom vyvstala nádej, že bude môcť vymýšľať iné tvary stoličiek, než predpisovali obligátne vzorníky, potvrdila sa platnosť ruskinovskej teórie o potrebe radosti z manuálnej práce a záujem o kurzy kreslenia a reklamy vzrastal. A to aj napriek tomu, že mladým sa neraz do učenia veľmi nechcelo. Školská mládež „celkom neoprávnene hľadá s dešpektom a nedôverou na remeslá,“ vyjadril sa psychológ, „a radšej sa rozhoduje k ďalšiemu štúdiu, často do budúca beznádejnému“³.

ŠUR navštevovali talentovaní absolventi učňovských škôl a mladí ľudia z praxe,⁴ ale aj vzdelené dámy zo spoločnosti, študenti stredných a najmä vysokých škôl, ktorých priťahovalo výtvarné umenie, aj takí, čo snivali o štúdiu na akadémiách krásnych umení a chceli nadobudnúť prípravné vzdelanie.

Navštevovať kurzy, napriek všetkému, bolo v móde. Aj odtiaľ sa odvíjalo, najmä zo začiatku, zloženie frekventantiek a frekventantov budúcej ŠUR: herečka Ljuba Hermanová, Aša Kostlivá, dcéra známeho chirurga, manželka spisovateľa Ela Šándora Olga, sestra Janka Alexyho Zuzana Zemanová (Seemannová), sestra Ľudovíta Fullu... Neskôr sa do filmovej školy zapísala iná začínajúca a budúca

- 1 Vo Výročnej zpráve učňovských škôl v Bratislave a večernej školy umeleckých remesiel 1930-31 sa píše o škole s troma večernými kurzmi, ktorá začala svoju činnosť 1. 11. 1928.
- 2 HOŘEJŠ, A. O kurzoch a prednáškach. In Slovenská grafia 1, 3 - 4, s. 10.
- 3 ČEČETKA, J. Psychotechnický ústav a učňovská otázka. In UŠ + ŠUR 1931-1932. Výročná zpráva odborných učňovských škôl a školy umeleckých remesiel v Bratislave. Ed. J. Vydra Bratislava : 1932, s. 50-51.





slávna herečka Dana Medřická, v tom čase s angažmán v brnianskom divadle. K Funkemu do fotografického oddelenia chodil JUDr. Vladimír Clementis, ku Galandovi Július Kálmán, niekoľkí hotoví maliari alebo budúci študenti výtvarných akadémií Ludo Procházka, Martin Tvrdoň, Ľudovít Kudlák, Ján Želibský, Ester Fridriková (Šimerová), Vladimír Bahna, Dagmar Rosůlková, Martin Brezina sa učili u Fullu, Galandu, Rossmanna, Horovej, Trösterera...

Musela tu, pravdaže, vzniknúť aj istá asymetria, ktorá vyplynula z intelektuálnych daností žiakov, zo stupňa ich zručnosti či technickej pripravenosti. A prirodzene, najmä z miery ich výtvarného nadania. Funke napríklad takto komentoval svoj prvý učiteľský dojem: „Spráskl jsem ruce. To je úplně ngramotný materiál, ti lidičky si představují nějaký začátečnický kurz, že je budu učit vyvolávat...“⁵ No to bol len dočasný stav, lebo ani tí, čo neovládali remeslo, sa nezaobišli bez výučného listu a museli si ho získať dodatočne.

Aby ŠUR mohla plniť úlohu majstrovskej školy, prechádzali budúci žiaci sitom dosť náročného výberu. Nie cestou zvyčajných prijímacích skúšok, ale prostredníctvom inštitúcie pracujúcej na vedeckej báze. Hneď na začiatku, roku 1929, vznikol pri učňovských školách Psychotechnický ústav, ktorý založili a sformovali dvaja zaníetní mladí absolventi filozofie z pražskej Karlovej univerzity, riaditeľ ústavu Josef Stavěl a asistent Juraj Čečetka, obaja budúci univerzitní profesori. Táto inštitúcia sa zakrátko usídlila priamo v budove učňovských škôl, no mala širší okruh pôsobnosti vďaka záujmu, ktorý vyvolala medzi bratislavskými a nielen bratislavskými remeselníkmi a živnostenskými korporáciami.

Psychotechnický ústav skúmal záujemcov o štúdium z viacerých hľadísk, presnejšie povedané, nasledoval sa len jeden cieľ. Skúmali sa mentálne a telesné danosti uchádzača a miera jeho talentu, aby absolventi oboch škôl dosahovali čo najvyššiu úroveň. A zisťovala

† Študenti ŠUR v triede, v pozadí M. Galanda.

- 4 V školskom roku 1931/32 navštevovalo ŠUR 16 maliarov izieb, 20 typografov, 3 knihári, 10 fotografov, 8 stolárov, 4 stavební technici, 5 vysívačiek, 10 dámskych krajčírov, 16 obchodných zamestnancov, 5 vysokoškolákov, 4 učelia, 2 kamenári, 14 rôznych povolání. Pozri: ŠUR Výročná zpráva Školy umeleckých remesiel (zatiaľ večerných kurzov). Bratislava 1931-32, s. 9.
- 5 DUFEK, A. Jaromír Funke 1896-1945. Brno : 1996.





- †† ŠUR a UŠ - kresliarsky ateliér.
- † ŠUR a UŠ - veľká sála s javiskom.
- Čestná vstupenka na 1. maškarný festival, 1934.
- Ladislav Csáder: Plagát k telocvičným slávnostiam RTJ, 1935.



- 6 ČEČETKA, J. O zisťovaní a posudzovaní výtvarného nadania u mládeže. In Výtvarná výchova I, zv. 1, 1935, s. 39.
- 7 ČEČETKA, J. Deti, ktoré kreslia. In Výtvarná výchova II, zv. 2, 1936, s. 21-23.
- 8 FULLA, L. O najmenších umelcoch. In UŠ +ŠUR. Sletka škôl v novej budove. Výročná zpráva učňovských škôl a školy umeleckých remesiel v Bratislave 1934-35. Bratislava : 1935, s. 21.
- 9 ČEČETKA, J. Psychotechnický ústav a učňovská otázka. In UŠ+ŠUR 1931-1932, s. 49-50.
- 10 Tamže, s. 51-52.
- 11 STAVĚL, J. Spolupráca Psychotechnického ústavu s Učňovskými školami. In Výročná zpráva učňovských škôl a večernej školy umeleckých remesiel v Bratislave za školský rok 1930-31. Bratislava : 1931, nestr.

sa povaha výtvarného nadania: či uchádzač uprednostňuje čiaru, plochu, alebo objem, či má viac zmyslu pre farbu, alebo tvar, aké vlastnosti materiálu ho priťahujú.

Ústav mal vyberať a triediť. Ale mal aj formovať. Juraj Čečetka bol presvedčený, že sa nedá začať „so zvelaďovaním tých dispozícií, ktoré sa psychologicky zistili. Čaká »prevýchova«, odvykanie od konvenčných spôsobov znázorňovania. Individuálne typologické vlastnosti, tvorivá fantázia, osobný postoj k veciam býva často u mladého človeka spútaný, zavalený množstvom konvencií. Úlohou školy je uvoľniť ho z týchto pút, aby sa mohol prepracovať k vlastnému výrazu“⁶.

Iný prístup si vyžadovali detské kurzy. „Ponechať úplnú voľnosť pri tvorbe neznamenalo by ešte výchovu a tvorenie nových hodnôt,“ tvrdil Čečetka, „detské výtvary často majú len efemérny charakter, sú budované na chvíľkovom dojme, neraz sú príliš osobné. Detská skúsenosť sa ešte nevliala do sociálneho toku.“⁷ Podobne ako psychológ uvažoval aj učiteľ Ludovít Fulla. O detskom výtvarnom prejave písal ako o nezávislom od vôle a riadenom podvedomím, a to až dovtedy, kým sa dieťa nedostane do rozpakov z pozornejšieho vnímania skutočnosti, „keď jeho rozumové schopnosti sú vyvinutejšie, pochop bystrejšie než dispozície vyjadrovacie“⁸. Tento rozpor sa dieťa potom často pokúša prekonať napodobňovaním. Nielen prírody, ale aj umenia, a to, podľa Fullu, všetky jeho voľné druhy, od kubizmu cez dadaizmus a montáž až po abstrakciu. Vyšetrovali sa duševné a fyzické danosti dieťaťa a miera jeho výtvarných schopností. Preto nestačilo len vyhľadávať detské talenty, ale bolo treba dať im umeleckú prípravu, vyzbrojiť ich technickou pohotovosťou a naučiť ich ovládať rôzne materiály.

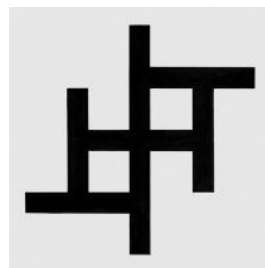
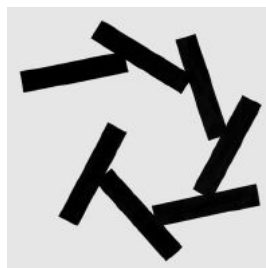
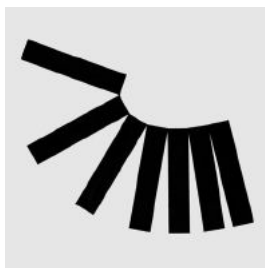
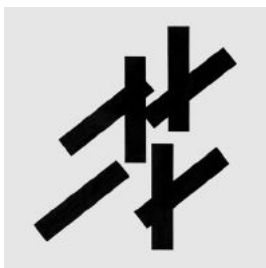
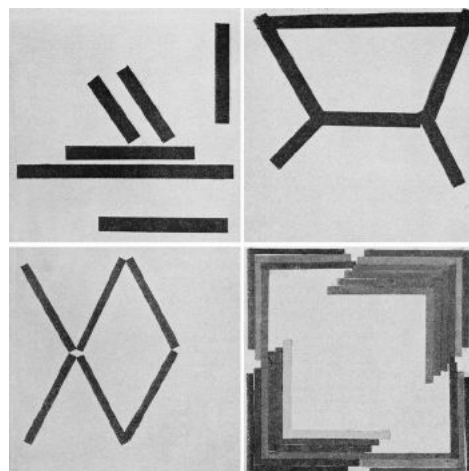
A ešte niečo hralo v práci Psychotechnického ústavu dôležitú úlohu, možno rozhodujúcu. „Dnešná doba potrebuje podnikavých a kvalitných remeselníkov, špecialistov, schopných konkurenčného boja,“⁹ tak charakterizoval aktuálnu požiadavku súčasnosti psychológ Juraj Čečetka. Pre ústav to znamenalo pokúšať sa „zracionalizovať a vedecky usmerniť metódy výcviku“¹⁰. A to bez zbytočných strát času a energie. Josef Stavěl v tejto súvislosti poukazoval na „psychologicky veľmi pekne prepracované systémy“¹¹ ekonomickej výučby v niektorých nemeckých továrňach.

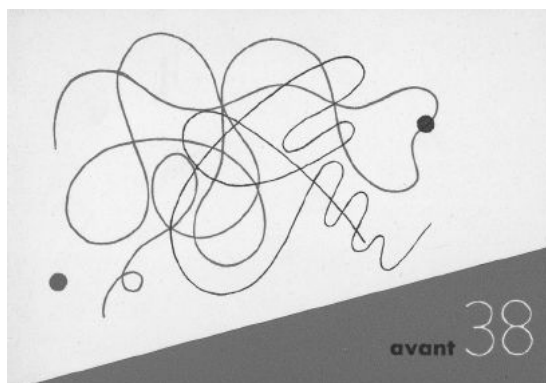
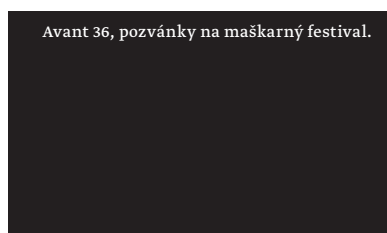
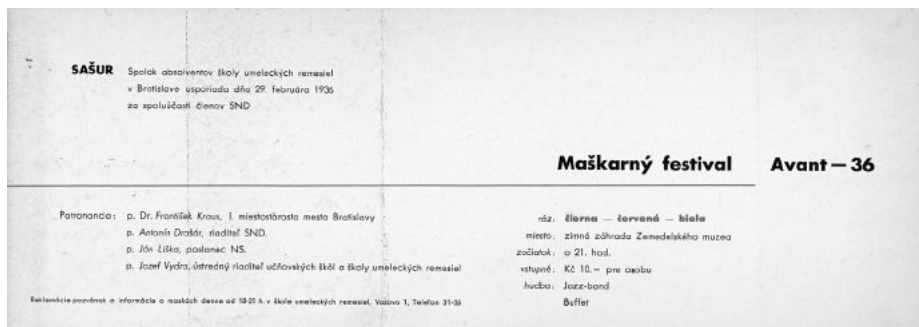






- Reklama na kurz rytmickej gymnastiky Věry Sladkej.
- T. Honty: Štúdiá z oddelenia reklamy a grafiky, učiteľ M. Galanda.
- Testy kreativity pomocou komponovania papierových pásoč. Z výskumov Dr. J. Čečetku v Psychotechnickom ústave.
- Ladislav Csáder: Kompozičné cvičenie z odd. Z. Rossmanna.







U nás, pravda, bol naporúdzi najmä batovský príklad zo Zlína. Padla tu už zmienka o tom, že v škole, prevažne na učňovskom stupni, sa skúmali okrem duševných aj fyzické, a teda i zdravotné dispozície uchádzačov. A tu sa stretávame s nezvyčajnou, ba až prekvapujúcou dôkladnosťou. Zaslúžil sa o ňu mestský a školský lekár MUDr. Arnošt Rosíval, ktorý napríklad v rokoch 1932 a 1933 prezrel 1 493 mladých ľudí. Opakované vyšetřovanie rôznych porúch zraku (53 krátkozrakých, 7 ďalekozrakých, 22 prípadov zápalu spojiviek a viečok a 5 prípadov trachómu), nahluchlosť a jeden prípad hluchoty boli zistené v 34 prípadoch, medzi nimi tiež 11 neliečených hnisavých zápalov stredného ucha, z 362 prípadov zlého chrupu došlo k výraznejšiemu zlepšeniu najmä u dievčat. Úroveň výživy bola nízka u 47 žiakov, zväčšenie štítnej žľazy sa zistilo u 39, pľúcnymi ochoreniami trpelo 47 a srdcovými ochoreniami 9 študentov. Ďalšie boli krivcové zmeny a zlé držanie chrbtice, kožné choroby benígne aj infekčné, zväčšenie mandlí, v 8 prípadoch odporúčené na operáciu a pod.¹² V tejto neradostnej situácii však nemalo zostať iba pri slovách. Dôraz sa kládol nielen na potrebu liečiť neliečené, ale zvyšovať telesnú kondíciu mladých ľudí preventívne, čo najčastejším pohybom a pohybom na čerstvom vzduchu. Najlepšie v lesoch na Kamzíku alebo člnkovaním a plávaním na Železnej studienke. Tam sa mal pre školu postaviť víkendový dom, no aj ten, žiaľ, ostal iba nesplneným snom.

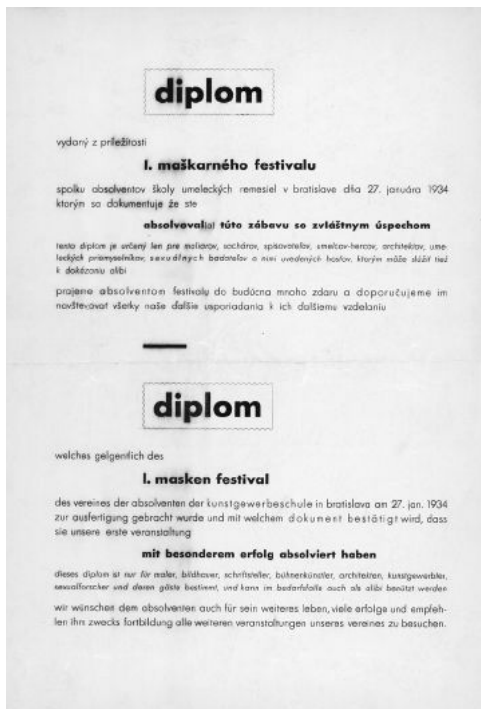
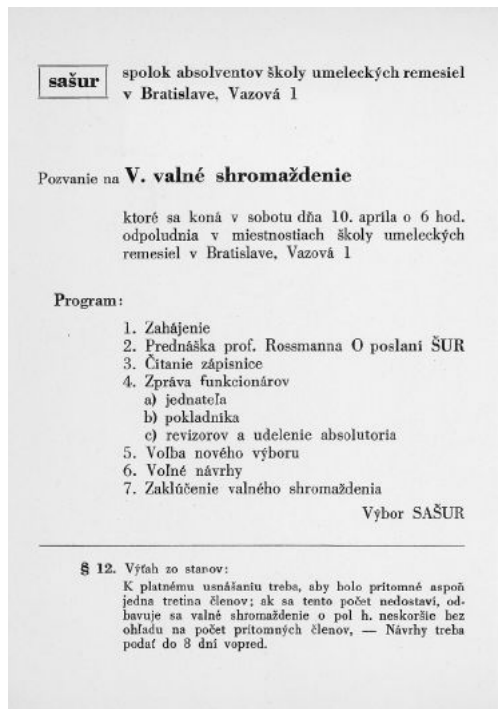
Keď sa sen nesplní, ako to už býva, napokon neostane iné, len vidieť veci s humorom. „... hybajte von na čunder do prírody a do lesa. Tu v týchto chatách je miesto pre dve osoby. Architekt Ferdinand Hrozinka, božský tvorca týchto rozkošnických chát, pracuje šesť dní na svojom diele a siedmy deň sa tam kaja! Pripojte sa k možnostiam modernej weekendovej kultúry, vezmite svoju squaw do pravice a do ľavice kus dobrej slaniny...“¹³

To sú slová jedného zo študentov, ktorý takto komentoval priebeh tomboly na karnevale bratislavskej školy. V oblasti zábavy, zdá sa, Bauhaus so svojimi slávnosťami, s prežívajúcim pomenovaním „bauhausfeste“, čiže maškarné bály či plesy, znamenal pre ŠUR vskutku priťažlivý vzor. Najmä preto, že ani vo Weimare, ani v Dessau spravidla nešlo o bežné tanečné radovánky ale o niečo

† Návrh pre reklamnú firmu Redopa (Figaro).

- 12 ROSÍVAL, A. Lekárska zpráva. In Výročná zpráva odborných učňovských škôl a školy umeleckých remesiel v Bratislave. Bratislava : 1933, s. 19-20.
- 13 Komentár k tombole na maškarnom festivale ŠUR.





↑ Pozvanie na V. valné zhromaždenie SAŠUR.
↗ Diplom 1. maskarného festivalu, 1934.

- 14 ACKERMANN, U. Bauhaus Parties
- Histrionics between Eccentric Dan-
cing and Animal Drama. In Bauhaus.
Ed. Jeanine Fiedler, Peter Feierabend.
Güttersloh : 1999, s. 126-139.

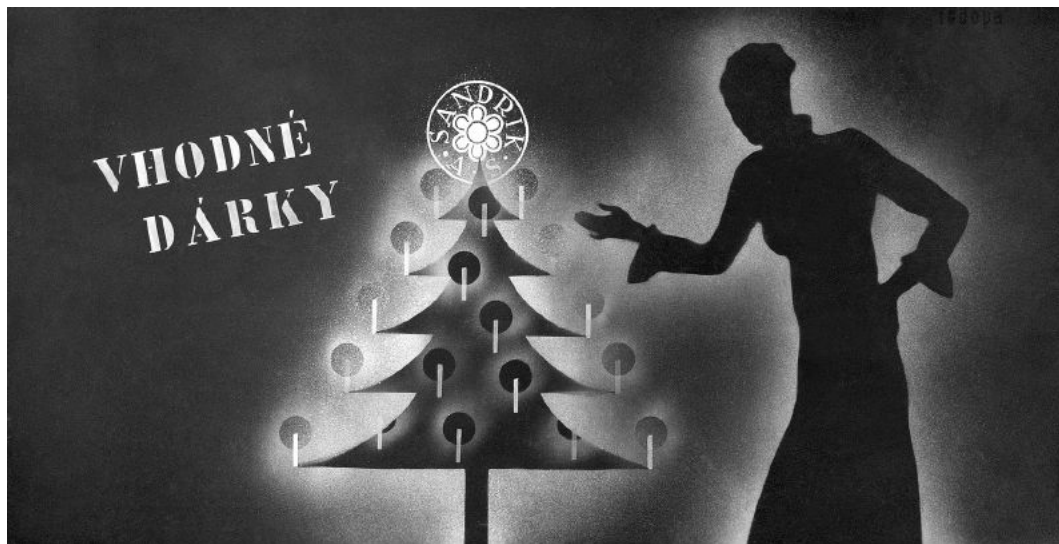
naviac, o pôvodný bizarný nápad a o myšlienku, vyjadrenú slovom, originálnym výtvarnom či pohybom, materiálom alebo farbou: „kvetinový ples“, „bál kovový a zvončekový“, „karneval z 2/3 bie-ly“¹⁴ a pod.

V Bratislave musel byť pozoruhodný ten prvý karneval, kde sa na javisku vo veľkej sále predvádzala priam mejerchoľdovsko-biomechanická produkcia tanečníkov s kostýmami v parížskej modrej pred rovnako modrým pozadím na drevenej, rýdzo konštruktivistickej scéne. Nasledoval maskarný festival nazvaný „Avant - 36“ v čierno-červeno-bielej farbe či „Avant - 38“ s podtitulom ríša podvedomia.

Žiaľ, po Bauhause hrajúcom, tancujúcom, džezujúcom ostalo veľa skvelých, prekvapivých a vtipných fotografií, no po škole umeleckých remesiel a Učňovských školách nič. Tak to aspoň vyzerá, hoci sa domnievam, že ony niekde sú, zaprášené na pôjdach či v pivni-
ciach, len ich s dostatočným zaujatím nehľadáme.

Namiesto fotografií však ostalo aspoň zopár rukou písaných textov. Tie, tónom mierne znevažujúcim, ale školskou vrchnosťou povoleným, sprevádzali zrebovanie diel pedagógov venovaných do plesovej tomboly. O Fullovi: „Nemusíte mať strach, moje dámy a páni, pristúpte bližšie, čo tu vidíte, je suprematizmus. Nemusíte sa červenat, čo tu vidíte, nie je krížovka a nie je to ani žiadna choro-
ba, suprematizmus je úplne bezpečný. Nehľadajte v tom obraze ani žiadnu tendenciu, ani žiaden význam.“ O Galandovi: „Muž s dušou, ktorý napriek tomu, že bol zvolený za predsedu Umeleckej besedy, je významným slovenským umelcom. To, čo tu vidíte, nie je ležiaci losos ani sardinka, ale nahá žena, a to žena čítajúca. Tu máte dielo opravdivého lyrika. Lebo čo by robila táto nahá žena, keby náš maliar nebol lyrikom? Čítala by...?“ „Toto tu nie je ani plátno, ani olej, toto všetko je plech. Keď zaklopete na túto hlavu, ozve sa vám





prázdnota, lebo architekt František Tröster rád sa zrieka vnútorného obsahu, keď sa zachová vonkajšia štruktúra, konštruktivismus nie je uňho len prázdne heslo.“ O Zdenkovi Rossmannovi: „Malé písmenká, ale veľký dojem – typizácia, harmonizácia, terorizácia...“ Možno by sa dalo k tejto tombole dodať, že takýto druh humoru musel prejsť na Slovensku dlhšiu cestu a vyvíjal sa pomalšie, opatrnejšie a menej odvážne než naše umelecké školstvo.

Tunajšie karnevaly usporadúval a organizačne sa o ne staral Spolok absolventov ŠUR zvaný SAŠUR, presnejšie, jeho zábavný výbor. Toto spoločenstvo, do ktorého najviac energie vložila keramikárka Dagmar Rosůlková, sa stalo akousi malou galériou, ktorá sa so zápalom podieľala na príprave výstav školských i dovezených alebo prenášaných do zahraničia v rámci rozsiahlejších československých expozícií. SAŠUR usporadúval tiež vystúpenia hercov zo Slovenského národného divadla, čítanie poézie, hudobné sólové alebo komorné koncerty a pod.

Stretávanie osadenstva školy v dielňach, knižnici, v Psychotechnickom ústave či v ambulanciách pri vyšetrovaní tela i duše, rozhovory na výstavách, nepovinných prednáškach, to všetko upevňovalo vzájomné kultúrne kontakty vo vnútri školy tak aj smerom von. A pravdaže aj pri zábave a tanci v spoločenstve profesorov, učiteľov, študentov s pozvanými hosťami, členmi kuratória, mestskou honoráciou, so živou tanečnou hudbou a temperamentnou cigánskou muzikou.

A čo bolo dôležité možno najviac, ako sa postupne ukazovalo, že sa stávajú pravdou slová ministra Dérera, prednesené pri otvorení novostavby UŠ a ŠUR: „... táto škola je produktom aj rôznych národností obývajúcich toto naše mesto. Práve škola, kultúra a hospodárstvo je tým faktorom, kde rôzne protivy, ktoré medzi národnosťami sú, najľahšie sa dajú vyrovnať. Preto táto škola nech je školou práce a národného porozumenia, školou republiky...“

† Návrh pre reklamnú firmu Redopa (Sandrik).

#





Ideológia v grafickom dizajne

Preklad časti rozhovoru so švédskym grafickým dizajnérom Nillem Svenssonom (www.nillesvensson.com) bol vybraný z knihy The Reader (Sternberg Press, 2009). Kniha je súčasťou projektu Iaspis Forum on Design and Critical Practice, ktorý viedli Magnus Ericson, Sara Teleman, Zak Kyes, Jonas Williamson a Martin Frostner.



Nille Svensson je švédsky grafický dizajnér a ilustrátor. V roku 1997 absolvoval Vysokú školu umenia, remesla a dizajnu v Štokholme. Spolupracoval so značkami ako H&M, Sony, Ebay a Volkswagen. Je spoluzakladateľom agentúry Sweden Graphics, vydavateľstva Pocky a výtvarného magazínu Konstnären. Podieľal sa na založení firmy Pubilt.se, ktorá sa zaoberá vydavateľskou technológiou. Učí grafický dizajn a prednáša po celom svete.





Keď hovoríme o dizajne a ideológii, vstupujeme do rozsiahleho komplexného priestoru. Naším zámerom je naviazať na diskusiu o kritickom, investigatívnom dizajne. Začnime teda všeobecnou otázkou. Čo znamená ideológia pre teba ako grafického dizajnéra? Myslím si, že väčšina ľudí používa termín „ideológia“ v analytickom alebo imperatívnom zmysle. Ideológia zahŕňa jednanie na to, čo predstavuje spoločnosť, a potom, ako by sa mal človek na základe tohto názoru správať. Pravdepodobne by sa tieto dve chápania dali rozdeliť na „ideológiu“ a „etiku“, ale myslím si, že všeobecná definícia môže byť v tomto kontexte užitočná. Keď hovoríme o ideológii vo vzťahu ku grafickému dizajnu, princípy a metódy, ktoré dizajnéri používajú vo svojej kreatívnej práci, môžu byť tiež považované za formu ideológie. Inými slovami, definícia „ideológie“ sa môže skladať z toho, v akom vzťahu je grafický dizajnér/ka s okolitým svetom a aký má vzťah ku kreatívnemu procesu. Aby sme v tom mali jasno, ja by som rozlišoval medzi týmito pojmami a „vnútornú“ formu ideológie by som nazval „metódou“. Ideológia a metóda sa navzájom ovplyvňujú a spoločne tvoria to, čo by sme mohli nazvať ideológiou dizajnu. Uvediem príklad: dizajnéri, ktorých súčasťou „vonkajšej“ ideológie je silné environmentálne presvedčenie, môžu cítiť ako povinnosť prispôbiť svoje metódy a používať iba recyklovaný papier. Takto potom ideologicky motivovaná metóda vyústi do konkrétneho estetického vyjadrenia. Dizajnér, ktorý inklinuje k street artu ako metóde, sa bude ako súčasťou svojej metódy pravdepodobne zaoberať témami individuálnych práv vo verejných priestoroch. Toto sú priamotvorné príklady. Nie je však potrebné dodávať, že si vieme predstaviť oveľa komplexnejšie vzťahy medzi ideológiou a metódou. V obidvoch prípadoch ovplyvňovanie medzi ideológiou a metódou môže byť obrátené.



Si ideologicky motivovaný, alebo sa len zaujímaš o ideológiu? Kto je dizajnér-ideológ?

Čím silnejšie je vzájomné ovplyvňovanie medzi metódou a ideológiou vzhľadom na vyššie uvedenú definíciu, tým si ideologickejší dizajnér. Existujú tri dôležité aspekty takto definovaného dizajnér-ideológa. Ideológia neznamená len dávať formu myšlienkam o spoločnosti, politike a podobne (prúdenie medzi ideológiou a me-

tódou), ale dizajnárske a estetické postoje môžu byť chápané ako východiská pre vzťah k spoločnosti (prúdenie medzi metódou a ideológiou). Nemôžete definovať dizajnéra ako ideológa na čisto abstraktných podkladoch. Definícia závisí od skutočnosti, že prúdenie medzi metódou a ideológiou a súvislosti, ktoré tak vznikajú, existujú. Preto by sme nemali chápať ideológiu ako istý druh kvality alebo charakteristickej črty dizajnéra. Lepšie povedané, ideológia je opis okolností, za ktorých dizajnér tvorí svoj dizajn. Je rozdiel medzi dizajnér-ideológom a osobou, ktorá sa zaujíma o ideológiu a pracuje ako dizajnér. Niektorí dizajnéri nespájajú metódu a ideológiu, kým v inom význame môžu byť považovaní za angažovaných.

Ja osobne sa ako dizajnér pohybujem v tejto definícii. Zaujímam sa o ideológiu aj vo všeobecnej, aj v osobnej rovine, ale nie vždy je to na mojom dizajne okamžite vidieť. Niekedy vytváram ilustrácie a menej náročné dizajnárske práce, kde môžem dať ideológii voľno. Tiež však moje odborné znalosti a čas venujem na tvorenie dizajnu v súvislostiach, o ktorých si myslím, že zodpovedajú môjmu ideologickému presvedčeniu. Napríklad som spoluvlastníkom a občasným dizajnér-ideológom spoločnosti, ktorá vydáva knihy o spoločenských a sociálnych témach. V tomto kontexte však radšej rozmýšľam o mojom dizajne ako o nástroji na dosiahnutie ideologických cieľov, ktoré sú mimo mojej dizajnárskej identity.





Je dôležité mať sformulovaný ideologický základ, ak niekto pracuje s dizajnom? Ako je tvoj spôsob práce ovplyvnený tvojím vzťahom k ideológii? Odmietol si napríklad zákazky z ideologických dôvodov?

Stále si myslím, že je dobré to niekedy urobiť. Vlastná ideológia je súčasťou osobnosti, takže keď sa snažíme zapojiť vlastnú ideológiu do dizajnu, staneme sa viac osobne zaangažovanými vo svojej práci, čo vedie k lepšiemu dizajnu. Aspoň ja tomu verím. Osobný prístup uľahčuje dizajnérom nájsť si „svoje“ publikum a klientov, ktorí budú chcieť, aby robili to, v čom sú dobrí, čo je fajn z veľa dôvodov. Som presvedčený, že to, že som úspešný ako dizajnér, je hlavne z toho dôvodu, že v mojom dizajne je cítiť autora, môj osobný „hlas“. Úspech je z veľkej väčšiny daný výsledkom v správnom kontexte.

Na základe toho, čo som doteraz povedal, sa stále snažím udržať nažive názor, že som povolaný vyjadrovať svoju ideológiu v mojom dizajne a mať na to prostriedky. Tiež sa snažím vyjadrovať svoje názory v spolupráci s klientmi. Myslím si, že profesionálna situácia je často perfektné fórum, kde môžeme predstaviť svoju ideológiu. Keďže si zainteresovaný ako expert, klienti zvyknú rešpektovať tvoj názor. Navyše, často máš demograficky blízko k ľuďom, s ktorými pracuješ, čo znamená, že tvoje názory majú ešte väčšiu hodnotu.

Názory sú zväčša formované a definované v sociálnom kontexte, čo môže byť problém, ak chceš nastoliť zmenu. Je jednoduchšie prijať názory, ktoré sú vyjadrené ľuďmi, s ktorými sa môžeš identifikovať. Ak vo svojej skupine vyjadríš odlišný názor, zrazu sa stane prijateľným. Môžeš rozbiť apatickú pasivitu a naznačiť, že je sociálne akceptovateľné myslieť si a povedať určité veci. Toto môže byť prvý krok pre ostatných, aby zvážili možnosť zmeny svojich názorov. Z vlastnej skúsenosti viem, že ako dizajnér sa môžeš ocitnúť v situácii, keď dokážeš presadiť názory bez toho, aby si skutočne niečo riskoval.

Ovplyvnili tvoja výchova a fakt, že si vyrastal vo Švédsku (v krajine, ktorá rovnako ako Holandsko podporuje sociálne zabezpečenie a rovnosť), tvoj prístup k ideológii v profesii grafického dizajnéra?

Áno, myslím si, že áno. Učia vás, že ideológia má vysoký štatút. Je dobré upozorniť na to, že si sociálne uvedomelý a vzdelaný. Je to súčasť ideálov osvietenstva, ktoré v našej časti sveta chápeme ako základnú myšlienku v rámci dedičstva americkej a francúzskej revolúcie. V tomto svetle je zaujímavé sledovať aktuálnu diskusiu o tom, že zvýšená životná úroveň v krajinách ako Rusko a Čína nevedie automaticky k demokracii a rovnosti.

Môže dizajn spraviť svet lepším? Má grafický dizajn dôležitú úlohu v spoločnosti?

To je ťažká otázka. Takmer každá informácia, ktorá prechádza spoločnosťou, je „nadizajnovaná“, takže z tejto perspektívy je grafický dizajn ak už nie dôležitý, tak aspoň extrémne prítomný. To tiež znamená, že grafickí dizajnéri sú zapájaní a priamo zodpovední za to, ako a aké informácie idú do obehu. A to je tiež dôvod, prečo ja verím, že grafickí dizajnéri môžu mať väčší vplyv prostredníctvom svojej profesie ako prostredníctvom dizajnérskej estetiky.

Vytvoril vývoj západnej spoločnosti nový základ pre ideologickú diskusiu v rámci dizajnu? Zažívame formálny posun? Dala by sa porovnávať súčasná situácia s tým, čo sa dialo na konci 60. a začiatkom 70. rokov 20. storočia?

Jedna vec, ktorá sa zmenila, je, že súčasná diskusia je možno viac introvertná. Veľa sa hovorí o schopnosti dizajnu zmeniť svoju tvár a kontext, radšej ako o snahe zmeniť a ovplyvniť svet mimo dizajnu. To je aspoň môj dojem. Dizajnéri, ktorí sa definujú ako kritickí a konceptuálni, sú veľmi naklonení diskutovať a pracovať na možnostiach dizajnu. Tieto problémy a takéto prístup vyvolávajú mnoho reakcií. Ja tvrdím, že táto paradigma, ak sa vôbec dá nazývať paradigmou, sa viac zaoberá metadiskusiou o dizajne ako napríklad hnutie v roku 1968. Vizualne disciplíny boli vtedy väčšmi podriadené sociálnemu daniu, ktoré malo za cieľ úplnú transformáciu spoločnosti. A tak bol dizajn chápaný ako nástroj vo vzťahu s ideológiou, v porovnaní s tým, ako tomu je dnes. Toto tvrdenie vychádza zo skutočnosti, že konceptuálny grafický dizajn má veľmi komplikovaný vzťah ku svojmu vlast-



nému výzoru. Namiesto výberu formy vo vzťahu ku konceptuálnemu obsahu zadaného projektu sa vygeneruje neformálny katalóg vizuálnych kódov a estetických znakov v snahe vyjadriť spojenie s týmto hnutím. Nevieť, či je to kvôli nedostatku integrity medzi dizajnérmi, alebo to vychádza z kolektívnej potreby dekonštruovať tradičný estetický vzťah grafického dizajnu v snahe zdôrazniť intelektuálnu stránku. Možno treba držať viac pokope, a tak získať silu na posun dopredu.

Tiež by som rád tento fenomén začlenil do väčšej, všeobecnejšej spoločenskej tendencie imitovať a asimilovať sa do sveta umenia. Presadzujem termín „postart“ na opisanie tejto novej situácie, pretože spočíva vo všeobecnom chápaní sveta umenia ako najúspešnejšieho a najdynamickejšieho hodnotového systému postkapitalizmu. Umenie dokázalo zahrnúť všetky hodnotové systémy bez toho, aby stratilo svoj status. Dokáže byť naraz super komerčné a idealistické, s osobným výrazom a so sociálnym zameraním, konzervatívne a radikálne atď. „Umeleckosť“ sa stala žiadanou kvalitou vo viac obsiahlej a užitočnej podobe ako kedykoľvek predtým a ostatné kultúrne manifestácie sa snažia byť zahrnuté do umenia alebo imitovať umenie. To má vplyv na to, akú pozíciu sa snaží zaujať móda, reklama, dizajn, literatúra a iné pridružené formy kultúrneho vyjadrovania. Obchody imitujú umelecké galérie, komerčné filmy imitujú umenie inštalácií, dizajnéri bojujú za autonómiu, vydavatelia sa snažia obnoviť tradíciu kníh ako zberateľských predmetov na trhu, ktorý komunikuje s trhom umenia, a tak ďalej... Existuje množstvo príkladov a mnohí iní už lepšie vysvetlili výraz postart ako ja. Čo chcem však povedať je, že táto otázka patrí do väčšieho, interdisciplinárneho fenoménu, kde sa dizajn snaží byť viac ideologickým, aby sa tak priblížil umeniu.

Keď porovnávam situácie z minulosti a súčasnosti, treba vziať do úvahy, že súčasný svet dizajnu je ako systém viac komplexný, má viac vrstiev a segmentov. Existuje tiež stredná vrstva, ktorá prostredníctvom svojej spätnej väzby ovplyvňuje vývoj dizajnu v miere, akú sme dosiaľ nevideli. Keď o mne po prvýkrát napísali v časopise, že som „úspešný a vplyvný dizajnér“, bol som prekvapený a samozrejme polichotený, ale skoro som si uvedomil, že podobné tvrdenie má veľa významov. Slogan časopisu hovorí: „Toto je časopis, ktorý predstavuje len súčasných vplyvných

a úspešných dizajnérov.“ Časopisy sú produkty, a ako také si chránia svoj status tým, že zvyšujú status dizajnérov, o ktorých píšú. Takže máme väčšiu spoluprácu medzi médiami a dizajnérmi, tak ako je tomu aj v iných kultúrnych sférach. Tento proces môže sám osebe vytvoriť „potrebu“ dizajnérov, ktorí sa profilujú novými spôsobmi. A platformy médií dávajú dizajnérom možnosti vysvetliť ideológiu, ktorú podchycujú svojou prácou, čo robí ich tvorbu účinnejšou a celú stratégiu úspešnejšou.

Aký je tvoj názor na kritický, investigatívny dizajn? Majú umenie a dizajn v tomto smere rovnakú funkciu?

Pokiaľ máš „funkciu“ na mysli schopnosť odovzdať informáciu, rozhodne verím, že ju môžu mať. Zdá sa mi však, že veľa súčasného grafického dizajnu, ktorý sa snaží naplniť túto funkciu, bojuje s nájdením adekvátneho výrazu. Ak sa chce grafický dizajn posunúť od umeleckého remesla a stať sa autonómnou formou výrazu, musí to spraviť demonštrovaním svojej výnimočnej hodnoty – dokázať, že existujú metódy, s ktorými grafický dizajn môže komunikovať spôsobom, ktorým ostatné disciplíny nemôžu. Vystaviť grafický dizajn spolu s vysvetľujúcimi textami plnými intelektuálnych diskusií a vygooglených citácií nepomôže, ak dizajn sám osebe nedokáže obsiahnuť všetko, čo si prajeme, aby obsahol, alebo tvrdíme, že obsahuje. Závídím niektorým iným remeselným disciplinám, najviac keramike a sklu, ktoré dokázali získať vstup do konceptuálnych salónov bez toho, aby stratili kontakt so svojím médium. Malými premenami a permutáciami efektívne vytvorili nové významy a stále pôsobia vo sfére svojej disciplíny v rozpoznateľnej miere. A robia to bez toho, aby budili dojem, že tvorca je zaseknutý v tradícii alebo médiu. Naopak, máte dojem, že to nemohlo byť vyjadrené žiadnym iným spôsobom. Možno grafický dizajn trpí nejakým komplexom menejcennosti a túžbou byť intelektuálne náročný s výsledkom, že dizajnér sa hýbe príliš rýchlo a vyrovnáva to v iných smeroch, takže potom forma zaostáva. Tiež môže byť problém v tom, že grafický dizajn vo svojej tradičnej úlohe často reprezentuje niečo iné a zriedkakedy dáva do popredia sám seba – a tak začať statusom grafického dizajnu môže byť zložité, ak je sám status príliš nízko. Napríklad taká dizajnérka váha už sama osebe naplňuje mnohé požiadavky na autonómiu a dizajnérsky status, čo robí jednoduchším brať ju ako východiskový bod.

#





The Home Book

FKG: Barcelona 2009



¶ Objemná kniha ponúka obrazový materiál dokumentujúci podobu súčasných obydľí. Editor Simone K. Schleifer v úvode hodnotí svoj zámer: „Hoci sme v období hospodárskej nestability, obnovenie našich domov a vytvorenie nového okolia môže znamenať nový začiatok, ktorý nám prinesie pohodlie a naplní nás radosťou, a to aj bez veľkých finančných investícií. Ako sa vyslovil už Albert Einstein, kríza je momentom zrodu vynálezu a nových kreatívnych stratégií.“ Fotografie, prevažne interiérov, sú inšpiráciou, a ako hodnotí editor, aj príležitosťou k zmene. Kniha predstavuje celostránkové obrázky s krátkou informáciou o dome a architektovi, ktorý ho realizoval. Projekty domov sú doplnené pôdorysom. Úvod stručné popisky sú uvedené v štyroch jazykoch (angličtina, nemčina, francúzština, holandčina). Kniha môže byť inšpiráciou ako pre odborníka, tak i pre laika. Ako uvádza editor, i detaily hrajú v priestore dôležitú úlohu: „Voľba osvetlenia, materiálov, nábytku a detailov v našom obydľí sú závislé od našich potrieb a osobnosti. Z nášho domu vytvárajú priestor, ktorý sme vytvorili a v ktorom sa cítime dobre, je našou osobnou oázou.“

#





Claire Zimmerman:

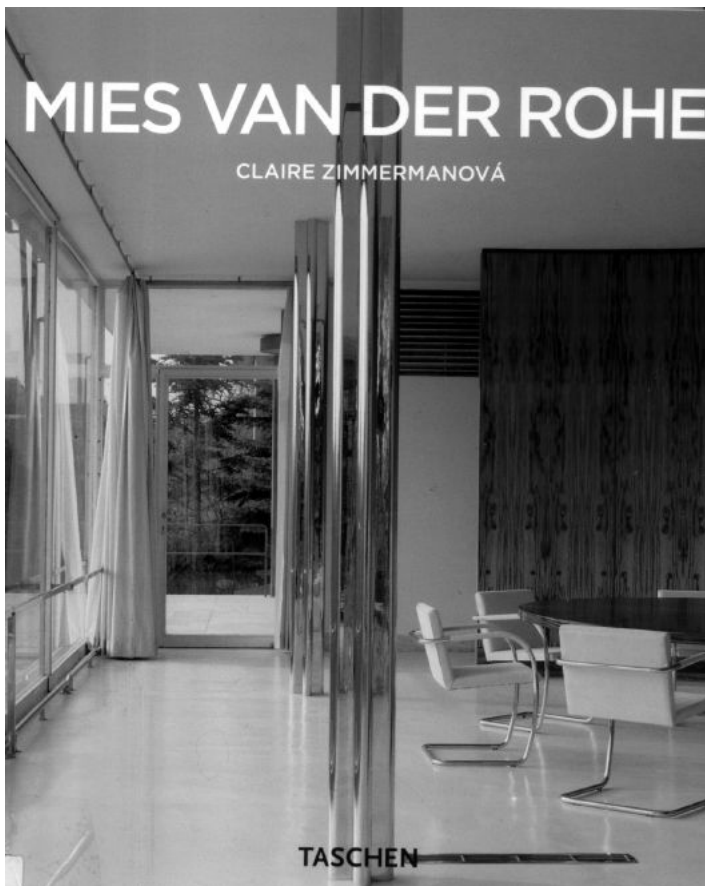
Mies van der Rohe

Taschen/Sloart: Köln 2007

P Ludwig Mies van der Rohe (1886 – 1969) bol jedným zo zakladateľských osobností modernej architektúry. Známy je svojimi mottami „menej je viac“ a „Boh je v detailoch“. V architektúre hľadal rafinovaný výraz prostredníctvom minimálnych prostriedkov. Využíval moderné materiály ako oceľ a priemyselné tabuľové sklo, ktoré definovali vnútorné priestory. Jeho architektúra je charakteristická predovšetkým pocitom slobody z voľne plynúcich línii, interiér sa prepája s exteriérom.

V publikácii sú tiež ukážky jeho interiérovej tvorby, nábytok navrhoval najmä do roku 1938, pred odchodom do Ameriky. Táto kniha sa zaoberá viac než dvadsiatimi jeho projektmi, ktoré vznikli v období rokov 1906 – 1967, či už je to Riehl dom v Postupime, dom Lange a Esters v Krefelde, pavilón na Svetovej výstave v Barcelone, vila Tugendhat v Brne, alebo početné stavby v Illinois ako Institute of Technology, dom Farnsworth, Crown Hall, Seagram Building v New Yorku, Lafayette Park v Detrote a mnohé ďalšie. Každá kniha z tejto série ponúka podrobný chronologický prehľad diela z hľadiska jeho historického a kultúrneho významu, početnú obrazovú prílohu realizácií, projektových kresieb, súkromných fotografií a stručný životopis autora.

#





Knižnica SCD:

Zaujímavé knižné prírastky v roku 2010

Knížničný fond v Knižnici SCD sa usilujeme pravidelne dopĺňať o nové, zaujímavé tituly z oblasti dizajnu, architektúry a umenia. Minulý rok nebol výnimkou a naši čitatelia si môžu vybrať spomedzi viacerých prírastkov – od veľkých, bohato ilustrovaných výpravných publikácií po teoretické monografie a zborníky.

Jeden z trendov v súčasnom dizajne a architektúre predstavuje orientácia smerom k ekologickým a trvalo udržateľným riešeniam. Publikácia **Eco-Design** (Silvia Barbero a kol., 2009) z odborného vydavateľstva h.f.ullmann upriamuje svoju pozornosť práve na spomínanú filozofiu, ktorej podstatou je zodpovedný prístup k vývoju nových produktov tak, aby čo najmenej zaťažovali životné prostredie. Túto stratégiu je potrebné mať na pamäti už v prvých fázach životného cyklu produktu a taktiež treba pri dizajne počítat aj s jeho ekologickou likvidáciou. V knihe **Eco-Design** nájdete zaujímavé produkty a objekty, ktoré vyhovujú súčasným ekologickým trendom. V tejto súvislosti spomeňme podobne orientovanú knihu zo spomínaného vydavateľstva **Eco-Houses** (Barbara Linz, 2009), zameranú na architektúru obytných priestorov. Nemenej zaujímavá je v tomto smere aj pútavo spracovaná teoretická odborná publikácia od Tonyho Frya **Design Futuring** (2009) z vydavateľstva Berg. Medzi hlavné témy patria udržateľnosť, etika a nové prístupy k dizajnerskej praxi. Je členená na tri hlavné časti, ktoré sa venujú novým pohľadom na kontexty súčasného dizajnu a jeho prax, na strategické myslenie a dlhodobé plánovanie budúcnosti. Prijemnou črtou tejto knihy je členenie jednotlivých častí na krátke a výstižné kapitoly, v ktorých sa dá dobre orientovať, čo z nej robí „dobrého spoločníka“ pre študentov a teoretikov so záujmom o danú problematiku. Na záver ešte spomeňme zbierku prednášok – teoretických esejí s názvom **Sustainable Alternatives in Design: It's High Time We Start Losing Time** (ed. Barbara Predan, Cvetka Požar, 2009), ktorú vydalo Múzeum architektúry v Lublane. Spoločným menovateľom jednotlivých fundovaných príspevkov je filozofia, ktorá interpretuje dizajn ako jeden z možných nástrojov na riešenie problémov týkajúcich sa prostredia, v ktorom žijeme.

Okrem teoretických kníh, ktoré sa venujú riešeniam seriózných problémov súčasnosti a blízkej budúcnosti, však pribudli do nášho fondu v minulom roku aj optimisticky ladené a vtipne spracované knihy. Medzi ne určite patrí napríklad aj **The Disposable Skateboard Bible** (vyd. Gingko Press, 2009) od Seana Clivera, ktorá mapuje najzaujímavejšie grafické kreácie na skejtbordových doskách od 60. rokov až po koniec milénia. Prehľadná encyklopedická forma poskytuje dobrý prehľad nielen o vývoji výtvarných postupov v rámci tejto špecifickej subkultúry, ale môže byť zaujímavou inšpiráciou aj pre grafických či produktových dizajnérov. **Stuffz** (Bigbros Workshop, 2009) je názov ďalšej zaujímavej publikácie z dielne amerického vydavateľstva Gingko Press – tá zaujme nielen vtipným stvárnením obálky, ale aj samotnou témou, ktorou je aplikácia dizajnu na konkrétne materiály. Na rôznych príkladoch z praxe zahŕňajúcich módu a architektúru, textil, nábytok, keramiku či hračky jej autori ukazujú najrôznejšie zaujímavé riešenia, ktorými sa môžu nechať inšpirovať tak malé dizajnerské štúdiá, ako aj veľké koncerny.

Textilných a módných dizajnérov nepochybne zaujme dvojdielna veľkoformátová kniha s množstvom fotografií z vydavateľstva Taschen **100 Contemporary Fashion Designers** (ed. Terry Jones, 2009). **A Cultural History of Fashion in the Twentieth Century: From the Catwalk to the Sidewalk** (Bonnie English, 2007) je pre zmenu teoretická monografia z vydavateľstva Berg, ktorá mapuje svetovú módu v kultúrnom kontexte minulého storočia. Z trocha iného súdka je ďalšia spomedzi noviniek venovaných móde: **Móda a reklama: učíme sa od svetových fotografů** z vydavateľstva Slovart (2007) od autorky Magdalene Keaney. Predstavuje celý rad zaujímavých módných fotografií doplnených praktickými radami a rozhovormi s poprednými módnymi fotografmi. Kniha s módnou tematikou dopĺňa aj ďalší zväzok edície **Dějiny odívání**, ktorá vychádza vo vydavateľstve Lidové noviny: **Boty, botky, botičky** (2009) od autorky Miroslavy Štýbrovej.





Za grafický dizajn spomeňme zaujímavý kreatívny počin s názvom **StarType_** (Stankoci, Bálik, Šicko, 2010), ktorý vydala bratislavská Vysoká škola výtvarných umení. Kniha svojím spracovaním presahuje klasické príručky pre tvorbu písma, pričom vychádza z kontextu slovenského jazyka, ktorý svojimi špecifickými nárokmi predstavuje zaujímavú typografickú výzvu. Cieľom knihy a rovnomenného projektu je vybudovanie dostatočného odborného zázemia pre slovenskú typografiu. Zaujímavá je aj novinka švajčiarskeho vydavateľstva Rotovision s názvom **Graphics Explained**. Postavená je na zaujímavom nápade: sedem renomovaných dizajnérov sa vyjadruje k siedmym témam z praxe, ktoré sú predstavené v jednotlivých kapitolách. Tie pojednávajú o rôznych modelových situáciách, v ktorých sa môže dizajnér ocitnúť, napríklad „nový klient“, „nízky rozpočet“ či „pracovný nával“ (rush job). Výsledkom je spolu 49 zaujímavých osobných pohľadov na rôzne problémy, doplnených konkrétnymi príkladmi.

Medzi našimi čitateľmi sú žiadané aj praktické príručky kreslenia a skicovania, isto preto mnohých poteší, že sa naša knižnica rozrástla o tituly ako **How to Illustrate and Design Concept Cars** (Adrian Dewey, 2009) z vydavateľstva Veloce Publishing, zameraná na zvládnutie kreslenia skíc automobilových konceptov. Procesu automobilového dizajnu sa venuje aj **H-POINT: the Fundamentals of Car Design & Packaging** (Stuart Macey, Geoff Wardle, vyd. Design Studio Press, 2009). Nové knihy o skicovaní dopĺňa **Sketch: Houses** (Alejandro Bahamón, vyd. FKG – Loft Publications, 2008). Kniha na konkrétnych príkladoch prác a k nim sa vzťahujúcim náčrtom a skiciam od jednotlivých architektov ukazuje, ako je možné pristupovať k projektovaniu budov.

Okrem všetkých týchto kníh sú v našom fonde pravidelne zastúpené aj rôzne výročné publikácie svetových dizajnerských organizácií či firiem, za všetkých spomeňme napríklad ročniku vydanú Design Forum Finland pod názvom Finnish **Design Yearbook 2010-11** (ed. Anne Veinola, 2010), ktorá mapuje to najzaujímavejšie z fínskeho dizajnu pod heslom Design: Shaping the World. Na záver spomeňme dve zaujímavé publikácie, ktoré sa venujú umeniu a jeho širším súvislostiam. Prvú napísala Iva Mojžišová a vydala VŠVU v Bratislave. Pod názvom **Giacomettiho smiech?** (2009) sa ukrýva množstvo zaujímavých umenovedných a filozofických esejí a postrehov. **Tělo, věc a skutečnost: v umění šedesátých a sedmdesátých let** od filozofa Petra Rezeka neobyčajným a fundovaným spôsobom pristupuje ku skúmaniu moderného umenia.

Spomenuté knihy predstavujú iba malý výber toho, čím sme sa rozhodli obohatiť našu ponuku v uplynulom roku, všetky nové knihy a časopisy si môžete prezrieť na našej stránke, tiež online katalógu alebo osobne v knižnici SCD.



predplatíte si aj v roku 2011

designum



chair No 14 by Michael Thonet
Curl My Light lamp by Dima Loginoff
designum logo by Emil Drličiak
Greta font by Peter Bilak
bold line by STUPIDesign



Viac informácií: www.sdc.sk

Saint-Étienne získalo titul UNESCO Mesto dizajnu

Mesto Saint-Étienne, považované za jedno z dizajnerských centier Francúzska, získalo koncom novembra 2010 titul Mesto dizajnu, ktorý mu udelilo UNESCO, čím ho zaradilo do siete UNESCO Creative Cities Network. Medzinárodná kultúrna organizácia ocenila najmä aktivity dizajnerskej organizácie Cité du design a jej medzinárodné bienále dizajnu, známe aj na Slovensku. Saint-Étienne je v poradí prvou francúzskou a druhou európskou metropolou (prvou sa stal Berlín) s titulom Design City v rámci siete UNESCO Creative Cities Network.

Informácie: www.citedudesign.com,
www.icograda.org

icograda Design Week, Vilnius 2011

V dňoch 9. – 13. 5. 2011 sa v hlavnom meste Litvy uskutoční Icograda Design Week pod záštitou Medzinárodnej rady asociácií grafického dizajnu na tému Jar. Prvé ročné obdobie má symbolizovať nielen začiatok cyklu v prírode, ale aj pozitívnej dizajnerskej energie, ktorá prinesie ovocie v podobe funkčných strategických projektov. Podujatie je príležitosťou pre dizajnérov, šéfov firiem využívajúcich dizajn a ekonómov na to, aby diskutovali o dizajne ako nástroji hospodárskeho rozvoja. Organizátori z Litovskej asociácie grafického dizajnu (LGDA, založená v roku 1996) tiež dúfajú, že predstavia svoje mesto nielen ako lokalitu Svetového kultúrneho dedičstva UNESCO, ale aj jeho novú architektúru a dizajn.

Informácie: info@lgda.lt,
msteckiw@icograda.org,
www.icograda.org

Cena Dušana Jurkoviča 2010

V rámci 40. ročníka Ceny Dušana Jurkoviča, ktorú udeľuje Spolok architektov Slovenska autorovi alebo autorskému kolektívu za realizované architektonické alebo urbanistické dielo, ktoré prispieva k zvýšeniu úrovne a prestíže architektonickej alebo urbanistickej tvorby na Slovensku, nebola udelená žiadna prvá cena. Medzinárodná porota ocenila štyri nominované práce: Vinársky komplex In Vino, Modra (autori Kalin Cakov, Emil Makara, Ján Obušek, Metody Monev, Miloš Djuračka) za veľmi zaujímavé osadenie do krajiny; Pamätník obetiam holokaustu z okresu Bánovce nad Bebravou (autori Ján Pernecký, Anna Pernecká a Bohuslav Pernecký), ktorý zaujal porotu silnou, strohou architektrúrou; polyfunkčný objekt Veles na Karpatskej ulici v Bratislave (autor Norbert Šmondrk) za zasadenie súčasného architektonického konceptu do nesúrodnej historickej zástavby a projekt Inner City Residence na Dunajskej ulici v Bratislave (autori Roman Halmi, Števo Polakovič, Peter Jurkovič, Lukáš Kordík), ktorý vniesol novú identitu do štruktúry historického centra. Do súťaže bolo prihlásených 33 architektonických diel. Cena Dušana Jurkoviča nebola udelená v tomto desaťročí už po tretíkrát.

Informácie: www.sasarch.sk

Výstava keramiky Miloša Balgavého

Pri príležitosti nedožitého 85. výročia narodenia Miloša Balgavého pripravila Galéria Jána Koniarika v Trnave v spolupráci so Záhorskou galériou v Senici výstavu diel tohto keramikára. Po štrnástich rokoch sa vrátil na výtvarnú scénu prostredníctvom retrospektívneho pohľadu, sprevádzaného rozsiahlou monografickou publikáciou. V jeho tvorbe boli rovnocenne zastúpené diela úžitkového, ako aj dekoratívneho charakteru, od komorných diel až po rozmerné realizácie pre interiér a exteriér. Miloš Balgavý vytvoril aj rad návrhov pre sériovú výrobu.



Mladý obal 2011

Súťaž je rozdelená do dvoch kategórií:

Kategória Produktový obal: Zabal' svoj národný produkt! Každá krajina má svoje typické výrobky a ich obal nie je iba kľúčom ku komerčnému úspechu, dizajnér okrem seba reprezentuje aj svoj národ. Účelom súťaže je vytvoriť obal na národný produkt, ktorý zdôrazní jeho jedinečnosť. Voľba národného produktu je na autorovi. Každý sa môže slobodne rozhodnúť, ktorý produkt považuje v súčasnosti za národný a mal by reprezentovať jeho krajinu vo svete. Súťažné práce budú prijímané v dvoch skupinách, a to študenti vysokých škôl s dizajnérmi do 30 rokov a študenti stredných a vyšších odborných škôl. Materiál použitý pre súťažné práce musí byť polygraficky spracovateľný, typovo používaný firmou Model Obaly, predovšetkým celá škála vlnitých lepeniek.

Kategória Iný pohľad: Kniha ako obal na slová. V tejto kategórii budú hodnotené všetky práce spoločne. Téma je orientovaná na kreatívnych umelcov a ďalších tvorcov, ktorí môžu obalový priemysel obohatiť a zaoberajú sa inými než konštrukčnými otázkami obalového dizajnu. Zmyslom tejto inšpiratívnej kategórie je snažiť sa pozeráť na obalový dizajn vždy novým pohľadom. Úlohou súťažiacich je vytvoriť obálku knihy. Predmetom hodnotenia bude grafické stvárnenie obálky zvolenej knihy, súťažný exponát však musí byť trojrozmerný. Hodnotený bude obal a nie obsah knihy.

Uzávierka súťaže: 15. 3. 2011

Informácie: www.mladý-obal.cz

European Design Award for a Sustainable Present 2011

EESC (European Economic and Social Committee) vyhlasuje druhý ročník súťaže Dizajn bez rozdielu veku s cieľom podporiť inovatívne, trvalo udržateľné a kreatívne dizajnérske produkty vrátane obalov, ktoré v sebe nesú silné sociálne poslanstvo. Študenti dizajnu a mladí dizajnéri môžu v súťaži vyjadriť svoj názor na narastajúce globálne zmeny tým, že navrhnu projekty tzv. participatívneho dizajnu alebo medzigeneračnej dizajnérskej spolupráce. Súťaže sa môžu zúčastniť študenti alebo profesionáli z krajín EÚ, súťaž nie je spoplatnená.

Uzávierka súťaže: 30. 5. 2011

Informácie:

www.eesc.europa.eu/design/about2.html

DMY International Design Festival Berlin 2011

V dňoch 1. – 5. 5. 2011 sa v Berlíne uskutoční po deviaty raz medzinárodný festival dizajnu DMY International Design Festival na ploche bývalého letiska Tempelhof. Okrem výstav sa na tomto najväčšom festivale súčasného dizajnu v Nemecku uskutoční množstvo sprievodných podujatí – prednášky, diskusie, workshopy, prezentácie nových technológií a spoločenské eventy. Krajinou, ktorú festival špeciálne predstaví v roku 2011, je Fínsko.

Informácie: www.dmy-berlin.com



VÝSTAVY

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

Bratislava
Nové logo SCD
Satelit SCD
20. 1. – 20. 2. 2011
www.sdc.sk

Kruhy na vode 2010
Galéria ULUV, Dizajn štúdio ULUV
do 2. 3. 2011
www.uluv.sk

ČESKÁ REPUBLIKA

Brno
Sklo luxusní a dekorativní.
Produkce Reichů a Schreiberů 1850 – 1918
MG – UPM
do 13. 3. 2011
www.moravska-galerie.cz

Praha
Pražské quadriennale 2011
Výstaviště
16. – 26. 6. 2011
www.pq.cz

Roztoky u Prahy
55+oděvní tvorba studentů
a pedagogů VOŠON a SPŠO
Středočeské muzeum
do 31. 3. 2011
www.muzeum-roztoky.cz

RAKÚSKO

Viedeň
Window Shopping
– príbehy výkladov vo fotografii
Wien Museum
do 13. 3. 2011
www.wienmuseum.at

NEMECKO

Berlín
Od umenia k životu
– Maďari v Bauhause
Bauhaus-Archiv
– Museum für Gestaltung
do 21. 2. 2011
www.bauhaus.de

Hamburg
50 rokov dizajnu stoličiek
Museum für Kunst und Gewerbe
do 13. 3. 2011
www.mkg-hamburg.de

Weil am Rhein
Frank O. Gehry od roku 1997
Vitra Design Museum
do 13. 3. 2011
www.design-museum.de

FRANCÚZSKO

Paríž
Circuit céramique:
súčasná francúzska keramická scéna
Musée des Arts décoratifs
do 20. 2. 2011
www.lesartsdecoratifs.fr

TALIANSKO

Miláno
Medzinárodný salón nábytku 2011
Výstavisko Cosmit
12. – 17. 4. 2011
www.nuovopolofieramilano.it

VEĽKÁ BRITÁNIA

Londýn
Móda v kresbe
Design Museum
do 6. 3. 2011
www.designmuseum.org

Brit Insurance Designs of the Year
Design Museum
16. 2. 2011 – 7. 8. 2011
www.designmuseum.org

USA

New York
Pohyb farby:
Umenie a móda Sonie Delaunay
Cooper-Hewitt National Design Museum
18. 3. – 5. 6. 2011
<http://cooperhewitt.org>



Novesta – comeback

The studio Inspire-Design owned by the company VULKAN, a.s. employs three young designers: Juraj Šuška, Eva Berešová and Lukáš Belianský.

¶ The production of the footwear brand Novesta in Zlín was terminated in the year 2007. Two years later the brand Novesta was bought by its biggest competitor, the company VULKAN, a.s., Partizánske. What was the aim of this fusion?

The brand Novesta was one of the biggest competitors of the company VULKAN, a.s. on the European footwear market. The company has planned on expanding its coverage and production with a manufactured fashion line for a longer time. The purchasing of the traditional brand Novesta and the connecting of this tradition to the existing production of the company was a solution to several problems and it has led to a confirmation of the company's position on the footwear market.

Please introduce the current production of the company VULKAN, a.s. The share of the production for footwear brands nowadays constitutes more than 90 percent of the overall extent. Who are your clients and what does your production focus on?

VULKAN, a.s. is the prominent European producer of specialized rubber and rubber canvas footwear and semi-products relating back to the Baťa tradition. Our clients include European brands such as Isle Jacobsen, Aigle, Bensimon, Nokian, Bergstein, Beretta, Toggi and others. The production under our own brand Novesta currently specializes on two lines. The original rubber working footwear as well as the new line intended for casual urban use.

How did the idea to produce shoes under your own brand emerge? What is the long-term plan of this conception?

The company VULKAN, a.s., has the tradition of producing under its brand VULKAN, so production under our own brand isn't anything new within the marketing plans of the company. By coincidence, the purchase of the brand Novesta came about at the same time as the launching of the new footwear fashion line, so the new collection is already presented under the name Novesta. Our main aim is to strengthen the position of our brand on the European footwear market and keep its prominent position on the Czecho-Slovak footwear market.

There are three people working on the design of the shoes. What are your competences, how do you distribute your work?

There are two footwear designers behind the Novesta brand - Juraj Šuška and Lukáš Belianský. The third member of the team is Eva Berešová - she designs the exhibition spaces of the brand and also does marketing.





What school did you graduate from? Did it prepare you for your current work? What was the hardest thing for you in the beginnings - what problems did you have to face?

Juraj Šuška and Lukáš Belianský are graduates of the UTB Zlín, Department of Footwear Design, Eva Berešová has graduated from TU Zvolen, department of interior design and counselling and the STU Bratislava, department of interior design. Our universities were definitely a great preparation for the occupation and we all have very good memories on our times as students. Many pitfalls of the individual occupations are manifested only in practice, we learn something new every day. The problems vary, depending on the actions, but we are glad to be creatively involved in the everyday duties and we enjoy our mutual cooperation. In the beginning the hardest thing was to manage the large amount of tasks at the same time. The launching of a new footwear line is a pretty demanding task. Of course it is not only the three of us, we are part of the company VULKAN, a.s., which has its salesmen, economists, technologists etc. But the fact that we are dealing with footwear intended for a new customer is a big challenge for us designers. Another challenge is presented by the marketing events and the different means of sale.

To what extent do you work with tradition? Are you limited by a given form or technology and to what extent is the process of designing footwear a space for experiment?

The first model that has been produced under the Novesta brand is the model STAR - it's a redesign of an old Czechoslovak classic sport footwear model which was undoubtedly the most successful piece of textile footwear produced in the former Czechoslovakia. In the case of this model we have relied on tradition. Since some time we are also working on new designs for the upcoming collection that reflects our own views on fashion and design. The space for new solutions is very broad - we work with various elements, from the more conventional ones to completely experimental. The production of the prototype itself partially reveals some deficiencies and after their elimination the design appears in its final form at the next exhibition. You could say that we experiment and play every day - in our studio we are slowly piling up the models that have passed the „trial by fire“.

What about the sales strategy? Currently your models are not available for purchase, but - in the near future - can we expect a physical store, an internet store, or do you prefer to sell them on occasional events?

Selling your products is quite difficult nowadays and it is necessary to choose the right strategy. We are still at the beginning. Currently a research is being undertaken that should show us what type of sale would be optimal. We are also working on the re-design of our website www.novesta.sk, which will have an internet store. In regard to physical stores - of course these are necessary, but the question is which type of store is the right one. We are planning marketing events, including international exhibitions and sale events, where we will try to impress the customers by means of new models, special editions or limited editions. Currently we are communicating with potential sellers in the Czech Republic and Slovakia, searching for new contacts. Our goal for the 2011 collection is that it should be easily available for the customer.

The footwear industry has had a leading position in the interwar Czechoslovakia. Due to the export expansion of the Baťa company our country was in the top league even on a global level. In your opinion what would help Slovakia to at least partially improve its position on the footwear production market?

The negative effect of globalisation is the suppression of originality of the individual nations. On the other hand it's easy to buy e.g. British brands in Germany, German brands in the Czech Republic or Czech brands in Slovakia - there is a lot of internet stores nowadays. The markets are globally connected. Yet there are still gaps that can be filled. We think that it's all about the efforts of the individual brands, about the courage to make one's way despite the difficulties. In our opinion, the key to the whole mystery of becoming noticed lies within the way of presentation of the brand as well as in being flexible in new situations.

#





Heikki Matiskainen: Finnish Glass Museum in Riihimäki

The exhibition Fire and Ice, currently open in the hall of the Ministry of culture of the Slovak Republic is organized by the Finnish Glass Museum. On this occasion we have talked with Mr. Heikki Matiskainen, director of the museum in Riihimäki. The Finnish Glass Museum was founded in the year 1961, focusing on the propagation and support of Finnish glass. Since 1981 the museum is located in the building of a former factory in Riihimäki. The museum does not focus solely on current glass work, presenting it regularly on exhibitions at home and abroad, but concentrates also on historical glass.





The Finnish Glass Museum was established in 1961. What is the structure of the museum now? What amount of space is dedicated for short-term exhibitions and for the permanent collection?

The Finnish Glass Art and Design achieved a good reputation during the 50s and 60s on the international level and this legacy still forms a very strong topic for the museum. We have three spaces, cca 700 square metres intended for contemporary exhibitions, and cca 1000 square metres intended for the permanent collection. We have the status of a National Museum and are oriented on international exhibition exchange.

In the continual project Finnish Glass Lives you are mapping the happening on the contemporary glass scene in Finland within the last five years. How do you perceive the project now? What are the limits and possibilities of the contemporary Finnish glass?

The theme of the project is the longitudinal documentation of the happening on the Finnish glass scene in five-year intervals. We acquire information about the emerging artworks and at the same time it gives us a realistic view on the Finnish scene. The exhibition then travels abroad, which gives us the opportunity to present Finnish art glass also on the international level. The public acceptance for glass art is here very good, the weak points are the resources for investing in glass studios, education, skilled teachers and art-grant support system.

Since September 24th there is an exhibition of Slovak glass art in your museum. Is this the first project dealing with contemporary Slovak glass art that you are hosting in your museum? How many Slovak artists have had solo exhibitions in your museum?

In 1992 we presented perhaps the last Czech-Slovak joint glass venue and in 1994 a large exhibition of Slovak glass in cooperation with the National Gallery with 30 artists and their works during three decades. Palo Macho's solo exhibition was in Riihimäki in 2007. The actual "Slovak Glass Art" consists the works from 14 Slovakian artists. The exhibition will travel further to Tallinn and St. Petersburg.

Also Bratislava is now hosting an exhibition about Finnish Glass. Is this your first project in Slovakia?

Our museum presented the "Finnish Glass Art 2000-2005" in Kosice and Banská Bystrica in 2008 and 2009. I can say that the interest and respect in your country was great for the topic. The exhibition „Fire and Ice“, currently open in the hall of the Ministry of Culture of the Slovak Republic is a selection of the best and finest of what current Finnish glass design can offer.

The Finnish Glass Museum is an established museum with good reputation. How do you see the future of the museum?

We have worked hard to reach our position among the international glass art societies, and keeping that status today requires us to try being better all the time. A good exhibition politic, balanced funding, scenarios and media promotion will help us being successful in the future as well. But without great glass art and artists our institution would lose its purpose.

#





I collect radios. Tesla brand.

Collecting and accumulating old objects is not a completely common activity. Based on my own experience I know that this passion might grow into an uncontrollable obsession. Alternating rushes of hot and cold, heightened heart frequency, irregular breathing and the tingling of limbs are typical states of a collector who has found just the right piece in an internet auction, worthy of an honourable place in his precious collection and there is only one minute left until the end of the auction. His offer has just been topped by Jarda27 and with his shaky hand the collector types in a sum equal to one half of his monthly income. Yet the auction wins the faster Rumcajz1975 and the collector gets a terrible headache. Luckily, a bourse will be held in a few days and on the road home from work he also plans to check around the garbage containers in the nearby streets. At times, collecting can be a very demanding and dirty work and thus the question arises - what motivates people to collect old things?

P In Slovakia, collecting is not spread as widely as it is in the neighbouring countries. Here people follow the rule that a practical person does not collect old things, but instead throws them away. This is an advantage for us - the more impractical people - collectors. Making our collections complete is not just about the strange need for owning old things - it is mainly about the respect for history and preservation of things that are sometimes bound with personal memories. I think that collecting and repairing old „trash“ is never going to have such a good ground as it has now. Products from the thirties, fifties and sixties were manufactured with the nowadays unfamiliar philosophy of honest production - they were supposed to serve their owner for his whole life. Today, the shift in materials and technology offers us a mass of various devices with a rapidly changing design and the newest technological advances, but the intentionally programmed durability of components takes its toll in the form of a four-year-long „half-life“.

A good example of honest production and existence of the nowadays often lacking „soul“ of the device are old radios. An piece from the sixties adds a strange charm to the space where it is located. The process of listening to an old radio with a magic eye is a truly magical experience. The sound is more full, the incandescent tubes emit a nice warmth, the air is filled with a luscious smell of burnt dust and isolation. When listening to such a machine, we perceive the preciousness of every minute. In a way it seems as if time was flowing more agreeably...

I respect people who can do more with their old radios than hunt for them, clean them and put them on a shelf. Often it's about saving an interesting device. People who are able to restore the wooden box, fix the electrical parts, brocade and bakelite so that the renovation will not be visible are in my opinion renaissance people. Therefore I have spoken to a few collectors of old Tesla radios. This brand has a natural tradition in Slovakia, also due to the fact that in the past the Tesla works were scattered all around the country.

I have posted the following questions to the collectors:

1. **Why did you choose to collect old radios and why specifically the Tesla brand?**
2. **What was the first radio in your collection? How did you obtain it?**
3. **Which Tesla radio in your collection is the most precious for you and why?**
4. **Where and how do you search for the radios for your collection?**
5. **Do you think that it would be realistic to revive the old fame of the Tesla Bratislava brand and build a factory that would produce modern original products? Would it stand a chance to survive?**





Ján Škára (28)

1. I collect Tesla radios because I like the fact that an old piece of furniture plays new melodies. I've always wanted a nice wooden radio that would be functional and that would blink on me with its magic eye. When I got my first radio and turned it on, I knew instantly that it would not be my last one. Since then I collect and restore old radios.
2. My first radio is a Tesla Popular. I got it from a friend who has found it in his attic.
3. Probably Talisman 308U. It's a beautiful and rare piece.
4. It varies - from friends or people I know; I search for them on the internet, in newspapers or second hand shops, if I find one.
5. I'm not sure if it's realistic to build a factory, but it would be great to produce Slovak Tesla devices. They would definitely have a higher quality than the cheap „branded“ import from China. I think Tesla could survive in Slovakia.

Radoslav Novák (38)

1. I have thought about collecting Tesla radios for years, because I was also working in Tesla Bratislava, but I have decided about half a year ago, when there was an exhibition of retro stuff in the club Barus Rattus and I was fascinated by the oldest Tesla radios. My first radio is Tesla Popular and I got it from a guy I know who found it in his attic.
2. The first radio in my collection is a Tesla Dominant 1039 A, I bought it in an online auction.
3. It's the stereophonic receiver Sólo 638 A. It is precious for me mainly because I started to work on this receiver the first day of my work in Tesla Bratislava on the 1st of August, 1989.
4. I use the online auction Aukro most of the time, or I get the radios from my friends, people I know or collectors.
5. In my opinion, such a factory would have its purpose despite the overflowed electronics market, because in the past it also had to face up to great obstructions of the communist regime. For example they had to use mostly components produced either in Czechoslovakia or in the Comecon countries that were often outdated and did not comply with the requested parameters. Despite this fact back then they have produced some really solid radios. They had good sound and design. Therefore I think that nowadays our designers would also be able to compete, only the reviving of the production would be difficult for sure.

Radoslav Hráč (17)

1. I don't know - I've been collecting something all my life. Once I was browsing the internet and found a website dedicated to old radios, so I decided to collect them too. I chose the Tesla brand because it's the most common on our territory.
2. Probably the Tesla Moderato from my parents, but I can't say really, because although I started to collect radios intensively in 2007, my friends gave me some pieces already before 2007.
3. I don't know - I treasure all my pieces, because each one is connected to some history in regard to how I have obtained it.
4. In the school, from garbage containers, junkyards, from friends, classmates, former collectors... In other words, I use every possible way to obtain radios for free.
5. In my opinion it would be realistic, but I'm not sure if it could compete with the cheap products from China.

Ivan Baláž (40)

1. I don't focus on Tesla exclusively, I collect various old radios. In my collection I have 15 Tesla radios from the years 1948 to 1960. I'm interested in those which are not made from plywood - for me that's the borderline of attractive design.
2. My godfather has brought me a Tesla 713 from the Pharmaceutical Faculty, that was the first Tesla in my collection.
3. I have a complete collection of Talisman radios and these are the mostly treasured pieces. But the Tesla Tenor with transparent rotary knobs is also quite a rarity.
4. I attend the collectors' meetings in Modra. I buy some pieces and I get some for free. I also own a TV repair service and sometimes the customers bring me old radios for my collection, because they know about this hobby of mine.
5. In my opinion, it wouldn't make sense to produce cheap products, but producing retro or high-end amplifiers for enthusiasts could be competitive.

#

The article was published on the occasion of the exhibition Tesla: Zapnuté - vypnuté - zabudnuté? that took place from the 13th of October to the 28th of November 2010 in the Gallery Satelit in Bratislava.



designum⁶2010



časopis o dizajne / design magazine
číslo / number: 06 rok / year: 2010

vychádza 6-krát ročne / a bimonthly
ročník / volume: XVI cena / price: 2,16 €

vydáva/edited by:

Slovenské centrum dizajnu
/Slovak Design Centre

zodpovedné redaktorky/executive and contributing editors:

Lubica Pavlovičová ›
lubica.pavlovicova@sdsc.sk
Zuzana Šidliková ›
zuzana.sidlikova@sdsc.sk

jazyková redakcia/proof reader:

Katarína Weissová

jazykový preklad/translation:

Matej Gyárfás

marketing:

designum@sdsc.sk

redakčný kruh/editorial cooperators:

Silvia Fedorová
Mária Rišková
Marián Laššák
Sylvia Jokelová
Ján Bahna
Zdeno Kolesár
Palo Bálik
Martin Struss
Sabína Jankovičová
Jozef Kovalčík

layout/layout:

Emil Drličiak

Designum⁶2010 - Vizuálna koncepcia, obálka/visual conception, cover:

Robert Paršo › STUPIDesign

tlač/printing: X line, Bratislava

© copyright: SCD, ISSN 1335-034X
Registrované MK SR č. 2941/09

informácie o predaji časopisu a iných publikácií SCD:

www.sdc.sk

voľný predaj:

v stánkoch distribučnej spoločnosti
Mediaprint Kapa

v kníhkupectvách a galériách v Bratislave:

Satelit SCD
Artforum
Prospero
Knížnica SCD
Art Books (STU)

v kníhkupectvách a galériách mimo Bratislavy:

Artforum v Banskej Bystrici, Žilina,
Košiciach a Trnave
Stanica Žilina-Záriečie

distribúcia / distribution:

L.K. Permanent, s.r.o.
P.O. Box 4
834 14 Bratislava
tel.: + 421 (0) 2 4445 3711
fax: + 421 (0) 2 4437 3311
e-mail: lkpermanent@lkpermanent.sk

sídlo redakcie/headquarter:

SDC - Designum
Jakubovo nám. 12
814 99 Bratislava
Slovak Republic
tel.: + 421 (0) 2 204 77 319
fax: + 421 (0) 2 204 77 310
e-mail: sdc@sdsc.sk
web: www.sdc.sk

objednávky a predplatné /subscription orders:

SDC - Designum
Jakubovo nám. 12
P.O.BOX 131
814 99 Bratislava
Slovak republic,
tel.: + 421 (0) 2 204 77 314
fax: + 421 (0) 2 204 77 310
e-mail: natalia.galbava@sdsc.sk
designum@sdsc.sk
www.predplatne.net

inzercia info:

www.sdc.sk
natalia.galbava@sdsc.sk

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

obálka/cover: vzorka z tenisiek Novesta