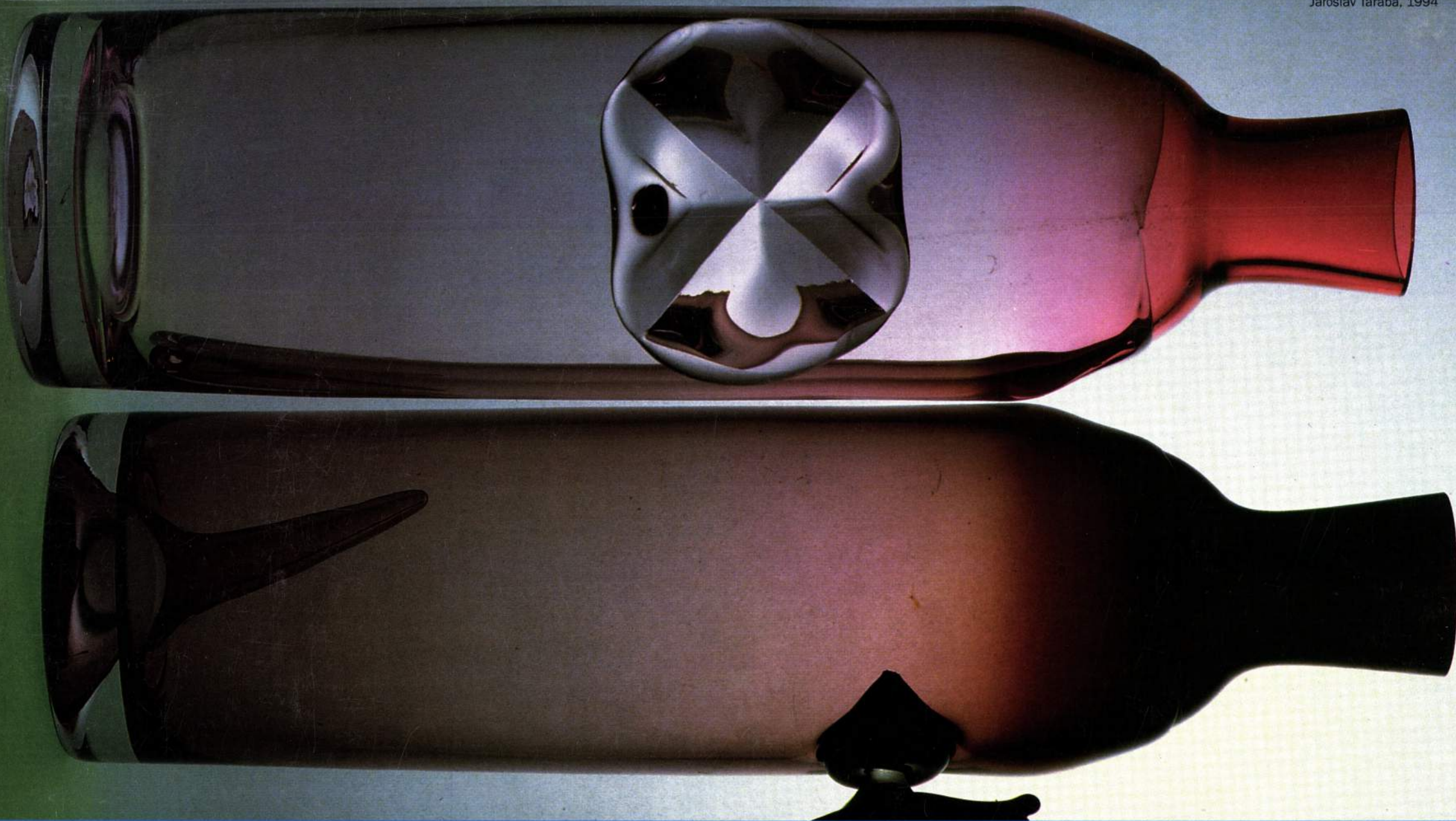




DESIGN[®]UM

3/1994

DE SIGN[®]UM

revue designu
I. ročník
vychádza 4 krát ročne
číslo 3/94

Vydáva:

Slovenské design centrum, Bratislava
s finančnou podporou Ministerstva kultúry SR.
Toto číslo finančne podporil Štátny fond kultúry PRO SLOVAKIA.

Redakcia:

Adriena Pekárová (šéfredaktorka),
Soňa Králiková (tajomníčka).

Redakčná rada: Ľudmila Fintorová,
Jaroslav Jarema, Štefan Klein,
Zdeno Kolesár, Gerhard Komora,
Júlia Kunovská, Karol Pichler,
Štefan Šlachta, Štefan Schneider.

Zahraniční spolupracovníci:

Maria Korbel (Frankfurt), Alastair S. Macdonald (Glasgow), Ľubica Pedersen (Kodaň), Walter R. Stahel, (Ženeva), Zbyněk Vokrouhlický (Praha), Peter Zec (Essen).

Poštová adresa:

Slovenské design centrum,
redakcia **DE SIGN UM**, P. O. Box 131,
814 99 Bratislava

Sídlo redakcie: Jakubovo nám. 12,
Bratislava, telefón: 0042/07/334 161,
334 164

Nevyžiadané rukopisy, fotografie a dia-
pozitívy sa nevracajú.

Art manager: Jan Meisner

Grafická koncepcia:

Mr. Design, Bratislava

Grafická úprava & PrePress:

trýo Bratislava

Tlač: Agentúra ORMAN, Bratislava
© SDC

ISSN 1335 - 034X

Registrované MK SR č. 889/93

Distribuuje: Radomír Sakáloš, s.r.o.,
Vajnorská 136, P.O.Box 68

831 04 Bratislava.

Podávanie novinových zásielok povolené
Riaditeľstvom poštovej prepravy,
Bratislava, pošta 12, pod číslom
197/93.

Objednávky prijíma: SDC, P.O. Box
131, 814 99 Bratislava

Objednávky do zahraničia prijíma SDC.
Cena jedného čísla je 60,- Sk pre pred-
platiteľov, odporúčaná cena na voľný
predaj je 80,- Sk.
Celoročné predplatné 240,- Sk/Kč,
cena pre zahraničie 40 DM celoročné
predplatné.

Časopis **DE SIGN UM** je určený nielen
odborníkom - designerom,
managerom, teoretikom, konštrukté-
rom, obchodníkom - čítať ho budú aj
mnohí iní, ktorí majú radi dobrý design,
estetické a účelné predmety a riešenia.
Ak im chcete ponúknuť svoje produkty
či služby, ak chcete upozorniť na dobré
nápad, využite možnosť inzercie
v časopise **DE SIGN UM**.

Radi uverejníme váš inzerát a ponúka-
me aj možnosť vyriešiť za vás grafickú
úpravu.

DESIGN INDEX

GRAFICI
PRE DESIGNUM 3/94:
GRAPHIC DESIGNERS
FOR DESIGNUM 3/94:

JOZEF DÓKA
str./pg. 40 - 42

JURAJ HABODÁSZ
str./pg. 10 - 15

PETER HORVÁTH
str./pg. 32 - 37

PAVOL CHOMA
str./pg. 16 - 21

IVAN JAKUBEC
str./pg. 60 - 63

LUCIE MEISNEROVÁ
str./pg. 28 - 31

MILAN VESELY
str./pg. 3 - 9

ALEŠ VOTAVA
str./pg. 50 - 53

STANISLAV STANKOČI
str./pg. 22 - 27

PAVLA ŠOLTISOVÁ
str./pg. 46 - 47

**Slovenské design centrum vám
ponúka možnosť objednať si časopis
DE SIGN UM od čísla 1/94.**

V každom čísle nájdete:

- aktuálne informácie o dobrom designe,
ktorý navrhli slovenskí designéri a vyro-
bili slovenskí výrobcovia,
- novinky svetových designerských
súťaží a prehliadok,
- rozhovory s domácimi i zahraničnými
designermi, managermi, obchodníkmi,
teoretikmi, úspešnými tvorcami i výro-
cami designu,
- štúdie zaujímavých designerských
riešení,
- materiály o práci zahraničných design
centier a designerských organizácií,
- profily našich i zahraničných design-
erských škôl,
- informácie o zaujímavých aktivitách
v oblasti designerskej tvorby od návrhu
až po realizáciu,
- inšpiratívne ponuky nových výrobkov
pre podniky a podnikateľov.

Ako si môžete predplatiť DE SIGN UM?

Vyplňte subskripčný lístok a pošlite ho
na uvedenú adresu. Dostanete zložen-
ku, ktorou zaplatíte predplatné za časo-
pis.

Ako sa môžete sa nami skontaktovať?

Napište nám na adresu: SDC, redakcia
DE SIGN UM, P. O. Box 131, 814 99
Bratislava. Budeme radi, ak nám
vyjadríte svoj názor a svojimi podnetmi
pomôžete vytvárať kvalitný časopis.

DE SIGN[®]UM

design revue,
volume I.
a quarterly
number 3/94

Published by: Slovenské Design
Centrum, editor's office, with financial
support of Ministry of Culture of the
Slovak Republic.
This number was supported by State
Culture Fund PRO SLOVAKIA.

Editorial team: Adriena Pekárová (edi-
tor-in-chief), Soňa Králiková (secretary).

Editorial committee: Ľudmila Fintorová,
Jaroslav Jarema, Štefan Klein,
Zdeno Kolesár, Gerhard Komora,
Júlia Kunovská, Karol Pichler,
Štefan Schneider, Štefan Šlachta.

Foreign correspondents: Maria Korbel
(Frankfurt a. M.), Ľubica Pedersen
(Copenhagen), Alastair S. Macdonald
(Glasgow), Jan Michl (Oslo), Walter R.
Stahel (Geneva), Zbyněk Vokrouhlický
(Prague), Peter Zec (Essen).

Address: P. O. Box 131, 814 99
Bratislava, Slovak Republic

Domicile of editor's office:

Jakubovo nám. 12, Bratislava
Telephone: 0042/07/334 161, 334
164

Art manager: Jan Meisner

Graphic concept: Mr. Design Bratislava

Graphic design & PrePress:

trýo Bratislava

Printing: Agentúra ORMAN, Bratislava
© Slovak Design Centre
ISSN 1335 034X

Distribution: Radomír Sakáloš
Vajnorská 136 P. O. Box 68, 831 04
Bratislava, Slovakia.

Subscription orders: SLOVAK DESIGN
CENTER, P. O. Box 131, 814 99
Bratislava Slovakia.

Price per one copy abroad: 10 DM.
Annual subscription abroad: 40 DM.

The **DE SIGN UM** magazine published
by Slovak Design Center, Bratislava
covers:

- current information on design: good
designers and good producers
 - the latest news of exhibitions and
world design
 - interviews with designers, managers,
businessmen, theoreticians, succesfull
designers and producers from Slovakia
and abroad
 - case studies
 - design centres and organisation
 - profiles of design schools at home
and abroad
 - information on interesting activities in
the sphere of design - from concept to
final realization
 - exciting new products to companies
and entrepreneurs
- How to subscribe our **DE SIGN UM**
magazine?
Please fill in the subscription card and
send it to our adress.

How to contact us?

Please write to our address: Slovak
Design Center, **DE SIGN UM** magazine,
P. O. Box 131, 814 99 Bratislava,
Slovak Republic.
All suggestions and opinions are welco-
me.

Ďakujeme všetkým, ktorí sa sponzorsky podielali na príprave tohto čísla.

DE SIGN[®]UM

OBSAH

Jarmila Račková: Sklo pod značkou LR - tradícia
a súčasnosť. Medzinárodné sympóziu v Lednických
Rovniach

3

Súťaže

European Community Design Prize (AP)

10

Magdaléna Kvasnicová: Ars Liturgica

12

Výstavy

Zdeno Kolesár: Legenda zvaná Ettore Sottsass

16

Festival plagátu v Chaumont

20

Triennale plagátu Tmava. Matúš Kostolný: Rozhovory
s členmi poroty. Gerhard Komora: Niekoľko poznámok
na okraj situácie

22

Materiály pre design

Ivan Hudec, Eugen Špírk: Vlastnosti a spracovanie
polymérov, II. časť

28

Anketa o grafickom designe

Grafický design v časopise. Na otázky odpovedajú Alan
Fletcher a Giuseppe Basile, DOMUS

32

Úvahy

Alberto Alessi: Potešenie, alebo zodpovednosť?

38

Rozhovor

Zdena Burianová: Thonet (Ohnúť alebo zlomiť
- inovácie z ohýbaného dreva)

40

Školy, študenti

Alastair Macdonald: Experiment v Mníchove

43

Seriál

Stanley Moody: Riadenie priemyselného designu, III. časť

44

Odevný design

Magdaléna Štrausová - odev ako farebná kompozícia.

46

Teória

Jan Michl: Myšlienka funkčnej dokonalosti, II. časť

48

Predstavujeme

Luba Pedersen: KOMPAN

50

Ekológia a design

Walter R. Stahel: Design pre trvácnosť a efektívnosť
zdrojov

54

Mikuláš Huba: Rast kvality namiesto rastu kvantity

55

Mozaika informácií

...po skončení hry (Elena Porubánová) / Archigram
/ Bohatosť a jednoduchosť (en) / Euclid / Packaging the
New. Design a americký spotrebiteľ (ap) / PH lampa (en)
/ Nová predajňa TWIGI (K.H.) / Nové zariadenie letiska
v Ríme (ap) / BIO 14 (ap)

56

Reportáž

Adriana Pekárová: Škandinávsky veľtrh nábytku

60

CONTENS

Jarmila Račková: LR Crystal Glass Trade Mark - Tradition
and Present Days. International Symposium in Lednické
Rovné

Competitions

European Community Design Prize (AP)

Magdaléna Kvasnicová: Ars Liturgica

Exhibitions

Zdeno Kolesár: Legend Called Ettore Sottsass

Poster Festival in Chaumont

Poster Triennial in Trnava, Matúš Kostolný: Interviews
with Jury members. Gerhard Komora: A Comment
on the Situation

Materials for Design

Ivan Hudec, Eugen Špírk: Properties and Processing of
Polymers, Part II

Inquiry on Graphic Design

Graphic design in magazine. Alan Fletcher and Giuseppe
Basile/DOMUS, give answers to questions

Considerations

Alberto Alessi: Pleasure or Responsibility?

Talks

Zdena Burianová: Thonet (Bending or Breaking -
Innovations from Bent - wood)

Schools, Students

Alastair Macdonald: Experiment in Munich

Series

Stanley Moody: Managing Industrial Design, Part III

Fashion Design

Magdaléna Štrausová - Clothing as Colour Composition.

Theory

Jan Michl: Idea of Functional Perfection, Part II

Introduction

Luba Pedersen: KOMPAN

Ecology and Design

Walter R. Stahel: Design for Durability and Resource
Efficiency

Mikuláš Huba: Quality Growth Instead of Quantity Growth

Information Mosaic

...When the Play is Over (Elena Porubánová) / Archigram/
Richnes and Simplicity (en) / Euclid / Packaging the New.
Design and American Consumer (ap) / PH Lamp (en)
TWIGI, the New Boutique (K.H.) / New Airport Equipment
in Rome (ap) / BIO 14 (ap) /

Report

Adriana Pekárová: Scandinavian Furniture Fair



GRAFICI PRE DE SIGN UM 3/94

Dôležitým princípom pri tvorbe grafickej koncepcie časopisu **DE SIGN UM** bola myšlienka vytvorenia priestoru pre prezentáciu slovenského grafického designu. Preto sme už od nultého čísla, ktoré vyšlo koncom roka 1993, prizývali k spolupráci viacerých grafikov, aj takých, pre ktorých práca bola s časopiseckou úpravou novou skúsenosťou. Časopis sa tak stal miestom, kde sa stretli rôzne grafické názory a prístupy, častokrát celkom protikladné, v každom prípade však vytvorili špeciickú črtu časopisu, ktorá ho odlišuje od iných. Stránky **DE SIGN UM** sú príležitosťou na zoznámenie sa so slovenskými grafikmi a ich prácou. Ďakujeme všetkým, ktorí prijali naše pozvanie na spoluprácu.

GRAPHIC DESIGNERS FOR DE SIGN UM 3/94

An important principle in the creation of the graphic concept of the **DE SIGN UM** magazine was the idea of devoting space to the presentation of the Slovak graphic design. Therefore from the very first issue, the zero number in December 1993, we have addressed several graphic designers to work with us, among them also a few for whom working on a magazine graphic design presented a new experience. In this way **DE SIGN UM** has become a place where different, often contradictory views and attitudes are confronted, however, by all accounts this has helped to develop a special, characteristic feature of **DE SIGN UM**, by means of which it is differentiated from other magazines. The **DE SIGN UM** pages provide a good opportunity to get acquainted with Slovak graphic designers and their work. We would like to express our thanks to all those who have accepted our invitation for cooperation.



JOZEF DÓKA

Grafický designer, venuje sa plagátovej tvorbe, typografii, kresbe, maľbe, fotografii. Zúčastnil sa na mnohých výstavách plagátu a užitočnej grafiky doma i v zahraničí a zrealizoval osem samostatných výstav. Za svoju grafickú tvorbu získal niekoľko ocenení na významných medzinárodných prehliadkach, ako napr. na Medzinárodnom bienále plagátu vo Varšave (1980), na Bienále užitej grafiky v Brne (1982, 1986), naposledy cenu Master'Eye na Trienále plagátu Trnava (1991).



JURAJ HABODÁSZ

Venuje sa užitej grafike a reklamnej fotografii v spolupráci s Danielom Zacharom, s ktorým vlastní reklamnú agentúru D and D Studio. Prácu prezentoval na samostatných výstavách v Bratislave a v Brne a na spoločných výstavách v zahraničí. V súčasnosti sú ťažiskom jeho tvorby návrhy a realizácie výstav a veľtrhov. Je členom grafického klubu designerov Slovenska (GDC Slovakia).



PETER HORVÁTH

V jeho činnosti sa prelínajú výtvarné a hudobné aktivity, venoval sa aj pedagogickej činnosti (ZUŠ, VŠMU, VŠp v Nitre). So skupinou Bahama realizoval výtvarné projekty, koncepcie a interpretácie, samostatne vystavoval maľbu, kresbu a inštalácie.

Oblasť užitej grafiky v jeho tvorbe je zastúpená firemnými značkami a firemným štýlom, knižnou typografiou a ilustráciou. Je známy grafickou úpravou časopisov Slovenské pohľady, Film a divadlo, Profil, Výtvarný život, Lína, Harmónia, Kankán.



PAVOL CHOMA

Grafik, spolujateľ štúdia Choma&Krupa Design Print, ktoré zabezpečuje grafické návrhy a aj ich realizáciu predovšetkým pre architektúru a kultúrne aktivity.



IVAN JAKUBEC

Pracuje v grafickom štúdiu tryo. Technicky spracováva grafické návrhy na počítači, samostatne rieši grafické úpravy reklamných materiálov.



LUCIE MEISNEROVÁ

Vlastní grafické štúdio Pictus. Okrem technického spracúvania dodaných grafických návrhov realizovala vlastné riešenia pre časopisy Pulsus a Prognóza, Ružinovské echo. V súčasnej dobe graficky aj technicky pripravuje reklamné noviny TIFF.



MILAN VESELÝ

je autorom výtvarných návrhov a realizácií muzeálnych expozícií, napr. Múzea slovenskej literatúry v Martine, Múzea židovskej kultúry v Bratislave, expozície Barkányiho zbierky v Prešove a ďalších. Naposledy zrealizoval expozíciu mineralógie v SNM. Komplexne riešil grafický design BIB Bratislava, divadla Korzo, venuje sa užitej grafike (značky, prospekty a pod.).



ALEŠ VOTAVA

Scénograf, navrhuje scénické a kostýmové výpravy pre známe divadlá na Slovensku a v Čechách. Od r. 1992 pôsobí ako pedagóg scénografie na VŠMU v Bratislave. V r. 1993-94 absolvoval štipendijný pobyt vo Francúzskej akadémii v Ríme, kde navrhol scénické výpravy pre film "Les rumeurs de la villa Medicis" a pre operu "Didona a Aeneas". Zaoberá sa aj experimentálnym šperkom a grafickým designom. Je autorom vizuálneho štýlu pre divadelné festivaly: Zvolenské zámokové hry, Divadelná Nitra.



STANISLAV STANKOVIČ

Grafický designer, pedagóg. V r.1982-83 absolvoval štipendijný pobyt na École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs v Paríži. Pedagogicky pôsobil na FA STU v Bratislave, od r. 1992 vedie Ateliér grafického designu na VŠVU v Bratislave. Dôležitou súčasťou jeho grafickej tvorby sú návrhy divadelných a kultúrnych plagátov, značiek a logotypov pre rôzne firmy a úpravy katalógov Zeitzichen, Blízke stretnutie Bratislava-Amsterdam, návrhy pre galériu Nova ďalšie.



PAVLA ŠOLTISOVÁ

Pracuje ako výtvarná redaktorka časopisu Móda. Venuje sa grafickému designu od návrhov katalógov, reklamných letákov a plagátov až po komplexné riešenie vizuálneho štýlu. Spolupracuje s reklamnými agentúrami na realizácii reklamných kampaní.



Džbán s
leptaným
dekorom,
1902



Romer z
farebného
skla

Jarmila Račková

SKLO POD ZNAČKOU

LR

-TRADÍCIA A SÚČASNOSŤ

VÝROBKY SKLÁRNE V LEDNICKÝCH
ROVNIACH,

založenej v roku 1892 rodinnou spoločnosťou sklárskych podnikateľov
Schreiberovcov, tvoria podnes najslávnejšiu kapitolu v dejinách slovenského

úžitkového skla. Firma Jozef Schreiber und
Neffen mala už v roku 1890, keď Jozef Schreiber kúpil od
baróna Filipa Skrbenského panstvo Lednica, 11 sklární na
územi dnešných Čiech, Slovenska a Nemecka a bola
najvýznamnejším vývozcom skla v Európe. Ešte roku 1873
získala táto firma na Svetovej výstave vo Viedni zriedka udeľovaný
Čestný diplom, ktorý jej priniesol popredné postavenie medzi
renomovanými sklárskymi výrobcami na kontinente. Skláreň

v Lednických Rovniach mala na svoju dobu najmodernejšie technické vybavenie. Začínala s výrobou
tabuľového skla, v roku 1893 prešla na výrobu lisovaného skla, ktoré firma zaviedla ako prvá v Rakúsko-
Uhorsku. Popri lisovanom skle pod značkou Kaiserkristall (cisársky krištál), ktoré svojou kvalitou
a konkurenčne nízkou cenou výrazne zvýšilo ekonomickú prosperitu sklárne, vyrábalo sa tu ručne fúkané
servisné sklo pod zn. Ronacrystal (resp. Ronakristall) v dvoch základných variantoch. Podľa zachovaných vzorníkov
podstatnú časť produkcie tvorila hotelová kalíškovina jednoduchých, funkčne jasne určených tvarov
s dôrazom na eleganciu línie, krehkosť a estetickú pôsobivosť. Prvou zušľachťovacou technikou v sklárni
bolo brúsenie, neskôr gravírovanie, guilloche, rytie, ohlas však získali najmä dekory realizované technikou
pantografu. Skláreň v Lednických Rovniach zaviedla v roku 1896 pantografy anglickej výroby ako prvá
v Európe. Elegantný lineárny pantodekor, vizuálne podporujúci subtilné tvary kalískov, sledujúcich francúzske
vzory firmy Baccarat so štíhlou stopkou, sa začal presadzovať na svetových trhoch ako typická podoba rovníanskej kalíškoviny. Archívne materiály
podávajú svedectvo o prosperite firmy a početných zákazkách zo zahraničia - najmä USA, Talianska a Švajčiarska. Dobové vzorníky evidujú
objednávky pre slávne európske hotely (hotel Grand vo Viedni, hotel Mendoza, Plaza, hotel Pupp v Karlových Varoch a iné). V rokoch 1905-1906
vyrábala sklárne servisy na taliansky kráľovský stôl. Veľkorysá modernizácia v období po druhej svetovej vojne upevnila popredné postavenie sklárne
v Lednických Rovniach ako najmodernejšieho sklárskeho podniku na Slovensku na výrobu širokého spektra sklárskych produktov od úžitkovej ručne
tvarovanej kalíškoviny až po mechanicky tvarované sklo pre technické účely. Od polovice 60. rokov sa podnik systematicky zamerl na postupné
zavedenie strojovej automatickej výroby skla s využitím moderného zahraničného strojového vybavenia. Skláreň zaviedla zušľachťovanie skla diartom
a laserom, riadeným počítačom. Význam cieľavedomej práce nad osobitosťou produkcie, starostlivého formovania image firmy potvrdili najmä úspechy
rovníanskeho skla doma i v zahraničí v posledných štyroch desaťročiach.

V zavedení priamej spolupráce umelcov s výrobou boli Lednické Rovne priekopníkmi. Výtvarno-technické oddelenie, ktorého náplňou bola inovácia,
zvýšenie kvality designu a výtvarnej kultúry produkcie, tu začalo pracovať ešte v 50. rokoch.

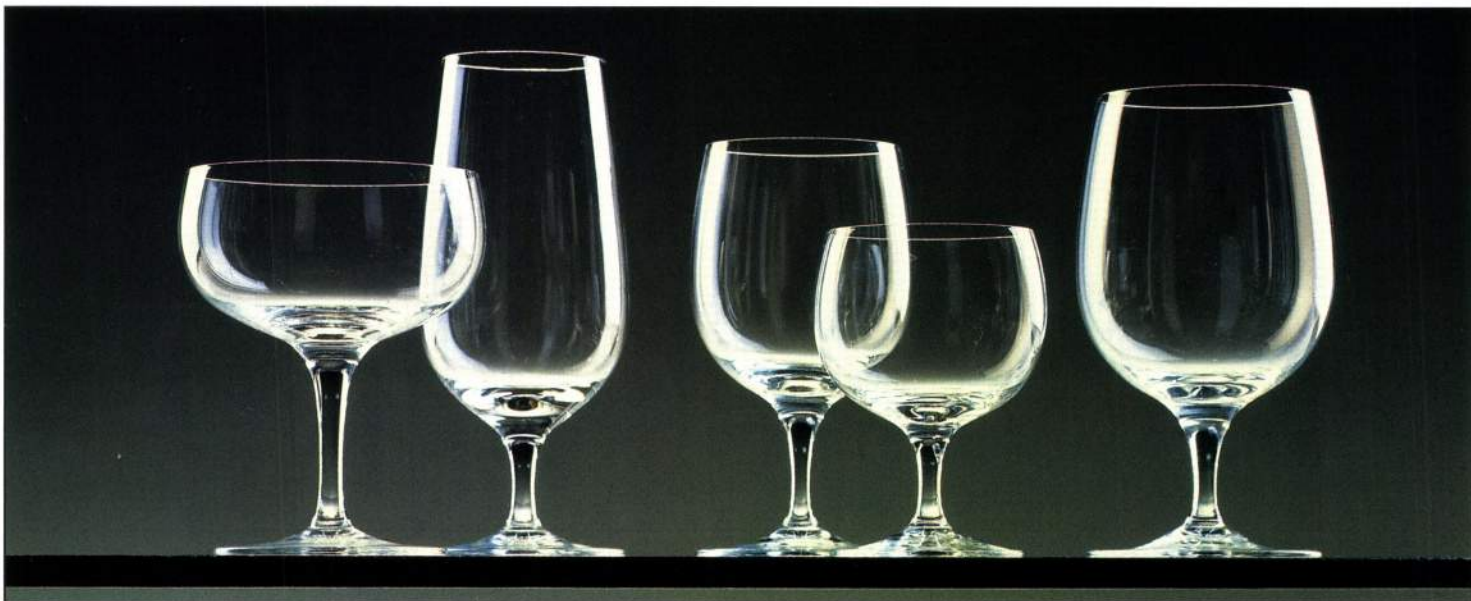
ZROD SKLÁRSKEHO DESIGNU NA SLOVENSKU sa spája s menom prvého výtvarníka sklárne v Lednických Rovniach Karola Hološka. Designerská
prax v sklárni priniesla Hološkovi nemalé problémy najmä pri prekonávaní archaizmov v tvarovaní a dekorovaní výrobkov. Presadzoval funkčný
a esteticky pôsobivý tvar, ktorý zaujme najmä jednoduchosťou, eleganciou a čistotou obrysivej línie. V návrhoch nápojových súprav uprednostnil
Hološko hladký, nedekorovaný typ kalíškoviny bez ťažkopádnej prezdobenosti, náročný na brilantnosť skloviny i presnosť remeselnej práce.

Karol
Hološko:
Nápojová
súprava,
1972

V tvarovaní čaší zachoval tradičné tvaroslovné členenie na dienko, stopku a kupu. Cizelovanie hladkej, pôsobivej obrysivej línie viedlo
v roku 1956 k zavedeniu technológie ťahanej stopky, ktorá dnes predstavuje osobitosť sklárne a je známa ako typický "rovníanský" tvar
kalicha. Hološka zaujal efekt odhmotneného tvaru, ktorý nesie nápoj a dáva vyniknúť jeho farbe, iskre a ďalším vizuálnym kvalitám.



Fľaša z
nitkového
skla,
1929





Jaroslav
Taraba:
Nápojová
súprava,
1985

Nové tvaroslovné riešenia
prináša autor po roku
1964. Súpravy, ktoré sú
návratom k väčšej tvarovej

robustnosti, vznikali súčasne
s variáciami predošlých typov
kališkoviny. Masívna stopka
akcentuje sklo ako materiál a stavia
na stabilite predmetu. Akákoľvek
inovácia tvaru u Hološka počas celej
jeho praxe rešpektovala možnosti
výroby. Kultivovanosťou svojho
výtvarného prejavu obohatil tradične
kvalitné slovenské sklárske remeslo
a zaslúžil sa o medzinárodnú prestíž
skla z Lednických Rovní. Pod
Hološkovým vedením pracoval od
roku 1948 Jaroslav Taraba, ktorý sa
stal ako výtvarník-návrhár čoskoro
Hološkovým rovnocenným
partnerom. Tarabovi sa od začiatku
darilo v návrhoch zosúladiť výtvarné
kritériá s funkčnými. Vychádzal
z poznania miestnej tradície
sklárskeho remesla, historického
sortimentu výroby, ktoré
transformoval v zmysle požiadaviek
súčasného designu. Prístup
k tvarovaniu nápojovej súpravy, ktorá
bola pre Jaroslava Tarabu i Karola
Hološka ťažiskom návrhárskej
práce, je u oboch autorov príbuzný.
V 70. rokoch sústredil Jaroslav
Taraba svoju pozornosť na dlho
obchádzanú oblasť nápojových
súprav pre slávnostné stolovanie.
Autor zohľadnil obmedzenie tvarovej
variabilnosti v prípade kupy, kde
ohľad na funkciu

Jaroslav
Taraba:
Dekoratívne
fľaše,
1967

Juraj
Steinhübel:
Nápojová
súprava,
1989

Foto:
Tomáš
Dvořák

Parafrazoval historicky
ustálené klasické poňatie
slávnostnej čaše, ktorá
demonštruje svoju
výnimočnosť výškou
i dôrazom na tvarovo
alebo farebne
individualizované riešenie
stopky. V poslednom
desaťročí Jaroslav Taraba
výrazne rozšíril paletu dobrého
designu sériovo vyrábaných typov
o tvarovo inovované misky, dózy,
dekoratívne fľaše, osobitné zostavy
pre rôzne druhy alkoholických
a nealkoholických nápojov.
Narastajúca požiadavka
dekorovaných výrobkov na
zahraničných trhoch viedla autora
k početným experimentom
s klasickými hutnickými technikami
zdobenia skla za horúca.



Významnú súčasť tvorby Jaroslava Tarabu predstavuje oblasť strojovej automatickej výroby úžitkového skla, kde je nevyhnutné vytvoriť strojom ľahko opakovateľný tvar, v mnohom odlišne koncipovaný ako tvar ručne formovanej kališkoviny. Tarabove návrhy využívajú možnosti strojovej automatiky najmä v oblasti tvarovania stopky (hranatá stopka, tvar "do kamienka") a dienk, ktoré by bolo v ručnej výrobe prácne, ťažko precízne opracovateľné a časovo náročné. Zásadným prínosom Jaroslava Tarabu je využitie klasickej rovníanskej techniky dekoratívneho zušľachtovania skla pantografom. Prestiž tvorby designera Jaroslava Tarabu, ktorého organizačná a tvorivá aktivita premoštuje už štyri desaťročia vývoja sklárskeho designu v Lednických Rovniach, vyplýva z jeho schopnosti spájať v tvare praktické, estetické a sociálne funkcie so zreteľom na technológiu výroby a obchodný trend. Dlhoročná prax v huti pomohla tomuto designerovi preklenúť naoko neprekročiteľnú bariéru medzi ponímaním inovácie výtvarníkmi a výrobou, o čom svedčia početné medzinárodné ocenenia za kvalitu designu i obchodný profit, ktorý priniesli firme práve jeho návrhy.



Ladislav
Pagáč:
Nápojová
súprava,
1988



Foto (str.6):
Miroslav
Vojtěchovský

Jozef
Kolembus:
Nápojová
súprava,
1986

V POSLEDNOM DESAŤROČÍ sa na dobrom mene designu sklárne v Lednických Rovniach podieľali aj absolventi Oddelenia sklárskeho výtvarníctva na VŠVU v Bratislave - Ladislav Pagáč, Jozef Kolembus a Peter Šipoš. Jozef Kolembus pracuje na Oddelení inovácie a designu v Lednických Rovniach od roku 1981. Autor bohato využíva možnosti i tradičné technologické postupy rovníanskej sklárne (ľahanú stopku, zdobenie v huti za horúca). Z Kolembusovej návrhárskej dielne pochádza viacero úspešných "veľkých zostáv" jednotne tvarovaného úžitkového skla so širokou škálou funkcií. K úspechom designu tohto autora prispeli aj variabilné súbory s možnosťou menlivého usporiadania do ihlanovitých alebo valcovitých zostáv a s vtipnou optickou hrou tvarových prienikov a línii vo vnútornom priestore. Ladislav Pagáč obohatil sortiment výrobkov Lednických Rovní najmä v oblasti tvarovo netradične koncipovaných predmetov stolovania. Zameral sa najmä na tie typy úžitkového skla, ktoré má na stole popri praktickej účelnosti rovnocennú dekoratívnu funkciu (karafy, misky, dózy a pod.). Pracuje zväčša s geometricky strohým tvarom, ktorý ozvlášťuje remeselnú náročnou kompozíciou na diagonálnu os. Podobne ako Kolembus využíva všade tam, kde to hranice účelnosti dovoľujú, výtvarné prvky - hru svetla, tvarov, priehľadov alebo výtvarne originálne riešené uzávery karáf. Najmladší člen tvorivého tímu, Peter Šipoš zameral svoj záujem na nekonvenčné, individuálne tvarované sklené objekty s citelným nádychom bizarnosti, ktoré si nachádzajú obľubu najmä v mladšej generácii spotrebiteľov.

INOVÁCIU V OBLASTI DESIGNU PREDSTAVUJE SKLÁREŇ DVAKRÁT ROČNE v podobe nových kolekcií výrobkov, ktoré mali i v tomto roku svoju premiéru na Medzinárodnom veľtrhu spotrebného tovaru vo Frankfurte nad Mohanom. Expozícia Lednických Rovní predstavila okrem nových prototypov profesionálnych výtvarníkov aj výrobky, ktoré sa zrodili z iniciatívy sklárskych majstrov v huti, a tú časť produkcie, ktorú uprednostňujú spotrebiteľia ako klasickú pre túto sklárňu. Ten, kto chce získať komplexnejší pohľad na vývoj designu Lednických Rovní, nájde ho v priestoroch Slovenského sklárskeho múzea a vzorkovne v rovníanskom kaštieli. Súčasťou expozície v týchto renovovaných historických priestoroch, ktoré patrili rodine zakladateľa sklárne, sú tiež vybrané výsledky Medzinárodného sklárskeho sympózia, ktoré malo v tomto roku v Lednických Rovniach svoju premiéru. Organizátormi tvorivého podujatia boli a. s. LR Crystal a Združenie slovenských sklárov, ktoré v posledných rokoch vyvíja systematické úsilie o vybudovanie tradície sympoziálnych stretnutí sklárov z rôznych častí sveta. Päťdňové sympóziu, ktoré prebiehalo na prelome júna a júla, poskytlo príležitosť na tvorivú konfrontáciu výtvarníkom z rozličných krajín s rozdielnou tradíciou sklárstva a priestor pre diskusiu odborníkom viacerých profesií - umelcom, remeselníkom, technologom, novinárom aj galeristom, zameraným na prácu s týmto dnes tak vyhľadávaným materiálom. Medzinárodné sklárske sympóziu v Lednických Rovniach malo v porovnaní so svetoznámych akciami tohto typu vo Frauenau v Nemecku

alebo v Novom Bore v Čechách komornejší ráz a užší okruh účastníkov. Okrem siedmich slovenských umelcov tu pracovali výtvarníci z Maďarska, Poľska, Česka, Francúzska, Rakúska a Austrálie. Pozornosť, s akou sa vedenie firmy a sklári venovali organizácii tejto akcie, opäť potvrdila, že ľuďom v tejto tradičnej sklárskej fabrike záleží na povesť svojej firmy, ktorá sa dnes pod značkou LR Crystal prezentuje v 50 krajinách sveta. Účastníci Medzinárodného sklárskeho sympózia v Lednických Rovniach v lete 1994 (Participants of International Glass Symposium in Lednické Rovne Slovakia, summer 1994): Mária Hajnová, Ivan Žákovič, Jozef Kolembus, Martin Masarovič, Juraj Steinhübel, Jaroslav Taraba, Peter Šipoš (Slovensko), Eva Cvrčková, Petr Vlček (Česko), Daniela Mart-Tomečko (Austrália), Helmut Hundstorfer (Rakúsko), Halina Engel-Samorek, Małgorzata Mackowiak (Poľsko), Veronique Monod (Francúzsko), Speve Czebe, Peter Borkovicz (Maďarsko).

LR CRYSTAL GLASS

TRADE-MARK -

TRADITION AND PRESENT DAYS

Products from the glass works at Lednické Rovne, founded in 1892 by the well-known entrepreneur family Schreiber, represent the most famous part in the history of Slovak utility glassware. The glass works had the most progressive technological equipment of its time. They were the first company in Austria-Hungary to change its production from sheet glass to pressed glass. The manufacture was famous for its pressed glass, Kaserkristall trade-mark (Imperial Crystal), and for its hand-blown service glass, Ronacrystal (or Ronakrystall) trade-mark. A major part of production was represented by hotel cup glasses in simple, functionally clearly defined shapes, but with smart and fragile design. In 1896 the glass works at Lednické Rovne were the first in Europe to use pantographs, made in England, for the decoration of glasses with slender stems. Archives give us evidence of demand for cup glass from Lednické Rovne on world markets - especially in the U.S.A, Italy, and Switzerland; orders for well-known European hotels, such as The Grand in Vienna or Pup in Karlovy Vary, as well as orders of dinner sets for the Italian royal table were recorded in 1905-1906. A large-scale modernization after World War II made the glass works at Lednické Rovne the most progressive one in Slovakia, manufacturing a wide range of products from hand designed utility cup glass to mechanically formed technical glass. The characteristic features of products and attention to a proper image of the company resulted in success for LR glassware both at home and abroad, especially in the last four decades. Since the 50ies, the glass works at Lednické Rovne provided pioneer activities for direct collaboration of artists with the manufacture.

Martin
Masarovič,
Slovensko,
1994



Małgorzata
Mackowiak,
Poľsko,
1994

Juraj
Steinhübel,
Slovensko,
1994



THE BIRTH OF GLASS DESIGN IN SLOVAKIA is connected with the name of Karol Hološko, the first glass artist working in the glass works at Lednické Rovne. In his work he encountered considerable problems to overcome archaisms in the shape and decoration of products. He performed a functional and aesthetically impressive design, characteristic with simple and smart forms. In his glass-set design, Hološko preferred plain cup glass without decorations, demanding a brilliant glass material and precise craftsmanship. He preserved the traditional shape of glasses, consisting of base, stem and bowl. To achieve a smooth, impressive stem line, a new technology of stem drawing was introduced in 1956, which is characteristic for the glass works at Lednické Rovne up to the present day, and which is known as "Rovne" glass design. Hološko was captured by the effect of dematerialized forms, giving priority to perception of colour and other visual qualities of the drink. After 1964, Hološko came up with a new design of shape. Along with variations of previous cup glass types, he designed more robust glass sets. A massive stem accents the glass material and stability. Every innovation in Hološko's design has always respected manufacturing conditions. His cultivated art contributed to the traditional high quality of Slovak glassmaking and to the international reputation of glassware from Lednické Rovne.

Jozef Koleček, Slovensko, 1994

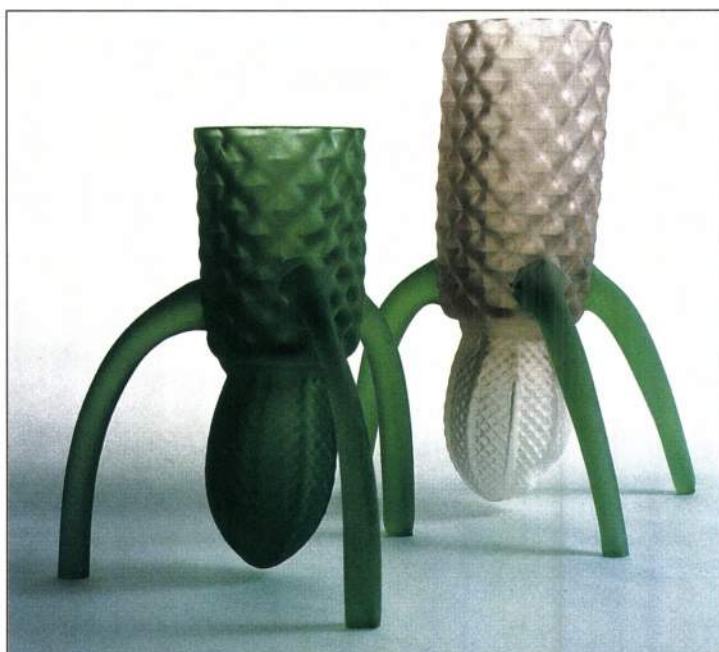
SINCE 1948, HOLOŠKO HAS BEEN ASSISTED BY JAROSLAV TARABA, who soon became his partner. Since the beginning, Taraba was able to successfully unify artistic criteria with functional criteria, manufacturing conditions and consumer demands, and to take into account the important role of business prosperity. His work has been based on a good knowledge of local glass making traditions and on a historical production range of works, which he transformed with respect to present design demands. Both designers have a similar approach to glass-set design. They use the effect of fragility and dematerialization in thin-walled glasses with high subtle stems, or they accent the aesthetic qualities of the glass material in more robust shapes, with broad and low bearing parts. In the 70ies, Jaroslav Taraba focused his attention to glass-sets for special festive occasions. He paraphrased historically proven classic shapes of ceremonial glasses, demonstrating their exceptional character by their height and stress on individualized shape and colour design of stems. In the last decade Jaroslav Taraba has considerably broadened the range of well designed series glass production by innovated shapes for bowls, dishes, decorative bottles, and special glass-sets



for various drinks. The increasing demand for decorated glass on foreign markets has led him to numerous experiments with classic hot glass decoration practices. An important part of Jaroslav Taraba's work was devoted to automatic machine production of utility glass, where it is necessary to create shapes, easily reproducible by machines, which are in many aspects different from hand-shaped cup glass. The fundamental contribution by Jaroslav Taraba consists in the use of classic glass decoration technology by pantograph, which is characteristic for the Lednické Rovne glass works. His many year's of practice in glass works has enabled this designer to overcome the apparently insuperable barrier between the artistic comprehension of innovation and the production, which was confirmed by numerous international prizes for high-quality design as well as by the business profit achieved by the company due to his glass design.

Petr Vlček, Česko, 1994

Eva Cvrčková, Česko, 1994



Práce na str. 7-9 boli vytvorené na medzinárodnom sympóziu v Lednických Rovniach, 1994
Foto: Milota Havránek

ALSO IN THE LAST DECADE, GRADUATES from the Department of Glass Design of the Academy of Fine Arts in Bratislava - Ladislav Pagáč, Jozef Koleček, and Peter Šipoš - had a share in the high reputation of glass works at Lednické Rovne. Jozef Koleček has been working at the Department of Innovation and Design in Lednické Rovne since 1981. He makes full use of facilities and traditional technological procedures at the Rovne glass works (drawn stem, hot glass decoration). Several successful "great sets" of uniformly shaped multi-functional utility glass originated in Koleček's design studio. The success of this author's glass design has also been contributed by variable sets, which can be put together in pyramid or cylindrical arrangement with interesting optical effects. Ladislav Pagáč broadened the production range of Lednické Rovne glass works especially in the field of new concept service elements. He has been concentrating on those utility glass pieces which have not only a practical but also a decorative function on the table (carafes, bowls, dishes, etc). He works mostly with geometrically strict shapes, giving a peculiar accent to exacting diagonal compositions. The youngest member of this creative team, Peter Šipoš, has focused his interest on unconventional, individually shaped glass objects with a sensibly bizarre look, which are a favourite especially with young consumers.

AT THE TURN OF JUNE AND JULY 1994, A PREMIER MEETING OF INTERNATIONAL GLASSMAKER SYMPOSIUM took place in the glass works at Lednické Rovne. It provided an opportunity for creative confrontation of glass artists from various countries with different glassmaking traditions as well as some space for discussions between experts of several professions - artists, craftsmen, technologists, as well as journalists and gallerists focused on the work with this topical material. The International Glassmaker Symposium at Lednické Rovne, as compared with world-known events of this type in Frauenau, Germany, or in Nový Bor, The Czech Republic, was more of chamber character with a lower number of participants. Besides seven Slovak artists, there were glass artists from Hungary, Poland, The Czech Republic, France, Austria, and Australia. The attention, which the management of the company and glassmakers devoted to the organization of this event, has confirmed that people in this traditional glass works are committed to the good name of their company, which is presented nowadays as LR Crystal trade-mark in 50 countries of the world.





European Community Design Prize 1994

V marci 1994 udelila medzinárodná porota na čele so Stefanom Marzanom, riaditeľom pre design vo firme Philips, ceny Európskej únie za design za rok 1994. Ceny, ktoré sa udeľujú každé dva roky, získali spomedzi 42 nominácií spoločnosť Luceplan, taliansky výrobca svietidiel, ďalej Vitra, nábytkárska firma z Nemecka, a dánska spoločnosť Kompan, ktorá sa špecializuje na výrobu vybavenia pre detské ihriská. Čestné uznanie získala Nadácia Interieur z Belgicka za projekt výstav interiérového designu (Biennial, v roku 1994 na tému European Qualities) a malý hotel New York v rotterdamskom prístave v Holandsku.

"Európa je na čele svetového designu. Designeri zohrávajú kľúčovú úlohu v najdôležitejších európskych spoločnostiach a designerské poradenstvo je oveľa väčším priemyslom, ako si väčšina ľudí myslí. Skutočnosť, že sme sa dostali do tohto vedúceho postavenia, je životne dôležitou vecou pre budúcu konkurencieschopnosť na svetových trhoch." Vysoké ocenenie postavenia designu v rámci Európy, ktoré vyslovil **Stefano Marzano**, potvrdzujú fakty, ktoré uvádza Komisia Európskeho spoločenstva. Design je hlavným priemyselným odvetvím v Európe s viac než 5000 konzultačnými stredkami, ktoré generujú ročný obrát 5 miliárd ECU. Navyše európske spoločnosti zamestnávajú vyše 100 tisíc designerov. Nárast "ekonomiky designu" v nasledujúcich rokoch sa predpokladá o 15 %. **Vincente Parajon**, zástupca riaditeľa pre telekomunikácie, informačný trh a využitie výskumu, komentoval súťaž slovami: **"Európa spotrebuje**

ročne 60 miliárd dolárov a zamestnáva 600 tisíc vedcov vo výskume a vývoji. Design je jadrom v procese transformačných plánov od laboratória až po produkt, ktorý si ľudia kupujú. To je aj dôvod, prečo je design taký dôležitý v stratégii Európskej únie v oblasti inovácií a technologických premien. V Európskej únii je 8 miliónov malých a stredných podnikov, ktoré majú významný podiel na európskej zamestnanosti a tvorbe bohatstva. Európska únia považuje design za jeden z hlavných faktorov determinujúcich ich ekonomický úspech." Uvedenie si dôležitosti designu pre ekonomickú prosperitu priviedlo štáty Európskej únie k spolupráci aj v tejto oblasti. V roku 1985 založili súťaž ECPD (European Community Design Prize) ako jednu z dôležitých aktivít v rámci programu SPRINT (Strategic Programme for Innovation and Technology Transfer). Cieľom súťaže ECPD je podporiť extenzívne zavádzanie designu do výroby malých a stredných podnikov, stimulovať chápanie designu ako nástroja na dosahovanie ekonomického prospechu. Udeľovanie cien je príležitosťou na zdôraznenie úlohy designu v zlepšovaní kvality života.

Súťaž je otvorená pre malé a stredné podniky s maximálne 2000 zamestnancami, ktoré nominuje národná organizácia na podporu designu (zväčša sú to design centrá alebo rady). Každá organizácia môže nominovať päť najlepších podnikov, ktoré dosahujú vynikajúce výsledky v troch oblastiach: produkt design, grafická komunikácia a environmentálny design. Už nominácia do súťaže spojená s udelením diplomu je prestížnou záležitosťou a prejavom ocenenia pre firmy, ktoré môžu prezentovať svoje predstavy o kvalite a súťažiť s inými firmami. Národné organizácie na podporu designu Belgicka, Dánska, Nemecka, Grécka, Španielska, Francúzska, Írska, Talianska, Luxemburska, Holandska,

Portugalska a Veľkej Británie spolupracujú s European Design Partnership so sídlom v Dubline, ktorý je organizátorom súťaže.

KOMPAN

Porota ocenila humánnosť konceptu firmy a dôslednosť, s akou ho uplatňuje vo svojej činnosti. KOMPAN napriek tomu, že je pomerne mladou firmou, dosiahol už značné medzinárodné úspechy. Program firmy (hračky a vybavenie detských ihrísk), ktorý má jednoznačne spoločenskú prioritu, realizuje firma s citlivým prístupom k životnému prostrediu. (Pozri článok o firme KOMPAN na str. 50)

LUCEPLAN

Firma je jedným z posledných príkladov vynikajúcej tradície talianskej produkcie, v ktorej sa podiel designerov na výrobe, marketing a distribúcia integrujú do vnútornej silnej kultúry spoločnosti. LUCEPLAN je relatívne mladá firma, ktorá systematicky uplatňuje nové technológie a materiály pri výrobe svietidiel. Nápaditosť a tvorivosť priniesli firme už mnohé pozoruhodné úspechy na trhu. "Total design" firmy - výrobok spätý s jeho komunikatívnosťou a environmentálnym cítením - je základným kritériom pre udelenie cien ECPD.

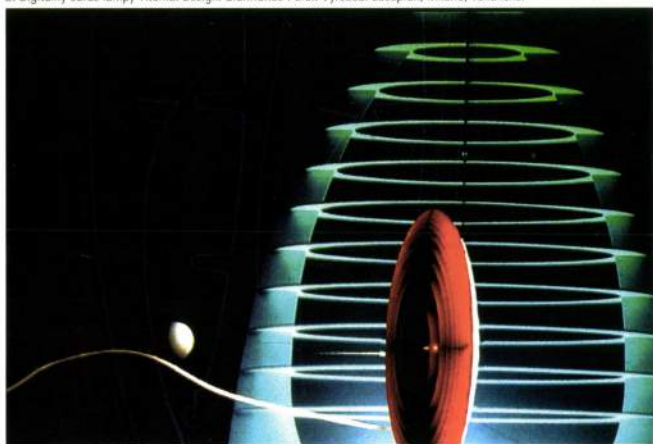
VITRA

Porota ocenila stratégiu firmy, ktorá dôsledne prichádza na trh s výrobkami vynikajúceho designu, zvlášť kancelárskym nábytkom. Firma sídli v Bazileji, kde sa okrem sústredenej výroby a distribúcie nachádza aj múzeum, známe svojimi výstavami designu. Vitra využíva najnovšie technológie a uplatňuje technické poznatky a remeselnú zručnosť na dosiahnutie vynikajúcej kvality jedného z najstarších ľudských produktov - stoličky. Premyslený management firmy, komunikácia v spojení so zmyslom pre životné prostredie vytvárajú novú dimenziu v názore na inovácie.

1. Kolekcia stoličiek Citterio. Design: Antonio Citterio a Glen Oliver Low. Výrobca: Vitra, Weil am Rhein, Nemecko



2. Digitálny obraz lampy Titania. Design: Gianfranco Pardi. Výrobca: Luceplan, Milano, Taliansko.



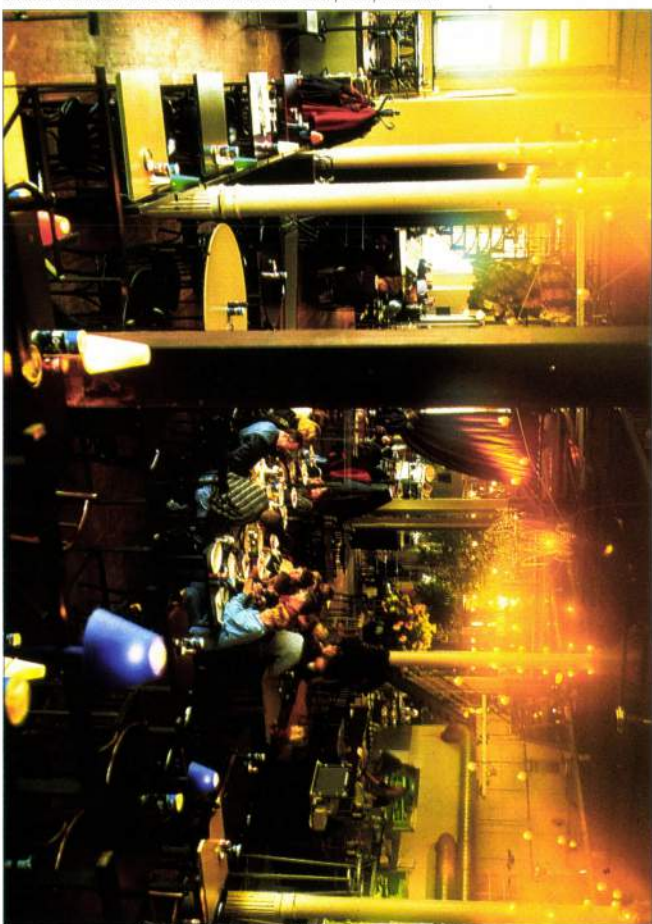
3. Digitálny obraz lampy Costanzina. Design: Gianfranco Pardi. Výrobca: Luceplan, Miláno, Taliansko.



4. Pružinová holiadka. Výrobca: Kompan, Ringe, Dánsko.



6. Interiér hotela New York v holandskom Rotterdame ocenený čestným uznaním.



5. Lokomotíva portugalskej firmy Sorefame ocenená osobitným uznaním.



ARS LITURGICA

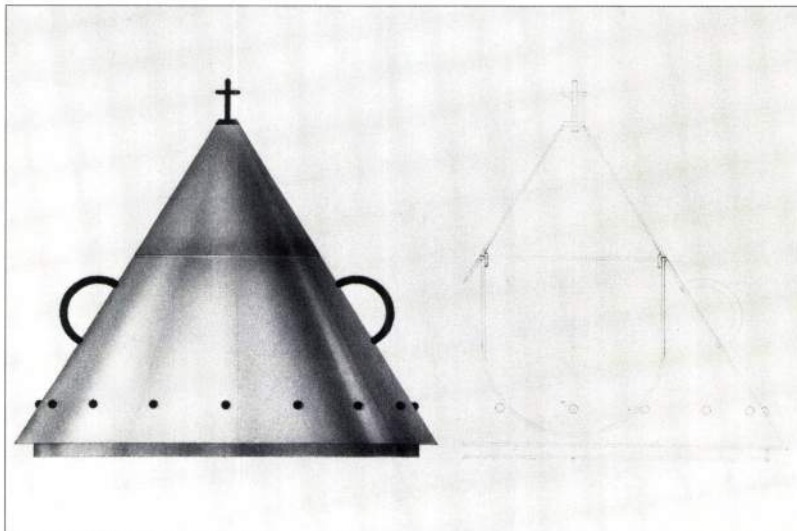


Myšlienka realizovať projekt súťaže na návrh riešenia liturgických predmetov a textílií ARS LITURGICA vyrašila z existujúcej situácie, ktorá sa vytvorila na Slovensku po novembri 1989. Po vyše štyridsaťročnom zákaze sa na rôznych miestach Slovenska rozbehla výstavba kostolov.

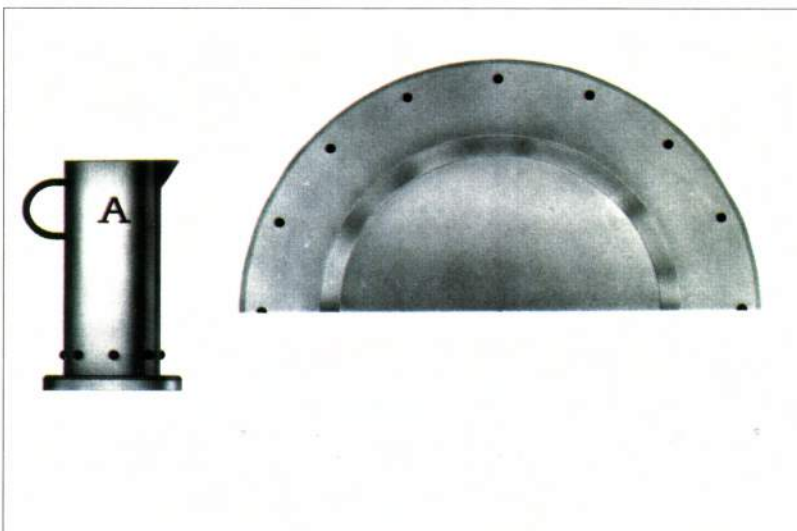
Priniesla so sebou jedinečnú príležitosť pre architektov a výtvarných umelcov pomôcť hľadať a vtlačiť adekvátny výraz posvätnému prostrediu, v ktorom sa odohráva liturgia¹.

Musíme však konštatovať, že príležitosť až na niekoľko výnimiek² zatiaľ dostatočne nevyužitú.

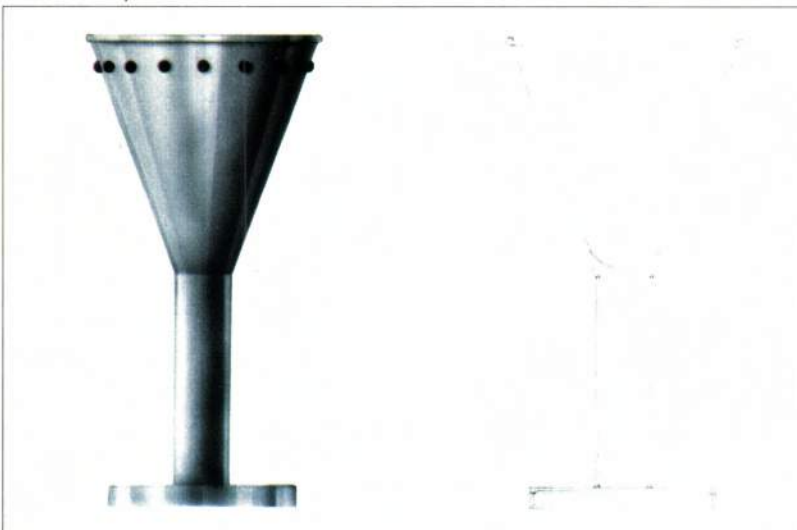
Okrem všeobecne sa prejavujúcich problémov vzťahu umenia a náboženstva, ktoré priniesla so sebou moderná doba, dnešnú situáciu umeleckej tvorby na poli cirkevného umenia na Slovensku sťažuje aj predchádzajúca kultúrnospoločenská izolácia Slovenska od západnej Európy a zákaz vyvíjať akékoľvek teoretické alebo tvorivé aktivity v tejto oblasti zo strany vládnucej moci. To bolo jedným z hlavných dôvodov, prečo sa liturgická reforma po II. vatikánskom koncile³ okrem organizačných



Matúš a Michal Cepka: cibórium, kresba



Matúš a Michal Cepka: patena a ampulka
Matúš a Michal Cepka: kalich



zmien⁴ tak málo prejavila v architektonickej a výtvarnej podobe našich kostolov.

Cieľom autorov projektu súťaže ARS LITURGICA bolo iniciovať tvorivé laboratórium možností súčasného výtvarného umenia pri riešení predmetov v službách takmer dvojtisícročnej liturgickej tradície. Cieľom bolo získať renomovaných výtvarníkov na riešenie úloh v oblasti liturgického umenia, dať príležitosť začínajúcim umelcom a vytvoriť

základ tvorcov, ktorí by sa venovali i tomuto druhu umeleckej činnosti. Ambíciou autorov projektu bolo aj pozitívne ovplyvniť vkus laickej verejnosti a potenciálnych objednávateľov z radov cirkvi propagáciou náročnejšieho umeleckého spracovania liturgických predmetov. V neposlednom rade tu bola snaha pomôcť saturovať potreby liturgických predmetov a textilu pre novovznikajúce kostoly.

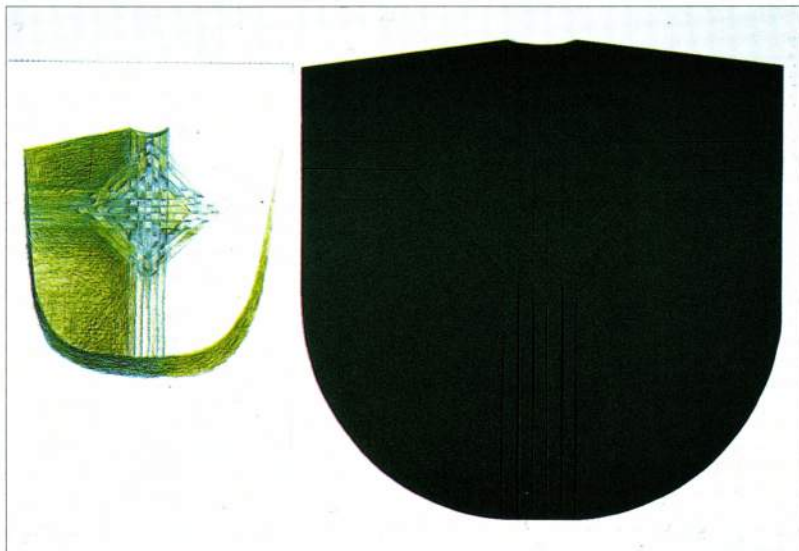
Podľa pomerne skromnej účasti (sedem profesionálnych umelcov) a nižšej úrovne prihlásených prác (5) sa pôvodné ambiciózne ciele projektu dosiahli iba čiastočne.

Magnetom sa nestali ani finančne pomerne vysoko dotované

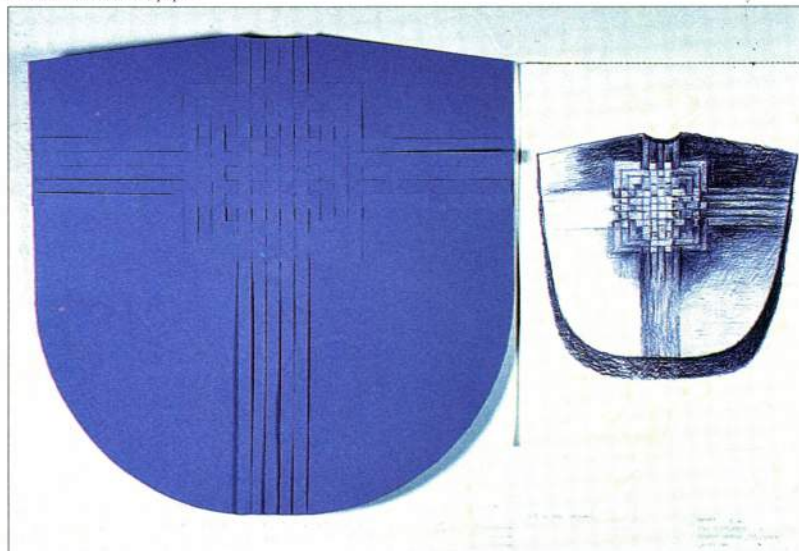
ARS LITURGICA



ceny⁶. Sklamali aj umelecké školy, z ktorých výzva na účasť v súťaži našla odozvu len na oddelení úžitkovej tvorby VŠVU v Bratislave a Strednej umeleckej škole v Kremnici. Príčinu nevidím v nedostatočnej informovanosti o súťaži. Skôr tu tušíť neistotu a rozpaky autorov z neznámej témy. Väčšina z nich má dištancovaný vzťah k náboženstvu a cirkvi. Charakterizuje ho skôr nezáujem, ba až odmietanie, v lepšom prípade zdvorilá a opatrná zvedavosť. V takejto situácii špecifická oblasť tvorby predmetov pre potreby katolíckeho náboženského kultu je pre mnoho tvorcov "terra incognita" a funkcia, mnohoznačnosť a bohatosť ich významových vrstiev veľkou neznámou. Pre poznanie je možnosť poučiť sa z histórie, ale po liturgickej reforme katolícka cirkev hľadá nový výraz a jazyk, zrozumiteľný a blízky dnešnému človeku. Na niektorých návrhoch zaslaných do súťaže sa prejavilo toto odcudzenie a absencia hlbšieho poznania významovej a symbolickej povahy kresťanskej a konkrétne katolíckej bohoslužby v neadekvátnom použití výtvarných výrazových



Pavla Trizuljaková: návrh kazuly, kresba a model, kombinovaná technika, papier

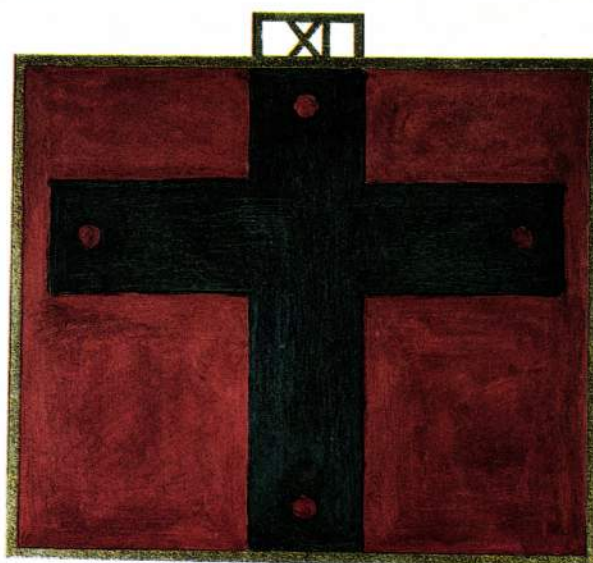


Pavla Trizuljaková: návrh kazuly, kresba a model, kombinovaná technika, papier

prostriedkov, nevhodnej voľbe materiálu a neprimeranej forme. Napríklad návrh kolekcie liturgických nádob zo skla vyznel ako náročnejšie spracovaná konfekčná kolekcia nápojovej súpravy.

Mnohých odradilo pravdepodobne vymedzenie témy a funkčné určenie predmetov pre potreby náboženských obrádov, čo nasmerovalo súťaž skôr do oblasti umeleckého remesla, resp. designu. Pôsobí aj tradičné napätie vzťahu úžitkového umenia a voľného umenia. Že by umelcov odrádzal strach zo straty umeleckej autonómie? Autori nedôverujú tomuto druhu umenia, ktoré hrozí diktátom funkcie, ktorá ako prvoradá stojí zdanlivo proti slobode umelca slobodne si zvoliť vyjadrovacie prostriedky.

Na rozohnanie pochybností a obáv z istého obmedzovania si dovoľm na tomto mieste citovať zakladajúcu osobnosť hnutia liturgickej obnovy, významného filozofa a teológa profesora Romana Guardiniho (1885-1968), ktorý vo svojej knihe *O duchu liturgie* hovorí o presahovaní kresťanskej liturgie do oblasti umenia, dokonca podobne ako umenie,



Blanka Cepková: návrh na krížovú cestu, email

ARS LITURGICA

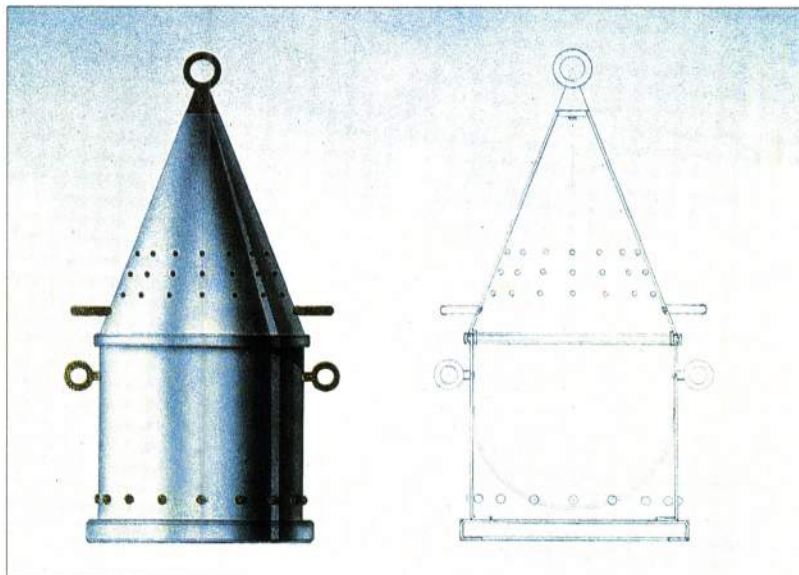


aj liturgiu chápe ako hru, hru pred Bohom: "Býť pred Bohom zaměstnán hrou, dílem umění - nikoli tvořit, nýbrž býť, to je nejvlastnější podstata liturgie. Proto ta vznešená směs hluboké vážnosti a božského veselí, která je pro liturgii příznačná. Že liturgie tisícerými předpisy tak přísně a pečlivě určuje, jaká mají být slova, pohyby, roucha, náčiní, to chápe jenom ten, kdo umí brát vážně umění a hru. Viděl jsi už někdy, s jakou vážností vymýšlejí děti pravidla pro své hry, všiml sis, jaký význam má taneční krok, jak se všichni musejí držet za ruce, co znamená tahle tyčka a tamten strom? To vše se zdá pošetilé pouze člověku, který netuší smysl toho všeho a který nedokáže vidět důvod určitého jednání v ničem jiném než v nějakém vykazatelném účelu".

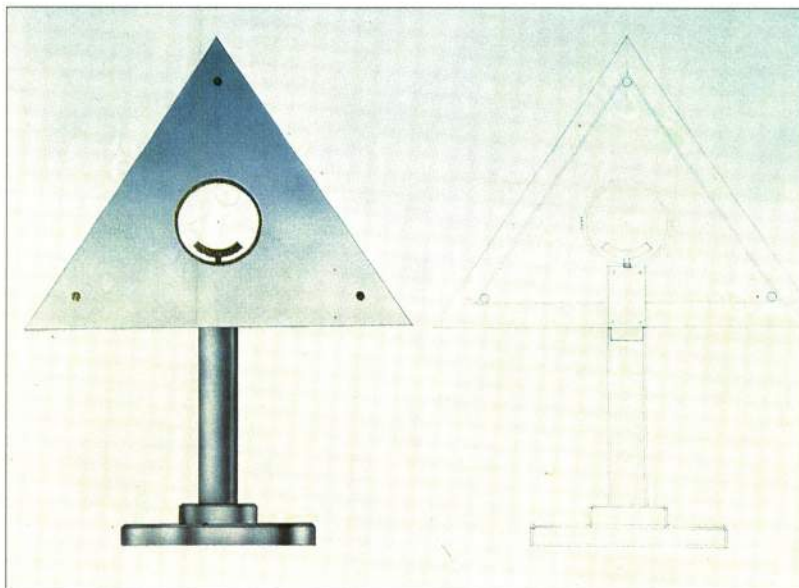
Nedůvera voči tomuto druhu umeleckej práce vyplýva aj z problematikej a finančne náročnej možnosti ich realizácie, ktorú potenciálny objednávatel (katolícka cirkev, resp.

Poznámky:

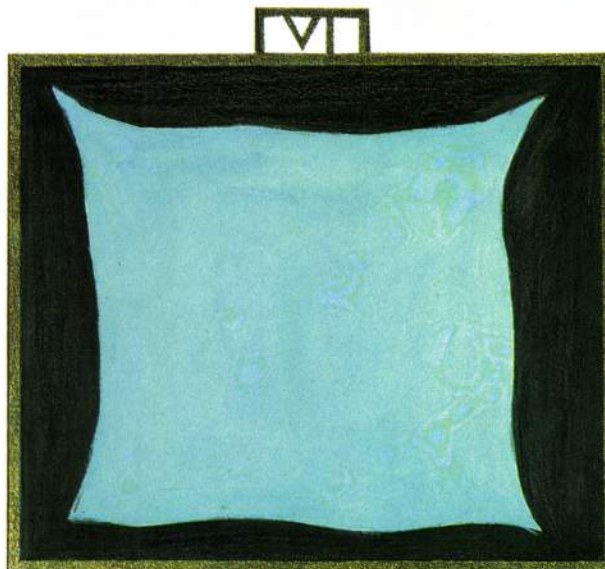
1. Liturgia - verejná služba, od "leitosis" - laos" - ľud, "ergon" - služba, úrad. Znamená činnosť vykonanú pre ľud. V kresťanskom zmysle liturgia znamená bohoslužbu. In: Teologický lexikón, SSV, Bratislava 1977, heslo Liturgia, s. 270.
2. Príklady: rím.-kat. kostol vo Vojkovciach (autor A. Rybářčik a kol, spolupráca V. Popovič), rím.-kat. kostol P. Márie vo Vrakuni (autori M. Kvasnica a M. Bogár, L. Králík, L. Urban, spolupráca S. Ilavský), interiér rím.-kat. kostola Sv. Kríža v Podunajských Biskupiciach (autor M. Kvasnica, spolupráca Š. Tóth, M. Zdravecký, T. Baník a iné).
3. Konštitúciu o liturgii "Sacrosanctum concilium" schválil pápež Pavol IV. 4. 12. 1963.
4. Zmenami, ktoré priniesla so sebou liturgická reforma po formálnej stránke, bola zmena orientácie oltára "čelom k ľudu", zavedenie národného jazyka do liturgie a iné.
5. Vyhodnotenie súťaže pozri: E. Sikorová: Ars liturgica. In: Profil č. 2, 1994, s. 31.
6. Súťaž sa mohla uskutočniť vďaka finančnej podpore fondu Renovabis z Nemecka a Fondu kultúry Pro Slovakia (dokumentácia).
7. Guardini, R.: O duchu liturgie. Česká křesťanská akademie, Praha 1993, s. 36.



Matúš a Michal Cepka: kadidlo, kresba



Matúš a Michal Cepka: monštrancia, kresba



Blanka Cepková: návrh na križovú cestu, email

cirkevná obec) nie je schopný financovať. Individuálny autorský koncept sa uplatní v návrhu sakrálnnej stavby - kostola - a prípadne ešte v návrhu oltára. Na ostatné súčasti posvätného priestoru liturgické zariadenie a predmety však už niet často sily ani finančných prostriedkov. A tak vnútorné priestory chrámov zaplavuje konfekcia a brak, nezriedka prostredníctvom katalógov kupovaných zo zahraničia. Práve súťaž ARS LITURGICA mala byť príležitosťou vytvoriť domácu ponuku predmetov liturgického umenia hodných veľkosti účelu, pre ktorý sú určené.

Účasť niektorých autorov (Karol Weisslechner, Matúš a Michal Cepkovi, Daniel Brunovský, M. Fulková, zo študentov D. Sádovská a ďalší) a kvalita návrhov, ktoré prihlásili do súťaže, dáva nádej pre budúcnosť tejto oblasti umeleckej tvorby, v ktorej vyšliapavame prvé nesmelé kroky.

September 1994

ARS LITURGICA - výsledky súťaže
Dňa 12. februára 1994 porota v zložení
M. Mudroch (predseda),
M. Smoláková, E. Sikorová,
M. Kvasnicová, J. Hlinický, S. Trepáč,
L. Čarný, E. Radimáková, E. Kárová
udelila nasledujúce ceny a odmeny:

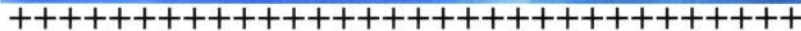
Kategória liturgický textil

1. cena neudelená
2. cena neudelená
3. cena neudelená
- Znížená cena za študentskú prácu
5 000,- Sk - antependium -
autor Dorota Sádovská
- Odmena 3 000,- Sk - návrh kolekcie
ornátov - autor Pavlína Trizuljaková
- Odmena 3 000,- Sk - návrh pluvžiálu
a štóly - autor Adriana Kabeleová

Kategória liturgické predmety

1. cena neudelená
2. cena 15 000,- Sk - návrh kolekcie
liturgických predmetov
- akad. arch. Karol Weisslechner
2. cena 15 000,- Sk - návrh križovej
cesty - autor Blanka Cepková
3. cena 10 000,- Sk - návrh monštrancie
- autor Sylvia Jokelová
- Znížená cena za študentskú prácu
7 000,- Sk - kolekcia kalichov -
autor Milan Pulík

ARS LITURGICA



The idea and project of the ARS LITURGICA competition in design of liturgical objects and textiles originated due to new conditions in Slovakia after November 1989. After more than 40 years of prohibition, several church constructions were started in Slovakia.

They have brought a unique opportunity for architects and artists to seek and give an adequate expression to the sacred rooms of worship. However, apart from some exceptions, this opportunity has not been properly grasped yet.

Apart from general problems in the relationship between arts and religion accompanying the modern epoch, the present situation of artistic creation in the field of religious art in Slovakia is complicated by the previous cultural and social isolation from Western Europe and by the prohibition from the side of the ruling power to perform any theoretic or creative activities in this field. It was one of major reasons why the liturgical reform after the II. Vatican Council was hardly manifested in the architectonic and artistic look of our churches.

Organizers of the ARS LITURGICA competition project were aiming for an initiation of a contemporary artistic creative laboratory for the design of objects serving the liturgy,

which has more than two thousand years of tradition. Their objective was to bring renowned artists to work in the field of liturgical art, to provide an opportunity for young artists, and to create a base of authors devoted to these kinds of artistic activities. The ambition of project authors was to positively influence the taste of both laymen and potential customers from the church by the



Milan Pulík: kalichy, mosadz a sadra, v = 30 cm



Karol Weisslechner: monštrancia z návrhu kolekcie liturgických predmetov, model



Sylvia Jokelová: návrh monštrancie



Sylvia Čierniková: objekt inšpirovaný ornátom, kombinovaná technika

propagation of a more sophisticated artistic design of liturgical objects. Last, but not least, there was an effort to help saturate the demand for liturgical objects and textiles by new churches.

Works that originated in the competition indicate an uncertainty and embarrassment of their authors with the unfamiliar subject. Most of them have a distant relationship to religion and The Church, which is rather characterized by indifference or even refusal, or in better cases by polite and cautious curiosity. In such a situation the specific creative field of design for Catholic religious objects of worship is a "terra incognita" for many authors who do not know their manifold levels of function and significance. It is possible to learn from the history, but since its liturgical reform the Catholic Church has been trying to find a new expression and language, intelligible and familiar to modern people.

This estrangement and absence of a deeper knowledge of the meaning and symbolic nature of Christian, especially Catholic, worship was apparent in some designs in the competition.

The ARS LITURGICA competition was aimed at providing an opportunity to create a domestic supply of artistic liturgical objects, worthy of their great aims.

The participation of some authors (Karol Weisslechner, Matúš and Michal Cepka, Daniel Brunovský, M. Fulková, from students D. Sádovská and others) and the quality of design, entered in the competition, give good hopes for the future of this field of artistic creation, where we are just making our first timid steps.

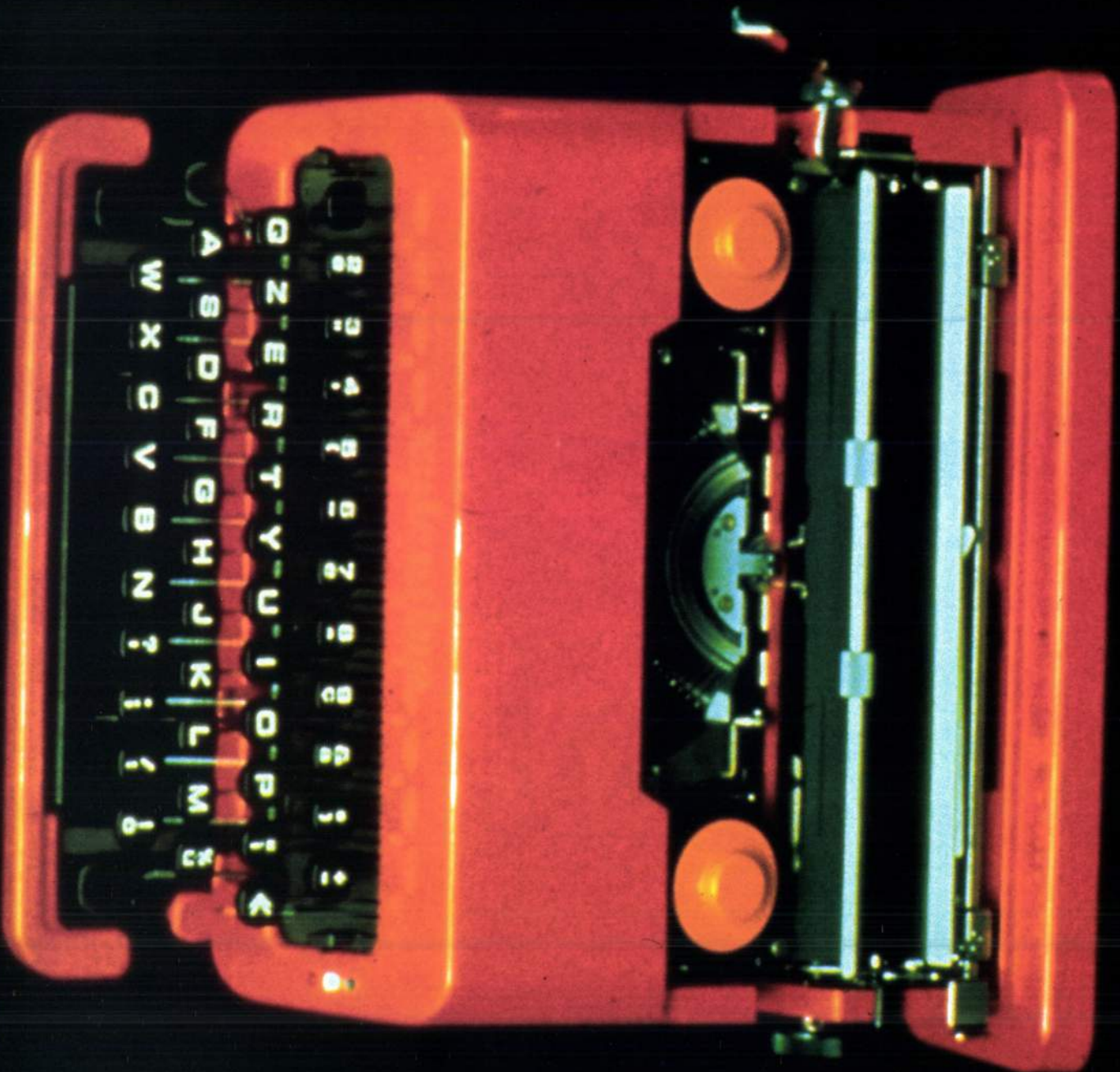
LEGENDA

zvaná ETTORE SOTTASAS

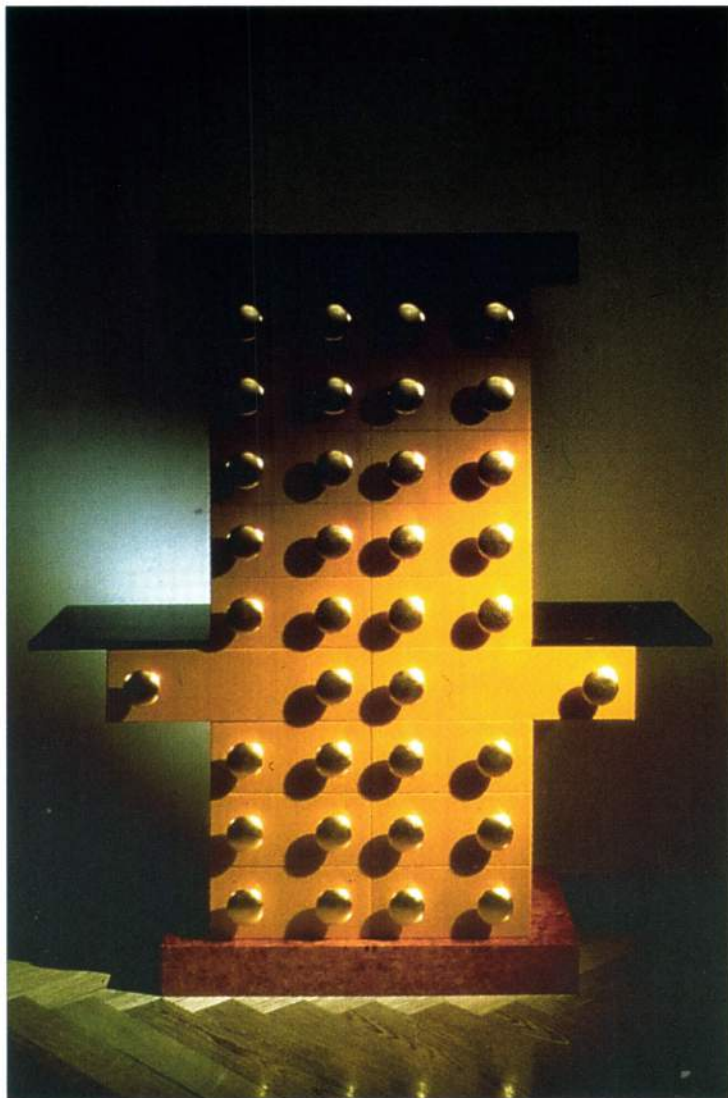
ZDENO KOLESÁR



Pisací stroj Valentine, Olivetti, 1969



DESIGN UM



"Podľa môjho názoru design neznamená iba vytváranie formy pre výrobok, ktorý je viac alebo menej zložitý. Je to aj cesta k pochopeniu života, politiky, erotiky, jedla, a dokonca aj designu." Týmito slovami približuje svoje predstavy o poslaní a zmysle designu jeden z najvýznamnejších designerov nášho storočia Ettore Sottsass. Návštevníci parížskeho Centre national d'art et de culture Georges Pompidou mali od apríla do septembra tohto roku ojedinelú možnosť oboznámiť sa s retrospektívnou prehliadkou jeho rozsiahlej designerskej tvorby. Výstava, ktorá "obsadila" dve podlažia ústredného vestibulu Pompidouovho centra, predstavila v uzavretých blokoch kľúčové etapy Sottsassovho diela od konca päťdesiatych rokov po súčasnosť. Najstarší exponát výstavy - computer Olivetti ELEM 9003 - bol vyrobený v roku 1958. Ettore Sottsass (nar. 1917) mal vtedy už za sebou štúdium architektúry na

turínskej polytechnike, návrhy interiérov projektované vo vlastnom ateliéri i spoluprácu so slávnym americkým designerom Georgeom Nelsonom v New Yorku. V roku 1957 sa stal konzultantom firmy Olivetti, ktorá práve na prepojení technických inovácií a inovácií designu založila svoj obchodný úspech. Spolupráca Sottsassu s touto firmou trvala vyše dve desaťročia a výstava v Centre Pompidou predstavila jej medzírky: od písacích strojov Tekne 3, Praxis 48 a Valentine (Sottsass za tento návrh získal prestížnu taliansku designerskú cenu - Zlatý kompas) cez návrhy kancelárskeho nábytku zo šesťdesiatych rokov až po computer Olivetti z roku 1981, ktorý nateraz predstavuje posledný príklad tejto spolupráce. Sottsassov dominantný záujem sa však postupne odkláňal od technicistického designu elegantných, ale chladných tvarov, v Taliansku udomácnených vďaka takým tvorcom, ako bol Gio Ponti či Marcello Nizzoli.



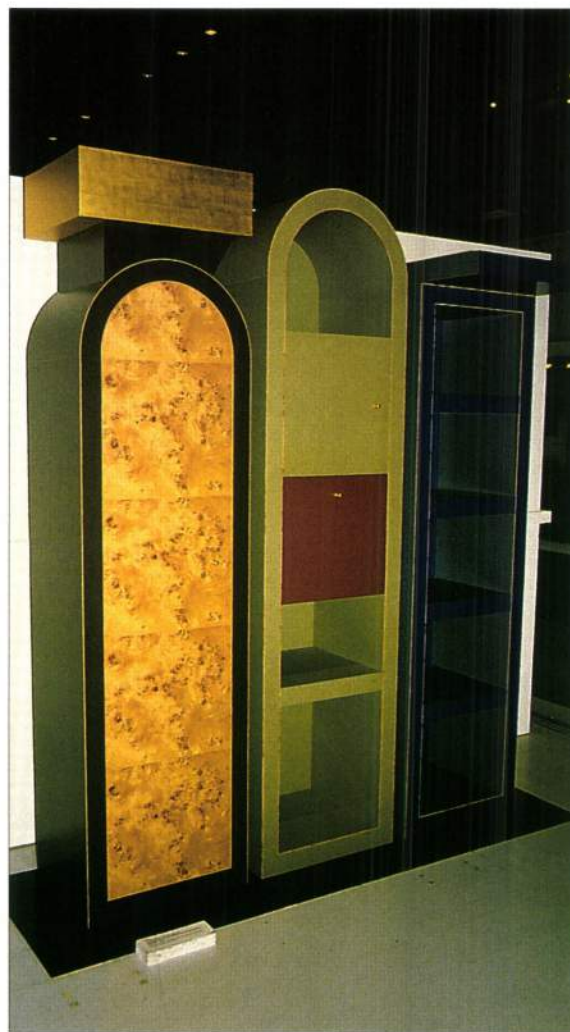
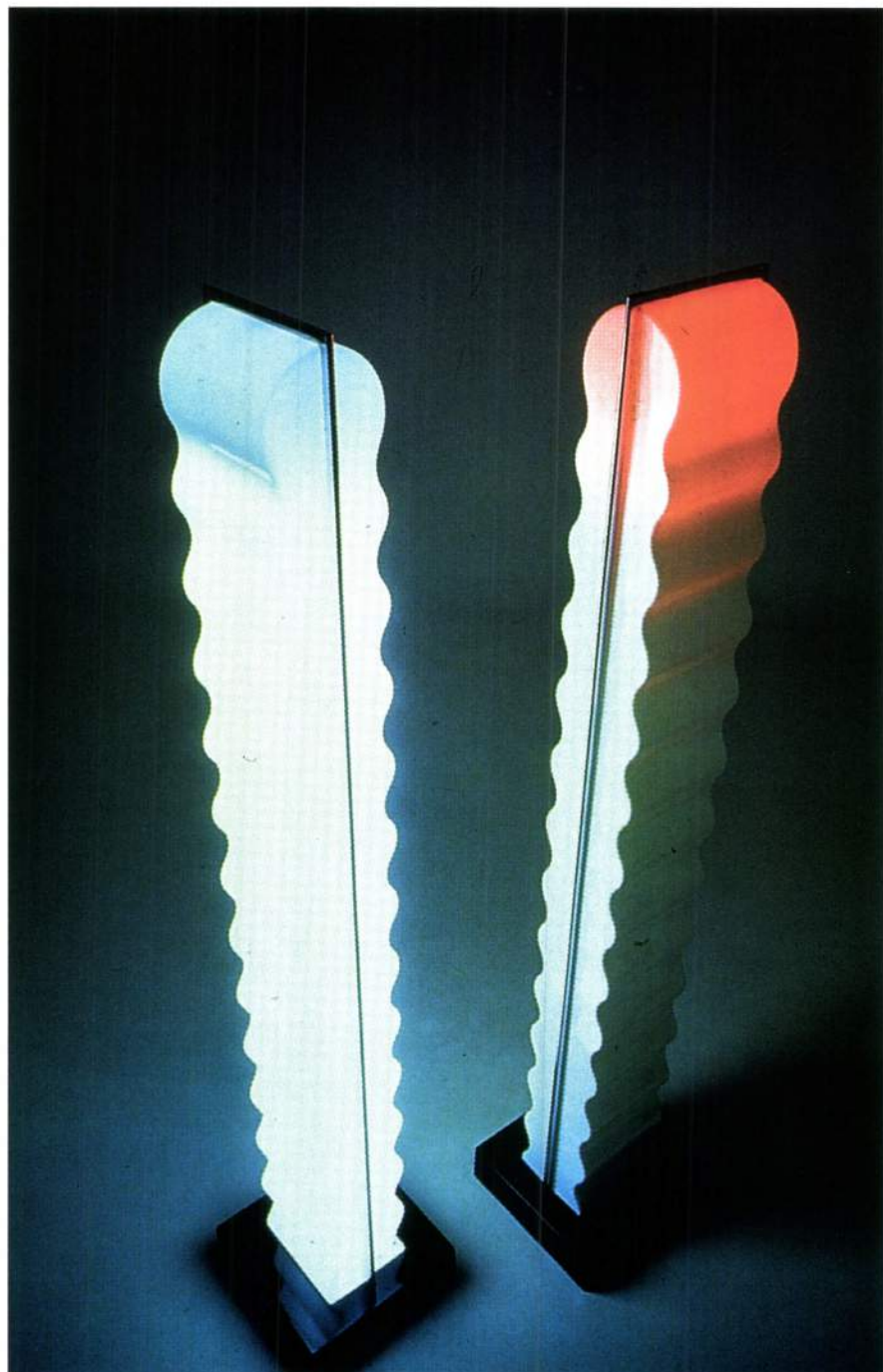
Hoci Sottsass nikdy nebol ortodoxným designerom (okrem interiérovej architektúry sa zaoberal i sochárstvom a maliarstvom), zlom v jeho orientácii zrejme priniesla jeho cesta do Indie v roku 1961. Postupne začína chápať designerské návrhy ako rituálne objekty, ako "existenciálne metafory". Zrod "nového Sottsassu" (ten "starý" pokračoval v sporadickej spolupráci s firmou Olivetti) indikovali návrhy keramiky priamo inšpirované indickou cestou ("Keramiky temnoty", 1963, "Keramiky pre Shivu", 1964), a najmä kolekcia nábytku vytvorená v roku 1965 pre firmu Poltronova, výberovo predstavená i na parížskej Sottsassovej retrospektíve. V polovici šesťdesiatych rokov prvý raz manifestovala to, čo bolo neskôr označené ako anti-design. Hoci motivácie Sottsassu a ďalších talianskych designerov sa v priebehu času menili, predpona "anti" znamenala predovšetkým zavrhnutie

racionalistickej designerskej školy, predstavovanej v tom čase najdôslednejšie návrhmi Dietera Ramsa pre firmu Braun a v neposlednom rade i produkciou firmy Olivetti. Sottsassove anti-designerské gesto bolo teda do značnej miery nasmerované i proti časti jeho vlastnej tvorby. Nešlo však len o negáciu zásad "dobrého designu" (tento termín sa zaužíval pre chladný racionalistický design), ale aj o nový pozitívny obsah designerskej tvorby. V popredí stálo úsilie o prehlbenie sémantiky užitočných predmetov. Pripomeňme už citované Sottsassove chápanie designu ako metafory. Užitočný artefakt už nemal len "pravdivo" vyjadrovať svoju praktickú funkciu. Mal vypovedať o svojom vzťahu k človeku, o kultúrnej histórii i súčasných problémoch spoločnosti.

Nábytok z kolekcie Bharata, 1988

Keramická váza pre porcelánku v Sévres, 1993

K VÝSTAVE V CENTRE POMPIDOU



Ettore Sottsass a ďalší protagonisti talianskej "novej vlny" sa inšpirovali pop-artom, využívali realitu "poklesnutej" masovej kultúry, ktorú do značnej miery rehabilitovali. Pestré farby, imitované povrchy, lacné materiály v nezvyklých kombináciách s drahými, "prebujnelosť" tvarov, kríženie rôznorodých symbolov, znakov a historických odkazov - to všetko v Sottsassovej tvorbe a v tvorbe jeho nasledovníkov znamenalo zavrnutie tra-

dičnej designerskej etiky a príklon k postmodernizmu, ktorého bol Sottsass pionierom. Výstava v Centre Pompidou umožnila postihnúť kontinuitu jeho osobného vývoja od súboru nábytku pre firmu Poltronova cez utopické projekty (napríklad "Planéta ako festival", evokujúca ideálny svet ako priestor pre meditáciu a extázu), návrhy mikroprostredí pre tú istú firmu, ktoré boli prezentované na kľúčovej výstave talianskeho designu v Múzeu moderného ume-

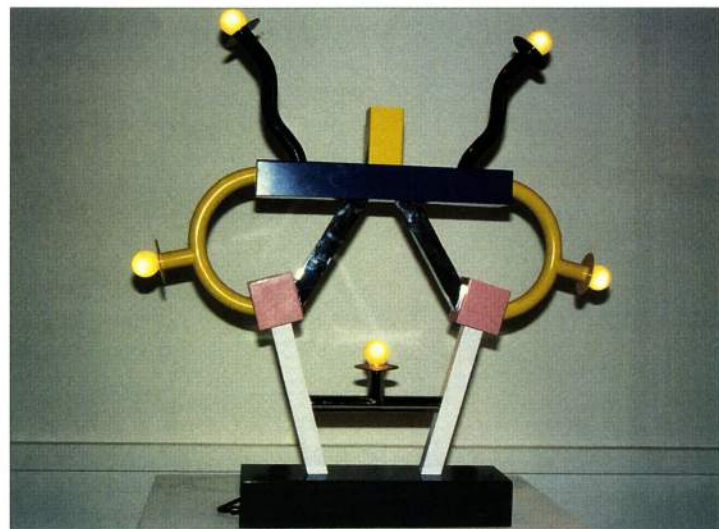
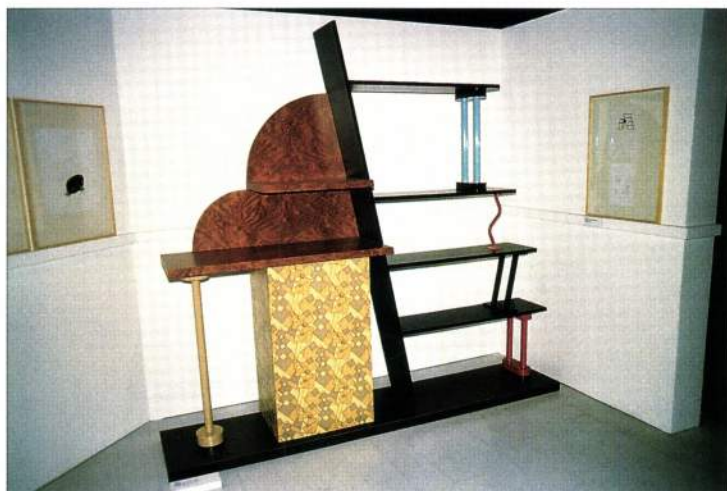
nia v New Yorku, cez aktivity v rámci avantgardného združenia Global Tools až po vyvrcholenie Sottsassovej tvorby v období, keď bol členom skupín Alchymia a Memphis. Do Alchymie, založenej Mendingim a Guerrierom, vstúpil Sottsass v roku 1978 a stal sa jej ústrednou postavou. V roku 1980 ju pre nezhody s Alessandrom Mendingim opustil a založil vlastnú skupinu Memphis. Už jej názov mal sym-

bolizovať postmodernistické spájanie nespojiteľného: masovej kultúry (americké mesto Memphis je rodom Elvise Presleyho) a klasického kultúrneho odkazu (Memphis ako sídlo egyptských faraónov). V návrhoch pre Alchymiu a Memphis (okrem nábytku a svietidiel išlo aj o sklo)

Svietidlá pre firmu Poltronova, 1970

Tri grácie, 1994
Computer Olivetti ELEA 9003, 1958

K VÝSTAVE V CENTRE POMPIDOU



Sottsass naplno rozvinul svoju hru s metaforami v zámernom sémantickom chaose. Dokázal čerpať zo životnosti "nízkej" kultúry a zároveň si od nej udržať ironický odstup, inšpirovať sa klasickým umením, i keď pojem klasicistiky vo svojej koncepcii designu, odrážajúceho ustavičné zmeny spoločnosti, odmietol. Efemérnosť a módnosť, ktorá kedysi predstavovala postrach pre serióznych designerov, sa Sottsassovi stala "cukrom života".

Majstrovsky zvládol postmodernistickú hru na dve strany - svojou tvorbou si získal zasvätených znalcov i bežné publikum. Hoci jeho návrhy boli realizované v obmedzených sériách (odklon od masovej produkcie a zhodnotenie možností remeselnej práce boli programové), mali enormný vplyv na designerov a vo veľkej miere ovplyvnili profil designu od počiatku 80. rokov až po súčasnosť. V druhej polovici 80. rokov sa Sottsass

začal viac venovať svojej pôvodnej profesii - architektúre. V projektoch pre Európu, USA a Japonsko zhodnocuje podobnú imagináciu, založenú na znakoch a metaforách, ako v designe. Nezriekol sa však ani samotného designu. Navrhol menšie kolekcie nábytku a objektov, pripomínajúce svojou výstavbou akési architektonické monumenty (súbor pre Stedelijk Museum, 1989, Séria prostredí s posteľami z roku 1992). Najnovšia nábytková kolekcia

"Tri grácie", predstavená na retrospektíve v Centre Pompidou, je datovaná rokom 1994. Ettore Sottsass, legenda designu 20. storočia, je stále tu...

Foto autor a Centre Pompidou

Nábytok, Studio Alchymia, 1979
Nábytok Malabar, Memphis, 1982

Scriba, 1965
Aśoka, Memphis, 1981

PLAGÁTU

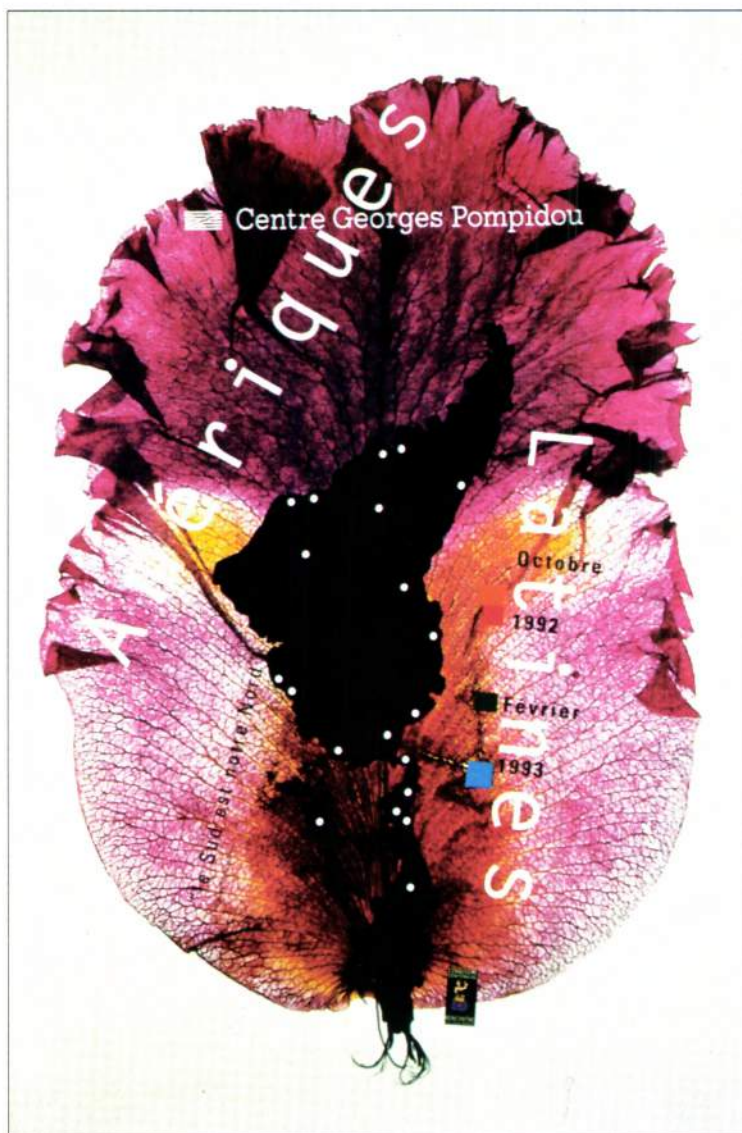


Vo francúzskom Chaumont sa v lete t. r. uskutočnil už po piatykrát Festival plagátu, ktorý vznikol v roku 1990 z iniciatívy primátora mesta. Udalosťou posledného ročníka bolo otvorenie nového múzea plagátu v budove bývalého obilného trhu, nazývanej Silo. Tento priestor poskytol 4 000 m² výstavnej plochy pre stálu kolekciu historických plagátov, kolekciu Dutailly, ale aj pre tisícky plagátov, ktoré sa každoročne uchádzajú o ocenenia v súťaži. Silo ponúka okrem výstavného programu aj priestor na medzinárodné stretnutie všetkých záujemcov o plagát.

V tohtoročnej súťaži sa dostalo do finále 123 plagátov z 1943 prihlásených zo 40 krajín, čo bol nový rekord chaumontského festivalu. Práce posudzovala medzinárodná porota v zložení Pieter Brattinga (Holandsko), Šin Macunaga (Japonsko), Piotr Młodożeniec (Poľsko) - držiteľ hlavnej ceny predchádzajúceho ročníka festivalu, Bruno Monguzzi (Švajčiarsko), Peret (Španielsko), Henry Steiner (Hong Kong) a Jean Widmer (Francúzsko), ktorý bol aj autorom oficiálneho plagátu 5. ročníka festivalu. Víťazom 5. ročníka a držiteľom 1. ceny sa stal Atelier de Creation Graphique za plagát z roku 1992 Amériques

Latines navrhnutý pre Centrum G. Pompidoua. Inšpiráciou tohto plagátu bol pre autorov Dirka Behageho, Pierra Bernarda a Fokke Draaijera zážitok z konferencie o životnom prostredí v Rio de Janeiro v roku 1992. Pri náhodnom stretnutí v kaviarni ich stará žena obdarovala čerstvým lupeňom orchidey, ktorý sa vylisovaný v konferenčnom katalógu dostal do Paríža. Stopy tohto malého príbehu

namiesto hľadania zdrojov v ekonomicky vyspelých krajinách severu. Pierre Bernard študoval u Henryka Tomaszewského vo Varšave a bol jedným zo zakladateľov francúzskej skupiny Graphus (1970 - 1990). V roku 1991 vytvoril Atelier de Creation Graphique s dvoma holandskými kolegami, s ktorými spolupracoval už v Graphuse koncom 80. rokov. Okrem ceny vo výške 50 000 frankov ateliér



boli bezprostredným podnetom plagátu spolu s dielom Torresa Garcíu. Tento argentínsky umelec sa naliehavo obracia na svojich krajanov s výzvami, aby sa obrátili k vlastným koreňom kultúrnej inšpirácie

získal aj možnosť prezentovať svoje práce na samostatnej výstave v nasledujúcom ročníku festivalu. Druhú cenu (a 30 000 frankov) získal skúsený nemecký grafik Pierre Mendel z mní-

V CHAUMONT

chovského štúdia Mendel and Oberer. Jeho elegantný a jednoduchý plagát k výstave japonských obalov v mníchovskom múzeu užitočného umenia vizuálne sumarizoval tému výstavy motívom spolovice zabalenej japonskej zástavy a textu. Týmto plagátom sa zúčastnil P. Mendel aj trnavského Trienále plagátu a tak ho mohli obdivovať aj návštevníci Trnavy. Pierre Mendel študoval u Armina Hofmanna v Bazileji a pracoval s Michaelom Engelmanom v Mníchove až do otvorenia vlastného štúdia. Je držiteľom mnohých medzinárodných ocenení, napr. zlatej medaily new-yorského Art Directors Club (1989) a striebornej medaily z Jokohamy (1988) a Varšavy (1990).

Tretou cenou (20 000 frankov) ocenila porota holandskú dvojicu Lies Ros a Rob Schroder za kultúrny plagát Stretnutie s Holanďanmi. Cenu Excellence Prize za dlhodobu vynikajúcu úroveň plagátovej tvorby udeľuje aj ICOGRADA, ktorá mala nad festivalom záštitu. Teno rok ju dostal maďarský grafik István Orosz, ktorý sa v súťaži prezentoval kolekciou troch plagátov. Festival v Chaumont bol sviatkom plagátu v pravom zmysle slova. Prehliadku víťazných plagátov sprevádzali ďalšie výstavy: kolekcia plagátov Jeana Widmera z rokov 1969-1975, výstava L'Affiche pour L'Affiche - 120 plagátov k medzinárodným prehliadkam posledného storočia zo zbierky Jacka Rennarta, individuálna výstava Piotra Młodożenica a prehliadka výsledkov študentskej súťaže. Takáto samostatná súťaž francúzskych študentov sa konala po prvý raz paralelne



2



3



4

s hlavnou súťažou. O ocenenia sa v nej uchádzalo 339 plagátov a 72 z nich sa predstavilo aj verejnosti. Odborný program festivalu bol rozšírený o kolokvium, kde sa diskutovalo na tému „Múzeá a grafické umenie“ a pestrosť aktivít spojených s plagátom mohli oceniť aj zberatelia - každoročná aukcia poskytla možnosť na predaj i kúpu plagátov. Chaumontský festival je jediným podobným európskym podujatím, ktoré sa opakuje každý rok. Zvládnuť prípravu takéhoto náročného projektu je iste veľmi náročné, no napriek tomu si jeho organizátori kladú neskromný cieľ - aby sa Chaumont stal hlavným mestom svetového plagátu.

(AP)

1. Dirk Behage, Pierre Bernard, Fokke Draaijer (Francúzsko). 1. cena.

2. Pierre Mendel (Nemecko). 2. cena.

3. Lies Ros a Rob Schroder (Holandsko). 3. cena.

4. István Orosz (Maďarsko). ICOGRADA Excellence Award.

T r i e n á l e p l a g á t u T r n a v a 1 9 9 4

V dňoch 23. 9. až 30. 10. sa uskutočnil v Trnave I. ročník medzinárodného trienále plagátu Trnava 1994. Organizátorov súťaže (Ministerstvo kultúry SR, Slovenská výtvarná únia, Slovenské design centrum, Magistrát Trnavy a Galéria Jána Koniarka) milo prekvapil veľký záujem tvorcov plagátu z celého sveta o účasť na trienále. V Trnave sa zišlo 964 plagátov od 174 autorov z 27 krajín. 693 plagátov od 161 autorov, ktoré sa nakoniec predstavili verejnosti, boli inštalované nielen v obvyklom prostredí galérie J. Koniarka, ale aj v novom výstavnom priestore trnavskej synagógy, Trnavskom divadle a vo výkladoch obchodného domu. Prejavom ocenenia tejto pozoruhodnej prehliadky je aj záštita, ktorú prevzala nad trienále medzinárodná organizácia grafikov ICOGRADA (pozri pozdravný list prezidenta ICOGRADA Philippe Gentila).

Medzinárodná porota v zložení: Alain Le Querrec (Francúzsko), Karel Mišek (Česko), Lubomír Longauer (Slovensko), Péter Pócs (Maďarsko) a Władysław Pluta (Poľsko) rozhodla o udelení cien v dvoch kategóriách (A - profesionálni tvorcovia, B - študentské práce) takto:

V kategórii A:

- Veľká cena (Grand Prix) pre Borisa Bučana z Chorvátska za plagát Trubadúr a celú kolekciu,
- I. miesto pre Paula Brühwileru zo Švajčiarska za plagát Do budúcnosti s budúcnosťou,
- II. miesto pre Tadeusza Piechurę z Poľska za Ultra Plakat,
- III. miesto pre kolektív Les Graphistes Associés z Francúzska za plagát Nárast,
- Cenu primátora mesta Trnava pre Shigeo Fukuda z Japonska za plagát Stôl,
- Cenu Design centra pre Vladislava Rostoka zo Slovenska za divadelný plagát Čistka,
- Čestné uznanie pre Bülenta Erkmena z Turecka za plagát Desat umelcov D.

V kategórii B:

- I. cena Danielovi Blonskému z VŠVU v Bratislave za plagát Unites Flies of Benetton,
- II. cena pre Petra Babáka z VŠUP Praha,
- III. cena pre Richarda Jaszczę z Hochschule für Gestaltung v Linzi.
- Cenu VŠVU v Bratislave získal Emil Drličiak a čestné uznanie Kamil Targosz z Krakova a Christina Tabaková z Bratislavy.

'94 - Trnava Poster Triennial

From September 23rd to October 30th the 1st international exhibition "94 - Trnava Poster Triennial" was held in Trnava. The exhibition organizers, the Ministry of Culture of the Slovak Republic, the Slovak Union of Artists, the Slovak Design Centre, the Trnava City Council, and the Ján Koniarik Gallery, were agreeably surprised by a the great interest from poster authors from all over the world, in participating in the Triennial. 693 posters by 161 authors, finally introduced to the public, were installed not only in the Ján Koniarik Gallery as usual, but also in the Trnava Synagogue new exhibition rooms, in the Trnava Theatre and in Jednota Department Store shop-windows. The appreciation of this remarkable exhibition was also manifested by the ICOGRADA international organization of graphics, patronising the Triennial (see the letter of greetings by the ICOGRADA president Philippe Gentil).

The International Jury, consisting of Alain Le Querrec (France), Karel Mišek (The Czech Republic), Lubomír Longauer (Slovakia), Péter Pócs (Hungary), and Władysław Pluta (Poland), decided to award the following prizes in two categories (A - professional artists, B - students' works):

A category:

- Grand Prix - to Boris Bučan from Croatia for his poster "The Troubadour" and the whole collection,
- 1st Place - to Paul Brühwiler from Switzerland for his poster "Into Future with Future".
- 2nd Place - to Tadeusz Piechura from Poland for his Ultra Poster.
- 3rd Place - to Les Graphistes Associés collective from France for their poster "The Increase".
- The Trnava Mayor's Prize - to Shigeo Fukuda from Japan for his poster "The Table".
- The Design Centre Prize - to Vladislav Rostok from Slovakia for the theatre poster "The Purge".
- Award of Honour - to Bülent Erkmen from Turkey for his poster Ten D Artists.

B category:

- 1st Prize - to Daniel Blonski from the Academy of Fine Arts, Bratislava, for his poster "United Flies of Benetton".
- 2nd Prize - to Peter Babák from the Academy of Industrial Arts, Prague.
- 3rd Prize - to Richard Jaszczę from Hochschule für Gestaltung, Linz.
- The Prize of the Academy of Fine Arts in Bratislava - to Emil Drličiak.
- Awards of Honour - to Kamil Targosz from Krakow and Christina Tabaková from Bratislava.

Čo hovoria porotcovia o úrovni 1. ročníka Trienále plagátu Trnava

Ako hodnotíte TPT 1994?

K. Mišek, (predseda poroty): Je nesmierne dôležité, že vôbec vznikla na Slovensku táto akcia. Už teraz môžeme povedať, že Trienále plagátu Trnava má svoje špecifické pozitíva. Plagáty boli vystavené priamo na ulici, priestor dostali aj kolekcie autorov, teda nie len 2-3 diela, ako je to zvykom inde na svete. V oboch prípadoch dostáva návštevník výstavy väčšiu možnosť pochopiť a precítiť poslanie plagátu. Tretím plus je vznik samostatnej kategórie pre vysoké školy umeleckého zamerania.

Môžete zverejniť kritériá, na základe ktorých ste práce hodnotili?

K. Mišek: Jednoznačne sme sa zhodli, že Grand prix patrí pánovi Borisovi Bučanovi z Chorvátska. Jeho plagáty majú ohromnú silu a jasne vyjadrujú jeho osobnosť. Ani na ostatných ocenených miestach nefiguruje svetovo známe mená, i keď sa trienále zúčastnili. Rozhodli sme sa pre nový pohľad na plagát a myslím si, že je to veľmi dôležité.

Ako ste spokojný s úrovňou TPT?

L. Longauer (grafický designer, pedagóg na VŠVU v Bratislave, jediný zástupca usporiadateľskej krajiny v porote): Mal som strach, že sem nikto nič nepoše. Takýchto výstav je už pomerne veľa. Zistili sme však, že sa tvorí niečo ako sieť podobných podujatí.

Vystavované plagáty nie sú tým najbežnejším uličným typom plagátu. Takéto diela nevisia na plotoch ani vo Švajčiarsku, ani v Amerike. Nájdete tam také isté komerčné billboardy ako u nás. Som presvedčený, že práve typ vystavovaný v Trnave predstavuje vitamíny, ktoré zabezpečia životnosť gigantickej reklamnej a designerskej mašinérie. Dostať sem svetovú špičku sa nám podarilo len vďaka osobným kontaktom a snahe jednotlivcov. Pri tom neuveriteľnom množstve prác sme ich museli inštalovať dosť nahusto. Polemika sa viedla okolo vystavenia plagátov do výkladov. Nie som proti tomu, no žiadalo by sa väčšmi zdôrazniť, že ide o výstavu. Ako pozitívum sa ukazuje samostatná kategória študentských prác. Vyzvaných bolo 30 škôl, ale zúčastnilo sa len osem. Problém vznikol napríklad v tom, že nie každá škola je taká veľkorysá ako naša a netlačia študentom toľko vecí. Nakoniec sme urobili ústupok a mohli sa prezentovať aj nevytlačené práce. Kvalitnú kolekciu poslal Linz. Pražská mohla byť hľadám aj lepšia, no nemožno povedať, že by bola nekvalitná. Solídne bola zastúpená aj AŠP z Krakova.

Práca poroty bola dobrá. Možno je to aj tým, že sme v podstate jedna generácia, máme spoločné lásky v plagáte, spoločné autority. Jednoznačne sme sa zhodli aj na ocenených Boris Bučan nie je niekto, koho sme my objavili. Mal byť ocenený už dávno pred Trnavou. Robí výrazovo veľmi silné veľkoplošné plagáty. Našou výhodou bolo, že sme ich mali kde umiestniť. Prvú cenu sme udelili predstaviteľovi silne zastúpeného švajčiarskeho grafického designu. Z podobných dôvodov ako u pána Bučana sme sa rozhodli pre Paula Brühwileru. Druhé miesto patrí Tadeuszovi Piechurovi. Nie je typickým predstaviteľom známej poľskej školy plagátu, ale jeho práce sú nesmierne zaujímavé. Tretím oceneným je kolektív autorov Les Graphistes Associés z Francúzska. Nemohli sme nedať cenu pánovi Fukudovi z Japonska, mal tu krásny plagát s motívom poslednej večere. Dostal cenu primátora Trnavy. Nie je v štatúte, aby cenu Slovenského design centra získal Slovák. Právom ju však obdržal kolega Vladislav Rostok.

Pokúste sa porovnať TPT s inými prehliadkami plagátu.

W. Pluta (pedagóg na AŠP v Krakove, predstaviteľ silného poľského plagátu): TPT sa definitívne môže zaradiť do skupiny takých významných výstav plagátu, ako je bienále vo Varšave, Lahti, Brne. Takýchto výstav nikdy nie je dosť. Rád som sem prišiel hneď po tom, ako som na mape zistil, kde leží Trnava. Považujem za dobré, že to nie je priamo v Bratislave, ale práve v takomto meste. Komunikácia o nič nezaostáva a dostalo to inú dimenziu. TPT si však musí ešte nájsť svoju vlastnú tvár. Už teraz sa o to úspešne pokúša napr. otvorením špeciálnej kategórie pre študentov.

Zdá sa mi to tiež ako obrovské pozitívum - možnosť porovnať jednotlivé prístupy k plagátu.

W. Pluta: Áno. Nie len však v študentskej časti trienále. Napríklad vo Varšave je maximálne 400-450 prác. Tu je ich spolu niečo menej ako 700. Úplne iný je prístup európsky a ázijský, teda lepšie povedané japonský. Iná je výstavba metafor. Japonci tiež fascinujú technickou prepracovanosťou na malom priestore. Ich plagáty sú čoraz častejšie zhotovované špeciálne na výstavy, teda nie sú určené na ulicu. Čo sa týka istého národného rozlišovania, v našom regióne stále dominuje poľská plagátová škola. Nie najtypickejší predstaviteľ Tadeusz Piechura je

jej zárukou aj do budúcnosti. Kvalitná sa mi javí tiež škola z Linzu pod vedením prof. Freudenleicha.

Ako sa vám pozdáva myšlienka vystaviť plagáty priamo do výkladov?

W. Pluta: Niet pochýb o ich kvalite a teda o ich pozitívnom vplyve na vkus okoloidúcich.

Čo si myslíte o úrovni plagátu na Slovensku? Má svoje výrazné špecifiká?

A. Le Quernec: Myslím si, že nie. Práce z celej východnej a strednej Európy sú stále akoby väzňami známej poľskej školy. Tá už síce nie je tým, čím bývala. Na uliciach Varšavy už nevidíte také plagáty ako kedysi, ale vplyv tejto školy tu doteraz je.

Plagát je nesporne umením, ale tiež spôsobom vyjadrenia odkazu, informácie. Čo je pre vás dôležitejšie?

A. Le Quernec: Musím tvoriť, som ako maliar. A ešte k tomu som aj exhibicionista, a tak dávam svoje diela do ulíc, aby ich všetci videli. To je dôvod robiť plagáty. Som presvedčený, že najlepšou formou vyjadrenia odkazu je umenie. Nehľadám len čistú dekoratívnosť a estetickosť plagátu, hľadám aj niečo silné, niečo, čo vám udrie do očí. Samozrejme, že nemôžete robiť to isté pre plagát divadelný a ekologický alebo politický. Prijímatelia sú rozdielni.

Ste učiteľom. Učíte, ako robiť plagát?

A. Le Quernec: Neučím na vysokej škole, ale venujem sa deťom od 11 do 18 rokov. Mám svoju špeciálnu skupinu. Každý rok vybavím peniaze od nášho mesta a my preň robíme kampaň. Asi pred štyrmi rokmi sme robili plagáty proti tabakovému priemyslu a reklame naň. Skončilo to procesom pre mesto. Bola to obrovská udalosť, prišli všetky televízne spoločnosti z Paríža. Medzinárodný tabakový priemysel proti piatim teenagerom. O rok neskôr sme robili kampaň proti rasizmu, tohto roku s názvom Alkohol zabíja. Takým spôsobom sa mi darí ukázať deťom, aká je realita, aká je ozajstná práca s plagátom. To, že svoje práce môžu vidieť v meste, je ohromné.

Posledné slovo patrí držiteľovi Grand prix Borisovi Bučanovi.

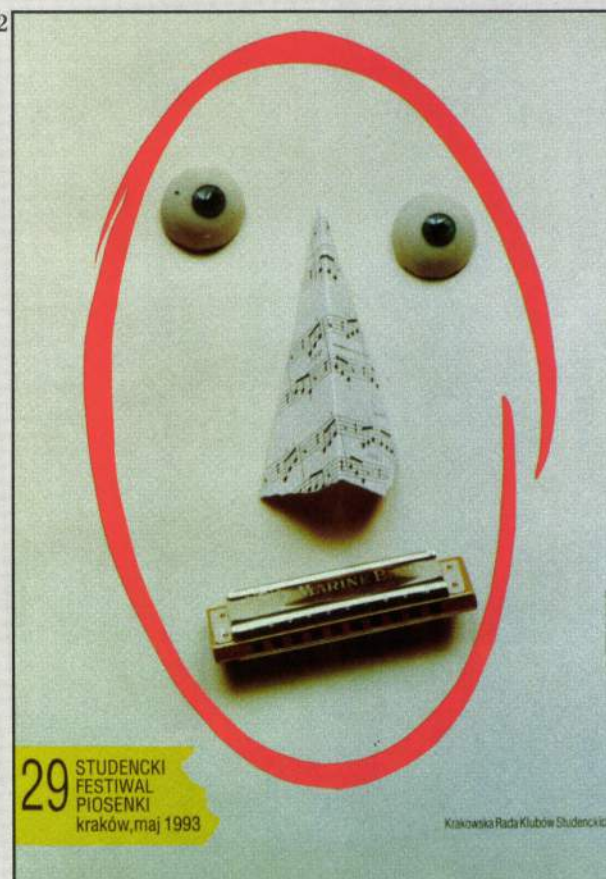
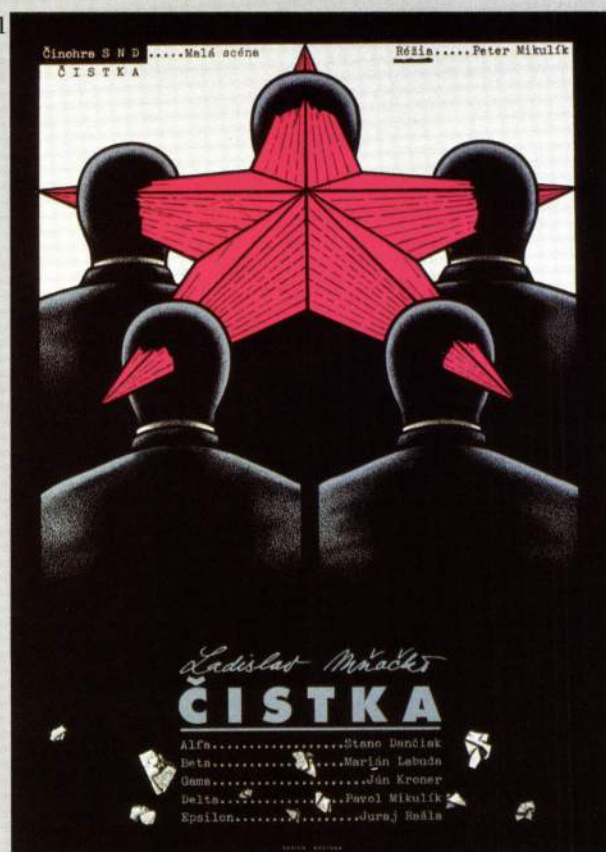
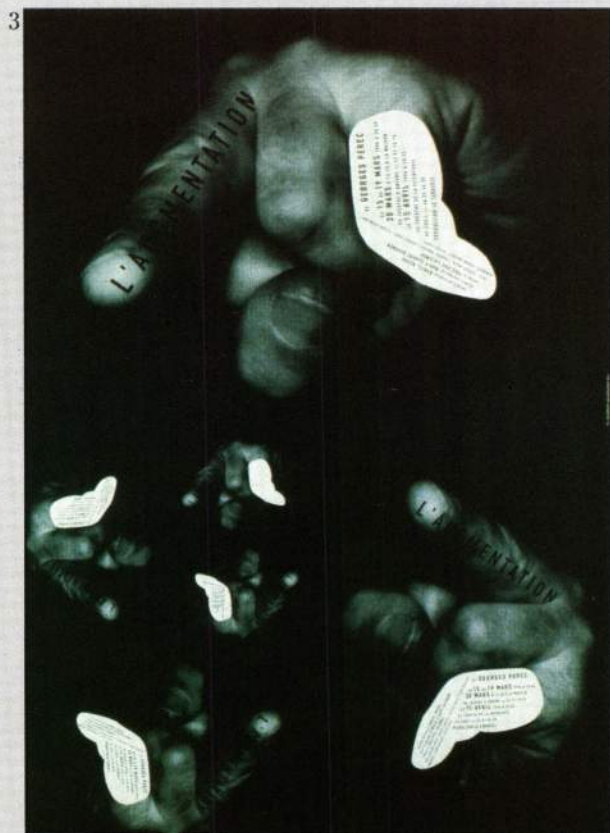
Čo pre vás znamená plagát?

B. Bučan: Pred pár rokmi som robil design a zistil som, že je pre mňa dôležitejšie robiť umenie. A tak som to skombinoval. Myslím, že sa mi podarilo urobiť z môjho plagátu umenie. To je všetko.

Čo to pre vás znamená, že ste v Trnave zvíťazili?

B. Bučan: Pre mňa to znamená, že aj ďalších 10 rokov sa musím venovať plagátu.

Zhovárал sa Matúš Kostolný



1/ Vladislav Rostoka, divadelný plagát, Slovensko

2/ Kamil Targosz, Poľsko

3/ Les Graphistes Associes, Francúzsko

Autorom plagátu TPT 1994 je Jozef Dóka

[illegible]

T R U B A D U R

Medzinárodné trienále plagátu v Trnave, na naše šťastie, vystavuje na obdiv časť tvorby svetovej grafickej elity. Želám si, aby aj jeho ohlas, tak ako to má v názve, bol medzinárodný, aby si všetci grafickí designeri odniesli len

to najlepšie... či už ako účastníci, alebo ako návštevníci. Je čťou pre ICOGRADA byť záštitou takéhoto podujatia. Ako prezident Vám v mene 40 000 grafikov zo 64 asociácií roztrúsených po celom svete vyslovujem svoj úprimný obdiv a vŕcnu vďaku za Vaše úsilie.

Philippe Gentill prezident ICOGRADA

**"L'affiche, c'est le musée dans la rue"
disait Jules Cheret au début du siècle.
L'affichiste est Eros autant qu'Iris.**

L'affiche,
ou l'art donné, puisque tout le monde y a droit
en la contemplant sur les murs.
C'est le cadeau offert au public par les graphistes.

Quoi de plus enthousiasmant, dangereux et difficile
que de réaliser une affiche?

Réussir, en un éclair,
a faire savoir que tel produit a toutes les qualités possibles,
annoncer que tel jour a telle heure
nous pouvons écouter tel artiste, assister a tel spectacle,
suggérer que pour notre bien, notre confort, notre plaisir,
nous nous devons d'utiliser ceci ou cela.

L'affiche est une histoire d'amour, un coup de foudre,
entre le public et le designer.
La bonne, le véritable affiche se grave a jamais
dans l'esprit de qui la perçoit, l'aperçoit.

Il est d'usage de comparer l'affiche a un coup de poing visuel,
je préfère dire un coup de cœur, un coup au cœur.

La triennale Internationale de l'affiche a Trnava, pour notre
bonheur, expose et rassemble une partie de l'élite du monde graphique.
Je souhaite que son retentissement, comme son nom,
soit international, permettant a tous les designers graphiques
d'en tirer le meilleur profit... qu'ils soient participants ou
visiteurs.

C'est l'honneur d'Icograda de patronner cet événement.

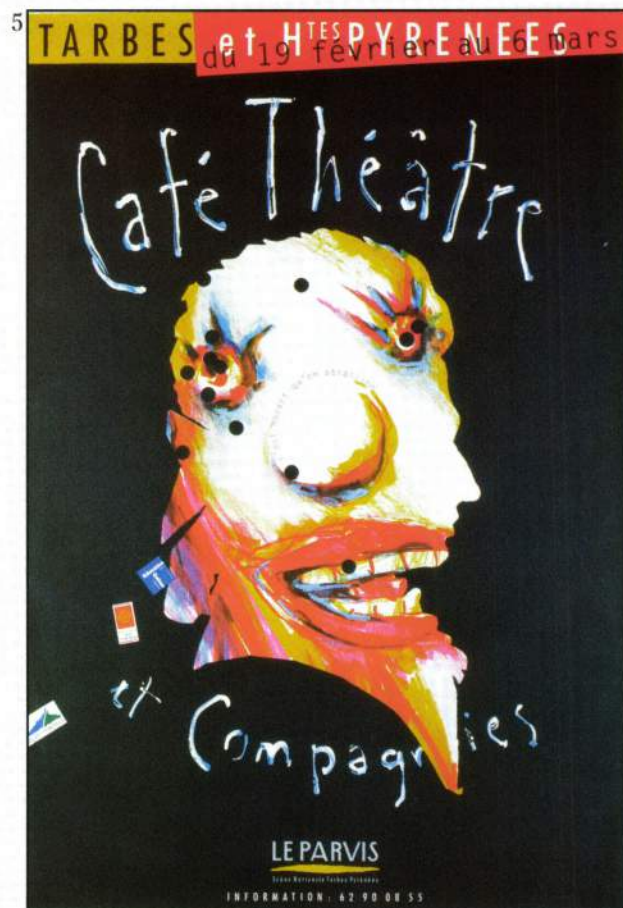
Le président que je suis vous dit, au nom des quelques 40 000 graphistes
réunis au sein des 64 associations réparties dans le monde entier, sa sincère
admiration et ses remerciements les plus chaleureux pour votre réalisation.

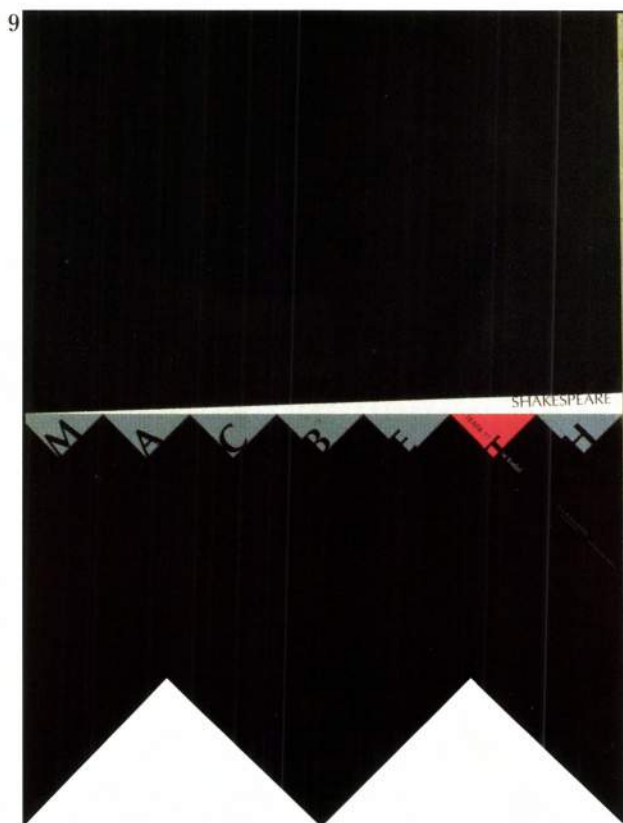
Philippe Gentill président ICOGRADA

4/ Boris Bučan, *Chorvátsko*

5/ Alain Le Quernec, *Francúzsko*

6/ Paul Brühwiler, *Švajčiarsko*





Niekoľko poznámok na okraj situácie

Svet vizuálnej komunikácie, v ktorom sme sa ešte donedávna pohybovali ako v skleníku (z ktorého síce bol občasný výhľad do okolitej "živej prírody", ale kontakt s ňou bol veľmi obtiažny), zmenil pod vplyvom prirodzenej expanzie trhu a dynamizácie mediálnych prostriedkov za posledných päť rokov celú svoju podobu i mechaniku organizácie. Naše oči - citlivé okná ľudskej duše - sú atakované oveľa väčším množstvom podnetov, ktoré na rôznej výtvarnej úrovni prezentujú abecedu obrazovej reči znakov a ich kompozícií, pričom si každý subjekt formuluje vlastnú gramatiku prezentácie. Po desaťročiach "dozorných" opatrení "štátnych strážcov kultúry" a ich jednoznačných rebríčkoch hodnôt a "povolených" rozmerov vývoja dochádza k novej rytmike médií a ich komunikačnej stratégii, ktorú určujú nové dimenzie obchodnej konkurencie, úroveň a solventnosť klientov a kreatívny potenciál novovznikajúcich grafických štúdií.

Ešte nedávno sme museli obhajovať plagát ako dôležité kultúrne médium, ktorého informácie a posolstvá sú nezastupiteľné. Jednoznačná preferencia politického plagátu determinovala akékoľvek iné, ďaleko progresívnejšie a výtvarne kvalitnejšie orientácie. Aj niekdajšia iniciačná myšlienka usporadúvať v Trnave pravidelné výstavy plagátu dostala "starostlivé odporúčanie" orientovať sa na kategóriu politického plagátu s rozšírením na socialistické krajiny. No napriek "ochrannému režimu" TU BOL AJ skutočný plagát a jeho autori. "Šuflíkové" práce boli prirodzenou aktivitou popri objednávkach na kultúrne akcie. Niekoľko slovenských autorov roky hľadalo zázemie pre svoju tvorbu a uznanie plagátu ako ktorejkoľvek inej výtvarnej disciplíny. A to by sa vlastne teraz malo naplno ukázať v otvorených podmienkach, kde zmizli "komisie" a "platné normy" a kde je už len klient a na druhej strane výtvarník so svojou schopnosťou a etikou. Pribudli noví klienti, udalosti a podujatia, vo svete sa dejú veci, pred ktorými umelec ťažko môže mlčať, rozšíril sa trh tlačiarňí, design štúdií a reklamných agentúr.

Podľa všetkého by to teda malo znamenať väčšiu intenzitu tvorby plagátu.

TPT '94 je však v tejto súvislosti odrazom zvláštneho stavu a dokumentuje skôr opak tohto predpokladu. Popri potešujúcej širokej účasti zahraničných autorov, z ktorých mnohí sú vo svete plagátu pojmom, je naša účasť priveľmi skromná. Pritom stojíme priam pri historickom okamihu, ktorého význam azda zhodnotí len budúcnosť, keď sa rodí celkom nová tradícia v rámci slovenskej výtvarnej kultúry. Výstava by mala priniesť nielen slovenskému plagátu, ale aj mestu Trnava perspektívu v rámci širšieho európskeho i svetového kontextu plagátu. Stále sa potrebujeme učiť a pozeráť sa na svet. Plagát je vždy tým kúskom (alebo čoraz väčším kusiskom) potlačenej plochy papiera, ktorá nesie v sebe tajomstvo výtvarného pripútania pozornosti, zvláštne a jedinečné čaro zastavenia sa a vyslania posolstva informácie, ktorá kultivuje.

Zmysel plagátu, jeho význam a cieľ sú jednoznačné. Záplava plagátovacích plôch v slovenských mestách priniesla nové príležitosti pre komerčne ladené motívy a "klasický kultúrny" plagát akoby bol v úzadí záujmu. Ktoré iné médium však napriek svojej krátkej životnosti zohráva dôležitejšiu rolu ako svedok posolstva toho-ktorého odkazu, ktorý komunikuje aj v dlhšom časovom horizonte po vypršaní jeho bezprostrednej časovej aktuálnosti.

Tohtoročné slabšie zastúpenie slovenských autorov na TPT môže mať teda rôzne príčiny, ktoré súvisia s viacerými otázkami a skutočnosťami novej situácie (zložitost' trhu, istá nasýtenosť, tvorivé vyčerpanie a kreatívne klišé, absencia kompaktnejšej generácie alebo výraznejšie vystúpenie individualít). O to pozitívnejšie však vyznieva zámer usporiadateľov trienále vystaviť práce vysokých škôl, kde s potešením môžeme konštatovať, že v konfrontácii so zahraničím sa objavujú nádejné prejavy kreatívnej energie, ktorá môže v budúcej praxi priniesť oživenie výtvarných tendencií súčasného slovenského plagátu. Môže priniesť väčšiu vážnosť a úctu k tomuto médiu. Môže zvýšiť jeho etickú a sociálnu rovinu pôsobenia a ozdraviť celé prostredie života slovenského plagátu. Nemáme veľa výstavných podujatí, kde sa predstavujeme spolu so svetom. Preto nemôžeme túto šancu nechať nerozvinutú. Poskytuje veľké možnosti rozvoja kultúrnej komunikácie. Môže byť motiváciou pre autorov, klientov, kritikov. Môže byť pravidelným kultúrnym zážitkom malého mesta, ktoré bude vzbudzovať pozornosť kultúrnej verejnosti a ktoré bude poznať aj svet.

Gerhard Komora

7/ Bülent Erkmen, *Turecko*

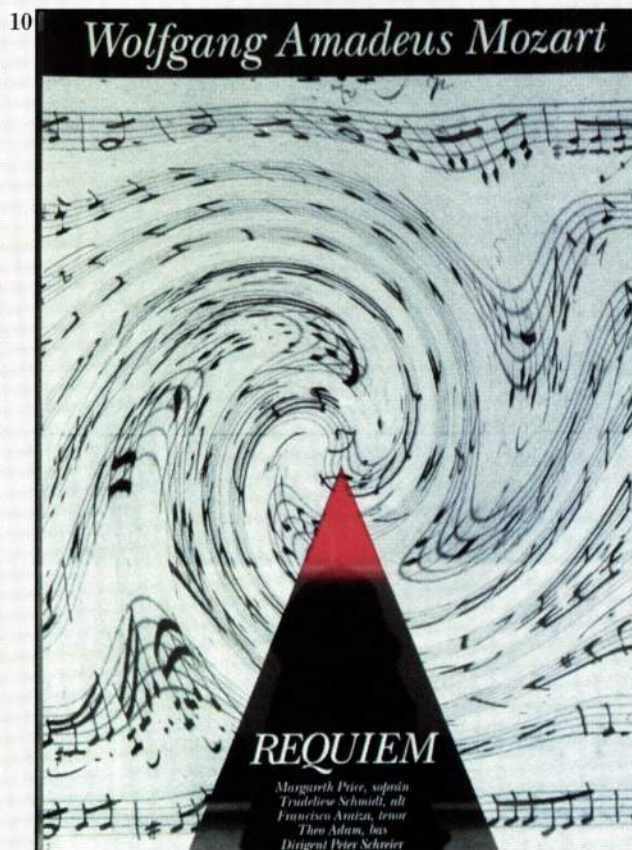
8/ Šigeo Fukuda, *Japonsko*

9/ Tadeusz Piechura, *Poľsko*

10/ Christina Tabaková, *Slovensko*

11/ Daniel Blonski, *Slovensko*

12/ Emil Drličiak, *Slovensko*



Polyméry v minulosti a budúcnosti

■ Ivan Hudec, Eugen Špírk

Po výlete do minulosti polymérov, s ktorým sme čitateľov oboznámili v minulom čísle, sa pokúsime bližšie predstaviť túto skupinu materiálov súčasnosti.

Polyméry ako skupina materiálov širokého použitia vykazujú veľmi rôznorodé vlastnosti. Na základe

stavu. V tomto stave ich možno rozmanite tvarovať a spracovávať. Po ochladení sa nový tvar stabilizuje a kým sa tento materiál znovu nezahreje na tzv. teplotu mäknutia, zostáva stály. Dôležitá je skutočnosť, že pri týchto zmenách sa nemení che-

sa môžu riediť rozpúšťadlami, tuhé prechádzajú do plastického stavu pri zvýšenej teplote.

Termosety slúžia ako lepidlá, impregnačné látky a laky, plnené sa používajú ako lisovacie látky na výrobu drobných výrobkov, výrobu laminátov, tmelov a lakov. Medzi reaktoplasty patria medzi syntetických polymérov fenoplasty, aminoplasty, epoxidy, nenasýtené polyester, zosieťované polyuretány a silikóny.

Zatriedenie polymérov do uvedených základných skupín samozrejme nie je viazané na to, či je polymér syntetický alebo prírodný, ale je odrazom jeho vlastností.

Technológie používané pri spracovaní polymérov sú pre obe skupiny, t. j. plasty aj kaučuky, navzájom veľmi podobné. Keďže pre designerov sú z materiálového hľadiska zaujímavejšie plasty, ďalej uvádzame technológie spracovania plastov s ich stručnou charakteristikou a spektrom možných výrobkov.

Z hľadiska spracovateľských technológií patria medzi dôležité charakteristiky polymérov ich tepelné vlastnosti, a to najmä teplota topenia kryštálov T_m , ktorá predstavuje spodnú teplotnú hranicu spracovania semikryštalického polyméru v roztavenom stave, a teplota degradácie (rozpadu) polyméru.

Teplota degradácie ohraňuje jednak maximálnu prípustnú teplotnú hranicu počas spracovania polyméru a často aj teplotný interval, v ktorom možno výrobky z polymérov používať. Vo všeobecnosti sú spracovateľské teploty spracovania polymérov v porovnaní s inými materiálmi nízke a podstatne nižšia energetická náročnosť spracovateľských technológií znižuje ceny výrobkov z polymérov.

K základným technológiám spracovania plastov zahŕňujúcim postupy, ktorých výsledkom sú polotovary využiteľné ako výrobok vo viacerých odboroch obvyčajne po určitej úprave, resp. slúžiace ako surovina na ďalšie spracovanie, patrí hlavne valcovanie a vytlačanie.

Valcovanie je proces tvárnenia a formovania plastov v štrbine medzi otáčajúcimi sa valcami (schéma 1).

Produktom valcovania v spracovaní plastov sú buď zmesi plastov s prísadami (fenolformaldehydové a močovinoformaldehydové hmoty), alebo hotové výrobky vo forme fólií (najmä PVC), resp. podlahoviny. Táto technológia sa v širokej miere využíva aj na nanášanie plastov na textilné podložky.

Vytlačanie je technológia, pri ktorej je hmota polyméru po roztavení vytlačaná cez hlavu a hu-

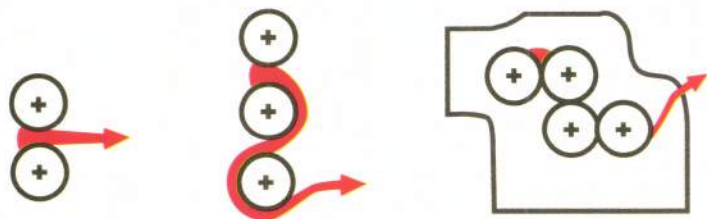


Schéma 1: Dvoj, troj a štvorvalcové kalandre rôznej formy

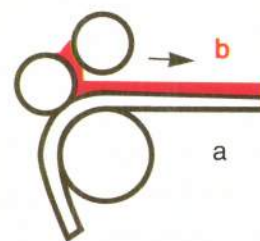
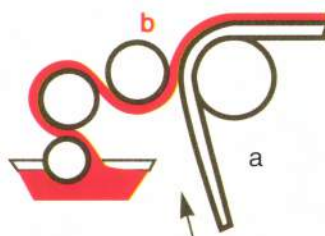
podstatných odlišností v technicky významných vlastnostiach sa obvykle delia na dve veľké skupiny podľa toho, ako sa správajú pri deformácii.

Prvú skupinu označenú pojmom **plasty** tvoria polyméry, ktoré sa vyznačujú tzv. nevratnou deformáciou, čo znamená, že zostávajú deformované, aj keď deformujúce napätie prestane pôsobiť. Druhá veľká skupina označujeme pojmom **kaučuky** alebo **elastoméry**. Sú to polyméry vyznačujúce sa tzv. vratnou elastickou deformáciou, čo znamená, že sa rýchlo vracajú do pôvodného tvaru a rozmerov, z ktorých ich možno pomerne malým napätím podstatne deformovať. Typickým predstaviteľom tejto skupiny polymérov sú výrobky z gumy pre priemysel, šport, domácnosť, ale najmä pneumatiky a dopravné pásy.

Prvá skupina, t. j. plasty, sa ďalej rozdeľuje na dve veľké časti hlavne podľa ich správania sa pri zahrievaní. **Termoplasty** sú polyméry, ktoré pôsobením tepla mäknú a prechádzajú do plastického

mického zloženia polymérneho materiálu, čo umožňuje aj ich recykláciu, to znamená viacnásobné opätovné spracovanie. Medzi termoplasty patrí väčšina technicky dôležitých polymérov s vynikajúcimi vlastnosťami (napr. polyetylén, polypropylén, polystyrén, polymetylmetakrylát, PVC, fluoroplasty, polyamidy a pod.). S výrobkami z termoplastov sa stretávame denne takmer na každom kroku, počnúc kuchynskými potrebami, elektrickými spotrebičmi, svetidlami, cez nábytok až po súčasť interiéru a exteriéru karsérií automobilov.

Názvom **reaktoplasty** alebo tiež **termosety** sa označujú polyméry, ktoré pôsobením tepla, prípadne tzv. vytvrdzovacích činidiel nevratne prechádzajú do zosieťovaného stavu, čím utvárajú nerozpustné a netavitelné látky. Táto premena sa nazýva **vytvrdzovanie** a prebieha vždy ako chemická reakcia. Nevytvrdené reaktoplasty sú alebo viskózne kvapaliny, alebo tuhé látky. Podmienkou ich spracovateľnosti je tekutosť pri teplote tvárnenia. Kvapalnú



a - textilná podložka
b - nanášaná vrstva plastu



Schéma závitkového vytlačacieho zariadenia



nutia výrobkov s dvojitou stenou, so vzduchovou dutinou medzi stenami, prípadne výrobkov s tzv. sendvičovou štruktúrou, kde povrch výrobku a jeho vnútorná časť sú tvorené iným polymérom, pričom vnútorná výplň býva často napenená (napr. rúčky na kufroch, viacvrstvové bandasky a nádoby a pod.).

V prípade malých výrobkov môžu byť formy aj viacnásobné, to znamená, že sa pri jednom vstreknutí vyrobí naraz viac výrobkov. V prípade technológie vstrekovania si však treba uvedomiť, že cena formy je dosť vysoká, a preto treba počítať s veľkou sériovosťou výrobkov.

Vyfukovanie je postup spracovania plastov na predmety s vnútornou dutinou. Známe sú dva postupy vyfukovania - vytlačovacie vyfukovanie a vstrekovacie vyfukovanie.

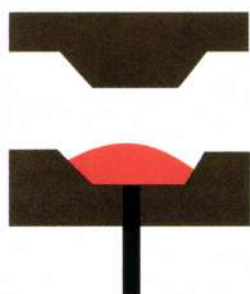
Princíp **vytlačovacieho vyfukovania** spočíva vo vytlačení hrubostennej hadice alebo rúrky pomocou vytlačovacieho stroja do otvorenej formy (A), ktorá sa z prednej strany uzavrie (B) a do stredu hadice sa privedie stlačený vzduch (C), ktorým sa hadica v plastickom stave vyfúkne do formy.

Nevýhodou je čiastočná nepravidelnosť hrúbky stien výrobkov a možnosť pnutia v mieste zvaru na dne nádoby.

Pri **vstrekovacom vyfukovaní** sa vo vstrekovacom stroji vyrobí predvstrek (tzv. parizon) priamo na vyfukovacom trní (A), ktorý má tvar podobný tvaru výrobku. S ním sa v plastickom stave materiál premiestni do vyfukovacej formy (B), do ktorej sa otvorí trňa privádza stlačený vzduch (C). Výrobok sa po ochladení vyberá z formy (D).

Týmto postupom sa vyrobia výrobky s rovnomernou hrúbkou stien zvyčajne s tvarovaným hrdlom, pričom každému sú známe napr. fľaše na nealkoholické nápoje z polyetyléntereftalátu.

Tvarovanie za tepla je postup, ktorým sa z fóliových, prípadne doskových polotovarov zahriatych na teplotu medzi teplotou mäknutia a tečenia formuje pôsobením tvarovacej sily výrobok zvyčajne priestorovo členitý. Podľa charakteru tvarovacích síl je známe tvarovanie mechanické, tlakové alebo vákuové, pričom formy môžu byť negatívne aj pozitívne.



A



B



C

Princíp lisovania
A - plnenie formy
B - lisovanie
C - vyberanie výlisku z formy



A



B



C

Princíp vstrekovania
A - plnenie formy
B - dopĺňovanie, dotlak
C - vyhadzovanie výrobku z formy

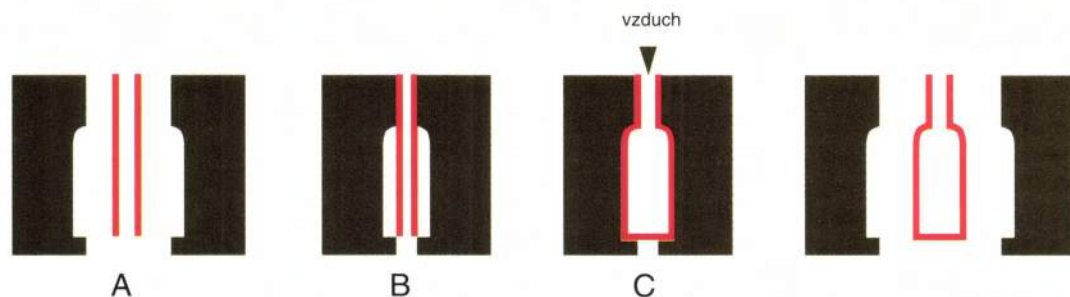
bicu, ktorá dáva materiálu požadovaný tvar, do voľného priestoru. Vytlačaním sa môžu robiť **fólie, rúry, profily, dosky**, výrobky získané nanosením termoplastov na vodiče - **káblková technika**, papier a kovové fólie - **viacvrstvové obalové materiály**. Druhú skupinu technológií spracovania polymérov tvoria technológie, ktorých produktom sú ho-

tové súčiastky alebo časti výrobkov. Patrí sem lisovanie, pretlačanie, vstrekovanie, vyfukovanie, tvarovanie za tepla, rotačné odlievanie a namáčanie. Lisovanie je spôsob tvarovania plastov vo forme účinkom tlaku pri zvýšenej teplote. Je to tradičný spôsob spracovania hlavne tzv. lisovacích hmôt z termosetov, vhodný pre sériovú výrobu, ale

aj výrobu prototypov, no iba výrobkov jednoduchšieho tvaru bez dutín, závitov a pod., resp. výrobu plošných vrstvových výrobkov (lamináty).

Pretlačanie, v minulosti nazývané aj lisostrek, je spôsob spracovania práškových lisovacích hmôt z reaktoplastov, pri ktorom sa výrobok vytvaruje vo forme, do ktorej sa predhriata tekutá lisovacia hmota pretlačí piestom z pomocnej tlakovej komory (kalíšku). Tlaková komora sa plní lisovacou hmotou (najčastejšie vo forme tabliet) v množstve potrebnom iba pre jeden výrobok. Výhodou je **možnosť výroby aj priestorovo členitých výrobkov z hľadiska vonkajšieho tvaru**, pretože formy môžu byť delené.

Vstrekovanie je v súčasnosti základným postupom spracovania hlavne termoplastov, ale aj reaktoplastov, pri ktorom sa materiál v kvapalnom stave vstrekuje vysokou rýchlosťou do uzavretej dutiny formy. Tvarové riešenie foriem umožňuje **výrobu veľmi členitých a rozmerovo presných výrobkov** nevyžadujúcich ďalšie operácie. Výrobky môžu byť z hľadiska rozmerov od niekoľkých milimetrov až po rozmery okolo metra (napr. vstrekané palety). Ďalšou výhodou je možnosť vystrek-



Princíp vytlačovacieho vyfukovania

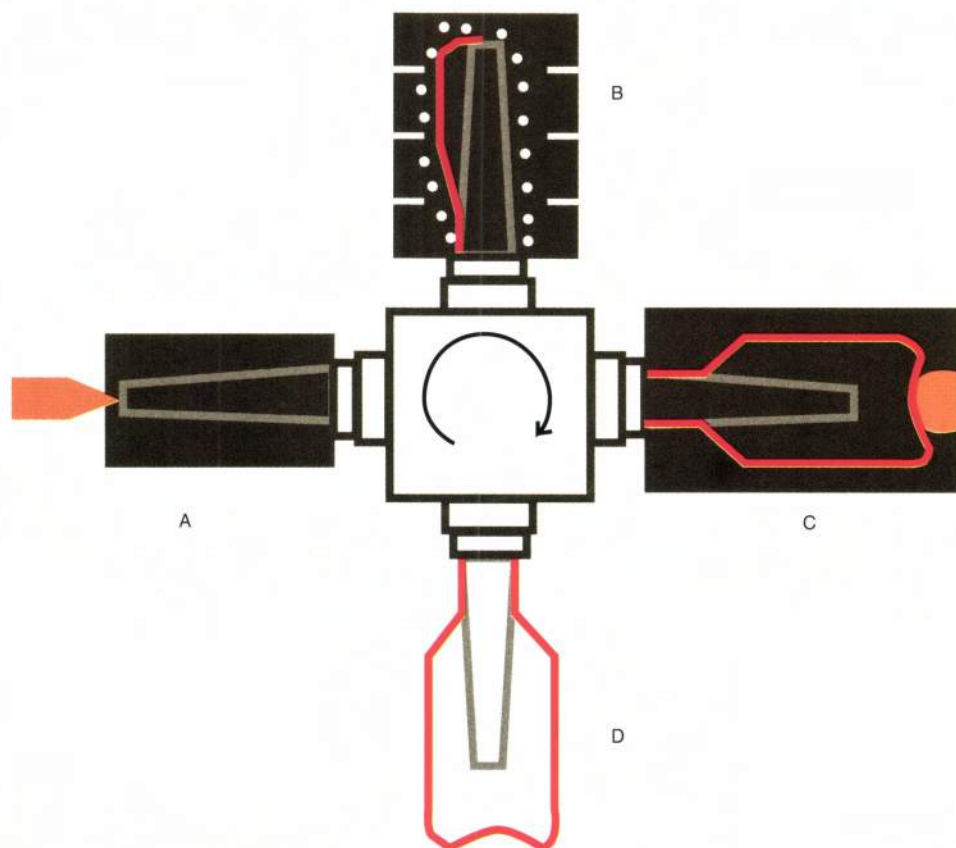
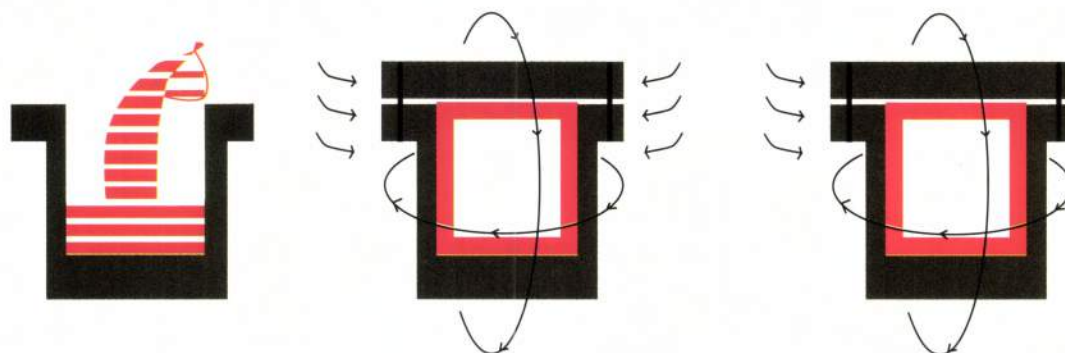


Schéma vstrekovacieho vyfukovania



Rotačné odlievanie
dávkovanie, zahrievanie, chladenie

Tvarovaním za tepla sa spracovávajú fólie od hrúbky 0,1 mm hlavne ako obalový materiál, prípadne dosky až do hrúbky 10 mm. Typická je výroba veľkoplošných výrobkov, ako sú kryty svietidiel, stavebné dielce, skrine chladničiek, člny, kufre, prípadne hračky.

Odlieváním sa nazývajú postupy

spracovania plastov, pri ktorých sa roztoky, disperzie alebo taveniny polymérov plnia do foriem, v ktorých tuhnú odparením rozpúšťadla, v dôsledku priebehu chemických reakcií alebo zmenou teploty. Z termoplastov sa najčastejšie odlieváním spracovávajú pasty PVC na rotačné duté výrobky (lopty, hračky). Podľa

spôsobu rotácie formy rozlišujeme **odstredivé odlievanie**, pričom sa formy otáčajú okolo jednej osi (výroba hrubostenných rúr), resp. **rotačné odlievanie**, kde forma rotuje okolo viacerých osí, čo je zrejmé z obrázka. Rotačným odlieváním sa vyrábajú najmä lopty z PVC, ale aj veľkoobjemové nádoby z polye-

tylénu, nábytok, kontajnery na smeti a rôzne veľkorozmerové duté výrobky.

Podobnou technológiou spracovávajúcou roztoky a disperzie plastov, prípadne latexy kaučukov je **namáčanie**, pri ktorom sa vyhrievaná forma ponára do roztoku polyméru a po vytiahnutí a odparení rozpúšťadla, resp. po želatinácii v prípade PVC pást sa získa súvislá tenká vrstva polyméru, ktorá je hotovým výrobkom. Touto technológiou sa vyrábajú rôzne zdravotné, hygienické a športové potreby.

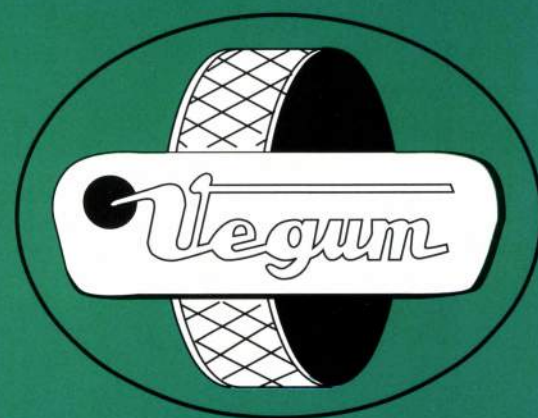
Uvedený prehľad technológií spracovania plastov by bolo pre úplnosť vhodné doplniť o technológie, ktorými sa nemení tvar výrobku z plastu, ale iba jeho povrchový vzhľad, ako sú dezénovanie, maľovanie, pokovovanie, potlačanie, leštenie, prípadne sa nimi polymér nanáša vo forme tenkej vrstvy alebo filmu na iné výrobky (žiarové striekanie, fluidné nanášanie). Častokrát je z praktického hľadiska veľmi dôležitou aj otázka mechanického obrábania, prípadne spájania a lepenia plastov. To sú však technológie, ktoré sú závislé od vlastností konkrétnych plastov.

Účelom tohto príspevku však bolo hlavne pracovníkom, ktorých polyméry, a najmä plasty zaujímajú či už z profesionálneho, alebo úplne všeobecného záujmu, priblížiť tú časť procesu, ktorá stojí na ceste medzi materiálom s určitými vlastnosťami a konečným výrobkom v jeho mnohých podobách a možnostiach.



Vegum

**AKCIOVÁ SPOLOČNOSŤ
972 23 DOLNÉ VESTENICE**



je výrobcom
gumových vytlačovaných profilových tesnení,
lisovanej technickej gummy,
opravného a protektorovacieho materiálu.

Blížšie informácie vám podajú:

odbor marketingu	telefón 0862/ 998 208
odbor exportu	998 291
odbor predaja	998 216

telex: 72 426
fax: 0862/ 998 124

GRAFICKÝ DESIGN V ČASOPISE

Anketa s tvorcami grafického designu

Grafická podoba časopisu je prejavom jeho totožnosti, na prvý pohľad je veľmi dôležitá. Tým viac to platí pre designer-ský magazín. Preto nie div, že diskusie, ktoré sprevádzali vznik nového časopisu DE SIGN UM boli často veľmi zanietené až vášnivé. Čo je dôležitejšie, slová či obrazy? Aký formát je účelný a nenudí? Aké písmo je optimálne, aby neodradilo od čítania? Skrátka, ako má vyzerat' časopis, aby bol úspešný? Naše hľadanie charakteristickej podoby DE SIGN UM určite postrehli aj čitatelia, ktorí poznajú časopis od nultého čísla. Vsadili sme na voľnosť výtvarného názoru autora-grafika, ktorý dostáva do rúk materiál iného autora - autora textu, fotografií a svojím pohľadom ho sprostredkúva čitateľovi. Umožnili sme mnohým grafikom podieľať sa na podobe DE SIGN UM. Nie je to koncept obvyklý pre tvorbu časopisu a ani nám nepriniesol jednoznačné hodnotenia. DE SIGN UM však jednoznačne vzbudil pozornosť, i keď možno povedať, že názory sú veľmi rozdielne. Po mnohých diskusiách na pôde redakcie o úlohe časopiseckej grafiky sme sa rozhodli opýtať sa na názory grafikov

ANKETA

popredných európskych designerských časopisov. Začíname teda seriál, v ktorom predstavíme skúsenosti zo zahraničných redakcií a, samozrejme, radi dáme slovo aj našich grafikom. Teší nás, že anketu môžeme začať s tvorcami grafickej podoby talianskeho časopisu DOMUS, ktorý je už dlho jedným z arbitrov v tejto oblasti.

Adriena Pekárová

Na otázky redakcie odpovedá grafický designer časopisu DOMUS **Giuseppe Basile**, ktorý spolupracuje s **Alanom Fletcherom**, grafickým konzultantom časopisu.

Grafický designer je na jednej strane vo svojej práci ovplyvňovaný snahou o originalitu a novosť grafických prostriedkov (grafického jazyka), ktorý používa, no na druhej strane by mal rešpektovať aj požiadavku zrozumiteľnosti a objektívnosti informácie, ktorú sprostredkúva. Je ťažké dosiahnuť rovnováhu týchto dvoch hľadísk. Na čo kladiete väčší dôraz?

Myslím, že tieto dva aspekty grafického designu sú naozaj tesne spojené a neoddeliteľné. Považujem za ťažké uznať prácu za dobrú, ak, aj keď je esteticky uspokojivá a originálna, nie je zároveň vysoko komunikatívna. Verím, že primárnou úlohou designu je komunikovať, a to sa musí robiť najlepším možným spôsobom.

Stretávate sa vo svojej práci s tým, že predstava editora je iná než vaša, že vaše grafické vyjadrenie je považované za príliš individuálne a skresľujúce zámyery textu, ktorý ste riešili? Čo považujete za lepšie východisko pre svoju prácu - dobre sa zoznámiť s predstavou editora, alebo potrebujete voľnosť pre vlastné riešenie?

Podľa môjho názoru je veľmi dôležitá intelektuálna spriaznenosť medzi grafickým designerom a redakčným tímom. Nemohol by som pracovať bez tohto porozumenia, inak by utrpel konečný výsledok. Do každého čísla časopisu ide mnoho prieskumových materiálov, dôležitých textov a fotografických správ. Grafický designer to najprv všetko musí skoordinať a neskôr zložiť do celku, aby to odovzdal čitateľom najjasnejším možným spôsobom.

Prírodzene, schôdze redakčného tímu môžu byť „bojiskom“, kde designer často musí bojovať, ale mám pocit, že čím je názor vyhranenejší tým ľahšie sa presadí jeho prijatie.

Akými princípmi sa riadite pri tvorbe grafického designu Domusu? V čom konkrétne spočíva váš podiel na jeho grafickej podobe - konzultujete s designermi, určujete ich základnú koncepciu, robíte grafický design konkrétnych strán časopisu?

V Domuse, ako som už povedal, vždy koexistovali dva základné aspekty:

1. Správne transponovanie toho, o čom sa referuje,
2. Usmernenie originálneho a technicky dobrého layoutu.

Aby toto všetko bolo úspešné, je životne dôležité vytvoriť situáciu, ktorá umožní porovnávať. Preto sme v r. 1992 s Domusom spustili výzvu. Požiadali sme mnohých popredných svetových designerov, aby nám venovali obálku. Výsledok bol neuveriteľný, každý mesiac sme objavovali,

ako nadaní designeri vidia Domus. Od Henryho Wolfa po Vignelliho a od Glasera po Soula Bassa, a potom Ken Kato, Mc Connel, Tanaka. Nie je možné uviesť ich všetkých, každý bol vynikajúci. Týmto spôsobom nám každá nová obálka pomohla znova objaviť časopis.

V r. 1994 sme s Alanom Fletcherom urobili nový grafický design pre Domus a Alan ostal ďalej ako konzultant a akési externé oko, o ktorom tvrdím, že je nanajvýš dôležité na neustále sledovanie kvality. Taký komplexný časopis ako Domus predpokladá každodennú prácu, na ktorú osobne dohliadam - od stretnutí redakčnej rady kde sa diskutuje o všetkých článkoch, k príprave úpravy každej stránky. Vlastne som zodpovedný za celý proces prípravy až po fázu väzby, pričom fungujem ako spojka medzi redakčným tímom a rôznymi našimi prispievateľmi. Najzložitejšia časť mojej práce však je najst' správny kľúč k interpretácii správy, aby ju grafická úpravava podporovala. Najzaujímavejšie aspekty daného článku sa musia ukázať v dokonalej harmónii s výtlačkom (číslom časopisu).

Počítače a digitálna komunikácia výrazne zrýchlili a zjednodušili prácu grafického designera.

Súhlasíte s názorom, že súčasne aj limitujú kreativitu grafického designera, resp. že táto technológia do značnej miery určuje charakter, podobu grafického designu?

Dnes by už nebolo možné pracovať na grafickom designe, najmä publikácii, bez určitého spolaľnutia sa na počítač a v Domuse ho dosť výdatne využívame. Osobne ho považujem za nástroj a ako taký môže poskytnúť ďalšie možnosti za predpokladu, že ho grafický designer využíva tvorivým spôsobom. A naozaj si myslím, že v našej práci sa môže stať podstatným zdrojom čerstvej kreativity.

V prácach mnohých designerov môžeme vidieť vynikajúce príklady využitia tohto média. Dôležité je, aby sa to napokon neprijalo ako jediný spôsob práce, ale skôr ako spôsob integrácie všetkých druhov iných možností, dostupných pre designera.



The question asked by our magazine is answered by the graphic designer Giuseppe Basile, who works with Alan Fletcher, the magazine's graphic consultant.

There are two major aspects influencing a graphic designer's work - his efforts at originality and innovation of graphic expression (graphic language) on one side, and the necessity to respect the demand for an intelligible and objective mediation of information, on the other. It is difficult to balance these two aspects (moments, platforms). Which one would you lay more stress upon?

I think these two aspects of graphic design are actually closely united and indivisible. I find it hard to judge a job well if, even though aesthetically satisfactory and original, it is not also highly communicative. I believe the primary task of design is to communicate, and this has to be done in the best possible way.

Are you often confronted with editors having distinct ideas from yours and regarding your graphic expression as too individual and deforming the illustrated text? What do you consider a better starting point for your work - becoming well acquainted with the editor's concept or do you need freedom for your own approach?

In my opinion it is essential to have an intellectual affinity between the graphic designer and editorial staff. I couldn't work without this understanding, otherwise the final result would suffer. A lot of hard research on materials, important texts and photographic reports goes into every issue of the magazine. The graphic designer first has to coordinate all this, and later to assemble it in order to pass it on to the readers in the clearest possible way.

Naturally, editorial staff meetings can be a „battlefield“, where the designer often has to fight, but my feeling is that the more efficacious an opinion is the simpler it will be to get it accepted.

What are the leading principles in the creating graphic design of your magazine?

What is your actual influence upon its final

graphic appearance: do you consult with designers, do you make only a basic conception, or rather a detailed design of concrete magazine pages?

At Domus, as I said earlier, two fundamental aspects have always coexisted: 1. The correct transposition of what is being reported. 2. The directing of an original and technically good layout. For all this to succeed, it is vital to create a comparative situation. That was why in 1992 with Domus, we launched a challenging operation. We asked many of the world's leading graphic designers to dedicate a cover to us. The result was incredible, in discovering each month how such gifted designers from Henry Wolf to Vignelli and from Glaser to Soul Baas and KenKato, Mc Connel and Tanaka, saw Domus. Impossible to list them all, each one excellent. So in this way, every new cover helped us to rediscover the magazine.

In 1994, with Alan Fletcher we did the new graphic design for Domus and Alan stayed on as a consultant, a sort of external eye, which I maintain is of the utmost importance to an ongoing quest for quality.

A complex magazine like Domus entails daily work, which I personally supervise, from the editorial meeting where all the articles are discussed, to preparation and layout, page by page. Finally, I am responsible for the whole process, often right up to the time of binding, acting as a liaison between the editorial staff and our various suppliers. The most complex part of my work, however, is finding the right key to interpret the report to be graphically supported. The most interesting aspects of the article in question have to be brought out, in perfect harmony with the copy.

Computers and digital communications have greatly accelerated and simplified the graphic designer's work. Do you share the opinion that they limit a designer's creativity, or that this technology greatly determines the character and form of graphic design?

Today it would be impossible to work on graphic design, especially in publishing, without somehow relying on the computer and, at Domus too, we are organizing its issue to the best advantage. I personally think of it as a tool, and as such it can offer further possibilities, provided the graphic designer makes use of it in a creative way. And in fact I think that in our work, it can become essential to the search for fresh creativity.

There are splendid examples of the use of this medium to be seen in the work of numerous designers. The important thing is not to end up adopting it as the only means of working, but rather, as a way of integrating all sorts of other possibilities accessible to the designer.

GRAPHIC DESIGN IN MAGAZINE

Talking with graphic designers

A magazine's graphic image is undoubtedly a significant sign of its identity. No wonder that discussions accompanying the birth of the new magazine DE SIGN UM have often been enthusiastic, here and there even passionate. What is more important, words or pictures? Which size is more efficient, adding to its attractiveness? Which is the optimum printing type, drawing the reader's attention? In short, what should the image of a magazine be like, to be successful? Readers following our magazine from the zero issue must have noticed our earnest search for DE SIGN UM's characteristic image. We have stressed the importance of the freedom of the artistic opinion of the author - the graphic designer - whose task it is, being given the material from another author, an author of texts or photographs - in a way mediates it to the reader. We have given a chance to many graphic designers who have participated in the creation of DE SIGN UM's image. In the field of the creation of a magazine such a concept is not very usual and the comments we have received so far have not been unambiguous, either. However, DE SIGN UM has definitely succeeded in attracting attention, even though one might say the views differ.

After many discussions among members of our editorial staff concerning the role of the magazine's graphic design, we decided to address some graphic designers working for leading design magazines in Europe, to share their experience in this

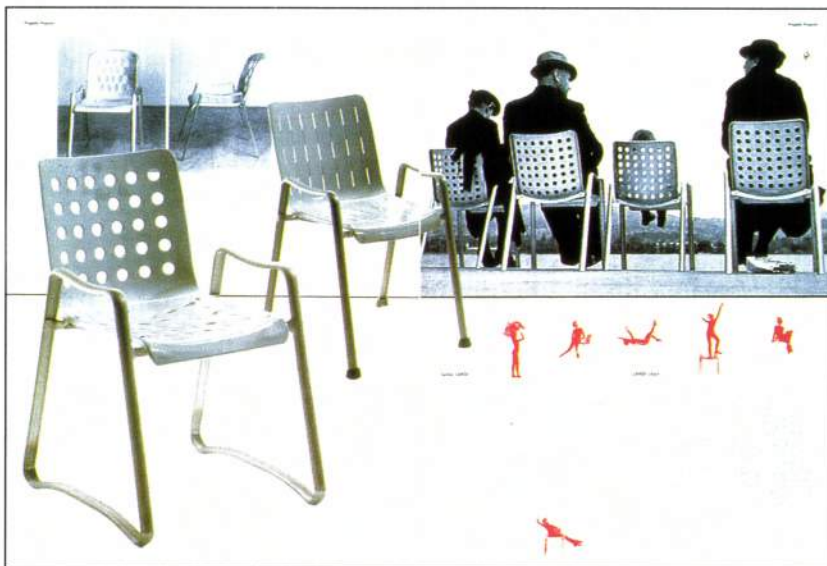
INQUIRY

area with us. Thus, we are opening a new series, where we would like to present the views and experience of some graphic designers from abroad and, of course, we shall also be glad to give space to our graphic designers. It is a pleasure for us to start the new series with the graphic designers working for the Italian magazine DOMUS, which has been playing an important role in this sphere for a long time.

Adriana Pekárová

GIUSEPPE BASILE

Narodený v roku 1958. Od r. 1972 do r. 1977 navštevoval grafické kurzy na ISA v Monze neďaleko Milána. Od roku 1978 pôsobil ako grafický designer v rôznych talianskych vydavateľstvách, striedajúc túto prácu s prácou pre reklamné agentúry a design imidžu. V r. 1989 začal pracovať v redakcii časopisu Domus. Asi tri roky spolupracoval s Italom Lupim na grafickej stránke časopisu a od r. 1992 je jeho designerom. Od r. 1994 pracuje Alanom Fletcherom na novom grafickom designe Domusu. V posledných rokoch robil grafické projekty pre Ferruzziho, Neapolskú fakultu architektúry, Milánsku fakultu architektúry a pre redakciu Domusu.



Vnútročné strany DOMUSU ktoré navrhol GIUSEPPE BASILE

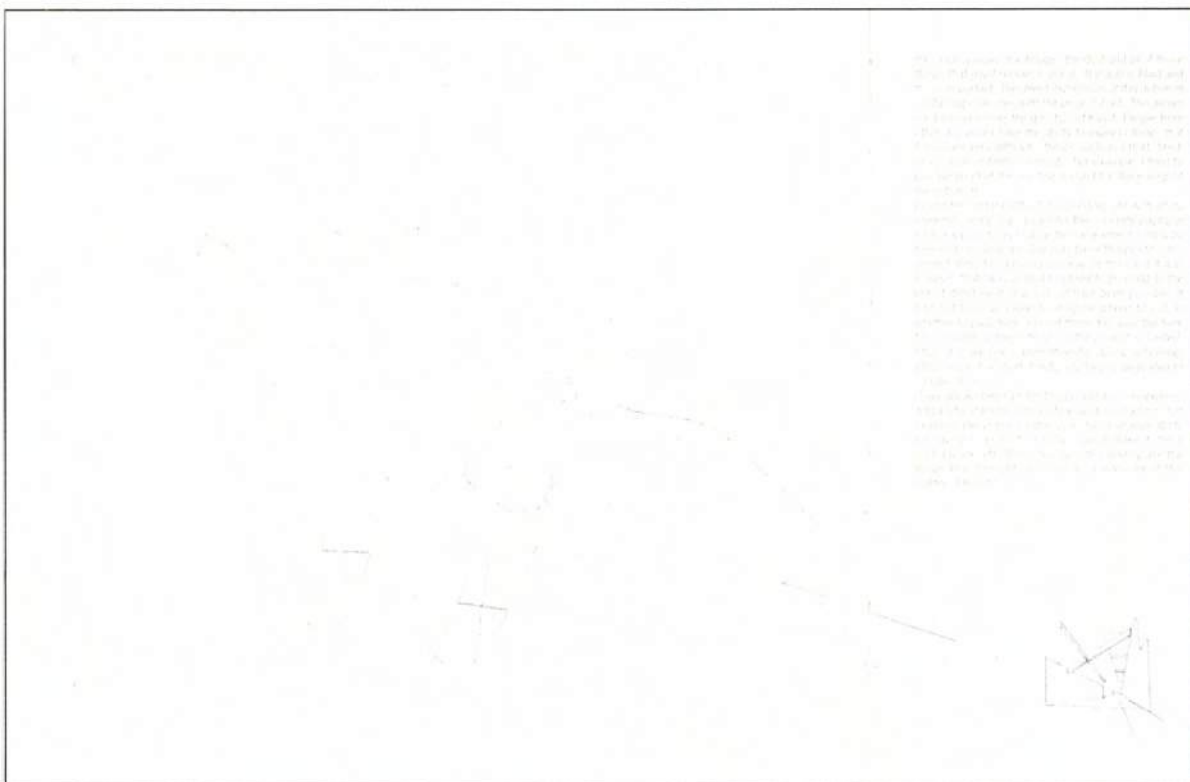


GIUSEPPE BASILE

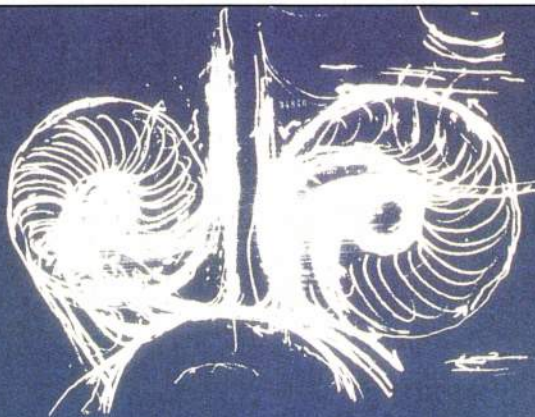
Born 1958. From 1972 to 1977 attended graphic courses in the USA in Monza, near Milan. From 1978 he practised as a graphic designer at various Italian publishing houses, alternating these experiences with work for advertising agencies and image design. In 1989 he joined the editorial staff of Domus magazine, collaborating for about three years with Italo Lupi on the graphic side of the magazine, and since 1992 he has been its designer. In 1994 he has worked with Alan Fletcher on the graphic design of the new Domus. In recent years he has done graphic projects for Ferruzzi, The Naples Faculty of Architecture, the Milan Faculty of Architecture and for Editorial Domus.



domus



Francisco Alonso de Santos

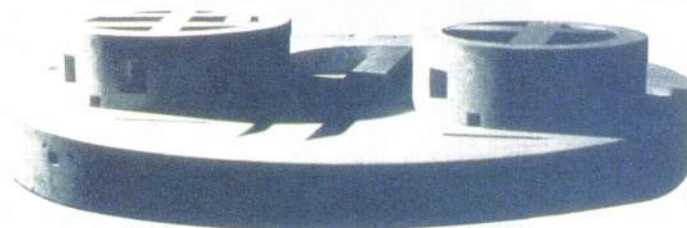


Vorrei innanzitutto dire che sono contento di essere qui, sotto il soffitto che tante volte è stato impresso, per sempre, nei cataloghi di esposizioni leggendarie, per Triennale, come la "Weltanschauung der Moderne" del 1928 e la "Schweizerischen Werkbund" di Max Bär del 1936. La misura dell'Uomo? di Ernesto Rogers del 1951 è tante altre. Ventiquattro anni fa Louis Kahn parlava di architettura sotto questo stesso tetto. Lo Kahn aveva cominciato il suo discorso con queste parole: "Prima di tutto voglio dirvi che l'architettura non esiste. Esiste un'opera di architettura. E un'opera di architettura è una offerta all'architettura nella speranza che questa opera possa diventare parte del tesoro dell'architettura". Non tutti gli edifici sono architettura? Probabilmente non è stato compreso a sufficienza tutto ciò che è racchiuso in queste parole di Kahn. L'arte dell'Architettura o l'Architettura in quanto tale, io mi grande delle

opere stesse, così come l'arte in sé, per l'artista, è più grande, più permanente e più feconda dell'opera che sta eseguendo.

Il secondo punto che si produce è superiore al sapere "produttivo", la disposizione alla conoscenza e superiore alla conoscenza. Questa differenza fondamentale tra la moltitudine delle opere e un'unica Arte è la dialettica fondamentale tra la mano e la mente. Vi è una reciproca notività tra la costruzione e il sapere, che si contrappone alla conoscenza puramente verbale.

Considerare l'architettura filosofica. La preoccupazione costante per l'opera costruita, per la composizione dell'opera particolare come una presenza costante del sé, è di causare e di elementi e di elementi verificabili, abbracciati da un'anatomia del mondo come sistema costruito, suscettibile di essere inteso integralmente dalla costruzione. Tutte le cose possono essere espresse secondo i mezzi dell'architettura.



DOMUS

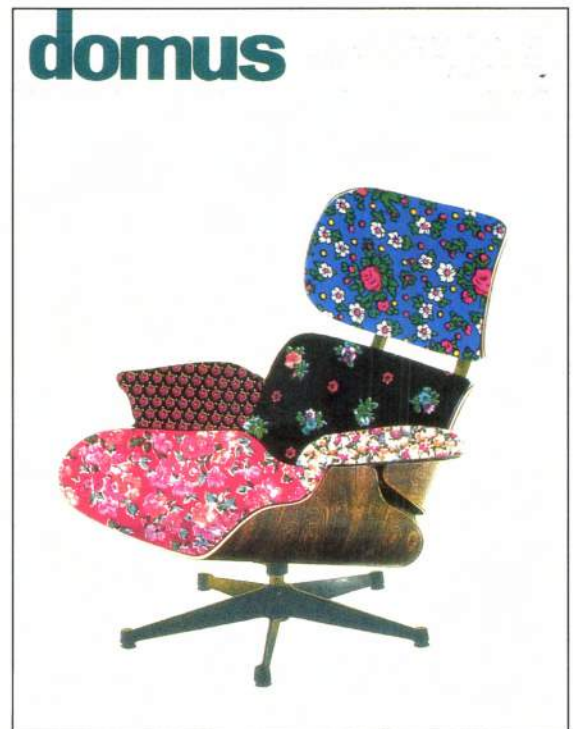
Od r. 1928, keď ho založil vydavateľ Gianni Mazzocchi a architekt Gio Ponti, si časopis Domus udržal vedúcu úlohu ako medzinárodný časopis venovaný kultúre designu. Na jeho stránkach sa rad-radom a v unikátnom grafickom riešení predstavujú všetky súčasné tendencie architektúry, urbanistického plánovania, interiérového a nábytkového designu, umenia a priemyselného designu, prefiltrované cez prísne kritérium kvality. Domus preto nie je len úplným a pluralistickým informačným nástrojom: jeho odborná dôslednosť mu zaručuje autoritu na poli rôznych disciplín, ktoré pokrýva. Od januárového vydania r. 1994 pod vedením redaktora Vittoria Magnaga Lampugnaniho a zástupcu redaktora Nicolu Di Battistu sa ďalej posilnila tradícia časopisu v nachádzaní nových ciest. Okrem toho s novým layoutom od Alana Fletchera, zakladajúceho partnera londýnskej firmy Pentagram a majstra grafického designu, je teraz Domus ešte systematickejším a významnejším vyjadrovacím médiom.



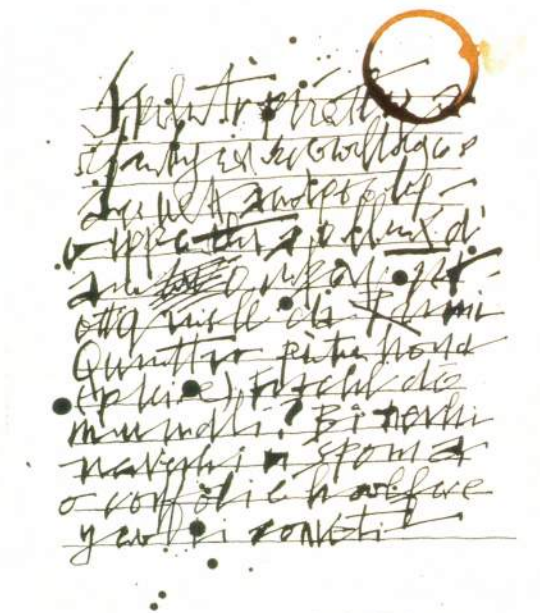
Ukážky vnútorných strán DOMUSU

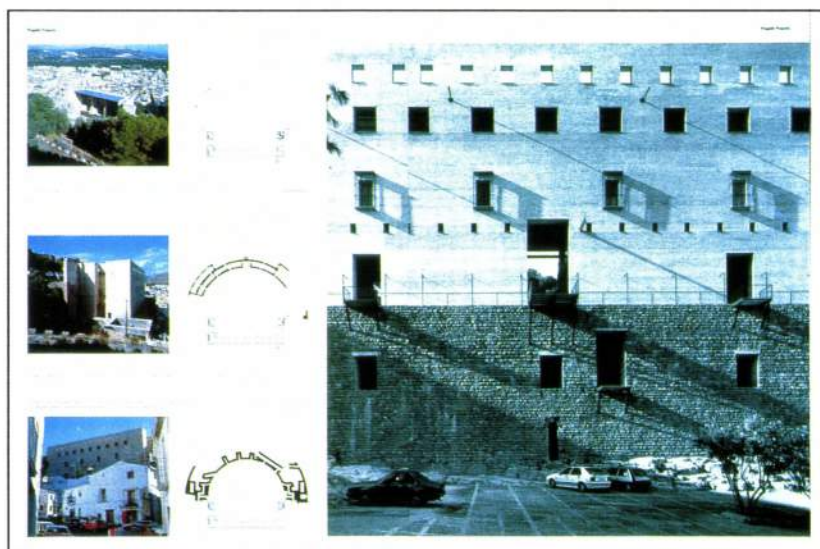


Obálky DOMUSU 1994 ktoré navrhol ALAN FLETCHER



domus





DOMUS

Since 1928, when it was founded by publisher Gianni Mazzocchi and architect Gio Ponti, Domus has maintained its leading role as an international magazine addressing itself to design culture. Succeeding one another in its pages and in the unique impact of their layout, are all the contemporary tendencies of architecture, urban planning, interior and furniture design, art and industrial design, filtered through a severe criterion of quality that renders their most emblematic and meaningful expressions. Domus is therefore, not only a complete and pluralistic information tool, its scientific rigour makes it an authoritative voice in the many different disciplinary fields which it covers. Since the January 1994 issue, under the guidance of editor Vittorio Magnano Lampugnani and deputy editor Nicola Di Battista, the magazine's tradition for breaking fresh ground has been further enhanced. Moreover, with its new layout by Alan Fletcher, founder partner of the London firm Pentagram and a master of graphic design, Domus is now a still more systematic and distinguished medium of expression.

ALAN FLETCHER

Študoval na Kráľovskom kolégiu výtvarných umení (Royal College of Art) v Londýne a na Škole architektúry a designu (School of Architecture and Design) Yalskej univerzity. Na začiatku svojej kariéry pracoval v New Yorku pre Container Corporation, časopis Fortune a IBM. Po presťahovaní sa do Londýna v r. 1959 založil partnerstvo Fletcher/Forbes/Gill. Jeho klientmi boli Pirelli, Cunard, Olivetti. V r. 1972 bol jedným zo zakladateľov skupiny Pentagram, ktorej súčasní klienti sú: skupina hotelov Mandarin Oriental, Lloyd's of London, Scandinavian Airlines. Je konzultantom OUN International v Tokyu. Prednáša a je členom komisií na celom svete. Medzi početnými cenami, ktoré získal, spomenieme: „Gold Award“ Britskej asociácie designerov a umeleckých riaditeľov, newyorskú „One Show“ a v r. 1977 s Colinom Forbesom Cenu prezidenta Asociácie designerov a umeleckých riaditeľov, v r. 1982 každoročnú medailu Spoločnosti priemyselných umelcov a designerov. Okrem toho, že je držiteľom titulov „Royal designer“ (Kráľovský designer), Člen Spoločnosti designerov, Starší člen Kráľovského kolégia umení, v r. 1973 bol prezidentom DADA a od r. 1982 do 1985 bol prezidentom Alliance Graphique Internationale. Z kníh, ktoré vydal, spomenieme: „Identity Kits“ (Náčinie identity - obrazový prehľad vizuálnych znakov), „Graphic Design“ (Vizuálne porovnanie), „A Sign System Manual“ (Príručka systému znakov) a dva diely o Pentagrame „Living by Design“ (Život podľa designu) a „Ideas on Design“ (Myšlienky o designe). V r. 1994 vedie grafický design časopisu Domus a je jeho grafickým konzultantom.

Studied at the Royal College of Art in London and at the School of Architecture and Design of Yale University. At the beginning of his career he worked in New York for Container Corporation,

Fortune magazine and IBM. After moving to London in 1959, he founded the partnership Fletcher /Forbes/ Gill. Clients included Pirelli, Cunard and Olivetti. In

1972 he was one of the founders of the Pentagram group whose recent clients are Mandarin Oriental Hotel Group, Lloyd's of London and Scandinavian Airlines. He is consultant to OUN

International, Tokyo. He gives lectures and sits on juries worldwide. Among the numerous prizes he has won we include: the „Gold Award“ of the British Designer and Art Directors Association, the New York „One Show“ and

in 1977 with Colin Forbes, the Designers and Art Directors Association

Presidents's Award and in 1982 the annual medal of the Society of Industrial Artists and Designers. Besides holding the titles of Royal Designer, Fellow of the Society of Designers, Senior Fellow of the Royal College of Art, in 1973 he was president of the DADA and president of the Alliance Graphique Internationale from 1982 to 1985. Of the books edited by him we include: „Identity Kits - a pictorial survey of visual signs“, „Graphic Design - a visual comparison“, „A Sign System Manual“ and two volumes on Pentagram, „Living by Design“ and „Ideas on Design“. In 1994 he directed the new graphic design of the magazine Domus and become its graphic consultant.

domus



Foto: Martin Dunkerton

Alberto Alessi

Design - potešenie, alebo zodpovednosť?

Otázka položená v názve, hoci by sa mohla zdať na prvý pohľad naivná či otrepaná, je v skutočnosti podľa mňa mimoriadne presná a výstižná pre historické obdobie, v ktorom žijeme.



► Táto otázka zodpovedá aj jednej požiadavke, ktorú už nejaký čas čoraz silnejšie pociťujem: je to požiadavka zlepšiť súvislosť medzi dvoma aspektmi mojej osoby - toho, ktorý nesie zodpovednosť za podnik, čo sa úspešne uplatňuje na súčasnom trhu, a toho druhého, ktorý sa týka ľudskej bytosti ako takej, nútenej žiť v tejto etape vývoja našej spoločnosti. Skrátka, bola to pre mňa príležitosť spytovať si svedomie, čo som mal v úmysle už dlhší čas.

► S mojou company som veteránom tvrdej práce, ktorá nám však priniesla veľký úspech a veľa radosti. Vyrábame predmety, ktoré reprezentujú istý spôsob chápania „produkcie na kultúrnej úrovni“ spotrebného tovaru v minulých rokoch: Design chápaný v najlepšom zmysle slova sa vždy usiloval o skultúrenie spoločnosti (nemusím vám pripomínať staršie umelecké, kultúrne a duchovné hnutia, ako bolo Arts and Crafts, Wiener Werkstaette, Bauhaus, ani osobné príbehy napríklad mnohých veľkých designerov a architektov mojej krajiny, ktorí práve kvôli radikálnemu kritickému postoju voči niektorým prívlemlí imanentným aspektom priemyselného a politického riadenia konzumnej spoločnosti prežili svoj život v podstate odstavení od veľkých pracovných príležitostí).

► No od istého času pociťujem silnú potrebu klásť si hlbšie a radikálnejšie otázky, poodhaliť štádium, ktoré dosiahla naša konzumná spoločnosť, ako jedno zo štádií spoločnosti blahobytu, v ktorej (vlastne len šťastnou náhodou) žijeme.

► Táto fáza konzumnej spoločnosti, ktorej pravdepodobne teraz vidíme obdobie maximálneho rozvoja (nadbytku), prišla veľmi skoro, z istého hľadiska prirýchlo. Vo väčšine civilizovaných krajín sa skutočne vyvíjala závažnou rýchlosťou, neslýchanou v dejinách ľudstva, a to od konca druhej svetovej vojny. Nedá mi nespomenúť, že napríklad v mojej krajine ešte tesne pred druhou svetovou vojnou bolo celkom bežné, že mladí chodili v teplých mesiacoch bez topánok a v zime v plátenkách. Dnes si to už ani nevieme predstaviť, lebo ulice našich miest sú plné obchodov, ktoré ponúkajú topánky rôznych druhov, štýlov, rôzneho pôvodu a za rôzne ceny. Tento nedostatok konzumného tovaru, v ktorom ešte pred niekoľkými desaťročiami žila prevažná väčšina obyvateľov, sa mal v krátkom čase radikálne zmeniť (približne za dve generácie) - cez rekonštrukciu 50. rokov, ekonomický boom 60. rokov, veľmi čiastkové úsilie radikálnej antikonzumentnej kritiky 70. rokov, až napokon dobre známy hedonizmus 80. rokov... dnes je spoločensko-ekonomický a spoločensko-kultúrny scenár našich spoločností celkom odlišný a môžeme povedať, že všetky primárne a aj mnohé sekundárne potreby sú uspokojené priemyselnou výrobou.

► No môžeme povedať, že sa máme lepšie? Že sme šťastnejší? Že celkovo žijeme lepšie? Možno si uvedomujeme, že sme sa dali prívlemlí vtiahnuť do súkolia konzumnej spoločnosti: pracujeme viac, máme vyšší obrat, zarábame viac, konzumujeme viac, vlastníme viac, no zdá sa nám, že strácame čosi veľmi dôležité.

► Je však ťažké definovať, čo vlastne strácame, lebo je ťažké porovnávať

s predchádzajúcimi obdobiami, keď aj tie najbližšie sú nám už vzdialené, no podľa mňa oproti nim súčasné podmienky znamenajú predsa len určité zlepšenie. Mohli by sme sa domnievať, že strácame Slobodu, a to v tom zmysle, že sme zajatcami výrobného mechanizmu, úzkosti z úspechu, stresu z hromadenia a vlastnenia. Alebo by sme mohli nariekať, ako neskrotný vývoj priemyslu ohrozuje naše zdravie, našu planétu. Alebo by sme mohli kritizovať, ako to robím napríklad aj ja, nedostatok poézie, ktorým pozitivistická racionalita marketingu súčasného priemyslu poznačuje svet vecí... no stačí sa trochu obzrieť dozadu a hneď vidíme, že v predchádzajúcich obdobiach situácia na tomto poli bola istotne horšia.

► Podľa mňa je teda jasné, že kritika súčasného stavu našej spoločnosti a roztrpčenie nad tým, že strácame čosi dôležité, nevychádza natoľko z presvedčenia, že v minulých obdobiach situácia bola lepšia, ale skôr z pochybností, či dnes robíme naozaj dosť: určite nepotrebujeme revolúciu, ale iba nejaký ten krôčik navyše, ten však môže výrazne zlepšiť našu budúcnosť.

► A práve tu vstupuje do prípadu naša zodpovednosť producentov (alebo iných účastníkov výrobného procesu v špecifických profesiách: bez rozdielu, či ide o podnikateľa, designera, poradcu alebo vedca).

► Keď som bol mladý, jeden z mojich obľúbených učiteľov Ettore Sottsass ma na začiatku kariéry, nabádal:

„Chlapče môj, nikdy nezabudni, že v tvojej činnosti podnikateľa nesieš veľkú zodpovednosť, a to aj po stránke kultúrnej. Práve vďaka skutočnosti, že vy, výrobcovia, zaplavujete svet miliónmi, desiatkami miliónov, stovkami miliónov, miliónmi miliónov predmetov, máte, v dobrom či zlom, či si to uvedomujete, alebo nie, obrovský vplyv na kultúrny vývoj našej spoločnosti.“ Toto napomínanie, ktoré ma nabádalo k úsiliu dať takzvanej priemyselnej kultúre iný osud, nielen jednoducho obchodný či funkčný, zostalo navždy zafixované v mojom svedomí a zavše vo mne vyvolávalo úzkosť.

► Remeslo **Výrobca** je naozaj ťažké: na jednej strane **Výrobca** dáva ľuďom prácu (čo je pozitívne, lebo je nás veľa na tomto svete, čoraz viac, a aby sme žili, musíme zarábať, a aby sme zarábali, musíme pracovať), no na druhej strane jeho činnosť v konečnom dôsledku okráda zem o prírodné bohatstvo, znečisťuje ju, zaplňuje odpadkami. Výrobca často - to však našťastie platí skôr pre minulosť - vykorisťuje svojich blízkych. Veľakrát však namiesto toho, aby dal ľuďom trochu šťastia prostredníctvom vecí, ktoré vyrába, zapliehuje svet hlúpyimi nezmyselnými výrobkami (a v tom prípade vlastne zhoršuje život ľudí).

Poviem rovno, že moja osobná stratégia pre blízku budúcnosť je zhrnutá do nasledujúcich bodov:

1. **Konečne sa zmieriť s dôležitým poučením Jeana Baudrillarda: náš život je plne podmienený logikou konzumnej spoločnosti a jej mechanizmov, všetky predmety v dnešnej spoločnosti (aj moje) nie sú ničím iným ako nezmyselné veci (gadgets), charakterizované ich potenciálnou neužitočnosťou, ich v podstate znakovou funkciou a ich kombinatórnou hodnotou herného typu. Možno je to trpká vízia pre našu spoločnosť, no je najbližšia pravde.**

2. **Keď sa teda zmierim s touto situáciou, dať si za cieľ transformovať herný osud predmetov v polohe poetickej, to znamená v polohe dôkladnejšieho vnímania sveta zo strany užívateľov.**

3. **Hoci vieme, že predmety priemyselnej spoločnosti stratili svoju**

symbolickú hodnotu a vzali na seba výlučne silnú hodnotu znakovú, treba sa napriek tomu pokúsiť dosiahnuť symbolické napätie aspoň vo fáze projektu: práve preto, že spoločnosť má tendenciu byť čoraz nepriehľadnejšia, projekt sa musí čoraz väčšmi usilovať o priblíženie sa k univerzálnemu, k transcendentálnosti mýtov, ktoré by mohli dešifrovať náš vek, ale tak, aby sa nestali jeho mytologickou superprodukciou, k takej forme umenia, ktorá by mohla dešifrovať modernosť, ale bez rozplynutia sa v nej.

Mojím osobným východiskovým bodom je teda to, že som sa zmieril s vedomím, že žijeme totálne pohltení a podmienení logikou konzumnej spoločnosti. A som hlboko presvedčený, že nemôžeme robiť nič iné, iba vychádzať z tohto vedomia a usilovať sa do budúca vytvárať lepší svet. Ja som napríklad vždy odmietal pokladať svoje predmety za obyčajný "tovar", vždy som sa usiloval vidieť ich ako príspevok k civilizačnému a kultúrnemu rastu ľudí. Napriek svojej viere, že predmety nám završujú môžu poskytnúť trochu šťastia, naučil som sa mať na zreteli, že predmety, ktorými nás priemysel neúprosne obklopuje, v podstate nie sú všetkým: veľmi často zakrývajú prázdno ľudských vzťahov a design negatívne slúži na zvečnenie obrovskej mobilizácie výrobných a spoločenských síl.

▮ Viem dobre, že aj moja činnosť "osvieteného" výrobcu je tvrdo podriadená neúprosnej logike konzumnej spoločnosti, ktorej "politický podvod sa usiluje prekonať protirečenia prostredníctvom hromadenia ponúkaneho tovaru na trhu s cieľom štandardizácie, prostredníctvom kvantity, aby sa tak dosiahla hypotetická rovnováha blahobytu pre všetkých". A že tam ešte nie sme.

▮ Pravdepodobne žijeme rozhodujúce chvíle osudu faustovského človeka: v našom úsilí o veľkosť a všemocnosť sme dobyli Techniku, áno, a s ňou sme priviedli vedy k maximálnemu rozvoju, no na druhej strane sme stratili Krásu a Poéziu: racionálne vedecké myslenie ovládlo svet citov a odsunulo Poéziu na pole literatúry ako čosi pre odborníkov, nechalo nám však napospas dva ideologické modely stojace proti sebe, no gravitujuce súčasne v každom z nás: model Človeka-Výrobcu, ktorý je aktívnou súčasťou mechanizmu konzumnej spoločnosti, a model Civilizovaného Človeka, ktorý je neraz obeťou tejto situácie, hoci ako integračná súčasť výrobného systému sme vlastne sami príčinou svojich ťažkostí.

▮ Prežívame rozhodujúcu premenu v ekológii ľudského druhu: ľudia už nie sú natoľko obklopení inými ľuďmi, ale množstvom pseudomorfických predmetov bez duše, ktoré reprezentujú priemernú panorámu priemyselnej produkcie. A to práve v okamihu, keď si všetci väčšmi uvedomujeme neuhasiteľný smäd po Umení a Poézii, ktorý dominuje na všetkých úrovniach ľudskej skúsenosti.

▮ Moja radikálna kritika veľkosériovej priemyselnej výroby je známa: v tomto smere veľmi jasne rozlišujeme medzi víziou veľkosériového priemyslu (ktorý chápe design ako jeden z mnohých nástrojov napomáhajúcich marketingu a technológii, ktorý prechováva nekritickú dôveru v marketing a ktorý produkuje svet nudných predmetov bez citu) a na druhej strane víziu továrň talianskeho designu, ktorá v ňom vidí globálnu tvorivú disciplínu na umeleckých a poetických základoch, veľmi špecifickú formu umenia našich čias.

▮ Týmito úvahami však nechcem dospieť k tvrdeniu, že výsledok veľkosériovej priemyselnej výroby a výsledok talianskeho továrenského designu majú odlišné štatúty: naopak, majú ten istý štatút priemyselných výrobkov, so všetkými príslušnými dôsledkami.

▮ Jedným z týchto dôsledkov je strata symbolickej hodnoty, symbolickej dimenzie predmetov, ktoré sú čoraz väčšmi zaťažované hodnotou znakovou: predmety priemyselnej výroby sú v podstate dnes znakmi, pomocou ktorých komunikujeme s inými, vymieňame si informácie o našich hodnotách, statuse (postavení), o našej osobnosti.

▮ Ide o dosť významný aspekt, pri ktorom by som sa rád pozastavil. Keď hovorím o symbolickej hodnote, vzťahuje sa to na etymologickú hodnotu gréckeho slova *symbolon*: dať dokopy, do súladu: a "symbol" bol pôvodne prostriedok schváleného uznania dvoch polovic jednej rozdeľnej mince. Dve polovice realizujú svoju funkciu, keď sa spoja a znovu vytvoria jednotu.

▮ A keď Baudrillard hovorí o symbolickom zaťažení predmetov predindustriálnej spoločnosti (teda poľnohospodárskych nástrojov, no aj všetkých ostatných nevyhnutných mechanických nástrojov, ako je napríklad sústruh či predmety každodenného života), odvoláva sa na ich "prírodnosť" a na "spontánnosť" ich formy vo vzťahu k ich funkcii, no zároveň

veľmi upozorňuje aj na ich spojitosť s ľudským telom, na presnosť, s akou sa kombinuje gestické a tradičné s archetypmi ako obsahmi kolektívneho podvedomia (ktoré Piaget nazve afektívne schémy a afektívne kódexy: univerzálne fylogenetické obrazy, symbolické postavy primitívnych vízií sveta).

▮ Nemôžem nájsť lepšie slová na opísanie tejto koncepcie: "...gestické sprostredkovanie nemá iba praktickú dimenziu a energia zaobalená v úsilí (požadovanom na používanie týchto predmetov) nie je iba svalovým a nervovým príkazom. Napríklad celá falická symbolika sa prejavuje v geste a úsilí prostredníctvom schém preniknutia, rezistencie, modelovania, trenia ... Predmety a tradičné nástroje od okamihu, ako mobilizujú celé telo v úsilí a akcii, získavajú niečo z hlbokého libidného vkladu sexuálneho vzťahu (ako na inej úrovni tanec a obrady)... Všetko, čo bolo sublimované, a teda investované symbolicky do gestického v práci, je dnes prísne zakázané... falus či vagína, rýľ a hlinený džbán robia čitateľnou v ich obscénosti pulzujúcu dynamiku ľudí..."

▮ Pravdaže, tu nejde o poetizovanie úsilia a gesta v tradičnom zmysle: „Ak si pomyslíme, že človek dlhé stáročia kompenzoval vlastnými silami nedostatok nástrojov a že po otrokoch a sluchoch mali roľníci a remeselníci v rukách ešte predmety pochádzajúce priamo z doby kamennej, môžeme iba vzdať hold abstrakcii prameňov energie a gestualite, ktorá v podstate nebola ničím iným ako gestualitou sluhov (...)

▮ Dnes „strojovosť bez duše“ umožňuje konečne prekonať úzku rovnocennosť výrobku a gesta, v ktorej sa vyčerpávalo dlhé úsilie dní, a vytvoriť superprodukt pre ľudské gesto. Avšak dôsledky na inej úrovni nie sú o nič menej hlboké... napríklad rukováť žehličky mizne, profiluje sa, smeruje väčšmi k absencii gesta, až táto forma už nebude manuálna, ale jednoducho ovládateľná: forma v tomto procese smerom k zmiznutiu funkčnej podstaty odstráni u človeka úvahy o svojej moci (...)

▮ Táto moc však už je bez bežného vzťahu medzi človekom a jeho telom. Nemôže už teda byť "symbolizovaná": funkčné formy ju už nemôžu vybaviť vonkajšími znakmi, obmedzia sa na náznaky, no zároveň formalizujú prázdno, ktoré nás oddeľuje od nich, sú v istom zmysle ako moderný rituál zázračných operácií znakmi našej moci a zároveň svedkami našej nezodpovednosti pred ňou. A možno práve tu možno hľadať dôvod tejto technickej spokojnosti po počiatočnej strojovej eufórii, ktorá nás v skutočnosti vôbec neuspokojuje, tejto zvláštnej úzkosti, ktorá vzniká pri zázračných predmetoch. Neužitočnosť niektorých obvyklých gest, narušenie istých rytmov každodenného života, založených na manévri tela, majú hlboké psychofyziologické následky. Skutočná revolúcia nastala na úrovni každodennej: predmety sa stali komplexnejšie ako správanie človeka vo vzťahu k nim, predmety sú čoraz väčšmi diferencované, kým naše gestá čím ďalej, tým menej..."

▮ Táto zrastenosť predindustriálnych predmetov s hlbokou prirodzenosťou človeka, tento symbolický charakter, ktorý sa vytratil v prebiehajúcej priemyselnej výrobe, mal silný účinok: a to znovu spájať človeka s jeho osudom, „fixovať“ jeho ľudskú povahu, dávajúc mu pritom tušiť prítomnosť vyššej entity.

▮ Dnes, samozrejme, nemienime oplakávať túto situáciu, ale napríklad uznať, že všetky predmety našej konzumnej spoločnosti sú v konečnom dôsledku gadgets. Ak konzumný predmet definujeme prostredníctvom relatívnej straty predmetnej funkcie v prospech znakovkej funkcie, vidíme, že sa charakterizuje istým druhom funkčnej neužitočnosti. Nezmyselné veci (gadgets) sú definované svojou potenciálnou neužitočnosťou a svojou kombinatórnou hernou hodnotou; ide o módný efekt, o istý druh umelého akceleračného iných predmetov, ktorý namiesto toho, aby uhasil náš smäd, vyvoláva smäd čoraz väčší.

Alberto Alessi je kľúčovým reformátorom v oblasti materiálnej kultúry 20. storočia a priekopnícky podnikateľ v oblasti kultúrnej sémantiky a inovácie. Pôsobí ako generálny riaditeľ firmy Alessi sídliacej v Crusinalle (Taliansko).

Esej „Potešenie, alebo zodpovednosť?“ predniesol na rovnomennej konferencii v Helsinkách v júni 1994. Veľmi ochotne nám vyšiel v ústrety a súhlasil s jej publikovaním v časopise DE SIGN UM.

Firma Gebrüder Thonet Vienna patrí dnes už piatej generácii rodiny Thonetovcov. S jej dobrým menom, ktoré sa stalo značkou kvality, sa stretávame už 175 rokov. Jej zakladateľ Michael Thonet ju založil v roku 1819 a za technológiu ohýbania bukovvej tyčoviny okolo oceľovej formy dostal v roku 1842 cisárske privilégiu. Tým sa začala história priemyselnej výroby cenovo dostupného nábytku, ktorý poznajú ľudia naozaj na celom svete.

Dnešná firma Gebrüder Thonet Vienna, ktorú spoločne vedú súrodenci Anne-Marie Schmertzing-Thonet a Richard Thonet, neostáva menu svojej rodinnej značky nič dlžná. Jej výrobky svedčia o citlivom prepojení tradície a moderného designu, poctivého remesla a moderných priemyselných technológií. V časoch, keď iné nábytkárske firmy videli svoju budúcnosť vo veľkosériovej masovej produkcii, Thonetovci vsadili na inú kartu - menšie série, ale s individuálnym charakterom, pri ktorých hlavným kritériom je vysoká kvalita výroby. Bolo to šťastné rozhodnutie. Svedčí o tom i dlhý zoznam realizovaných interiérov na celom svete - špičkové hotely, reštaurácie, kaviarne, interiéry kongresových centier, firiem, bánk, divadiel, dokonca vládny palác v Maroku či palác veľkokniežatťa Luxemburského. Thonetovými interiérami sa môžu pochváliť v Amsterdame, Kuvajte, Londýne, na Kanárskych ostrovoch, v Moskve, japonskej Jokohame, Berlíne, Budapešti, Monte Carlo i Tbilisi. V Prahe, kde má firma GTV i pobočku, sú to napr. hotely Forum, Atrium a v Karlových Varoch slávny hotel Pupp či hotel Dvořák.

V máji tohto roku uviedla firma Gebrüder Thonet Vienna vo svojich priestoroch na Berggasse 31 vo Viedni výstavu študentských prác, ktoré vznikli v rámci súťaže **Ohnúť alebo zlomiť - inovácie z ohýbaného dreva**. Pri tejto príležitosti sme položili pánovi Richardovi Thonetovi zopár otázok.

ZB: Čo motivovalo vypísanie súťaže?

RT: Uvažovali sme o tom, že by sme mali 175. výročie našej firmy, ktoré si tento rok pripomíname, osláviť čímsi zaujímavým. Čímsi, čo bude mať i kultúrny význam. Výstavy renomovaných autorov designu nie sú v Rakúsku až takou zvláštnosťou, chceli sme niečo iné. Napokon sme po dlhšom rozmýšľaní dospeli k rozhodnutiu vypísať designerskú súťaž na tému inovácií z ohýbaného dreva. S profesorom Beranekom z Vysokej školy úžitkového umenia sme dospeli k názoru, že by bolo dobré vypísať súťaž pre najmladšiu designerskú generáciu študentov vysokých a odborných škôl v Rakúsku. Myslíme si, že je to pre nich dobrá motivácia.

ZB: Čo takéto študentská súťaž môže priniesť podnikateľovi ako ste vy, ktorý zvyčajne spolupracuje len s overenými a špičkovými profesionálnymi designermi?

RT: Krátkodobo nič. Ale otvára to dvere pre spoluprácu v budúcnosti. Spoznáme tak ľudí, ktorí budú možno o 10 rokov známymi designermi a našimi partnermi. Prekvapilo nás, že v súťaži sa objavili 2-3 práce, ktoré by sa mohli v našich podmienkach realizovať už dnes.

ZB: Nehľadali ste teda výslovne „svojho“ budúceho spolupracovníka?

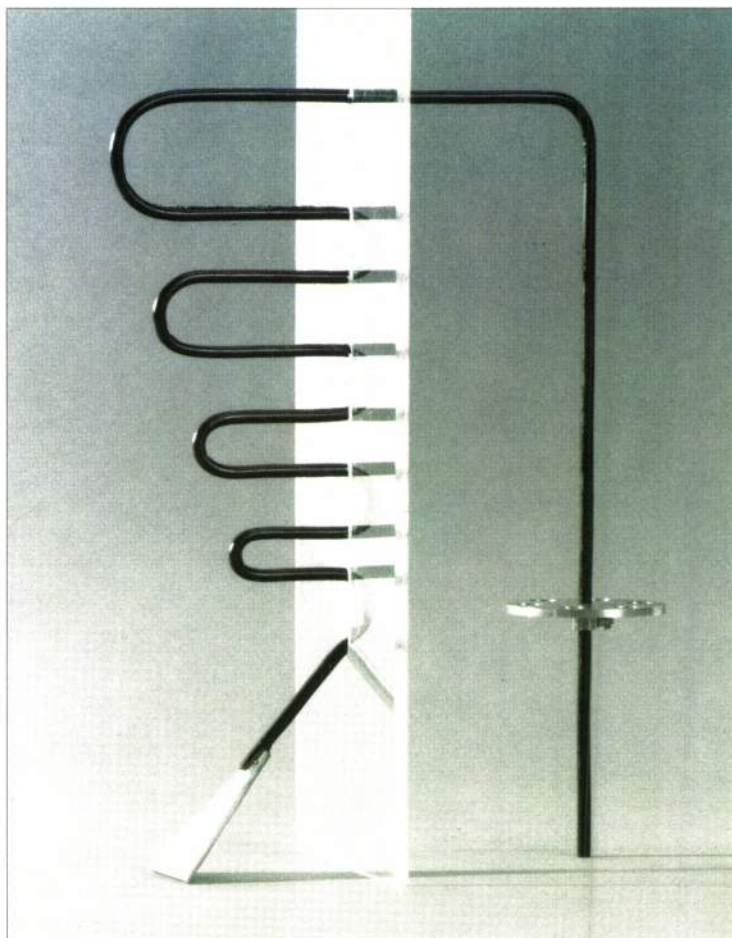
RT: Vôbec nie. Istotne, vždy je nádej, že spomedzi súťažiacich sa nájde možno jeden, ktorý by bol pre našu firmu perspektívny. Chceli sme pri tejto príležitosti aj hovoriť s designermi a vypočuť si ich názory. Ale toto všetko nebolo hlavným cieľom súťaže. Robili sme ju viac-menej pre potešenie nás, súťažiacich i verejnosti. Vznikli tu naozaj vtipné návrhy, ktoré sme prezentovali na výstave. Nechceli sme získať návrhy do výroby, ale umožniť študentom, aby naplno rozvinuli svoju fantáziu.

ZB: V porote, ktorá súťaž vyhodnocovala, boli mená ako prof. Mendini z Milána, prof. Beranek z HAK vo Viedni, prof. Günter Domenig z Grazu, prof. Wolf Brix a Peter Noever z Viedne a vy. Zloženie poroty je tak trochu neočakávané pre tému ohýbaného dreva - teda technológiu skôr tradičnú.

RT: Už zložením poroty a zverejnením jej členov, prevažne dekonštruktivistov, sme chceli motivovať študentov k tvorbe skôr abstraktného charakteru, motivovať ich k myšlienkam,

THO

Ohnúť alebo zlomiť - inovácie z ohýbaného dreva



N

E

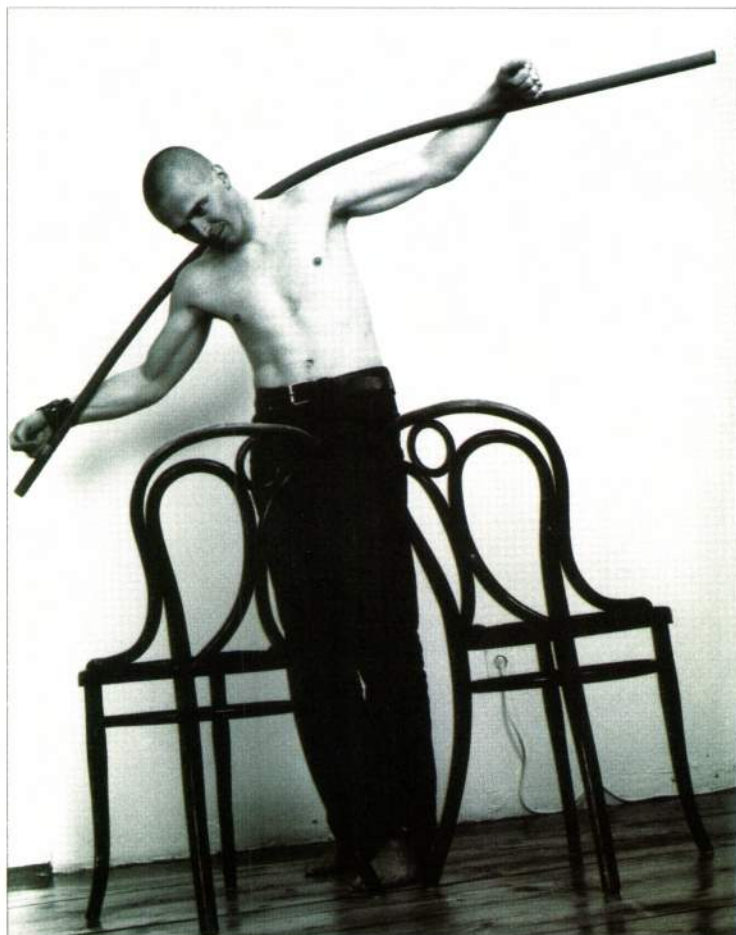
T

Zdena Burianová

3



4



ktoré by mohli v budúcnosti ovplyvniť trend nábytkového designu.

ZB: Súťaž bola zameraná na inovácie z ohýbaného dreva. V súťažných návrhoch sa však neuvažovalo výlučne s dreveným masívom.

RT: Áno, prišlo veľa prác, ktoré nevyhoveli téme, pretože nesúvisia s tradičnou technológiou ohýbania bukoveho masívu. Napríklad nábytok z tvarovanej vrstvenej preglejky.

ZB: Firma Thonet však v minulosti vyrábala aj stoličky z ohýbaného vrstveného materiálu...

RT: Máte pravdu, ale to je už veľmi dávno. Taký pokus tu bol v polovici 19. stor. Technológia spočívala v tom, že 3 mm hrubá preglejka sa glejením vrstvila do hranolov, ktoré sa potom trojdimenzionálne tvarovali. Ale vtedajšie kostené gleje nevydržali náročnú prepravu do zámoria a výrobok prišiel na miesto určenia znehodnotený. Preto už Michael Thonet, zakladateľ firmy, od tejto technológie ustúpil a ďalej sa vo firme pracovalo len s technológiou ohýbania bukovej tyčoviny. Naozajstná priemyselná výroba sa začala až v tomto momente.

ZB: Vráťme sa však k súťaži. Sú podľa vás všetky súťažné práce prakticky výrobitelné? Myslím tým bez ohľadu na technológiu vašej firmy.

RT: Všetky sú v podstate funkčné, po konštrukčnej stránke výrobitelné. A nejde pritom vlastne ani výlučne o nábytkové prvky. Téma nebola obmedzená na nábytok, išlo všeobecne o inovácie s použitím určitej technológie. A tak sú tu zastúpené výrobky ako bicykel, balansovacia tyč, lavička a podobne, teda veci, ktoré v princípe možno danou technológiou vyrobiť. S potešením som privítal myšlienky, ktoré priniesli nový pohľad na využitie prvkov z ohýbaného dreva. Nemusí to byť vždy len stolička alebo kreslo.

ZB: Je takáto študentská súťaž sprievodným kultúrnym počínom 175. výročia firmy alebo uvažujete pokračovať v súťažiach pre mladých i v budúcnosti?

RT: Takúto súťaž nemožno robiť každý rok, ale o 2-3 roky sa k tejto myšlienke vrátíme.

ZB: Ďakujem za rozhovor.

Porota vybrala z 84 prác dva návrhy na ocenenie:

1. nová verzia klasickej thonetky č. 14 z roku 1859
2. jednoduchá tyč z bukovej tyčoviny

Vítazi súťaže dostali okrem finančnej odmeny vo výške 50 000 šilingov i cenu „Thoscar“ - kópiu bukovej špirály, ktorá reprezentovala firmu Thonet na Svetovej výstave v Londýne v roku 1851.

1. Zatiaľ čo originál stoličky č.14 je vyrobený zo 6 rôznych dielov, **Gregor Neuerer**, študent Vysoké školy úžitkového umenia vo Viedni, použil novú technológiu, ktorá umožňuje celý rám stoličky vyrobiť z jedného kusa a namontovať naň plastové sedadlo. Ocenená práca.

2. Vešiak. Návrh: **Stephan Kuhne**.

3. Vešiak z dreva, plastu, kovu. Návrh: **Anja Gubensek**.

4. Skupina Arge Brosel z Linza, ktorej členmi sú **E. Karl**, **R. Gruber** a **A.Schindler**, interpretovala tému skôr filozoficky. Navrhli tzv. Abstinencnú tyč, pretože „v našom predesignovanom a prepĺnenom svete len abstinenciou sa možno vrátiť k vlastným koreňom“. Ocenená práca.



5. Stolička č. 144 RF. Z tradičnej produkcie firmy Thonet.
 6. Stolička Thonos. Design: **Ernst Beranek**, 1993. Z produkcie firmy Thonet.
 7. Stolička s područkami. Design: **Hermann Czech**. Z produkcie firmy Thonet.

Foto: Archiv Thonet



Alastair S. Macdonald

EXPERIMENT V KOLÍNE

Vysoká škola designu v Kolíne, založená v roku 1991, prichádza s novým experimentom vo výučbe designu. Čo je na tomto štúdiu radikálne? Tradične sa kandidáti s evidentnými umeleckými schopnosťami a zručnosťou v kreslení vyberajú z predložených portfólií. To by vylúčilo mnohých z tých, ktorých by škola chcela priťahovať, menovite tých, pre ktorých je spoznanie problému rovnako relevantné ako riešenie problému - ľudí s invenčnou, bádavou myslou, ktorí azda predtým nemali príležitosť uvažovať o designe. Kolínske prijímacie konanie umožňuje širšiu interpretáciu termínu "schopnosť". V prvej etape dostanú všetci uchádzači tematické zadanie ako domácu úlohu (v tomto roku to bola téma "interface"). V druhej etape vyberú uchádzači urobiť zadanie tému za pol dňa v škole, ktorá sa (v tretej etape) uzavrie krátkym pohovorom.

Dr. Michael Erhoff, bývalý výkonný riaditeľ nemeckej Rady pre design (Rat für Formgebung), ktorý bol zod-

povedný za návrh koncepcie tohto radikálne nového štúdia designu, bol menovaný za dekana. V zimnom semestri r. 1991/92 prijali 60 študentov zo 750 uchádzačov. Škola priťahla ľudí z rôznych oblastí života - knihovníkov, účtovníkov, grafických designerov, absolventov škôl a drobných podnikateľov. Súčasne bol ustanovený nový akademický zbor a kurz sa začal za pomoci mnohých hosťujúcich lektorov, všetko vynikajúcich designerov z Nemecka a zo zahraničia. Počas ročného štúdia sa robí viac ako 40 projektov, ktoré dopĺňujú semináre a série prednášok. Študenti si vyberú vlastný projekt z radu krátkych a dlhých projektov, pričom pracujú v zmiešaných ročníkových skupinách.

Štúdium má širokú základňu, zahŕňa design médií, módu - alebo "balenie tela", nábytok, design organizácií, interiéru a výrobkov, ale nie je rozdelené na tieto jednotlivé disciplíny. Namiesto toho študenti skúmajú nové modely práce, života a hry. Potrebné zručnosti designu sú definované problémami a otázkami, ktoré sa identifikujú a riešia interdisciplinárnym spôsobom. Trvalým záznamom o činnosti kurzu je ročenka, naplnená študentskými prácami (budúcoročná bude CD-ROM). Minuloročná téma bola "Design a ekológia - nová zodpovednosť pre designera" a uvádzala práce o ekológii, recyklácii v treťom svete

a o predele sever/juh, vytvárajúc zameranie pre štúdium počas semestra.

Študenti, zúčastňujúci sa na každoročnom nábytkárskom veľtrhu v Kolíne, jedným projektom odpovedali na otázku: Kde môžu mladí študenti designu prespať a spoločensky sa stretávať za prístupnú cenu? Ich odpoveď bola v získaní a pretvorení prázdneho obchodu a v návrhu lacného ubytovania pomocou technicky jednoduchého konštrukčného systému MDF, aby sa získali alternatívne typy malých súkromných priestorov veľkosti 1,5 x 2,0 x 2,0 m. Posteľ, raňajky a lístok na výstavu sa ponúkali za 30 DM za noc. Bol tam napríklad nízky box so spacím vakom, rohožou a fosforeskujúcou hviezdou oblohou, alebo malá spálňa, hľadajúca cez výklad obchodu na ulicu (nápad, ako ubytovať bezdomovcov)? Alebo ísť spať s obrazmi iných miest, premietnutými z diafilmov vedľa vašej postele? Jeden priestor mal dokonca aj kameru, ktorá umožňovala ľuďom v susednej barovej časti pozrieť sa na spáča a vice versa.

Rozsah projektov a záujmov je široký, či už sú to "skice pre Kolumbiu" skúmajúce nápady na výrobu nábytku v jednej z najchudobnejších krajín sveta, alebo skúmanie problémov bližších domovu s využitím pokrokových priemyselných postupov v meniacej sa ekonomike.



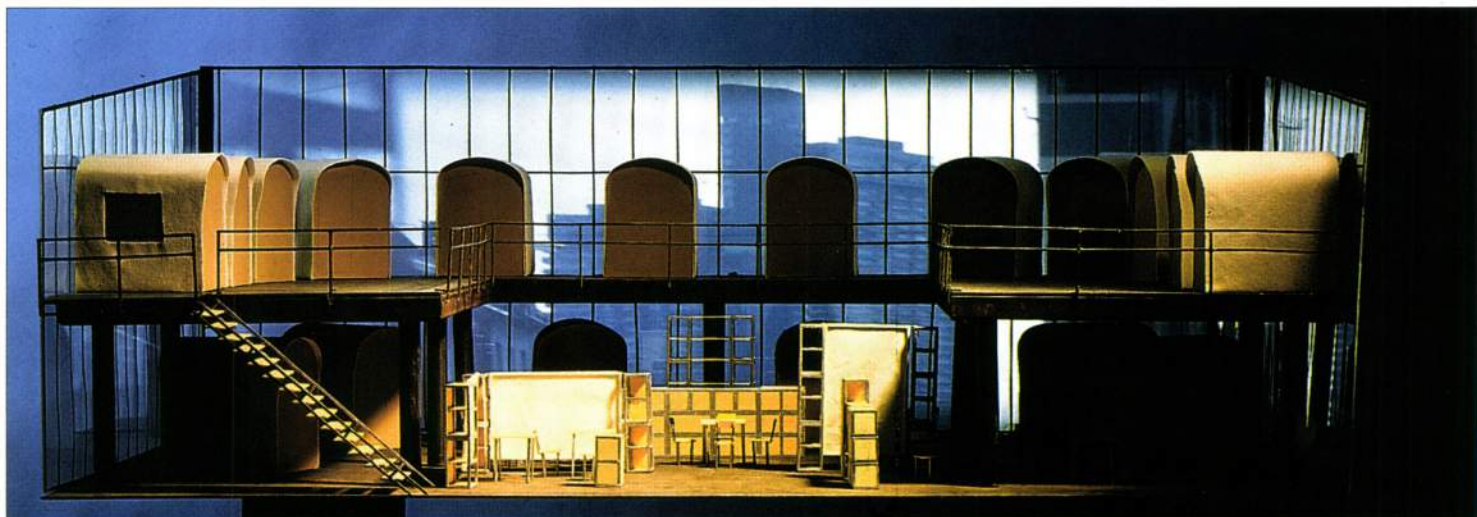
Letto and Frühstück (Lôžko a raňajky)

Koncepcia: Stephan Schwartz,
Peter Eckert, Peter Engels, jr.,
Alexander Pötter

Projekt lacného a nenáročného ubytovania kolínskych študentov sa predstavuje aj na medzinárodnom veľtrhu Futur Shop Fair v Miláne v novembri 1994.

Projekt je motivovaný situáciou vyskytujúcou sa vo všetkých veľtržných mestách v čase konania veľtrhov, keď návštevníci ťažko zhŕňajú voľné ubytovanie. Riešenie, ktoré ponúkajú kolínski študenti, je založené na skladovosti modulov, jednoduchej transportovateľnosti a ekologických materiáloch. Celý "hotel" - do 70 izieb - sa dá odviezť jedným kamiónom. Hotelový hosť si môže objednať "izbu" z ponúkaného katalógu a podľa jeho výberu a individuálnych požiadaviek ju môže mať v priebehu niekoľkých minút nainštalovanú.

Foto: Archív, Kolín



Riadenie priemyselného designu

PRIEMYSELNÝ DESIGN A ORGANIZÁCIA FIRMY

3. časť

Každý vie, čo robia lekári, aby si zarobili na živobytie. Každý vie, čo robia dentisti, právnici, stavbári, klampiari a elektrikári. Vie niekto mimo priemyselného designu, čo robia priemyselní designeri? Mnohí to nevedia. Záleží na tom? Áno, z viacerých dôvodov, ale najmä z dôvodu inovácie výrobkov. Svet práce nie je oddelený od ostatnej spoločnosti; ľudia rozmyšľajú rovnakým spôsobom, zaujímajú rovnaké postoje a prechováajú rovnaké predsudky, či sú doma, v práci, alebo sa zabávajú. Ak ľudia majú na niečo nesprávny názor v jednom kontexte, budú mať rovnako nesprávny názor aj v iných kontextoch.

Ironiou je, že i keď priemyselní designeri pracujú v oblasti vytvárania imidžu, sami s ním majú problém. Bežná verejnosť, ale aj podnikatelia a manažéri vo firmách neberú priemyselných designerov vážne. Najväčšiu vinu na tom majú samotní designeri. Tí, ktorí komunikujú so zvyškom spoločnosti, často vyvolávajú nesprávny dojem. V dôsledku snahy propagovať a urobiť priťažlivými triviálne výrobky, ktoré navrhujú, ako napríklad tvar zubnej kefky, spájajú sa s podnikaním v oblasti krásy - kozmetiky a módy. Takže v novinách často nájdeme správy o designe na stránke pre ženy, čo len umocňuje nesprávne predstavy o priemyselnom designe.

Naproti tomu väčšina manažérov vo výrobnom priemysle berie svoju prácu veľmi vážne a sú prirodzene skeptickí, ak z novín a časopisov získali dojem, že priemyselní designeri sú diletanti. Nezáleží na tom, že získali nesprávny dojem; ľudí motivuje to, o čom sú presvedčení, že je to správne alebo nie. A mimoriadne to platí pre inžinierov pracujúcich na projektoch inovácie výrobkov. Mnohí inžinieri veľmi skepticky pozerajú na hodnotu priemyselného designu a veľmi ľahko sa nechajú vo svojich predsudkoch utvrdiť. Priemyselných designerov považujú priam za votrelcov na svojom teritóriu, o čom svedčia aj mnohé precedensy z dejín. Napríklad veľkí železniční inžinieri devätnásteho storočia, muži renesancie ako Stephenson a Brunel, uvedomele navrhli elegantné parné lokomotívy bez pomoci priemyselných designerov.

Vo firmách, ktoré sa snažia vyvinúť nové výrobky s inžinierskym obsahom

(napr. stroje, technické zariadenie, vedecké prístroje), je častým zdrojom nedorozumenia úloha priemyselného designu vo vzťahu k inžinierskej funkcii. V takých projektoch sa priemyselný design často neberie ako samostatná činnosť, ale len ako prídavok k inžinierskej práci. Mnohým manažérom sa takéto usporiadanie zdá rozumné: nakoniec sa príspevok priemyselného designu prejaví v celkovej inžinierskej práci, čo svedčí do istej miery o ich spojitosti. Inými slovami, priemyselný design sa vníma ako sekundárna činnosť, podporujúca inžiniersku činnosť.

A v tom spočíva zdroj konfliktu. Dnešní inžinieri sa zaoberajú technickou funkciou a technickým výkonom; priemyselní designeri by sa mali zaoberať hľadiskom užívateľov v najširšom zmysle. Ako sme už spomínali prieskumné štúdie ukázali, že ak má byť inovácia výrobkov úspešná, musia sa brať do úvahy požiadavky užívateľa. V praxi sú len málokto inžinieri ochotní toto akceptovať, a teda hlavne preto by mal byť priemyselný design oddelený od inžinierskej činnosti. Nejde tu len o nejaký samoučelný plán poplach kvôli tomu, aby sa dostal na úroveň postavenia manažmentu. Akýkoľvek iný postup znamená hatenie inovačného procesu. Na ilustráciu uvedieme príklad. A hoci sa tento príklad týka špecifickej kategórie výrobkov, problémy, ktoré sa vyskytli, sú všeobecne aplikovateľné.

Pred niekoľkými rokmi si riaditelia už zabehanej firmy, ktorá vyrába dielenské ručné nástroje, uvedomili, že ich podiel na trhu narušuje lacný import. Aby mohli čeliť takejto tendencii, rozhodli sa inovovať a vytvoriť nový, hodnotný výrobok. A tak prišli na myšlienku ručného elektronického mikrometra. Firma nemala vlastný technický výskum, preto poverila poradenskú firmu, aby vymyslela funkčnú bázu elektronického mikrometra. Počiatočnou fázou projektu bola štúdia realizovateľnosti, aby sa zistilo, či je možné vymyslieť funkčný systém. Ak by táto fáza bola úspešná, nasledovala by fáza designu, t. j. vynález, dostal svoje "šaty", aby sa mohol masovo vyrábať. Závety štúdie realizovateľnosti boli pozitívne a obsahovali navrhovanú konfiguráciu pre hotový výrobok.

Po dvoch rokoch projektovej prípravy zapojili do nej aj priemyselného designe-

ra. Ten usúdil, že konfigurácia navrhnutá inžiniermi poradenskej firmy robila prístroj prakticky nepoužiteľným. Hoci by prístroj technicky fungoval, jeho prevádzkový režim by bol vzdialený konvenčnému mikrometru, čo je zas dôležité hľadisko pre užívateľa. Navyše, nešikovne by sa s ním manipulovalo a bol by veľmi objemný (obr. 1). Aby sa prekonal tieto nedostatky, priemyselný designer usporiadal komponenty prístroja kompaktnejšie, pozdĺž jednej osi a vytvoril konfiguráciu na obr. 2. Aj tak bol jeho návrh kompromisom; musel akceptovať funkčné komponenty, ktoré vyvinuli výskumní pracovníci a inžinieri. I keď podľa jeho názoru bol prístroj stále ešte príliš objemný, aby ho bolo možné pohodlne držať v ruke, súdil, že jeho návrh prijímú užívatelia s väčšou pravdepodobnosťou ako pôvodnú konfiguráciu.

Vývojári inžinieri nesúhlasili so zmenou konfigurácie, ktorú navrhol priemyselný designer. Podľa ich názoru mali byť rôzne komponenty výrobku usporiadané priestornejšie, aby sa uľahčila montáž pri výrobe. Tento problém sa stal skúškou sily nie podľa zásluhy, ale podľa relatívneho riadiaceho postavenia medzi obidvoma stranami. Spor vyriešili riaditelia firmy. Na schôdzi, kde sa malo schváliť financovanie ďalšieho vývoja výrobku, ukázali riaditeľom alternatívne konfigurácie vo forme blokových modelov a oni vybrali návrh priemyselného designera.

Aké si treba vziať z uvedeného príkladu ponaučenie?

Nejde nám o nejaké obvinenie vývojových inžinierov za to, že nesúhlasili s konfiguráciou, čo spôsobilo oneskorenie dokončenia projektu. Skôr sme chceli ilustrovať dôležitosť načasovania fázy priemyselného designu v inovačnom procese. Ak návrhy priemyselného designera prídu neskoro, vývojári inžinieri v projekte po dlhom a namáhavom technikom vývoji nebudú súhlasiť s radikálnymi zmenami v konfigurácii výrobku podnietenými hľadiskom užívateľa.

Zdroj tohto špeciálneho problému spočíval v manažmente firmy. Po štúdii realizovateľnosti poradcov podrobne poučili o ďalšej fáze projektu: prístroj má byť taký presný ako najpresnejší konvenčný mikrometer; výrobok má byť modulárny, aby sa uľahčila údržba, opravy a čiastočná montáž častí výrobku v najvhodnej-

ších výrobných strediskách; prístroj má byť kompaktný a ľahký, aby sa dal ľahko držať v ruke, má mať samostatný zdroj energie a digitálny displej pre odčítanie meraných hodnôt; prístroj má mať robustnú konštrukciu, má byť spoľahlivý a presný.

V podstate sú tieto požiadavky prvkami všeobecnej technickej špecifikácie. Jediné referencie pre tvar designu sú tie, že prístroj by sa mal ľahko držať v ruke a mal by mať digitálny displej pre odčítanie meraných hodnôt. Podrobným poučením poradcov sa manažéri, neprivyknutí premýšľať o forme výrobkov, uchýlili k technickým detailom.

Z toho vyplýva, že kľúčovú úlohu v inovácii výrobku má bojovník za výrobok; muž činu s vysokým postavením vo firme, ktorého silná pozícia mu umožňuje riskovať, získať zdroje, vybaviť, aby sa veci urobili, prekonať námietky skeptikov a zabrániť, aby sa neuspokojivý výrobok uviedol na trh. To je rozhodujúce, a preto sú bojovníci za výrobok dobre informovaní o úlohe priemyselného designu v inovácii; ak nie sú, a nemalo by sa predpokladať, že sú, potom priemyselný design môže mať len menšiu, sekundárnu úlohu ako podpora inžinierskej činnosti, alebo vôbec žiadnu úlohu.

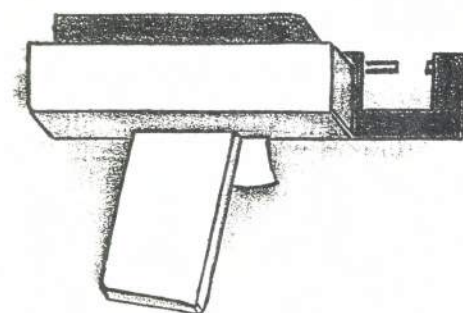
Aká je úloha priemyselného designu v inovácii? Má niekoľko úloh. Po prvé, ako sme už spomínali, priemyselný design na praktickej úrovni je prostriedok, ktorý robí z výrobku viac ako jednoduchý súbor súčiastok. Jeho cieľom je dať hardware výrobkov do vzťahu s dimenziami, inštinktívnymi reakciami a emocionálnymi potrebami užívateľa. Prostredníctvom uvedomelého riadenia formy, konfigurácie, celkového vzhľadu a detailov je priemyselný design schopný poskytnúť užívateľovi abstraktné charakteristiky výrobku, napr. robustnosť, spoľahlivosť, presnosť. Môže vynájsť ovládacie prvky, ktoré sú pohodlné, príjemné a ľahko ovládateľné. Je schopný naplniť výrobok charakteristickým prostredím, štýlom a pocitom dobrej kvality, ktorý sa zhoduje s osobným vkusom užívateľa, poskytujúc technológiu priaznivú tvár. Týmito rozmanitými prostriedkami je priemyselný design schopný vhodne prispieť k inovácii, apelujúc na citlivosť užívateľa.

Po druhej na úrovni komunikácie môže

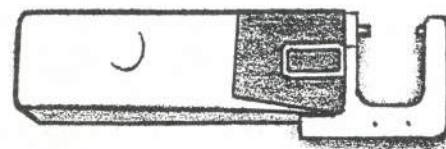
priemyselný design pôsobiť ako most medzi inovujúcou firmou a užívateľom. Užívateľia vnímajú inováciu ako zvláštny nový produkt; čiastočne ako predmet, ktorý vykonáva špecifickú funkciu, a čiastočne ako tovar ponúkaný na predaj. Čím pevnejšie je predmet zavedený ako typ výrobku, tým väčšími ho užívateľia vnímajú v pojmoch jeho akceptovateľného popisu, s funkciou zahrnutou v obraze prototypu. Napríklad užívateľia nevnímajú súkromnú dopravu s vlastným pohonom ako zložitú elektromechanickú zostavu, ktorou naozaj je, ale skôr ako motorové vozidlo osobitnej značky s charakteristickou vonkajšou formou. Naproti tomu potenciálni užívateľia môžu vnímať to, čo je v skutočnosti elektronický mikrometer, len ako technické zariadenie. V závislosti od typu výrobku má preto vzhľad jednu z niekoľkých funkcií. U zabehaných typov výrobkov je vzhľad súčasťou vizuálneho slovníka poznania objektu, zväčša považovaný za daný v každodennom živote. U nových alebo neznámych výrobkov môže vzhľad v priamom zmysle pomôcť pri ich pochopení. Neistota v inovácii sa preto zníži, ak je vzhľad nového výrobku uvedomele a pozitívne vyriešený, aby pomohol jeho poznaniu a pochopeniu, a nezávisí len od náhodného výsledku technického vývoja.

Po tretie na kultúrnej úrovni je priemyselný design prostriedkom udržania podstaty tradičných artefaktov: stále splnutie užitočnosti a estetickej kvality, ktoré vytvára ruka vedená praktickou a citlivou myslou. To je charakteristické pre ľudské výrobky od najranejších civilizácií; design je vnútorne vlastný pre artefakt a odzrkadľuje úroveň zručnosti a citlivosti výrobcu. Skutočnosť, že moderný artefakt môže byť elektromechanický prístroj a pri výrobe môžu pomáhať pomôcky a stroje umiestnené vo fabrike, by nemala zmeniť základnú charakteristiku; potreba riadiaceho rozumu ostáva, aj keď manipuláciu vykonávajú iní ľudia a stroje. A zatiaľ čo u tradične vyrobeného artefaktu bol design prevažne intuitívny, pre továrenský výrobok musí byť design uvedomelou a zámernou činnosťou, aby umožnil komunikáciu presných inštrukcií. To sa ľahšie povie, ako urobiť. Cieľom dobrého designu je dosiahnuť rovnováhu; žiadne alebo príliš málo

výsledkov v nevypracovanosti, príliš veľa výsledkov v domyselnosti.

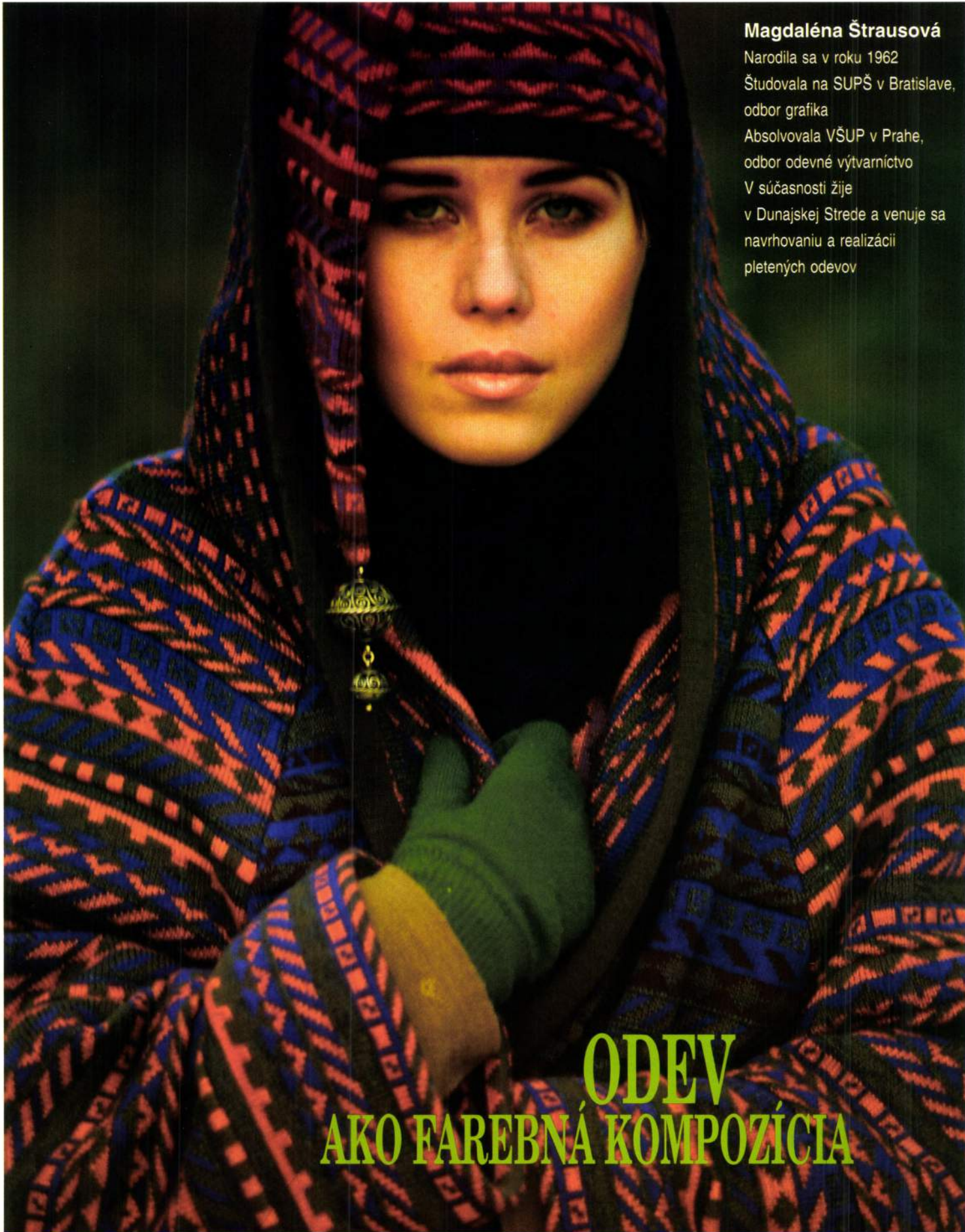


Navrhovaná konfigurácia pre elektronický mikrometer, ako ju vyriešili vývojoví inžinieri.



Navrhovaná konfigurácia pre elektronický mikrometer, ako ju vyriešil priemyselný designer, použijúc tie isté funkčné komponenty ako v predchádzajúcom návrhu.

V nasledujúcom, záverečnom článku tejto série autor identifikuje faktory, ktoré by mali vziať do úvahy výrobné firmy, keď zvažujú, či majú alebo nemajú využiť služby poradcov v oblasti priemyselného designu.



Magdaléna Štrausová

Narodila sa v roku 1962

Študovala na SUPŠ v Bratislave,
odbor grafika

Absolvovala VŠUP v Prahe,
odbor odevné výtvarníctvo

V súčasnosti žije
v Dunajskej Strede a venuje sa
navrhovaniu a realizácii
pletených odevov

ODEV AKO FAREBNÁ KOMPOZÍCIA

Farby ma fascinujú.

Pri výbere farieb sa neopieram o žiadnu teóriu, žiadne módné tendencie.

Akonáhle je farba v zajať módy stráca svoj zmysel...

Výber farieb vzniká spontánne z vnútorného pocitu a potreby súladu, harmónie, vyváženosti... (Útek zo všednosti, farebný útek...)

Prečo pracujem s úpletom, pleteninou?

Preto, že si ho môžem vytvoriť sama. Od úplného začiatku až do konca som svedkom toho, čo mi vzniká pod rukami...

Magdaléna Štrausová



Foto: Peter Lexa

MYŠLIENKA FUNKČNEJ DOKONALOSTI

O povahe vecí, designe, ekológii a funkcionalizme

II. časť

Jan Michl

4. Funkcionalizmus a pojem funkčnej dokonalosti

Ako ukazujú výroky ideológov funkcionalizmu, myšlienka funkčnej dokonalosti bola zreteľnou, hoci zdaleka nie jednoznačnou súčasťou funkcionalistickej filozofie designu. Funkcionalizmus ako ideológia do istej miery žil z tejto nejednoznačnosti: zdá sa, že všeobecná príťažlivosť funkcionalizmu bola založená na slabom bežnom význame pojmu dokonalosť (produkty by mali byť tak funkčne dokonalé, ako je to len možné). Na druhej strane vizionársky pocit nadradenosti, ktorý bol tomuto hnutiu vlastný, svedčí o tom, že toto hnutie bolo fascinované víziou funkčnej dokonalosti v silnom význame. Domnievame sa však, že funkcionalistická filozofia designu sa môže pokladať za koherentnú, iba ak jej odkazy na funkčnú dokonalosť chápeme ako dokonalosť v silnom zmysle slova. Myslíme si, že funkcionalisti potrebovali pojem funkčnej dokonalosti v silnom zmysle na to, aby podopreli svoju ústrednú víziu a zároveň zaistili svoje základné tvrdenie, že totiž ich svet nových foriem je jediný možný, že nová funkcionalistická estetika nie je výrazom osobných vkusových preferencií tvorcov samotných, ale objektívnym výrazom doby, a že teda každá iná súveká formová reč je falošná. Ak by sme totiž pojem funkčnej dokonalosti chápali len v bežnom, slabom význame, potom by bolo ľahko napadnuteľné tvrdenie, že všetko, čo funguje "dokonale", je ipso facto esteticky dokonalé. Bolo by jednoduché ukázať, že mnohé "dokonale" fungujúce výrobky sú zároveň veľmi škaredé. Tvrdenie funkcionalistov, že ich estetika je objektívna, by bolo vedľa tohto faktického protiargumentu podozrivé tiež v rovine logiky. Keby totiž funkcionalisti boli pripustili, že produkujú iba relatívne dokonalé a relatívne krásne formy, znamenalo by to uznať, že funkcionalizmus nie je radikálne novou metódou designu, ale radikálne novou sústavou štylistických pravidiel a referencií, ktoré nahradili formálne pravidlá a referencie predchádzajúcich štýlov v architektúre a designe (porov. Lambert 1993; Lambert a Murdoch 1986).

Myšlienky teoretikov funkcionalizmu poskytujú mnohé, i keď väčšinou nepriame svedectvá o tom, že svoju vieru v totožnosť funkčných a estetických riešení viazali na víziu funkčnej dokonalosti v silnom zmysle. Po tom, čo sme argumentovali, že pojem funkčnosti a pojem dokonalosti sa pri bližšom pohľade navzájom vylučujú, môže vzniknúť otázka, ako to, že funkcionalisti neboli schopní vidieť, že spojenie týchto pojmov je rozporuplné. Na to možno odpovedať, že rozporuplnosť pojmu funkčnej dokonalosti práve kvôli tejto nejednoznačnosti nie je nijako zrejmalá. Funkcionalisti navyše nemali žiaden dôvod skúmať povahu tohto pojmu, a treba podotknúť, že podryva realistikosť ich vízie. Pojem funkčnej dokonalosti, aspoň v rétorickom štýle ich programových vyhlásení, zjavne podporoval víziu objektívnych pravdivých foriem, a o to im išlo predovšetkým. Na ilustráciu tézy, že pojem funkčnej dokonalosti v silnom význame hral vo funkcionalistickej

argumentácii dôležitú úlohu, uvidíme výroky a postoje piatich funkcionalistických autorov.

Vieru v existenciu dokonalých riešení v silnom zmysle slova možno vyčítať z myšlienok, ktoré formuloval "otec funkcionalizmu", americký architekt Luis Sullivan vo svojom článku "Problém vysokej úradnej budovy z umeleckého hľadiska" z roku 1896. Sullivan píše (Sullivan 1965a:203):

"Som presvedčený, že podstatou každého problému je, že obsahuje a naznačuje vlastné riešenie. Verím, že tu ide o prírodný zákon."

Sullivan tu i na iných miestach článku implikuje, že každý problém má len jedno funkčné, a teda aj len jedno formálne riešenie. Taký druh riešenia si možno predstaviť len ako riešenie, ktoré je funkčne a formálne dokonalé v najsilnejšom možnom význame tohto slova. K takému riešeniu odkazuje aj Sullivanov známy výrok "forma nasleduje funkciu", ktorý, mimochodom, pochádza z toho istého článku (Sullivan 1965a:208; porovnaj tiež Sullivan 1965b, kap. XII., XIII; Michl 1992b).

Bohatým náleziškom pojmu "dokonalý" a "dokonalosť" je článok Karla Teigea z roku 1925 nazvaný Konštruktivizmus a likvidácia umenia. Teige okrem iného píše (Teige 1966: 141):

"Namieta sa, že niektoré stroje môžu byť, aj keď sú dokonalé účelne, nevzhľadné a ohavné. Nie je to celkom správne. Ak sú nevzhľadné, je to predovšetkým preto, že nie sú asi naozaj dokonalé účelne, ale ich dokonalosť je len relatívna a vyžaduje ďalšie zdokonalenie. Mohli by sme povedať, že nevzhľadný stroj priam volá po ďalšom zdokonalení, že jeho ošklivosť je symptómom jeho nedostatočnosti. Tvrdíme, že čím je stroj dokonalejší, tým je krajší. Dokonalý a krásny je len vtedy, keď nie krása, ale absolútna účelnosť bola výhradným záujmom konštruktéra. Ak máte dva stroje na rovnaký účel, ich praktická dokonalosť bola posúdená ako rovnocenná a jeden z nich je škaredší, nepochybujte, že druhý krajší bude prakticky účelnejší."

Explicitné, i keď opatrnejšie odkazy na pojem funkčnej dokonalosti možno nájsť aj v knihe nemeckého funkcionalistického architekta Bruna Tauta vydané v Anglicku roku 1929 pod názvom Moderná architektúra. Taut okrem iného píše (Taut 1929:9):

"Cieľom architektúry je tvorba dokonalej, teda aj krásnej účinnosti. (...) Všetko, čo dobre funguje, aj dobre vyzerá. (...) Ak je všetko založené na spoľahlivej účinnosti, potom si táto účinnosť sama, alebo presnejšie jej užitočnosť, vytvorí vlastný estetický zákon."

Podobným spôsobom používa pojem funkčnej dokonalosti aj britský filozof designu Herbert Read v eseji publikovanej v roku 1941 (Read 1964:18):

"Ak je predmet vyrobený z primeraného materiálu a na základe primeraného designu a keď dokonalé spĺňa svoju funkciu, potom si už nemusíme robiť starosti o jeho estetickú hodnotu: je automaticky umeleckým dielom."

Pojem funkčnej dokonalosti súvisí zrejme aj s vplyv-

ným pojmom "objet-types", ktoré v 20. rokoch popularizoval Le Corbusier. Tento pojem má pravdepodobne korene v nemeckom Werkbunde, najmä vo viere Hermanna Muthesia v šandardizácii. Do širokého povedomia sa dostal v súvislosti s vydaním Le Corbusierovej knihy *Vers une Architecture* v roku 1925, v ktorej bola táto myšlienka prezentovaná. Le Corbusier, dobre oboznámený s teóriou Werkbundu, jej vyhradil ústredné miesto v teórii a praxi purizmu. Veril, podobne ako mnohí iní, že určité anonymné užitočné predmety, ako sú vínové fľaše, fajky a gitary, ktorých formy sa dlhý čas nezmenili, dospeli k štádiu dokonalosti. To, že tieto "objet-types" boli obľúbenými motívami kubizmu, najdôležitejšieho umeleckého hnutia doby, ešte zvyšovali prestíž. Le Corbusier veril, že proces zdokonaľovania zahŕňa typicky moderné priemyselné výrobky a že predmety, ako napr. lietadlá, zaoceánske lode a autá, smerujú k nájdeniu svojho definitívneho typu formy.

Skutočnosť, že funkcionalisti kladli vo svojich textoch takú veľkú váhu na estetické dôsledky funkčnej dokonalosti, naznačuje, že funkcionalizmus, v protiklade k tomu, čo jeho názov napovedal, nikdy nebol antietetickým hnutím, v ktorom išlo len, alebo predovšetkým, o užitočnosť. Funkcionalizmus bol od začiatku estetickým hnutím, v ktorom mali výtvarné otázky absolútnu prioritu. To, že funkcionalizmus bol, a dosiaľ často je, chápaný a kritizovaný ako utilitárna filozofia designu, je nedorozumenie (porov. Hitchcock a Johnson 1932, kap. III.). Funkcionalisti, ako je známe, ustavične hovorili o funkčných aspektoch stavieb a výrobkov a často sa odmietavo vyjadrovali o koncepcii architektúry ako umenia, takže v určitom zmysle bolo oprávnené tvrdiť, že primárnym záujmom funkcionalizmu bola užitočnosť. Pre pochopenie tohto hnutia však nie je dôležitý fakt, že vo funkcionalistických argumentoch hrala účelnosť primárnu úlohu, ale dôvod, prečo účelnosť túto úlohu hrala. Funkcionalistickí architekti a designeri sa, na rozdiel od technikov a inžinierov, nezaujímal o funkčnosť alebo užitočnosť kvôli nej samej. Nebol to záujem o užitočnosť v zmysle uprednostňovania užitočných hodnôt pred estetickými, ale v zmysle viery, že užitočné riešenia sú ipso facto estetickými riešeniami. Inými slovami - funkcionalisti kladli takú veľkú váhu na funkčné riešenie z formálnych, a nie funkčných dôvodov.

Problémy, ktoré v minulých desaťročiach viedli k drastickej kritike funkcionalistickej architektúry a designu nemajú svoje korene v úzkoprsmom utilitarizme, ale oveľa pravdepodobnejšie v egocentrickom formalizme. V kruhoch architektov a designerov je stále zrejme výrazná neochota akceptovať fakt, že funkcionalizmus bol svojou podstatou formalizmus. Ak sa totiž prijme vysvetlenie, že problém funkcionalistickej architektúry a designu spočíval vo formalizme, bude treba zrevidovať tú novú identitu, ktorou funkcionalizmus designera vybavil a ktorú s víťazstvom modernistickej výchovy designerov zdedili ďalšie generácie: totiž predstavu, že

skutočne moderný designer má exkluzívny prístup k dokonalým, nutným, a teda jedine pravdivým formálnym riešeniam a že ako taký má nielen právo, ale priam povinnosť ignorovať estetické preferencie užívateľov. Alternatíva k tejto estetickému arogancii funkcionalistov je akceptovať, že architektúra a design nie je autonómne umenie (ako funkcionalisti, napriek akémukoľvek tvrdeniu o opaku, prakticky presadzovali), ale umenie užitočné, heteronómne (pozri Blake 1993, kap. 12; Brolln 1985; Michl 1993, tiež Flew 1977), ktoré berie potreby druhých - vrátane potrieb estetických - vážne. To však predpokladá vzdať sa sna o autonómiu a skutočne prijať koncepciu designu ako užitočného umenia.

Demontáž zvodnej vízie funkčnej dokonalosti, ktorá bola jedným z podporujúcich kameňov funkcionalistickej vízie nutných foriem, by azda mohla prispieť k vytvoreniu vecnejšej, menej egocentrickej identity architektov a designerov. Či už sme designeri, pedagógovia alebo historici designu, je potrebné, aby sme sa zmierili so skutočnosťou, že jednoducho niet nevyhnutnej väzby medzi tým, čo ľudské výrobky robia, a tým, ako vyzerajú. Na rozdiel od domniek Louisa Sullivana a mnohých ďalších teoretikov, problémy neukrývajú svoje správne riešenia, ktoré čakajú, aby boli odkryté jasnozrivými designermi. Nepopierame fakt, že existuje väzba medzi tým, čo výrobky robia a ako vyzerajú. Chceme len povedať, že tu nie je a ani nemôže byť taká nevyhnutná väzba, na ktorú odkazuje pojem funkčnej dokonalosti (porov. Michl 1989). A ak niet takej nevyhnutnej väzby, nemá veľký zmysel to, čo dlhé roky praktizovali modernistickí designerskí pedagógovia - viesť študentov k tomu, aby hľadali nutné a nevyhnutné formy (pozri Michl 1992a).

Dejiny vedomého estetického upravovania užitočných predmetov sú dejinami popierania ich provizórneho, služobného charakteru tým, že im designer výtvarnými prostriedkami udeľuje vyšší status a tým i novú identitu. Až do nášho storočia bola budová i veciam udeľovaná vyššia prestíž v podstate jedným spôsobom. Ich formy boli volené tak, aby priamo či nepriamo odkazovali na vzhľad stavieb a vecí historicky spojených s cirkevnou či svetskou mocou. Funkcionalistická, modernistická architektúra a design túto tradíciu prerušila, nie však v tom zmysle, že by funkcionalistické formy skutočne boli, ako funkcionalisti tvrdili, výsledkom jednoty funkčných a estetických riešení. Funkcionalistický design, tak ako všetko predchádzajúce vedomé tvarovanie, naďalej popieral prozaický, užitočný, banálny, provizórny charakter vecí a budov. Funkcionalizmus však bol medzníkom v tom zmysle, že funkcionalisti začali dávať predmetom a budovám novú, odlišnú identitu tým, že pre ne zhotovovali exkluzívne šaty v štýle autonómneho umenia svojich čias - t. j. vo výtvarnej reči postkubistickej abstraktnej maľby a skulptúry.

Ak vychádzame z toho, čo bolo doteraz povedané

o pojme dokonalaj funkčnosti, potom nás nemôže prekvapiť zistenie, že funkčná stránka funkcionalistických riešení bola často najmenej "dokonalou" súčasťou ich návrhov, a naopak, že to, čo ostalo pôsobivé, je estetická úroveň riešenia - riešení, ktoré možno charakterizovať ako výtvarné fikcie na tému funkčnej dokonalosti.

Venované pamiatke Davida Pye (1912-1992), anglického filozofa užitočného umenia designu.



„To je pre teba.“

Znovu a znovu podliehame ilúzii. Nielen staré, ale rovnako aj moderné výrobky sú len provizóriami. Kým výrobky technicky a esteticky nezastarajú, nevímame ich provizórnosť. Keď sa prvý raz objavajú na trhu, sme oslnení ich brilantnou novosťou, nadchýňame sa ich zdokonalením, fascinujú nás moderným vzhľadom. Toto všetko znovu a znovu vyvoláva ilúziu, že najnovší produkt, ktorý sa objavil na trhu, sa o ďalší krok priblížil ku konečnému stupienku definitívnej funkčnej perfektnosti.

Provizória napriek pokroku. Medzi husím brkom a textovým procesorom je obrovský technický rozdiel - aj keď sa už všetko povedalo a urobilo - treba dodať, že odstup medzi nimi možno chápať ako rozdiel medzi veľmi jednoduchým a veľmi komplikovaným provizóriom.



'wordPerfect

Odказы

Blake, Peter (1993). *No Place Like Utopia: Modern Architecture and the Company We Kept*. New York: Alfred A. Knopf.

Brolln, Brent C. (1985). *Flight of Fancy: The Banishment and Return of Ornament*. London: Academy Editions.

Elster, Jon (1983). "States That Are Essentially By-Products." In Elster, Jon, *Sour Grapes: Studies in the Subversion of Rationality*, Cambridge: Cambridge University Press, 43-108.

Elster, Jon (1990). *Nuts and Bolts for the Social Sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.

Flew, Antony G. N. (1977). "Wants or Needs, Choices or Commands." In *Human Needs in Politics*, red. Ross Fitzgerald. London: Pergamon Press. 213-228.

Hitchcock, Henry-Russell a Philip Johnson (1932). *The International Style: Architecture since 1922*. New York: W. W. Norton.

Lambert, Susan (1993). *Form Follows Function? Design in the 20th Century*. London: Victoria & Albert Museum.

Lambert, Susan and John Murdoch (1986). "From to-day 'modernism' is dead

Functionalism as style?" In *V&A Album*, 5, London: The Associates of the V&A. 206-216.

Magée, Brian (1977). Popper. London: Fontana/Collins.

Michl, Jan (1989). "On forms following functions and Post-Modernism." *Pro Forma* 1:5-15.

Michl, Jan (1992a). "The crisis of modernist design pedagogy - and its (possibly) gratifying consequences for museums of applied art." *Scandinavian Journal of Design History* 2:119-22.

Michl, Jan (1992b). "Var funksjonalismen en type formalisme? Formgjevnes funksjonsbegrep som et carte blanche." In *Foreningen til norske fortidsminnesmerkers bevaring. Årbok 1992*, red. Seppo Heinonen. Oslo: Forening til norske fortidsminnesmerkers bevaring. 65-80.

Michl, Jan (1993). "Taking Taste Seriously. Peter Lloyd Jones on the Role of Appreciation in Consumerism and Design." *Scandinavian Journal of Design History* 3:113-117.

Novak, Michael (1922). *Duch demokratického kapitalismu*. Preložil Jiří Pilucha. Praha.

Pye, David (1968). *The nature and art of workmanship*. Cambridge: Cambridge University Press.

Pye, David (1978). *The Nature and Aesthetics of Design*. London: The Herbert Press.

Read, Herbert (1964). "To Hell with Culture." In Read, Herbert. *To Hell with Culture and Other Essays on Art and Society*, New York: Schocken books.

Sullivan, Louis H. (1965a). "The Tall Office Building Artistically Considered (1896)." In Sullivan, Louis. *Kindergarten Chats (revised 1918) and Other Writing* red. Isabella Athey. New York: George Wittenborn. 202-213.

Sullivan, Louis H. (1965b). "Kindergarten Chats." In Louis H. Sullivan. *Kindergarten Chats (revised 1918) and other writings*, red. Isabella Athey. New York: George Wittenborn. 15-174.

Taut, Bruno (1929). *Modern Architecture*. London/New York: The Studio/Albert and Charles Boni.

Teige, Karel (1966). "Konstruktivismus a likvidace umění." In: Karel Teige. *Výbor z díla I: Svět stavby a básně*, Praha: Československý spisovatel 129-143.

KOMPAN



Lubica Pedersen

Dánska firma KOMPAN, ktorá je držiteľom celého radu domácich a zahraničných ocenení, má sídlo v meste Ringe na ostrove Fyn. Podnik vznikol v r. 1970 a dnes má 17 dcérskych spoločností po celom svete, predovšetkým v USA, Európe a Japonsku. Dánska produkcia pokrýva európsky dopyt, kde je najväčším odberateľom Nemecko, Francúzsko a Holandsko. Podstatná časť príjmov plyní práve z exportu, keďže KOMPAN predstavuje vo svojom odbore takú špičku, ako napr. krajanské LEGO vo výrobe hračiek. Len za posledných 5 rokov sa obrat a zisk koncernu zdvojnásobili.

Pohodlné a bezpečné pružinové hojdačky majú najrôznejšiu podobu.



Spoluzakladateľom KOMPAN-u je dnes 60-ročný Tom Lindhardt Wils, vzdelaním akademický maliar, ktorý prvé hojdačky vyrobil pre svojho syna a získal povolenie umiestniť ich v mestskom parku. Designerské ocenenie komentuje slovami: "Vo svete je tendencia vytvoriť medzinárodný design, napr. v nábytkárskom priemysle, ktorý sa riadi talianskym designom. V Dánsku akoby chýbala sebadôvera v to, čo robíme. Máme svoj vlastný ráz a musíme sa oň postarať." Podčiarkuje, že cena nie je len ocenením výrobného designu, ale celkovej corporate identity ako premyslenej filozofie kvality, ktorá sa jednotne presadzuje vo všetkých zložkách designu bez ohľadu na to, v ktorej krajine KOMPAN pôsobí.

KOMPAN má v súčasnosti 550 zamestnancov, medzi ktorými je 40 pedagógov. Práve oni majú rozhodujúcu úlohu pri vývoji produktov. KOMPAN nespolupracuje s externými designermi, ale má vlastné vývojové oddelenie s 8-10 zamestnancami s rôznym profesionálnym zázemím. Dvaja z nich, ktorých možno označiť za šéfov designerskej tvorby, majú napr. pedagogické vzdelanie. Rozhodujúce sú dlhoročné skúsenosti z oblasti designu a všeobecný prehľad: pracovníci sledujú dianie vo svete designu, najmä v nábytkárskej tvorbe, inšpirujú sa z aktuálnych tendencií a smerov vývoja. Podstatné slovo pri vzniku nových produktov majú aj samotné deti: na prieskumných ihriskách firmy sú inštalované kamery, ktoré pomáhajú zistiť, ktoré náradia sú najobľúbenejšie a ako sa používajú.

Navrhovanie ihrísk a náradí nie je náhodné. Zohľadňuje sa určitý cyklus hry, počas ktorej sa striedajú rôzne druhy pohybov (preliezanie, šplh, kĺzanie atď.), strieda sa interiér a exteriér a orientácia na pravú a ľavú stranu. Náradia prispievajú



Detaily vybavenia (pdky, kormidlá, otočné plošiny) umožňujú rôznorodé manipulácie.

k vývoju detskej motoriky, rozvíjajú zmysel pre rovnováhu a orientáciu. Dôraz sa kladie na prehľadnosť, aby si dieťa bolo schopné vytvoriť predstavu o priebehu hry, o možných výstupoch, zostupoch, zastávkach a podobne.

Náradie KOMPAN-u možno z typologicko druhového hľadiska rozdeliť do základných skupín. Sú to závesné a pružinové hojdačky, domčeky, stoly a sedacie zariadenia, šmykľavky, pieskoviská, preliezačky a kombinované zostavy. Pristavíme sa aspoň pri niektorých z nich.

Populárne a tvarovo variabilné sú pružinové

hojdačky. Tieto "mobily" sú zapustené do zeme približne pol metra vysokou pružinou nesúcou sedačku, ktorú dieťa pohybmi tela rozohýdava a ktorá môže balancovať všetkými smermi. Sedačka je pohodlná a bezpečná, s viacerými drážkami a opierkami. Má najrôznejšie podoby, je to napr. koník, kačka, labuť, slon (KOMPAN vyrába celú "zoologickú" sériu), motorka, traktor, vrtuľník, auto. Na pružinovom princípe sú založené aj náročnejšie zariadenia pre staršie deti, napr. Štvorlístok, Veľký voz, Noemova archa, Vtáčí krdeľ.

Preliezačka je samostatnou hrou skulptúrou.



Ďalším obľúbeným predmetom sú domčeky, vhodné na ihrisko aj do interiéru predškolských zariadení. Naplňajú potrebu detí hrať sa v zákutiach a úkrytoch a zároveň poskytujú prístrešok pri nepriaznivom počasi. Majú jednoduchú konštrukciu s rôznymi otvormi a spravidla sedlovou strechou. Variácie tohto elementárneho tvaru sú bohaté, môžu predstavovať poštu, radnicu, obchod, dielňu a pod., podľa čoho sa mení konštrukcia v detailoch, ako aj vnútorné zariadenie (lavičky, stoly, pulty). Sedadlá môžu byť umiestnené aj pod strechou z vonkajšej strany alebo v prízemí poschodových domčekov. Vyrábajú sa ako samostatné objekty, no možno ich spájať aj do zložitejších celkov (Labyrint, Hrad, Rozprávkový dom).

Stoly a stoličky sú dôležitým prvkom detského ihriska, keďže poskytujú priestor pre kolektívnu hru i individuálnu sedavú prácu, odpočinok aj občerstvenie. Sortiment KOMPAN-u je aj v tomto prípade veľmi nápaditý. Stolová doska má rôzne tvary, otvory alebo v strede priehľbeň na piesok, hračky či vodu. Niekedy je pridaná otáčateľná spodná doska. Výška stola je 46 alebo 55 cm (extra zvýšenie pre vozíčkárov). Veľkosť varuje od malého okrúhleho stolíka do pieskoviska po najväčší stôl pre 12 detí. Sedačky a lavičky, najčastejšie spojené so stolom do jedného celku, sú mierne naklonené smerom do stredu. Lavička môže byť originálne tvarovaná, takže vytvára samostatný úžitkovo-dekoratívny predmet, ktorý sa dá umiestniť v interiéru (Lokomotíva, Vozeň, Lietadlo).

Ani jedno ihrisko nemôže byť bez šmykľavky a KOMPAN ich vyrába v rôznych výškach a šírkach pre všetky vekové skupiny. Okrem veľkosti sa odlišujú tvarom bočnice a hornej plošiny, ako aj spôsobom výstupu (rebrík, schodíky). Stoja buď samostatne, alebo sú zapojené do väčšej zostavy. Celý rad šmykľaviek využíva prirodzený spád terénu. Niektoré sú samostatné, takmer skulpturálne objekty, napr. v podobe už klasického slona alebo s iným, charakteristickým profilom, ako v prípade Líščej nory alebo Aladinovej jaskyne, ktoré poskytujú úkryt pod schodíkmi a iné preliezacie možnosti.

Tzv. hracie skulptúry sú dekoratívne riešené preliezačky, ktoré sa nezapájajú do modulových

zostáv. Majú charakteristické tvary a podľa nich aj názvy: Veža, Zvonček, Oblak, Dúha, Pieskový hrad, Fatamorgána (tvarovaná stena so sedačkami v rôznych uhloch, slúži zároveň ako clona alebo predel) a iné. Ich spoločným znakom je bohatstvo otvorov, priečok a schodíkov, ktoré dieťaťu umožňujú variabilnosť hry. Sem možno priradiť aj tzv. "dopravné" náradia, ako je lokomotíva, osobné a nákladné auto, campingový prívies. Množstvom vybavenia ponúkajú bohatý priestor pre detskú fantáziu: okrem stolov a lavíc je to napr. volant, ďalekohľad, telegraf, rýchlostná páka a kompas.

Aj ohrada pieskoviska je z modulových prvkov, takže môže byť kvadratická alebo mnoho-uholníková, môže sa k nej pridať rohová sekcia so striedkou alebo stolom, sedací modul, stožiar so zástavou alebo volantom, zásteny chrániace pred vetrom a pri menších pieskoviskách aj doska na zakrývanie.

Jedným z prídavných zariadení ihriska je pumpa na vodu v podobe kohúta, ktorá má vlastnú plošinu, takže sa dá ľahko priemiestniť a hadicou napojiť na kohútik.

Dominantou ihrísk sú kombinované zostavy. KOMPAN vyrába tri série: MS (základná podoba je loď ako rámec, v ktorom sa rozvíjajú rôzne aktivity), sériu MX pre 2-5 ročné deti a sériu OK Oase pre 4-8 ročné deti. Len v rámci série OK sa vyrába 54 štandardných zostáv! Ponúkajú sa však takmer ľubovoľné možnosti kombinovania a pripájania ďalších sekcií, čím sa ihrisko dá jednoducho obmieňať, ako aj prispôbovať vyššiemu veku - napr. jednej sídliskovej generácii - začlenením náročnejších preliezačiek, šplhacích náradí, pridaním poschodia a pod. Nosnými prvkami sú drevené stĺpy a preklady (dlážky, mosty). Uzlovými bodmi sú domčeky a rohové veže. Vstupmi a výstupmi sú schody, povrazové alebo pevné rebríky, šmykľavky, šplhacie tyče, laná, naklonené plošiny a pod. Zostavy majú obvykle dve úrovne, prízemnú a vyvýšenú (s podlahou vo výške 137 cm). Tam, kde sú väčšie deti (školské dvory a pod.), je možné konštrukciu zvýšiť o prvé poschodie, ktorého podlaha je vo výške 177 cm.

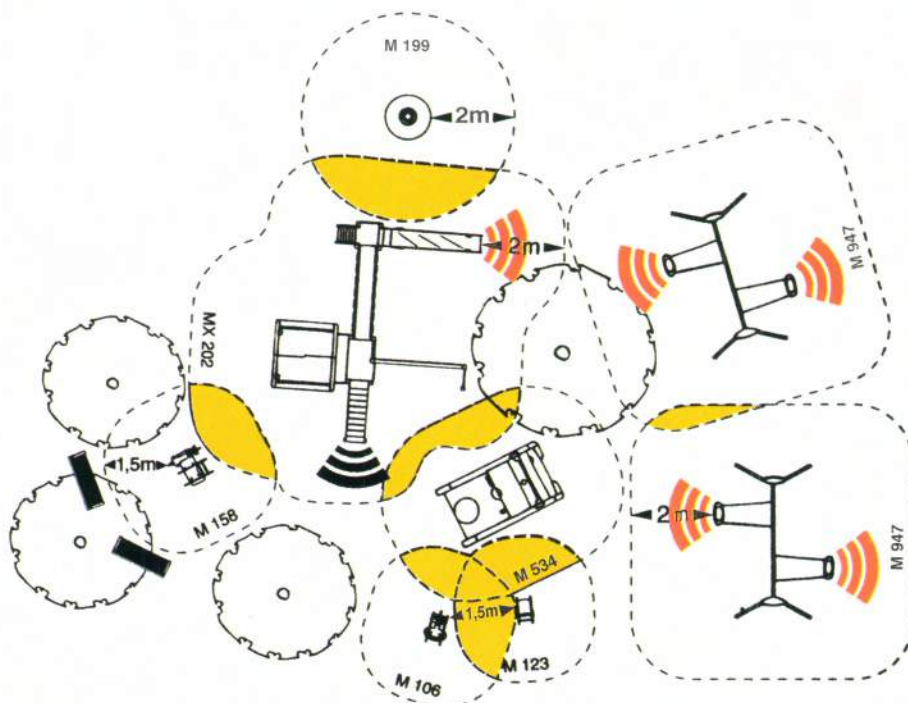
Predovšetkým v týchto zostavách sa vo veľkej miere uplatňujú laná, šplhacie siete a povrazové rebríky. Môže to byť napr. sieť s veľkými okami, upevnená na kladkách v 55° sklone, zvislá sieť tvoriaca samostatnú stenu alebo okrúhla, pavučinová sieť napnutá medzi tromi trámami.

KOMPAN nazýva svoje výrobky "obľým detailom v hranatom svete", farebným a veselým príspevkom do často sivého a nevýrazného prostredia. Podľa filozofie firmy ihrisko nie je len miestom na hranie, ale aj zdrojom estetického zážitku. Náradie je skulptúrou v krajine, jeho organické, oblé a príjemné formy sú preto odvo-

Pružina hojdačích zariadení - patent KOMPAN - vylučuje možnosť zaseknutia prstov.



Zostavy modulov sa dajú rôzne kombinovať a prispôbovať ihrisko podľa veku detí.



dené z prírody. Charakteristická je nápaditosť tvarov a profilov a premyslenosť do posledného detailu, ktorý nikdy nie je samoučelný. Farebná škála je intenzívna, apelujúca na deti (červená, oranžová, žltá, modrá), len nosné trámové súčasti majú prírodnú farbu.

Hlavným materiálom je drevo - materiál tradičný, obnoviteľný a recyklačný, ako zdôrazňuje filozofia firmy. Na nosné konštrukcie, t.j. stĺpy, schody, mosty, dlážky a pod., sa používa borovica impregnovaná tlakom alebo žltý americký céder (neopracovaný, keďže obsahuje olej). Hrany kvádrov sú vždy zaoblené, koncové časti stĺpov kryté plastickým krytom. Vodorovné preklady majú šikmý profil, aby "nezvádzali" k chodeniu po nich.

Na ostatné časti sa používa 21,5-22 mm hrubá preglejka, ktorej základom je borovica alebo breza.

Kovové súčasti sú z nehrdzavejúcej ocele, resp. s protikoróznou úpravou. Všetky vyčnievajúce časti, hrany a rohy sú zaoblené a spoje neprístupné. Skrutky sú chránené patentovaným samozatvárajúcim sa krytom, ktorý nepovolným prstom neumožní prístup (zmenšenie rizika vandalizmu). Kryty majú aj estetický efekt, keďže sa vyrábajú v kontrastných farbách alebo v podobe kvietku.

Plastové súčasti (rúčky, držadlá, sedadlá, hojdačky atď.) si udržiavajú svoje vlastnosti v teplotnom rozmedzí mínus 40°C až plus 70°C. Materiálové zloženie (nylon PA, polyuretán PUR, polypropylén PP a pod.) je vždy jasne uvedené, aby sa umožnila recyklácia.

Celková konštrukcia je vďaka modulovému systému jednoduchá a flexibilná: ponúkajú sa rôzne typy zapustenia do podkladu alebo možnosť presunu menších náradí. Hlavnou výhodou systému však je to, že na ihrisku sa môžu hrať rôzne vekové skupiny naraz a že môže podľa potreby rásť spolu s deťmi (prípadne s finančnými možnosťami). Údržba je zámerne lacná a nenáročná.

Najdôležitejším kritériom výrobkov je pochopteľne ich bezpečnosť pre dieťa. V tomto smere kladie KOMPAN veľký dôraz nielen na vzdelávanie svojich pracovníkov, ale zapája sa aj do medzinárodnej činnosti (členstvo v komisiách, vypracovanie noriem a pod.). Produkty KOMPAN-u spĺňajú prísne požiadavky dánskeho a nemeckého štandardu (Dansk Standard, TÜV Norddeutschland, DIN 7296, certifikát ISO 9002).

Výrobca vo svojom hlavnom technickom katalógu okrem rozmerov, materiálu a doby montáže výrazne udáva hodnoty minimálnej bezpečnostnej vzdialenosti medzi jednotlivými náradiami na ihrisku, ako aj bezpečnostnej plochy potrebnej pre každé z nich. Taktiež sa upozorňuje na dôležité detaily (napr. aby šmykávka bola čo najmenej vystavená priamemu slnku), odporúča sa vhodný spôsob inštalácie jednotlivých náradí alebo alternatívne riešenia.

Zdôrazňuje sa mimoriadna dôležitosť voľby správneho podkladu pre jednotlivé náradia. Odporúča sa piesok, drobný štrk alebo granulovaná kôra v približne 30 cm vrstve alebo gumový podklad napr. pod hojdačkami. Upozorňuje sa na to, že podkladový piesok nie je vhodný s jemným pieskom pieskoviska.

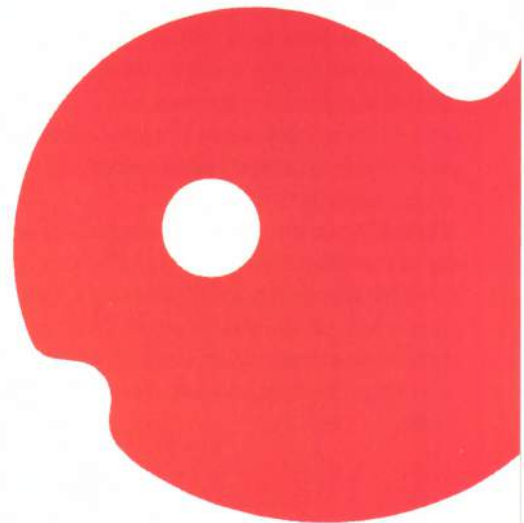
Pri všetkých náradiach a zostavách výrobca udáva, pre ktorú vekovú skupinu sú určené. Udáva, ktoré z nich sú svojím charakterom vhodné pre deti s handicapom alebo so slabšou



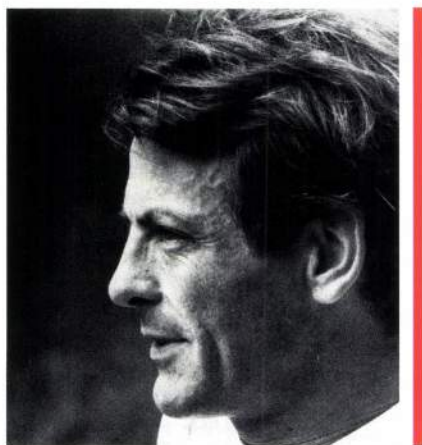
Hracie skulptúry podnecujú fantáziu a tvorivosť dieťaťa.

motorikou, ktoré buď priamo alebo v alternatívnom vyhotovení umožňujú prístup a pohyb invalidného vozíčka. Konzultanti KOMPAN-u radi aj pri špecifických potrebách, pri zariaďovaní väčších komplexov a hľadani optimálnych riešení.

Bezpečnosť nie je len hlavným kritériom pre výroby KOMPAN-u, ale aj v samotnej výrobe. V podniku sa prísne dbá na nezávadné a ekologicky správne pracovné prostredie. Vo všetkých prevádzkach je zavedená výpočtová technika.



Design pre trvácnosť a efektívnosť zdrojov



Walter R. Stahel

1. Úvod

Trvalo udržateľná ekonomika je založená na niekoľkých pilieroch, z ktorých každý je podstatný pre "prežitie" človeka na Zemi. To znamená, že sa nemôžeme dohadovať o prioritách alebo špekulovať o tom, ktorý z týchto pilierov si môžeme dovoliť stratiť ako prvý. Nemôžeme podstúpiť riziko, že stratíme čo i len jediný z nich:

1. *ekologický podporný systém* života na planéte (napr. biodiverzita): faktor regionálnej únosnosti prostredia s ohľadom na obyvateľstvo a jeho životný štýl;
2. *intoxikácia* (kvalitatívna, niekedy kumulatívna): priame nebezpečenstvo pre človeka vyplývajúce z rastu jeho vlastnej ekonomickej činnosti;
3. *toky hmoty* (kvantitatívne): faktor zmeny planéty, a teda nebezpečenstvo pre život človeka na Zemi;
4. *otázka životnosti a udržateľnosti našich spoločenských a ekonomických štruktúr* vrátane kvalifikovaného a zmysluplného zamestnania pre všetkých a sociálnej integrácie všetkých.

Takéto chápanie tvorilo základ hnutia, ktoré začiatkom 70. rokov prišlo s anglickým termínom "trvalá udržateľnosť" (sustainability). Konferencie Woodlands v Houstone (Texas) a s nimi súvisiace súťaže o Mitchellovu cenu od počiatku zdôrazňovali hľadanie trvalo udržateľnej spoločnosti. S rastúcou popularitou sa termín "trvalá udržateľnosť" stával čoraz nejasnejším, no napriek tomu je životne dôležitý pre zachovanie zmyslu širších súvislostí trvalo udržateľnej spoločnosti (vrátane takých fenoménov, ako je kvalita života), aby sme pochopili význam sociálnych, kultúrnych a organizačných zmien obsiahnutých v pohybe k trvalo udržateľnej ekonomike.

Prvý z uvedených pilierov trvalej udržateľnosti je doménou ochranárov (prírodné parky); druhý je doménou zákonodarcov (obmedzenia a zákazy); tretí je doménou inovačných obchodných stratégií v trhovej ekonomike; štvrtý predstavuje súhrn ostatných troch.

Tento článok sa zameriava na tretí pilier - toky hmoty (alebo "efektívnosť zdrojov") a jeho neviditeľného brata - dvojča - toky zodpovednosti.

RECYKLÁCIA znamená uzavretie materiálových cyklov, aby sa zmenšilo poškodzovanie životného prostredia v oboch extrémoch lineárnej ekonomiky, t. j. aby sa zmenšilo odčerpávanie zdrojov a odpad. V mnohých prípadoch však recyklácia nebude ekonomicky realizovateľná a musí ju sprevádzať povinnosť znova vykúpiť použité výrobky.

OPĀTOVNÉ VYUŽITIE znamená hľadanie najvyššej možnej ekonomickej hodnoty pri opätovnom využívaní tovaru, komponentov a materiálov. Požiadavky opätovného využitia sa musia vziať do úvahy v designe výrobkov (modulárny systémový design, princíp všeobecnosti) a istou motiváciou by malo byť spätné vykupovanie použitých výrobkov.

VYKUPOVANIE POUŽITÝCH VÝROBKOV znamená uzavretie cyklov zodpovednosti za výrobky, aby sa zaručilo čo najekonomickejšie opätovné využitie odpadových výrobkov. Za výkup sú zodpovední výrobcovia, dovozcovia, obchodníci a spotrebiteľia "od začiatku späť k začiatku". Vykupovanie použitých výrobkov musí byť viazané povinnosťou opätovne ich využiť/recyklovať.

Ekonomická analýza dôsledkov zodpovednosti za výrobky od začiatku do začiatku nevyhnutne nastolí otázku, či je vhodné vyrábať a predávať tovar s krátkou životnosťou. Také alternatívy, ako napr. produkcia a predaj tovarov s dlhou životnosťou alebo predaj výsledkov využitia tovaru skôr ako tovaru samotného, by mohli poskytnúť strategickú výhodu a ekonomickú motiváciu tým ekonomicky činným subjektom, ktoré ich dokážu správne uskutočniť - a z toho priamo vyplynie zvýšená udržateľnosť a konkurencieschopnosť.

Vykupovanie použitých výrobkov a recyklácia obracajú lineárne ekonomické myslenie, kde materiály, ako aj zodpovednosť za výrobky prechádzajú v bode predaja z výrobcu na konzumenta, na trvalo udržateľné ekonomické myslenie v cykloch. Vyššia efektívnosť zdrojov sa dá dosiahnuť "redukciou rýchlosti toku materiálov v ekonomike" prostredníctvom technických a obchodných stratégií podporujúcich dlhodobé využívanie tovaru, a "redukciou objemu toku materiálov" prostredníctvom intenzívnejšieho využívania tovarov a zdrojov, ktoré sú v nich inkorporované.

Zvyšovanie životnosti tovaru je prevenciou znečisťovania životného prostredia! Zdvajnasobenie dĺžky používania (alebo životnosti) tovarov na takmer presýtených trhoch znižuje o polovicu potrebu surovín a energie na výrobu a znižuje o polovicu množstvo odpadu po konzumácii bez zníženia životnej úrovne. Redukuje banský odpad a poškodzovanie životného prostredia v ťažbnom priemysle, odpad vo výrobe, v distribúcii, recykláciu a likvidáciu odpadu o 50 % väčšinou s existujúcou technológiou a za rovnakú alebo nižšiu cenu pre užívateľa!

Optimalizácia využívania s možnosťou technologicky zušľachťovať systémy zavádzaním najnovšej technológie by veľmi posilnila technickú, komerčnú a ekonomickú inováciu a zmenšila by sa zraniteľnosť organizácií vďaka skráteniu času, za ktorý sa nové výrobky dostanú na trh, tesnejšiemu vzťahu so zákazníkmi a väčšiemu vplyvu designu na kontinuálne zdokonaľovanie výrobkov.

2. Design a využívanie výrobkov: úvahy o sérii prípadových štúdií

Zníženie odpadu a stratégiu šetrenia zdrojov je možné aplikovať na:

- *výrobu* (čisté technológie cez uzavreté cykly, t. j. primárna recyklácia),
- *využívanie* (tovar s dlhou životnosťou, predĺženie životnosti výrobkov a intenzívnejšie využívanie materiálov a tovaru),
- *d'alšie využitie* (sekundárna recyklácia čistých, triedených materiálov).

Z týchto stratégií majú len prvé dve preventívnu povahu, zatiaľ čo tretia má nápravnú povahu. My sa teraz sústreďujeme na preventívne stratégie.

Uzavreté cykly tovarov, komponentov a materiálov sú spoločným menovateľom prevencie znečistenia životného prostredia. Ďalším spoločným menovateľom je potreba riadiacich rozhodnutí: prevencia znečistenia životného prostredia sa neuskutoční náhodou!

Uzavretie technologických cyklov znamená predovšetkým úzku späťosť ponuky a dopytu. To však neznamená, že tieto spojenia sú ekonomicky životaschopné, alebo že sa aplikujú vo voľnom trhu s jeho jestvujúcimi mocenskými štruktúrami. Zodpovednosť za výrobky "od kolísky po hrob" je len zušľachtením práce hrobára. A uzavretie cyklov neovplyvňuje rýchlosť toku ani objem toku materiálov alebo tovarov v ekonomike.

Za predpokladu, že žiaden proces z refazca výroba-distribúcia-recyklácia nebude nikdy celkom "čistý" (poruchy, havárie), najlepším spôsobom dosiahnutia integrovanej prevencie znečisťovania životného prostredia teda je hľadanie možností zníženia rýchlosti a/alebo objemu toku materiálov v ekonomike, ktoré sa potom preniesu do prevencie znečisťovania životného prostredia. Takéto možnosti treba hľadať najmä v optimalizácii využívania tovaru.

Redukcia rýchlosti kolobehu (materiálových tokov)

Tovar s dlhou životnosťou a predĺženie životnosti výrobkov znamená spomalenie toku materiálov z výroby k recyklácii (alebo likvidácii). Zdvajnasobenie dĺžky používania ("životnosti") tovaru (na takmer nasýtenom trhu) sa prejaví znížením rýchlosti materiálových tokov o polovicu.

Predĺženie životnosti výrobkov teda neznamená nevyhnutne prevenciu znečistenia životného prostredia iba v používaní, ale aj vo výrobe, distribúcii (vrátane balenia) a recyklácii/likvidácii, ako aj znížením poškodzovania životného prostredia, spôsobené dopravou nevyhnutnou na tieto činnosti.

Dá sa povedať, že existujú základné rozdiely v ekonomickej uskutočniteľnosti uzavretých cyklov: čím sú cykly menšie (veľkosť cyklov rastie od opätovného využívania k oprave, opätovnej výrobe, technologickému zušľachteniu, vytriedeniu a nakoniec k recyklácii), tým sú rentabilnejšie.

Opätovné využívanie tovaru a predĺženie životnosti výrobkov implikuje rôzny vzťah k času: používanie má otvorený časový faktor! V záujme ekonomickeho prospechu musíme aplikovať rovnakú logiku na predaj: namiesto predaja samotného tovaru musíme predávať používanie tovaru; teda budeme mať prinajmenšom rovnaký obrat a zisk ako predtým, keď sme predávali výrobky. Napríklad namiesto predaja agrochemikálií by firma mohla predávať polia bez buriny a bez škodcov! V jednom prípade, kde sa to skúšalo niekoľko rokov, sa spotreba agrochemikálií znížila o 70 %.

Hlavný rozdiel medzi predajom výrobkov a predajom výsledkov je zodpovednosť: logika predaja služieb implikuje perfektnú kvalitu a širokú zodpovednosť za ne, t. j. neobmedzenú zodpovednosť výrobcov a ich agentov (dovozcov a obchodníkov) za výrobky "od začiatku k začiatku" vrátane zodpovednosti za poškodzovanie životného prostredia na všetkých úrovniach.

Zníženie objemu kolobehu (materiálových tokov)

Spoločné používanie a polyfunkčný tovar umožňuje redukciu objemu materiálov, ktoré prechádzajú z výroby k recyklácii (alebo likvidácii), t. j. vyššiu efektívnosť zdrojov na jednotku využitia.

Vyššia efektívnosť využitia zdrojov prostredníctvom spoločného používania a multifunkčných tovarov teda

umožňuje spoločnosti získať rovnakú úžitkovú hodnotu z tovaru, pričom sa značne zredukuje objem spotrebovaných zdrojov.

Napríklad polokomerčná práčka vo verejnej pracovni používa 10 až 40-krát menej vstupných zdrojov na práci cyklus (vo výrobe, distribúcii, recyklácii) ako domáca práčka, pričom výsledok je porovnateľný (Stahel, 1991/1993).

"Polyfunkčný komunikačný prístroj", ktorý je súčasne tlačiarňou, snímačom, fotokopírkou a faxom, využíva 4-krát menej zdrojov (vo výrobe, distribúcii a recyklácii) ako špecializovaný prístroj, ktorý vykonáva len jednu z týchto funkcií.

Systémové riešenia

Systémové riešenia môžu zabezpečiť zníženie rýchlosti a objemu materiálových tokov v ekonomike - od výroby k recyklácii (alebo likvidácii).

Majáky sú historicky najbežnejším systémovým riešením: zvýšili dlhodobú bezpečnosť lodnej dopravy viac ako akékoľvek zdokonalenie lodí - a za zlomok týchto nákladov.

Systémové riešenia sú často výsledkom analyzovania "starého" problému novým spôsobom. Prinútenie letectva používať na letiskách "zásuvné" systémy namiesto pomocných energetických systémov vedie k výraznému zníženiu znečistenia vzduchu, najmä v krajinách s čistou (hydro-) elektrinou.

Mikro-kogenerácia tepla a energie decentralizáciou energetických zdrojov tam, kde je potreba tepla, a transpor-

tom elektrickej energie v jestvujúcej sieti je ďalšie systémové riešenie. Vedci v Imperial College v Londýne vyvinuli generátor striedavého prúdu, ktorý váži 40-krát menej ako tradičný dieselový generátor a potrebuje len minimálnu údržbu. Toto nové zariadenie môžeme napr. spojiť s kogenerátorovým modulom na použitie vo vzdialených oblastiach. To je tiež dokonalý príklad dematerializovanej technológie.

Moderné ťahače lietadiel, ktoré nahrádzajú traktorové ťahače, môžu tlačiť a ťahať Boeing 747 napriek tomu, že vážia len niekoľko ton, a môžu ušetriť okolo 10 % celkovej spotreby paliva tým, že dotiahnu lietadlá na začiatok rozbehovej dráhy.

3. Ekonomika skrytá za vyššou efektívnosťou zdrojov

Obidva uvedené prístupy k znižovaniu objemu a rýchlosti tokov materiálov v ekonomike sa spoliehajú na zameranie ekonomiky na optimalizáciu celkovej životnosti výrobkov väčšmi ako na tradičnú optimalizáciu výroby. Životnosť výrobkov zahŕňa výrobu, ďalej prevádzku, údržbu a opätovnú výrobu výrobkov. Optimalizácia životnosti výrobkov však neeliminuje potrebu ekologickej optimalizácie výroby, napr. prevenciu znečisťovania prostredníctvom čistých technológií a uzavreté cykly vo výrobe.

Toto nové ekonomické zameranie tiež implikuje zmeny v niektorých základných ekonomických predstavách:

- zahnutie "časového" faktora do ekonomického myslenia, t. j. prijatie dynamického nelineárneho prístupu, a kalkuláciu vstupu zdrojov na jednotku využitia (služieb)

na dlhé časové obdobia;

- zmenu centrálneho chápania ekonomickej hodnoty: z výmennej hodnoty na úžitkovú hodnotu;

- zmenu chápania rizika: z podnikateľského rizika na čisté riziko;

- rôzny postoj k vlastníctvu: postavenie používania sa stáva dominantným nad postavením majetku;

- zmenu funkcie bodu predaja: z jednorazového nenávratného bodu na prechod vlastníctva a zodpovednosti do bodu služieb zameraných na kompletne uspokojenie zákazníka vrátane bezplatnej výmeny výrobku a opätovného prerokovávaného kontraktu;

- nový vzťah k tovaru: chápanie účasti a angažovanosti ako základu vytvárania bohatstva.

Walter R. Stahel je medzinárodne uznávaný odborník na oblasť environmentálnych konceptov a v súčasnosti pôsobí ako riaditeľ Inštitútu dlhej životnosti výrobkov v Ženeve. Pracuje pre rôzne medzinárodné inštitúcie zaoberajúce sa obchodným manažmentom a priemyselnými analýzami. Je držiteľom viacerých medzinárodných ocenení za štúdie v tejto oblasti. Je autorom mnohých odborných článkov a siedmich kníh, ktoré vyšli v 90. rokoch. W. R. Stahel, pôvodným povoláním architekt, sa orientuje na oblasť ekonomických stratégií a technológií udržiavania, obnovy a revitalizácie výrobkov, tovarov a systémov. Ako nezávislý poradca v tejto oblasti pôsobil v mnohých európskych krajinách, USA a na Strednom a Ďalekom východe.

Rast kvality namiesto rastu kvantity



Mikuláš Huba

Keď začiatkom 70. rokov vydal kolektív vedený Denisom Meadowsom prvú správu Rímskeho klubu pod názvom Medze rastu, dal tým, okrem iného, symbolickú bodku za ilúziou neobmedzeného rastu a plytvania. Nik dovtedy nedokázal presvedčivejšie, že neobmedzený rast ekonomiky, počtu obyvateľov, čerpania zdrojov či hromadenia odpadov v obmedzenom priestore, akým je naša Planéta, je logický nezmysel.

Kľúčovým problémom je, podľa autorov Medzí rastu, ideológia a prax nekontrolovaného rastu - ekonomického, populačného, devastačného. Naopak, jedinou dlhodobou nádejou pre ľudstvo a Planétu je regulácia tohto rastu na úroveň, keď sa bude pohybovať okolo nuly. Takpovediac od večera do rána sa Medze rastu stali jednou z najviac diskutovaných a kritizovaných publikácií na

svete. Nie div, keď zasiahli Achillovu pätu oboch hlavných politicko-ekonomických systémov. Veď ideológia ako budovateľov komunizmu, tak aj kapitalizmu bola založená práve na stálom raste a vzájomnej súťaži.

A tak napriek tomu, že Meadows a kol. vychádzali len z dostupných hodnoverných štatistík a s pomocou matematických modelov sa na základe doterajšieho vývoja pokúšali predvídať vývoj v nie veľmi vzdialenej budúcnosti bez toho, že by boli poplatní akejkoľvek ideológii, ideológovia sprava i zľava ich podrobili združujúcej kritike. Podľa jedných autori ignorujú neobmedzené možnosti vedy a techniky, podľa druhých môže avizovaná kríza postihnúť iba Západ.

Našťastie nie všetci mávli nad Medzami rastu rukou. A netýka sa to len kritikov civilizácie, ekofilozofov či ochrancov životného prostredia. Týka sa to aj menej predpojatých, osvietenejších verejných činiteľov a nezávisle uvažujúcich intelektuálov najrozličnejšieho razenia. Týka sa to však aj nemalej časti výroby a obchodu. Nie div, keď niekoľko mesiacov po publikovaní Medzí rastu vypukla na svetovom trhu ropná kríza, ktorá ich autorom dala plne za pravdu. Ešte viac im dal za pravdu vývoj v uplynulých dvadsiatich rokoch, ktorý napriek určitým korektúram, ku ktorým došlo aj vďaka varovnej prognóze meadowsovcov, sa uberal v zásade smerom, pred ktorým nás už na začiatku 70. rokov varovali Medze rastu.

Medzi jednotlivcov a inštitúcie, ktorí/ktoré sa snažia zmeniť charakter rastovej paradigmy, patrí aj pán Stahel a ním vedený Inštitút životnosti výrobkov v Ženeve. Zjednodušene možno povedať, že im ide o náhradu rastu kvantitou rastom kvality. Ústrednou a v polemikách o životnom prostredí a rozvoji často podceňovanou myšlienkou Stahelovej úvahy je nevyhnutnosť zníženia rýchlosti a objemu materiálových tokov v ekonomike. Zrejme takéto poňatie nie je v súlade so záujmami súčasnej výroby pre výrobu a spotrebu pre spotrebu, je však v záujme ľud-

stva a planéty a predstavuje jedno z možných východísk aj vo svete spomínaných Medzí rastu.

Odmietnutie "kultúry výrobkov na jedno použitie" je nielen výzvou k šetrnejšiemu postoju k zdrojom Zeme a prostrediu, v ktorom žijeme, ale aj krokom k renesancii kultúrnej tradície "výrobkov pre viac generácií" a "výrobkov, ktoré majú dušu". V takomto kultúrnom postoji sa zrkadlí nová úcta k človeku, k predmetom, s ktorými každodenne obcujeme, i k živým a neživým prírode ako celku.

Na otázku, nakoľko sa plnia jeho neradostné prognózy, mi profesor Meadows počas svojej nedávnej návštevy v Prahe odpovedal, že asi na 97 %. Je to vážne varovanie pre tento náš svet, ale najmä pre tie krajiny, kde sa narušované ilúzie vytrvalo tešia väčšej popularity než nepríjemné pravdy.

Mikuláš Huba študoval prírodné vedy na UK v Bratislave. Od roku 1987 sa ako vedecký pracovník Slovenskej akadémie vied zaoberá environmentálnou geografiou, krajinným plánovaním, rizikami súčasného vývoja dôsledkami konceptov udržateľného vývoja. Je autorom asi 400 vedeckých a populárnovedeckých článkov, filmov, TV programov a pod. Prednášal na konferenciách v Európe, Amerike, Afrike, Austrálii. Významná je aj jeho práca v oblasti tretieho sektora. V rokoch 1989-93 pôsobil ako predseda SZOPK, v súčasnosti je predsedom Spoločnosti pre trvale udržateľný život v SR a podpredsedom tejto organizácie v ČR. Pracuje ako člen viacerých nevládných organizácií ako napr. Rímsky klub, SCOPE, je podpredsedom Generálneho zhromaždenia Regionálneho environmentálneho centra pre strednú a východnú Európu.

...po skončení HRY

(k výstave Súčasná slovenská hračka)

Hračka v rukách dieťaťa je fenomén, ktorý vo vzájomnej symbióze s ním získava novú dimenziu, iný - štvrtý rozmer. O ich vzájomnej interakcii a neopakovateľnej zviazanosti sa toho popísalo už dosť. O tom, že tomu tak nie je len u detí, sa bolo možné znovu a znovu presvedčať na výstave Súčasná slovenská hračka, ktorú v premiére ešte v auguste 1993 pripravila Galéria M. A. Bazovského v Trenčíne.

Ohlasy na výstavu boli priaznivé už v Trenčíne a neoslabil ani na jej ďalších reінštaláciách v Liptovskom Mikuláši, Čadci, Budapešti, Kecskeméte, Košiciach, Piešťanoch, ba ani v Bratislave.

Na výstave sa predstavili tridsiati deviat, predovšetkým profesionálni výtvarníci tým najlepším, čo za posledné roky v oblasti súčasnej hračkárskej tvorby na Slovensku vytvorili.

Bolo tu možné nájsť hravú poéziu dnes už nestora slovenskej hračky Vladimíra Kompánka, veselú šantivosť Miroslava Cipára a nechýbali ani zaujímavé originálne objekty ďalších autorov - predovšetkým výtvarných pedagógov, bábkarských a divadelných scénografov, ale najmä mladých umelcov, ktorým učarovala hračka. Z nich práve Michal Uhrín nedávno prebral za kolekciu svojich hračiek ocenenie za najlepší slovenský design roku 1993.

Nebolo jednoduché harmonicky zladíť toľko autorských individualít, tvorivých prístupov, šírku použitých materiálov i stvárnených tém, keď navyše medzi vystavujúcimi autormi existovali výrazné rozdiely v presvedčení, čo ešte možno za hračku považovať, aké uplat-

nenie jej sám autor prisúdil, či v podobe, do akej ju zahľadil.

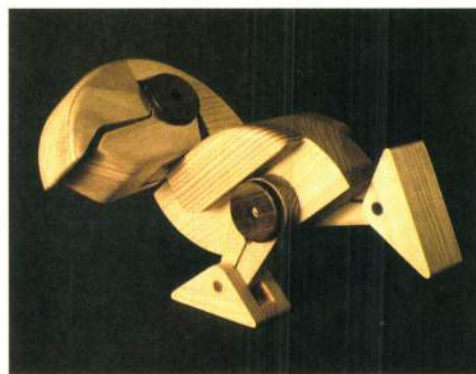
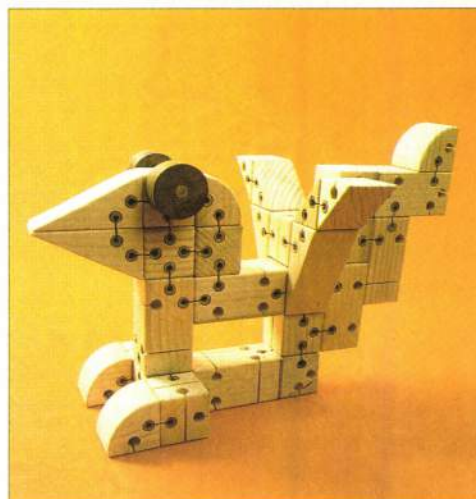
V expozícii rozčlenenej do niekoľko navzájom sa prelínajúcich a dopĺňajúcich tematických celkov boli zastúpené autorské kolekcie s výrazným špecifickým rukopisom tej-ktorej osobnosti.

Poetiku a jedinečnosť vystavených diel umocnil aj výber použitého materiálu. Dominovalo drevo v jeho prírodnej kráse, niekedy morené či farbené. Pôsobivá bola aj veselá farebnosť a mäkkosť textilu. Nechýbali ani práce z hlíny, papiera či kovu.

Mnohí výtvarníci raz voľnejšie, inokedy vernejšie nadviazali na ľudové vzory, techniky a materiály. Iní, predovšetkým technicky vzdelaní autori, vychádzajú z súčasnej civilizačných impulzov, vystavovali jednoducho a čisto designersky vyriešené modely poľnohospodárskych, stavebných, ale aj iných funkčných strojov, skladačiek či stavebníc. Najzaujímavejšími projektmi sa predstavili profesionálni umelci prostredníctvom originálnych výtvarných objektov, plných tajomných príbehov nielen zo sveta rozprávok, snov a fantázie, ale i ďalekej exotickéj prírody.

Výstava, na ktorej sa popri tradičných predstavili i nové trendy v tejto oblasti, zaznamenala pozitívne hodnotenie zo strany laickej i odbornej verejnosti, ako aj záujem obchodníkov a výrobcov. Všetky uvedené skutočnosti, predovšetkým však vôľa vystavujúcich autorov nepoľaviť v tvorivej aktivite, vyvolávajú optimizmus nad ďalším smerovaním a vývojom súčasnej hračkárskej tvorby na Slovensku.

Elena Porubánová



Hračky Michala Uhrína



Instant City (Ron Herron, Peter Cook, Dennis Crompton, 1969-70)

"Instantné mesto" prináša informácie a predstavenia. Jeho vybavenie, svetlá a zvuk sa prepravuje na kamiónoch a dajú sa ľahko zmontovať. Mesto okamžite "infiltruje" existujúce ulice a budovy, rozloží sa i na viacúrovňových križovatkách v Los Angeles.



Walking City (Ron Heron, 1963-64)

"Chodiace mesto" cestuje po svete a prepravuje svojich robotníkov-cestovateľov za prácou, ľahostajných k miestu. Mesto je vystupňovanou a prototypickou verziou megaštruktúry.

Foto: Archiv Centre Georges Pompidou

Archigram

V lete 1994 sa v Centre Georges Pompidou v Paríži prezentovala veľká retrospektíva venovaná skupine anglických architektov Archigram - Warren Chalk, Ron Heron, Dennis Crompton, Peter Cook, David Greene, Michael Webb, ktorí vzbudili pozornosť v 60. rokoch a pracovali spolu až do polovice 70. rokov. Archigram začlenil do svojich projektov nový svet konzumnej spoločnosti, ktorý sa naplno prejavil v 60. rokoch: priťažlivé farebné výrobky na jedno použitie, supermarkety, rockovú hudbu a Beatles, reklamu, vedeckú fantastiku, začiatky informatiky a rozvoj telekomunikácií, cesty

do vesmíru. Architekti už nevnímajú architektúru v spojení s formou a materiálom, ale so zaužívanými faktmi, zvykmi, udalosťami. Ich mestá sú v pohybe, obydľie je krátkodobý spotrebný predmet, ktorý sa sťahuje spolu s majiteľom. Architekti Archigramu rozvíjajú do extrému modernistické námety a dostávajú sa k nehmotnej nafukovacej priehľadnej či neviditeľnej architektúre. Základnými kameňmi architektúry sa pre nich stali hologramy, simulátory, premietacie plátna a televízory. Informácie, slová a obrazy premietané na zavesených obrazovkách, riadené balóny alebo vzdu-

cholode tvoria základy tejto "nearchitektúry" alebo virtuálnej architektúry. Extrémne uvedomenie si sily obrazov priviedlo Archigram k vytvoreniu priestorov, v ktorých sú len projekcie, čo znamenalo zrušenie predstavy architektúry 20. stor. ako formy a konštrukcie.

Výstavu zostavili niekdajší členovia Archigramu a predstavili na nej vyše 350 plánov, dvadsať makiet, audiovizuálne projekty a rekonštrukcie výstav zo 60. rokov, ako aj časopis Archigram, ktorý bol platformou myšlienok skupiny.

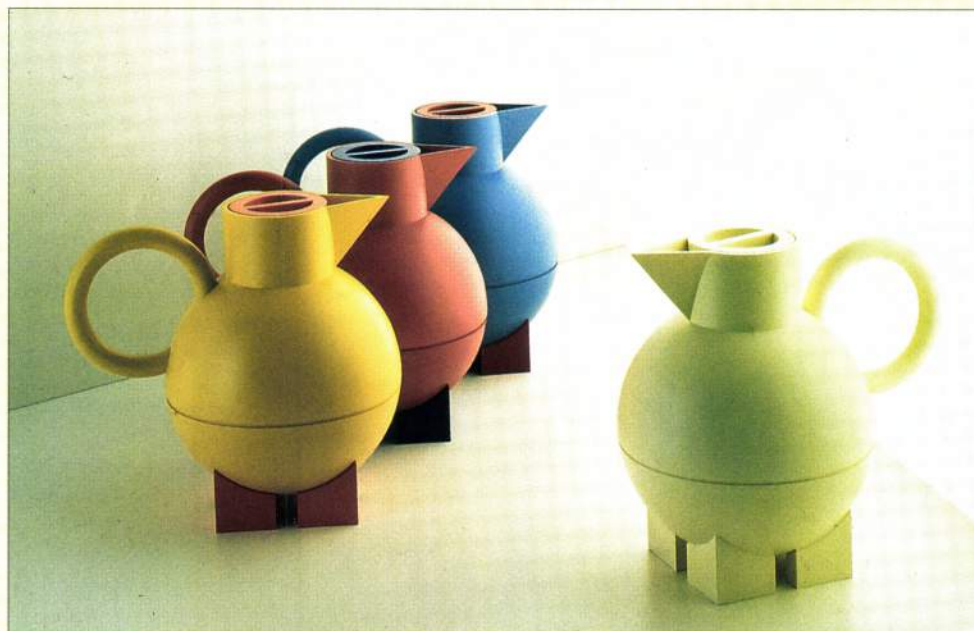
Bohatosť a jednoduchosť

Pod týmto názvom sa predstavila v októbri 1994 v Bratislave putovná výstava Dánskeho design centra v Kodani, predstavujúca vo fotografickom a textovom materiáli, ale aj niekoľkými exponátmi vynikajúce hodnoty dánskeho designu. Tento pojem sa objavil v 50. a 60. rokoch, keď viacero dánskych designerov získalo svetové uznanie. Prvým z nich bol Hans Wegner, ktorý je dnes živou legendou dánskeho designu. O svojom prístupe k práci hovorí: "Čo by urobil dobrý remeselník so svojimi zručnosťami a miestnym dostupným materiálom? Odlož, čo je nepotrebné. Zjednoduš to a urob z toho funkčné majstrovské dielo. Nesnaž sa vytvoriť umelecké dielo. Pokús sa navrhnuť dobrú stoličku." Týmto princípom sa riadili mnohí tvorcovia designu, ako napr. Arne Jacobsen, Finn Juhl, Verner Panton, Poul Kjaerholm, Poul Henningsen a ďalší. Dosiahnuť rozmanitosť pomocou jednoduchosti bol princíp, ktorým sa riadila aj väčšina priekopníkov dánskeho priemyslu - napr. firmy Bang and Olufsen, LEGO, Grundfos, Novo Nordisk, Danfoss a ďalší. Súčasný dánsky design predstavujú ekologicky šetrné projekty, ako sú čerpadlá Grundfos, podlahovina Junckers, zavlažovací systém Terra Vita, nábytok, textilie, spotrebné predmety - hodinky, lampy či inzulinová injekcia Novolet na okamžité použitie, ktoré sú dôkazom pokračovania najlepších tradícií dánskeho designu.

(en)

Stolička Skagen. Design: Jorgen Gammelgaard.
Výrobca: Schiøng.

Foto: Archív DDC, Kodaň



Euclid

Jednou z posledných noviniek firmy Alessi je plastový program Euclid, ktorý navrhol známy americký architekt a designer Michael Graves, autor projektov mnohých kultúrnych a vzdelávacích zariadení, administratívnych budov a hotelov v USA. Euclid je súbor piknikového riadu pozostávajúci zo šálatovej misy a nabe- račiek, čajníka s termoskou, kuchynskej dózy, prenosnej chladničky, podnosu a zásobníka na obrúsky. Vyrába sa v dvoch farebných modifikáciách: žltá-červená a modro-červená. Michael Graves o svojom najnovšom projekte hovorí: "Kým nevznikol tento projekt pre firmu Alessi, nepovažoval som myšlienku navrhnuť plastový piknikový riad za zaujímavú, kvalita materiálov používaných v USA na tento účel nebola vysoká.

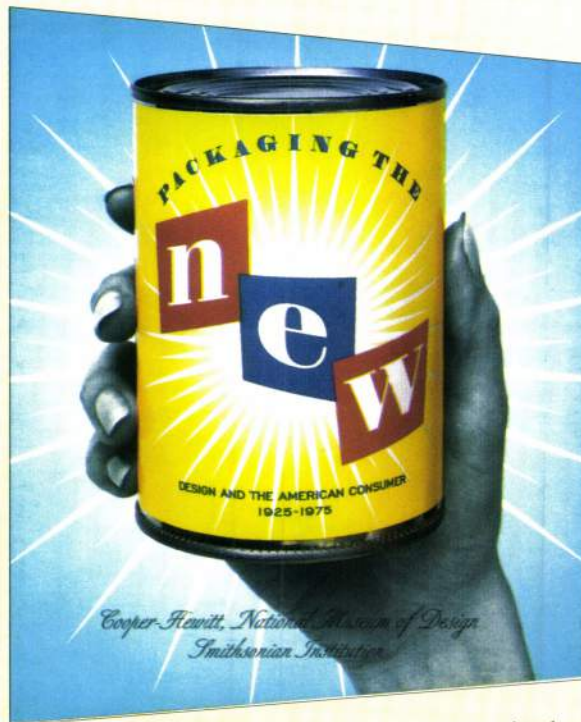
Pri úvahách o tomto programe sme hľadali iný vzor než tradičné vojenské smaltované riady, ktoré sú typickým americkým campingovým a piknikovým vybavením už od 19. storočia. Tento posledný príklad nás inšpiroval použiť trochu prekvapujúcu variáciu geometrického tvaru a farby v plastovom materiáli. Priamočiary a kubický výraz je celkom neočakávaný, každý si ihneď uvedomí jeho odlišnosť od typického plastového riadu. Každý kus má trojčastovú kompozíciu: nohy, telo a okraj alebo vrchnák. Vyjadruje to antropomorfný, či skôr robotický charakter, humanizujúci euklidovskú geometriu týchto farebných plastových objektov."

(en)

Foto: Archív Di Palma, Miláno



Packaging the New



Design a americký spotrebiteľ 1925-1975

"Prečo Američania kupujú tak veľa vecí? Prečo sme takí posadnutí najnovšími a poslednými tovarmi, ktoré sa objavujú na trhu? Toto sú dôležité otázky, ktoré si kladieme, približujúc sa ku koncu storočia. Preľudnenie, chudoba, znečistenie a vyčerpanie nerastného bohatstva Zeme nás nútia preverovať našu konzumnú kultúru." Toto sú otázky, ale súčasne aj vysvetlenie zámeru tvorcov výstavy v Národnom múzeu designu Cooper-Hewitt v New Yorku, ktorá sa konala od

februára do augusta 1944. Na veľkej ploche výstavného priestoru sa prezentovala spotrebná kultúra piatich desaťročí, ktoré boli obdobím narastania blahobytu pre veľkú časť americkej populácie. Na začiatku tohto obdobia sa vytvorili podmienky pre vznik špecifickej profesie priemyselného designera a pre spoluprácu designerov, výrobcov a tvorcov reklamy, ktorá v nasledujúcich desaťročiach určovala tempo produkcie a spotreby predmetov každodennej potreby. Koncom 20. rokov výrobcovia automobilov a tvorcovia reklamy získali skúsenosť, že "styling" - zmena vzhľadu produktu - môže podporiť jeho predaj. V nasledujúcom desaťročí sa zaviedla prax "zastarávania" výrobku umelo urýchľovaná predstavovaním jeho nových variácií so zmenenou farebnosťou a tvarom. Bola to živná pôda pre rozšírenie nových módnych aerodynamických tvarov (streamlining), ktoré ovládli celú škálu spotrebných tovarov od áut až po hriankovače. Posledným desaťročím, ktoré výstava mapovala, boli 60. roky, obdobie nákupnej horúčky a podliehania reklame,

ktorá určovala konzumný spôsob života. Výstava zhrnula aj prínos klasikov amerického designu 20. storočia, ako boli Raymond Loewy (autor fľašky Coca Cola, ale i vlakov a lietadiel, obhajca designu ako nástroja na zjednotenie sveta), Henry Dreyfuss (designer známy svojimi piatimi "bodmi" dobrého designu: pohodlie, bezpečnosť, jednoduchá manipulácia, udržiavateľnosť, vzhľad), Walter Dorwin Teague (designer a autor knihy o filozofii designu Design This Day z r. 1940), Norman Bel Geddes (popularizátor aerodynamických tvarov) a ďalší.



Predajňa Twigi

Pred rokom získala odevná firma Twigi (majiteľky Z. Gundová a E. Gomolčáková) cenu za "systematické uplatňovanie designu vo firemnej stratégii" v súťaži Dobrý design '93 (pozri DE SIGN UM č. 1/94). Dnes s radosťou konštatujeme, že hoci sa ocenenie týkalo predovšetkým presadzovania jednotného štýlu v odievaní, rozšírilo svoju platnosť i na prezentáciu modelov a vytváranie celkového imidžu firmy. Majiteľkám sa konečne podarilo získať priestor - predajňu, ktorej vyriešili podľa vlastných predstáv a vkusu. Zariadenie

predajne tvoria jednoduché interiérové prvky z prírodných materiálov - drevo, ľan, prútie a pod.. Väčšinu z nich navrhol a realizoval spolumajiteľ firmy Tibor Gunda.

Predajňa má svoj charakter, štýl nielen ponúkaným tovarom, ale už i samotným interiérom. Teší nás, že si firma buduje svoj vlastný imidž a pomáha jej pri tom i ocenenie, ktoré získala.

K.H.



PH lampa 3/2 z roku 1927

PH lampa

V septembri 1994 zaznamenala dánska odborná i laická verejnosť 100. výročie narodenia jedného z najznámejších dánskych designerov Poula Henningsena (+1967). Ťažko uveriť, že jeho prvá lampa, ktorá sa stala klasikou v dejinách designu 20. storočia, sa po prvý raz rozsvietila v roku 1926. Veď dodnes sú modernizované varianty PH lampy, ako ju Dáni dôverne nazývajú, veľmi populárne a obľúbené pri zariaďovaní domácností i verejných priestorov. V roku 1926 mal Poul Henningsen za sebou už desať rokov intenzívneho úsilia v hľadaní optimálneho vybavenia pre elektrickú žiarovku, vtedy nový zdroj svetla, ktorý vyžadoval aj celkom nový prístup k riešeniu lampy. Poul Henningsen vytvoril pre novú výstavnú priestor Forum v Kodani rad návrhov na osvetlenie a jedným z nich bola aj lampa s tromi medenými tienidlami, stupňovite sa otáčajúcimi ako špirála okolo stredy ukrývajúceho žiarovku. Lampa priniesla autorovi okamžitý úspech a jej epochálne jednoduchá konštrukcia sa začala ihneď napodobňovať a kopírovať. V nasledujúcich rokoch sa najčastejšie využívala optimálna kombinácia tienidiel s priemerom 85 - 30 - 16 cm a lampy sa vyrábali s tienidlami z rôznych kovov i skla s rôznym stupňom transparentnosti a matnosti povrchu v typovej škále, ktorá mohla uspokojiť akékoľvek individuálne požiadavky. Základný rad PH lúč sa udržal vo výrobe až do 60. rokov, keď sa začali vyrábať modernizované modely z kovov. Vďaka svojmu nadčasovému designu zostáva lampa Poula Henningsena aktuálna až dodnes.

Výročie Poula Henningsena oslávilo kodanské Umeleckopriemyselné múzeum veľkou retrospektívou designera (10.9.1994 - 1.1.1995) a výrobou špeciálnej série repliky lampy 2/3 z roku 1927, ktorá sa napriek svojej cene stretla s veľkým záujmom zberateľov a obdivovateľov PH.

(en)

Foto: Bent Ryberg

Nové zariadenie na letisku v Ríme

Talianska firma Matteograssi, známa vynikajúcou kvalitou svojho designu i spracovania kože, čo dosiahla za vyše sto rokov získavania skúseností počas existencie

firmy, vybavila svojím nábytkom renovované priestory rímskeho letiska Leonardo da Vinci. Návrh sedadiel Meeting a Tandem vznikol ako súčasť projektu Con-

tract zameraného na priestory, v ktorých sa pohybuje množstvo ľudí - čakárne, konferenčné haly, úrady, hotely a pod. Letisko je osobitným miestom, kde sa stretáva medzinárodná kultúra s požiadavkami na komfort a racionalitu. Týmto potrebám sú prispôsobené oba typy sedadiel - zabezpečujú dostatok pohodlia cestujúcim počas transičných prestávok, ich elegancia a funkčnosť dávajú priestorom letiska charakteristickú kvalitu.

Meeting má nosníkový systém, ktorý unesie 3 až 6 sedadiel podľa potreby. Vodorovný trám je z tvarovaného hliníka, ostatné časti z elektronicky zváraného kovu. Sedadlo má kovový rám, polyesterovú výplň a kožené čalúnenie. Područky sú smaltované alebo potiahnuté kožou. Kvôli väčšiemu komfortu môže byť sedenie doplnené malou stolovou plochou z bieleho carrarského alebo čierneho mramoru z Marquinie.

(ap)

Foto: Archív Di Palma, Miláno



BIO 14

Súťažná prehliadka BIO v Ľubľane je jednou z najstarších medzinárodných aktivít tohto druhu v Európe. Na tohtoročnom už 14. bienále (október-november 1994) sa sústredili desiatky zaujímavých riešení z oblasti grafického a priemyselného designu, ktoré sú inovačným príspevkom designerskej komunity k podobe súčasného sveta a k riešeniu jeho problémov. Medzinárodná porota v zložení Stane Bernik (Slovinsko), Bob Blaich (USA), Adelia Borgesová (Brazília), Zdenka Burianová (Slovensko), Mai Felipe (Španielsko), Peter Frank (Nemecko) a Philippe Gentil (Francúzsko) udelila dve najvyššie ceny ICSID Excellence Award, a to za mikrofón D. Marka Turka zo Slovinska a za sériu plagátov Pozdrav zo Sarajeva, ktorých autormi sú Dalida a Bojan Hadžihalilovičovi. Práce tohto manželského páru z Bosny-Hercegoviny, ktoré sa predstavili aj na osobitnej výstave, sú známe v pohľadnicovom vydaní. V tejto malej a nenápadnej podobe podávajú svedectvo o dráme Sarajeva a ich krutá irónia je burcujúcou výzvou k uvedomeniu si globálnej zodpovednosti za tragédiu dnešnej Európy. Okrem hlavných cien udelila porota aj 7 zlatých medailí BIO 14 a 23 čestných uznání. Ocenenia Dobrý design v kategórii projektov sa ušli aj študentkám bratislavskej VŠVU: Johane Balušikovej a Hanke Paukejeovej za corporate identity textilnej továrne

a Danke Brunovskej za stolovací servis z keramiky.

(en)

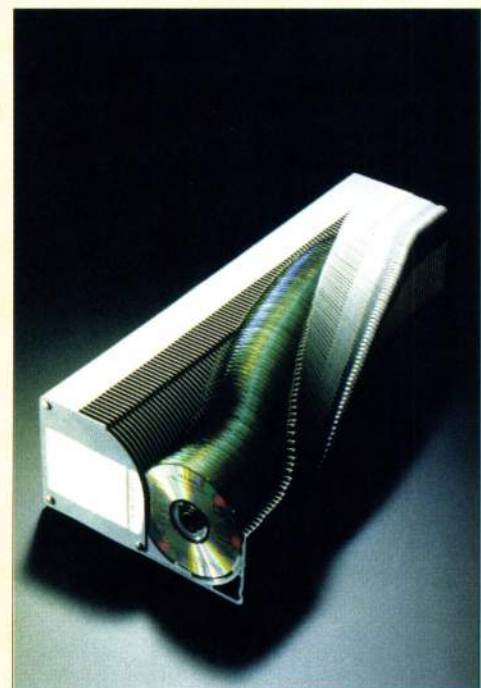
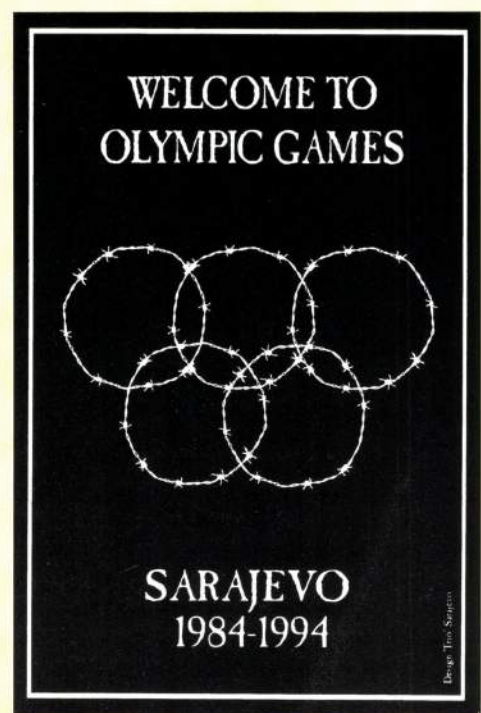
1. Séria plagátov pozdrav zo Sarajeva. Dalida a Bojan Hadžihalilovičovi, Bosna-Hercegovina. Cena **ICO-GRADA Excellence Award** za grafický design.

2. Séria fliaš Piramida navrhnutá pre vinice Smelt. Design: Oskar Kogoj. Výrobca: Steklarna Hrastnik, Slovinsko. **Zlatá medaila BIO 14.**

3. Stojan na CD platne. Design: Jošiki Iida, Japonsko. Výrobca: Excel, Higašiosaka. **Zlatá medaila BIO 14.**

4. Mikrofón Coxo zo série mikrofónov. Design: Marko Turk, Slovinsko. Výrobca: Eal, Ľubľana.

Foto: Archív BIO, Ľubľana



Škandinávsky veľtrh nábytku



Otvorenie tohtoročného Škandinávského veľtrhu nábytku v Kodani bolo spojené s veľkými očakávaniami dánskych producentov združených v Asociácii dánskeho nábytkárskeho priemyslu, ktorý je organizátorom veľtrhu. Obchodné štatistiky prvého polroka 1994 hovorili o priaznivých výsledkoch, preto šéf asociácie Preben Ahlfeld-Laurvig len veľmi ťažko skrýval optimizmus pred otvorením veľtrhu: "Náš optimizmus vychádza z presvedčenia, že veľtrh bude úspešný v súlade s pozitívnymi signálmi, ktoré prichádzajú od našich firiem. Hlásia nám stabilné narastanie objednávok, a to o 37 % viac ako v rovnakom čase minulý rok. Domáci trh sa prebudil a jeho požiadavky vzrástli o 22 %, rovnako aj export hlási zvyšovanie a rozvoj na všetkých hlavných trhoch..."

Cieľom tohto ročníka je spojiť kvalitu a príťažlivosť, čím je nábytkársky veľtrh už dlhé roky známy. Chceme vytvoriť jednotnú platformu pre nábytkový priemysel v Dánsku a pre zvyšok Škandinávie, veľtrh, ktorý by priláhal škandinávskych, ale aj zahraničných nákupcov." Slová šéfa dôležitej dánskej asociácie sú podložené štatistikami, v ktorých sa nevedú osobitné údaje o obchodovaní s krajinami Európskej únie, ale len s ostatnými krajinami mimo únie. Aj tu sa zaznamenal vzostup exportu o 12 %. Dánskych výrobcov iste teší fakt, že sú úspešní v obchode s takými krajinami ako USA, Japonsko, Kanada, Tchaj-wan. Medzi krajinami, v ktorých sa výrazne zvýšil export dánskeho nábytku, je aj Česká republika.

Brány kodanského výstavného centra Bella Center na ostrove Amager sa otvorili 30. augusta a obrovský záujem hneď v prvý deň veľtrhu prekvapil aj samotných organizátorov. Ťažko zvládnuteľný nával obchodníkov, novinárov, výrobcov i zvedavcov spôsobil trochu zmätok, za ktorý sa organizátori ospravedlnili i v tlači, no druhý deň sa už obišiel bez akýchkoľvek problémov. Kontraktný veľtrh pulzoval svojím obvyklým rytmom, ktorý určovali obchodníci nedôverčivo skúmajúci každý detail nábytku a zvedaví novinári. O nových impulzoch pre nábytkársky priemysel svedčí aj nečakaný záujem firiem o účasť na veľtrhu. Vyše 500 vystavovateľom nestačili poschodia Bella Center, preto sa výstavné priestory museli rozšíriť aj o mobilné stanové haly. Celková výstavná plocha tak dosiahla takmer 34 000 m². Navyše niektoré väčšie firmy dali prednosť vlastným priestorom v centre Kodane a pozývali záujemcov na osobitné prezentácie. Veľtrh bol ponukou predovšetkým škandinávskej bytovej kultúry - z 503 vystavovateľov bolo 83 škandinávskych firiem z Fínska, Švédska, Nórska, 33 firiem z ostatných krajín sveta a zvyšok tvorili dánske firmy.

Počet dánskych výrobcov nábytku je úctyhodný. Do značnej miery to súvisí s faktom, že štátna podpora designu je určená predovšetkým malým a stredným podnikom. Podpora, samozrejme, neznamená nejaké priame dotácie, je to podpora v získavaní poznatkov, podnikavosti, "myslenia v kategóriách designu", aby podniky boli schopné pružne reagovať na trh, nové trendy a rozvíjať už dosiahnuté kvalitatívne hodnoty dánskeho nábytku.

Škandinávské chápanie kultúry bývania má opäť šancu dostať sa na úroveň, akú malo v 50.-60. rokoch. Ako to už naznačili jarné veľtrhy v Miláne a Kolíne, do popredia sa dostávajú trendy, ktoré sa nikdy nestratili z dánskeho nábytku: jednoduchosť, pohodlie, zdôrazňovanie prírodných materiálov, účelnosť a striedmosť, teda "minimum materiálu a maximum designu". Najbližšia budúcnosť ukáže, ako sa škandinávski výrobcovia dokážu presadiť v súťaži s kreativnosťou talianskych a nemeckých designerov a flexibilitou producentov.

Dánski nábytkári uvažujú o možnostiach, ako využiť priaznivé signály. Rozhodnutie organizátora veľtrhu o presune jeho termínu v nasledujúcom



4



6



5

- 1 Čalúnené kreslo s nastaviteľnou opierkou na nohy Doctor Magnus.
Design: Hans Christian.
Výrobca: Rybo, Nórsko.
- 2 Skladacie kreslo Scandic.
Design: Ingmar a Knut Relling.
Výrobca: Westnøf, Nórsko.
- 3 Skladacia stolička Nordic.
Design: Ingmar a Knut Relling.
Výrobca: Westnøf, Nórsko.
- 4 Čalúnená stolička z čerešňového alebo mahagónového dreva.
Design: Søren Holst.
Výrobca: Hansen and Sørensen, Dánsko.
- 5 Stolička Chairman, čerešňa alebo mahagón, kov, čierna koža.
Design: Henrik Tengler.
Výrobca: Hansen and Sørensen, Dánsko.
- 6 Program stoličiek firmy Stokke, Nórsko: Oposit, Move.



7



8

roku na jarné mesiace by malo vyjsť v ústrety všetkým obchodníkom a managerom. Jarný termín, kedy sa konajú aj iné významné veľtrhy nábytku, im umožňuje kvalitnejšiu prípravu kontraktov a dodávok na celú sezónu.

Ponuka dánskych firiem, zväčša malých a stredných podnikov, ktoré sa špecializujú na určitý druh nábytku, siahala od svetlého kuchynského nábytku v tradičnom ľudovom štýle až po nápadité a vtipné riešenia pohoviek a postelí určených skôr mladším užívateľom (Innovation Randers). Viacero dánskych firiem sa orientuje na výrobu stoličiek, stolov či iných solitérov navrhnutých klasikmi dánskeho designu v čase jeho najväčších úspechov v 50. a 60. rokoch. Dodnes sú populárne stoličky Hansa Wegnera (P. P. Mobler, Danerka, Carl Hansen and Son) alebo Arne Jacobsena (Dan-Forum). Jeho stolička z roku 1954 má už 40 rokov, ale jej obľuba neklesá. V mnohých dánskych domácnostiach sa nájdu tieto ľahké stoličky z kovu a tvarovaného ohýbaného dreva v rôznofarebných zoskupeniach. Okrem nábytkových firiem sa predstavili aj výrobcovia bytových textílií. Najznámejší z nich Kvadrat Boligtextiler z Ebeltoftu získal za svoju prezentáciu poťahových látok Primus z Treviry, nehorľavých, pracích a s vysokou odolnosťou voči odieraniu, 3. cenu v súťaži o najlepšiu expozíciu. 2. cenu získala mladá spoločnosť Hansen a Sorensen, z Rudkobingu, založená v roku 1990, ktorá pokračuje v najlepších tradíciách dánskeho designu a remeselného majstrovstva. 1. mesto v tejto súťaži získala expozícia firmy R. Randers z Oddera, ktorá je aj držiteľom Dánskej ceny za design v roku 1994 za svoj policový systém (pozri DE SIGN UM č. 2/94). Touto súťažou, určenou dánskym vystavovateľom, chcú usporiadatelia podnecovať záujem domácich firiem o hľadanie originálnych a príťažlivých foriem prezentácie.

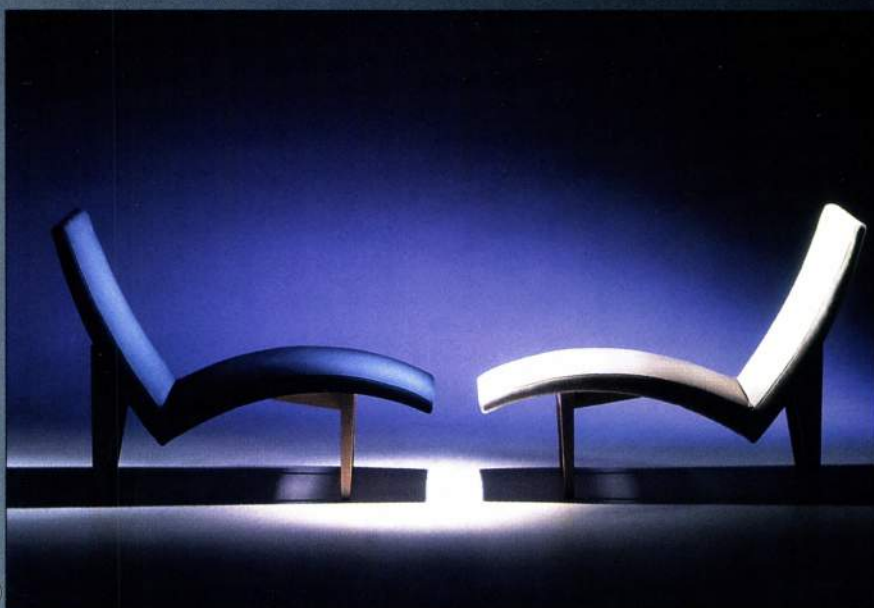
Nórske expozície boli v znamení sedacieho nábytku pripraveného splniť akékoľvek individuálne požiadavky užívateľa. Firma Rybo ponúkala kľakačky, kde môžete skombinovať pohodlie sedenia s pohodlím pri práci, a hojdacie kreslo Doctor Magnus s nastaviteľnou podložkou na nohy. Westnafa predstavila kolekciu kožených kresiel a pohovky Sess, ktoré ukázala už na jar v Kolíne (pozri DE SIGN UM 1/94). Rovnako aj firma Stokke rozvíja osobitú "filozofiu sedenia", ktorú začal designer Peter Opsvik už v 70. rokoch svojou prvou kľakačkou. Stoličky, podľa firemnej filozofie, ako ich vymysleli naši predkovia, nám nemôžu vyhovovať. Oni ich využívali len na oddych, my však sedíme väčšinu dňa pri rôznych činnostiach. A preto je pre nás pohyb veľmi dôležitý, a to dokonca aj pri sedení. V programe firmy Stokke teda možno nájsť rôzne druhy kľakačiek, hojdačiek, stoličiek s pružinovým ukončením nôh (tento typ sa predstavil v Kolíne) alebo stoličky s nastaviteľnou výškou sedadla.

Z fínskych firiem zaujala expozícia jedného z najväčších fínskych výrobcov firmy Asko, v ktorej dominovala kolekcia designerky Tuuly Falkovej. Navrhla pre firmu čalúnené dlhé kreslo z brezového dreva a jednoduchú stoličku bez opierky. Kreslo možno variovať a spájaním vytvárať nové typy pohoviek v bytoch i verejných priestoroch. Kreslo Duelli a stolička Laine sú jasných zhmotnením idey jednoduchosti, elegancie, účelnosti a úcty k materiálu.

Adriena Pekárová

Poznámka:

V nasledujúcom čísle DE SIGN UM č.4/94 uverejníme článok Ľubice Pedersen o výstave Dánskeho združenia nábytkárov, ktorá prebiehala súčasne so Škandinávskym veľtrhom nábytku. Na tejto výstave sa predstavili najnovšie návrhy dánskych designerov.



9



10



11

7 Poťahová látka Pissa, Trevira CS.
Design: Nanna Ditzel.
Výrobca: Kvadrat, Dánsko.

8 Pohovka Mobilo Orient.
Design: Design Partners.
Výrobca: Westnofa, Nórsko.

9 Pohovka Duelli, brezové drevo,
čalúnenie.
Design: Tuula Falk.
Výrobca: Asko, Fínsko.

10 Stolička Laine, breza.
Design: Tuula Falk.
Výrobca: Asko, Fínsko.

11 Poťahová látka Asti a Umbria, bavlna.
Design: Finn Skodt a Anne-Birgitte
Hansen.
Výrobca: Kvadrat, Dánsko.

12 Program stoličiek firmy Stokke,
Nórsko: Wing, Graviti, Ekstrem, Flysit.



12

THONET

Vienna



A-1010 Wien, Kohlmarkt 6
Tel.: 533 77 88/81, 84
Fax: 533 77 88-77

Thonet Vienna
Na Babě 34
160 00 Praha 6
Tel.&Fax: 02/311 63 30



LEVITEX

Ku Bratke 5, 934 36 Levice
tel. 0813/501, fax 0813/233 91
Podniková predajňa:
0813/501, klapka 621

LEVITEX Levice - jeden z najväčších výrobcov bavlnárskych tkanín vyrába:

Bavlnené, viskózové a zmesové tkaniny z prírodných materiálov na posteľnú bielizeň, dámske šatovky a košeľe, pracovné ošatenie, dámsku letnú oblekovku, flanely na bielizeň a obrusy.

Kvalitné a cenovo výhodné výrobky v konfekčnej úprave: Potlačené posteľné súpravy (aj flanelové), pracovné odevy pre rôzne profesie z vlastného ale i dodaného materiálu, zdravotnícke odevy (chirurgické plášte, košeľe pre pacientov, šaty pre sestry, operačné plachty a iné).

Návrhy dezénov: Jana Začková, Jela Račeková, Levitex Levice.

