

designum ↗

revue dizajnu 02/2004
cena 65,- Sk / Kč 5,- Eur



Pozývame všetkých čitateľov

na žrebovanie predplatiteľskej súťaže Designum 2004

dňa 12. augusta 2004 (štvrtok) o 17.00

v showroome Nova Interiér na Laurinskej ul. V Bratislave

3 predplatitelia Designum budú odmenení darčekom z kolekcie Bugatti

Ďalšie žrebovanie predplatiteľskej súťaže sa uskutoční na jeseň 2004!



e-a-t (experiment
a typografia)
výber zo súčasnej
českej a slovenskej
tvorby (1985-2004)
17. 6. - 8. 8. 2004,
Dům umění města Brno
www.e-a-t.org,
www.bienale-brno.cz

Petr.Babák.(CZ).Martin.Bajaník
(SK).Paľo.Bálik.(SK).Johanna.
Balušíková.(SK.NL).Peter.Biľak
(SK.NL).Filip.Blažek.(CZ).Dan
iel.Blonski.(SK).Tomáš.Brousil
(CZ).Emil.Drličiak.(SK).Luboš
.Drtina.(CZ).David.Fírek.(CZ).
.Karel.Haloun.(CZ).Jana.Horáčk
ová.(CZ).Ondřej.Chorý.(CZ).Pav
lová.(CZ).Ondřej.Chorý.(CZ).Pav
el.Jedlička.(CZ).Andrej.Krátky
(SK).Petr.Krejzek.(CZ).Klára.
Kvízová.(CZ).Zuzana.Lednická.(
CZ).Radana.Lencová.(CZ).Pavel.
Lev.(CZ).Zuzana.Ličko.(USA.SK)
chek.(CZ).Štěpán.Malovec.(CZ).
Daniel.Markovič.(SK).Júlo.Nagy
(SK).Aleš.Najbrt.(CZ).Robert.V
Novák.(CZ).Radim.Peško.(CZ).Ma
rek.Pistora.(CZ).Ján.Šicko.(SK
) .František.Štorm.(CZ).Martin.
Šútovec.(SK).Alan.Záruba.(CZ).

Maroš Schmidt TRPEZLIVOSŤ AUTO PRINÁŠA	02	štart / start
Juraj Opršal, Tibor Uhrín ÁNO/NIE	04	
Viera Kleinová SLEDUJEŠ A SI SLEDOVANÝ	04	in box
Ivana Moncoľová MULTIPLACE	06	
Eva Trilecová MESTO BRATISLAVA MÁ NOVÉ LOGO	07	
Adriena Pekárová ART & INTERIOR V SLUŽBÁCH DIZAJNU (rozhovor s Lenkou Žižkovou)	10	téma / topic
Peter Eliáš, Ľubica Hustá MILÁNSKY OPTIMIZMUS	20	
Adriena Pekárová SEC, s.r.o., NITRA	14	výrobca / entrepreneur
Katarína Hubová RADOSŤ A SKLAMANIE	17	
Monika Briestenská RADA ROZPRÁVAM PRÍBEHY	32	rozhovor / interview
Ľubica Hustá DOBRE UTAJENÁ SYMFÓNIA	26	sentimental
Zdeno Kolesár K DEJINÁM GRAFICKÉHO DIZAJNU VII. XVII. a XVIII. storočie	28	seriál / serial
NOVÉ TRADÍCIE, POHYBLIVÉ BÝVANIE, BRITSKÝ DIZAJNÉR ROKA, POZVÁNKY	35	elixír / elixir
	37	english summary

Milí čitatelia,

editorial x



vychádza druhé Designum v novej podobe. Aké boli reakcie na prvé číslo? Rôzne. Pýtali sme sa a snažili vypočítať čo najviac vašich názorov. Väčšina spontánnych odpovedí reagovala hlavne na fakt, že Designum má menej strán a menší formát. Bolo cítiť sklamanie, ale my dúfame, že postupne si na túto skutočnosť zvyknete, rovnako ako na to, že Designum vychádza nie štyri, ale šesťkrát do roka. Zvýšená periodicita zaručuje prístup aktuálnych informácií a väčšiu flexibilitu. A dúfame, že je túto snahu v časopise cítiť. Jednou z našich ďalších ambícií je vytvoriť v Designume platformu pre názory na stav a podmienky dizajnu na Slovensku. Preto od tohto čísla štartuje nová rubrika Áno/Nie v slovenskom dizajne, v ktorej sa vždy dozvieme názory dvoch osobností (z prostredia aktívnych dizajnérov, pedagógov, alebo teoretikov) na to, čo ich v poslednej dobe potešilo a naopak, rozladilo v ich okolí. V tomto čísle sa oslovení predstavitelia dizajnerskej obce, čo sa týka negatívnej skúsenosti skoro úplne zhodli. Je to náhoda? Alebo tu existuje problém, ktorý je akosi všeobecne prehladaný?

Ľubica Hustá

Trpezlivosť auto prináša

(Vždy, keď sa na Attack pozriem, dodá mi silu).

Maroš Schmidt a Juraj Mitro



kit car Attack

Mladý dizajnér, ktorý išiel za svojím snom. Po ŠUP-ke v Košiciach dokončil štúdium na VŠVU v Bratislave. Autá si azda kreslil skôr, ako vedel chodiť. Motory skladal namiesto Lega a na počkanie. Má rád Rona Arada a o lamináte tvrdí, že je to taký „sprostý“ materiál, že sa dá z neho spraviť všetko. Podľa mňa je to človek, ktorý dokázal, že Slovensko nie je len montážnou halou zahraničných automobiliek. Výsledkom jeho niekoľkoročnej práce je funkčný športový automobil, ktorý zažiaril na frankfurtskom autosalóne. Kedysi počúval Zeppelinov, neskôr Floydov, dnes načúva svojmu vlastnému výtvarnému hlasu a komponuje v štýle nekompromisných tvarov a rýchlych kolies. Môj dobrý kamarát a spolubojovník na dizajnerskom bojisku: Juraj Mitro (30).



Firma K-1 Styling & Tuning z Bratislavy, ktorej majiteľom je Ing. Dick Kvetňanský, má s tuningom a výrobou kit carov (auto – stavebnica pozn. red.) dlhoročné skúsenosti. Vytvorí pôvodný, slovenský športový automobil s originálnym dizajnom – to chce naozaj mnoho odvahy a odborných znalostí. Slovenské auto, ktoré ide rýchlosťou 250 km/h a z nuly na 100 km zrýchli za necelých 5 sekúnd, sa po rokoch vývoja stalo realitou.

Zrod automobilu nie je jednoduchá vec. Predchádza tomu množstvo premýšľania nad jeho tvarom, ako aj samotným technickým riešením. Ako sa rodil Attack?

Samotný tvar bol v mojej hlave. V kresbách som ho ďalej rozvíjal rovnako ako pri modelovaní. Najprv sa zadovážila Honda, začali sme z nej „trhať orgány“ a montovať. Mali sme problém s rámom. Oslovovali sme mnoho odborníkov z oblasti – študentov, technikov, pretekárov, ale nikto sa nevedel dopracovať k výsledku. Nakoniec sme sa rozhodli pre vývoj vlastného rámu. Z Accordu sme použili čelné sklo, pedálovú skupinu, domček riadenia, budíky do prístrojovej dosky a pohonné ústrojenstvo s časťami náprav. Predná náprava je kompletne naša. Bolo to kvôli tomu, aby mala pohonná jednotka všetko, čo potrebuje na chod originálne.

Aká je konkurencia skladačiek typu kit car v Amerike?

Najrozšírenejšia je AC Cobra. Stojí v každej druhej garáži. Veľmi obľúbené sú však japonské športové autá určené pre mládež. Chceli sme postaviť niečo práve na tejto báze.

Je Attack len pre mladých a technicky zručných? Ostane len v polohe skladačky?

V skutočnosti auto začalo oslovovať čoraz väčší počet ľudí zo strednej generácie, ktorí sú ochotní zaplatiť viac, ale chcú ho mať kompletne. Auto sme postavili ako kit car a teraz ho potrebujeme dostať do polohy kusovej produkcie.

Viem, že sa Attack predáva v Amerike ako stavebnica. Ako je to v Európe?

Zopár kusov sa roztrúsilo niekde po Európe. Amerika a Anglicko sú, čo sa týka homologizačných predpisov, voľnejšie. Tento automobil je určený na individuálne schvaľovanie. Ak má auto katalyzátor a brzdy, tak to v USA nie je problém. Napríklad v Čechách má Attack normálne „espézetky“. Prišli s ním na technickú kontrolu a auto prešlo bez problémov.

Počul som o úspechu na autosalóne vo Frankfurtu. Ako sa podarilo dostať Attack na túto prestížnu výstavu automobilov? Aké boli ohlasy odbornej verejnosti?

Začali sme auto prezentovať ako kompletný športový automobil, na kit car chceme zabudnúť. Kit car je tak trochu dehonestujúci názov. Chceme autu dať serióznejšiu pozíciu, lebo trh si to vyžaduje. Riadime sa pravidlom, že trh je neúprosným zrkadlom. Rozbiehame po Európe dilerскую sieť. Firma pracuje s novým investorm. Frankfurt sa zrealizoval v spolupráci s nemeckým importérom. Vystavovali sa 2 autá plus jeden rám s motorom. Ohlas bol najprv prekvapivý, potom celkom príjemný, a hlavne nám to pomohlo odpichnúť sa ďalej v spolupráci so subdodávateľmi, pretože to auto potrebuje pneumatiky, disky, bezpečnostné pásy...

S akou ročnou produkciou počítate?

Minimálne 100 áut ročne. Nechystáme sa však na exkluzívnu 100 kusovú sériu a viac nič. Teraz sa na aute začína trochu serióznejšie pracovať v tom zmysle, že vznikol konštruktérsky a vývojový tím. Pohonnú jednotku vystrieda nový motor Fordu. Z 95 % bude Attack úplne nový.

Charakteristickým prvkom pre Attack sú aj odhalené predné tlmiče s pružinami a veľký otvor na nasávanie vzduchu. Bol to výtvarný zámer alebo technologická nevyhnutnosť?

Bol to výtvarný zámer. Auto sme chceli čo najviac rozvrtáť – ako ementál. Svetlá sú v skutočnosti fúkače. Pomedzi okrúhle svetlá sa privádza vzduch k brzdám. Išlo nám o spájanie tvarov s funkciami. Tlmiče sme chceli priznať preto, aby všetci videli, že je to také „formulovité“, s čím tvarovo korešponduje aj pretiahnutý „ňufák“ (veľký predný otvor). Nechceli sme, ako je to v tuningu zvykom, nadmieru použiť fúkače. Išlo nám o sofistikovanejšiu podobu. Predná veľká „papuľa“ znamená nielen agresívny výraz, ale evokuje aj fakt, že veľký výkon motora musí chladiť veľký prívod vzduchu. Napríklad sedadlá sme koncipovali ako bionický tvar. Vyzerajú ako stavba svalnatého tela. Každý si vraví, že do toho sedadla si môže sadnúť iba Schwarzenegger. Keď si tam sadnú, majú pocit, že sú svalnatí a mocní.

Vlastné sú aj pánty na dverách a originálne je napríklad otváranie dverí. Samotné nastupovanie do auta si treba natrénovať.

Vozil si sa na Attacku. Aký máš z neho pocit?

Mal som pocit, že si to auto obliekam. To auto je rituálne. Nie je o žiadnom komforte ani ergonómii. Je nekompromisné. Musíš si ho obliecť ako motorkár koženú kombinézu, ktorá ho zafixuje v nejakej polohe ako zhrbenca nad motorkou. Cítiť tam to priame spojenie. Mám k nemu osobný vzťah lásky plnej nenávisti.

Aká je bilancia ostatných rokov Juraja Mitra.

Ako funguješ?

Neľutujem tú odbočku, čo som spravil do K1. Mohol som sa rozhodnúť. Buď diplomovka v Škodovke, alebo práve takáto individuálna práca, ktorej mnohí dodnes neveria. Ako fungujem? Zožiera ma to kompletne. Všetok čas a energiu, či chcem, alebo nechcem. Auto bolo vytvorené z obrovského entuziazmu, presvedčenia a viery, že to bude fungovať. Chceme preraziť. Preto vždy, keď sa na Attack pozriem, dodá mi silu. Aké máš ciele do budúcnosti?

Ďalej pracovať s firmou K1 a postaviť nový projekt iným spôsobom, ktorý bude trošičku strategicky lepšie pripravený. Malo by to byť opäť športové a nekompromisné auto. Modernjšie, extrémnejšie a postavené na technológiách. Teším sa na to.

pohľad do interiéru Attack



Designum prichádza s novou rubrikou, v ktorej zaznejú názory ľudí, ktorí sú s dizajnom v každodennom kontakte.

Anketa

Čo vás v poslednom čase potešilo a naopak rozladilo v slovenskom dizajne?

Tibor Uhrín

dizajnér



áno

Mám radosť z aktivity ÚLUV-u smerujúcej k podpore dizajnu s prvkami tradičného remesla a regionalizmu – dizajn štúdio, súťaž Kruhy na vode a časopis RUD... Aj vďaka tomu sa vyprofilovala skupina dizajnérov, ktorí nie sú celkom závislí od „veľkého priemyslu“ (napr. Šimon Mišurda, Etela Lučová, Miro Mládenek a ďalší). Priemyselný dizajn je na tom podstatne horšie, chýba mu životný priestor, podmienky, príležitosti. Jednou z výnimiek sú Chrenkove nové, veselé zubolekárske kreslá. Naozaj slušný, inovatívny, technologicky dotiahnutý výrobok. Ale isto sa nájdu ďalšie a bude ich viac.

nie

Znechutilo ma bačovanie v SCD, ale to je už hádam za nami, vychádza znova Designum. Na „porazenie“ sú všetky nevкусné tabuľky, nápisy a „vývesné štíty“ parazitujúce (alebo skôr ich majiteľia) na kultúrnych pamiatkach – napr. na Hlavnej ulici v Košiciach. S estetickým čítením obyvateľstva je to stále zlé.

Juraj Opršal

sochár, dizajnér

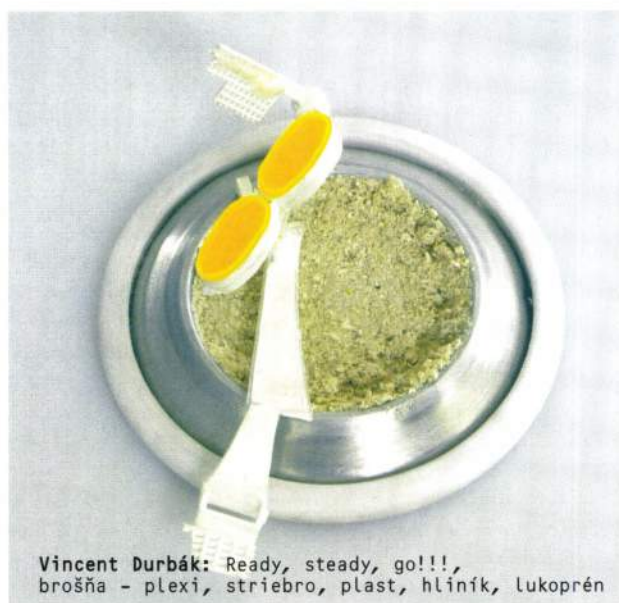


áno

Otvorené hranice = otvorená komunikácia

nie

Ignorantsvo, arogancia a nedostatok úcty



Vincent Durbák: Ready, steady, go!!!, brošňa - plexi, striebro, plast, hliník, lukoprén

Hana Kmecová: Nestíham, diadém - mosadz, farebné fólie, filmy, sklo



Varovanie alebo konštatovanie? Nech je to, ako chce, jedno je isté, najnovšie správy z Ateliéru S+M+L_XL kov a šperk Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave mali návštevníci Galérie Medium možnosť sledovať v apríli tohto roka. Výstava „Spy Eye čo chceš...“ predstavila novú päťročnicu študentov tohto, v rámci Slovenska jedinečného odboru.

Filozofia ateliéru umožňuje jeho frekventantom venovať sa okrem tvorby šperku aj dizajnu v zábere od stolovania cez odevné či interiérové doplnky až po veľké realizácie v nadväznosti na architektúru, exteriérové prvky. Práve to vyjadrujú konfekčné veľkosti v jeho názve. „ŠMÉ – to pravé umenie“ bol názov výstavy, ktorou sa ateliér verejnosti prezentoval v roku 1999 práve v Galérii Medium. Projekt mal, okrem iného, svoju internetovú stránku a samostatnú „ŠMÉ“ prílohu v denníku SME. Po piatich rokoch sa ateliér (vedený mimoriadnym profesorom Karolom Weisslechnerom, akad. architektom) objavuje s čerstvým nákladom študentov a opäť s nápaditým konceptom. Práve spôsob inštalácie dal vystavovaným prácam, ktoré boli rôznorodé a predstavovali množstvo individuálnych názorov, jednotný a popritom vôbec nie nudný rámec. Okrem klasických spôsobov (sklenené vitríny, upevnenie na stenách alebo na stoloch) bola v jednej z miestností zvolená celkom netradičná forma – šperky uložené v sklenených valcovitých schránkach na zemi a nasvietené osobitným svetidlom. Jeden valec – jedna lampa (obyčajné stolové svietidlo). Multiplikovaním tohto princípu vznikla pôsobivá inštalácia, ktorú na vernisáži umocňovalo veľkoplošné video.

Vo vstupnej miestnosti na návštevníka číhala aj nástraha nakupovania – malý „obchodík“ s prácami študentov, ktorý, mimochodom, počas konania výstavy zaznamenal slušný záujem.



Burza



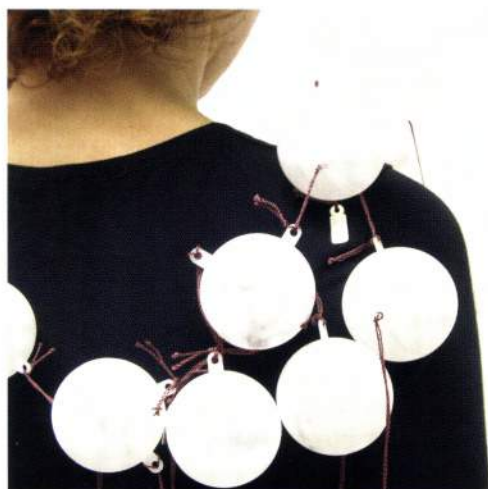
časť inštalácie

sleduješ a si sledovaný

Hany Kašičková: Množiť sa - radiť sa - spájať sa,
reťaz - plast, tuha



Radka Kováčiková - prstene



Viktória Münzker:
Ak zmeníš v piesni
jednu notu, musíš
zmeniť celú pieseň,
náhrdelník - plast,
striebro, hodváb



Kristína Hrončeková:
:o), hmatadlo
- striebro, plast, plyš



Bety Majerníková: Prečo byť IN, keď môžeš
byť OUT, nositeľný objekt - betyplast,
autotmel, striekaná mosadz, optika

MULTIPLACE 3

Multiplace 3, a new media event.
27.3.–8.4.2004. Bratislava, Praha,
Žilina, Trnava. www.multiplace.sk



Účastníci workshopu na spoločnom vystúpení s Guy van Belleom z Belgicka



Derek Holtzer, Jano Šicko, zvuková
a obrazová perormancia



Projekcia Guy van Belleho

Multiplace je festival nových médií a digitálnej kultúry, ktorý sa na Slovensku konal už po treťkrát pod vedením hlavných koordinátoriek – Márie Riškovej (z médiablu BURUNDI v Bratislave) a Anety Mony Chisy (asistentky z oddelenia nových médií AVU v Prahe). Tento rok sa rozšíril aj do Čiech.

Hlavnou myšlienkou podujatia je skordinovanie niekoľkých nezávislých organizácií so zameraním na nové médiá a digitálnu kultúru pod jeden festival, ktorý by v tom istom čase poskytoval divákovi novomediálny zážitok alebo skúsenosť na rôznych miestach (republiky, Európy ...). Špecifikom narastajúcich ročníkov sa stáva vzdelanie v oblasti nových technológií zahŕňajúcich grafický dizajn, vizuálne umenie, zvuk s dôrazom na prax pomocou workshopov s lektormi zo zahraničia. Festival tak prechádza od pasívneho nadšenia z tvorby umenia novými technológiami k praktickej skúsenosti, ako sa stať tvorcom virtuálnych zvukov, pohyblivých či statických digitálnych obrazov. Počas tretieho ročníka dominovalo posilnenie vzdelania formou otvorených zvukových dielní, ktoré viedol Derek Holtzer (USA/NL). Vystúpil aj pri otvorení mediátek BURUNDI spolu s Janom Šickom, ktorý zabezpečoval obraz. Jeho projekcia sa motívicky odvíjala od svojich skorších typografických prác – napríklad pre pražské divadlo MUT a hru Pokusy o její život. Naň nadviazal spolu s účastníkmi workshopu spoločnou verejnou zvukovou perormanciou Guy van Belle (BE). Praktickú edukáciu dopĺňalo filozofické zázemie, ktoré zabezpečili najmä hostia z Českej republiky.

S veľkým ohlasom sa stretla prednáška Denisy Kera z Karlovej univerzity v Prahe na tému Technosexualita, prednáška Václava Vančuru Novomediálna kuchárka či Víta Havránka na tému Laterna Magica – nové technológie v českom umení 20. storočia. Kvalitné boli aj dve prednášky Rudolfa Frielinga (DE). Jedna sa konala vo výstavnom priestore synagógy Galérie Jána Koniarka v Trnave a druhá v novootvorenom priestore A4 v Bratislave, ktorý zahŕňa aj mediátek BURUNDI. Tradičnými sa stali projekcie krátkych animovaných filmov z festivalov nových médií z Linzu Ars Electronica 2003 a z Berlína Transmediale 03. V rámci festivalov sa prezentoval aj minuloročný festival fotografie a nových médií IN OUT z Prahy v podaní kurátora Pavla Vančáta. Skladbu programu dopĺňali prezentácie diel umelcov zameraných na videoart s ich osobnou účasťou: Jespera Alvaera (NO) a Michala Pěchoučka (CZ). Intervenciou do priestoru nákupného centra Polus sa predstavila v kurátorskej koncepcii Michaely Sečanskej Iréne Tetaz (FR) svojou projekciou Medzi dvoma kvapkami vody nespoznáš svojho brata. Videopraca, ktorá zachytáva život z okna výtvarníckeho parížskeho bytu (dokumentuje pochybnú štvrť prisťahovalcov, drogových dílerov, bežného života), sa premietala na niekoľkých komerčných plochách v nákupnom centre Polus medzi reklamnými blokmi. Nepochybne ďalšou zaujímavou výstavou v galérii Priestor bola spolupráca výtvarníka Erika Bindera a tvorcu demoscény Zdena Hlinku pod názvom Kunst-fu feat. Zden: čísla snov. Vizuálne sa obaja

snažili zachytiť čísla športky vylosované za posledných desať rokov. Binder vo videu s transparentným odkazom na numerológiu. Zdeno Hlinka pomocou svojho vlastného vizuálneho softvéru, ktorému zadával vylosované čísla, ktoré generovali počas projekcie abstraktné obrazy prelínané s videom a priamym obrazom z galérie Priestor prenášaným web-kamerou. Ešte zaujímavejší bol GYATAM v galérii HIT v Bratislave, kde prezentoval AUVID (skupina, ktorá sa zaoberá výskumom zvukových vibrácií) zvukovú vaňu ako experiment – zvukovú architektúru, ktorá použitím špeciálne vyvinutých hudobných kompozícií vytvára relaxačno-akustický kúpeľ. Akustická hmota vo vibračnej vani sa tvorí hudobnými kompozíciami, ktoré sa do vody prenášajú niekoľkými podvodnými reproduktormi. Tieto zvukové vibrácie sú vo svojej podstate komplexnými súbormi mechanických vlnení frekvencie 0 – 20000 Hz. Zvuková energia aktívne rezonuje s ľudským organizmom, prostredníctvom ktorého vznikajú akčné elektrické potenciály rovnakej frekvencie. Tie sa nervovými dráhami vedú ďalej k nervovým bunkám a sprostredkúvajú vstup hudby do biokybernetického centra. Festival sprevádzali samostatné perormancie, soundartové vystúpenie bratislavských Urbsouds v Žiline, spoločný koncert Ruperta Hubera (AT), J. B. Klavira (SK), Franza Pomassla (AT), Philippa Quehenbergera (AT) na odovzdávaní grantov nadácie Tranzit.sk a na záverečnom Multiplace festivalu v Bratislave, pražské vystúpenie Fennez a laptopovej legendy Jana Jelinka (DE) v pražskom klube Roxy.



Víťazné Logo, autor: Martin Žilinský

Mesto Bratislava má nové Logo

Magistrát hlavného mesta SR Bratislavy a Slovenské centrum dizajnu vypísali súťaž o nové logo Bratislavy, ktoré sa stane popri oficiálnych heraldických symboloch základom jednotného vizuálneho štýlu hlavného mesta na niekoľko rokov. Má prispieť k naplneniu jedného z marketingových cieľov súčasného vedenia samosprávy hlavného mesta SR, ktorým je systematická tvorba pozitívneho imidžu mesta u jeho obyvateľov a návštevníkov.

Súťaž bola verejná, neanonymná, otvorená pre všetkých občanov SR bez ohľadu na vek a profesijné vzdelanie. Bezplatná účasť ju ešte viac spopularizovala a priblížila k ľuďom tým, že sa každý mohol zúčastniť a vyjadriť. Do 5. marca 2004 sa do súťaže prihlásilo so svojimi návrhmi 610 fyzických osôb rôznych vekových kategórií a grafických štúdií z celého Slovenska. Mnoho autorov doplnilo návrh slovným komentárom svojho loga alebo životným príbehom. Ľudia zareagovali spontánne, o čom svedčí množstvo prihlásených rodín. Súťaž svojou popularitou vzbudila pozornosť médií, odbornej, ale aj širokej verejnosti. Zaujímavé nápady, hodiny práce, námahy, ľudského úsilia a predložené návrhy prezradili, že pojem logotyp si ľudia vysvetľujú rôzne. V súťaži sa popri profesionálnych návrhoch objavili: obraz, maľba, fotografia, koláž, grafika, kresba ceruzkou, farbičkami, fixkou a pod. O výsledku rozhodla medzinárodná odborná porota zložená z významných osobností grafického dizajnu, ako sú Ranko Novak, popredný slovinský grafický dizajnér, profesor na Fakulte výtvarných umení Univerzity v Ľublani, profesor Wladislav Pluta z krakovskej Vysokej školy výtvarných umení, Aleš Najbrt, špičkový český grafický dizajnér a autor víťazného loga pre hlavné mesto Praha z roku 2002. Slovensko zastupovali renomované osobnosti grafického dizajnu – profesor Ľubomír Longauer, Milan Veselý, za Slovenské centrum dizajnu bola členkou poroty Katarína Hubová a za Magistrát hlavného mesta SR hovorca primátora Milan Vajda. Do užšieho výberu postúpilo 22 návrhov, z ktorých porota vybrala 4 finálové návrhy.

S oficiálnymi výsledkami súťaže o nový logotyp Bratislavy bola verejnosť oboznámená dňa 15. apríla 2004 na tlačovej konferencii v priestoroch Primaciálneho paláca v Bratislave.

Víťazom súťaže sa stal Bratislavčan Martin Žilinský (1969).

Porota na víťaznom návrhu ocenila zjednodušenie hradu ako najvýraznejšieho symbolu Bratislavy. Jeho grafické spracovanie jednotlivých prvkov aplikácií umožňuje širokú variabilitu a schopnosť autora realizovať komplexný vizuálny štýl. Nielenže je návrh ľahko spracovateľný v novom vizuálnom štýle komunikačných prostriedkov, ale svojou jednoduchosťou je aj ľahko zapamätateľný. Na druhom mieste je návrh Ateliéru 3 Creative Studio, s. r. o. Tretie miesto získal návrh autora Dušana Juneka. Štvrtým miestom a čestným uznaním porota ocenila návrh, ktorého autorkou je Jana Kišš.

Všetky návrhy, ktoré boli do súťaže o nové logo Bratislavy prihlásené, si verejnosť mohla pozrieť na výstave, ktorá sa konala od 18. 6. do 27. 6. v bratislavskom Auparku. Vďaka patrí všetkým, ktorých súťaž zaujala a venovali jej svoj čas, energiu a pozornosť.

Borovičková



Nagyida Er



Eliáš Pet.



Csere Róbe



Rosmány Karol



Stankoci Stanislav



Pech Peter



Mazan Michal



BRATISLAVA



3. miesto, autor:
Dušan Junek

2. miesto, autor:
Atelier 3 Creative Studio

Čestné uznanie, autor:
Jana Kišš

Prvé miesto a odmenu 100 000 Sk získal návrh č. 610, ktorého autorom je **Martin Žilinský** (1969) z Bratislavy. V roku 1992 ukončil štúdium na Slovenskej technickej univerzite. Externe spolupracoval s viacerými firmami na grafickom spracovaní tlačovín. Od roku 1998 pracuje vo vlastnej agentúre Sowa. Profesionálne sa venuje grafickému dizajnu, firemnému imidžu, tlačiarenským službám. Popri grafickom a interiérovom dizajne sa vo voľnom čase venuje športu.



Adriena Pekárová

Pohľad do inštalácie

5. ročník prehliadky českého a zahraničného dizajnu

art & interior



Vyššie 50 špičkových českých a zahraničných firiem, dizajnerských ateliérov a predajcov s aktuálnou ponukou vybavenia interiéru, ale aj nekomerčné výstavy dizajnu a ďalšie sprievodné akcie vytvorili na niekoľko aprílových dní z pražského Veľtržného paláca labyrint, v ktorom sa krížili cesty odborníkov na dizajn s milovníkmi krásneho interiéru. Spokojný bol ten, kto hľadal inšpiráciu pre svoj novozariaďovaný dom či byt, i ten, koho zaujíma skôr kultúrna a inovatívna hodnota dizajnu. Práve táto dvojdomosť robí z pražského komplexu prehliadok mimoriadnu príležitosť na poznanie aktuálnych trendov dizajnu, ale aj jeho vývojových ciest. Dvorana a prízemie Veľtržného paláca ponúkli

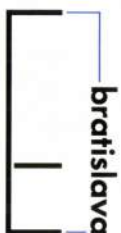
v zhustenej podobe vybraný značkový dizajn kúpeľní, kuchýň, úložného aj čalúneného nábytku, interiérových doplnkov. V tejto časti zvlášť zaujala prezentácia výsledkov súťaže luhačovickej firmy mm interier o súbor čalúneného nábytku s účasťou 46 autorov so 60 prácami. Súťaž vyhrala Prořezávaná pohovka Jana Čtvrtníka, ktorú výrobca predstavil realizovanú v zaujímavej i vtipnej minimalistickej čierno-bielej expozícii. Ako najlepšiu expozíciu veľtrhu ju ocenili aj novinári. Záujemcovia o históriu dizajnu mohli obdivovať hneď niekoľko prehliadok z „encyklopédie“ svetového dizajnu. Výstavu flámskeho dizajnu zo zbierok múzea v Gente, v skratke dokumentujúcu vývoj od

secesie až po súčasnú hviezdu európskeho dizajnu Maartena van Severena. Osobitou lahôdkou bola výstava replík nábytku z 20. rokov minulého storočia, ktorý navrhli ruskí konstruktivisti. Výrobu realizovali talianske firmy z veronského kraja podľa dochovaných návrhov a kresieb po predchádzajúcom rozsiahlom výskume. Kolekcia sprítomnila myslenie ruského avantgardného hnutia, ktoré premietlo politické a spoločenské idey do mnohých nadsťasových a prekvapujúco aktuálnych dizajnov. Aj výstava nábytku brnianskeho návrhára Jindřicha Halabalu, ktorý pracoval pre Spojené umělecko-průmyslové závody v Brne, podnecovala k úvahám o hodnotách tradície a súčas-

Rosmány Karol



Borovičková Zuzana



Vančo Peter



Šišma Andrej



Boršoš Ladislav



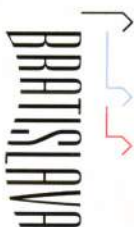
Stankoci Stanislav



Nagyidai Ernest



Chlpek Peter



Liška Peter



Písecký Lukáš



Pech Peter



Eliáš Peter



Lapšanská Jana



Rubint Ladislav



Tomík Juraj



Mazan Michal



Csere Róbert



Balogh Juraj



+421 Studio



Fudala Grzegorz





5. ročník prehliadky českého a zahraničného dizajnu

art & interior



Vyše 50 špičkových českých a zahraničných firiem, dizajnerských ateliérov a predajcov s aktuálnou ponukou vybavenia interiéru, ale aj nekomerčné výstavy dizajnu a ďalšie sprievodné akcie vytvorili na niekoľko aprílových dní z pražského Veľtržného paláca labyrint, v ktorom sa krížili cesty odborníkov na dizajn s milovníkmi krásneho interiéru. Spokojný bol ten, kto hľadal inšpiráciu pre svoj novozariaďovaný dom či byt, i ten, koho zaujíma skôr kultúrna a inovatívna hodnota dizajnu. Práve táto dvojdomosť robí z pražského komplexu prehliadok mimoriadnu príležitosť na poznanie aktuálnych trendov dizajnu, ale aj jeho vývojových ciest. Dvorana a prízemie Veľtržného paláca ponúkli

v zhustenej podobe vybraný značkový dizajn kúpeľní, kuchýň, úložného aj čalúneného nábytku, interiérových doplnkov. V tejto časti zvlášť zaujala prezentácia výsledkov súťaže luhačovickej firmy mm interier o súbor čalúneného nábytku s účasťou 46 autorov so 60 prácami. Súťaž vyhrala Prořezávaná pohovka Jana Čtvrtníka, ktorú výrobca predstavil realizovanú v zaujímavej i vtipnej minimalistickej čierno-bielej expozícii. Ako najlepšiu expozíciu veľtrhu ju ocenili aj novinári. Záujemcovia o históriu dizajnu mohli obdivovať hneď niekoľko prehliadok z „encyklopédie“ svetového dizajnu. Výstavu flámskeho dizajnu zo zbierok múzea v Gente, v skratke dokumentujúcu vývoj od

secesie až po súčasnú hviezdu európskeho dizajnu Maartena van Severena. Osobitou lahôdkou bola výstava replík nábytku z 20. rokov minulého storočia, ktorý navrhli ruskí konštruktivisti. Výrobu realizovali talianske firmy z veronského kraja podľa dochovaných návrhov a kresieb po predchádzajúcom rozsiahlom výskume. Kolekcia sprítomnila myslenie ruského avantgardného hnutia, ktoré premietlo politické a spoločenské idey do mnohých nadsťasových a prekvapujúco aktuálnych dizajnov. Aj výstava nábytku brnianskeho návrhára Jindřicha Halabalu, ktorý pracoval pre Spojené umělecko-průmyslové závody v Brně, podnecovala k úvahám o hodnotách tradície a súčas-



Raoul Bretzel (Taliansko), **Anna Citelli** (Venezuela): Capsula Mundi, 110 x 320, karbohydrát a strom, autorský prototyp, 2003

Florian Gsottbauer (Rakúsko): Experimentálna rakva hampstone monococoon, biologicky samozničitelný materiál, 2002



nom kontexte. Princípy jeho sektorového nábytku, ale aj stratégie predaja firmy sú dnes rovnako aktuálne ako v čase svojho vzniku. Na rozdiel od výsostne funkčného dizajnu spomínaných prehliadok sa výstava funerálneho dizajnu dostala do sféry konceptuálneho uvažovania, a to o tabuizovanej téme – o smrti a o spôsobe pochovávaní, resp. o zmysle uchovávaní telesných schránok. Zaujal nás symbolický a ekologický koncept pochovávaní, ktorý navrhli Anna Citelli z Venezuely a Raoul Bretzel z Talianska. Telo sa po smrti zabalí do vajcovitej schránky z recyklovateľného polykarbonátu a postupne sa v zemi rozplynie. Nad uloženou schránkou v zemi sa zasadí strom, ktorý vrastá koreňmi do zeme ako živé memento ochraňujúce životné prostre-

Markéta Nováková (Česko): Trně, šamot, v 60 cm.



die. Treba spomenúť aj príspevok slovenských dizajnérov (výstavu Nekonvenčná domácnosť ateliéru Produkt dizajnu doc. F. Chrenku z VŠVU v Bratislave), ktorí predstavili výsledky svojej spolupráce s firmou Elektrolux. Pestré spektrum tém dopĺňala aj výstava pražského Typo design klubu a malá výstava exteriérového uličného nábytku na streche Veľtržného paláca z dielň talianskych a českých dizajnérov. Kuriozitou bola aj malá kolekcia tradičných afgánskych vlnených kobercov aksí so súčasnými motívmi vojenskej techniky.

Nečakane príjemným zážitkom bolo aj listovanie v dvoch objemných katalógoch, ktoré predstavili zvlášť komerčné i nekomerčné výstavy. Čitateľovi ponúkli plastický obraz o komplexe výstav, o ľuďoch, ktorí ho pripravovali a podporovali, o myšlienkach, ktoré sprevádzali organizátorov, manažérov, dizajnérov... Sústrediť takéto množstvo informácií, profilov a rozhovorov s pozornosťou rovnako dôslednou, aká bola venovaná samotnej príprave výstav, je vďaka obdivuhodný výkon. Poďakovanie zaň patrí tímu, ktorý katalóg pripravoval, a najmä PhDr. Lenke Žižkovej – kurátorky nekomerčných výstav.

SEC, s.r.o.

Nitra

Firma SEC, s.r.o., patrí do tohto seriálu, ktorý objavuje uplatnenie dobrého dizajnu u slovenských výrobcov z niekoľkých dôvodov. Má ojedinelý výrobný program – na Slovensku nie je podobná firma s produkciou takej technicky a funkčne zložitej osvetľovacej techniky, ako sú svietidlá značky SEC, s.r.o., a navyše s pôvodným slovenským dizajnom, väčšina tejto produkcie s vysokou pridanou hodnotou sa vyváža, výnimočná je aj dynamika rozvoja firmy.



Malá firma založená v roku 1992 funguje v súčasnosti vo svojom výrobnom areáli pre 100 zamestnancov, pôvodné základné technológie na výrobu svietidiel sa rozšírili o digitálne kontrolované a riadené automaty CNC, PE práškovú lakovňu, firma má vlastné dizajnové a konštrukčné oddelenie využívajúce softvér CATIA-CADAM, vlastné fotometrické laboratórium, uplatňuje efektívne metódy logistiky... Súčasné know-how firmy predstavuje zložitá a odborne členitá štruktúra znalostí, schopností a hlavne skúseností, ktoré sa vrstviли pri každom rozhodovaní o zavedení nového výrobku, investícii do techniky, cesty na zahraničný veľtrh či ľudského zdroja. O hodnotách osobných skúseností pri budovaní firmy a hlavne o špecifikách tohto procesu, ktoré vytvorili spoločenské pod-

mienky 90. rokov, sme hovorili s Ing. Ladislavom Vachalom, konateľom SEC, s.r.o., Nitra.

Rozhodnutia ■ Ing. Ladislav Vachal vstúpil roku 1992 do podnikania s jasným cieľom – zrealizovať vlastnú predstavu výrobnéj fabriky: „Pochopil som, že ak aj máte technické riešenia, ale nemáte za sebou výrobnú kapacitu, každá myšlienka je bezcenná. Nemôžete chodiť od dverí k dverám a ponúkať ich. Chcel som vybudovať podnik so všetkými atribútmi, so schopnosťou tvoriť nové produkty, vyrábať ich a, samozrejme, aj predávať. Ale to sa ľahko hovorí, proces budovania bol postupný. Verím v postupné kroky, dôraz na precíznosť, systematické budovanie od základu. Nejde len o stroje, súvisí to aj s ľuďmi, hľadaním väzieb, pretože

nový podnik nemôže ponúknuť od začiatku fungujúcu reálnu organizačnú sieť. Tú treba vybudovať a stále hľadať vlastnú cestu.“ Na začiatku bolo rozhodnutie neorientovať sa na úzky rad svietidiel, pretože na európskom trhu je silná konkurencia tradičných firiem s takýmto programom. SEC, s.r.o., sa rozhodol pre výrobu v niekoľkých segmentoch – je to náročné na flexibilitu manažmentu, riadenie výroby a odbytu i konštrukciu, ale znižuje to možné riziká firmy. Dôležitou časťou firemnej stratégie je aj úsilie o sebestačnosť v technológiách a nezávislosť od iných výrobcov. Napr. investíciu do lakovne si vynútila nespokojnosť s povrchovou úpravou, ktorú pre SEC, s.r.o., robili iné subjekty.

Pre začínajúcu firmu je výhodné, ak môže

ktorý stavia na akejsi služobnosti dizajnu človeku, nie na páčivej samoučelnej prezentácii. Mojim cieľom bolo od začiatku na jednej strane predstaviť českému publiku dizajn iných regiónov a na druhej strane prepájať dizajnérov s priemyslom prostredníctvom experimentov s novými materiálmi. Snažíme sa tiež nezabúdať na sociálne a etické poslanie dizajnu.

Ktoré výstavy považuješ za najcennejšie z tých vyše 30 projektov českého a zahraničného dizajnu, ktoré si doteraz predstavila na art & interior?

Je to ako s deťmi. Človek má rád všetky. Každý projekt ma stál kopu času a energie, ale priniesol mi aj stretnutia s ľuďmi, s ktorými by som sa možno nikdy v živote nestretla. K projektom, ktoré ma bavili a ich výsledky som so vzrušením čakala, patrili výstavy Krása preglejky, Miesto očisty, Na vlnách Perspexu, Život v PET-fľašiach

dušu a spomienky, že sa vôbec podarilo výstavu zrealizovať.

Laická či skôr poučená verejnosť je nadšená. Prvé štyri dni, keď prebiehajú všetky akcie (veľtrh, prehliadky českého a zahraničného dizajnu, prednášky, semináre, projekcie ap.), sa Veľtržný palác Národnej galérie otriasa v základoch a kustódi sa desia masy návštevníkov, ktorá si chce na všetko siahnuť a preskúmať to. V tom čase sa pohybujem neustále po výstavnej ploche, počujem nadšené reakcie návštevníkov, a to je mojou odmenou. Keby som sa mala spoliehať na reakcie tlače, ktorá sa dizajnom tzv. zaoberá, dávno by som to všetko zavesila na kliniec. Novinárov zaujíma skôr to, čo sa predstavilo v Miláne, než to, čo sa zrodilo doma. A obchodné oddelenia časopisov tlačia na prepojenie článkov s inzerciou, čo v prípade nekomerčných prehliadok nemôže fungovať.



Jindřich Halabala:
Pružná stolička, 1931.
Z výstavy Jindřich Halabala a Spojené uměleckoprůmyslové závody v Brně.



A. M. Rodčenko: Sklápací šachový stůl s křesly do robotnických klubů, 1925.
Výroba Molinari Interni di Molinari Alberto, Cerea (VR). Z výstavy Vyrobené v Taliansku – sovietsky avantgardný nábytok dvadsiatych rokov

– PET náš osud, Liečba corianom, Svetidlá a svetelné objekty z corianu, On the Street (dizajn pre bezdomovcov) a Schránka pre telo, dušu a spomienky (funerálny dizajn).

Aká je odozva širšej odbornej, ale aj laickej verejnosti? Nachádzaš v nej povzbudenie pre ďalšie projekty alebo inšpiráciu pre budúce expozície a témy?

Pokiaľ ide o odbornú verejnosť, myslím si, že akciu hodnotia pozitívne architekti. Reakciu dizajnérov vlastne nepoznám. Nezberame, čo sa zrodilo za rok v rôznych ateliéroch, takže je možné, že niektorým dizajnérom prekáža výberovosť a koncepcnosť projektov. Hoci sme ich práce vyviezli do sveta na výstavy Satellite v Miláne a Tendence vo Frankfurt nad Mohanom, nestalo sa mi, že by sa mne či nám niekto poďakoval. Prvýkrát mi tento rok poďakovali dvaja účastníci projektu Schránka pre telo,

Môžeme sa tešiť na ďalší ročník art & interior?

V tejto chvíli mám vymyslených osem projektov.

Či sa budú realizovať, neviem. Závisí to od toho, či zoženiem počas roka nejakých sponzorov a či budem mať na ich uskutočnenie silu nielen ja, ale celý náš malý tím.

Dizajn sa stáva ikonou 21. storočia – čo všetko v tomto tvrdení je? Nepreceňujeme význam dizajnu?

Obávam sa, že sa zabúda na reálne poslanie dizajnu. Dizajn sa stáva prostriedkom manipulácie so zákazníkom, marketingovou stratégiou na väčšiu podporu tovaru, povrchným pozlátkom so signatúrou slávnych, reklamou výslachtených hviezd (podobne ako v modelingu). Je statusovou známkou s tlakom na glorifikáciu značiek, ktoré robia z konzumenta (predovšetkým mladého) povrchnú, takmer bezduchú bábku. Dizajn sa stáva spoločenským fenoménom, na čo by vo svojich výskumoch a interpretáciách nemali zabúdať ani sociológovia.

Ďakujem za rozhovor. Adriena Pekárová

SEC, s.r.o.

Nitra

Firma SEC, s.r.o., patrí do tohto seriálu, ktorý objavuje uplatnenie dobrého dizajnu u slovenských výrobcov z niekoľkých dôvodov. Má ojedinelý výrobný program – na Slovensku nie je podobná firma s produkciou takej technicky a funkčne zložitej osvetľovacej techniky, ako sú svietidlá značky SEC, s.r.o., a navyše s pôvodným slovenským dizajnom, väčšina tejto produkcie s vysokou pridanou hodnotou sa vyváža, výnimočná je aj dynamika rozvoja firmy.



Malá firma založená v roku 1992 funguje v súčasnosti vo svojom výrobnom areáli pre 100 zamestnancov, pôvodné základné technológie na výrobu svietidiel sa rozšírili o digitálne kontrolované a riadené automaty CNC, PE práškovú lakovňu, firma má vlastné dizajnové a konštrukčné oddelenie využívajúce softvér CATIA-CADAM, vlastné fotometrické laboratórium, uplatňuje efektívne metódy logistiky... Súčasné know-how firmy predstavuje zložitý a odborne členitý štruktúru znalostí, schopností a hlavne skúseností, ktoré sa vrstviť pri každom rozhodovaní o zavedení nového výrobku, investícii do techniky, cesty na zahraničný veľtrh či ľudského zdroja. O hodnotách osobných skúseností pri budovaní firmy a hlavne o špecifikách tohto procesu, ktoré vytvorili spoločenské pod-

mienky 90. rokov, sme hovorili s Ing. Ladislavom Vachalom, konateľom SEC, s.r.o., Nitra.

Rozhodnutia ■ Ing. Ladislav Vachal vstúpil roku 1992 do podnikania s jasným cieľom – zrealizovať vlastnú predstavu výrobnéj fabriky: „Pochopil som, že ak aj máte technické riešenia, ale nemáte za sebou výrobnú kapacitu, každá myšlienka je bezcenná. Nemôžete chodiť od dverí k dverám a ponúkať ich. Chcel som vybudovať podnik so všetkými atribútmi, so schopnosťou tvoriť nové produkty, vyrábať ich a, samozrejme, aj predávať. Ale to sa ľahko hovorí, proces budovania bol postupný. Verím v postupné kroky, dôraz na precíznosť, systematické budovanie od základu. Nejde len o stroje, súvisí to aj s ľuďmi, hľadaním väzieb, pretože

nový podnik nemôže ponúknuť od začiatku fungujúcu reálnu organizačnú sieť. Tú treba vybudovať a stále hľadať vlastnú cestu.“ Na začiatku bolo rozhodnutie neorientovať sa na úzky rad svietidiel, pretože na európskom trhu je silná konkurencia tradičných firiem s takýmto programom. SEC, s.r.o., sa rozhodol pre výrobu v niekoľkých segmentoch – je to náročné na flexibilitu manažmentu, riadenie výroby a odbytu i konštrukciu, ale znižuje to možné riziká firmy. Dôležitou časťou firemnej stratégie je aj úsilie o sebestačnosť v technológiách a nezávislosť od iných výrobcov. Napr. investíciu do lakovne si vynútila nespokojnosť s povrchovou úpravou, ktorú pre SEC, s.r.o., robili iné subjekty.

Pre začínajúcu firmu je výhodné, ak môže



Aplikácia núdzového svietidla v metre



Núdzové svietidlo Grandlux

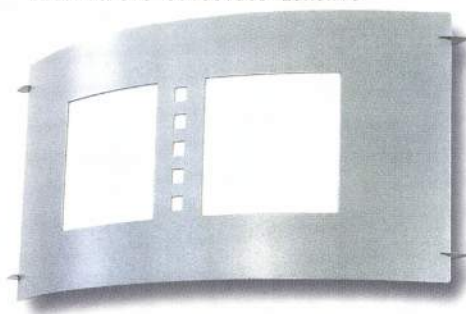


Interiérové svietidlo Modulux



Interiérové svietidlo Solidlux

Interiérové svietidlo Luxonic



využívať nejaké formy podpory na rozvoj podnikania. Ing. Vachal oceňuje pomoc fondov Phare, ktoré využili na zavedenie certifikácie a účasť na veľtrhu špecializovanom na osvetľovaciu techniku vo Frankfurtu v r. 1998 – 2000. Iné formy štátnej pomoci však SEC, s.r.o., „nedostihli“: „Aj my sme veľa investovali do technológií – za takéto kritérium dostávajú štátnu pomoc zahraničné firmy – pre nás to však neplatí. Nechcem, aby štát rozdával peniaze ako Mikuláš, ale vieme, že v krajinách EÚ existujú rôzne formy subvencií a dotácií, napr. na každú vyexportovanú korunu, alebo na dovoze moderných výrobných technológií by štát mohol participovať formou výhodnejšieho odpisovania. Grantové schémy, o ktorých sa momentálne hovorí, sú odročené, nemajú

peniaze alebo sú ťažkopádne. Dynamika života je oveľa vyššia než schvaľovacie procesy.“

Tri segmenty ■ Núdzové svietidlá – mikro-počítačom riadené inteligentné svietidlá, od ktorých závisí bezpečnosť ľudí vo výrobných priestoroch, halách, hoteloch, divadlách, úradoch v situácii, keď je prerušená dodávka elektrickej energie. Druhý segment sú svietidlá na osvetlenie interiérov hromadných dopravných prostriedkov – autobusov, vlakov, je významný a najsofistikovanejší. Nie je to bežný komerčný tovar – viaže na seba zákazníkov – výrobcov hromadných dopravných prostriedkov, ktorí majú presnú predstavu o technickej stránke svietidiel. Táto časť výroby je hnacím motorom rozvoja firmy – od vývoja výrobku, cez rozvoj

technickej a technologickej základne celého výrobného procesu až po certifikáciu (v súčasnosti certifikát ISO 9001). Investície v rokoch 1996 – 98 do rozvoja firmy zdvihli výkonnosť technológií, ktorá začala presahovať dovtedajšie programy výroby a podnietila rozvoj nového segmentu – interiérových svietidiel v roku 1998. Cestu k dnešnému výrobnému programu dokumentujú vo vizuálnej skratke propagačné materiály: v roku 1992 jednoduché čiernobiely letáčky s kresbami výrobkov, prvý farebný prospekt z roku 1993, ďalší rok skladačka v angličtine... Posledný objemný katalóg z roku 2004 predstavuje sortiment 130 základných typov núdzových, interiérových a priemyselných svietidiel. Je to len časť zo škály typov, ktoré SEC, s.r.o., môže ponúknuť zákazníčkovi. Sortiment firmy



tvorí asi 1000 typov svietidiel vyrábaných v sériách od 20 po 30 tisíc kusov. 80 % produkcie sa vyváža najmä do štátov EU, Ukrajiny, Ruska. Zákazníkmi v oblasti koľajovej techniky sú napr. firmy Siemens, Bombardier. Svietidlá SEC, s.r.o., však nájdete prakticky všade: v priemyselných, obchodných i spoločenských priestoroch. V tomto výpočte zaujmú napr. také miesta, ako sú napr. tunel Branisko, frankfurtské a pražské metro, hypermarkety TESCO...

Dizajn ■ Ing. Vachala netreba presviedčať o význame dizajnu pre akýkoľvek výrobok, rovnako to platí aj pre núdzové svietidlá, ktoré musia diskretné dopĺňať nielen výrobnú halu, ale aj divadelný foyer, a spoľahlivo fungovať, keď treba. Každý interiér vyžaduje osobitné riešenia dizajnu, ktoré treba skĺbiť s technikou spoľahlivosťou a kvalitným spracovaním mate-

Najstarším a najúspešnejším výrobkom značky SEC od založenia je plastové núdzové svietidlo TMTLUX. Už 12 rokov sa na ňom nič nezmenilo. Zelený pásik v stredovej priehlbínke pripomína ešte zaužívané zvyklosti predchádzajúceho obdobia – vtedy sa prelepovali núdzové svietidlá červenou páskou. Dodnes sa z tohto svietidla vyrábalo 150 tis. kusov.

riálov. Dôležitý je obchodný úspech aj novosť dizajnu. „Obrovský valec európskeho trhu sa nedá zastaviť. Ak niektorý výrobca príde na veľtrh s novou myšlienkou, má dva roky náskok, keď môže novú myšlienku využiť a urobiť kontrakty. O dva roky ho už ostatní výrobcovia dobiehajú a opäť musí prísť s niečím novým. Aj toto si naši ľudia musia uvedomiť.“

Ing. Vachal verí v špecializáciu, ktorá je pre taký rozsiahly a technologicky náročný odbor ako je výroba svietidiel nevyhnutná a podporuje rozširovanie odborných skúseností svojich konštruktérov. Nevyhľadáva externú spoluprácu s dizajnérmami, lebo si uvedomuje riziká vyplývajúce z charakteru produkcie: „Ak chceme byť v „svetlárine“ úspešní, tak nestačí byť na úrovni Slovenska, ale musíme dosiahnuť aspoň štandard Európy. Dizajnér musí mať zmapovanú situáciu v odbore, musí poznať produkciu európskych firiem, navštevovať veľtrhy, musí poznať dostupné technológie a materiály. Ak z 90 % musíme kvôli výrobku kooperovať s inými výrobcami, tak to nie je pre firmu zaujímavé. Dizajn musí byť šitý na mieru našim možnostiam a u dizajnéra očakávam skĺbenie reálneho ekonomického myslenia s výtvarnou stránkou. Ekonomický je produkt vtedy, keď 70 – 80 % urobíme doma a zvyšok cez subdodávateľov.“ Dizajn značky SEC, s.r.o., na ktorom sa podieľa Ing. Vachal s konštruktérmi, vychádza z technológií, stavia na čistom a striedom riešení, dokonale zvládnutých detailoch, využíva estetické vlastnosti materiálov – kovu, plastu, dreva s ohľadom na funkčnosť priestoru, do ktorého je svietidlo určené.

Ľudia ■ „Firma je jeden organizmus. Ľudia sa musia stotožniť s firmou, nemôžem ich však poháňať do práce, to je na nich. Už pri výbere pracovníkov sa rozhoduje, akí ľudia sa do firmy dostanú, vzdelanie nie je barometrom správania sa človeka. Snažím sa nájsť si čas a byť pri výberových konaniach. V súčasnosti nemáme problémy s fluktuáciou, manažment je stabilizovaný. S človekom sa treba potrápiť, nemeniť ľudí hneď na začiatku, keď sa im nedarí. Zaujímá nás aj to, čo ľudí motivuje k dobrej práci. Zaujímavosťou našej firmy je aj to, že zamestnávame aj 29 ľudí so zníženou pracovnou schopnosťou,“ hovorí Ing. Vachal.

Radost a sklamanie

➤ Pred pár rokmi som písala o Adriane Polákovej, vtedy ešte študentke oddelenia odevného dizajnu na VŠVU v Bratislave, o jej radosti z experimentovania s materiálom. Už vtedy som mala pocit, že je to zrelá, výrazná a aj ľudsky zaujímavá osobnosť (RUD 2002). Zo študentskej stáže v interiérovom dizajnerskom štúdiu Volkswagen vo Wolfsburgu v roku 2000 sa stala, pomaly už skoro dvojročná profesionálna práca. Stáž vyhrala Adriana ako prvú cenu v súťaži Bugatti, ktorú organizovala táto najväčšia európska automobilka na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave. Teraz môžem len z diaľky sledovať, ako pracuje textilná dizajnerka v automobilovej fabrike. Z našich zriedkavých rozhovorov, ale častejších mailov vznikol „mailový pracovný zápisník“. Je zaujímavé, ako sa darí Adriane spájať textilné výtvarné školenie s reálnym priemyslom. Spolu s kolegyňou tvoria *advance team*. Navrhujú a vyvíjajú nové materiály a pracujú na dizajnerských štúdiách automobilov. Na autosalónoch prezentujú tieto štúdie – akési zidealizované dizajnerské zámery nových sériových automobilov alebo vízie do budúcnosti. Prezentačnými autami (tzv. „show car“) sa získava predovšetkým imidž firmy, len zriedka sa potom aj sériovo vyrábajú.

Ako sa inšpirujem? Navštevujem autosalóny, textilné a nábytkové veľtrhy v Nemecku, Taliansku, Francúzsku aj v USA. Sledujem výstavy, kvalitné dizajnerské časopisy a zúčastňujem sa tvorivých workshopov na rôzne témy, napr.

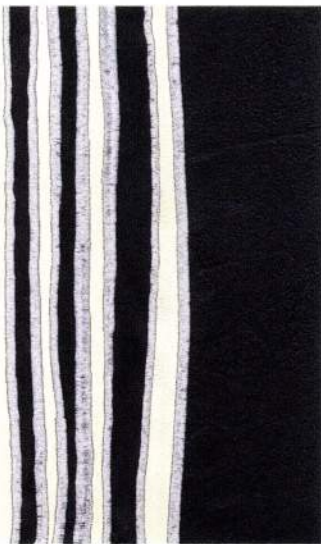


Adriana Poláková





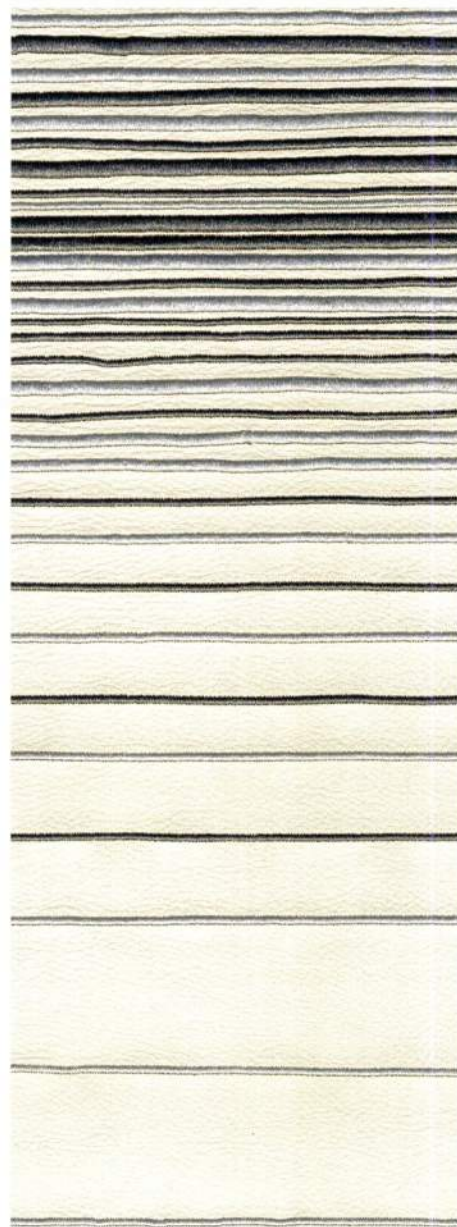
Interiér VW Cabrio



haptika, optika. Dôležité je uvedomiť si pocit z materiálu, jeho mäkkosť, drsnosť, hladkosť. Veľa čerpám aj zo svojich študijných nápadov. Stále ma baví hľadanie nových štruktúr a farieb, experimentujem. Vo Volkswagene som sa naučila vnímať farby s citom a rešpektom. Naučila som sa v každej farbe vidieť jej odtiene, jej teplo i chlad. Nerozdeľujem to, čo robím pre firmu a pre seba. Venujem jej veľa z vlastnej tvorby, ktorú premieňam do úžitkovej sféry a vôbec to nepovažujem za obmedzujúce. Stáva sa, že niektoré návrhy proste „umrú“. Buď je technológia obmedzujúca, alebo je materiál príliš drahý. Takáto práca prináša radosť i sklamanie.

Je veľkým šťastím, keď môže človek robiť to, čo ho baví, a vidieť aj reálny zmysel svojej práce. Adrianiným úspešným tohtoročným projektom bola dizajnerská štúdia VW Cabria na autosalón v Ženeve. Len pre zaujímavosť, interiér navrhol tiež bývalý študent transport dizajnu VŠVU Peter Balko, ktorý rovnako ako Adriana zostal po stáži pracovať vo Volkswagene. Z množstva návrhov vybrali práve návrh dvojice *advance team*, aby sa podieľala na realizácii prototypu Cabria. Proces prípravy takého auta neprebíha jednoducho a často je to i v časovej tiesni. Dôležitá je komunikácia. Vznikne množstvo kresieb a na záver zostanú 3 až 4 návrhy. Základom konceptu je exteriér auta, jeho tvar. Potom prichádzajú interiérovní dizajnéri, a keď je z obrovského množstva vybraných len niekoľko riešení, nastupuje *color and trim* oddelenie (trim je niečo ako pocit, duša a štýl auta), kde sa navrhujú farebné koncepty interiéru auta a farba exteriéru, ktorého súčasťou je i Adriana Poláková.

Koncept Cabria vznikol v zime. V novembri snežilo a mrzlo a my sme mali navrhnuť svieže letné auto na marcový autosalón. Lámalí sme si hlavu nad farebným a materiálovým riešením. Začala fáza tvorivého premýšľania, ktorú mám najradšej. K jednému projektu zvykneme prezentovať 3 až 6 prezentačných panelov. Jeden panel predstavuje jeden ucelený farebný a materiálový koncept a inšpiračný obrázok, ktorý vystihne tému. Musí to byť, samozrejme, dobre graficky upravené. Ak sa vyberie návrh, pokračuje sa v realizácii modelu. V interiéri vystupujú materiály až v troch farbách. Hovorí sa tomu *trim*. Predstav si interiér v jeho zložitosti a to všetko v harmonickom celku. Narábame s najjemnejšími odtienkami, ako aj s tvrdým kontrastom, pričom je dôležité ich citlivé dávkovanie. Technicky nie je jednoduché dosiahnuť, aby daný farebný tón vyzeral na všetkých materiáloch rovnako aj pri rozličnom osvetlení. Je to naozaj náročná práca. Aj keď exteriérový koncept tvorí len jedna farba-lak, dlho sa o nej diskutuje. Môže totiž výrazne podporiť alebo potlačiť tvaroslovie auta. Vôbec, o všetkom sa dlho diskutuje, raz sa niečo

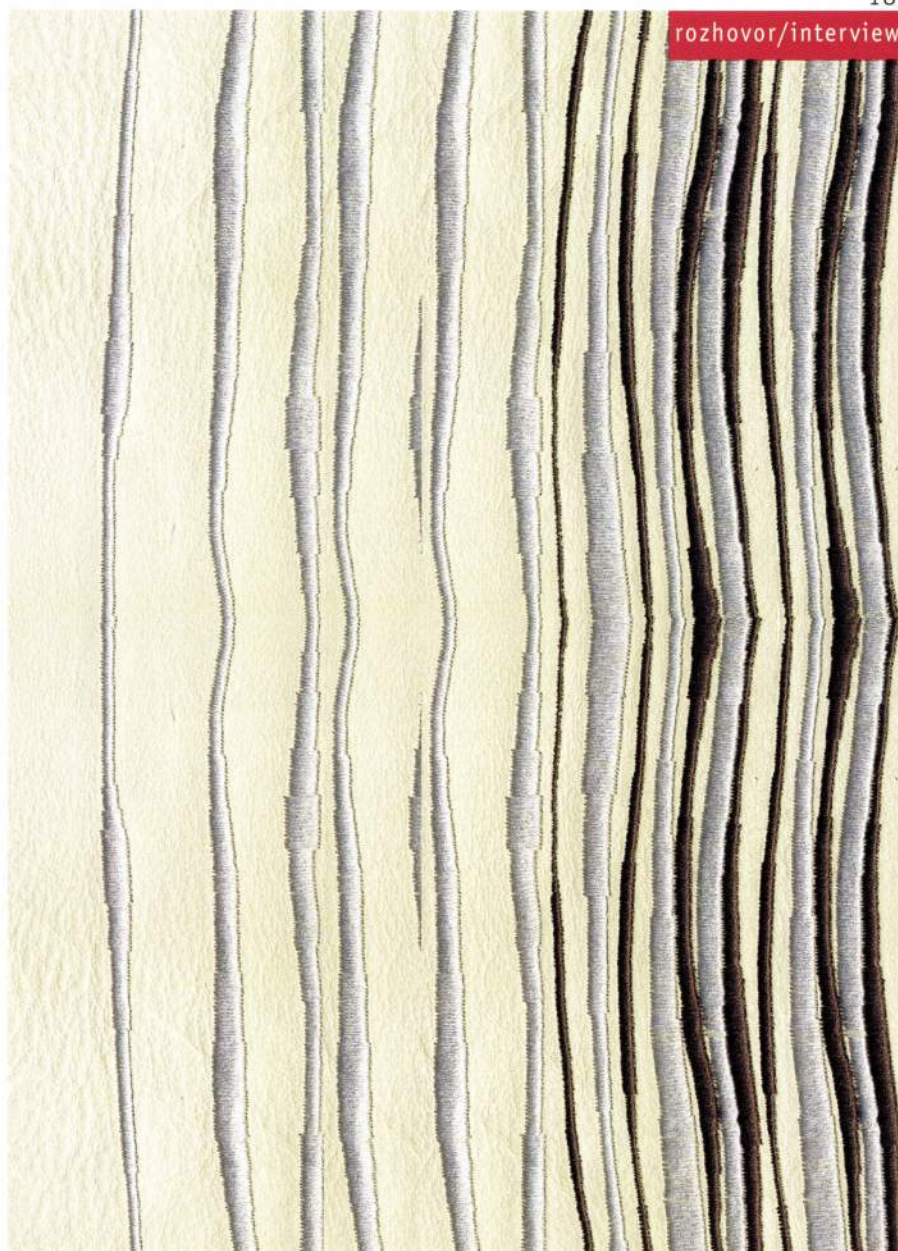


nepáči jednému, inokedy druhému.

Je to ako začarovaný kruh. Najťažšie je oddeliť subjektívne pocity od objektívnych. Nakoniec sme sviežosť nášho Cabria dosiahli ľahkými, decentnými farbami, ktoré vytvárajú harmóniu a exkluzivitu.

Za každým autom je človek. Na príprave dizajnerského konceptu pracuje množstvo dizajnérov a rôzne partnerské firmy. Konečný výsledok nie je nikdy prácou jedného autora. Vždy je to kolektívne dielo špecialistov z rôznych odborov. Prácou jedného dizajnéra môže byť prvotná idea, nápad, ktorý sa následne rozpracováva v tínoch. Je to ako puzzle hra, kde sa na konci zo všetkých častí musí poskladať auto a k tomu ešte musí aj dobre vyzerať. Je dôležité, do akej miery vie akceptovať autorská individualita, dizajnér, timovú prácu plnú kompromisov. Obávala som sa, ako sa presadí Adrianin voľný výtvarný prístup k tvorbe v presne vymedzenom pracovnom prostredí, v ktorom je každý druh práce dovedený do sofistikovanej podoby. A je to práve jej tvorivosť, schopnosť experimentovať s materiálom, vzrušujúci proces hľadania a v neposlednom rade aj jej osobnosť, čo jej pomohlo presadiť sa aj medzi staršími a skúsenejšími kolegami. Treba si uvedomiť, v akom krátkom čase musela zvládnuť abecedu interiéru.

Interiér – to nie je len príjemný pocit zo sedenia v sedačkách, ale sú to aj dvere potiahnuté buď kožou, látkou alebo fóliou, prístrojová doska, stredná konzola, odkladacie priestory, koberec, strop auta, na ktorý sa, mimochodom, v nemeckej odbornej terminológii používa poetický výraz *Himmel* – obloha. Okrem toho sú v interiéri rôzne drevené alebo hliníkové dekoratívne lišty. To znamená rôzne tvary, rôzne štruktúry a materiály, a to všetko musí spolu dokonale farebne ladiť. Jeden interiér môže mať aj viac farieb. Každý projekt má svoje etapy, ktoré sú ukončené prezentáciou, diskusiou a výberom viacerých návrhov, z ktorých sa na záver



Návrh potahovej látky

vyberie len jeden. Začína sa konceptom, ďalšou etapou je realizácia modelu 1:1 a končí sa funkčnou dizajnerskou štúdiou *show car*, ktorá sa prezentuje na veľtrhu, v našom prípade je to VW Cabrio. Cieľom bolo predstaviť auto, ktoré sa na trhu objaví v skoro reálnej podobe.

Advance team navrhuje aj textílie a dezény pre rôzne textilné fabriky. Pri tejto práci Adriana môže najviac čerpať zo svojho umeleckého školenia. Štruktúry dopĺňa a tvorí všetkými dostupnými cestami a materiálmi často i netextilného pôvodu.

Materiál býva rôzny. Od pletených, tkaných textílií, cez rôzne upravené kože, elasticke fólie až po špeciálne vyvinuté materiály. Potrebujem intenzívne pracovať s materiálom, cítiť ho a pretvárať, lepiť, strihať, vysúvať. Sama si zháňam a nakupujem rôzne vzorky. Vyberáme si aj z prezentácií textilných firiem. Často fotografujem štruktúry a povrchy, ktoré ma zaujmú. Náš malý tím to má pri navrhovaní textílií jednoduchšie, lebo sa nemusíme starať o ich náročné testovanie do výroby, leť potom výrazne ovplyvní výber materiálu pre sériovú výrobu. Testuje sa jej odolnosť, stálosť farby, pružnosť, odolnosť voči vlhkosti a ďalšie vlastnosti.

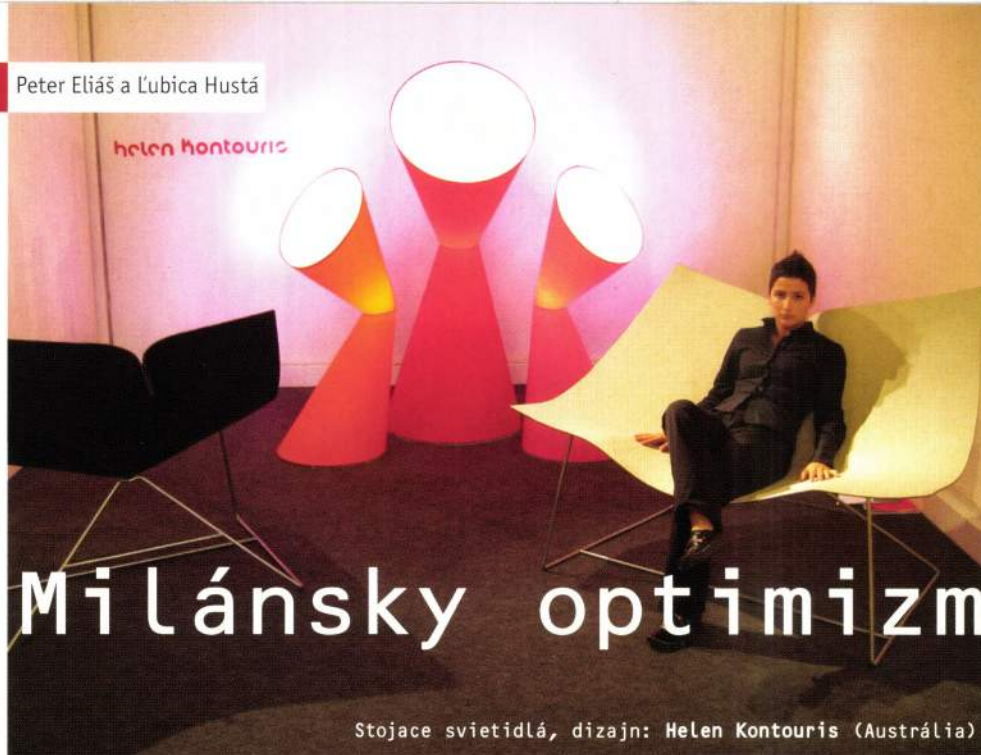
Vývoj, to je neustály experiment. Ako každého dizajnéra, tak aj Adrianu Polákovú poteší, ak v uliciach miest stretne svoj návrh. Mňa poteší ďalší zaujímavý mail od nej.

Foto: archív A. Polákovvej



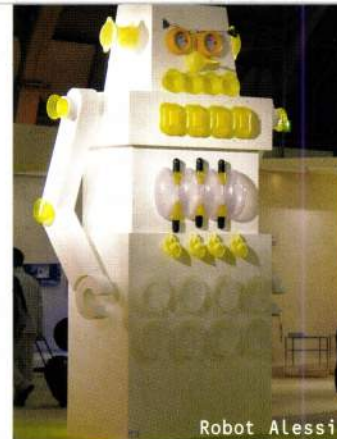
VW Cabrio

Peter Eliáš a Ľubica Hustá



Milánsky optimizmus

Stojace svietidlá, dizajn: Helen Kontouris (Austrália)



V dňoch 14.-19. apríla 2004 sa konal v Miláne, v centre európskeho i svetového nábytkového dizajnu 43. ročník renovovanej a očakávanej výstavy nábytku a interiérových doplnkov Milan's Salone del Mobile 2004. Na 197 000 metroch štvorcových sa prezentovalo 1900 vystavovateľov.



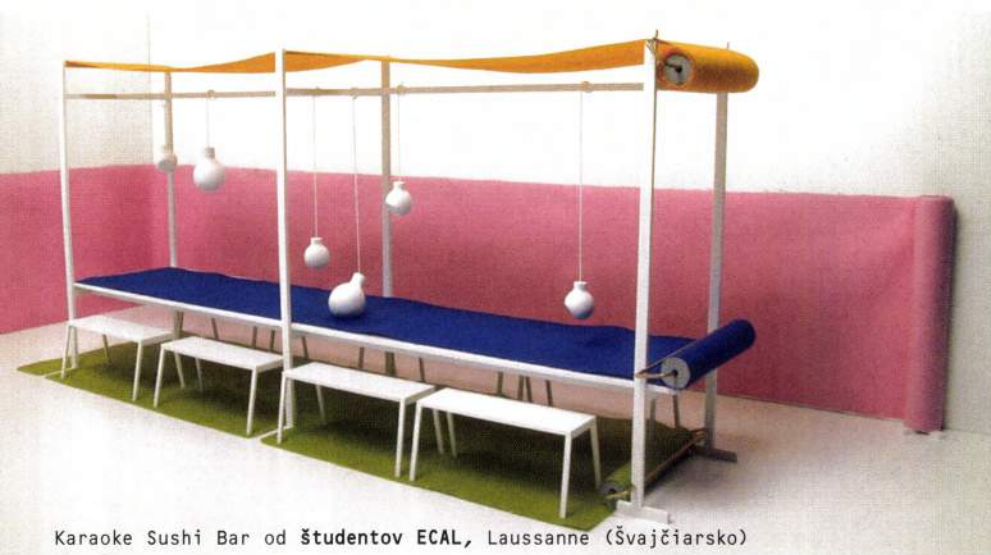
Magnetická stolička, dizajn: Flynn Talbot (Austrália)



Najviac nás zaujímalo, čo sa deje v nekomerčnom pavilóne 9, ktorý tradične patrí začínajúcim dizajnérom a študentom a ktorý tradične prináša najodvážnejšie nápady.

SaloneSatellite / Dining design – Mladá originalita? ■

Salón bol pestrým miestom konfrontácie predstáv o súčasnom smerovaní dizajnu aj akýmsi zrkadlom súčasnej situácie. Našli ste tu rôznorodú zmes od nábytku až po interiérové doplnky. Spomedzi množstva tvarovo, farebne či materiálovo viac či menej zaujímavých predmetov, ktoré často markantne čerpali z moderny 70. rokov (výrazné tvary, silné farebné kombinácie, plastové materiály ako ich poznáme od Vernera Pantona, či Joe

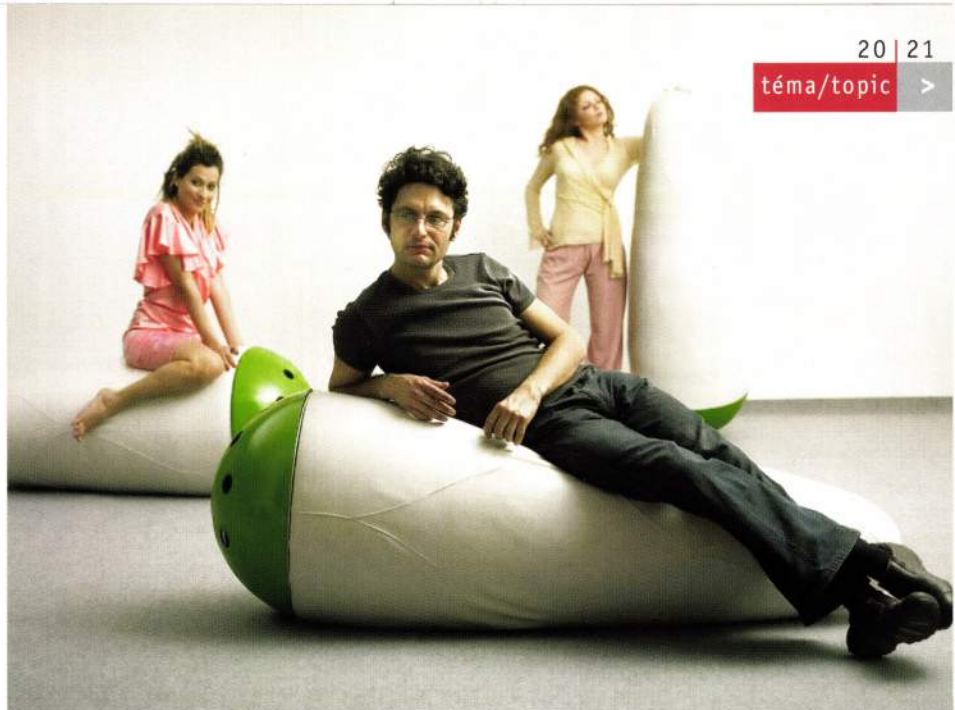


Karaoke Sushi Bar od študentov ECAL, Lausanne (Švajčiarsko)

Colomba), v salóne ich pripomínali stojace svietidlá Helen Kontouris z Austrálie. Vynikali projekty, ktoré zaujali nielen tvarom, ale aj svojím konceptom a nápadom. Napríklad magnetická stolička Flynna Talbota (tiež z Austrálie), na ktorú sa dá podľa chuti meniť čelná platňa vďaka magnetu, ktorým je uchytená len tým, že sa odníme a vymení, pohodlná sofa v tvare vtáčieho hniezda, na ktorú si môžete vyskúšať, aké to je sa zahniezdiť (od Franka Tjepkema a Janneke Hooymansa z Holandska), ďalej sofa v pokrútenom tvare vzorca DNA od Charlotte Friis z Dánska. Zaujímavé boli aj jej potetované kožené kresielka, kde vtipne preniesla ľudskú záľubu zdobiť sa tetovaním na kožu kresla. Pre nás bol najzaujímavejší koncept Blob od izraelskej dizajnerskej skupiny Sonicgarden (Gil Inbal a Roy Roth) v oddychovej zóne určenej pre návštevníkov. Originálne v sebe spájal priestor pre relaxáciu a zároveň pre komponovanie hudby. Ak si človek sadne na blob-bóju, tá sa stlačí a začne vydávať zvuky. Kombináciou viacerých bôj vydávajúcich rôzne zvuky sa relaxujúci stávajú „skladateľmi“. Je to hravé a je pri tom zábava.

Jednou z hlavných tém Salone Satellite bol plast s veľkým P ako pocta materiálu, ktorý je stredobodom pozornosti súčasného dizajnu. V pavilóne sa objavili piati veľkí roboti. Každý predstavoval jednu z úspešných talianskych firiem, ktoré spracovávajú plasty: Alessi, Driade, Kar-

Sofa vtáčie hniezdo, dizajn: Frank Tjepkema a Janneke Hooymans (Holandsko)



Relaxačná zóna Blob, dizajn: Sonicgarden – Gil Inbal a Roy Roth (Izrael)



Kreslo, interpretácia tradície, dizajn: John Angelo Benson Londýn, (Anglicko)

tell, Magis a Rexite. Tie potom participovali aj na projekte Dining design – dizajn stolovania ako realizátori študentských návrhov. Projektu sa zúčastnilo desať medzinárodných univerzít, dizajnerských škôl a firiem. Prezentovali svoje predstavy stolovania v blízkej budúcnosti a riešili prepojenie medzi dizajnom a stolovaním, interiérovým dekorom a reklamou. Deväť komplexných návrhov alebo skôr vízií reštaurácie a jednej vinárne nás prenášalo do sveta farby, svetla a projekcie obrazu. Každý návrh dopĺňali vzorky jedál – reflektovali celkový charakter projektu a tradičnú kuchyňu každého konceptu reštaurácie. Spomedzi vystavených vízií na nás najviac zapôsobil štúdio Karaoke Sushi Bar od študentov ECAL Lausanne, kde použili jednoduchý systém. Pri, nad a pod stolmi nainštalovali veľké roľky papiera, ktorý sa po každom stravníkoví mohol posúvať a ľahko odstrániť. Priestor tak ostáva stále čistý. Otázna je spotreba papiera. Škoda aj, že realizovaný prototyp trochu pokrýval za počítačovou vizualizáciou. Zaujímavý bol aj návrh japonskej reštaurácie študentov z Helsínk. U nich sa servirovalo na nízkych valcových stoličkách, na ktorých ste mohli zároveň aj sedieť. Miesto pevnej podlahy bol biely štrk, ktorý spolu s bielym mobiliárom, špeciálne tvarovaným riadom a barovým pultom zjednocoval priestor.

Salone del Mobile – Strohosť, elegancia, ale aj žiarivá farebnosť ■

Nábytok v hlavnom komerčnom pavilóne charakterizovali strohosť, mini-

Stoličky St. Peterburg, dizajn Jurgen Bey,
 Droog design (Holandsko)



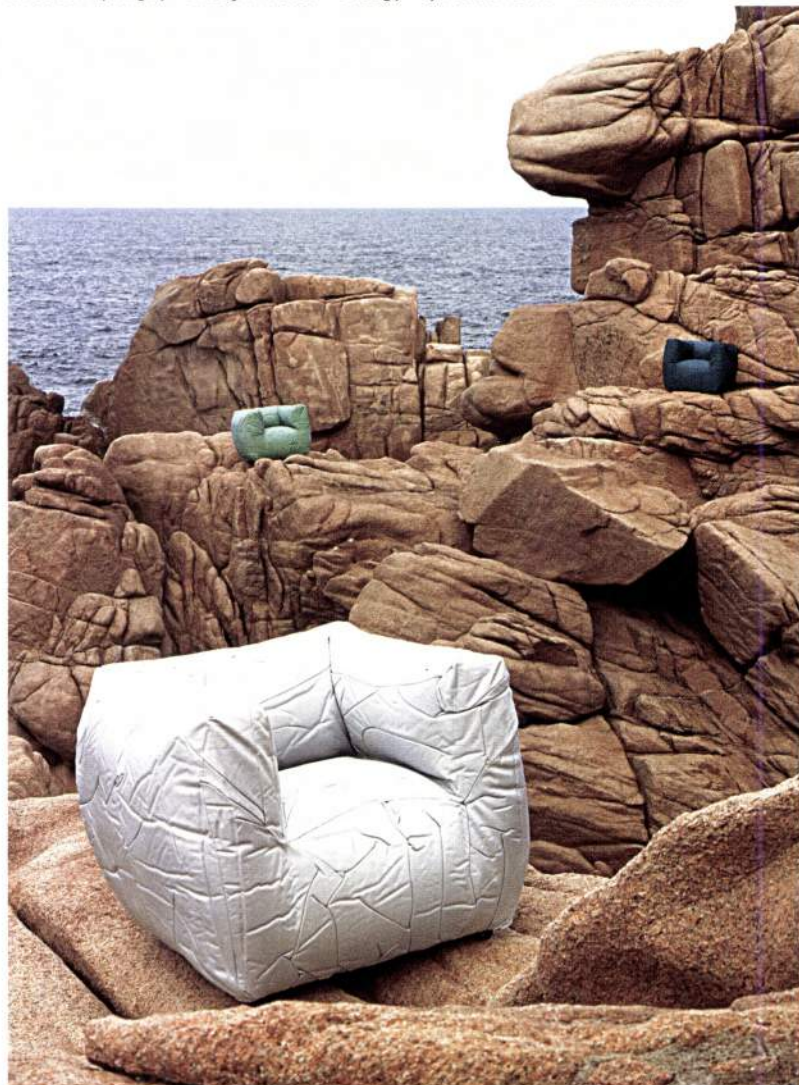
Japonská reštaurácia
 študentov z Helsínk (Fínsko)

malizmus s eleganciou najvyššej úrovne, podporené špičkovým remeselným spracovaním a modernými technológiami. Bolo sa na čo pozerieť, ale postupne nás tá vycibrená perfektnosť a minimalizmus začali nudiť a chcelo to zmenu. Tá konečne prišla v podobe firiem Edra a Brf. Najmä Edra, ktorá predstavila pôsobivú kolekciu nábytku, inšpirovanú morským dnom a pobrežím, pri ktorých výrobe použila nové technológie (spevňovanie povrchu novým fluo-rokarbonovým polyesterovým vláknom), bola veľmi vydarená. Ich nábytok akoby evokoval vôňu mora, akoby chcel splynúť s plážou niekde na Sardínii. Ak by sme mali zadefinovať tohtoročné milánske módné hity, tak to boli jednoznačne transparentné materiály a potlače na povrchoch – buď ornamentálne, ale aj figurálne, florálne či imitujúce textil. Objavili sa vo viacerých prezentáciách a v rôznorodých variáciách.

Eurocucina – Európska kuchyňa ■

Kuchyňa sa v posledných rokoch opäť zaslúžene stáva vyhľadávaným centrom domácnosti, kde sa ľudia stretávajú, komunikujú a oslavujú rituály varenia a stolovania. Aj Miláno ukázalo, že je otvoreným priestorom plným funkčných dizajnerských riešení, neobvyklých materiálov a farieb. Tendencie maximálnej funkčnosti, estetiky a trvácnosti budú pokračovať aj v blízkej budúcnosti v kombinovaní kovu a laminátu, resp. skla, keramických materiálov a plastov. Čo sa týka farebných riešení, prevládali odtiene sivej, čiernej, prírodnej a, samozrejme, bielej – stále nadčasovej farby. Súčasná kuchyňa v podaní dizajnérov v Miláne bola pýchou moderného interiéru.

Kreslá Sponge, dizajn Peter Traag, výrobca Edra (Taliansko)





Bezstresová kancelária, výrobca Altea PanOffice

Eimu. 2004 – Práca & emócie ■ Tak sa volala súťažná výstava, ktorej cieľom bolo predstaviť kanceláriu ako multidimenzionálny priestor, v ktorom firma a jej zamestnanci vytvárajú jednotný celok, a tak zvyšujú kreativitu a produktivitu práce. Výsledkom boli staronové pohľady na pracovisko budúcnosti, ktoré by sa malo stať humánnejším a emotívnejším. Snaha je, aby architektonické a dizajnérske riešenia pomohli zlepšiť pracovné podmienky, zlikvidovať stres a celkovo pretransformovať pracovisko na miesto obchodných stretnutí, komunikácie a relaxovania. Na výzvu organizátorov zareagovalo 30 firiem. Z nich vybrali a ocenili tri najlepšie firmy – Altea PanOffice, Della Valentina Office a Ora Aciaio. Podľa nás zadanie organizátorov najvýstižnejšie vyriešila už spomínaná firma Altea PanOffice, ktorá predstavila dizajn bezstresových kancelárskych priestorov humánne, progresívne a zároveň vtipne.

Sprchovací kút, výrobca Respect (Taliansko)



Ocenená vaňa Cromos Light LTT, výrobca Wet (Taliansko)



Kúpeľne – Hi-tech úroveň ■ Pri kúpeľniach, v porovnaní s inými časťami interiéru, bolo asi najviac cítiť zmeny, ktorými prešli počas niekoľkých posledných desaťročí. Nie sú už iba miestom pre očistu tela a ducha, ale tiež priestorom pre relaxáciu, komunikáciu, lákadlom pre ľudí, kreatívnu výzvu pre dizajnérov a prestížou pre firmy. Sklenené vane a sprchy, umývadlá z plastu v rôznych tvaroch a farbách, toalety, bidety, batérie atď. Prezentovaný vysoký štandard by bez použitia vyspelých technológií a perfektného remeselného spracovania nebol možný. Spomedzi všetkých kúpeľní urobili krok vpred najmä firmy Wet a Respect. Wet priniesol pozitívnu energiu a svietiace farby. Spojil svetlo a širokú škálu farieb svojich výrobkov s rituálom kúpania, napr. vaňa Cromos Light LTT získala viacero ocenení. Respect zasa vsádza na výrazný dizajn, svieže farby, priesvitné plasty a materiál Corian®.



Dobre utajená symfónia

V rubrike Sentimental pátrame po autentických autorských interiéroch z nedávno minulých dekád. Pri tomto pátraní sme narazili na malý klenot, ukrytý v zvonka nie príliš atraktívnom obytnom dome na Medenej ulici č. 29 v centre Bratislavy.

Pohľad do baru v klube



➤ Medená ulica je tak trochu mimo hlavných turistických tratí, okrem zopár obchodíkov s hudobníkmi a jednej dobrej krčmy je to skôr tmavšia mestská ulica, na ktorej sa býva. Mimo ľudí z hudobného prostredia málokto vie, že sa tu už roky nachádza sídlo Hudobného fondu. V podstate veľmi malé pracovisko. V zníženom prízemí je predajňa s hudobnými nosičmi aj odbornými publikáciami. V zadnej miestnosti si môžete vybrané CD v pokoji popočúvať. Hore na poschodí sa potom nachádza hudobný klub – malá zasadačka pre odborné podujatia a kancelárie zamestnancov. O to zaujímavejšie pôsobí pôvodné stvárnenie interiéru. Jeho autormi sú významní slovenskí výtvarníci – Miloš Urbásek a Alex Mlynárčik. Pán Mlynárčik doplnil, že pri jeho realizovaní spolupracovali s architektmi Ivanom Slameňom a Ladislavom Kušnírom. Interiér vznikol v roku 1969. Ešte podotkol, že keď sa prišli do Hudobného fondu pozrieť prvýkrát, na stenách boli namaľované valčeky a bol tam akýsi neformálny nábytok. Rozhodli sa pre radikálnu zmenu. Treba povedať, že sa im podarila. Všetko sa začína hneď pri vstupe do objektu. Pri pohľade na vysokú bočnú čelnú stenu na vás musí zapôsobiť jej komplexné spracovanie aj rafinovanosť prevedenia. Ide o sofistikovanú minimalistickú skladbu, ktorej



Vstupný foyer



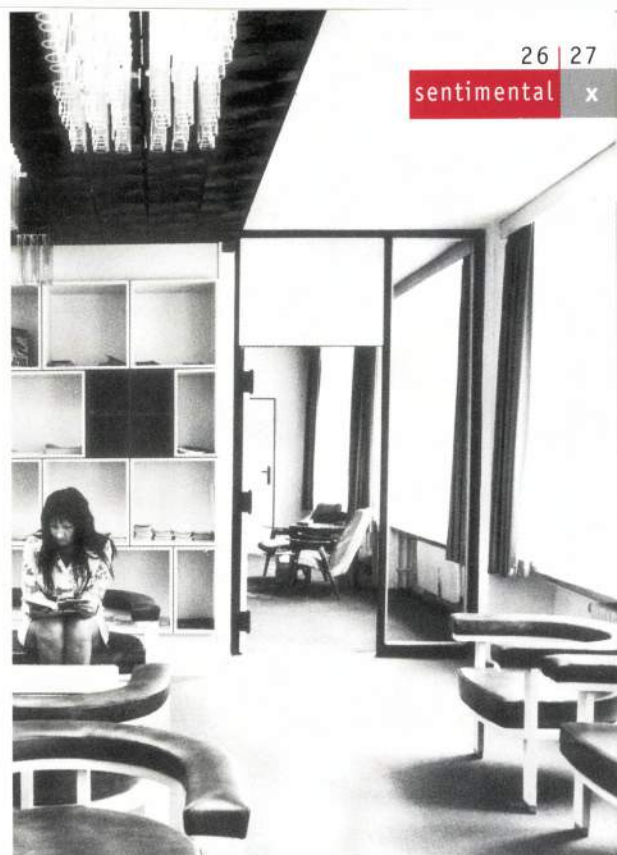
sila výrazu vychádza z pôsobivého kontrastu materiálov a jednoduchých geometrických tvarov. Štvorcové drevené platne s priznanou štruktúrou letokruhov a elegantnými malými trojuholníkovými výsekmi sú pravidelne poukladané vedľa seba a vytvárajú jednu časť steny. Ich multiplikáciou v horizontálnych vyniká pokojná krása prírodného materiálu. Naopak, susedná dynamická vertikálna štruktúra je vytvorená z čírych sklenených valcov, v ktorých je umiestnené osvetlenie a ktoré sú prepojené so zrkadlovými plochami usporiadanými do trojuholníka. Vertikalitu narušia jeden širší horizontálny pás, na ktorom sa opakuje motív drevených plátň. Tie rámujú akoby vyabstrahovaný motív harfy – tri zvislé kovové línie – a tak potvrdzujú miesto svojho určenia. Ide akoby o počtu vážnej hudbe (a hlavne azda jej avantgardnejším polohám) a hľadanie súzvuku medzi hudobným a výtvarným vyjadrením. Tento základný materiálový motív sa potom opakuje aj v ostatných miestnostiach. Pristavme sa pri barovom pulte v hudobnom klube na prvom poschodí. Aj tu autor nechal zapôsobiť poznaný

kontrast. Drevené štvorcovité obloženie je prítomné na čelnej stene barového pultu aj na obložení zadnej steny, potom pokračuje aj na obložení stien miestností. Sklenené valce sú v bare v inej forme – v pravidelných skupinách čírych sklenených menších valčekov, zvisle spustených nad barovým pultom, ktoré osvetľujú bar. Sklenené valce totožné so zrkadlami a osvetlením (ako vo vstupnej hale) tvoria v klube deliacu priečku medzi časťou s barom a časťou s rokovacím stolom. Do súčasnosti sa čiastočne zachoval aj pôvodný sedací mobiliár vyrobený na mieru hudobného klubu. Dnes je prečalúnený. Aj ten charakterizuje tvarová geometrizujúca strohosť. Je biely (v dobe svojho vzniku moderná farba), aby kontrastoval s farebným tmavým dreveným obkladom. O niečo tvarovo poetickejšia je súprava sedacieho nábytku, ktorá je situovaná v miestnosti určenej pre uvoľnené počúvanie vybraných hudobných nosičov. Zaoblenie tvarov podruchiek kresielok aj pohoviek spolu s kombináciou koženého čalúnenia (i keď v súčasnosti dosť ošúchaného), pôsobí elegantne a zároveň moderne.



Pohľad do zasadacej miestnosti v klube

Ďakujeme za spoluprácu pracovníkom Hudobného fondu,
menovite riaditeľovi páňovi Ing. M. Kociánovi.



Pôvodné zariadenie predajne



Detail svietidiel nad barom

Súčasťou zariadenia predajne aj miestnosti na počúvanie hudby bol pôvodne aj praktický (tiež biely) skrinkový nábytok s dostatkom úložného priestoru (poznámka red. – dnes sa zachoval len čiastočne).

Zjednocujúci motív dreveného obloženia sa opakuje aj na strope v predajni a na stenách v riaditeľni.

K súčasnému stavu treba povedať, že sa na ňom už viditeľne podpísal čas. Niektoré drevené štvorce vypadli, iné vyzerajú, že onedlho odpadnú. Na obhajobu terajších nájomníkov treba povedať, že majú snahu o rekonštrukciu. Podľa ich skúseností, je však ťažké napríklad doladiť nové drevo k tomu pôvodnému. Urobili tak v predajni a istý rozdiel je viditeľný. Rovnako sklenené časti a zrkadlá sú trochu zanešené a potrebovali by radikálnejšie prečistiť. V podstate je však tento interiér pomerne zachovaný a ak pôjdete náhodou okolo, skúste nahliadnuť dovnútra. Pre nás to bol vizuálny zážitok, ale pri dlhšom pozieraní ako by sme niekde v diaľke počuli tóny akejsi neznámej symfónie...



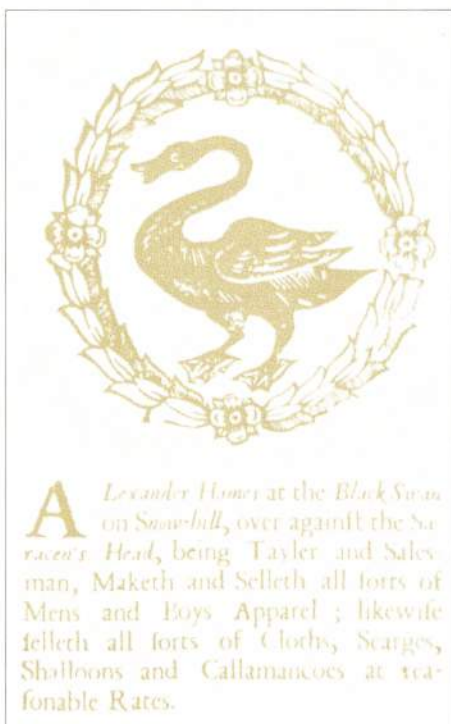
Horatius: Diela, obraz i písmo tlačené z medirytiny, John Pine, 1737

Jean-Baptiste Molière: Komédie, medirytina, Francois Boucher, 1734



cistické písmo okolo roku 1790 taliansky majster typografie Giovanni Battista Bodoni (1740-1813). V tlači kníh, kde si Bodoni vyslúžil prídomek tlačiar kráľov a kráľ tlačiarov, nadviazal na Baskervillove reprezentačné diela a tvoril veľkoformátové knihy s veľkorysými okrajmi, širokými medzerami medzi písmenami a riadkami, s veľkými bielymi plochami ušľachtilého papiera a najmä majestátnymi písmenami. Bodoni celkom eliminoval obrazové doplnky sadzby, „obrazom“ sa stalo výhradne písmo dokonalej kresby a extrémnych kontrastov v precíznej symetrickej kompozícii. Výdobytky Bodoniho tvorby zhŕňajú dva zborníky³⁾, pričom najmä dvojväzkový Manuale Tipografico vydaný až po jeho smrti (1818) predstavuje kľúčovú prácu v dejinách grafického dizajnu. V „modernom“ písme (tento termín pre klasicistické písmo používa angličtina) možno hľadať analógie so súdobou priemyselnou produkciou. V období priemyselnej revolúcie sa rozvíjala strojová výroba produktov zo štandardizovaných parametrami súčiastok. Aj klasicistické písmo akoby vznikali poskladaním štandardizovaných geometrických foriem. Prišlo to na jednej strane vyváženosť, jasnosť a formálnu dokonalosť, pre ktorú sú klasicistické písmo podnes vysoko cenené. No na druhej strane i „strojovú“ unifikáciu, v ktorej sa strácala diferenciácia jednotlivých písmových znakov. Spory medzi priaznivcami „starých“ a „moderných“ písiem na prelome 18. a 19. storočia akoby anticipovali polemické diskusie pri formovaní funkcionalistickej moderny o storočie neskôr.

Na premenu kaligrafických foriem písma v „moderné“ mala značný vplyv i medirytina. Jemné škrabnutia rydlom do medeného plechu inšpirovali tvorcov písma k vlasovým líniam písmovej kresby. Medirytina po polovici 16. storočia začala spolu s leptom nahrádzať drevorez ako základnú ilustračnú techniku tlačenej knihy. Ovplyvnila i jej základnú koncepciu. Namiesto dovtedajšieho prekladania textu obrázkami (kovové litery i drevorezové ilustrácie sa bez problémov dali tlačiť v spoločnej sadzbe) sa text a obraz komponovali do oddelených blokov. Bežná baroková kniha obmedzila obrazový sprievod na dvojicu bohato zdobených titulných medirytinových listov. Ak si zameranie knihy vyžadovalo obrazový sprievod, ten sa obvykle sústredil do blokov, keďže strany s ilustráciami sa museli hlbokotlačou tlačiť zvlášť a knižársky upevňovať do väzby. Pre vedecké účely (topografické atlasy, vzorníky architektonických foriem a d.), ale i pre obveselenie solventných zákazníkov sa tlačili obrazové publikácie pozostávajúce výhradne z medirytinových listov. Dokonca vznikli knihy (napr. Horaciove diela, ktoré vydal v roku 1737 v Anglicku John Pine), v ktorých i bežný text bol vrytý do kovových platní. Napriek technickým problémom sa postupne začali medzi sádzaný text vkladať i jednostránkové ilustrácie, no až ďalší vývoj tlačových techník umožnil návrat k tej podobe plynulého obrazovo-textového prúdu,



Vizitka krajčira, Anglicko, 18. storočie



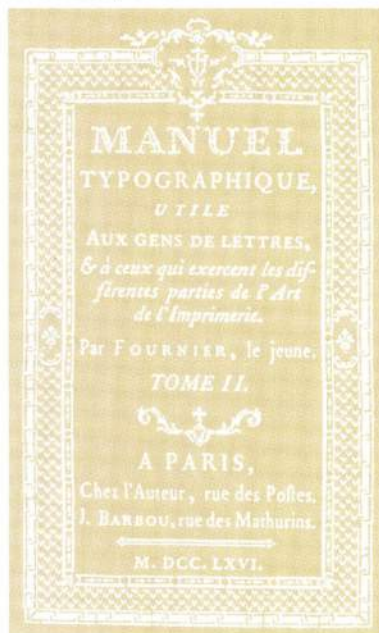
Robert Clee: Reklamná tlač pre obchodníka s nápojmi, Anglicko, 18. storočie

stupne stojateho a kurzívneho rezu kráľovskej antikvy²⁾ po Grandjeanovi pridali Jean Alexandre a Louis Luce, takže toto písmo i v ďalšom smere otvorilo novú éru typografie – tú, v ktorej sa miesto dvoch základných rezov (stojateho a kurzívneho) už tvoria celé písmové rodiny. V prípade kráľovskej antikvy išlo o 21 „súrodencov“.

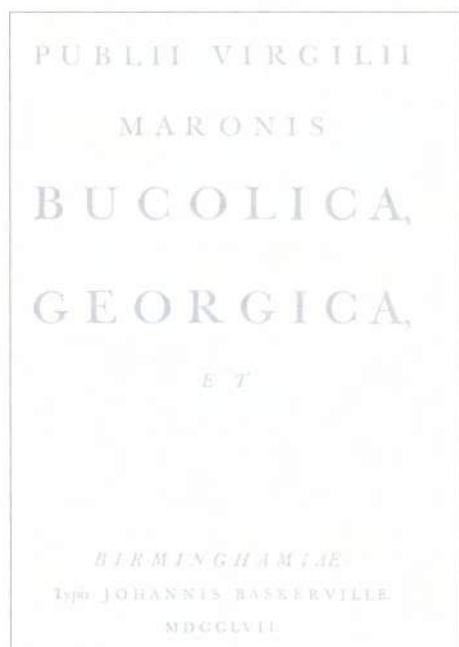
V období rokoka k ďalšiemu vývoju prechodnej antikvy prispel príslušník prominentného tlačiarkeho klanu Fournierovcov Pierre Simon ml. (1712 – 1768). Vytvoril i množstvo kvetnatých, do kovu odlievaných fleuronov a ornamentálnych písiem v príznačne dekoratívnom rokokovom štýle, v tvorbe textového písma však vyznával striedmosť. Súvisela s klasicizujúcim podtónom sledovateľným vo francúzskej kultúre už od čias Ľudovíta XIV. Systematický záujem o dejiny a teóriu grafického dizajnu zhodnotil P. S. Fournier ml. vo svojich komentovaných vzorníkoch písiem a typografického materiálu (*Modeles des Caracteres de l'Imprimerie*, 1742 a dvojzväzkový *Manuel Typographique*, 1764 a 1766). Pokúsil sa i vniesť poriadok do pretrvávajúceho chaosu v typografii a jeho štandardný bodový systém neskôr dopracovaný Didotovcami sa stal pre sadzbu z pohyblivých typov záväzný.

Vývoj antikvy prechodného typu doviedol anglický typograf John Baskerville (1706 – 1775). Vďaka vynikajúcej čitateľnosti a možnosti univerzálneho použitia od novín až po poéziu sa jeho písma zaradili do zlatého fondu

Pierre Simon Fournier ml.:
Manuel Typographique,
2. zväzok, 1766



typografie (významný podiel na ich kvalite mal rytec John Handy). Baskerville ich od roku 1757 použil na tlač približne 50 kníh, v ktorých úplným opustením od ornamentálnej dekorácie a „vzdušnou“ sadzbou titulných listov so širokými medzerami medzi riadkami a písмовými znakmi inšpiroval majstrov klasicistickej typografie. K vynikajúcej kvalite jeho kníh prispeli i inovácie v zložení papiera a atramentu, zdokonalená konštrukcia tlačiarkeho lisu a utajovaný postup hladenia papiera po tlači. Vzhľadom na dominanciu francúzskej typografie v Európe v období baroka a rokoka, neznamenal nástup klasicizmu po polovici 18. storočia radikálny obrat. Doba Ľudovíta XVI. (1774–1792) len zvýraznila klasicizujúci tón rozvíjaný v tvorbe písma od čias Grandjeanovej Romain du Roi Fournierovcami a ďalšími rýtcami písma. S doznievajúcim rokokom miznú aj výzdobné prvky sadzby a naplno sa presadzuje klasicistická prísnosť, dôstojnosť a chlad. Zásadný význam pre uplatnenie klasicistickej typografie mala rozvetvená rodina Didotovcov. Najmä Francois Ambroise (1730 – 1804) a jeho syn Firmin (1764 – 1836) dotvorili v 80. rokoch 18. storočia jej konzekventnú podobu postavenú na písmach vysokého kontrastu hrubých a tenkých línií, vlasových pätiiek bez nábehu k hlavným ťahom a vertikálnej osi tieňa. Kondenzovaná, opticky zvýšená kresba písmen dotvorila charakteristiku písma, ktoré definitívne opustilo väzby na kaligrafiu imitujúcu rukopisnú tvorbu písma. Ku krajnej polohe dovedol klasi-



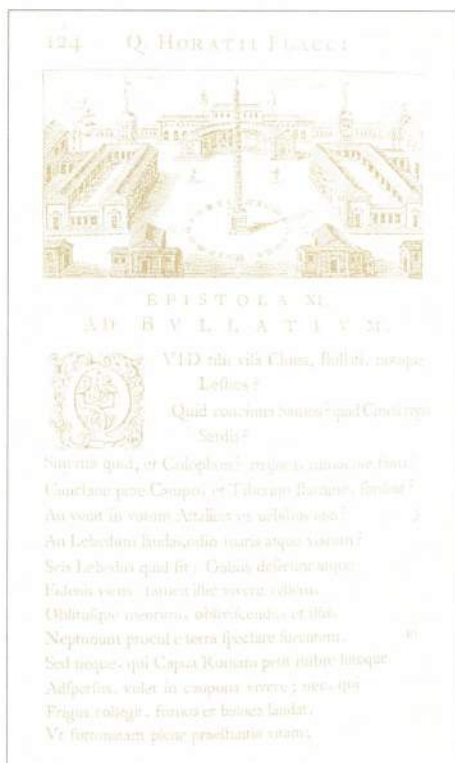
Publius Vergilius Maro:
Bucolica, Georgica a Aeneis,
John Baskerville, 1757



Francois Ambroise Didot:
Klasicistická antikva a kurzíva,
okolo 1757



Horatius: Diela,
Giovanni Battista Bodoni, 1791



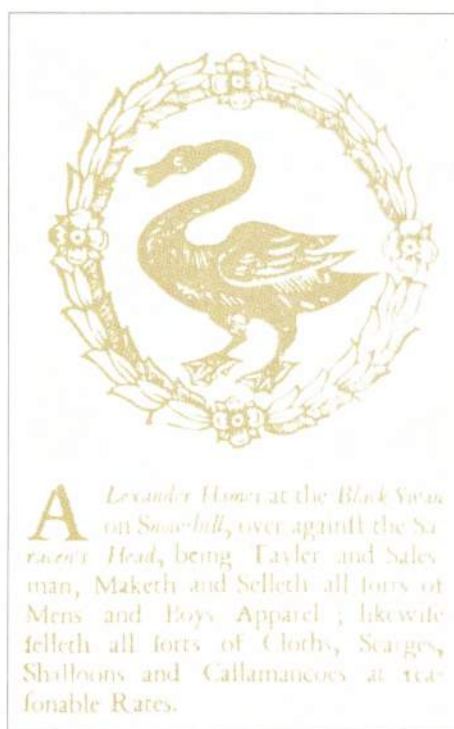
Horatius: Diela, obraz i písmo tlačené z medirytiny, John Pine, 1737

Jean-Baptiste Molière: Komédie, medirytina, Francois Boucher, 1734

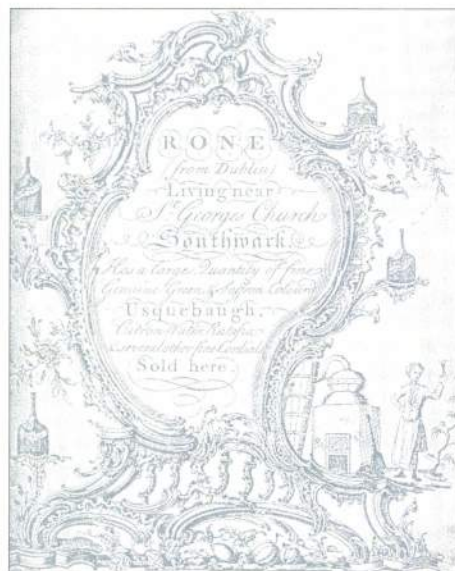


cistické písmo okolo roku 1790 taliansky majster typografie Giovanni Battista Bodoni (1740-1813). V tlači kníh, kde si Bodoni vyslužil prídomok tlačiar kráľov a kráľ tlačiarov, nadviazal na Baskervillove reprezentačné diela a tvoril veľkoformátové knihy s veľkorysými okrajmi, širokými medzerami medzi písmenami a riadkami, s veľkými bielymi plochami ušľachtilého papiera a najmä majestátnymi písmenami. Bodoni celkom eliminoval obrazové doplnky sadzby, „obrazom“ sa stalo výhradne písmo dokonalej kresby a extrémnych kontrastov v precíznej symetrickej kompozícii. Výdobytky Bodoniho tvorby zhŕňajú dva zborníky³⁾, pričom najmä dvojväzkový Manuale Tipografico vydaný až po jeho smrti (1818) predstavuje kľúčovú prácu v dejinách grafického dizajnu. V „modernom“ písme (tento termín pre klasicistické písmo používa angličtina) možno hľadať analógie so súdobou priemyselnou produkciou. V období priemyselnej revolúcie sa rozvíjala strojová výroba produktov zo štandardizovaných parametrami súčiastok. Aj klasicistické písmo akoby vznikali poskladaním štandardizovaných geometrických foriem. Pri nieslo to na jednej strane vyváženosť, jasnosť a formálnu dokonalosť, pre ktorú sú klasicistické písmo podnes vysoko cenené. No na druhej strane i „strojovú“ unifikáciu, v ktorej sa strácala diferenciácia jednotlivých písmových znakov. Spory medzi priaznivcami „starých“ a „moderných“ písiem na prelome 18. a 19. storočia akoby anticipovali polemické diskusie pri formovaní funkcionalistickej moderny o storočie neskôr.

Na premenu kaligrafických foriem písma v „moderné“ mala značný vplyv i medirytina. Jemné škrabnutia rydlom do medeného plechu inšpirovali tvorcov písma k vlasovým líniam písmovej kresby. Medirytina po polovici 16. storočia začala spolu s leptom nahrádzať drevorez ako základnú ilustračnú techniku tlačenej knihy. Ovplynula i jej základnú koncepciu. Namiesto dovtedajšieho prekladania textu obrázkami (kovové litery i drevorezové ilustrácie sa bez problémov dali tlačiť v spoločnej sadzbe) sa text a obraz komponovali do oddelených blokov. Bežná baroková kniha obmedzila obrazový sprievod na dvojicu bohato zdobených titulných medirytinových listov. Ak si zameranie knihy vyžadovalo obrazový sprievod, ten sa obvykle sústredil do blokov, keďže strany s ilustráciami sa museli hlbokotlačou tlačiť zvlášť a knihársky upevňovať do väzby. Pre vedecké účely (topografické atlasy, vzorníky architektonických foriem a d.), ale i pre obveselenie solventných zákazníkov sa tlačili obrazové publikácie pozostávajúce výhradne z medirytinových listov. Dokonca vznikli knihy (napr. Horaciove diela, ktoré vydal v roku 1737 v Anglicku John Pine), v ktorých i bežný text bol vyrytý do kovových platní. Napriek technickým problémom sa postupne začali medzi sádzaný text vkladať i jednostránkové ilustrácie, no až ďalší vývoj tlačových techník umožnil návrat k tej podobe plynulého obrazovo-textového prúdu,



Vizitka krajčír, Anglicko, 18. storočie



Robert Clee: Reklamná tlač pre obchodníka s nápojmi, Anglicko, 18. storočie



Názov kalifornskej konzultačnej firmy IDEO sa v našich zemepisných šírkach nesklonuje často. I keď výrobky navrhnuté kreatívnou partiou zo Silicon Valley sa stihli „predať“ do pozornosti celého sveta. Kto by nepoznal myš Apple, stojacu zubnú kefku Procter & Gambel alebo prvý robot-veľrybu z filmu Free Willy. O tom, že IDEO patrí k renomovaným celosvetovým firmám, svedčí pravidelnosť, s akou sa naň obracajú pri dôležitých projektoch počítačové top-koncerny, ako Apple, Microsoft alebo Hawlet-Packard. Počas 26-ročnej existencie rozšírila firma IDEO zastúpenie do celého sveta (Nemecko, Japonsko, Veľká Británia). Celkovo tento multidisciplinárny kolos zamestnáva približne 400 zamestnancov zložených zo špecialistov z oblasti antropológie, biológie, psychológie, elektro-technického a technologického inžinierstva. Skupinu dizajnérov tvorí len 15-členná partia



Rada rozprávam príbehy

a jednou z nich je aj priemyselná dizajnérka **Dominique Applová** (pôvodom Česka). Koncom apríla prijala pozvanie do Klubovky architektov v Bratislave. Mala prednášku a prezentovala svoju doterajšiu tvorbu. Pri tejto príležitosti sme využili priestor položiť ďalšie otázky a priblížiť spôsob práce dizajnérky v prestížnej firme.

Vaša dizajnérka skupina nemá v IDEO i napriek množstvu projektov počet členov silné zastúpenie.

Centrom firmy IDEO je Stanford University, ktorá je najmä veľkým technologickým laboratóriom. Preto naša firma nerieši tradičné zadania typické pre priemyselných dizajnérov. Skôr nám predkladajú pionierske projekty, rôzne technologické vynálezy alebo objavy. My sa zamýšľame nad tým, ako by sa dala špičková technológia skĺbiť s realitou alebo včleniť do produktu.

Tajomstvo kreativity vašej tvorby znie, naproti tomu, prekvapujúco jednoducho – v schopnosti vnímať pozorovať. Ak pracujete na konkrétnej objednávke, tak po celý čas skúmate nielen prostredie klienta, ale aj potencionálneho používateľa produktu.

Pozorovať ľudí v potencionálnych situáciách, aby sa dospelo k tomu, čo ich mátie a čo vyvoláva averziu, je veľmi dôležité. Väčšina zákazníkov (najmä marketingové firmy), ktorí k nám prichádzajú, nemá nikdy žiadnu predstavivosť, nemá vyvinutý aparát vizuálnej komunikácie. Kolikrát je ťažké dostať z klientov zámer ich projektu, často nedokážu vyjadriť ani svoju vlastnú víziu, čo by chceli priniesť na trh. Je nezmysel, aby mal dizajnér na začiatku pocit, že všetko chápe.

Skôr než začnete pracovať skutočne ako dizajnér, teda budovať takzvaný jazyk dizajnu, používate k otvoreniu dialógu s klientom síce jednoduchý, ale zato zaujímavý manuál: predkladáte sériu obrázkov, ktoré sú spojené s automatizmom myslenia a asociáciou estetického vnímania človeka.

Zamýšľala som sa nad tým, ako sa s klientom skalibrovať. Keď začneme spolupracovať, musíme sa vzájomne pochopiť, aby sme vedeli, o čo nám pri projekte ide. Táto obrázková skladačka je vytvorená vo vzťahu k veciam. Z toho možno vyvodíť, či klient kladie dôraz na precíznosť.

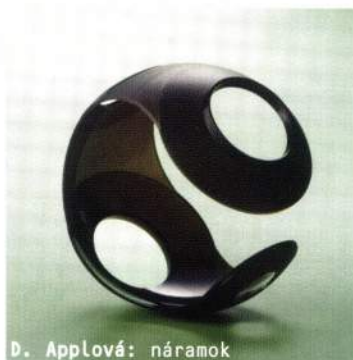


D. Applová: interpretácia afrického šperku

D. Applová: mobilný telefón
Siemens Xelibri, 2003



D. Applová: odmerková lyžica



D. Applová: náramok

mechaniku, remeslo atď. To je jeden z prístupov, keď klient začne na určité javy reagovať. Otvorí sa dialóg a zrazu klient zabudne na racionalizáciu parametrov. Estetické čítanie vychádza z vnútra vnímateľa a z toho by mala byť odvodená formálna stránka predmetu. Konečná estetika výrobkov vychádza zo samotnej podstaty problému, tým sa ubránim pred lacným stylingom.

Váš prístup k projektom pôsobí na európske pomery invenčne a uvoľnene. Je to podmienené iným kultúrnym prostredím?

V Amerike panuje o Európe klíše, že sú tu ľudia zviazaní tradíciami. Naproti tomu v Amerike chce každý žiť svoj *american dream*, teda pokúsiť sa vymyslieť niečo, čo tu ešte nebolo, ako napr. pop-corn, suchý zips, zmrzlinu. Všetky

tieto fenomény dostali priestor v „americkej kultúre“, pretože Američania neboli zviazaní žiadnymi tradíciami. V Amerike dizajnéri experimentujú a nemajú zábrany, ak majú dŕať víziu, tak ju chcú zhmotniť. Dizajnér v Európe je obmedzený už počas štúdia, keď sa začína učiť o princípoch a postupoch práce, ktoré ho majú k niečomu doviesť. Tento prístup zväzuje ruky tomu, aby si dizajnér vytvoril vlastnú cestu k zhmotneniu svojej myšlienky. Veľa európskych dizajnerských snobov Ameriku kritizuje. Často ukazujú prstom, že Amerika je barbarská, neuctieva žiadne hodnoty, že napr. študenti na dizajnerských školách nemodelujú a nekreslia. Európa akoby hľadala zdôvodnenie, prečo je lepšia. Ako hovorí môj šéf, kvôli vymedzeným tradíciám nie je európsky dizajnér



D. Applová: Absolut

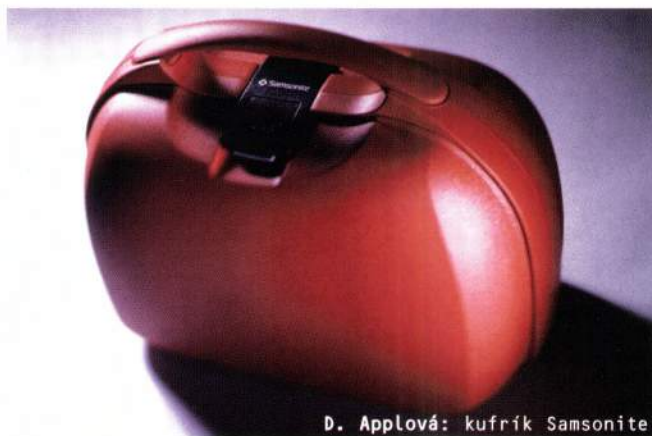
schopný navrhnuť paragliding, skateboard... Aj ja sa cítim ako dizajnérka Európankou, tiež som zviazaná tým, že ctím kompozíciu, čistotu idey. Nedokážem sa až tak hrať, uvoľniť.

Teda kultúrny rámec, z ktorého vyjde dizajnér, podmieňuje špecifiká prístupu v tvorbe. Pozorujete tento fenomén medzi kolegami, keďže váš tím má prevažne internacionálne zastúpenie?

Určite je to tak, že je to skôr dané kultúrou, z ktorej dizajnér vzišiel, ako ukončeným vzdelaním. Na druhej strane je dôležité, či napr. Japonec navštevoval školu v Japonsku, alebo nie. Najmä národnostný naturel sa odráža v dizajne: Nemci sú striktní – ich veci sú akoby bez emócií. U nás pracujú prevažne dizajnéri z Číny, ktorí milujú ornament a dekoratívu im „lezie z krvi“ – sú emocionálni, ale introvertným spôsobom – navonok sa tak nesprávajú. Angličanov zaujímajú technológie a návrhy sú formálne, kompozície sú minimálne, až suché. Odráža sa v tom i anglický humor – sú prevažne cynickí a dosť retro – stále ťažia z povojnového dizajnerskeho hnutia. O mne hovoria, že som „story-tell“ – vždy sa musím oprieť o nejaký príbeh, ktorý sa viaže k riešenému projektu. Myslím, že slovenským a českým dizajnérom je tento prístup vlastný.

Ako priemyselná dizajnérka ste tvorcom masovej kultúry. Reagujú zákazníci odlišne na ponuku na európskom a americkom trhu?

Americké výrobky majú atribút veľkosti a pompézosti, aj štandardné americké auto je dvakrát väčšie ako európske auto. Táto skutočnosť je, podľa mňa, daná veľmocenským komplexom. Keď som pracovala počas vysokoškolského štúdia pre firmu Samsonite na návrhoch cestovných tašiek, kreatívny riaditeľ ma upozornil na rozdiel pri dizajne pre americký a európsky trh. Zatiaľ čo európsky zákazník hodnotí ako tvarovo krásne mini-



D. Applová: kufrík Samsonite

malistické veci, americký zákazník oceňuje množstvo prídavkov na predmete – zipsy, vrecká atď. Čím viac zipsov a vreciek, tým je tovar v Amerike drahší.

Počas vašej prednášky často zaznelo, že dizajn, ktorý navrhujete, je „utilitárny“.

Urobila som jednu veľkú štúdiu, v ktorej sa zaoberám zmyslovým vnímaním okolitého sveta, akým spôsobom ovplyvňuje zmyslové vnímanie priemyselný dizajn. Väčšina dizajnérov kladie dôraz na vizuálnu kvalitu navrhovaného predmetu. Človek má však dostatočne vyvinutý aj čuch, ktorý zanecháva pamäťové stopy od detstva – zo zmyslových vnemov sa nám vyvinie medzi prvými. Ak by bolo možné uchopiť vôňu prostredia, v ktorom sme vyrástali, tak si ho okamžite vybavíme. Aj hmat zohráva v interakcii s predmetom významnú úlohu. Tieto poznatky sú pre mňa v tvorbe veľmi dôležité. Ak môžem, tak sa snažím nepoužívať plasty, pretože umožňujú len obmedzenú hmatovú škálu. Nedávno sme navrhovali tlačiareň, pri ktorej sme sa zamerali na riešenie zvukovej stránky predmetu. V tomto prípade vizuálne riešenie tlačiarne nebolo na prvom mieste. Riešiť zmyslové vnímanie vo vzťahu k predmetu je, podľa mňa, cesta do budúcnosti. Riešiť len formálnu stránku predmetu je cesta späť.

Amerika patrila k prvým kontinentom, kde sa rozšíril feminizmus, ktorý upozornil na „inakosť“ ženských špecifik v pracovných postupoch.

Myslím, že rozdiel medzi dizajnérmi a dizajnérkami je v prístupoch – inak si rozkladáme problémy, inak skicujeme, inak komunikujeme s klientmi. Pri niektorých projektoch klient žiada aj účasť dizajnérky, ale pojem feminizácia sa v Amerike neskloňuje vo všetkých pádoch. Ženský prístup, i keď je v mnohých ohľadoch kvalitnejší (ženy sú schopné riešiť viacero problémov naraz), nemá priestor na to, aby sa naplno rozvíjal. Mužský dizajnerský prístup je daný ako akýsi štandard.



Dominique Applová v Bratislave

Nové tradície

Súčasný slovenský úžitkové umenie a dizajn

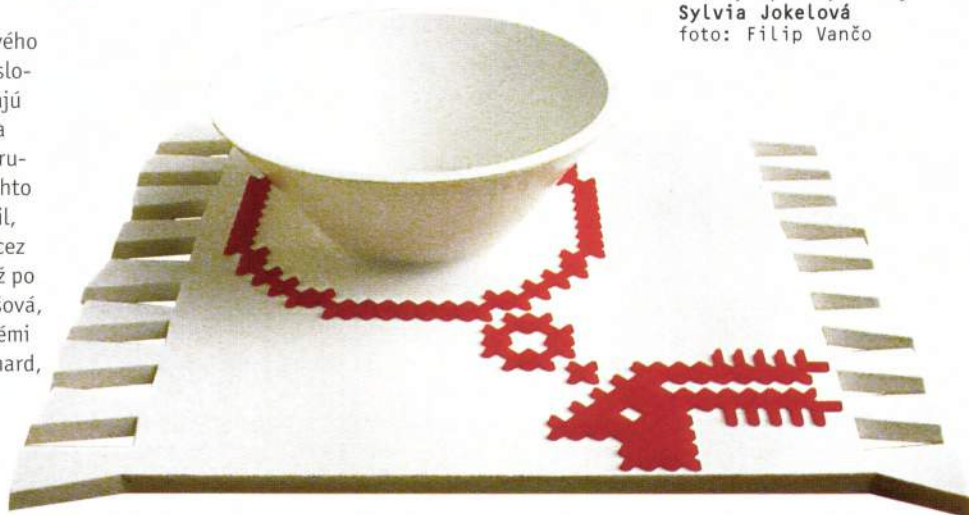
12. 5. – 3. 7. 2004, Österreichische Werkstätten, Kärntnerstr. 6, Viedeň, Rakúsko

ÚĽUV pripravil v priestoroch predajne spriatelenej spoločnosti Österreichische Werkstätten vo Viedni výstavu Nové tradície so zameraním na slovenské úžitkové umenie a dizajn. Vystavujú štrnásť dizajnérov, výtvarníkov a remeselníkov, kmeňoví autori etablovaného Dizajnu štúdia ÚĽUV v Bratislave. Je to výborná príležitosť ako zviditeľniť za hranicami, a to hneď v úplnom centre Viedne, potenciál mladých autorov, ktorí vo svojej súčasnej tvorbe uvoľnene pracujú s tradíciou ľudového umenia a remesla. Aby sa vytvoril celistvý obraz, oslovila kurátorka Viera Kleinová autorov, ktorí využívajú rozličné stratégie, materiály aj techniky. Ich tvorba dokazuje, aká životaschopná je tradícia v dobrých rukách, ale aj to, aké otvorené dokážu byť hranice tohto pojmu. Prezентujú sklo, keramiky, drevo, kov, textil, prútie atď., a to od nábytku, interiérových prvkov cez dekoratívno-úžitkové predmety, odevné doplnky až po šperk. Vystavujú Marika Berkyová, Marianna Boldišová, Alžbeta Burianová, Patrik Illo, Sylvia Jokelová, Noémí Kolčáková-Szakállová, Andrea Lachová, Daniel Lichard,

Etela Lučová, Ivica Markovičová, Miro Mládenek, Daniela Mládenková, Tibor Uhrín. Po naozaj dlhom čase je to prvá zahraničná výstava tohto typu a je dobre, že sa ju podarilo zrealizovať. Doterajšie odozvy sú navyše povzbudivé. Mohla by tak nebadane vzniknúť znova nová tradícia.

lh

Miska, epoxid, dizajn:
Sylvia Jokelová
foto: Filip Vančo



Pohyblivé bývanie

15. 5. – 15. 8. 2004, Kunsthaus Graz, Rakúsko

Otvorená kancelária,
dizajn: Linda Taalman,
Alan Koch (USA, New York)
a Tanja Jordan (Dánsko,
Kodaň), 2000

a Shigeru Bana. Mobilita, flexibilita a multifunkcionalita boli pre tvorcov vždy veľkou výzvou. A sú mimoriadne aktuálne aj dnes v epoche nových technológií a drahých bytov. Snaha inteligentne a šetrne využiť prírodné zdroje či definovať a efektívne pokryť minimálne potreby človeka, s ktorými môže pohodlne žiť, je odrazom prirodzenej túžby po nezávislosti. Možno objavíte nové možnosti, ako napríklad vyriešiť svoju nepriaznivú bytovú situáciu.



V slávnej zaoblenej stavbe Kunsthausu v Grazi prebieha výstava Living in motion, pôvodne pripravená pre Vitra design muzeum v Berlíne (september 2002 – január 2003). Ak ste ju nevideli vtedy, oplatí sa za ňou vycestovať. Je o tom, ako sa dizajnéri, architekti, ale aj ľudia a národy vysporiadávajú so svojím životným priestorom, ktorý nie je viazaný iba na jedno miesto. Výstava prináša veľa zaujímavých ukážok od ručne tkaného indiánskeho hamoku, uzbeckej jurty až po riešenia od svetoznámych dizajnérov ako Charlesa and Ray Eamesovcov, Jean Prouvého, Joe Colomba či Rema Koolhasa



Jun. 16



In Process > Brad Pitt Graduate Fashion Week Mike Nelson TechnoNature Comme des Garçons Studio Cams Latest Projects > Ble Hyères Festival 2004 Jack in the Green Screen Test In Camera: Vivienne Westwood Karni Arieli Alice Does Vegas H Project Maison N Diary Paris Zac Posen Alice's Adventures Mac III: Film By Arrangement Archive > Live Play Film

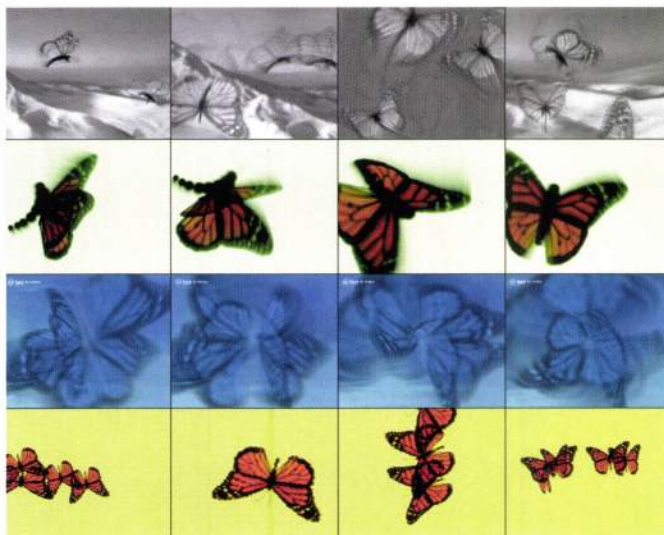
Ukážka z tvorby webových stránok

Britský dizajnér roka

Víťazom prestížnej súťaže o dizajnéra roka honorovanej 25 000 £, ktorú usporiadaťom je londýnske Design Museum, sa stal pre rok 2004 Daniel Brown (1977). Je to mladý, ale už renomovaný dizajnér, ktorého tvorba sa odohráva najmä vo virtuálnom svete. Uznanie získal už v roku 1997 za webovú stránku www.noodlebox.com určenú pre európsku MTV. Mimochodom, v roku 2000 ju do zbierok kúpilo Múzeum moderného umenia v San Franciscu. Brown je špecialista na originálne a hravé prepájanie medzi médiami – videom, hudbou a počítačovými hrami, ako bola napríklad jeho webová stránka www.play-create.com. V roku 2003 sa preslávil stránkou www.Showstudio.com, ktorá zvíťazila na prestížnej *Webby award* ako najlepšia stránka pre módu. Jeho stránky sú výnimočné tým, že sa mu darí vytvoriť atmosféru plnú emócií a uvoľnenia. Ľudia akoby zabúdali, že sú súčasťou technológií. Porotu, ktorá vyberala víťaza, tvorili napríklad minuloročný držiteľ tejto ceny Jonathan Ive – dizajnér firmy Apple, autor kultových počítačov iMac, iBook, PowerBook G4, novinár Neil Stevenson – editor známeho britského časopisu Face, potom uznávaný anglický architekt David Adjaye či Brooke Hodge, kurátorka Múzea pre súčasné umenie v Los Angeles. Dalšími ocenenými boli Sam Buxton, Paul Cocksedge a Craig Johnston. Spomedzi nich je asi najznámejší Craig Johnston, ktorý bol kedysi futbalová hviezda (hral za Liverpool a Middlesbrough). Teraz má 43 rokov a je autorom na anglickom trhu najúspešnejších „kopačiek“ Predátor a The Pig – vyrába Adidas.



Daniel Brown



Pozvánky

Bratislava – Nové logo

Výstava súťažných návrhov
Obchodné centrum Aupark
Bratislava, 18. 6. – 27. 6.

Textilná miniatúra

6. roč. medzinárodnej výstavy
Galéria X, Bratislava, 18. 6. – 31. 8.

Jednotní vizuálny styl pro město Brno

Výstava súťažných návrhov
Nová radnica, Brno, 15. 6. – 27. 6.

Josef Hoffmann – Nadčasový design

Rodný dom J. Hoffmanna
Brtnice, ČR, 5. 6. – 31. 3. 2005

Šport a móda, Zo zbierok UPM Praha
Obecní dům, Praha, 30. 6. – 12. 8.

Interiérové prvky

Peter Bližňák, Miriam Slaniniaková, Milanka Rakić
Dizajn štúdio ULUV
Bratislava, 29. 6. – 6. 8.

21. medzinárodné bienále grafického dizajnu Brno 2004

www.bienale-brno.cz
na viacerých miestach Brna, 15. 6. – 24. 10.

Stefan Sagmeister

Rebel grafického dizajnu
Dizajn centrum ČR
Brno, 15. 6. – 19. 9.

Zest for life

The designs of Fernando + Humberto Campana
Design museum
London, 19. 6. – 12. 9.

Airworld

výstava dizajnu a architektúry súvisiacich
s letectvom
Vitruvian Museum, Weil am Rhein
15. 5. 2004 – 9. 1. 2005

Vivienne Westwood, retrospektíva

Victoria & Albert museum
Londýn, apríl – 11. 7.

Stephan Fillitz

IN VISIBLES, šperk
Die Galerie V&V, Viedeň, 26. 5. – 3. 7.

Helmut Palla

Turniture
nábytok a nábytkové objekty
MAK – Viedeň, 19. 5. – 19. 9.

Radical Danish Fashion

Danish design centre
Kodaň, 10. 6. – 24. 10.

Alvar Alto

Master of Finnish Functionalism
Design museum
Helsinki, 11. 6. – 26. 9.

The African chair: the masterpiece of the Bauhaus

Bauhaus Archiv
Berlin, 16. 6. – 24. 10.

Viac informácií o výstavách, súťažiach a iných
aktuálnych podujatiach na webovej stránke SCD
www.sdc.sk

aktualizácia vždy k 25. v mesiaci!

Patience is golden (car) (Look at the Attack helps me a lot).

p. 03 A young designer that followed his dream. He is a graduate of ŠUP (the Secondary School of Applied Industrial Design), Bratislava. A functional car presented at the Motor Show in Frankfurt am Main is the result of several years of work. Having listened to Led Zeppelin and Pink Floyd, Juraj now listens to his own voice and creates products inspired by uncompromising shapes and fast wheels – my good friend and colleague designer: Juraj Mitro (30).

K-1 Styling & Tuning and Ing. Dick Kvetňanský, the owner, are experienced in tuning and the production of kit cars. To develop an original Slovak sport car with original design – it needs courage and knowledge. The Slovak car with maximum speed of 250 km/h and the 0-100 km/h acceleration of 5 seconds became reality finally. How were the beginnings of your collaboration with K-1?

I think it was in 1999. K-1 was involved in tuning. In the beginning, I was completing the project of „changing skin“ of an old Chevrolet Camaro. It was a 3-week project. When completed, I started the conversation about building something special, something with own chassis, without limitations.

And their reaction was?

They were reserved. Then, they participated in the car show in America with that car. The company started to be famous. The car addressed the right audience. The company came to idea of improving another car by K1. **The birth of a car is not a simple thing. It is preceded by thinking about its shape and technical solution. How was it with the Attack?**

I had the shape in my head. I improved it by drawing and modelling. First, we had a Honda for „organs“ and assembling. Then, we had a problem with frame. We addressed many experts – students, engineers, racers, but nobody was able to achieve any results. Finally, we decided to develop our own frame. We used a front window, foot controls, control box, alarms from the dashboard and driving devices and axles from the Accord. The front axle is fully ours. Our objective was to have the drive unit with all necessary parts.

What annual production do you expect?

Some 100 cars a year as minimum. Our purpose is to produce a 100-piece series and that's it. We have started more serious work on the car in terms of getting together a team of constructors and developers. A new Ford engine will replace the drive unit and the Attack will be a new car in 95%.

What are your future objectives?

My future ambitions? To maintain the cooperation with K1 and build a new project with better strategy. My intention is to have a sport and uncompromising car. More advanced, extreme and technology-oriented. I am looking forward to it.

x Maroš Schmidt

The city of Bratislava has a new logo

p. 03 The city council of the capital of SR Bratislava and the Slovak Design Centre announced the competition for a new logo for the city of Bratislava that would become the basis for the visual style of our capital for several years in addition to the official heraldic symbols. The logo is supposed to fulfill one of the marketing objectives of the capital's municipality, namely the systematic improvement of the positive image of the city among its citizens and visitors. The competition was open to public, non-anonymous and open to all people in the Slovak republic not taking into account their age or profession. As many as

610 physical persons of various age and graphical designs applied for the competition with their works. Many competitors added their written commentary or the story of their lives. People responded spontaneously, the evidence of which is the number of families that sent their works. The competition attracted the attention of media, and professional and general public.

The international panel of judges comprising of well-known international figures representing graphical design such as Ranko Novak, professor Wladislav Pluta, Aleš Najbrt; professor Lubomír Longauer, Milan Veselý, Katarína Hubová for the significant figures of the Slovak graphical design and Milan Vajda, the spokesperson of the Bratislava City Council, chose the winner.

The short list of competitors consisted of 22 designs, 4 of which were selected to the final round.

The official competition results were announced on 15 April 2004 at the press conference held in the premises of the Primatial Palace in Bratislava. Martin Žilinský (1969) from Bratislava became the winner of the competition. Atelier 3 Creative Studio s. r. o. was awarded second prize. Dušan Junek was awarded third prize and Jana Kišš was awarded fourth prize and honourable mention.

x Eva Trilecová

art & interior 5th year of the Czech and international design exhibition

p. 03 The hall and ground floor of the Veletržní palác (Trade Fair Palace) in Prague, Czech republic, provided the space for the selection of bathroom and kitchen design, and upholstered furniture and interior accessories. The results of the upholstered furniture competition organized by mm interiér, the Luhačovice-based company where 46 authors participated with 60 works, were presented in the premises of Veletržní palác. Being presented in an attractive and funny minimal black-and-white composition, „Prořezávaná pohovka“ by Jan Čtvrtník was the winning furniture. „Prořezávaná pohovka (Cross-cut sofa)“ was awarded the best exhibit prize by the present journalists. Those interested in the history of design may have experienced several introductions into the „encyclopedia“ of international design. The selection of the Flemish design from the collection of the Gent Museum presenting in brief the development from the Art Nouveau to the star of contemporary European design, Maarten van Severen. The exhibition of replicas of the furniture from the 20s of the 20th century designed by the Russian constructivists was very special event. Following the extensive research, the manufacturers from the Verona region made the furniture according to the preserved designs and drawings. The collection retrieved the thinking of the Russian avant-garde movement that put political and social ideas of that time into numerous timeless and surprisingly current designs.

It was also the furniture exhibition of Jindřich Halabala, the designer based in Brno who used to work for Spojené umělecko-průmyslové závody in Brno, that encouraged thinking about the values of tradition and our time. The principles of his unit furniture and the strategy of company's sales are as relevant as they were when devised. Unlike the entirely functional design of above mentioned exhibitions, the funeral design exhibition was of conceptual thinking, the thinking of tabooed topic – death and the burying and/or the purpose of preserving of dead bodies. Our attention was attracted by a symbolic and

environment-friendly way of burying designed by Anna Citelli, Venezuela and Raoul Bretzel, Italy. A dead body is packed into an egg-shaped box from recycled polycarbonate and disappears. A tree is planted at the place above the box and that tree enroots into the soil as a living memento protecting environment. Worth mentioning is the exhibition of Slovak designers („Unconventional household“ of the Product of design, the department headed by doc. F. Chrenka, VŠVU – Academy of Fine Arts and Design, Bratislava) who presented their works made in cooperation with Elektrolux. The variety of topics supported by the exhibition of Typo design club based in Prague and a small exhibition of exterior street furniture of Italian and Czech designers installed on the roof of Veletržní palác. A mini collection of traditional Afghan woolen carpets „aksi“ combined with military patterns was very unusual.

In the service of design

Contributing to the preparation of art & interior from the first year, PhDr. Lenka has organized numerous exhibitions. Each year, Žižková brings new ideas and puts enormous energy into the implementation of such ideas.

The exhibition art & interior is a unique project not only by range of exhibition area, it is unique for the idea of joining commercial presentations and the exhibitions of contemporary Czech and international designs. Why did you and co-organizers decide to organise such a demanding project?

The idea of a contemporary design fair was born seven years ago in the head of Ing. Ivanov who had approached Bea Fleissigová, an editor of then-new magazine Moderní Byt (Modern apartment). I was invited to organize the foreign furniture room. At that time, I had organized numerous similar exhibitions, symposiums and projects for various trade fairs. Moreover, I have been engaged in the history and theory of design for several years (when I launched my career, design did not have the same position as today) and I come to all influential events presenting design (furniture, interior textile, floor coverings, consumer objects, electric appliances, industrial goods, building and sanitary appliances, etc.). I brought a clear concept inspired by the biennale Interieur, Kortrijk, Belgium into their general thinking. The biennale meant the brilliant example of a smaller but top standard fair of high international reputation for me. It is held in a small town in the country of relatively low awareness of design. Despite that, all prestigious international companies are eager to present themselves at this event. I thought that we had a lot in common with Belgium and when such an event has been successfully organized for thirty years there, in Slovakia, we must succeed. It is true that many people dissuaded me, they were mistrustful and sceptical. Ing. Ivanov was the person who accepted the idea and put it in practice immediately in cooperation with AC Expo, the agency with understanding for unusual ideas. It is certain that our inspiration to combine a fair with unique accompanying events came from Milan, Italy. The idea was to organize the events not only in the premises of the National gallery, but disseminate it throughout the showrooms around Prague under the title „art & interior point“. The agency that had established Designblok took over the organization. We concentrated on the accompanying events – non-commercial exhibitions of Czech and international design in the National gallery. The exhibitions are displayed among permanent collections of modern and contemporary art for 5 weeks and the selection is made under the supervision of the gallery and is more rigorous than

for own fairs. These are the „standard exhibitions“ the quality of which must not harm the gallery's name and standard. A special feature of the design exhibitions is that they are independent of the content of the fair and are organized through the sponsor contributions.

Design has become the icon of 21st century – what does this statement refer to? Do not we overestimate the importance of design?

I feel that the true mission of design is being neglected. Design has become an instrument of manipulation with a customer, marketing strategy supporting goods, superficial facade with the signature of celebrities produced by advertising (same as in modeling). It is a symbol of the social position supported by glorification of brands that are changing the consumer (predominantly young consumer) into a superficial and almost spiritless puppet. Design has become a social phenomenon that is the fact that should have not been neglected by sociologists.

✕ **Adriana Pekárová**

Joy and disappointment

p. 03 Few years ago, I was writing about Adriana Poláková and her joy from experimenting with material. Back in that time, I had a feeling that she is a mature, original and special person. The scholarship in the Volkswagen interior design studio in Wolfsburg, Germany changed into everyday almost two-year work. Our rare conversations and more frequent e-mails have been transformed into an „e-mail notebook“. It is interesting to know how Adriana is combining textile education with real industry. **How do I find inspiration? I attend car shows, textile and furniture fairs in Germany, Italy, France and USA. I monitor exhibitions, designer magazines and attend creative workshops on various topics, e.g. haptics, optics. It is important to feel material, its softness, roughness, smoothness. I draw on my experience from school. In Volkswagen, I have learnt how to feel colours with sense and respect. I have learnt to see colour shades, its warmth and cold. It is joy to do what you like and feel the purpose of your work. This year, Adriana worked on a designer study of the VW Cabrio for the motor show in Geneva, Switzerland. The preparatory works are not easy, and communication is of essential importance. The basis for the concept is the car's exterior and its shape. Then, interior designers do their work and after the selection of several solutions is completed the Colour and Trim department comes (a trim is something similar to a feeling, spirit and style of a car) and they design colours of car's interior and the colour for exterior – Adriana Poláková is a member of this department.**

The Cabrio concept was being developed in winter. It was snowing and freezing in November and we were supposed to design a summer car for the motor show in April. We were puzzling over colours and materials. We have as much as three colours inside the car. It is called TRIM. Imagine the interior in its complexity and harmony. We work with the tiniest shades and sharp contrasts and sensitive proportioning is a must. It is not easy to have a certain colour shade same in all materials and with various lighting. Even if the exterior has only one colour/varnish shade, it is the subject of long-time discussions. A man's work is behind each car. Design concept is a work of many designers and various partner firms. Final result is not a one man's work. It is a collective work of the experts from various industries. An initial idea can be a work of a designer, however, this idea is developed in teams. It is similar to puzzle – a good-looking car

combined from many parts is the result. It is important to have an author – designer accepting the teamwork full of compromises. Interior – it is not only a comfortable sitting, but also door covered with leather, textile or foil, dashboard, centre console, storage space, car ceiling, etc. There are also various wooden or aluminium bars which mean to us different shapes, structures and materials that would go together in perfect harmony. One car interior may have several colours. Each project has several phases and at the end there is a presentation, discussion and selection from several designs. Finally, only one is selected. We have 3 to 6 „charts“ (presentation panels) for each project. One „chart“ presents one complex colour and material concept and a picture for inspiration. It certainly must have perfect graphical layout. Once the final design is selected, we work on a model. We use various materials – knitted or woven textiles, leathers, elastic foils or specially developed materials. I need to concentrate on material, feel it and change it, stick, cut and sew. I do my own research and shopping.

✕ **Katarína Hubová**

Well-hidden symphony

p. 03 Medená street in Bratislava is a bit off the main tourist routes. There is nothing but several shops with musical instruments and one good pub. It is a rather dark residential street. There are a few people except music business people who know that there is the residence office of the Musical Fund for years. On the ground floor, there is a music shop selling also music-oriented publications. On the first floor, there is a music club for musical events and administration offices. However, the interior design is very compelling. Miloš Urbásek and Alex Mlynárik, the notable Slovak visual artists are the authors. They cooperated with Ivan Slameň and Ladislav Kušnír, the architects. The interior design was developed in 1969. He added that when they had entered the Musical Fund for the first time there had been horrible painting on the walls and shapeless furniture. They decided to change it totally. The change has started right at the entrance. The high front wall is impressing thanks to its complexity and sophisticated execution. It is a sophisticated minimalist composition with the contrast of materials and simple geometric shapes producing the power of expression. Square wooden plates with tree rings and small elegant triangle sectors are put side by side forming one part of a wall. The multiplying of plates in horizontal direction emphasizes the quiet beauty of wood. On the contrary, neighbouring dynamic vertical structure is formed from transparent glass cylinders with lighting inside that are connected to mirrors in the triangle shape. Vertical shape is interrupted by one wider horizontal line with wooden plates. Plates frame the harp motif – three vertical metal lines – and they declare their place. It reminds of the homage to classical music (and to more avant-garde trends) and of hunting for the harmony between musical and visual interpretation. The same material motif is repeated in all remaining rooms. Stop for a while at the bar in the music club upstairs. The author let the contrast work here. Wooden square facing is used on the front bar wall and back wall and on remaining walls in the room. Glass cylinders are used in bar – forming the regular groups of small transparent glass cylinders hanged above the bar desk. Glass cylinders similar to mirrors and lightings (similarly to the entrance hall) form a dividing line between bar and meeting table. Original tailor-made sitting furniture for music club has been partially preserved until now with its strictly

geometric shape. Today, the furniture is upholstered. The sitting furniture set is more poetically shaped and is situated in the listening room. Round shapes of elbow rests, sofas combined with leather upholstery is elegant and modern.

Current space is definitely touched by time. Several wooden squares fell out, other seem like it. Similarly, wooden parts and mirrors are dirty and need cleaning. All in all, this interior is rather well-preserved and if you go by, have a look. It was a visual experience for us, and when experienced for a longer time, you may hear the tones of distant symphony...

✕ **Lubica Hustá**

Notes from the history of graphic design VII 17th and 18th century

p. 03 The period from the Gutenberg's introduction of typography in the middle of 15th century until the mid of 16th century was of essential importance for the development of the European typography and many then defined principles of creation have been applied up to the present day. The following period gave rise to the expansion of achievements of the „golden age“ of typography. We could mention the writing system of Claude Garamond that was exercised throughout the majority of printing works in Europe. However, the most significant innovations were to come as late as in the late 17th century. The "Sun King" – Louis XIV of France (reigned in 1643 – 1715) then initiated the development of writing the qualities of which should have represented the ambitions of the most powerful monarch in Europe. A commission was established at the royal printing house, Imprimerie Royale (1), that was developing a perfect writing with the aid of all then available scientific knowledge since 1692. The result of the work of a group under the supervision of Nicolas Jaugeon, a mathematician, were the writing symbols accurately drawn into a grid consisting of 2304 squares. This work could be regarded as the most consistent attempt to create the geometrically designed writing in the history of graphical design. Engraver Louis Simonneau transferred the delicate nuances of the writing on the copper plates which served only as a basic model when being reduced to be used for text writing steel seals by Philipp Grandjean (1666 – 1714). Grandjean's royal roman letters (Romain du Roi) gave rise to so called transitional phase of the development of Roman letters that was recorded between the renaissance and classicistic type of letters. The writings of Roman letter definitively abandoned the forms influenced by hand-written calligraphy, however, they did not utterly come to the classicistic constructivism. It was as late as in 18th century when the process, during which the contrast between thin and thick lines reached its maximum, blunt calligraphic ceriphers were reduced to the hair-thin abscissas without connection to the main stroke and oblique shadow axis derived from the hand writing was replaced by vertical axis, was completed. Although Romain du Roi used for the first time in 1702, was developed exclusively for the purposes of the royal printing house (a short abscissa at the left side of the body of small letter "l" was intended to become its "trade mark"), many typographer made its imitations. Its popularity was supported by the harmony of standing and cursive profiles, visual quality of typesetting was not spoilt when used together (at that time italic was no longer used as cheap and condensed writing and was used for marking the special parts of Roman letters texts). Jean Following Grandjean, Alexandre and Louis Luce added further levels of standing and italic profiles of royal roman

letters (2), so this writing opened a new era of typography – the era when two basic profiles are replaced by families of writings. As for the royal roman letters, 21 “brothers” were created.

Pierre Simon Jr (1712 – 1768), a member of Fourniers, the prominent typography family, contributed to the development of transitional roman letters during the rococo. Simon created many figurative fleurons cast into metal and ornamental writings in typically decorative rococo style, however, Simon was devoted to modesty in text writing. Modesty was related to classicistic undertones of French culture that had had their origin in the time of Louis XIV. P. S. Fournier Jr summarised his passion for history and theory of graphical design in the commented book of writings and typography materials (*Modeles des Caracteres de l’Imprimerie*, 1742 and two volumes of *Manuel Typographique*, 1764 and 1766). Fournier tried to regularize the typography and his standardised point system completed by Didots became a standard for the typesetting of mobile types.

The development of transitional roman letters was completed by the typographer John Baskerville (1706 – 1775). In 1757, Baskerville started to use them for the printing of some 50 books which inspired the masters of classicistic typography by total relieve from ornamental decoration and “airy” typesetting of title sheets with wide gaps between lines and letter symbols. The innovation in the composition of paper and ink, improved construction of printing machine and confidential method of paper smoothing after printing contributed to the top quality of his books.

Due to the dominance of French typography in Europe in the times of barocco and rococo, the formation of classicism movement in the mid 18th century did not cause any radical change. The period of Louis XV only emphasized the classicistic spirit of newly created writings since the Grandjean’s Romain du Roi which had been improved by Fourniers and other engravers. The family of Didots was of capital importance for the utilisation of classicistic typography. Especially Francois Ambroise (1730 – 1804) and his son Firmin (1764 – 1836) completed its consequent appearance based on letters with thin and thick lines, hair-thin serifs without connection to the main strokes and vertical shadow axis in the 80s of 18th century.

Condensed, optically prolonged design of letters completed the characteristics of writing which finally abandoned its relations to calligraphy imitating the handwriting. Giovanni Battista Bodoni (1740-1813), Italian master of typography, led the classicistic writing to the extreme around 1790. Having the nickname “Typographer of kings and Kings of typographers” in the field of book printing, Bodoni improved the tradition of Baskerville’s works and developed high-format books with wide borders and gaps between letters and lines, wide white surfaces of noble paper and particularly with splendid letters. Bodoni totally eliminated picture supplements to typesetting. Writing of perfect design and extreme contrasts developed in accurate symmetric composition was the only “picture” available.

Bodoni’s achievements are summarised in the two collections (3). The more significant of the two is the two-volume *Manuale Tipografico* published after his death (1818) and representing the essential work in the history of graphical design.

We can trace the analogies of the “modern” writing with contemporary industrial production. As though compiling of standard geometric forms developed classicistic writings. On one hand, it gave rise to the balance, simplicity and formal perfection, the values the classicistic writings have been reputable for up to

the present times. On the other hand, they have been known for “machine” unification that ignored differentiation of individual writing symbols. The transformation of calligraphic writings into the “modern” writings was influenced also by cooper plate.

Presented as the basic illustration technique of a printed book, the cooper plate of the mid 16th century and etching were replacing woodcarving. Texts and pictures in isolated blocks replaced then-used interlining of text and pictures. A common baroque book limited its pictures to the couple of ornate title sheets made of cooper plates. If a book needed more pictures, they were located into blocks as the illustrated pages must have been printed separately using gravure printing and then bound together. For scientists and rich people, illustrated books comprising only of cooper plates were printed. Step by step, one-page illustrations were being added to the text despite technical problems, however, later development of typography techniques gave rise to the continuous flow of pictures and texts. Utilisation of cooper plate stimulated the birth of the artistic illustration in which a picture had been no longer text dependent, however, it had become a partner with the own spectrum of special artistic problems. As for the monitoring of illustrated books of 17th and 18th century, the printings of alternative series of illustrations are to be mentioned. Smaller amounts of books with typically baroque erotic illustrations were printed in addition to books with pictures for common reader, particularly in baroco. There is the origin of bibliophilism printings developed in 19th century. The flourishing capitalism formed new requirements for visual communication. Being known as early as during Antiquity, production and trade marks have been protected by law since 16th century, the period which is considered as the origin of legitimate trade mark. Advertising posters and leaflets, goods catalogues, business cards, headed papers appeared at that time. Quickly received information is of key importance for the new society, early 17th century recorded the first newspapers and soon after that advertising magazines being printed. Graphical design has become an instrument of production and business expansion that defines brand new tasks for it. Design assumes modern appearance as a part of industrial revolution.

✕ Zdeno Kolesár

They call me the story-teller.

p. 03 IDEO, the name of the consultancy company from California, USA is not used very often in our geographical territory, even if the products designed by a creative group of people from the Silicon Valley managed to „push“ its way to success. Who would not know the Apple mouse, Procter & Gamble standing toothbrush or the first-ever robot-whale from the Free Willy movie? That IDEO is among the top quality international companies is being proved by the fact that it is regularly approached by IT concern such as Apple, Microsoft or Hewlett-Packard. For the 26-year period of existence, IDEO has expanded worldwide (Germany, Japan, Great Britain). The team of IDEO designers comprises of 15 people, Dominique Apple (a Czech by origin) being one of them. Dominique accepted the invitation and came to the Club of Architects in Bratislava in late April.

Before working as a real designer, thus, building the language of design, you employ quite a simple but interesting manual when talking to a client: you present them with a series of pictures connected with the automated thinking and association of aesthetic perception of a human.

I was thinking about the way of calibrating with a client. When collaborating, we have to understand each other to get to know the purpose of the project. The series of pictures is developed in relation to things. So, we may draw general conclusions whether the client lays stress on accuracy, mechanics, craft, etc. A client responding to certain events is one way. The dialogue is being opened and suddenly, the client forgets to think about efficient parameters. Aesthetic feelings come from inside of a recipient and that feeling should become the formal part of an object. The final aesthetics of products comes from the core of the problem, and it is a way how I protect myself from cheap styling.

Your access to projects is rather innovative and relaxed for Europe. Is it due to your cultural environment?

In America, there is a saying about Europe that people there are bound by traditions. In contrary, everybody wants to live their „American Dream“ in America, people want to invent something new, e.g. pop-corn, velcro or ice-cream. All these things had their space in „American culture“ because the Americans had not been bound by any traditions. In America, designers do experiments, if they have any vision they want to make it happen. A designer in Europe is restricted as soon as at school when they start to learn about the principles and methods of work that should bring them somewhere. Such an approach restricts the designer from finding his/her way to make the idea happen. Many designer prigs in Europe criticize America. They often point their finger at America as being barbarian, not honouring any values, students not modelling and drawing at school. Europe is somehow looking for the explanation for being better. As my boss says the European designer is limited by traditions and cannot design paragliding or skateboard... I feel to be the European designer too, because I am restricted by my sense for composition and purity of idea. I am not able to relax and play. **So, the cultural background means that designers employ special approaches. Did you notice such a phenomenon among your colleagues from around the globe?**

It is rather culture than education that leads the designers. On the other side, it is important whether e.g. a Japanese attended school in Japan or elsewhere. In particular, it is the nationality that influences designers: the Germans are strict – their designs are as if they were without emotions. We work predominantly with designers from China that love ornament and decorativeness is in their blood – they are emotional introverts – they are not emotional on the outside. The Englishmen are interested in technologies and their designs are formal and compositions are minimal or dry. They are influenced by English humour – they are cynical and retro – they still benefit from the after-war designer movement. They call me a „storyteller“ – I use a story that is related to a respective project.

As an industrial designer, you create the „mass culture“. Do your clients respond differently to the supply of the American and European market?

The American products are big and theatrical, even a standard American car is two-times bigger than a European car. I think that it is due to the power complex America has. When I was designing travel bags for Samsonite during by studies, my creative director emphasised the difference between American and European market. A European client appreciates beautifully-shaped small things, an American likes many additional things – zips, pockets, etc. More zips and pockets, more expensive product.

✕ Monika Briestenská

Čo nájdete v čísle 3/2004

report z Designma v Berlíne | report z bienále grafického dizajnu v Brne | rozhovor so Stefanom Sagmeisterom | správu z dní dizajnu v Paríži | priblížime vám prieskum študentských prác na VŠVU a STU v Bratislave | výstavu Vivienne Westwood v Londýne

Ospravedlňujeme sa za chybu z predchádzajúceho čísla, kde v článku 100 rokov Wiener Werkstätte, kde došlo k posunu čísiel pod obrázkami (obr. 7–10). Správne má byť 6–9. Obrázok č. 7 predstavuje výstavu záhradného nábytku vo WW v roku 1907.

Staršie čísla časopisu Designum do roku 2002 si môžete objednať na adrese SCD alebo e-mailom

designum

v roku 2004 vychádza ako dvojmesačník | bimonthly in a year 2004

6 x ročne 44 strán vo formáte 280 x 215 mm | 6 times a year 44 pages in a format 280 x 215 mm

Cena pre SR | 65 Sk za jedno číslo | 330 Sk celoročné predplatné (55 Sk za číslo)

Cena pre ČR | 65 Kč za jedno číslo | 330 Kč celoročné predplatné + poštovné

Price for abroad | 5 Euro single issue | 30 Euro annual subscription (including postage)

Voľný predaj vo vybraných galériách a kníhkupectvách: kníhkupectvo Artfórum (Bratislava, Banská Bystrica, Žilina, Košice), kníhkupectvo Ex libris a Prospero (Bratislava), Galéria J. Koniarka (Trnava), SNG v Bratislave, kníhkupectvo Fraktál (Praha)

Objednávky na časopis Designum | Orders for Designum review

 Slovenské centrum dizajnu | P.O.Box 131 | 814 99 Bratislava | e-mail: husta@sdsc.sk | www.sdsc.sk

Predplatné za rok 2003, ktoré bolo uhradené na účet SCD, sa presúva na rok 2004. Finančný rozdiel SCD vyrovná.

Designum | revue dizajnu / design review | X. ročník / volume X | vychádza 6-krát ročne / a bimonthly | číslo 2/2004 / number 2/2004
| **Vydáva / Edited by** Slovenské centrum dizajnu, Bratislava | Slovak Design Centre | **Vedúca redaktorka:** Ľubica Husta | **Spolupráca na čísle:** Katarína Hubová, Adriana Pekárová | **Jazyková redakcia:** Zuzana Čemanová | **Redakčný kruh / Editorial cooperators:** Dušan Brozman, Emil Drličiak, Silvia Fedorová, Sylvia Jokelová, Zdeno Kolesár, Mária Rišková, Lucia Luptáková (Amsterdam), Ľubica Pedersen (Kodaň), Jiří Pelcl (Praha), Karol Pichler (Paríž), Alan Záruba (Praha) | **Poštová adresa / Postal address:** Slovenské centrum dizajnu, redakcia Designum, P. O. Box 131, 814 99 Bratislava | Slovak Design Centre, Designum editorial office, P. O. Box 131, 814 99 Bratislava, Slovak republic | **Sídlo redakcie / Headquarter:** Jakubova nám. 12, Bratislava, **Telefón / Phone** + 421 (0)2 5293 1564, fax: + 421 (0)2 5293 1838, **e-mail:** husta@sdsc.sk, sdsc@sdsc.sk | Nevyžiadané rukopisy, fotografie, diapozitívy, CD sa nevracajú | **Graphic Design:** Zuzana Chmelová | **Prepress:** Typocon Bratislava
| **Tlač / Printing:** Uniprint, Považská Bystrica |

© scd | ISSN 1335-034x | Registrované MK SR č. 889/93

Materiály publikované v časopise Designum nie je možné uverejniť bez súhlasu redakcie | Distribuuje: L. K. Permanent, s. r. o., P. O. Box 4, 834 14 Bratislava, tel.: 02 4445 3711, fax: 02 4437 3311, e-mail: lkpermanent@lkpermanent.sk | **Objednávky a predplatné pre SR a ČR prijíma / Subscription orders:** Slovenské centrum dizajnu | Cena jedného čísla pre predplatiteľov je 55 Sk, cena pre voľný predaj 65 Sk | Celoročné predplatné je 330 Sk / 330 Kč + poštovné | Price per one copy abroad: 5 Euro | Annual subscription abroad: 30 Euro including postage | Voľný predaj: Vybrané galérie a kníhkupectvá v SR a ČR

Na obálke/ Cover photo: Inteligentné hojacie kreslo / Mindrocker, epoxid, dizajn: Ineke Hans a Noriko Yasuda, Droog dizajn, Miláno 2004 | Foto: Fendry Ekel



01/2004



02/2004



Remeslo | Umenie | Dizajn

R|_|D

REVUE O HODNOTÁCH REMESLA A DIZAJNU

CRAFT ART DESIGN | MAGAZINE ON CRAFTS AND DESIGN WORTH



vydáva úlUV 4 RAZY DO ROKA NA 56 FAREBNÝCH STRANÁCH |

PUBLISHED QUARTERLY BY THE CENTRE FOR FOLK ART PRODUCTION,

56 PAGES A COPY | CENA 49,- SK/KČ

DOSTANETE KÚPIŤ V PREDAJNIACH ÚLUV, NOVINOVÝCH
STÁNKOCH A VYBRANÝCH KNÍHKUPECTVÁCH

Predplatné časopisu Remeslo umenie dizajn | Subscription orders
vzbavuje

pre Slovenskú republiku

L. K. Permanent, s. r. o.,
pošt. prieč. 4, 854 14 Bratislava 54
tel.: 02/44453711, fax: 02/44373311,
e-mail: lkperm@lkpermanent.sk, www.lkpermanent.sk

pre Českú republiku

A. L. L. Production, s. r. o.,
Poděbradská 24, 190 00 Praha 9,
Česká republika
tel.: 00420234092850 – 9,
fax: 00420234092813,
e-mail: simona@predplatne.cz

pre zahraničie / to abroad

ÚLUV, Obchodná 64, 816 11 Bratislava
Slovakia
e-mail: craft@uluv.sk

Inzercia v dvojmesačníku Designum

6 x ročne 44 strán 280 x 215 mm

Ponuka je určená dizajnerským
a grafickým štúdiám, firmám,
reklamným agentúram, galériám
a výstavným sieňam, jednotlivcom.
Ak chcete odbornú verejnosť
informovať o svojich výstavách,
aktivitách, produktoch, alebo hľadáte
či ponúkate špecializované služby,
zariadenia a tovary, využite tieto
možnosti inzercie

↗ Celostranová plnofarebná tlač
4. strana obálky: 25 000 Sk
2. – 3. strana obálky: 20 000 Sk

↗ 1/2 formát vnútro plnofarebná tlač
140 x 115 mm: 11 000 Sk
1/4 formát vnútro plnofarebná tlač
140 x 57 mm: 6 000 Sk

↗ 1/2 formát vnútro čiernobiela tlač
140 x 115 mm: 5 000 Sk
1/4 formát vnútro čiernobiela tlač
140 x 57 mm: 3 000 Sk



NOVA DESIGN STORE

Laurínska 15, 811 01 Bratislava 1, tel./fax: 00421/2/544 17 648
e-mail: novaint@nextra.sk