

02	rozhovor s	spektrum bjørnom kierulfom hľadanie podstaty dizajnu	Jozef Kovalčík Mária Nepšinská
08	satelit	wearable nikola latkovič slovom proti pohanom	Silvia Lutherová Michal Lalinský Zuzana Labudová Tibor Uhrin Katarína Hubová red.
10	mladý talent	na hranici gýča? letný prieskum na katedre fu tu v košiciach the best of j. k. sezóna 2007	
14	úvaha		
17	prieskum		
20	výstava		
23	report		
24		téma » dizajnomádi » johanna bílak - balušíková » prijali nás, akí sme	Silvia Lutherová
25	haag »	igor marko » bojím sa rutiny	Lucia Gavulová
30	londýn »	renáta banášová » cítim sa byť reaktívatorom	Lucia Gavulová
34	amsterdam »	martin greguš » kanadský dizajn má bohatú minulosť	Zuzana Šujanová
38	vancouver »	klára zavadilová » najväčším nepriateľom dizajnu je čas	Silvia Lutherová
42	londýn »	jakub janiga » dizajnér konkuruje celému svetu	Mária Nepšinská
46	michigan »	súčasný dánsky dizajn očami slovenky žijúcej v dánsku	Lubica Pedersen Lucia Gavulová Zdeno Kolesár
50	úvaha	slovenský úspech na hettich ída 2007 pivo, guláš, pirohy a halušky v jednom hrnci stredoeurópska revue dizajnu G4 kapitoly z dejín grafického dizajnu	
54	súťaž		
56	recenzia		
58	knížnica		
60		história* dizajn svetelných objektov ivana hrošša	Sabína Jankovičová
61	štúdia		
65		monochróm súčasnosc a perspektívy transport dizajnu	Michele Capuani preklad Matej Gyárfáš Martin Longa, red. Silvia Lutherová preklad Matej Gyárfáš
66	úvaha		
70	INFOBANKA	INFOBANKA SLOVENSKEHO CENTRA DIZAJNU II. ČASŤ	
72	infobox	podujatia, výstavy, súťaže, veľtrhy	
77	english	summary	
88	tiráž		

rozhovor s bjørnom kierulfom

hľadanie podstaty dizajnu

bjørn kierulf parí k mladšej generácii aktívne pôsobiacich dizajnérov. hoci pochádza zo škandinávie – z nórska, už dlhé roky žije a pôsobí na slovensku.

Na Slovensko prišiel v roku 1988, ešte skôr, než sa začal zaoberať dizajnom. Jedným z dôvodov, prečo sa rozhodol na Slovensku po revolúcii ostať, bol aj ten, že si tu našiel manželku.

Z možnosti štúdia sa Kierulfovi najviac pozdávala Katedra priemyselného dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave. V ateliéri Ferdinanda Chrenku sa po prvýkrát dostal do priameho kontaktu s dizajnom. Kierulf sa obratne sa pohybuje v oblasti grafického aj priemyselného dizajnu, no nevyhýba sa ani architektúre, pričom vo svojich projektoch uvažuje aj v ekologických súvislostiach. Má pomerne bohaté skúsenosti s podnikaním a navrhovaním produktov na masovú výrobu, no taktiež preukázal svoje dobré pedagogické schopnosti počas ročného hosťovania v ateliéri industrial dizajnu na VŠVU.

Čím si ako dizajnér začínal?

Popri štúdiu som sa venoval budovaniu firmy Mr. Design, ktorej som bol zakladajúcim spoločníkom. Firma bola zameraná na grafický aj priemyselný dizajn, no grafický dizajn jednoznačne prevažoval a vlastne je to tak až dodnes. Zo začiatku som viac manažoval zákazky a vymýšľal koncepcie. Pokiaľ ide o priemyselný dizajn, neboli to zo začiatku veľmi zaujímavé projekty. Až neskôr

sme rozvinuli spoluprácu so zahraničnými firmami, ako je napríklad Klemproducts Mníchov, pre ktorú sme robili svetidlá.

Akým projektom si ukončil štúdium?

Ako diplomovú prácu som robil projekt pre Alessi. V teoretickej časti som okrem iného spracoval analýzu ich úspešnosti. Môj návrh boli lopatka a zmeták na domáce použitie v duchu Alessi, no s využitím ekologických materiálov, ktoré ma už vtedy zaujali a usiloval som sa ich zapracovať do svojich návrhov.

Je ti blízky taliansky dizajn?

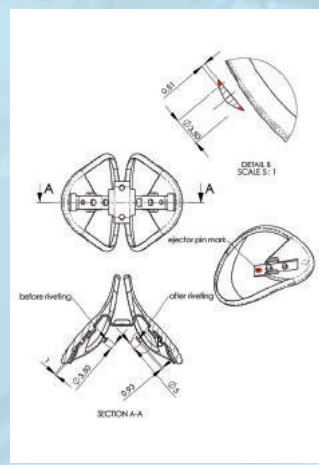
Ani nie, všetko to, čo sme vytvorili s Tónom Bendisom v našej firme Bendis & Kierulf, sa dá skôr vyjadriť tým, že to bol taký rozumný dizajn v tunajších podmienkach. Išlo skôr o strohé veci, prispôbené výrobným možnostiam. Snažili sme sa inovatívne pristupovať k riešeniam tak, aby boli cenovo, investične aj výrobné prijateľné pre investora a zároveň aby šlo o vysoko kvalitný dizajn. Z toho potom vznikli výrobky, ktoré mali svoju hodnotu práve tým, že boli zredukované na to podstatné. Išlo hlavne o dizajn svetidiel, prípadne elektronických prístrojov.

Po skončení školy si sa venoval hlavne firme Bendis & Kierulf?

Áno, založili sme spomínanú firmu a robil som tie aktivity, ktoré v súvislosti so mnou

väčšina ľudí pozná. Nebolo toho nejako veľa, čo vyplývalo aj z toho, že sme zabezpečovali výrobu. Zobralo nám to strašne veľa energie. Je škoda, že tu nie je fungujúca výrobná sféra. Robili sme s menšími firmami, ktoré výrobu zabezpečenú nemali. To malo za následok to, že 90 % nášho času išlo do zabezpečenia výroby a bohužiaľ iba asi 10 % do kreativity.

Získali ste za svoje produkty z tohto obdobia nejaké ocenenia?



Získali sme niekoľko ocenení. Z nich sa vyníma predovšetkým sériovo vyrábané svetidlo Athelas, ktoré sme sa nejaký čas dokonca usilovali aj sami vyrábať. Ocenenie sme dostali aj za ohrievač MORA, ktorý sa však už nevyrába. Na čo je momentálne zameraná tvoja tvorivá činnosť? Posledné dva roky sa venujem



architektúre energeticky pasívnych domov. Snažím sa byť pri zrode prvých takýchto domov na Slovensku. Vnímam to tiež ako dizajnérsku úlohu, veď aj v tomto prípade ide v podstate o výrobok, v ktorom sa stretáva pomerne náročná funkcia s určitou estetikou. Treba tu však do hĺbky analyzovať daný problém, estetiku stavby nie je možné riešiť dodatočne.

Ako si sa dostal k energeticky pasívnym domom?

Vďaka manželke, ktorá sa venuje architektúre. Postupne sme sa začali zaoberať ekologickými materiálmi, potom sme prešli k ekologickým materiálom v stavebníctve a odtiaľ už nie je ďaleko ani k energeticky pasívnym domom. V budúcnosti by som chcel aj v dizajne viac pracovať s ekológiou, teda rozvíjať túto myšlienku ako v architektúre, tak aj v dizajne.

Prejdime teraz k tvojej

estetike. Máš nejaké vzory, z ktorých vychádzaš a inšpiruješ sa nimi?

Estetika u mňa vychádza z jednoduchých pravidiel, nevzhliadam preto k nejakým vzorom. V prvom rade je potrebná dôsledná analýza problematiky a následne kontextu, v ktorom bude daný produkt vyrábaný a predávaný. Bez toho to samozrejme nejde. Následná interpretácia takejto analýzy je potom kľúčová pri hocakom dizajne. Ak mám hovoriť za seba, vždy sa snažím redukovat dizajn na to, čo je podstatné. Nemám rád akékoľvek zbytočnosti. Toto redukovanie u mňa vychádza aj z ekologickej myšlienky. Na druhej strane si treba uvedomiť, že to nestačí. Každý produkt totiž potrebuje prvok, ktorý prekvapí, upúta alebo nejakým spôsobom osloví. V tomto vynikal Alessi, schopný vždy vybrať také výrobky,

ktoré mali v sebe čosi emocionálne, čo sa nedá jednoducho pripísať povrchu. Pri navrhovaní vecí počítam s tým, že človek je emocionálna bytosť. Keď uplatním všetky tieto stránky navrhovania, dizajn sa tvorí viac-menej sám.

Narážal som na to, či sa necítiš byť inšpirovaný napríklad severským dizajnom a jeho tradíciou?

Nie, určite nie. Robíť niečo v štýle niekoho či nasledovať nejakú tradíciu, mi je absolútne cudzie. Dokonca si myslím, že pri dizajnovaní produktov nie sú tradície až také šťastné východisko, takisto ako nie sú najšťastnejšie ani módné trendy či iné momentálne smerovania. Veci, ktoré vydržali dlhšie, boli vždy tak trochu nadčasové a išli skôr k jadru daného problému. Samozrejme, vytvárať takéto produkty nie je jednoduché a rozhodne nie vždy sa to aj darí



dosiahnuť, no určite si myslím, že by to malo byť hlavným cieľom snaženia dizajnéra. **Chceš sa dopracovať k akémusi jadru, podstate pri navrhovaní výrobu. Čo si mám pod tým predstaviť?**

Podstata je pri každom výrobku iná. U jedného to môže byť nejaká funkcia, u iného je tým podstatným to, ako konkrétne komunikuje s človekom. Inde to môže byť estetika či povrch. Podstata sa mení aj podľa toho, z akého uhla pohľadu produkt vnímame. Preto je potrebné analyzovať, pre koho bude daná vec určená, aký by daný zákazník určitý výrobok chcel mať, alebo na čo ho bude používať. Podstatu nemožno zovšeobecniť, pretože to ochudobňuje výsledný produkt. Pre koherentnosť je veľmi dôležité, aby jednotlivé prvky súviseli. To znamená, že pri návrhu má „škrupina“ vychádzať z vnútornej štruktúry

a „vnútro“ naopak z povrchu. Jednotlivé zložky musia do seba zapadať, pretože dobrý dizajn je ako dobré puzzle, v ktorom do seba jednotlivé diely zapadajú. **Niečo také však možno dosiahnuť rôznymi spôsobmi...** Iste, každý výrobok možno „poskladať“ rôznymi spôsobmi a všetky môžu byť dobrými variantmi. Nikdy nie je iba jedno riešenie. Dôležité skôr je, aby to bolo dobre poskladané a jednotlivé zložky neboli „izolované“. Keď začne vznikať medzi jednotlivými prvkami nesúlad, dizajn nemôže dobre dopadnúť. To sa stáva často vtedy, keď chceme dať do jedného výrobku príliš veľa, alebo príliš málo, alebo keď dizajnér príliš presadzuje svoj názor, ktorý nemá s podstatou nič spoločné. Môže to byť podstatné pre neho, no nie pre cieľovú skupinu. **Pochádzaš z Nórska, skús porovnať tamojšiu**

situáciu v dizajne so situáciou na Slovensku.

V Nórsku sa v porovnaní s ostatnými škandinávskymi krajinami začal dizajn dostávať do popredia pomerne neskoro. Ale v súčasnosti je asi už len ťažko možné otvoriť nejaké noviny či časopis a nenájsť tam zmienku o dizajne, čo sa o Slovensku rozhodne nedá povedať. Dizajn v Nórsku je v povedomí širokej verejnosti, firmy vedia, o čom dizajn je, a vznikajú dobré a zaujímavé veci. Musím povedať, že z tohto hľadiska je Slovensko na tom veľmi biedne.

Aké sú podľa teba príčiny tohto stavu? Malo by sa niečo zmeniť v príprave dizajnérov na školách?

Kým sa neprebudia malé a stredné firmy, kým si neuvedomia, že potrebujú dizajn, a kým dizajn nebude cieľene témou v spoločnosti

kvôli tomu, aby sa zabezpečila zamestnanosť a fungovanie týchto firiem, tak nepomôže nič. Škola sama osebe robí podľa mňa svoju prácu celkom dobre, mladí ľudia sú kreatívni a majú už slušné schopnosti, no bohužiaľ po skončení školy robia inú prácu než priemyselný dizajn, čo je samozrejme veľká škoda. Pokiaľ tu bude takáto absencia zákaziek od malých a stredných firiem, nepomôže ani Slovenské centrum dizajnu.

Je medzi nórskou a slovenskou situáciou v dizajne zásadný rozdiel?

Myslím si, že áno. V Nórsku je podstatne viac novovznikajúcich firiem, oveľa väčšia ochota investovať do nových produktov a snaha prinášať niečo nové na trh. Firmy tam nemajú obavu využívať imidž Nórska. Z vlastnej skúsenosti môžem potvrdiť, že v Nórsku majú podstatne lepšie marketingové schopnosti.

Po skončení školy u nás sa študenti zväčša nemajú príležitosť zamestnať.

Ako je to v Nórsku?

V Nórsku existuje asi desiatka veľkých dizajnerských firiem, kde je možné sa uchýtiť, aj keď mnohí začínajú úspešne tvoriť aj na vlastnú päsť. Keď to porovnáam so Slovenskom, kde nefunguje ani jedno poriadne dizajnerské štúdio, tak je to bieda.

Neláka ťa teda tvoriť radšej v Nórsku?

Udržiavam si kontakt s jedným tamojším dizajnérom, s ktorým robíme občas niečo spoločné. Funguje to dobre a je to príjemné sporenie. Na druhej strane ma láka vytvoriť na Slovensku štúdio, ktoré by bolo schopné využiť potenciál mladých ľudí. Treba si uvedomiť, že Slovensko bolo a ešte stále je krajinou, kde sa všetko otvára, rozvíja

a vytvára, pôda pre novú tvorbu je tu oveľa zaujímavejšia ako v niektorých krajinách, kde je už všetko zabehnuté a dobre funguje.

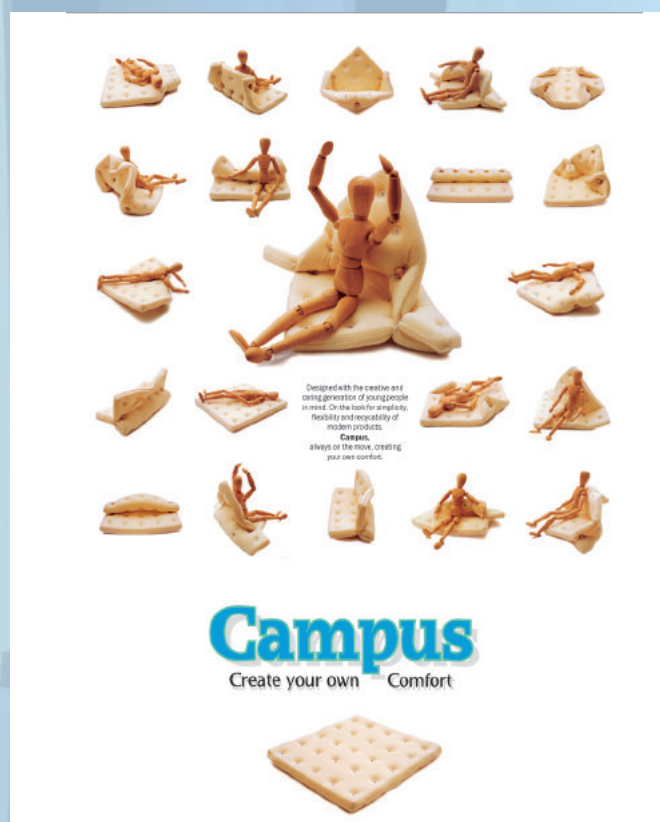
Mal si pri zakladaní firmy ako cudzinec lepšiu pozíciu, alebo to bolo skôr ľahšie?

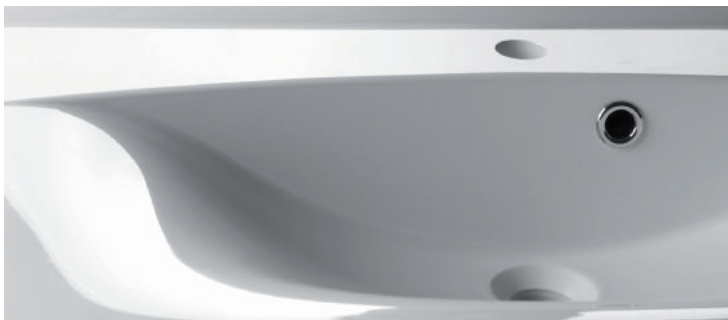
Myslím si, že som mal skôr ľahšiu pozíciu. Pri budovaní firmy sa veľmi zišlo to, že ovládam viaceré jazyky, vďaka čomu sme sa dostali k viacerým zákazníkom. Byť tu cudzincom bolo ľahšie a jednoduchšie, ako keby som ním nebol. Cítim sa tu ako doma, no s výhodami cudzinca.

Čo iné okrem firiem by sa malo zmeniť? Dizajn vždy predsa súvisí aj s tým, že existuje vrstva ľudí, ktorí budú mať záujem o určité produkty a budú si ich môcť dovoliť. Alebo inak, nie je problém

aj v dopyte?

Nie. Slovensko je síce malý trh, kde to zvyčajne funguje tak, že výrobok je najskôr uvedený doma a až neskôr v zahraničí, ale aj bez ohľadu na existenciu Európskej únie je odtiaľto zhruba za tri hodiny cesty dosah na sto miliónov ľudí. Zákazníkov je teda dosť, a to aj takých, ktorí vedia, čo je to dizajn, a dožadujú sa kvalitných výrobkov. Podľa môjho názoru je problém len v tom, že firmy nie sú schopné a nevedia, ako to využiť. Tu by mohli zohrať svoju úlohu aj inštitúcie, hoci som proti akémukoľvek typu štátnych podpôr. Je potrebné aktívne informovať o možnostiach, ktoré dizajn ponúka. Jednotliví dizajnéri nemajú dosah a možnosti na to, aby informovali o prínosoch dizajnu a všetkých





5

výhodách s ním súvisiacich.

Číže podľa teba je úlohou štátnych inštitúcií dostať dizajn do povedomia ľudí?

Áno, presne tak. Stačí o tom začať hovoriť a urobiť okolo toho veľkú bublinu. Netreba žiadne veľké peniaze. Dokonca by som povedal, že dizajn je možné presadiť v médiách pomerne jednoducho, je to pre nich atraktívna téma. Problém spočíva skôr v tom, že nie je príliš o čom písať. Podobá sa to trochu lavíne, ktorá je na začiatku len guľou, no postupne sa na ňu všetko nabaľuje. Bohužiaľ, máme ešte štartovacie problémy.

Čo ti dalo ročné pedagogické pôsobenie na VŠVU?

Bola to veľmi príjemná skúsenosť. Na začiatku som nevedel, čo mám očakávať, pretože dovtedy som sa pedagogickej činnosti nevenoval. Nevedel som, ako budú študenti reagovať. Bol som príjemne

prekvapený, že v ateliéri sú študenti, ktorí majú veľký záujem o dizajn a chcú sa niečo naučiť. Vzájomná komunikácia bola veľmi dobrá a aj vďaka tomu vznikli v oboch semestroch kvalitné návrhy, ktoré je možné ukázať aj mimo školy. Táto skúsenosť mi dala naozaj veľa.

Nemyslíš si, že študentom dizajnu na VŠVU, ktorí sú vedení k vytváraniu často striktné autorských prác, chýba orientácia na spotrebiteľa?

Určite áno. Podľa môjho názoru je tu obrovský deficit v rigoróznosti postupu práce. Majú čo robiť, aby sa naučili dosiahnuť vždy rovnako dobrý výsledok, aby nešlo len o náhodu. Počas roka sme sa tejto problematike venovali. Usilovali sme sa ich naučiť analyzovať a potom robiť syntézu, učili sme ich, na čo sa pri navrhovaní pozerať a dávať pozor.

Chcel by si aj v budúcnosti pokračovať s vyučovaním?

Určite by to bolo zaujímavé. Prostredie školy má svoju príťažlivosť, no na druhej strane má aj svoje obmedzenia. Celkom som rád, že som tam bol iba rok. Príliš veľkú byrokráciu, všelijaké vzťahy na škole a všetky tamojšie problémy som takmer nepocítil, no pri dlhšom pôsobení na škole by to bolo určite inak a o to veľmi nestojím. Aj keď netvrdím, že by som sa podobného projektu opäť nezúčastnil a nevyužil príležitosť, akú som mal tento rok. No mojím cieľom je v budúcnosti skôr vytvoriť platformu, kde by sa mladí dizajnéri mohli realizovať, aj keď netuším, či sa mi niečo také podarí.

Čo by si mi zo svojich výrobkov odporučil, aby som si kúpil? Čo si zo svojej tvorby najviac ceníš?

Najviac si asi cením svoju diplomovú prácu, spomínanú lopatku a zmeták pre Alessi, ktoré sa, žiaľ, nevyrábajú. Poslal som ich dokonca aj do Talianska do Alessi, odkiaľ mi prišla odpoveď, že môj návrh nezapadá do ich celkovej koncepcie a už niekto iný pracuje na podobnom projekte, že moju prácu môžu zaradiť iba do ich múzea. Pokiaľ ide o produkt, ktorý by si si mohol kúpiť, asi najlepšie výrobky sú svietidlá pre firmu Klemproducts, ktoré sú dostupné a predávajú sa po celom svete. ■

- 1 Klemproducts, CIELO 1, svietidlo
- 2 Klemproducts, CIELO 1, svietidlo
- 3 Volkswagen design, flakóny
Eau de toilette, študentská práca
- 4 Waterlily poster, Campus,
3. cena ex-aequo
(1. a 2. cena neudelené)
- 5 Foss bad OK



wearable



1

na výstave, ktorú organizovalo slovenské centrum dizajnu v satelite (11. 7. – 3. 8. 2007), predstavili svoju doterajšiu tvorbu čerství absolventi i študenti všu v Bratislave, z ateliéru s+m+l_xl kov a šperk: v. Münzker, k. Španihelová a k. Ondrejková, a z ateliéru odevného dizajnu štyria mladí módní návrhári – m. Holubec, a. Kvasnicová, b. Hanečka a b. Cigánová. myšlienka zorganizovať spoločnú výstavu vznikla z iniciatívy samotných autorov. v nedávnej minulosti ich spájalo štúdium v jednom ročníku, no uvažujú i o budúcej spolupráci, vzhľadom na sféru umeleckej tvorby, v ktorej sa pohybujú.

Názov výstavy – Wearable (Nositeľné) poukazuje na fenomén zdobenia tela, či už formou autorských odevov, alebo umeleckých šperkov. Šperk i odev pracujú s ľudskými emóciami, vytvárajú esprit súčasnej kultúry zdobenia a odievania, do ktorej tvorcovia vnášajú subjektívny estetický i filozofický názor. Obe umelecké oblasti majú mnoho spoločného, vytvárajú imidž individualít, ktoré sa nechcú stratiť v jednotvárnom dave zladenom značkovým komerčným tovarom. Ponúkajú žiadanú alternatívu pre generáciu, ktorá túži po osobnej výnimočnosti. Autori sa pohybujú v kultúrno-spoločenskom prostredí dneška, ale dokážu prakticky zhodnotiť aj históriu a tradíciu, z ktorých čerpajú inšpirácie pre svoje kreatívne vyjadrenie. Mnohí z nich inklinujú k alternatívnym materiálom a moderným technológiám, avšak jednotlivým dielam nechýba ani vysoká kvalita remeselného spracovania a najdôležitejší aspekt – praktické použitie, teda reálna nositeľnosť originálnych šperkov aj módných odevov.

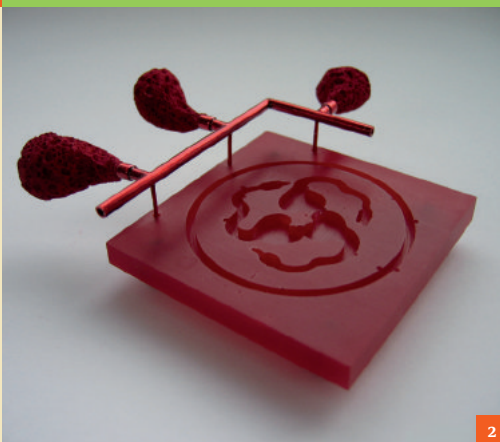
Kolekcia šperkov ALCHYMIE, 2007, (obr. 2) od **Krystíny Španihelovej** je diplomový projekt, v ktorom sa snaží preniknúť do tajov alchymistických postupov. V troch farebne odlišených sériách brošní a náhrdelníkov rozvíja tri postupné fázy tvorenia: Nigredo, Albedo a Rubedo. Šperky predstavujú osobné miniatúrne laboratóriá s prevzatými motívmi symbolickej

reči alchýmie, sklenenými ampulkami, pemzou a neodmysliteľným pigmentom. V sérii MORFING – PSYCHÉ autorka na vytvorenie priehľadných a krehkých brošní a príveskov využíva nové technológie – 3D modelovanie a následne frézovanie do plexiskla, ktorému ponecháva technicky rastrovanú štruktúru, dopĺňa ju o zlátenie a hodvábné fragmenty.

Diplomový projekt **Viktórie Münzker**, nazvaný PARADISO – INFERNO, 2007 (obr. 1), pozostáva z dvoch častí. Náhrdelníky PARADISO (Raj) predstavujú rajske plody z rajských záhrad, príťažlivé, farebné, zamatovo hebké a omamne voňavé. Naopak INFERNO (Peklo) sa zaoberá očistou duše a zároveň očistou tela. Je osobnou výpoveďou o zbavovaní sa strachu, ale aj o skrášľovaní výzoru pomocou pleťovej masky, ktorú po stiahnutí z tváre autorka aplikovala všívaním do strieborných brošní. V téme TAJOMSTVO (2004) autorka dokumentuje procesuálny vývoj vlastného tehotenstva v podobe strieborných odliatkov pupka na rastúcom brušku a brošní s vloženým ultrazvukom očakávaného dieťaťa.

Kristína Ondrejková predstavila kolekciu brošní a príveskov MORFING – AIR, 2006 (obr. 3), kde pracuje s farebnými nafukovacími vankúšikmi, dotvára ich čípkami, dekoratívnymi látkami a mosadznými detailmi, pričom hlavným motívom je hra s farebnosťou a nafúknutým či vyfúknutým tvarom vankúšikov. Téma nazvaná ... A VOŇAVÉ SNY (2005) zahŕňa objekty mäkkých textilných váz, ktoré majú evokovať hrejivé pocity, najmä ak sú nosené ako náhrdelník. Sú ušité z ružovej látky s odnímateľnými bankami na vodu z lukoprénu. Súčasťou mätko modelovaných váz sú aj brošne zo striebra a textilného materiálu.

Andrea Kvasnicová vystavila diplomovú kolekciu LIFE IS A JOURNEY, 2007 (obr. 6), ktorá je inšpirovaná sfilmovaným literárnym dielom Orlando od Virginie Woolfovej. Odevy sú reakciou na aktuálnu tendenciu v móde, na trend večnej mladosti a predlžovanie ľudského života. Jednotlivé modely vychádzajú z princípov odevných foriem od renesancie až po 20-te roky 20. storočia, ktoré sú prenesené do súčasného dizajnu a vytvárajú šatník pre túto fiktívnu postavu. Potlače sú vytvorené technikou sublimačnej tlače a kombinujú ručnú kresbu



2



3



4



09 satelit

s kresbou retušovanou v PC. Druhá kolekcia DIMENZO (2006), za ktorú získala titul Top Styl Designer 2006, je ovplyvnená súčasným lifestylom a architektúrou metropoly. Sofistikovaný dizajn v minimalistickej farebnosti (čierna – biela) je dotvorený reliéfnou potlačou vychádzajúcou z loga kolekcie.

Tvorbu **Borisa Hanečku** zastupuje kolekcia odevov CRISTAL AURA, 2006 (obr. 5), v ktorej sa zaoberá témou Integrovaný šperk do odevu. Je inšpirovaná historickým príbehom ruskej cárskej rodiny Romanovcov a ich dcér, ktoré si do svojich šiat všívali rodinné šperky, diamanty, perly a iné cennosti. Tieto im neskôr, pri poprave poslúžili ako nepriestrelné vesty, od ktorých sa odrážali guľky. Borisove modely sú vytvorené z oraganzy, saténu, tylu a jabloneckej bižutérie, ktorá však nie je do šiat všitá, ale vsypaná do priehľadných priehradiek.

Diplomová kolekcia **Barbory Cigánovej** COICIDENTIA OPPOSITORUM, 2007 (obr. 4), sa zaoberá primárnou schopnosťou odevu urobiť nás krajšími a sprevádza celú ľudskú históriu. Túžba zvýrazniť osobnosť odevom je vlastná ženám, ako aj mužom. Coincidentia oppositorum predstavuje súlad protikladov medzi mužom a ženou, je návratom k archaickým mýtom a rituálom. Zároveň sa objavuje bytosť, ktorá je oboma a súčasne nie je ani jedným. Kolekcia odevov vznikla v spolupráci s choreografkou Markétou Vackovou a modely sú špeciálne navrhnuté pre tanečníkov, ktorí tancom vyjadrujú premennú podstatu androgynnej bytosti.

Hlavným motívom diplomovej kolekcie PEPINIER, 2007 (obr. 7), od **Marcela Holubca** sú kone, ktorým sú jednotlivé modely aj venované. K vytvoreniu kolekcie podnietila autora jeho vlastná skúsenosť so spolužitím s týmito ušľachtilými zvieratami. Kolekcia reflektuje neverbálnu komunikáciu človeka a koňa prostredníctvom dotykov, zvukov, pohybov, voní či pohľadov, bez použitia jediného slova. Na vytvorení módnych doplnkov sa podieľali **Noemi Kolčáková – Szákalová** (doplňky) a **Betty K. Majerníková** (šperk). Kolekcia Marcela Holubca získala ocenenie Top Styl Designer na tohtoročnom veľtrhu Styl & Kabo, preto sa o nej dočítate viac v budúcom čísle designum 5/2007. ■

wearable



K výstave bol vytvorený propagačný katalóg a prezentačné CD, ktoré spolu s vizuálno-architektonickým stvárnením výstavy navrhol a realizoval mladý architekt Ján Hriešik. ■

nikola latkovič —

slovom proti pohanom



„V ROKU 1852 SA USKUTOČNIL JEDEN Z POSLEDNÝCH ÚTOKOV OSLABENÉHO TURECKA NA ČIERNOHORSKÉ KNIEŽATSTVO. VUK VRČEVIČ, TAJOMNÍK KNIEŽAŤA DANILA II. PETROVIČA, SI VTEDY DO DENNÍKA ZAPÍŠAL: PO PIATICH DŇOCH BOJA S ARMÁDOU OMARA PAŠU SA MINULI GUĽKY DO MALÝCH DIEL. KNIEŽA PRIKÁZALO, ABY SA NEMÍŇALO OLOVO, PRETOŽE NEBUDE DOŠŤ NA GUĽKY DO PUŠIEK, ALE ABY SA ROZTAVILI PÍSMENÁ Z TLAČIARNE. KEĎ SOM TO POČUL, PRIŠLO MI TO LÚTO, TAK SOM KNIEŽAŤU POVEDAL: ‘PÁN MÔJ, PRI SAMOM BOHU, JE HRIECHOM ROZTAVOVAŤ TLAČIARENĚ. NAPIŠME RADŠEJ DO KOTORU A POPROSME, ABY NÁM OLOVO ZAPOŽIČALI ALEBO PREDALI.’ A ON MNE NA TO: ‘VIEM JA, VUKO, TAK AKO AJ TY, ALE NÚDZA AJ ZÁKON MENÍ. KIEŽBY SOM NEMUSEL ROZTAVIŤ TLAČIARENĚ. AK ČIERNA HORA TENTO BOJ PREŽIJE, ONA SI ZASE, AK BOH DÁ, VYTVORÍ KRAJŠIU A LEPŠIU TLAČIARENĚ, A AK JU TURČIN POKORÍ, NEBUDE TLAČIARENĚ V ČIERNEJ HORE NIKDY. A EŠTE NIEČO TI POVIEM, BUDEM RADŠEJ, KEĎ MI SVET POVIE A POKARHÁ MA, ŽE NIČÍM TAKÚ DRAHOCENNOŠŤ, AKO KEĎ MI POVIE, PREČO SI TY, ÚBOŽIAK, ZAPREDAL ČIERNU HORU?’“¹

A tak sa kedysi Čiernohorci ubránili slovami, resp. ich písmenami pred pohanmi. Aká moc a sila sa skrýva v písanom slove dnes? Dá sa ním vzdorovať, či dokonca bojovať proti „pohanom“ týchto čias?

Zmienku o dávnej historickej udalosti objavil pri svojom výskume Nikola Latkovič, študent grafického dizajnu na VŠVU, a jej posolstvo bolo natoľko pôsobivé, že sa stalo inšpiráciou pre vznik jeho magisterskej diplomovej práce. Udalosť poňal ako metaforu, ktorú uplatnil v sérii plagátov, výtvarnou rečou kritizujúcich súčasnú politicko-spoločenskú situáciu v Čiernej Hore. Ako rodený Čiernohorec sa rozhodol zareagovať na jazyk politickej propagandy, plný emotívnych hesiel, manipulatívnych gest a symbolov, ktoré postupne prenikajú aj do myslenia a komunikácie verejnosti. Svojím rozsahom a vplyvom sú výraznou súčasťou eufórie z obnovenia štátnosti Čiernej Hory. Latkovič sa k tomu vyjadruje nasledovne: „Dnes vidím pohanov skôr vo vlastných radoch – mám na mysli najmä politikov, ktorí zavádzajú národ. Pre svoj cieľ som použil vyjadrovacie prvky, ktorým ľudia asi najviac rozumejú, sú to štátne znaky, ktoré sú v tomto čase v Čiernej hore všade, keďže sme nová krajina, všetko je v červených a zlatých tónoch, všade sú orlice a levy...“

Sériu plagátov Nikolu Latkoviča tvoria parodické variácie štátnej vlajky Čiernej Hory, nanovo prijatej v roku 2004. Na červenom podklade vlajky so zlatým lemovaním sa nachádza ústredný motív – heraldická figúra dvojhlavej orlice s levom na hrudi, ktorá vychádza z pôvodného erbu dynastie Petrovičovcov, panovníkov niekdajšieho čiernohorského kráľovstva. Ako hovorí Latkovič, orlica sa ako grafický prvok v poslednom období veľmi sprofanovala: „Objavuje sa všade, a to aj napriek tomu, že zákon o štátnych symboloch jasne určuje, kde, akým spôsobom a za akým účelom sa môžu používať štátne symboly. I tak je pomerne bežné, že si nejaký kaderník dá do vlastného

loga štátny znak. Alebo, že si „pravý“ Čiernohorec dá orlicu na vlastnú vizitku. Preto som si aj ja dovolil przniť štátny znak. Zvolil som si to, lebo každý Čiernohorec má k nemu nejaký vzťah. A keď do neho zasiahnem, môže to vyvolať reakciu. S ňou počítam.“

Tvorba štátnej vlajky sa vo všeobecnosti riadi prísnyimi pravidlami stanovenými politikmi a odborníkmi na vexilológiu a heraldiku, tzv. znakovou komisiou, ktorá dohodnuté princípy predloží výtvarníkovi na vyhotovenie návrhu.² Pri koncipovaní štátnej vlajky nie je vhodný, a ani neexistuje priestor na vtip a iróniu, čo však naopak neplatí v prípade politickej satiry či politického umenia, ktoré so štátnymi symbolmi s obľubou manipuluje. A o to Latkovičovi v jeho sérii plagátov/vlajok predovšetkým ide. Plagáty nie sú samoúčelnou provokáciou, ale seriózne zamýšľaným komentárom kultúrne determinovaných politických postojov a sociálnych vzťahov, ktoré autor osobne vníma a svojimi vlastnými vyjadrovacími prostriedkami kritizuje. Do štátnej vlajky zasahuje satirickými motívmi zobrazujúcimi typické javy, ako napríklad neschopnosť politikov vyriešiť vnútorné problémy krajiny, stanoviť pozíciu štátu voči Západu i Východu, riešiť korupciu či hodnotový rozklad spoločnosti atď., čo je v podstate realita, pred ktorou stoja vládne garnitúry vo viacerých mladých alebo malých európskych krajinách. Pálčivé problémy Latkovič vykresľuje s humorným zveličením, v ktorom hrajú hlavnú úlohu práve zlatá orlica alebo lev, v kombinácii s ďalšími symbolmi so zrozumiteľným odkazom. Pointy jednotlivých plagátov/vlajok dotvárajú názvy a literárne formulované komentáre. Obrazové symboly a text sú, čo sa týka dôležitosti, rovnocenné, vzájomne sa dopĺňajú a tvoria spolu celok, autorom vnímaný v prenesenom význame ako slovo, resp. jazyk, ktorým apeluje na verejnosť.

No v pozadí vzniku plagátov stojí ešte



Nezavisna!



Endem



Kaho'v? E'o vidí!

... napríklad, politici si vo svojej patriotickej horlivosti nevšimnú taký dôležitý detail, ako je orientácia štátnej vlajky...

„Nezavisna“ (Nezávislá) Čierna Hora používa dnes svoju staronovú vlajku, ktorú hneď po schválení vztýčili pred parlamentom vertikálne, pričom sa vôbec nebrala do úvahy jej horizontálna orientácia. Počas slávnostného ceremoniálu odznelo paradoxne aj to, že čiernohorská vlajka je zárukou... stability.

... dá sa teda vyvodiť záver, že okrem levov sa v Čiernej Hore darí aj iným dravcom... Endemický druh, tzv. bezhlavý orol, je druh dravého vtáka, ktorý žije na malom a obmedzenom priestore. Čiernohorskí ornitológovia tvrdia, že na základe jeho zvýšeného výskytu bude čoskoro možné konštatovať jeho premnoženie a vyňať ho zo zoznamu ohrozených druhov.

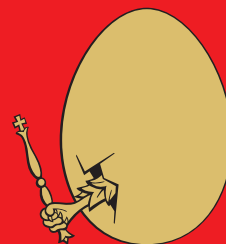
... a národ? Ten len počúva a nasáva tieto spôsoby, pričom sa stáva ešte lepším rečníkom ako politici. „Kaho'v? E'o vidí!“ (Tak ako? Všetci vidí!) je bežný začiatok rozhovoru Čiernohorcov na ulici či v kaviarni. Často sa však stane, že celý rozhovor sa týmto aj uzavrie... možno preto, aby sa obišli dôležitejšie témy.

jeden poznatok, ku ktorému Latkovič pri svojom výskume dospel. Pri štúdiu historického vývoja typografie v Čiernej Hore sa mu potvrdilo, že písmo a grafický prvok vôbec sa postupom času stalo zbraňou v rukách politikov, ktorí prostredníctvom neho veľmi účinne propagujú svoje záujmy. „Vrcholom bola kampaň pred referendum o osamostatnení Čiernej Hory, ktorá prebehla minulý rok – dva proti sebe postavené bloky používali odlišné písmo: tí, čo boli za osamostatnenie, tvrdili, že Čierna Hora sa dostane na Západ ľahšie ako samostatná, a preto v plagátovej propagande použili „západné písmo“, čiže latinku. Druhí používali cyriliku, ktorá Čiernu Horu spája so Srbskom. Písmom demonštrovali svoju orientáciu a aj verejnosť sa s tým v podstate stotožnila. Dá sa povedať, že vznikla vojna písom,“ hovorí Latkovič. Sám tento pozoruhodný fenomén aj zobrazil. Všetky plagáty sú písané v latinke, až na jeden – „Sever a Juh“ je riešený v oboch písmach, čiže politický konflikt týchto dvoch regiónov vyjadruje aj (typo)graficky. Takisto v tomto prípade má obrazový motív doplnený písaným slovom funkciu významami nabitého grafického znaku, ktorému porozumie každý Čiernohorec.

V novembri 2007 má byť séria Latkovičových vlajok prezentovaná na výstave v galérii Centar v centre Podgorice, hlavnom meste Čiernej Hory. Galéria je situovaná na mimoriadne exponovanom mieste, len pár desiatok metrov od parlamentu. Cez jej presklenné steny budú okoloidúci politici aj verejnosť chtiac-nechtiac konfrontovaní so štátnou vlajkou v nečakaných podobách. Možno niekoho pobavia a iného pobúria, ale v každom prípade prehovorí k tým, ktorým sú určené. ■

Nikola Latkovič:

Slovom proti pohanom, séria plagátov
magisterská diplomová práca, odbor grafický dizajn,
VŠVU, Bratislava 2007, sieťotlač



Doba inkubácie

- 1 LATKOVIČ, N.: Čierna Hora ako zrkadlo kultúry. Diplomová práca, VŠVU 2007, s. 23 – 24.
- 2 Podobu súčasného štátneho znaku Slovenskej republiky, štátnej pečate, štátnej vlajky a štandardy prezidenta SR aktualizoval na základe historických erbových a pečatných predlôh grafik Ladislav Čisárik ml. spolu s heraldikom PhDr. Ladislavom Vrteľom v roku 1990.

na hranici gýča?

interpretácia krištáľového lustra
ako tradičného typologického druhu
svietidla v ére digitálnych
technológií.



Luster¹ v najvšeobecnejšom ponímaní môžeme definovať ako závesný typ svietidla s viacerými zdrojmi svetla. Jeho historický predobraz v zmysle európskeho vnímania (európskeho archetypu) sa začína objavovať približne v jedenástom storočí. Okolo roku 1000 sa v anglosaských krajinách používajú jednoduché drevené či železné stojany na sviece (odtiaľ názov chandelier, z latinského candelabrum; candella – svieca) vešané na chóroch kostolov. Formálnym, materiálovým aj obsahovým rozvinutím témy závesného lustra vznikajú v dvanástom až trinástom storočí bohato zdobené artefakty: mohutné skruže z bronzu alebo mosadze osádzané veľkým počtom bodcov, niekedy figuratívne zdobené v zmysle zodpovedajúcej ikonografie – známe sú románske lustre pripodobnené k nebeskému Jeruzalemu s vežičkami, bránami a rôznymi postavami. Čoraz zložitejšie lustre, podliehajúce súdobým technologickým možnostiam a vkusu, odzrkadľujú interiérové názory – koncentrujú v sebe ducha doby nielen vonkajším vzhľadom, ale aj logikou vnútornej výstavby.

Známe sú mosadzné lustre z Holandska, ktoré v osemnástom storočí ustálili svoj tvarový výraz (vychádzajúci z interpretácie architektonických fragmentov v menšej mierke): veľkoryso definovaný stredový stĺpik (baluster) vrcholí v rozmernej konvexnej ploche alebo v guli vysokého lesku; z nej lúčovito vychádzajú esovito zahnuté ramená ukončené držiakmi, otvormi na sviece.² Rôzne variácie a intenzifikácie tejto konštitúcie sa čoskoro rozšírili po celej Európe – v Británii a vo Francúzsku sú to predovšetkým verzie zo striebra a zláteného vyrezávaného dreva; v oblasti Benátok a v Čechách sa od roku 1720 objavujú prvé sklenené lustre; v Škandinávii ostáva tradičným materiálom drevo. Technologický vývoj samotného zdroja svetla sa na zmene morfológie lustrov výrazne nepodieľal – sviece od roku 1780 nahrádzajú olejové a od roku 1855 Sillimannove (petrolejové) lampy. Dokonca ani elektrifikácia z prelomu storočí výrazne neprekračuje zaužívanú tektoniku záves + ramená; pôvodné sviece sú dokonca formálne citované papierovými, voskovanými imitáciami so žiarovkami.



15 úvaha

foto © Swarovski Crystal Palace 2007



2

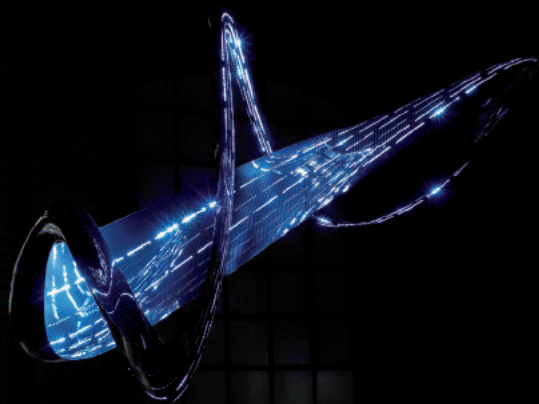
3

Luster sa ako anachronický typologický druh prestáva používať v dvadsiatych rokoch minulého storočia: modernistickí architekti zavrhlí príliš nákladnú a pritom málo efektívnu ozdobnosť komplikovaných lustrov a nahradili ich nahými opálovými guľami.

K výraznejšiemu uplatneniu dochádza až v období posledných pár rokov,³ príznačných všeobecnou resuscitáciou historických podôb v dizajne, prítomnou čiastočne vďaka výzvam technologických možností digitálne riadených strojov, čiastočne vďaka kríze invencie a straty tradičných hodnôt. Mohutný rozmach rozmarne tvarovaných lustrov využívajúcich aktuálne tvorivé stratégie je prítomný tak v tvorbe etablovaných producentov svetidiel,⁴ ako aj v prácach začínajúcich autorov.

V kontexte aktuálnej produkcie lustrov je kolekcia Nadje Swarovski najviac podnetná, avantgardná i poetická spôsobom, akým tlmočí historickú podobu svetla. Už šesť rokov sa dedička krištáľového impéria Swarovski obracia na popredných umelcov a návrhárov, aby spoločne „predviedli, že ponímanie tradičného lustra môže byť opätovne prepracované do podoby fantastických, inovatívnych svetelných plastík a objektov. Či sa dizajnér rozhodne použiť špičkové technológie, alebo sa vráti k prirodzenosti samotného svetla, výsledok je vždy uchvacujúci. Každý z autorov dáva tradičnej estetike lustrov celkom nový život“.⁵

Ikony krištáľového lustra, teda obrazu opulentného svetelného diela ovešaného tisíckami brúsených sklenených kamienkov, známeho najmä z osemnásteho storočia, sa v ostatnej kolekcii Swarovski Crystal Palace 2007 zmocnilo až osemnásť tvorcov. Vždy extrémne inovatívnym spôsobom premysleli zmyselnosť, pôvab, poetiku aj dnes prehliadanú ikonografiu lustra, aby v súčinnosti s high techom narušili konzervatívny spôsob uvažovania o jeho krištáľovej podobe. Poučení modernistickými i postmodernými závermi prístupujú jednotliví autori k brúseným krištáľom nie ako k luxusnému, mierne dekadentnému materiálu; vnímajú ich skôr ako jedinečný svetelný filter, ktorým dokážu materializovať vízie vzťahu človeka a svetla. Dramatické vyjadrenie príbehov, významov a posolstiev ako nadhodnota lustra, prítomná od jeho počiatkov, tak aj po tisícročia, ostáva nemenná – dnes, rovnako ako v roku 1000 sa do spôsobu prítomnosti lustrov halí večné opojenie človeka svetlom, bez ktorého by samotná jeho prítomnosť strácala zmysel. ■



4



5

6



- 1 Yves Béhar – dynamicky premenný model MORPHEUS obťažkaný 30-tisíc kameňmi
- 2 Fredrikson Stallard – teatrálna vízia lustra PANDORA neustále dekonštruovaná v pohybe
- 3 Diller, Scofidio + Renfro – sieťovaný vak plný krištáľov LIGHT STOCK
- 4 Future Systems – BLACK & LITE ako mohutná priestorová krivka z uhlíkových vlákien
- 5 Ronan & Erwan Bouroullecovi – jednoduchá prenosná lampa STONE LIGHT Pierre Paulin – rýdzi lyrický projekt rosy krištáľov ONDÉE DU MATIN
- 6 Arne Quinze – DREAM SAVER ako subverzia lustra, do ktorého je možné fyzicky vojsť



poznámky

- 1 Pojem luster (v zmysle svietidlo) sa do našej jazykovej oblasti dostal cez nemecké Luster z francúzštiny (lustre, ako latinské lustrer, lustrare – osvetľovať). Pramení v latinskom lux – svetlo (podobne ako slovanské lúč) z predpokladaného indoeurópskeho základu *leuk – svietiť, žiariť.
- 2 podľa: ED. Third Webster Dictionary. Brittanica 2001; pojem chandelier.
- 3 Výnimkou sú radikálne avantgardné práce nemeckého dizajnéra Inga Maurera, ktorý od sedemdesiatych rokov interpretuje skrytú poetiku lúč, a najmä lustrov formálne aj technologicky výrazne exponovanými dielami.
- 4 Príkladom môže byť nielen výrazný úspech tradičnej muránskej spoločnosti Barovier&Tosso, ale aj akvizície niektorých progresívnych producentov ako Artemide, Flos či Fontana Arte.
- 5 Cit.: Nadja Swarovski, predslov v katalógu Swarovski Crystal Palace 2006. Zmyslom akcie Swarovski Crystal Palace je znovuoobjavenie a revitalizácia krištáľových lustrov. Priznaným zámerom však je aj snaha zvýšiť dizajnérsky kredit spoločnosti Swarovski, často spájanej s nevkusným, maloburžoáznym.



katedra dizajnu fu tu v košiciach

letný semester 06/07



názov *Light of Toy* svetelný objekt autor Jan Hůla, III. ročník pedagóg Ing. Tibor Uhrín, Art. D.

Drobné náladové svetidlo, či skôr svetelný objekt, prostým spôsobom spája technicky priznaný prvok diódy so zakonzervovanou púpavovou hlavičkou uloženou – a kvôli svojej krehkosti chránenou – v sklenenom valci. Farebnosť diódy presvetľuje prírodný prvok a rozptyľuje sa okolo neho do svetelnej aury s výrazom meditačného objektu.



názov Obaly na čaj
autor Marek Čecho, II. ročník
pedagógovia Doc. Akad. mal.
Jozef Haščák, Art. D.,
Mgr. Art. Linda Marenčíková

Balené vrecúškové čaje kultivujú spôsob fastfoodového či kaviarenského spôsobu podávania čaju zabaleného vo vtipne riešených kartónových skladacích škatuľkách. Čajový obal rôznymi farebnými riešeniami naznačuje druh čaju vo vnútri, aj s prílohou cukru či medu, pričom obal z nich môže byť využitý aj ako milý suvení napr. z cestovania v lietadle, z hotela a pod. ■



názov Grafický dizajn knihy Daniela Heviera Balada o deravej ponožke autor Eva Benková, II. ročník
pedagógovia Doc. Akad. mal. Jozef Haščák, Art. D., Mgr. Art. Linda Marenčíková

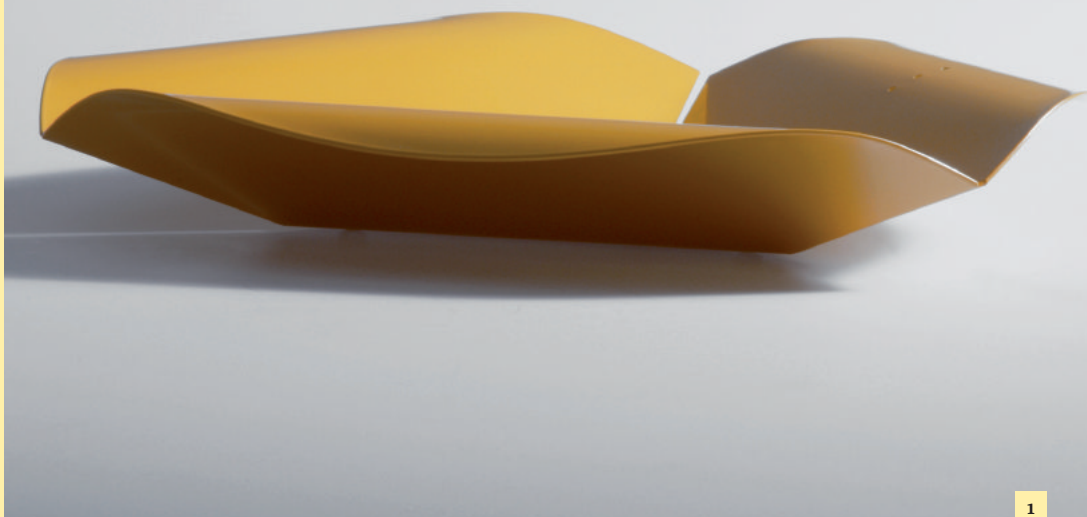
Knižka malého formátu riešená ako leporelo „spracováva“ báseň Daniela Heviera. Jej grafická stránka rozvíja báseň ako vizuálny príbeh, samostatnú tvorivú paralelu rozprávajú znakovou poetickou symbolikou autorky.

názov Servírovací podnos autor Michaela Podolanová, III. ročník
pedagóg Ing. Tibor Uhrín, Art. D.

Plastový podnos predstavuje model nápadu, ktorý je možné variabilne prerozprávať v takmer akomkoľvek materiáli a farebnosti (tvrdý papier, plasty). Variabilné je aj samotné riešenie: je to podnos, ktorý vďaka odnímateľným jednotlivým častiam – podložkám – predstavuje riešenie na podávanie jedla napr. na party alebo v spoločnosti jednoduchým spôsobom – každý si vezme vlastný tanierik so samostatnou porciou bez priameho dotyku rúk.



the best of j. k.



nie je veľa výstav o slovenskom dizajne a ešte menej zo sféry produktového dizajnu – malých objektov pre určitý životný štýl. výstava júlie kunovskej v galérii x (7. – 18. júna 2007) skončila síce pred niekoľkými mesiacmi, no je dobrým dôvodom na zamyslenie sa, ako a s akým zámerom vystavené produkty vznikali a aká vôbec je samotná autorka, ktorá celý svoj život balansuje na hranici medzi architektúrou, remeslom a dizajnom, pričom všetky tieto sféry dokáže prepájať. výstava nebola veľká, ale zaujímavá aktuálnou tvorbou interiérových, stolovacích prvkov, šperkami, doplnená o fotografie makrodetailov vystavených dizajnov, trofejí a v kombinácii s medzinárodne ocenenými prácami.

Kov, drôt a sklo sú materiály, ktoré Júlia Kunovská najčastejšie používa. V roku 1996 (designum3/96) sme písali o jej drôtenom objekte (stolovaní) Pocta drotárstvu, ktorý bol súčasťou výstavy vo francúzskom Macone. V roku 1999 pre zmenu o ocenenej kovovej mise Torzo v Kanazave (designum4/99) a v roku 1998 sme informovali o úspešnej výstave Dialógy, ktorú koncepčne a realizačne pripravila do Kodane (designum4/98). V zmienených prípadoch išlo zväčša o reflexiu zahraničných úspechov a vybraných častí jej rozvetvenej tvorby. Ani výstava „The Best of“ nebola prierezovou autorskou výstavou. Chýbala oblasť textilu, odevov, realizácie interiérov, všetko s niečím súvisí a na niečo nadväzuje, to vystihuje filozofiu Kunovskej tvorby. Prítomná je vždy snaha uchopiť jeden

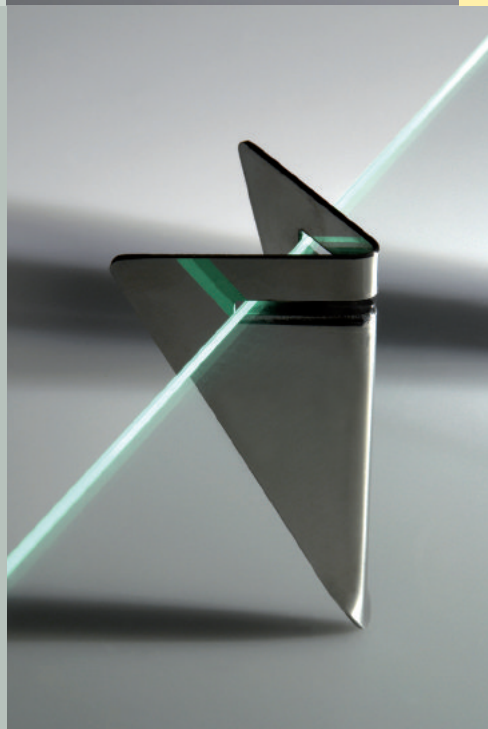
predmet zo všetkých strán a využiť funkčné a estetické možnosti na dosiahnutie čo najväčšej variabilnosti. Je u nej bežné, že z jedného predmetu, jednoduchého základného tvaru, vznikne množstvo tvarových a farebných variantov. Jedna vec je zárodkom druhej a spolu vytvárajú kompaktný celok. Misa Torzo nadväzuje na farebné podtaniere z Pocty drotárstvu a obe sú jasným zdrojom pokračovania v ďalšej sade kovových mís. Všetky ich hrany sú individualizované kontrastom k základnej farbe mís a zdá sa, že kovové nožičky, ktoré nesú hranaté alebo okrúhle sklenené podnosy, majú zase základ vo farebných rohoch týchto mís, alebo v zasúvacích sponách. Séria servírovacích stolíkov Battler vznikala v dielni „Kovovýroby“ niekoľko rokov, kým sa pôvodný návrh vyprofiloval do produktu



21 výstava



2

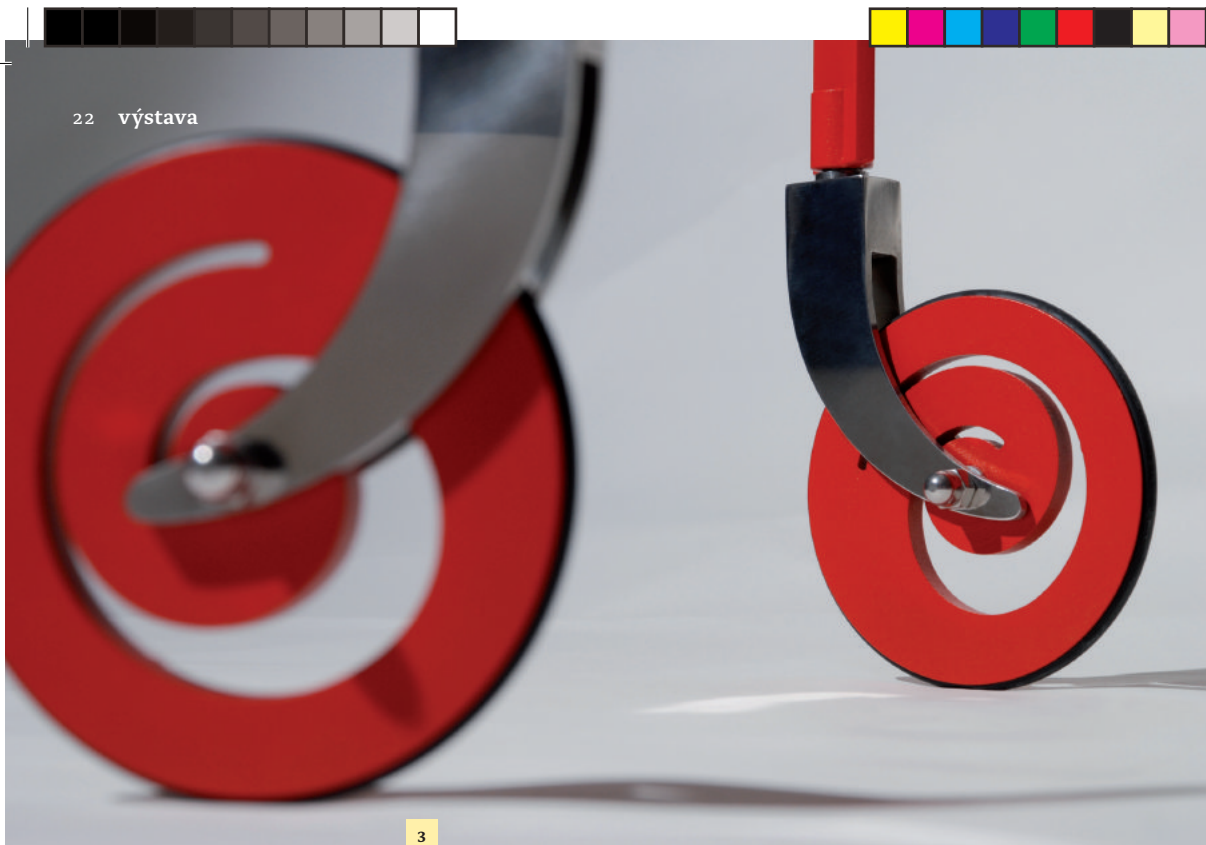


schopného sériovej výroby. Práve Battleri boli akýmsi hnacím motorom zrealizovať spomínanú výstavu. Keď sa zdalo, že sú už celkom dotiahnutí, majiteľ dielne Jozef Blecha navrhol, aby sa vyrobili vlastné kolieska. A tak má každý servírovací stolík individuálne kolieska. V Galérii X sa vzácnne stretli nové produktové prototypy, ktoré môžu byť dobrým základom výrobného programu kovodielne.

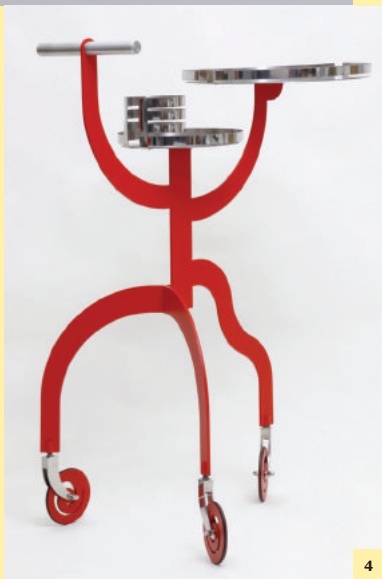
„Vzácnne bolo, čo si aj veľmi cením, že som mohla vo firme Kovovýroba slobodne vyvíjať Battlerov.“ (J. K.) Ideálnym produktom špeciálne pre Kovovýrobu sú nástenné svietniky. Existuje návrh, výrobca, dokonca aj možnosť prezentácie, no záujem ľudí, pre ktorých tieto nevšedné predmety vznikajú, nie je taký, ako by si sériová výroba vyžadovala. To je však iný problém. Ako sama autorka hovorí o svojej skúsenosti z Galérie X, kde sa

jej „drobný dizajn“ predáva, obyčajne má úspech a kúpia si ho skôr zahraniční návštevníci, ktorí hľadajú na Slovensku niečo špecifické a iné. *„Prv, než nejakú ideu uskutočním, musím si byť istá, že ide o niečo nové a pre mňa vzrušujúce.“*

V posledných rokoch sa stále viac spolieham na intuíciu, cit. Nechám veci odležať, ak mi niečo škripe, a potom sa to zrazu vylúpe.“ (J. K.) To, že sa jej darí predávať vlastné veci skôr v zahraničí, je často aj záležitosťou príjemných náhod. Majiteľov špeciálneho butiku s dizajnovým odevom Agathe v Zürichu zaujali pri Kunovskej opakovanej návšteve jednoduché, geometricky čisté tvary rôznofarebných zasúvacích spŕn do odevov, ktorú jednu z nich mala práve na sebe. Majitelia butiku boli nadšení prostým princípom s maximálnym estetickým účinkom. Zaujímavým



3



4

projektom, ktorý čaká na realizáciu, sú zateplovacie plášte a priestorový objekt na ich zavesenie v stredovekom, veľmi chladnom kostole s kaplnkou v Albis vo Švajčiarsku. Farebnosť plstených plášťov je inšpirovaná vitrážami okien kostola. Kovové

rameno s viac ako desiatimi vešiakmi-vestami má vlastný oteplovací systém. Všetko je chránené uzatvárateľnými krídlami. Je to nevšedný interiérový prvok.

„Výstavy sú pre mňa výzvou pokúsiť sa vytiahnuť to, čo je pre nás špecifické, a prezentovať to tak, aby to zaujalo a aby si to každý pamätal.“ (J. K.)

Kunovskej komplexné vnímanie vecí ju v poslednom desaťročí doviedlo aj k organizovaniu a realizácii kolektívnych prezentačných výstav v zahraničí. Súvisí to s jej členstvom v európskom výbore Svetovej rady remesiel, ale aj so vzdelaním interiérovej architektky. Najskôr navrhovala výstavný fundus a architektonické riešenie expozícií a neskôr pridala aj obsahovú koncepciu. Rozsahom aj významom bola zaujímavá už spomínaná

výstava Dialógy v Kodani (1996). Navrhla na ňu plošné preglejkové a akrylátové diely, ktoré sa stavali do šošovkovitých vitrín a vytvárali pre objekty variabilný mikrosvet. Dialóg tvoril materiál drevo, kov, textil a sklo, súčasné a historické objekty, remeslo, úžitkové umenie a dizajn. Ďalšou bola výstava Dotyk Slovenska v belgickom Monse (2006). Zúčastnili sa jej 33 autori s vyše dvesto dielami úžitkového umenia, od interiérových prvkov a objektov až po odev, odevný doplnok a šperk. Súčasťou výstavy bola aj textilná miniatúra.

V súčasnosti Júlia Kunovská pripravuje slovenskú účasť na medzinárodnej výstave umenia a remesla, úžitkového umenia a dizajnu Mind & Matter v Luxemburgu v rámci hlavného programu osláv Európskeho mesta kultúry (október 2007). ■



23 výstava



5



- 1 Misa žltá, 2006
- 2 Podnos, 2007 – celok a detail
- 5 Zasúvacie brošne 2000/2007
- 3 Butler – detail kolieska, 2007
- 4 Butler 2004/2007
- 5 Zasúvacie brošne 2000/2007



23 report

text redakcia

sezóna 2007

počiatky výstavného projektu sezóna, zameraného na stolovanie a interiérové doplnky, možno hľadať v neskorom lete 2006. po úspešnej výstave vo februári 2007 v plzni nasledovala výstava v bratislavskom dizajn štúdiu úľuv a českom centre v košiciach. v lete 2007 nasleduje výstava v českom design centre v prahe, kde je kolekcia rozšírená o množstvo nových výrobkov a nových vystavujúcich. prezentované práce sa neboja experimentu, pričom plne rešpektujú potreby užívateľa a sledujú funkciu predmetov. projekt predstavuje najčerstvejšie práce mladých dizajnérov, študentov a absolventov štyroch českých a jednej slovenskej vysokej školy. ▀



Jan Fabián: Ukážka tavených sklenených misiek pre psov v psom útulku – Nížká, tavené sklo, 2005

dizajnomádi »

jedným z ťažiskových zámerov časopisu designum je prezentovať slovenských dizajnérov a ich prácu – tzv. „slovenský dizajn“ (ak je vôbec možné operovať s takýmto zovšeobecňujúcim pojmom). jeho existencia sa v dôsledku fluktuácie talentov do sveta nekoncentruje iba na slovensko, ale aj do zahraničia. rozhodli sme sa pátrať po dizajnéroch, ktorí – hoci sa narodili a študovali u nás – žijú a tvoria v iných krajinách. » v súvislosti s týmto námetom sme dali vybraným respondentom priestor na ich vlastnú reflexiu dizajnu a dizajnerskej scény v krajine, kde momentálne pôsobia. zároveň sme ich vyzvali na porovnanie so slovenským prostredím a posúdenie vlastnej väzby voči nemu. » okrem rozhovorov so šiestimi dizajnérmí – generačnými súpútnikmi – prinášame aj esej teoreticky – slovenky žijúcej v kodani, a tiež krátku reportáž o úspechu slovenských dizajnérov na tohtoročnej medzinárodnej súťaži v nemecku. k téme sa viaže aj profilový rozhovor v úvode čísla, ktorý naopak prezentuje dizajnéra pochádzajúceho z inej krajiny, no žijúceho a aktívne tvoriaceho u nás. » výber oslovených tvorcov bol podmienený najmä snahou vyhnúť sa jednostrannej orientácii na jedinú oblasť dizajnerskej tvorby. výsledná selekcia pokrýva grafický, produktový, interiérový dizajn a architektúru a má ambíciu objektívne, aj keď cez individuálne osudy, sledovať cesty slovenského dizajnu po svete. » nevylučujeme, že vzhľadom na atraktivitu témy a obmedzený rozsah časopisu sa k realite slovenských dizajnérov v zahraničí v budúcnosti ešte vrátíme.



1

johanna biľak – balušíková » prijali nás, akí sme

www.typotheque.com/authors/johanna_biľak/

hoci johanna biľak – balušíková žije od roku 1999 v holandskom haag, nevytratila sa z povedomia slovenskej dizajnerskej scény. aktivity typotheque – nezávislého štúdia zameraného na typografiu, plagátový, výstavnícky a interaktívny dizajn, ktoré vedie spolu so svojim manželom petrom biľakom, presahujú hranice holandska a sú známe aj u nás. tvorba digitálnych písiem, typografických tričiek či kníh, ktorej sa johanna biľak venuje, nie je obmedzená miestom. práve naopak. spolieha sa na univerzálnu zrozumiteľnosť grafického prvku, a preto počíta s vnímateľom či nositeľom z akejkoľvek krajiny. Popri samotnej tvorbe grafického dizajnu je pre Johannu Biľak dôležité aj odovzdávanie a rozvíjanie informácií, skúseností z dizajnerskej praxe. Typografické workshopy a výstavy, ktoré viedla, sa takisto neobmedzovali na krajinu, kde žije. Putovné projekty e-a-t (experiment and typography) alebo Bookmark (Central European Typography) sa zastavili aj na Slovensku a vytvorili príležitosť pre komunikáciu grafických dizajnérov pochádzajúcich z rôznych prostredí. Johanna Biľak (1974) sa rozhodla prekračovať hranice štátov aj kultúrnych prostredí už počas štúdia a dnes je pre ňu život a práca v zahraničí prirodzená. Dnes má pocit, že prichádza čas, keď by mohla svoje vlastné skúsenosti z adaptácie v novom prostredí využiť tam, kde je to práve potrebné.

Absolvovali ste špecializované študijné pobyty v zahraničí.

Boli pre vás, profilujúcu sa dizajnerku, užitočné?

V mojom prípade sa všetko dialo veľmi prirodzene, no nemyslím, že pre všetkých študentov je nevyhnutné štúdium v zahraničí. Každý má svoju jedinečnú cestu a riadi sa svojim vnútorným hlasom. Ale je fajn, že študenti majú možnosť absolvovať stáže v zahraničí, hoci sa budú chcieť neskôr realizovať doma. Dá im to európsky rozhľad, možno aj svetový, a tým pomôžu posunúť slovenský dizajn a vzťah okolia k nemu. Hoci VŠVU bola pre mňa už od detstva školou snov, po 3. ročníku som začala cítiť, že mi v nej chýba väčšia prepojenosť so svetom, len ťažko

som sa dostávala k zahraničnej literatúre, chýbali mi prednášky medzinárodných osobností, mala som chuť sa konfrontovať a otestovať v multikultúrnom prostredí. Všetky študijné pobyty pre mňa znamenali rôzne výzvy. V Saint-Etienne som ako študentka dostala za úlohu navrhnuť prvú vizuálnu identitu Biennale Design 1998, ktorá fungovala s menšími obmenami až do roku 2004. Naučila som sa tu okrem jazyka pracovať s tímom ľudí a realizovať projekt v širokej škále, od návrhu až po konečný produkt. Na parížsky postgraduál ANRT (Atelier National de Recherche Typographique) som išla s cieľom navrhnuť vlastné písmo, ktoré som chápala ako dôležitú súčasť

typografie a grafického dizajnu, a chcela som tak jeho vlastnosti lepšie pochopiť. Výsledkom bol Jigsaw, bezpätkové písmo, ktoré má svoju jednoduchou stavbou a možnosťou dekomponovania blízko k architektúre. Tretí postgraduál, na Jan van Eyck Akademie v holandskom Maastrichte, ma lákal svojou medzinárodnou orientáciou, učili tu zvučné mená, dizajn sa tu chápal v širšom spojení s disciplínami ako teória a umenie a dôraz sa kládol na vlastnú iniciatívu. Tieto skúsenosti mali pre mňa nezameniteľný prínos. Usadenie sa v novej krajine bolo pre mňa ďalším znovuzrozením, prispôbením sa novým zvykom i podnebiu,



ako aj stretnutím s novou komunitou ľudí.

Zúčastnili ste sa aj niekoľkých pracovných projektov v zahraničných dizajnerských štúdiách. Ako k tomu došlo a ako by ste tieto pobyty zhrnuli?

Pobyty v dizajnerských ateliéroch mi prinášali rovnováhu medzi študentským a profesionálnym životom a ich dĺžka bola rôzna, v závislosti od ďalších plánov. Každé pracovné prostredie, či už vo Francúzsku, alebo Holandsku, malo svoje špecifiká. V štúdiu Intégral Ruedi Baur v Paríži som sa veľa naučila pri práci na projekte rozsiahlej korporátnej identity pre Centre George Pompidou, hoci mi nevelmi vyhovovala tímová hierarchia, ktorá si vyžadovala nasledovanie vzoru. Oveľa bližšie mi boli individuálne projekty v štúdiu Atalante v Paríži. Tam som už mala možnosť porovnať holandskú dizajnersku klímu s francúzskou, ktorá síce s nadšením prijímala nové impulzy, ale na strane konzervatívneho klienta bol problém. Málokto má nápady, ktoré sme v štúdiu s nadšením rozpracovali, boli nakoniec použité. Preto bolo logickým krokom hľadať si prácu

v Holandsku, kde je dizajn neodmysliteľnou súčasťou prezentácie krajiny a akousi novodobou vizitkou spoločnosti. Pri práci s výstavníckymi architektmi v štúdiu Kossmann en De Jong v Amsterdame sme mali stále na mysli, že chceme urobiť niečo čerstvé a inovatívne. Dialóg s klientmi bol otvorený a pritom konštruktívny, pretože obe strany sa navzájom rešpektovali.

Čo bolo dôvodom vášho odchodu do zahraničia po ukončení štúdia? Prečo ste sa rozhodli práve pre Holandsko? Pociťovali ste nedostatok príležitostí na Slovensku?

To, že som po škole neostala pracovať na Slovensku, spôsobil asi boom reklamných agentúr u nás. Nevedela som si predstaviť pracovať v jednej z nich, netúžila a nevedela som propagovať produkty, ktoré sa k nám importovali zo Západu a nič mi nehovorili. Možno dnes je to už iné a je možné robiť veci, ktoré človeka naplňajú. Bohužiaľ, tieto faktory sú úzko spojené s ekonomickou situáciou krajiny, a keď je napríklad málo prostriedkov na výstavy, nemôže sa naplno rozvíjať ani taký špecializovaný odbor ako výstavnícky dizajn. Ten ostáva

pre mňa aj naďalej srdcovou záležitosťou, lebo spája viacero disciplín, ako priemyselný dizajn, typografiu, architektúru, vedu, organizačné schopnosti. Do Holandska som išla najprv iba študovať, ale okrem pracovného života sa tu zosúladiť aj môj partnerský vzťah. V Haagu máme spolu s manželom Petrom Biľakom vlastnú firmu Typotheque.

Bolo pre vás ako cudzinku ťažké uplatniť sa v zahraničí? Ako vás prijalo holandské profesionálne prostredie?

Holandania na mňa pôsobili od začiatku otvorene a hlavne pragmaticky. Ak tušia, že nový človek bude pre nich prínosom, tak za ním budú stáť aj napriek všetkým emigračným problémom. Preto sa netreba vopred ničoho obávať, ak človek ide za tým, čo ho naplňuje, veci sa akosi automaticky vyvíjajú v jeho prospech. Vnímam to s odstupom času ako reťazovú reakciu, každý predchádzajúci krok ovplyvňuje ten nasledujúci. To, že teraz pracujeme nezávisle v holandskom prostredí, bol len ďalší nevyhnutný krok k sebarealizácii a test, či obstojíme aj v takomto silnom konkurenčnom prostredí. Holandania boli vždy cestovatelia

a vedeli prijímať zvláštnosti i kultúrne rozdiely, preto aj my máme pocit, že nás prijali takých, akí sme, s očakávaním, že ich o niečo nové a iné obohatíme.

Aké pozitívne a naopak negatívne skúsenosti máte so svojím pracovným pobytom v Haagu? Zaskočila vás realita života v cudzine?

Veľkú rolu tu zohráva, či je človek pripravený a ochotný prijímať zmeny. Ak domácky založený človek uznáva len svoje zaužívané hodnoty, v cudzine môže zažiť veľký šok. Mňa osobne pobyt mimo rodnej krajiny doviedol k poznaniu, že svet okolo mňa je taký, ako ho vidím ja, odráža moju osobnosť. Ak mám strach, tým horšie vnímam cudzie okolie. Naopak, ak prichádzam bez predsudkov, viem prijať veci také, aké sú, a lepšie sa adaptujem v prostredí. Vedieť sa prispôbiť, no zároveň si uchovať vlastné špecifiká, to je podľa mňa výzva pre život v zahraničí. Naďalej však pre mňa ostáva nevyriešenou otázkou, ako sa vyrovnáť so vzdialenosťou od rodiny, ktorá mi tu občas chýba.

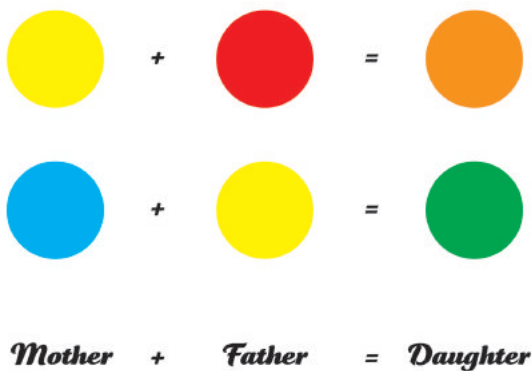
V Holandsku ste si napokon založili vlastné štúdio Typotheque. Čo vás k tomu motivovalo?

Webstránka Typotheque existovala ako vedľajšia Petrova aktivita už počas jeho zamestnania v štúdiu Dumbar v Haagu v roku 1999. Bol to plynulý prechod. Keď Peter dostal prvý väčší projekt, vycítil, že nastal čas osamostatniť sa a pracovať pod svojím menom. Firma Typotheque však oficiálne vznikla až v januári 2006, keď sme naše dve nezávislé firmy spojili do jednej. Bol to prirodzený krok, keďže sme aj tak už spolupracovali na projektoch, ktoré boli určené na distribúciu cez tento internetový obchod. Pracovali sme na vydávaní digitálnych písíem, typografických tričiek, kníh a výstav.

Ako po rokoch hodnotíte svoje pôsobenie v Holandsku? Ovplyvnilo vašu tvorbu?

Určite. Všetko, čo nás obklopuje, sa nás nejakým spôsobom dotýka. Holandsko na nás zapôsobilo tým, že je akýmsi stredobodom diania a križovatkou pre grafický

dizajn. Dizajn tu žije v povedomí širokej verejnosti, nielen úzkej skupiny profesionálov. To má vplyv na to, že klienti sú otvorenejší novinkám a často ich od dizajnérov aj vyžadujú, aby sa v konkurenčnom prostredí odlišili. Ekonomická klíma dáva dizajnérom zelenú, kvalitné veci majú svojho spotrebiteľa. Zaujímavé je, že v tejto malej krajine ešte nenastala úplná dizajnerska saturácia. Desiatky kvalitných dizajnerských škôl chrlia nových dizajnérov a tí si väčšinou vždy nájdu zamestnanie alebo začnú robiť pre seba. Nedávno som mala možnosť viesť študentský workshop na akadémii v Katowiciach, ktorá je veľmi aktívna a uvedomuje si nedostatky vo vyučovaní grafického dizajnu v Poľsku. Tento rok organizuje na svojej pôde ambicióznu konferenciu na tému Vzdelávanie v dizajne. Z tohto hľadania je cítiť zdravú energiu, ktorá ma priťahuje. Niekedy mám pocit, že to, čo som sa v Holandsku naučila, by som mala zužitkovať tam, kde je to ešte viac potrebné. **Čo považujete za svoj**



najväčší (pracovný alebo osobný) úspech?

Úspech nemeríme jednotlivo, veľkosťou projektu alebo odborným ocenením, ale skôr pocitovo, že sme na správnej ceste. Že môžeme robiť to, čo nás baví, že žijeme slobodne, že máme možnosť cestovať a spoznávať nových, inšpiratívnych ľudí.

V čom vidíte odlišnosti prostredia tvorby grafického dizajnu na Slovensku a v Holandsku?

Hlavný rozdiel vychádza z celkového ekonomického zázemia krajiny, ktoré ovplyvňuje pružnosť a životaschopnosť dizajnerskej profesie. Keďže na Slovensku kultúra nie je v popredí záujmu, nemôže byť v popredí ani dizajn. Tento handicap Slovenska nie je možné napraviť za niekoľko rokov. Má to vplyv na širokú verejnosť a klientov, ktorí často vyberajú ten najhorší variant z možných návrhov. Netušia, ako sa majú na dizajn pozeráť, lebo k tomu nie sú vedení. Na druhej strane je vzrušujúce niečo nové budovať, byť pri tom, keď sa veci definujú. Je to

výzva pre mladých slovenských dizajnérov a pedagógov na umeleckých školách.

Cítite ešte nejaké väzby so slovenskou dizajnerskou scénou a sledujete ju vôbec? Ste po vlastnej skúsenosti v zahraničí kritickejší voči slovenskému dizajnerskému prostrediu? V čom vidíte jeho slabiny?

V dnešných časoch technologických vymožeností je celkom jednoduché komunikovať aj na diaľku. Dobrou príležitosťou obnoviť priame kontakty s českou a slovenskou dizajnerskou scénou bol projekt putovnej výstavy e-a-t (experiment a typografia), ktorý sme spolu s Alanom Zárubom organizovali v rokoch 2004 – 2006. Vďaka osobným stretnutiam s bývalými spolužiakmi zo školy približne vieme, ako sa im darí, a oni zase vedia, čím sa zaoberáme my. Občas z toho vznikne spolupráca, naposledy to bolo v prípade denníka SME, pre ktoré Peter navrhol písmo Greta. Niekedy mám pocit, že namiesto ťahania za jeden povraz sa na Slovensku vieme zamotať

do nepodstatných osobných problémov, ktoré odoberajú energiu. Asi som idealista a vidím, čo všetko by sa dalo spraviť s väčšou ľahkosťou, keby ľudia konali viac konštruktívne a menej emotívne.

Získali ste niekoľko cien v rôznych súťažiach.**Znamenali niečo pre váš ďalší profesionálny rast?**

Samozrejme, že ocenenia sem-tam potešia, ale netvrdila by som, že znamenajú veľa pre môj rast. Viac ma zaujíma prirodzené napredovanie v práci, ktorá ma naplňa. Výsledky a ceny sú tie posledné veci na konci pracovného reťazca, ktoré už prácu ovplyvniť nemôžu.

Aké projekty pripravujete v blízkej dobe?

Konkrétne dlhodobé plány si nerobíme, ale určite máme nejaké vízie. Priali by sme si, aby Typotheque, ako vydavateľstvo a obchod, malo stále vo svojej ponuke nejaké novinky. Usilujeme sa udržať pozornosť našich zákazníkov pravidelným prírastkom písiev, tričiek, kníh alebo článkov, aby mali dôvod sa k nám vrátiť. Mojm najbližším plánom je





posunúť jeden projekt písma, o ktorom už dlhšie rozmýšľam. Zaujímajú ma rozdiely v rukopise ľudí pochádzajúcich z rôznych krajín sveta. Rukopis je ovplyvnený kultúrnymi zvykmi, ale hlavne výučbou písania detí na základnej škole. Preto už dlhšie zbieram školské šlabikáre a podobné publikácie s metodológiou písania pre deti. Na základe niektorých z nich by mal vzniknúť multikultúrny font inšpirovaný rôznorodým tvaroslovím ručne písaného písma. Naše záujmy tiež dlhodobšie inklinujú k modernému tancu. Páči sa nám prepojenie grafického dizajnu na iné, zdanlivo nesúvisiace disciplíny, a to by sme chceli aj naďalej prehlbovať. Dobrý grafický dizajn podľa nás nie je sebareflekujúci, mal by sa inšpirovať zvonka, napr. umením, filmom, vedou, ale aj obyčajným životom.

Plánujete nejakým spôsobom prepojiť slovenské profesionálne dizajnérske prostredie s holandským?

Myslím prostredníctvom konkrétnych projektov...

So slovenským prostredím sme ostali nepriamo prepojení, aj keď žijeme v Holandsku. V poslednom čase bol záujem o naše fonty aj výstavnícky dizajn na Slovensku aj v Čechách, a ak to okolnosti dovoľujú, máme osobný kontakt s ich objednávatelom. Vždy to funguje na základe starých dobrých kontaktov a sme radi, že tie väzby a priateľstvá nevymizli. Z vlastných skúseností viem, že asi rozumnejšie je, ak väčšie slovensko-holandské kultúrne projekty iniciujú kultúrne inštitúcie a nie jednotlivci. My, samozrejme, radi pomôžeme a budeme pri tom, ak nás oslovia na spoluprácu. Napadlo mi, že jednou z možností by mohlo

byť stretnutie holandských a slovenských dizajnérov v rámci nejakej konferencie na Slovensku. Holandskí grafickí dizajnéri sú prezentovaní v mnohých krajinách ako priekopníci v odbore a prezentácia ich spôsobu zmýšľania a práce by mohla byť pre slovenské publikum obohacujúca. ■

- 1 Typotheque
- 2 projekt tričká Sky (Obloha), 2007
- 3 projekt tričiek Family (Rodina), 2007
- 4 projekt tričká Spring (Jar), 2005, s ukážkou procesu
- 5 ukážka trička pre Nederlandse Dans Theater (NDT) a ich Choreografie workshop 2007



igor marko » bojím sa rutiny

www.formassociates.eu www.art2architecture.co.uk

pozoruhodným a podnetným príkladom spojenia architektúry, umenia a dizajnu je tvorba pôvodného slovenského architekta igora marka. v roku 1997 založil v londýne s umelcom petrom finkom ateliér art2architecture, ktorý sa v tomto roku transformoval do nového ateliéru s názvom FoRM Associates. Ide o urbánnu a environmentálnu dizajnersku prax, orientovanú na tvorbu verejných obytných priestorov so zámerom celkového skvalitnenia možností obývania miest v 21. storočí. Tradičné limity architektúry sa štúdio usiluje prekonávať fúziou urbanizmu, dizajnu krajiny, ekológie, inžinierstva a umenia. Pri návrhoch urbánnych priestorov je v rámci FoRM Associates kľúčová sociálna, občianska a environmentálna zodpovednosť, zohľadňovanie lokálnej kultúry a identity. Architektonické riešenia sú orientované predovšetkým na ľudí a ich potreby, so snahou prispieť k sociálnej vitalite miest, kde sú situované. Či sa jedná o mestské námestie, ulicu, park, záhradu, či verejnú infraštruktúru, ateliér má ambíciu dosiahnuť vždy individuálne riešenia a originálny dizajn.

Igor Marko študoval na Strednej škole umeleckého priemyslu a neskôr na Katedre architektúry Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave, poznačenej v tom čase revolučnými udalosťami. V období najväčších tenzií sa mu podarilo presunúť sa na dva roky na univerzitu do Mníchova. Ešte počas štúdií pracoval v ateliéri svojho otca (Ivan Marko, ateliér Markrop – pozn. red.). Ambícia robiť vlastné veci prerástla do snahy nájsť novú platformu, ktorá by stávala na širšej kolaboračnej symbióze s presahom do sveta umenia. Paralelne s prácou pre vlastný ateliér pôsobí aj ako konzultant pre londýnsky architektonický ateliér Ian Ritchie Architects.

SLOVENSKO > ANGLICKO / LONDÝN >>>

Pohodlie domova pre teba nebolo dostatočne motivujúce. Bol by si odišiel do Londýna, aj keby nebolo stretnutia s Petrom Finkom? Alebo šlo o absolútnu náhodu a nebyť

nej, uchytil by si sa možno inde? Bol Londýn cieľom, alebo jednou z možností?

Do Londýna som prišiel len na tri dni a som tu už viac ako desiaty rok. Nevieť, či to bola náhoda, ale jedno viem určite, že sa mi vtedy naskytla príležitosť, a tak som ju využil. Nemal som žiaden plán. Mal som len nejasnú túžbu niečo v sebe zmeniť. Nemôžem povedať, že sa mi Londýn okamžite zapáčil. Práve naopak. Cítil som tu ale niečo tajomné, a to ma fascinovalo a priťahovalo. Paradoxne by mi bolo doma lepšie, ale sloboda a anonymita vo veľkom meste ma nakoniec presvedčili. Mohol som začať úplne odznova a hlavne som mal jedinečnú možnosť spoznať sám seba.

Cítiš sa byť „anglickým“ architektom?

Nie. Nielen, že sa necítim byť anglickým alebo slovenským architektom, ale necítim sa

byť ani architektom. Povolanie architekta v tradičnom chápaní mi nevyhovuje. Mám rád presahy a bojím sa rutiny. Práve preto som si vytvoril vlastný ateliér, ktorý sa mení a vyvíja. A ja s ním. Dôkazom je aj Art2architecture, ktorý je v procese transformácie na FoRM. Potrebovali sme zmenu a... trochu sme aj 'vyrástli'. Akú rolu v tvojom súčasnom profesijnom pôsobení zohráva slovenský pôvod? Riešiš to vôbec? Sú ešte geografické (a s tým spojené psychické) hranice vôbec relevantné?

2



designum4 2007



1



3

Neriešim to a nerieši to ani moje okolie. Náš ateliér je multinárodný a rozhoduje jedine to, kto kým JE a čo VIE a nie odkiaľ pochádza. Geografické hranice neexistujú. Existujú iba ľudské.

Mal by si záujem nadviazať konkrétnu spoluprácu na nejakom projekte pre Slovensko? Je niečo také podľa teba reálne?

Určite by som mal záujem nadviazať spoluprácu, ale mám pocit, že všetko musí tak trochu dozrieť. Zatiaľ sa nenašiel konkrétny projekt alebo klient, ktorý by vedel akceptovať formu našej práce. Architektonický trend na Slovensku je príliš závislý od trhu a možno niekedy málo flexibilný. Všetko je však stále otvorené a ponúknutú príležitosť by som každopádne určite prijal.

Spomenieš si na najvýraznejší moment, ktorý ťa usvedčil o tom, že rozhodnutie zostať v Londýne bolo dobrým

rozhodnutím?

Nepamätám si na nijaký konkrétny moment. Všetko prišlo postupne a možno tak trochu iracionálne. Viem len, že sa tu teraz cítim dobre, ako aj to, že tak, ako som sem prišiel, môžem aj odísť niekam inam. Pre veľa ľudí je Londýn prestupnou stanicou. Pre mňa je to momentálne domov.

Čo znamená názov

Art2architecture? Naznačuje prepojenie architektúry a voľného umenia?

Meno Art2architecture vzniklo úplnou náhodou. Keď sme začínali (ešte bez firemného názvu), vyhrali sme jeden veľký projekt a klient nás nejakou neuveriteľnou zhodou okolností začal v korešpondencii takto oslovovať. Bolo pohodlnejšie si názov ponechať, a tak nám ostal dodnes. Doteraz nevieme, ako k tomu prišiel. Všade naokolo som počúval o tom, ako architekti, urbanisti,

dizajnéri či umelci spolupracujú, ako je takáto spolupráca prospešná. Realita však bola a stále je celkom iná. Ozajstná spolupráca – od konceptu až po výsledok – je veľmi zriedkavá. Niekedy dokonca ani nie je vítaná. Architekti a umelci sú známi svojou tvrdohlavosťou. Ani v našom prípade tomu zo začiatku nebolo inak. Všetko prichádzalo spontánne. Možno niekedy až príliš. Časom sme si však našli svoj systém, v rámci ktorého sme vybudovali ateliér bez horizontálnej hierarchie, ktorý je postavený na profesionalite, kvalite a kreatívnosti. Základom je širokovrstvová spolupráca a kvalitná tímová práca. Art2architecture je organizmus, ktorý funguje v širokom zábere. Zamestnáva rôzne profesie. Aj také, ktoré s architektúrou zdanlivo nesúvisia. Projekty a ich mierka sú veľmi rozdielne. Všetko ale napokon súvisí s mes-

tom a životom v ňom. Naše projekty sú výlučne orientované na ľudí. Z tohto dôvodu je logickým pokračovaním nové zameranie na mestotvorbu a miestotvorbu. Rád používam výraz „akupunktúra mesta“. Myslím, že presne vystihuje našu prácu. Na zmenu alebo riešenie niekedy stačí veľmi málo.

Kde v tomto diapazóne sa nachádza miesto pre dizajn a aký je jeho význam?

Dizajn je dôležitou súčasťou každej fázy našej tvorby. Exteriérový nábytkový dizajn je jeden z príkladov. Verejný priestor je pre nás novou obývačkou, naším cieľom je hranice interiérového exteriérového dizajnu posúvať. Ak spolupracujem s konkrétnym dizajnérom, jeho vstup poväčšine ovplyvňuje celý proces navrhovania. Usilujeme sa, aby bol každý vstup logicky integrovaný a v konečnom dôsledku ovplyvňoval každú fázu tvorivého procesu.

Ak by si to mohol porovnať, je badateľný nejaký zásadný rozdiel medzi architektúrou a dizajnom (grafickým, priemyselným, odevným, interiérovým atď.) u nás a v Anglicku a vo vnímaní týchto komodít zo strany konzumentov, ako aj miere významu, ktorý v tej alebo onej krajine zohrávajú?

Je ťažké porovnávať dve úplne rozdielne krajiny, takže moje porovnanie bude len malým teoretickým pokusom. Som presvedčený, že na Slovensku je množstvo kvalitných architektov a dizajnérov, ktorí sú porovnateľní s britskými. Skôr je to problém všeobecného uplatnenia. Chýba zdravá konkurencia a kritická masa dizajnuachtivých kon-

zumentov, ktorá by podržala kvalitný priemer. V Londýne je dizajn do veľkej miery spojený so životným štýlom, ktorý niekedy prerastá až do novobohémskeho klišé. To však v veľkomeste patrí. Niekde som čítala názor, že Londýn je centrom dizajnu. Stotožňuješ sa s ním?

Určite áno. Centier je ale viac a každé má svoje špecifikum. Londýn je fascinujúci a krutý. Vďaka svojej mnohorakosti je pre dizajnérov veľmi zaujímavým miestom. Konkurencia je obrovská, a preto má kvalita kde rásť.

Bratislava sa dostáva do neprijemného štádia páchania veľkých zločinov na svojej pôvodnej architektúre, ako aj urbanistických riešeniach.

Nie je to len prípad plánovanej asanácie komplexu obchodného domu Prior a hotela Kyjev, ale aj likvidácie PKO či futbalového štadióna pri dostihovej

dráhe na druhej strane Dunaja a iných budov, na mieste ktorých za peniaze zahraničných investorov bez vzťahu k tomu mestu vyrastú bezpohľavné oceľovo-sklené monštrá bez akejkoľvek nadčasovej hodnoty či architektonickej výpovede. Bratislava sa mení závratným tempom a nenávratne prichádza o svojho genia loci. Sleduješ trochu tento vývoj? Nemrzí ťa, že ho nemôžeš ovplyvniť, hoci kompetencie by si na to mal?

Bratislava je zvláštne mesto -nemesto. Umrmlané medzimes-to. Je pravdivým zrkadlom všetkého, čo tam je a kedy bolo. Nie som si ale istý, či si naplno uvedomujeme komplexný urbánny proces, ktorý v Bratislave práve prebieha. Čas ukáže a každá zmena je dobrá. Teší ma, že ľudia na zmeny reagujú a nie sú apatickí. Do akej miery je hlas ulice naozaj rozhodujúci, je samozrej-



me iná otázka. Mrzí ma len, že Bratislava sa stále chce na niečo podobať. Rád by som do tohto procesu videl viac, lebo je to téma, ktorá ma zaujíma. Ale teraz som na druhej strane rieky a komunikácia je ťažšia. **Oľutoval si niekedy svoj odchod za La Manche?** Nie, nikdy. Ale boli aj ťažké chvíle...

TVORBA >>> Ako funguje tvorba a kreatívny proces vo vašom architektonickom štúdiu?

Z technického hľadiska je podobný ako v iných ateliéroch. Výnimočnosť je v netradičnosti riešení a v tímovej kombinácii. Každý projekt je pre nás špecifický, často prizývame množstvo vonkajších konzultantov. V procese tvorby vládne väčšia otvorenosť, čo súvisí s vnútornou štruktúrou ateliéru a, samozrejme, samotnými projektmi. Je to ako hrať futbal. Každý má chvíľu loptu, ale hrá za jeden tím. Úspech a neúspech prežívame všetci rovnako. Hlavne nerobíme projekty, ktoré nás nebavia.

Široký záber projektov, na ktorých pracujete (mestské parky, regenerácie centier, námestia, vstupy do miest, nábrežia) v rôznych mestách, predpokladajú vaše oboznamovanie sa s lokálnym kontextom, pre ktorý tvoríte. Je v rámci takých projektov dôležité spoznávanie lokálneho kontextu?

Samozrejme, analýza priestoru je základom dobrej diagnózy. Každý nový priestor vyžaduje iný prístup. Analýza má viacero rovín a patrí do nej aj extenzívna verejná konzultácia. Lokálne verejné konzultácie pozitívne aktivizujú potencionálnych užívateľov a pomáhajú klientovi a aj nám modifikovať zadanie a následne usmerniť proces. Pri väčších projektoch mimo Veľkej Británie vždy spolupracujeme s lokálnym tímom. Náš ateliér si takto ponecháva výhodu tvorivej nezávislosti, ktorá je postavená na lokálnej vedomosti. Zatiaľ sa takáto kombinácia osvedčila v projektoch v USA a naposledy aj pri

súťaži na prestavbu Václavského námestia v Prahe.

Vaše štúdio intenzívne spolupracuje s inými dizajnérmi, architektmi, ekológmi, inžiniermi a ostatnými umelcami. Realizovali ste niekoľko svetelných projektov a so svetlom vo všeobecnosti pracujete vo veľkej miere. Na konto si pripisujete aj širokú škálu umeleckých intervencií a eventov založených na participácii publika.

Práve posledný menovaný záber ma zaujal najviac.

Mohol by si ho priblížiť?

Krátkodobé umelecké projekty sú pre nás dobrým výskumom a skúsenosťou. Testujú priestor a ľudí. Výsledky potom často používame aj pri permanentných projektoch. Každý event je cielene zameraný na ľudí a ich participácia je najlepšou garanciou úspechu. Ich aktivizovanie má za následok lepšie ľudské zdieľanie, ktoré je mimo formy tradičnej komunikácie. Príkladom je dúha (nie som autorom), ktorá sa páči všetkým bez rozdielu. A netreba k tomu žiaden hlboký koncept. Svetlo je priestorotvorným nástrojom, ktorý má hlboký emotívny účinok. Preto so svetlom rád pracujem. Žiaľ, umeleckých projektov je čoraz menej a naše ťažisko sa presúva do architektúry a urbánneho dizajnu.

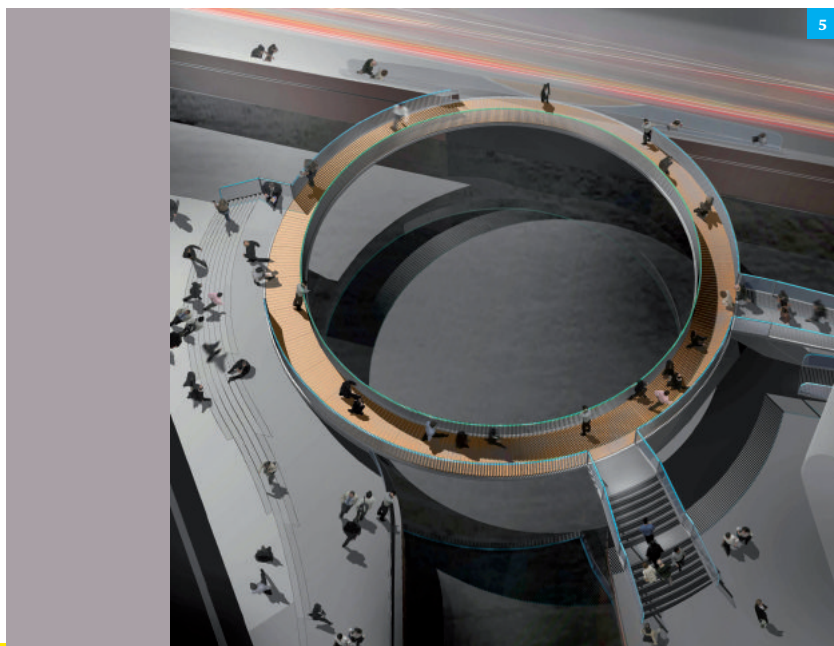
Ako by si definoval landscape design, resp. urban design?

A charakterizoval

ich najzásadnejšie špecifiká?

Väčšina mojich projektov narába s mestským prostredím. Pre mňa je moderný landscape vlastne urbánny priestor. Je to krajina mesta so všetkou „faunou a flórou“.

Aké druhy projektov





6

ťa najviac uspokojujú?

Také, ktoré nespia v zásuvke.

Na ktorú zo svojich realizácií si najviac hrdý?

Teší ma, ako sa napokon vydal projekt parku v západnom Londýne (Northala Fields Park). Dúfam, že sa nám podarí presadiť aj budovu návštevníckeho centra a nový ekologický most, ktoré majú doplniť areál.

Uvidíme. Hlavne ma teší pozitívna odozva miestnych ľudí.

Zaváhal si niekedy nad tým, čo robíš? Ako sa udržiavaš v zaujatí pre svoje povolanie?

Pochybnosť je veľmi zdravá... ale nesmie prerásť do nerozhodnosti. V Londýne by to bolo fatálne. Architektúra vyžaduje úplne všetko. Preto sú architekti niekedy tak trochu izolovaní vo svojom svete. Musí vás to baviť, inak sa stanete cynikom. Asi by som nebol tam, kde som teraz, keby som okolo seba nemal aktívne a priateľské prostredie.

INŠPIRÁCIA >>>
Ktorého z domácich či zahraničných dizajnérov / architektov rešpektuješ?

Je ich veľa. A stále pribúdajú. Často sú to architekti a dizajnéri bez veľkého mena. Nejak mi nespia architektonické primadony a showbiznisové ikony.

Čítaš časopisy o dizajne / architektúre? Ako si rozširuješ obzory? Kde čerpáš inšpiráciu?

Inšpirácia je všade naokolo, ale treba sa trochu sústrediť. Niekedy je ťažké jasne vidieť cez obrovské množstvo trojdi-

menzionalného spamu.

VŠEOBECNE >>>
Aká je podľa tvojich kritérií dobrá architektúra?

Taká, ktorá nepodlieha dobe a má ľudský rozmer.

Architektúra potrebuje mnohorakosť, farebnosť a obrovskú dávku citlivosti a zodpovednosti.

Aký je podľa teba zásadný rozdiel medzi umením a dizajnom?

Umenie a dizajn vždy v podstate budú dve kategórie, ale moja práca je postavená na fúzii a presahoch. Nepracujem s rozdielmi, ale s tým, čo umenie a dizajn spája. Všetko je to o fajnovom vyvážení.

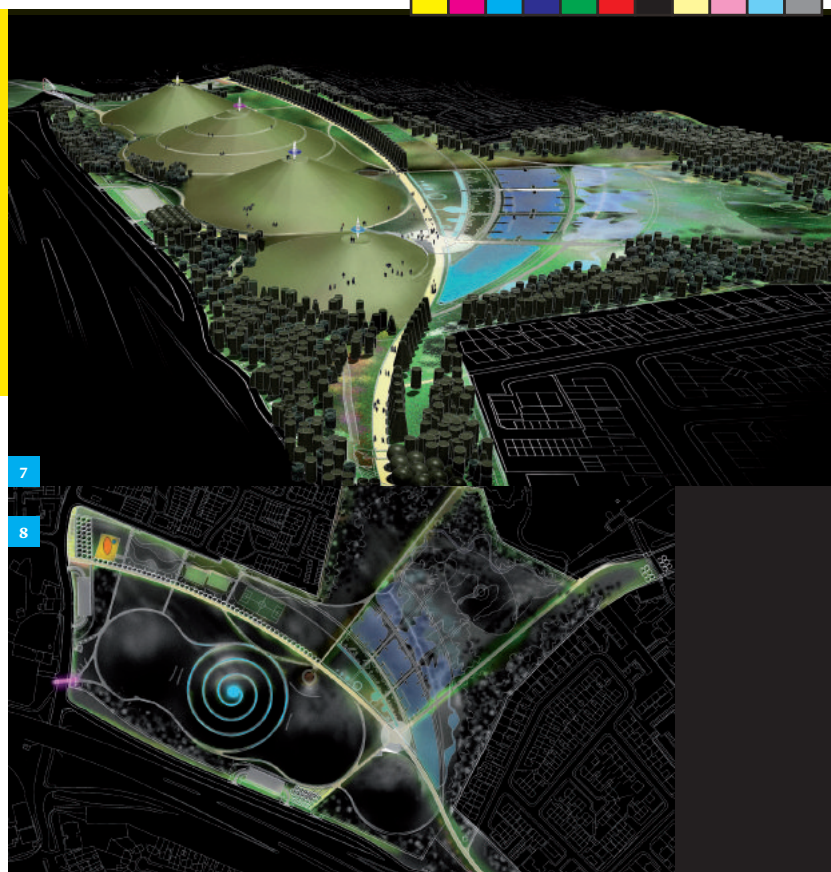
Aký termín sa podľa teba udomácní v dizajne / architektúre a najviac bude rezonovať najbližších desať rokov?

V podstate je to návrat k ľuďom a životnému prostrediu.

Je to akási spoluzodpovednosť bez straty originality. Umelec, architekti a dizajnéri boli vždy istým katalyzátorom spoločnosti. Tento status by nemali stratiť.

ODKAZ >>>
Cestovať, či necestovať?
Resp. ostať doma, alebo odísť?

Určite je zaujímavejšie cestovať a 'odísť', ale rovnako dôležité je aj niekam patriť. ■



- 1 Emslie Horniman Park, Severný Kensington, Londýn
- 2 Emslie Horniman Park, Severný Kensington, Londýn
- 3 Mersey Wave, Liverpool, Objekt
- 4 Tri nové námestia, Stratford, Londýn
- 5 Islington Bridge, Manchester, peší most
- 6 Northala Fields Park, Návštevnícke centrum a škola v prírode
- 7, 8 Northala Fields Park, Londýn, nočný pohľad



renáta banášová je slovenským generačným súpútnikom známa napríklad ako niekdajšia speváčka kapely tornádo lue, alebo tvár z obálky prvého vydania časopisu park z júna 1996 (foto filip vančo). v roku 1994 sa natrvalo presťahovala do amsterdamu. v druhej polovici 90. rokov tu študovala na gerrit rietveld academie (v tom čase tvorili takmer polovicu študentov školy cudzinci), roky 2000 až 2002 strávila na sandberg instituut, odbor autonome kunst, video en fotografie. orientuje na web dizajn, ilustráciu, fotografiu a v poslednom čase najmä na animáciu, ktorú aj vyučuje na svojej domovskej rietveld academie. v jej tvorbe je silno zastúpený grafický dizajn. renáta sa však nekonfrontuje len s dizajnom ako takým – ako výtvarným médiom, ale aj s jeho sociálnymi presahmi, ktoré sú v jej praxi prepojené so sociálnou prácou a projektmi s ňou súvisiacimi.

renáta banášová » cítim sa byť reaktivátorom

www.banasova.org

Keď niekto spomenie tvoje meno v okruhu známych, ktorí ťa registrujú ešte z čias tvojho trvalého pobytu na Slovensku, väčšina z nich celkom presne nevie, čomu sa v súčasnosti v Amsterdame venuješ.

Čo vlastne robíš?

Končiac prvý, široko orientovaný ročník na GRA som bola navigovaná smerom k voľnej tvorbe. Rozhodujúci bol fakt, že som bola začínajúcou emigrantkou, bez štipendií či iných prirodzene prúdiacich prostriedkov na prežitie. V takýchto podmienkach som nemala veľmi potrebu zverovať sa divákovi s mojimi vnútornými procesmi (čo bola pedagógom očakávaná cesta rozvoja). Potrebovala som jasnú štruktúru, ktorú som našla na oddelení dizajnu. Od začiatku som vedela, čo sa odo mňa očakáva, avšak s možnosťou zachovať si privilégiá autonómnej tvorby. Výsledkom tohto ústretového programu bola diplomová práca „Skrinka na náradie“, či jednoduchšie „Toolbox“. Spolu so sfilmovanou verziou obhajoby, mi zaručila pozvánku na postgraduálne štúdiá voľnej tvorby na Sandberg Instituut.

SLOVENSKO > HOLANDSKO / AMSTERDAM >>>
Skúsila by si v krátkosti, v hlavných bodoch, zachytiť svoju profesijnú cestu, ktorú si absolvovala po odchode do Holandska v prvej polovici

90. rokov až po súčasnosť?

V roku 2002 sa skončilo bezpečie študijného obdobia, a tým aj bezpečie môjho legálneho pobytu v Holandsku. Na neoficiálnu radu cudzineckej polície a môjho advokáta som sa vtedy stala grafickou dizajnérkou. Založila som firmu, po roku som predložila výsledný zisk dvanásťtisíc eur, získala som holandské občianstvo a s ním aj priestor na vlastné nezávislé rozhodnutia. Začala som sa orientovať na nové médiá a film. Tu som mohla kombinovať jazykové znalosti spolu s videokamerou, fotokamerou, počítačovými hrami a tvorbou počítačovej animácie. Ten istý „balík istôt“ som použila aj v niekoľkých projektoch v spolupráci s Pawlom Althamerom, poľským výtvarníkom európskeho formátu. Spolu s ním som sa dostala do užšieho kontaktu s mladým, adolescentným materiálom, s ktorým pracujem dodnes. (V roku 2004 Althamer vyhral prestížnu holandskú cenu The Vincent Award, pri príležitosti čoho bola predstavená jeho sólová výstava. Časť rozpočtu, na ňu vyhradeného, použil Althamer na hostovanie deviatich chlapcov vo veku od 16 do 19 rokov z varšavského sídliska Brodno. Happening mal názov Blockers a Renáta sa starala o jeho logistiku, spolu s návrhom plagátu, webovej stránky a filmovej



dokumentácie – <http://www.banasova.org/05links/blockers.html>, pozn. red.) Pracujem pre rôzne inštitúcie, azylové centrá a školy, ktoré sa zameriavajú na takzvanú problémovú mládež s delikventskou minulosťou a s ťažkosťami zaradiť sa, často narodenú v tretej generácii emigrantov. Viedem workshopy počítačovej animácie, videoklipu a digitálnej fotografie.

Výsledkom sú osobné portréty zúčastnených či komunitné umenie, čiže projekty zblížujúce verejné subjekty. V Rietveld Academy, kde pracujem od minulého roka, pripravujem študentov tretieho ročníka voľnej tvorby na cestu interakcie – či už formou stopmotiom animácie, flash animácie a videotvorby, alebo integrovaním všetkých spomenutých foriem.

Cítiš sa byť holandskou

dizajnérou / umelkyňou?

Resp. čím sa cítiš byť viac, dizajnérou, alebo umelkyňou? (ak vôbec je možné to takto „škatulkovať“)?

Cítim sa byť reaktívnym. Reagujem na situáciu, ponuku či „vplyv ovzdušia“.

Pri workshopoch odo mňa očakávajú umelca. Umelec verzus surový materiál. Keď mi

dnes volali z Phillipsu, dohodli si stretnutie so storyboardistom. Pravidelne preskakujem z jedného média do druhého, z holandčiny do poľštiny, z Flashu do Photoshopu.

Do Amsterdamu si definitívne odišla pred trinástimi rokmi.

Celá tvoja profesionálna kariéra sa v podstate budovala a profilovala tam. Cítiš ešte vôbec nejaké väzby so slovenským kontextom (v zmysle tvojho povolania)?

Nerada som niekde geograficky striktne zaradovaná. Silnú väzbu pociťujem napríklad k Sliaču, kde som v Kúpeľoch vyrástla.

Až tu v Amsterdame som prišla na to, ako silne som ovplyvnená sliačskym bauhausom. Architekt Rudolf Stockar je vo svete prednostne známy stavbou hotela Palace na Sliači. Od roku 2000 som začala budovať archív kúpeľných momentov. Usilujem sa zachytiť detaily, ktoré pomaly vypadávajú z kontextu použitia, no predstavujú viditeľné prepojenie s minulosťou.

Politické riešenia posledných rokov majú devastujúci dopad na všetko, čo ešte trochu pripomína čaro Sliačskych kúpeľov. Druhým miestom, ku ktorému mám silný vzťah, je Kremnica, kde

som skončila strednú umeleckú školu. Vďaka spolupráci s mojím kolegom z ročníka, umeleckým kováčom Petrom Paškom, sa aspoň sporadicky vraciam k tvorbe interiérového dizajnu (spoločne sme napríklad riešili výtvarné otázky na interiéri Borisa Zalu). V momentoch potreby sa tiež rada inšpirujem tvorbou bývalých kolegov zo ŠUP-ky, či už je to svet Romana Ondáka, pravidelne vídaný v Holandsku, alebo výrazné grafické stopy Emila Drličiaka.

Čo je v Amsterdame lepšie?

Resp. čo si vnímala ako lepšie, keď si sa tam rozhodla presťahovať natrvalo? Čo bolo hlavnou motiváciou?

Neviem presne definovať, čo sa mi v Amsterdame zdá byť lepšie... V Bratislave som žila a pracovala vo veľmi súdržnej sociálnej sieti, ktorá určitým spôsobom určovala, kto som a čo robím. Tu v Amsterdame sa udeje len to, čo ja sama, svojimi vlastnými silami dávam do pohybu. Anonymne. Zamestnávateľ oslovuje moju profesionalitu, nie moju osobu. Ale myslím si, že toto sa už aj v Bratislave výrazne zmenilo.

Bolo štúdium náročné? Ak by si to mohla porovnať,



aké sú rozdiely v systéme výučby na vysokej škole umeleckého zamerania u nás a v Amsterdame / Holandsku?

Konceptuálny prístup, samostatnosť, schopnosť obhájiť a odôvodniť svoj vlastný pracovný postup. Dôležitý aspekt hral vek a základné vzdelanie, ktoré sa mi dostalo v Kremnici. Vďaka tomu som nemusela tápať v technike či zvládnutí remeselnej stránky vecí, a mohla som sa venovať čisto ideí, konceptu.

A aké bolo presadenie sa v holandskom prostredí?

Myslím si, že mi to trvalo dlho. No použila som len spomalený proces vrstvenia skúseností a kontaktov. Viem si predstaviť, že človek s konkrétnou víziou a s možnosťou zadných dvierok by to riešil razantnejšie. Ja som dala šancu všetkému, čo sa naskytlo na mojej profesijnej ceste. Tento eklektizmus sa jasne odráža na mojom CV. Momentálne som v ideálnom bode a jediné, čo ďalej plánujem, je štúdium jazykov a sociálnej mediácie.

Ak by si si trúfla to porovnať, je badateľný nejaký zásadný rozdiel medzi dizajnom (grafickým, priemyselným,

odevným, interiérovým atď.) u nás a v Holandsku? V čom? Sleduješ ešte „domácu“ slovenskú scénu?

Myslím si, že v pozadí slovenského dizajnu dýcha silnejšie remeselné a technologické povedomie. Prináša to menej rizika, ktorým by sme mohli preväpíť. Základnou vyjadrovacou silou holandského dizajnéra je jeho nebojácnosť. Odvaha a hravosť je viditeľná vo výbere materiálov či v ich kombinovaní. Riziko obmedzenej trvanlivosti je často prehliadané. Objekty úžitkovej potreby musia byť okrem funkčnosti aj vtipné, čo v niektorých prípadoch oslabuje prvotnú podstatu...

TVORBA >>>

Čo predstavuje neoddeliteľnú súčasť procesu tvojej tvorby?

eMac a Macbook. S Apple pracujem od začiatku tohto storočia. Postupne som si prebrala všetky aplikácie, ktoré Adobe ponúka. Dnes sa usilujem upgradovať len mnou najpoužívanejšie programy a nesnažím sa obsiahnuť vyššie sféry Action Scriptu a pod.

Aké druhy projektov ťa najviac uspokojujú?

Najradšej pracujem pre klientov,

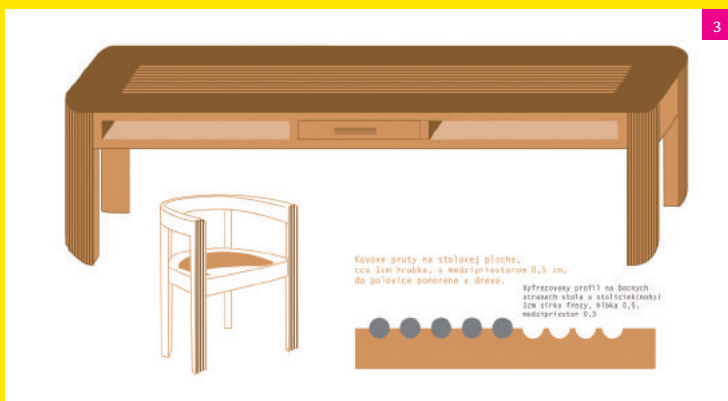
ktorí poznajú moju prácu z vlastnej skúsenosti, alebo mali možnosť ju vidieť napr. na mojej stránke. Nezáleží na tom, či ide o grafický projekt, alebo workshop. Môj program týždňa je zložený z troch až štyroch simultánne prebiehajúcich projektov. Časť z nich je dlhodobého charakteru, ako napr. Rietveld, pre mnohé projekty však krátkodobo vyrážam aj mimo Amsterdamu.

Na ktorú zo svojich realizácií si najviac hrdá?

Myslím, že ňou je ešte stále „Toolbox“. Mala som dostatok času venovať sa prípravnému štádiu. Inšpiráciu som hľadala niekde medzi úspornou funkcionalitou zo „Shakers Legacy“ a japonskými kabinetmi tansu. Potreba remeselnej orientácie ma priviedla až do reštaurátorského ateliéru, kde som sa za minimálnu plácu mohla priučiť dyhovaniu, francúzskej politúre či zlátenu. Musím povedať, že časť mojich pedagógov bola zjavne sklamaná mojim rozhodnutím urobiť tento projekt vlastnými rukami. Hoci má škola ideálne podmienky na vytvorenie perfektných prototypov, predsa len odo mňa očakávali



2



3

zjednodušenie si konečného výsledku. Pre mňa bol však podstatný hmatateľný súzvuk remeselných a koncepčných riešení.

Zaváhala si niekedy nad tým, čo robíš? Ako sa udržiavaš v zaujatí pre svoje povolanie?

Prijímam projekty vždy s malým technickým posunom, ktorého riešenia ma nútia byť neustále v strehu.

INŠPIRÁCIA >>>

Ktorého z domácich či zahraničných dizajnérov rešpektuješ?

Nedávno, cestujúc do Kasselu, som mala možnosť vzhliadnuť DVD-ROM „Decoding Ferron Adria. Hosted by Anthony Bourdain“. Tento newyorský kulinárny cestovateľ sa rozhodol rozšifrovať revolučné prístupy vedené Adriom v jeho svätyni elBulli. Ak mám hovoriť o rešpekte k niekomu

konkrétne, tak by som ho momentálne rada venovala kulinárnej a formálnej mágii Ferrona Adriu.

Čítaš magazíny o dizajne?

Včera sa mi do rúk dostalo devätnáste číslo obchodného katalógu Manufactum. Naposledy som ho videla v roku 1999, keď som si objednávala japonskú pílkou. Nevie, nakoľko je tento nemecký ponukový katalóg známy u nás, no nemýľte si ho, prosím, s Neckermannom a jemu podobnými. Manufactum je dôkazom svetovej solídnosti. Nájdete v ňom osvedčené predmety bežnej dennej potreby z celého sveta so zárukou životnosti: francúzsky Opinel, švajčiarsku armádnú deku či anglickú espresso mašinku Presso. A z časopisov na Slovensku ma oslovil napríklad Panic Button.

Aký je podľa teba zásadný rozdiel medzi umením a dizajnom?

Taký, ako zásadne rozdielni sú jednotliví tvorcovia. Počas spolupráce s Pawlom Althamerom som mala možnosť v krátkom časovom rozsahu spoznať veľmi širokú škálu vyjadrovacích prostriedkov tohto autora. Nepozastavujúc sa nad hľadaním pojmov, vystihujúcich to, čo práve robil, určoval seba aj tým, ktorí s ním spolupracovali, najvyššiu možnú latku kreativity. A tým či už úžitkové, alebo autonómne sa stávalo prirodzeným a jediným možným. ■

1 **Toolbox, 1999**

2 **Zábradlie, detail, 2005**

3 **Stôl, 2006**



martin greguš » **kanadský dizajn má bohatú** **minulosť**

fotograf a dizajnér martin greguš (1963), tohtoročný držiteľ ceny bienále užitočného umenia 2007, žije už tri roky vo vancouveri. pracuje ako art coordinator a dizajnér vo firme, ktorá sa zaoberá výrobou licenčného športového oblečenia, najmä tvorbou grafiky a dizajnu na potlač a vyšívanie športových odevov, ale aj dizajnu tričiek a bünd pre nhl, team canada hockey, kanadskú futbalovú ligu a iné športové zväzy. popri tom sa venuje grafickému a interiérovému dizajnu a fotografii, pri ktorej mu asistuje jedenásťročný syn martin. s manželkou elenou a dcérou barbarou pripravujú rôzne výtvarné a environmentálne fashion projekty.

Narodil sa v Bratislave, kde vyštudoval fotografiu na SŠUP, a neskôr absolvoval fotografiu na pražskej FAMU u profesora Šmoka. Po skončení sa venoval fotografii a dizajnu na voľnej nohe. Neskôr pôsobil ako art director a potom ako creative director v reklamnej agentúre MARK/BBDO. V roku 1994 založil vlastné reklamné a kreatívne štúdio L.E.B.O.advertising, ktoré spolupracovalo s takmer všetkými dôležitými slovenskými reklamnými agentúrami. Niekoľko rokov pôsobil aj ako creative director pre Grade/TBWA v Bratislave.

Vo Vancouveri žiješ už tretí rok, takže prvé dojmy z hľadania uplatnenia už máš za sebou. Akú šancu má čerstvo prisťahovaný dizajnér získať prácu zodpovedajúcu jeho vzdelaniu, skúsenostiam a predstavám?

Nakoľko je Kanada krajinou prisťahovalcov, šancu má každý, ale nie je to ľahké. Človek sa musí hneď na začiatku pripraviť na to, že nič z toho, čo dovtedy urobil vo svojej domovskej krajine, neplatí. Akoby to neexistovalo. Resumé a portfólio má v porovnaní s domácimi uchádzačmi minimálnu hodnotu. Veľakrát vzniká paradoxná situácia, že portfólio prisťahovaného dizajnéra je kvalitatívne na podstatne vyššej úrovni ako portfólio firmy, kde sa uchádza o prácu. Jediná vec, ktorá zaväzuje, sú kanadské „experiences“, ktoré na začiatku, prirodzene, nemôže mať nikto. No sú aj výnimky

a dizajnéri, ktorí boli v správnej chvíli na správnom mieste a získali kvalitné miesto hneď. Na druhej strane tu majú firmy zlé skúsenosti s obrovskou fluktuáciou dizajnérov, čo sa však netýka len prisťahovalcov. Mnohí iba zbierajú skúsenosti ako odrazový mostík pre lepšie miesto v inej firme.

Na Slovensku si sa venoval najmä fotografii a grafickému dizajnu a teraz pracuješ vo firme, ktorá sa zaoberá najmä grafickým dizajnom na potlač športového oblečenia. Aká je podľa teba úroveň grafického dizajnu v Kanade?

V Kanade funguje ohodnocovanie dizajnu hodinovou sadzbou, či je dizajnér zamestnaný, alebo na voľnej nohe. Možno až 99 % zákaziek je realizovaných týmto spôsobom. Je to absolútny nezmysel a na kvalitu dizajnu má tento model negatívny vplyv. V grafickom dizajne sa celý trh pohybuje na dvoch póloch a takmer úplne postráda stredný prúd. Na jednej strane stoja veľké agentúry a štúdiá, ktoré účtujú stodvadsať a viac dolárov na hodinu bohatým klientom za nie vždy profesionálne odvedenú prácu. Na druhej strane sú grafici buď zamestnaní, alebo na voľnej nohe, ktorí navrhujú dizajn pre menej solventných klientov za desať-dvadsať dolárov na hodinu. Ich klientelu tvoria väčšinou majitelia malých a stredných firiem, ktorí nepociťujú potrebu akéhokoľvek



1

loga, korporátnej identity či kvalitnej brožúry. Nehovoriac o ďalších komunikačných prvkoch. Svoje dizajnérske potreby riešia často samotvorbou či zadávaním práce študentom za minimálny plat. Preto najmä v týchto firmách vzniká množstvo nekvalitného a nekonceptného grafického dizajnu, ktorý zaplavuje výklady na uliciach a inzertné stránky novín. Treba to však brať ako môj osobný názor, utvorený na základe mojich skúseností. Kanada je veľká a napríklad v Toronte to môže byť inak.

Je podobná situácia aj v iných odvetviach, povedzte, v interiérovom

či nábytkovom dizajne?

Úroveň interiérového dizajnu je veľmi rozdielna. Na výstavách – takzvaných shows, či na prezentačných miestach a domoch developerských spoločností sa stretneme s veľmi kvalitným, nadštandardným a progresívnym riešením interiérov a nábytku. Domy a byty sa predvážajú kompletne zariadené špičkovým nábytkom a vybavením. Ale pre-

dávajú sa prázdne, až na kuchyňu. Kvalitný interiérový dizajn sa tak často stáva len výstavným prvkom na nalákavie zákazníka, ktorý však reálne kupuje prázdny dom a pri konečnom rozhodovaní sa väčšinou prikláňa k štandardným riešeniam.

V domácnostiach sa stretneme skôr s veľmi konzervatívnym, často až nevкусným zariadením, ovplyvneným nekvalitnými televíznymi reláciami o zariaďovaní domácnosti. Vystavené exponáty sú dostupné, samozrejme, podľa individuálnych finančných možností a vyrábajú sa kusovo na objednávku alebo formou malosériovej produkcie.

Pri ktorých produktoch si bežní Kanaďania potrpia na atraktívny dizajn a kvalitu?

Vzťah Kanaďanov k estetickému kvalitnému dizajnu výrobkov je podobne ako v iných krajinách závislý od peňaženky. Ale pre väčšinu Kanaďanov nehrá kvalitný dizajn takmer žiadnu úlohu, lebo nemá kde. Kanaďania si radi užívajú a vlastne bez ohľadu na výšku príjmu žijú od výplaty

k výplate. Za prioritu v investovaní považujú najmä autá.

Čo je nemecké, to je dobré, takže keď na to majú (ale niekedy aj keď nemajú, veď kreditka znesie všetko), treba mať nemecké auto. Tých je tu viac ako v Nemecku. Potom investujú do nehnuteľností, ktoré sa tu nakupujú ako na Slovensku paraďajky. No a potom trochu do spotrebnej elektroniky. Po nej nasleduje už len jedlo, jedlo a zábava. Je paradoxné, že mladá a ambiciózná generácia čínskych prisťahovalcov na rozdiel od pôvodných Kanaďanov kupuje len značkový európsky tovar, od áut, nábytku až po oblečenie či okuliare. A v živote by si nekúpila nič o vlastné, čiže čínske. Ich prioritou je maximálna kvalita.

Ak by si mal porovnať, myslíš, že kvalitný dizajn napríklad spotrebných výrobkov

si nachádza viac konzumentov v Kanade, alebo na Slovensku?

Myslím, že kvalitný spotrebný dizajn, alebo aj fashion dizajn má zatiaľ v Kanade podstatne lepšie postavenie a podmienky



na uplatnenie ako na Slovensku. Je to dané hlavne veľkosťou trhu a priamym prepojením na výrobu, ktorá u nás v týchto oblastiach absentuje. No aj z Kanady sa postupne vytráca nenápadným presúvaním výroby do Ázie. Slovenský dizajn má teraz veľmi dobré šance hlavne bezproblémovým využitím celoeurópskeho trhu.

Ktoré odvetvia dizajnu sa môžu v Kanade pýšiť najdlhšou tradíciou a ktoré sú v súčasnosti najkvalitnejšie zastúpené?

Kanadský dizajn má za sebou bohatú minulosť. V povojnovom období ťažil najmä z multikultúrnej spoločnosti, ktorá pochádzala z vojnou zničenej Európy. Mnohým dizajnérom sa podarilo presadiť hlavne v oblasti moderných domácich spotrebičov, kde špeciálne miesto patrí rýchlovarným kanviciam. Úspechy zaznamenali aj v nábytkovom dizajne z hliníka a neskôr z plastov, ktoré dominovali koncom 60. rokov. Veľkou príležitosťou pre kanadský dizajn bolo EXPO 67 v Montreale, ktoré sa stalo veľkolepou prezentáciou domácej dizajnerskej a architektonickej tvorby. V 70. a 80. rokoch to boli hlavne olympiády v Montreale a v Calgary a EXPO vo Vancouveri, ktoré sa postarali o udržanie kvalitnej úrovne najmä grafické-

ho dizajnu a architektúry. Dnes sa kanadský dizajn orientuje najmä na americký trh, ktorý mu poskytuje podstatne väčšie možnosti. Kvalitné dizajnerské firmy a výrobcovia exportujú niekedy až 80 % svojej tvorby a produkcie. Mnohí však sťahujú svoju výrobu do Ázie, čím sa kvalita ich výrobkov neúmerne znižuje, pričom cena ostáva rovnaká. Na etiketách sa objavuje Designed in Canada, Made in China. A Kanada je, rovnako ako celý svet, zaplavená „lacným“ importom z Ázie, preto sa kvalitná domáca produkcia ťažko presadzuje.

Zúčastnil si sa súťaže na dizajn loga pre olympiádu vo Vancouveri 2010. Akú máš skúsenosť s touto a podobnými súťažami?

Súťaže a tendre sú mojou obľúbenou, aj keď chúlостivou témou. Boli sme v Kanade asi tri mesiace, keď bola vypísaná súťaž na dizajn loga pre olympiádu vo Vancouveri 2010. Bola to príležitosť, ktorá sa neopakuje. Za poplatok stopäťdesiat dolárov som sa prihlásil na nepovinnú oficiálnu prezentáciu vypísania súťaže za účasti všetkých kompetentných. Už na tejto prezentácii boli všetci dizajnéri šokovaní oznámením výšky odmeny za víťazné logo (25 000 dolárov a dve

vstupenky na otvárací ceremoniál). Pán Furlong, zodpovedný za súťaž, sa snažil prítomných presvedčiť, že olympijské logo nie je biznis, ale česť. Neúspešne, lebo GDC – Zväz kanadských grafických dizajnérov – proti podmienkam súťaže protestoval a vyzval svojich členov na jej bojkot. No samotné podmienky súťaže boli ešte väčším prekvapením, pretože obmedzovali všetky autorské a iné práva. Všetky odoslané návrhy sa totiž automaticky stali absolútnym vlastníctvom organizáčačného výboru. Čo v praxi znamená, že autor návrhu nesmie nikomu povedať, že sa súťaže zúčastnil, nikomu ukázať, čo navrhol, a nesmie žiadnym spôsobom použiť ani nevybraté vlastné návrhy, dokonca ani na vlastnú prezentáciu. Na druhej strane sa Olympijský výbor len obdržaním návrhov stáva ich neobmedzeným vlastníkom bez akejkoľvek náhrady. Neskôr som zistil, že podobných podmienok súťaží a tendrov, ktoré odporujú samotnej podstate autorského zákona, je podstatne viac.

Tvoja dcéra študovala na štátnej univerzite vo Vancouveri divadelný a filmový kostým. Ty si študoval na FAMU v Prahe. Aké sú rozdiely v systéme výučby na vysokej škole umeleckého zamerania

u nás a v Kanade?

Umelecké školstvo v Kanade má úplne iný systém, ako poznáme na Slovensku. Už na high school, čo je vlastne druhá polovica základnej školy spojená so strednou školou, majú deti možnosť si vybrať rôzne výtvarné kurzy ako grafiku, fotografiu, keramiku či čokoľvek iné. No úroveň týchto kurzov je podľa našich kritérií dosť diskutabilná. Potom môžu pokračovať na college alebo university, buď štátnej, alebo súkromnej. Takmer každá ponúka kurzy zamerané na dizajn a iné výtvarné odbory. Každá sa snaží prezentovať čo najlepšie, lebo školné je pomerne vysoké. Asi od 3 500 dolárov na štátnej až po 30 000 dolárov na súkromnej art institute za jeden ročník. Väčšina kurzov je jednoročná alebo dvojročná a končí certifikátom. Štvorročné končia bakalárom. Samotný systém môžem posúdiť podľa školy, kde študovala moja dcéra kostým pre film a divadlo. Vzťah profesora a študenta je úplne iný ako na Slovensku, najmä čo sa týka

voľnosti v tvorbe a slobody prejavu. Zadaní sú striktnejšie a samotná tvorba je podstatne viac orientovaná na technickú stránku než na kreatívnu.

Ak sa škola venuje skôr technickej príprave študentov ako rozvíjaniu ich kreativity, ako potom hľadajú uplatnenie v reálnom živote?

Moja skúsenosť z firmy, kde pracujem, je, že čerství absolventi majú úplne inú predstavu o práci dizajnéra, ako je samotná prax. Škola ich naučí takmer všetko, ale len veľmi povrchné. Myslia si, že všetko vedia, aj to na interview prezentujú, ale vzápätí zistia, že to tak nie je. Ich orientácia je veľmi technická, čiže prioritou je práca s počítačom a ovládanie softvéru. Samotná kreativita sa niekde stráca a veľakrát sa obmedzuje na vyhľadávanie clip-artov na internete a ich následnú úpravu do niečoho nového.

Tvoja manželka Elena a dcéra Barbara sa venujú odevnému dizajnu. Majú textilné a odevné výtvarníčky vo Vancouveri lepšie šance prezentovať**a predávať svoju tvorbu ako na Slovensku?**

Vo Vancouveri možností nie je veľa a tie, čo sú, väčšinou nezodpovedajú našim predstavám a potrebám. Všetko zaujímavé okolo módy sa deje na východnom pobreží v Toronte a Montreale. My sa ale nevzdávame a pracujeme na tom, aby sme tento skostnatý stav zmenili. Myslím, že pre Barbaru je tu napríklad vo filmovom biznise podstatne viac príležitostí ako na Slovensku. Vancouver je totiž považovaný za Hollywood severu...

Prečo si sa rozhodol pre fotografiu?

Mal som štrnásť rokov a rozhodoval som sa medzi architektúrou a fotografiou. Zvítazila fotografia. Jediná nám umožňuje zastaviť čas a svetlo, zastaviť svet okolo nás, či už skutočný, alebo umelo vytvorený. Na druhej strane s dnešnou technikou tiež umožňuje transformovať svet do novej abstraktnej polohy. No a architektúra pre mňa zostala stále jedným z najdôležitejších zdrojov inšpirácie. ■



3



4

- 1 Marie Antoinette, Lost In Vancouver, foto: Martin Greguš, kostým: študentská práca, návrh a realizácia Barbara Gregušová
- 2 Tričká, © CGW Inc., © NHL, © CFL, © CSF, © Team Canada
- 3 PhotoFabrica, homepage
- 4 logo Navyator



klára zavadilová » najväčším nepriateľom dizajnu je čas

klára zavadilová pochádza z uherského hradísta v českej republike, no nezanedbateľná časť jej života je úzko previazaná so slovenským prostredím. študovala v ateliéri industrial dizajnu na všvu v bratislave a neváhala využiť zahraničné kontakty školy, aby sa prostredníctvom nich dostala na niekoľko študijných pobytov, ktoré zohrali v jej profesionálnom živote dôležitú úlohu. prvé miesto v súťaži cardboard ideas vyhlásenej spoločnosťou ikea zabezpečilo kláre zavadilovej stáž v ikea design studio, okrem toho sa dvakrát zúčastnila workshopu renomovanej dizajnerskej firmy vitra a semestrálneho pobytu na ecole cantonale d'art de lausanne vo švajčiarsku. po absolvovaní štúdia v roku 2005 odišla do londýna, v kde žije a pracuje dodnes.

Počas štúdia na VŠVU si absolvovala študijné pobyty a workshopy v zahraničí. Považuješ za dôležité, aby študenti dizajnu strávili určitý čas v zahraničí?

Každý dizajnér, najmä ešte študujúci, by mal mať prehľad o dizajnerskej scéne týkajúcej sa minimálne Európy. Myslím, že nestačí len prezeráť si zahraničné časopisy v školskej knižnici. Študent dizajnu by mal absolvovať najmenej jeden pobyt v zahraničí. Ide o poznanie iného myslenia, napríklad študentov na inej škole. Mne osobne sa zväčšil celkový rozhľad. Pre mňa boli stáže v Lublani, Lausanne a Francúzsku najdôležitejšou časťou môjho štúdia. Vytvorila som si silnejšiu dizajnersku osobnosť a rýchlejšie som sa posunula vpred. Vďaka nim som sa stretla so svetovými hviezdami dizajnu, ako sú napríklad Ronan Bouroullec, Alberto Meda, Richard Hutten, Sam Hecht, bratia Campanovci... A mohla som aj porovnať dizajn v Česku či na Slovensku napríklad so švajčiarskom. **Čo bolo dôvodom tvojho odchodu do zahraničia po ukončení štúdia? Prečo si sa rozhodla pre Londýn? Pociťovala si nedostatok príležitostí či už na Slovensku, alebo v Česku?** Záverečnú časť môjho štúdia som už trávila v zahraničí, takže pre mňa nebolo veľkou zmenou tam ostať. Londýn

ponúka pre mladých dizajnérov množstvo príležitostí. V Prahe alebo v Bratislave je podľa mňa omnoho náročnejšie začať profesionálne pôsobiť. Čo sa týka Európy, Londýn je centrum dizajnu. Toto veľkomesto mi dáva obrovskú energiu a inšpiráciu.

Čomu sa v Londýne venuješ? Kde a na čom pracuješ?

Od roku 2005 pracujem v design studio Priestman Goode. Pracujem na množstve zaujímavých projektov. Momentálne napríklad na hoteli neďaleko Londýna, jeho exteriéri a interiéri. Minulý rok to bol sčasti dizajn nového radu produktov pre BT (British Telecommunication), ale tiež transport dizajn, napríklad prikrývky a vankúše pre Lufthansa – Business Class. Medzi skoršie práce sa radí aj koncept lietadla pre Airbus, Carrefour supermarket v Belgicku, reštaurácia a verejný priestory Accor hotela, doplnky k Bisque radiátorom...

Bolo pre teba ako cudzinku a navyše čerstvú absolventku školy ťažké uplatniť sa v zahraničí?

Som zvyknutá bývať v zahraničí a Londýn pre mňa nepredstavoval až takú zmenu. Vďaka Priestman Goode som sa rýchlo dostala do veľmi profesionálneho a priateľského prostredia. Som veľmi prispôsobivá, čo mi dosť zjednodušuje aj život v Londýne. **Musela si sa niečomu špeciálne**

prispôbiť?

Počas štúdia som si myslela, že veľa pracujem, ale s Londýnom a profesionálnym životom tu sa to nedá porovnať. Tu sa nezastávim.

Najväčším nepriateľom dizajnu je skutočne čas.

Ovplyvnil tvoj pobyt v Londýne tvoju tvorbu? Spozorovala si vo svojej tvorbe zmenu?

V Londýne som začala pracovať na pre mňa celkom nových projektoch, vo väčšom meradle. Bola som zvyknutá skôr na produkty. Musela som sa dosť rýchlo prispôbiť

interiéru, environmentu, novým materiálom. Ocitla som sa v kontakte s klientom a začala som žiť v „dedlajnoch“.

Každý deň ovplyvňuje moju prácu, no súčasne sa každý deň učím niečo nové. Za pozitívne považujem, že som určite nezávislejšia, čo sa týka môjho dizajnerskeho uvažovania. Začínam mať v tejto oblasti obrovský rozhľad.

Je pozorovateľný nejaký zásadný rozdiel medzi dizajnom na Slovensku (prípadne v Česku) a vo Veľkej Británii? Sleduješ ešte vôbec „tunajšiu“ scénu?

Musím sa priznať, že dizajnersku scénu v Čechách alebo na Slovensku príliš nesledujem. Jediným dôvodom je môj čas. Občas si prezriem webové stránky týkajúce sa dizajnu. Rozdiel medzi Veľkou Britániou a Českou republikou, resp. Slovenskom určite existuje. Nechcem ale tieto krajiny priveľmi porovnávať, pretože vývoj dizajnu u nás nebol taký bezproblémový a rýchly ako v Británii. K českému alebo slovenskému dizajnu nechcem byť kritická.

Ako by si z pohľadu Stredoeurópanky v zahraničí



1

zhodnotila dizajnersku scénu v Londýne?

Londýn je jedno z najkonkurenčnejších miest v Európe. Je tu obrovský počet kvalitných dizajnerských štúdií. Je to veľmi inšpirujúce mesto, napríklad aj vďaka výstavám a vôbec celkovému daniu. Priemyselný dizajn je tu intenzívne podporovaný silnou inžinierskou a technickou základňou.

Ako na teba pôsobí silné konkurenčné londýnske prostredie? Motivuje ťa? Čo je podľa teba dôležité na „prežitie“ mladého dizajnéra v Londýne?

Určite je konkurencia motivujúca, ale nemala by sa stať tým hlavným, čo nás motivuje k dizajnu. Myslím, že mladý dizajnér v Londýne by mal mať jasno v tom, v akom odvetí dizajnu sa chce pohybovať. Uplatniť tie schopnosti, v ktorých je najlepší, a byť pripravený tvrdo pracovať. Najdôležitejšia je ale komunikácia. Nemyslím tým len angličtinu.

Stretla si sa v Londýne s hodnotením dizajnu zo strednej Európy? Poznajú ľudia, s ktorými si sa v Londýne stretla, tunajšiu dizajnersku scénu alebo dizajnérov?

Občas som sklamaná z toho, ako málo cudzinci poznajú strednú Európu. Keď sa zmienim napríklad o Českej republike, prvé, čo počujem, je Praha a pivo. Dizajn zatiaľ nemá šancu.

Povedala by som, že známejší sú skôr naši architekti.

Cítiš vôbec nejaké väzby so slovenskou dizajnerskou scénou? Ovplyvnil ťa nejakým spôsobom fakt, že si študovala na Slovensku (pozitívne aj negatívne)? V čom si pociťovala svoju výhodu alebo, naopak, nevýhodu?

Štúdium na VŠVU ma určite ovplyvnilo. Už len fakt, že pochádzam z inej krajiny, mi dovolil porovnať Londýn a Bratislavu. VŠVU mi umožnila stáž vo Švajčiarsku, pobyt v IKEA design studio a ocenenia

vďaka študentským súťažiam. Momentálne necítim väzby na náš dizajn, no škola ma ovplyvnila, aj keď si to napríklad možno neuvedomujem.

To, že som Stredoeurópanka žijúca v Londýne, je pre mňa len výhodou.

Získala si niekoľko cien v zahraničných súťažiach. Čo pre teba znamenali?

Ceny zo súťaží pre mňa vždy znamenali maximum, ktoré som ako študentka mohla dosiahnuť. V dizajne pre mňa neexistujú žiadne zábrany. Každé „vítazstvo“ ma posunie o kus ďalej. Cením





3

si všetky úspechy rovnako, no asi najviac záverečnú študentskú prácu na lausannskej Ecal. V cudzom prostredí a medzi novými ľuďmi som bola schopná ukončiť štúdium s najlepším výsledkom. Úžasný pocit, ktorý mi ešte aj teraz dodáva množstvo energie.

Spomenieš si na najvýraznejší moment, ktorý ťa presvedčil, že rozhodnutie zostať v Londýne bolo správne?

Nikdy som nepremýšľala o tom, že zostať v Londýne by nebolo dobré. To, že som získala prácu

v Priestman Goode, mi pri rozhodovaní, samozrejme pomohlo a všetko bolo hneď jasnejšie.

Ktorú zo svojich realizácií považuješ za vydarenú?

Za vydarený projekt považujem BT Home Hub. Multifunkčný domáci modem, stávajúci sa srdcom digitálneho domova, vznikol ako jeden z prvých produktov, navrhnutých špeciálne pre British Telecommunication.

Je navrhnutý tvarovo veľmi jednoducho, tak, aby sa

prispôbil každému prostrediu.

Aké máš plány a ambície do budúcnosti?

Zatiaľ na sebe tzv. pracujem. Povedala by som, že momentálne pracujem na svojej „dizajnerskej identite“, aj keď som každý deň v skupine určitých ľudí. Stále sa učím, preto zatiaľ nemám veľké plány do budúcnosti.

Zamýšľaš nejakým spôsobom prepojiť slovenské/české profesionálne dizajnerské prostredie s britským? Napríklad prostredníctvom konkrétnych projektov...

Keby som mala príležitosť pracovať na projekte, ktorý by prepojil český a anglický dizajn, tak by som určite neváhala. Zatiaľ nemám v úmysle nič podobné, no nebránila by som sa. ■

- 1 Kartónový vešiak - navrhnutý pre IKEA. Vešiak, ktorý slúži aj ako taška na odnesenie nákupu z butiky, môže byť doma použitý na doplnky, ako je šatka, pančuchy či bielizeň.
- 2 Home Hub, multifunkčný domáci modem
- 3 Lodný pohár - dizajn je založený na jednoduchom prepojení pohára a prísavky. Pohár je určený na palubu lode, kde sa prisaje na akýkoľvek hladký povrch.



jakub janiga »

dizajnér konkuruje celému svetu

jakub janiga absolvoval v roku 2000 ateliér kov a šperk na všvu v bratislave, kde rok pôsobil ako doktorand a asistent v ateliéri industriál dizajnu (2002 – 2003). následne založil malú firmu janigajakub, zameranú na navrhovanie a výrobu nábytku, doplnkov a poskytovanie zákazníckeho poradenstva. absolvoval zahraničnú stáž na koninlijkke acadmie vor shone kunsten v belgickom ghente a na university of michigan v ann arbor v usa.

www.izbadesign.com

Janiga preferuje jednoduchý a čo najprirodzenejší proces formovania kovu – rezaním, ohýbaním, rolovaním, čím tvorí minimalistické, sofistikované a vysoko funkčné produkty každodennej potreby. Jeho vzťah ku kovu sa začal rozvíjať ešte v detstve, keď sa pohyboval v kovárskej dielni otca a starého otca v severoslovenskej dedine Párnica. Od roku 2002 je spolumajiteľom a umeleckým riaditeľom dizajnerskej firmy IZBA Design /www.izbadesign.com/, ktorá zabezpečuje celý proces, od navrhovania až po predaj úžitkových predmetov. Okrem toho sprostredkúva konzultačný servis v oblasti interiérového dizajnu a nábytku na mieru, pričom spolupracuje s vyše dvadsiatkou architektov a klientov. Navrhuje a dohliada na výrobu a inštaláciu zákazkových interiérových projektov obývačiek, kuchýň a kúpeľní, zahŕňajúc armatúry, osvetlenie a dlažbu. Na dosiahnutie čo najkvalitnejších výsledkov preto zastrešuje celý proces, od dizajnerskeho konceptu až po spoluprácu s výrobcami, staviteľmi

a obchodníkmi s realitami. S ďalšími firmami sa Janiga podieľa na produkcii prototypov a s firmou La-Z-Boy úspešne spolupracuje na redizajne stoličky Durable Chair. Od roku 2005 poskytuje mnohým klientom komplexné dizajnerské služby: od pôdorysných plánov cez dlažbu, osvetlenie, farebný výber a rozvrhnutie rozloženia. V roku 2006 získal Jakub Janiga prvú cenu v súťaži Detroit Home Design Awards – vypísanú Detroit Home Magazine, v kategórii Interiérový detail za dizajn a realizáciu kovového zábradlia.

V roku 2003 sa Jakub Janiga presťahoval do USA, kde pôsobí doteraz. Sám o svojom živote a práci v USA hovorí:

Do USA som sa prišiel z rodinných dôvodov. Manželka pochádza z Michiganu, vyštudovala University of Michigan v meste Ann Arbor, kam sme sa aj presťahovali. Odchod zo Slovenska nemal s mojou prácou nič spoločné. Musel som začať odznova. Nemal som tu žiadne kontakty, ani s predajcami, ani s výrobcami.

Čoskoro som zistil, aké veľké sú rozdiely medzi slovenským a americkým prostredím vo svete dizajnu. Na Slovensku som bol schopný vyrábať vo veľmi malých sériách – niekedy len kusovo – a pritom byť stále konkurencieschopný ako voči domácim výrobcam, tak aj voči zahraničiu. Tu v USA sa takmer všetko produkuje vo veľkých sériách (podobné je to i v Ázii), inak človek nie je konkurencieschopný. Dá sa povedať, že dizajnér konkuruje celému svetu, nakoľko všetky veľké dizajnerské značky sa dovážajú. Samozrejme, existuje aj kusová výroba, no ide o inú oblasť dizajnu či umenia. Asi pred tromi rokmi som našiel výrobcu pre niektoré moje návrhy produktov, ktoré som následne musel vyrobiť v sériách. Postupne som nachádzal predajcov, ktorým som tieto výrobky prostredníctvom malých brožúr ponúkal. Väčšinou išlo o komisionálny predaj. Neskôr som ponuku rozšíril. Tiež som prešiel od prezentácie vlastného mena k názvu, ktorý by reprezentoval skôr firmu.



1



4

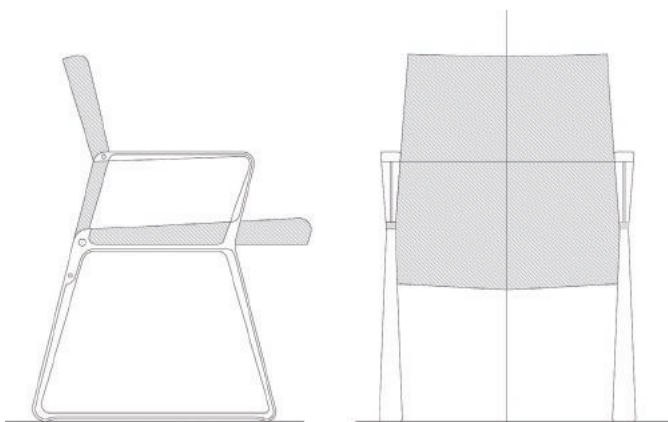


5

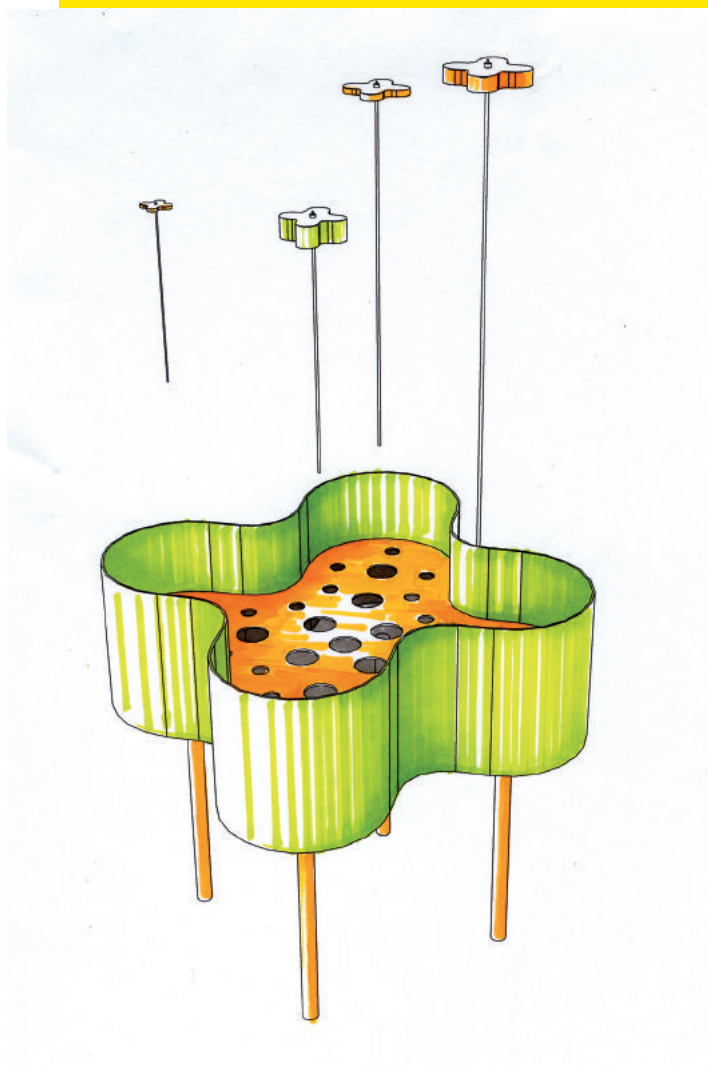
Hľadal som niečo slovenské, čo by sa dalo ľahko vysloviť aj tu, preto napokon IZBA. Neprestajne surfujem po internete a prezerám rôzne katalógy, v snahe objaviť nových predajcov. Momentálne spolupracujem s asi dvanástimi predajňami od New Yorku, Chicaga až po San Francisco. Ak predávajú doplnky, predajní musí byť oveľa viac, inak je obrat nedostatočný. Slovenské dizajnérske prostredie je, pochopiteľne, veľmi komorné. To americké je naopak obrovské. Človek sa len veľmi ťažko a postupne dostáva do povedomia. Bez veľkej investície,

či už do výroby, reklamy, alebo prezentácie, sa človek len ťažko presadzuje. Mám niekoľko nových návrhov, ktoré by som chcel začiatkom budúceho roka začať predstavovať. Momentálne je tu veľký dopyt po záhradnom nábytku a rôznych exteriérových doplnkoch súvisiacich s týmto prostredím. Popri aktivitách s vlastnými výrobkami sa pokúšam venovať aj iným činnostiam. Podarilo sa mi skontaktovať s nábytkárskou firmou La-Z-Boy. Ponúkli mi, aby som pre nich navrhol stoličku. Bola to najviac predávaná, nízkonákladová stolička s množstvom výrobných

obmedzení. Išlo o starší dizajn, ktorý bolo potrebné pretvoriť. Nemal som veľa tvorivého priestoru, no práve preto to bolo zaujímavé. Išlo o dve oddelené čalúnenia a dva totožné (zameniteľné) plastové boky. V čase, keď sme dokončovali výrobné výkresy, nastali vo firme personálne zmeny a projekt sa odložil na neurčito. Rok som pôsobil vo firme PPC Design, ktorá sa zaoberá dizajnom obchodov. Ja som mal na starosti návrh a manažovanie výroby prezentačných displejov (store fixtures). Pracoval som na rozbehnutých projektoch, no hlavne na nových konceptoch, ktorých súčasťou boli aj tieto displeje pre rôzne typy predajní. Z nášho pohľadu je americký klient veľmi konzervatívny. Hlavne v dizajne nábytku pre bytové priestory. Percentuálne ide iba o veľmi malú skupinu ľudí, ktorej imponuje progresívny moderný dizajn. A to najmä vo veľkých metropolách, kde je hustá koncentrácia medzinárodného dizajnu (firemné predajne, malé dizajnové butiky a veľké medzinárodné výstavy dizajnu). Ten potom ovplyvňuje aj domáci dizajn. Práve preto sa usilujem sústrediť na oblasti, kde má dizajn klientskú podporu. Na druhej strane, v meste, kde bývame, funguje všeobecná podpora lokálnych firiem a miestnej výroby všetkého druhu, umenie a dizajn nevyvíjajú. V tomto prostredí má domáci dizajnér, remeselník či výrobca výhodu. Organizácia ako SCD na Slovensku, ktorá by zastrešovala a pomáhala propagovať domáci dizajn, a hlavne začínajúcich dizajnérov, tu však nie je. Výnimkou sú aktivity výtvorných škôl a súťaže. ■



2



3

- 1 **Stojan na perá a vizitky**
– firemný darček pre William Davidson Institute
materiál: antikoro
výrobca: IZBA
- 2 **Durable Chair**
- 3 **Four Leaf Clover, „Štvorlistok“**
Záhradné objekty – ohnisko, olejové kahance
materiál: striekaná oceľ
koncept vo fáze prototypu
výrobca: IZBA
- 4 **Curved expressions**
Mobilný obchodný displej pre špecializované modné butiky
materiál: poniklovaná oceľová konštrukcia, dvojstranná preglejka, dyhované prestaviteľné police
výrobca: PPC Design
- 5 **Elemental Ellipse, Mobilný multifunkčný obchodný displej na kozmetiku** ponúka dve prezentačné varianty
materiál: dyha, hliníkový rám
výrobca: PPC Design

samostatné a skupinové výstavy:
An Innovative Twist to Everyday Objects, Pfizer, Ann Arbor, Michigan, USA; Two-in-One: More Comfort for Less Design, K-Gallery, Bratislava; Inatmosphere, K Gallery, Bratislava; New Collection, Flader Interior Design Studio, Bratislava; Subject, Object, Function, Atys Design, Ann Arbor, Michigan, USA; The Vase Project, Yaw Gallery, Birmingham, Michigan, USA; Design Match CZ:SK, Praha, Česko; Made in Slovakia, Viedeň, Rakúsko; EU Plus, Berlín, Nemecko; Bio 18, International Design Exhibition, Ľubľana, Slovinsko; Design Forum Furniture, Nitra; Slovak Art, Michelle Gallery, Washington, USA; Industrial Design in Slovakia, Bratislava; Designed in Slovakia, International Design Exhibition, Praha, Česko; The Functional Vase Project, Yaw Gallery, Birmingham, Michigan, USA; Jeweler's Exchange, Newcastle, Veľká Británia; Handverkness Talentbourse, Mníchov, Nemecko

súčasný dánsky dizajn očami slovenky žijúcej v dánsku

foto tlačové zdroje Dansk Design Center a www.indexaward.dk

jedna z internetových stránok dánskeho ministerstva zahraničných vecí má názov **denmark.dk**. pod hlavičkou o dánsku sa okrem iného nachádza téma známi dáni, zahŕňajúca 10 kategórií osobností, ktoré významom presiahli domáce hranice. zaujalo ma poradie: na prvom mieste sú uvedení vedci, na druhom architekti, na treťom – dizajnéri! čiže pred spisovateľmi (napr. karen blixen, hans christian andersen), výtvarnými umelcami a hudobníkmi, pred osobnosťami kráľovského pôvodu aj pred športovcami (futbalisti bratia laudrupovci, pre zaujímavosť) sú uvedení práve dizajnéri. naznačuje to minimálne dve veci: že je koho uvádzať, a že národ (aj keď – či dokonca? – v štátnej reprezentácii) si je toho vedomý.

Po dvoch desaťročiach života v Dánsku to môžem len potvrdiť. Pojem dánsky dizajn (pod komerčnou nálepkou danish design) je skutočne svetoznámy a každý, kto sa dizajnom trochu zaoberá, pozná mená H. Wegner, B. Mogensen, F. Juhl, P. Kjærholm, K. Klint, G. Jensen, K. E. Engelhardt, V. Panton a samozrejme Arne Jacobsen, ktorý je rovnako významný aj ako architekt. Pozná ich však nielen domáca či zahraničná elita pracujúca v oblasti dizajnu. Mená a tým aj pojem dizajn sú povedomé aj širokej laickej verejnosti v Dánsku. Netvrdím, že všetci poznajú všetkých, a vôbec nevylučujem, že sa nájdu Dáni, ktorí považujú dizajn za niečo snobské, drahé, chladné, zbytočné, prekalkulované a podobne. Myslím však, že v postavení dizajnu a prístupe k nemu zo strany podnikateľskej sféry, politickej reprezentácie a verejnosti sa Dánsko odlišuje od mnohých krajín. V čom spočívajú tieto osobitosti? A čo sa tu udialo a deje v dizajne? + Najprv stručne k dánskej spoločnosti: je systematická, prehľadná, sociálne veľmi vyrovnaná. Niežeby tu neexistovala šľachta a bezdomovci – obe skupiny sú však málo početné a ešte menej viditeľné. Udržiavanosť a upravenosť sa nevzťahuje len na vlastný dom a záhradku. Krajina aj napriek továrenským halám, družstvám a spaľovniam pôsobí harmonicky a ľudská civilizácia ju neničí. Občania odvážajú odpad na triedené skládky, vyše 12 % energie pochádza z obnoviteľných zdrojov a v 5-miliónovej krajine sú vyše 4 milióny bicyklov. Dáni sú neokázali a málo snobskí, žiaci tykajú učiteľom a občania ministrom, ochranné služby sú neozbrojené, manželstvá partnerov rovnakého pohlavia bežné a k dieťaťu im môže dopomôcť štátne zdravotníctvo. Ľudské meradlo sa prejavuje

aj fyzicky, napríklad malým počtom výškových budov a nadrozmerných komplexov. Je to krajina, ktorá mala to šťastie, že takmer 150 rokov nezažila žiadnu vojnu ani katastrofu (dôsledky poslednej vojnovnej okupácie boli zanedbateľné). Dôležité je pripomenúť, že už 500 rokov je protestantskou krajinou – myšlienky evanjelického náboženstva formovali vzťahy medzi spoločenskými skupinami, ich myslenie, hodnotový svet a materiálnu kultúru. Sú neautoritárni a zároveň veľkí patrioti – v EÚ si vydobyli viacero výnimiek, ktoré sú im dnes viac na prekážku, a vianočný stromček si zdobia girlandami dánskych vlajočiek. + Je dobré na to nezabúdať ani pri úvahách o dizajne. Ten dánsky je totiž podobne otvorený a sociálne zodpovedný ako spoločnosť. Stavba predmetu je logická a racionálna. Prvoradá je funkčnosť: klasik nábytkového dizajnu Hans Wegner to vyjadril slovami: „Neusilujem sa robiť pekný predmet, ale dobrú stoličku.“ Bol jedným z generácie architektov a pôvodom remeselníkov, ktorí vytvorili pojem dánsky dizajn. Jeho zlatým vekom bola polovica 20. storočia, keď sa v dôsledku industrializácie a urbanizácie riešila najmä otázka zdravého, estetického a ekonomického bývania. Základom bol domáci materiál a vysoká remeselná kvalita prevedená do sériovej výroby pre široké vrstvy. Mnohé z produktov tej doby, najmä nábytok, sa dávno zaradili medzi „klasické kusy“ muzeálnych zbierok a najúspešnejšie exportné tovary. A hoci z exportu výrobcovia dokážu ťažiť desaťročia, imidž pojmu danish design postupne slabol. + Na začiatku 90. rokov sa začali ozývať kritické hlasy, že dánsky dizajn „zaspal na vavrínoch“. Boli natoľko silné a efektívne, až sa situáciou začali zaoberať všetky tri ministerstvá,

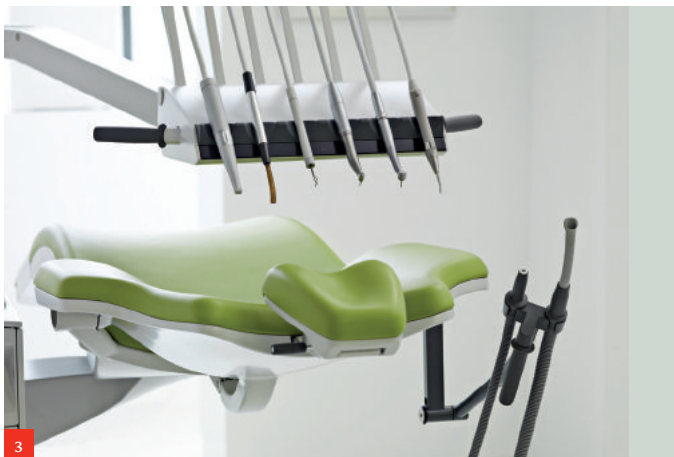


pod ktoré dizajn patrí, t. j. predovšetkým ministerstvo hospodárstva (výroba a obchod), kultúry (propagácia, výstavy) a školstva. V roku 1994 vyšla prvá súborná správa s názvom Politika Dánska v oblasti dizajnu. Už v nej sa vytýčila „ambícia urobiť z Dánska krajinu, kde je dobrý dizajn všadeprítomný a má vplyv na každodenný život, kde výrobcovia považujú dizajn za podstatný konkurenčný parameter a ktorá priťahuje dizajnérske talenty“. Podčiarkla nevyhnutnosť definovania vládnej politiky v oblasti dizajnu, ktorá sa bude „cieľavedome a koordinovane usilovať o zviditeľňovanie dizajnérskeho profilu krajiny a zároveň zvyšovať kvalitu fyzického okolia“. Analyzovali sa dva rovnocenné aspekty tejto politiky – obchodný a kultúrny. Následne sa začali rozvíjať iniciatívy ministerstiev v rámci štátnej podpory dizajnu. V roku 1995 bol zriadený vládny Fond pre umelecké remeslá a dizajn, o rok neskôr Centrum pre dizajnérske poradenstvo malým a stredne veľkým podnikom. Prepracovala sa nákupná politika verejnej sféry (štátnej správy) – v súťažiach sa začalo riešiť cestné značenie, vizuálna identita komunálnych správ, informačné systémy pre metro a železnice či lavička do mestských parkov v Kodani. + Preskočím jedno desaťročie. Za ten čas internet a globalizácia priniesli výrazné zmeny, ktorých tempo a dopad si ani nestíhame uvedomovať. Ostanem však pri dánskej politike v oblasti dizajnu. Ministerstvá a ich poradné orgány ani po prelome storočí nezaháľajú. V roku 2000 vyšla analýza kreatívneho potenciálu dánskej kultúry, kde sa prvýkrát objavil pojem „zážitkové hospodárstvo“ (z angličtiny experience economy). Aj keď jeho vymedzenie nie je jednoznačné, sú doň zahrnuté napríklad

aj dizajn, móda a reklama. V analýze Dánsko v kultúrnej a zážitkovej ekonomike (2003) sa podčiarkol ekonomický prínos kreativity v nových i tradičných produktoch a službách. Finančné a technologické možnosti (internetové informácie a komunikácia) zvyšujú dopyt spotrebiteľov vo sfére voľného času, kultúry, podujatí a podobne. Správa sa osobitne zamerala na dizajn a vytýčila celý rad cieľov v tejto oblasti, zameraných na podnikateľskú i dizajnérsku sféru – v tej dizajnérskej išlo o výraznú (i finančnú) podporu Dánskeho dizajn centra DDC (na branding dánskeho dizajnu, rozšírenie aktivít, prehĺbenie vedeckej a výskumnej činnosti, zriadenie udalosti celosvetového významu INDEX v roku 2005 a iné), ako aj o posilnenie škôl so zameraním na dizajn a architektúru. V tom istom roku sa začala reforma vzdelávania v oblasti dizajnu a ministerstvo hospodárstva vypracovalo materiál Dánsky dizajn – hospodárska analýza, ktorý potvrdil veľký potenciál dizajnérskeho služieb, rastúci dopyt po nich (36 % podnikov s viac než 10 zamestnancami v prieskume uviedlo, že za posledné dva roky využili služby dizajnéra) a vysokú spokojnosť s ich úrovňou – výrobcovia jasne potvrdili, že podpora dizajnu mala pozitívny dopad na ich zisky a trhové podiely. + Skutočnosť je však taká, že vyše 90 % dizajnérskeho podnikov v Dánsku má len jedného zamestnanca a internacionalizácia brandže je pomerne nízka. Na jeseň roku 2005 vznikol vládny Výbor na posilnenie dánskeho dizajnu. Vydal katalóg šesťnástich návrhov, na základe ktorých vláda o. i. navýšila rozpočet DDC o 10 mil. dánskych korún ročne (1 dánska koruna je cca 4,50 Sk; Dánsko a Slovensko sú takmer identické, pokiaľ ide o rozlohu a počet obyvateľstva). Taktiež iniciovala



2



3

program BornCreative na podporu exportu dizajnerských podnikov v ich globalizačnom úsilí. Nasledujúci rok vydal štátny Fond pre hospodársky rast analýzu Dánsky dizajn – dobrý obchod

+ Vôbec netvrdím, že ministerské správy a päťročnicové vytyčovanie cieľov sú zárukou reálnych zmien či konkrétnych výsledkov. Lenže ani dánskych politikov nemožno podozrievať z toho, že by populisticky vďačné úspechy chceli mať práve v oblasti dizajnu. Na spomínaných analýzach sa podieľali odborníci príslušných profesií a boli vypracované metodické postupy vyhodnocovania a štatistické podklady, aké má len málokterá krajina. Výpočet ukončím uvedením najnovších materiálov z jari 2007: v apríli vydalo ministerstvo hospodárstva jednak analýzu Obraz dánskeho dizajnu – výzvy a perspektívy, a jednak Plán ofenzívneho globálneho marketingu Dánska, ktorý sa zaoberá možnosťami Dánska v globalizovanom svete, kde sa presúvajú konkurenčné a rastové ťažiská. Posledným projektom je ambiciózny politický program DesignDanmark, v ktorom si vláda vytyčuje za cieľ dostať Dánsko opäť medzi svetovú elitu v oblasti dizajnu a definuje celý rad aktivít, prostredníctvom ktorých má v úmysle to dosiahnuť. + Ekonomický aspekt dizajnu je prítomný všade. V tom zmysle, že keď sa diskutuje o konkurenčných schopnostiach Dánska, tak za rozhodujúci parameter je dnes považovaný dizajn a schopnosť inovácie. V Dánsku sa dizajn stal politicky správnym. Viac však povie pohľad na súčasnú realitu. Sledujem ju v priamom pohľade a môžem potvrdiť, že v Dánsku sa deje naozaj veľa. Krajina sa stala zaujímavou a pritažlivou pre zahraničných dizajnérov, architektov a časopisy typu Wallpaper a Interior Design Magazine.

Metropola Kodaň opakovane vedie v rebríčkoch miest s najvyššou kvalitou života. Realizujú sa tu projekty svetoznámych architektov: Jean Nouvel navrhol novú koncertnú sieň štátneho rozhlasu, Zaha Hadid prístavbu múzea Ordstrupgaard, Norman Foster oddelenie pre slonov v zoologickej záhrade (!), Daniel Libeskind interiér židovského múzea a celkový plán pre novú mestskú štvrť Orestad, kde sa bude stavať aj podľa projektov Stevena Holla. V Kodani sa realizuje Philippe Starck na zariadení 60 luxusných bytov, vznikol tu prvý dizajnerský hotel Fox a päťhviezdičkový hostel zariadený výlučne dizajnerským nábytkom firmy Gubi, ktorá zariadi aj celé poschodie 7. budovy nového WTC v New Yorku. Tam má Dánsko aj inú výstavnú vitrínu – Museum of Modern Art si po rekonštrukcii a prístavbe v roku 2004 zvolilo na zariadenie interiérov práve klasický dánsky dizajn. Rovnako ako novootvorené National Art Center v Tokiu. Vedenie juhokórejskej firmy Samsung a jej dizajnéri podnikli mnoho študijných ciest do Dánska. Výsledkom bolo nielen zariadenie hlavného sídla (a domácností vrcholových manažérov) dánskymi klasikmi, ale predovšetkým vývoj novej série LCD-obrazoviek, ktorá bude prezentovaná začiatkom septembra na berlínskom veľtrhu IFA, kde Samsung mieni zariadiť časť výstavnej plochy dánskym dizajnom. + Odborníci hodnotia dánsky dizajn ako jednoduchý, originálny, úprimný, čistý, ale nikdy nie sterilný, skôr s citom, humorom a príjemným „ľudským“ rozmerom. Nie sú to len dizajnerski klasici typu Bang & Olufsen, Knud Holscher, Louis Poulsen, Fritz Hansen (nábytkový brand s výstavou v bratislavskej Design Factory na jar tohto roka) či veľké podniky typu Ecco, Lego, Velux, Hummel, Grundfoss, Bestseller,



Novo Nordisk, Coloplast, ktoré pracujú s dizajnom dlhodobo a strategicky. Sú to tiež stovky malých podnikov a jednotlivých dizajnérov, veľmi inovatívne a plodné podhubie s rozsiahlymi kontaktnými sieťami, ktoré si navyše začínajú uvedomovať význam komerčných a organizačných kompetencií. V uliciach Kodane pribúdajú obchodíky s originálnym oblečením, šperkmi, interiérovými doplnkami, vznikajú malé galérie, narastá počet internetových stránok so zaujímavými profilmi. Podobne v architektúre – stačí pripomenúť získanie Zlatého leva na poslednom Bienále v Benátkach alebo tvorbu architektonického laboratória PLOT (dnes dva podniky JDS a B.I.G. – druhý menovaný s nedávnou výstavou v Design Factory). Jednoducho, deje sa toho naozaj veľa. Aj v dobe redakčnej uzávierky tohto čísla: v polovici augusta sa konal 29. veľtrh Copenhagen Fashion Fair a zároveň medzinárodný týždeň módy s množstvom zaujímavých podujatí a prezentácií, napríklad desiatym ročníkom alternatívneho módného a textilného veľtrhu Cph.Vision. 24. augusta sa v Kodani udeľovala najvyššia cena za dizajn (100-tisíc eur pre každého z 5 ocenených). Stalo sa tak v rámci už spomínaného bienále INDEX, ktoré sa zrodilo práve so zámerom dostať Kodaň na medzinárodnú scénu dizajnerských podujatí. Nie prostredníctvom tradičného dizajnu: mottom Indexu sa stal „Design to Improve Life“. Svojím spôsobom tak Dáni nadväzujú na tú tradíciu svojej

spoločnosti a dizajnu, ktorou je humánne a sociálne zameranie. Nominovaní autori (110 z celého sveta; svoje zastúpenie má aj SR) sa zaoberajú riešením problémov, ako je nedostatok vody, emisie CO₂, trvalo udržateľný rozvoj, zdravé prostredie na prácu a bývanie, pomoc hendikepovaným atď. Zaradené sú do piatich kategórií: Telo, Domácnosť, Práca, Hra, Spoločnosť. Bienále je rozšírené o semináre, konferencie a workshopy, bude pokračovať nadväznými podujatiami, ktoré apelujú aj na politikov a podnikateľov. Verejnosť si index nemôže nevšimnúť: počas piatich týždňov budú na jednom z hlavných námestí Kodane inštalované pavilóny s nominovanými dizajnerskými návrhmi. + A práve o to ide: zviditeľniť dizajn a úlohu dizajnéra, dostať do povedomia verejnosti postoj, že dizajn je potrebný, lebo sa podieľa na inovatívnom riešení aktuálnych problémov a zvyšovaní funkčnej i estetickú kvality každodenného života.

+ PS: Mesiac po vydaní Politiky pre dizajn zverejnila dánska vláda politický program pre oblasť architektúry. Ide o prvý program vôbec, vypracovaný navyše spoločne šiestimi ministerstvami. Možno najlepšie túto historickú udalosť vystihujú slová grand-old-man dánskej architektúry, 81-ročného Henninga Larsena: „Nikdy sa mi o takom niečom ani len nesnívalo. Znie to veľmi dobre, je v tom veľa pekných myšlienok, počkajme však, ako sa budú realizovať.“ ■



4



5

- 1 Sustainable products
- 2 Pressalit Care, PART A/S,
- 3 XO 4 / XO Smart Link Unit,

- XO CARE A/S, Lennart Goof a Jacob Jensen Design,
- 4 Concert, Jørn Utzon,
- 5 Jacobsen visual identity and branding, e-Types A/S,

slovenský úspech na hettich ida 2007

international design award, organizovaná spoločnosťami hettich a rehau, je súťažou nábytkového dizajnu s medzinárodným obsadením. jej zámerom je podpora mladých dizajnérov z celého sveta. v máji prebehol 6. ročník súťaže, ktorý sa konal v kolíne nad rýnom pod záštitou primátora mesta. súťaž má dve kategórie – nábytok a nábytkové kovanie. mladí slovenskí dizajnéri dosiahli pozoruhodný úspech. v prvej kategórii obsadili 2. miesto (barbora markechová) a v druhej pre zmenu 1. (pavol toma). 9. miesto v kategórii nábytok taktiež patrilo slovenke (ľubica zemanová).

Ľubica Zemanová

9. miesto v kategórii nábytok, „Mobile home – prenosný nábytkový set“ Absolventka Fakulty architektúry STU v Bratislave, ktorá v rokoch 2005 až 2006 získala za svoje realizácie päť domácich aj zahraničných ocenení, sa na súťaži umiestnila s projektom „mobilného domova“. Hlavná myšlienka návrhu reflektuje nevyhnutnosť neustále sa presúvať z miesta na miesto, za prácou, štúdiom, rodinou, potrebami. Ako vraví: „Mobilný domov je víziou možnosti vytvorenia si domova kdekoľvek, možnosti nosiť si vlastný domov so sebou.“ Návrh tiež reaguje na potrebu zmenšovania priestorových možností, variabilitu použitia a rozmanitosť ľudských potrieb. ■

LIBRETTO

IDEA

THE MAIN IDEA OF "MOBILE HOME" PROPOSAL RESULTS FROM THE NEED OF MOVEMENT FROM PLACE TO PLACE. TO WORK, STUDY, TRAVEL, IS NOT ALWAYS IN ONE PLACE, WHERE WE CAN HAVE EVERYTHING WE NEED. THE MAIN IDEA OF "MOBILE HOME" IS A WAY OF POSSIBILITY TO CREATE THE HOME ANYWHERE, POSSIBILITY TO CHANGE THE HOME ANYTIME.

THE PROPOSAL AIMS AT THE NEED OF FLEXIBLE LIVING, READY TO REDUCTION OF SPACE POSSIBILITIES AND OFFER THE POSSIBILITY OF LIVING. THE POSSIBILITY OF DIFFERENT MATERIAL AND COLOUR SOLUTION RESPECTS THE DIVERSITY OF HUMAN NEEDS.

"MOBILE HOME" IS A CONCEPT FOR INDIVIDUAL PEOPLE OR COUPLES.

MATERIAL AND CONSTRUCTION SOLUTION

CONSTITUENT ELEMENTS ARE MADE FROM POLYMER MATERIALS ON THE BASIS OF POLYMER COMPOSITE (FIBREGLASS MATERIAL). IS SPECIAL EXTREMELY STABLE AND DURABLE MATERIAL, GOOD MECHANICAL PROPERTIES (LOW WEIGHT, TENSILE, SHARP BENDABILITY AND THERMAL STABILITY) POSSIBILITIES, IT ALLOWS UNLIMITED POSSIBILITIES OF DESIGN.

CONSTITUENT ELEMENTS, SIZE AND FORM, HAVE GENERAL REACTION, PROVIDES HANDLING OF THE MATERIAL.

TABLE UNIT CAN BE DISMANTLED OR SET ON RECEPTION POOL, FITTING ON THE SIDE TABLE OF THE TABLE ALLOWS SIMPLE HANDLING AND TRANSPORTATION. ON THE INTERNAL SIDE OF THE TABLE IS A HANDLE, WHICH IS POSSIBLE TO HANDLE AGAINST THE COORDINATION OF CONSTITUENT ELEMENTS.

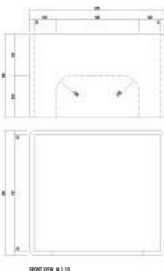
COLOUR SOLUTION

THE DESIGN ALLOWS UNLIMITED COLOUR COMBINATIONS OF THE UNITS AND RESPECTS THE INDIVIDUALITY OF EACH PERSON. IT IS POSSIBLE TO CREATE COMMON SETS FOR MORE PEOPLE, BASED ON THE SAME PRINCIPLE.

home

LIBRARY PROPOSAL

MOBILE HOME RECONSTRUCTION



GROUND PLAN IN 1:10

SIDE VIEW IN 1:10

DETAILED DRAWINGS OF CONSTITUENT ELEMENTS

TABLE UNIT



ALTERNATIVE TABLE FOR 1 PERSON

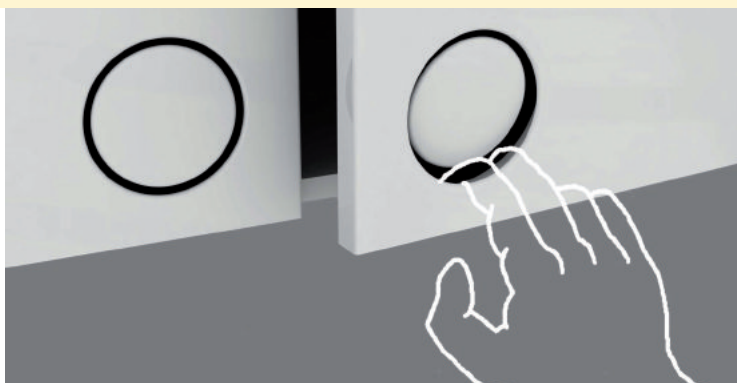
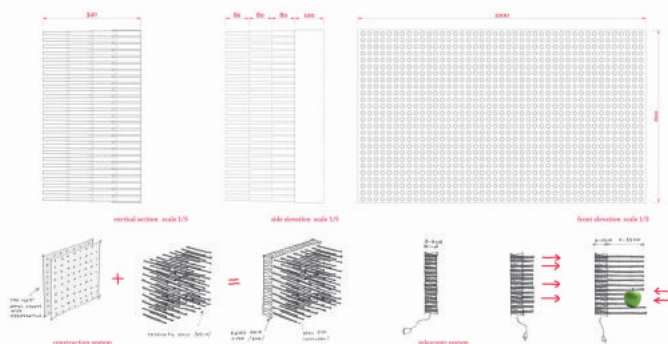




Barbora Markechová

2. miesto v kategórii
nábytok, „post it“

Mladá architektka je absolventkou Fakulty architektúry Slovenskej technickej univerzity, odboru architektúra a urbanizmus. Má za sebou ročný pobyt na Royal Institute of Technology v Štokholme a štipendijný pobyt MIRA vo francúzskom Lyone. „Post it“ je interaktívny úložný panel so systémom teleskopických lepiek a elektroluminiscenčných diód. Základnou myšlienkou projektu je zjednodušiť užívateľovi panelu život a ponúknuť mu možnosť individuálnych riešení. Nábytok je v tomto podaní kooperatívnym interaktívnym prvkom interiéru, aktívne sa zúčastňujúcim každodenného života svojho majiteľa. ■



Pavol Torma 1. miesto v kategórii nábytkové kovanie, „clap flap“

Študent piateho ročníka Technickej univerzity v Košiciach, odboru produktový dizajn, zväčšil s riešením úchytiak na dverkách skriniek či zásuviek. Úchytky sú súčasťou samotného nábytku, pričom materiálová jednota umožňuje jednoduchú manipuláciu vyvinutím tlaku na vyrezaný útvar. Pavol Torma sa s týmto projektom zúčastnil aj Národnej ceny za dizajn 2007, bienálne vyhlasovanej Slovenským centrom dizajnu. ■

pivo, guláš, pirohy a halušky v jednom hrnci, stredoeurópska revue dizajnu G4

keď sa počiatkom deväťdesiatych rokov minulého storočia zrodila myšlienka úzkej spolupráce stredoeurópskych postkomunistických krajín, zdalo sa, že pôjde o dynamický projekt s oporou v spoločných historických skúsenostiach i aktuálnych problémoch politického, ekonomického a kultúrneho života. spolupráca krajín tzv. visegradskej štvorky (maďarsko, poľsko, česko, slovensko) však zatiaľ nenaplnila očakávania, čo platí aj pre oblasť dizajnu. „stále o sebe veľa nevieme, viac sa zaujíname o to, čo sa deje v „starej“ európe a za oceánom,“ oprávnené konštatuje jacek mrowczyk, iniciátor dizajnerskej spolupráce visegradských krajín, nateraz zhmotnenej v publikácii G4 – stredoeurópska revue dizajnu.

Jej názov má okrem visegradskej štvorky ironicky odkazovať k stretnutiam najvyspelejších svetových krajín G8. Revue G4 vznikla ako mimoriadne číslo poľského dizajnerskeho periodika 2+3D, ktoré si za päť rokov svojej existencie vybudovalo solídne európske renomé. Aj v ňom možno vidieť záruku, že z G4 by sa mohol stať stredoeurópsky dizajnerský časopis s pravidelnou periodicitou. Hoci jeho prvé (a verme, že nie posledné) číslo nesie stopy detských chorôb, možno ho považovať za zárodok životaschopnej spolupráce vo viacerých rovinách.

Štruktúru publikácie G4 definoval jej koordinátor Jacek Mrowczyk výsostne demokraticky – každá zo zúčastnených krajín má vyhradených 24 strán, ich réžia vrátane voľby písomového typu bola v rukách „národných“ redaktorov. G4 zjednocuje rámcový layout Alana Zárubu, obálku navrhol Zsolt Czako. Požiadavkou koordinátora bolo vypracovanie základnej štúdie „tu a teraz“ o situácii v dizajne jednotlivých krajín.

Publikáciu otvára česká sekcia, v ktorej chýba obsiahlejší syntetický pohľad na domácu scénu. Alan Záruba informuje o výstave a publikácii CI.CZ, venovanej vývoju vizuálnej komunikácie v Českej republike za uplynulých 15 rokov. Spolu s článkom o novom vizuálnom štýle prezentácie ČR v zahraničí (štúdio Side 2) a recenziou knihy o štúdiu Najbrt poskytuje akú-takú informáciu o situácii „tu a teraz“ v grafickom dizajne. Trojrozmerný dizajn reprezentuje len skrátený text Dagmar Koudelkovej z monografie Jiřího Pelcla. Pelcova anabáza priemyselného dizajnéra, ktorý sa po sústreďení na solitérový art-

dizajn (éra slávnej skupiny Atika) vracia k práci pre sériovú výrobu, je pre českú situáciu do istej miery príznačná (pripomeňme napríklad vývoj zoskupenia Olgoj Chorchoj). Škoda však, že sa nič nedozvieme o tvorcach bežného priemyselného dizajnu (za všetkých spomeňme aspoň Ivana Dlabáča). Práve v tejto oblasti (iste aj vzhľadom na bohaté výrobné tradície) sú naši západní susedia o krok popredu pred ostatnými príslušníkmi visegradskeho zoskupenia.

Oproti českej sekcii sú dôkladnejšie spracované dve syntetické štúdie o maďarskom dizajne. Pri ich čítaní nám napadne, že problémy krajín v našich končinách Európy sú v dizajne prakticky totožné a doterajšia vlačnosť v spolupráci je na škodu všetkých. Podobne ako u nás, i v Maďarsku sa v oblasti grafického dizajnu (analyzovala ho Krisztina Somogyi) rodia najzaujímavejšie výsledky mimo komerčnej sféry (čo je nakoniec skúsenosť širšieho než stredoeurópskeho rozmeru) v projektoch s neziskovou povahou, neraz iniciovaných samotnými dizajnérmi. Podobne ako Slovensko, i Maďarsko sa stáva „montovňou / dielňou na spájanie súčiastok“, kde priemyselní dizajnéri len ťažko nájdu uplatnenie. Márton Szenpéter vidí riešenie v „inkluzívnom“ (zahŕňajúcom) dizajne, orientovanom na jednoduché zlepšenia života bežných ľudí (alternatívne formy dopravy, rehabilitácia mestských funkcií). Lokálne zdroje tvorivosti sú využiteľné na riešenie lokálnych problémov, ale môžu vstúpiť aj na globálny trh. Maďarská sekcia okrem dvoch uvedených syntetických pohľadov obsahuje aj päť-mäť krátkych článkov o inovatívnych dizajnerských riešeniach.

Aj poľské stránky zastrešuje dvojica štúdií venovaných grafickému a priemyselnému dizajnu. Jacek Mrowczyk analyzuje grafický dizajn na základe anketových otázok položených zástupcom rôznych dizajnerských komunít. Fenomén „poľskej plagátovej školy“, ktorý v rámci krajín visegradskej štvorky predstavuje najznámejšiu a všeobecne akceptovanú súčasť medzinárodných dejín dizajnu, sa dnes už stáva obmedzujúcim rámcom pre vývojovú dynamiku. Najmä v staršej a strednej generácii naďalej dominuje dôraz na ideu, metaforu a ilustráciu, chýba odvaha k abstrakcii či experimentu. Nádejou sú súčasní tridsiatnici, ktorí si získavajú uznanie už aj vo svete. Až prehnane optimisticky vyznieva analýza situácie v poľskom priemyselnom dizajne od Czesława Frajlicha a Michala Stefanowského. Podľa nej síce Poľsko nemá v tejto oblasti veľmi bohaté tradície, no nastáva zreteľný obrat. Namiesto „montovania“ mnohí domáci výrobcovia nábytku, domácich prístrojov, dopravných prostriedkov atď. vyvíjajú vlastné výrobky, pri ktorých sa širšie uplatňujú dizajnéri. Aj v prípade poľskej sekcie je dvojica obsiahlejších článkov doplnená „blším trhom“ informácií o zaujímavých realizáciách z oblasti grafického a priemyselného dizajnu. Vyberme aspoň jednu: dizajnéri Anna Siedlecka a Radosław Achramowicz úspešne etablovali na internetovom trhu firmu Puff-buff zameranú na nafukovacie lampy s LED diódami. Sami si organizujú výrobu aj predaj, ktorý siaha až do Austrálie. Ich skúsenosti by iste bolo možné využiť aj u nás.

Vzhľadom na abecedné poradie sa na posledné miesto revue 4G dostalo Slovensko. V úvodnom článku Ľubica Hustá glosuje naše výrobné tradície a dizajnersku súčasnosť. Poukazuje na silný potenciál tvorcov, problémom ostáva realita priemyselnej výroby. Ambivalentnú situáciu dokresľujú štyri príbehy slovenských dizajnérov (Sylvia Jokelová, Martin Turzík, Patrik Illo, Andrea Kvasnicová). Branislav Bezručka je autorom článku o vývoji slovenského plagátu od šesťdesiatych rokov minulého storočia po súčasnosť. Stručnú reflexiu s radom pozoruhodných postrehov by bolo dobré rozšíriť aj na domáce publikovanie, ak už nie je skrátanou verziou obsiahlejšej štúdie.

Slovenskú sekciu uzatvára informácia o seminári grafických dizajnérov KUPÉ2,

ktorý sa venoval vymedzeniu podstaty grafického dizajnu a nadviazal na predchádzajúce úspešné podujatie v priestoroch žilinskej železničnej stanice Záriečie. Pozornosť si zaslúži aj písmo Deva, ktorým sú state o slovenskom dizajne vysádzané. Jeho autor Ján Filípek sa priradil k dnes už pomerne početnej komunite slovenských tvorcov písma.

Stredoeurópsku revue G4 možno považovať za akýsi „zoznamovací večierok“ dizajnerskeho spoločenstva krajín visegradskej štvorky, hoci ten v menšom meradle, ako s humorom píše Jacek Mrowczyk, prebehol už medzi redaktormi časopisu pri pive, gulášoch, pirohoch a haluškách. Výpovednú hodnotu stostránkovej publikácie obohacuje zoznam dizajnerských organizácií, inštitúcií a škôl v jednotlivých krajinách (v českej sekcii chýba). Zo štruktúry a jednotlivých článkov G4 vyplýva, že iniciatívu pri zoznamovaní zobrali do rúk najmä grafickí dizajnéri (Jacek Mrowczyk, Alan Záruba, Zsolt Czako atď.). Tak trochu v tieni ostali dizajnéri priemysloví, hlbšie analýzy by mohla prinášať teória a kritika. Revue G4 je však úspešným vykročením k zmysluplnej spolupráci v našom regióne. ■



zdeno kolesár: kapitoly z dejín grafického dizajnu

Publikácia z pera pedagóga a teoretika dizajnu Doc. PhDr. Zdena Kolesára, PhD, je prvou pôvodnou slovenskou ucelenou koncepciou dejín grafického dizajnu. Motiváciou na jej napísanie bol podľa autora búrlivý rozvoj vizuálnych médií na konci 20. storočia, komputerizácia a dosah zmien na pozíciu grafického dizajnéra i fungovanie vizuálnej komunikácie v spoločnosti. V osemnástich kapitolách autor podáva obraz vývoja grafického dizajnu od prehistorickej tvorby vizuálnych znakov cez vznik písma, objav tlače, výtvarné avantgardy až po koniec 20. storočia, keď sa z grafického dizajnu stala „mocná zbraň, ktorá pri správnom nasmerovaní má možnosť aktívne vstupovať do základných civilizačných procesov“. Pre koncepciu Z. Kolesára je príznačná myšlienka emotívnosti a „obrázkovosti“ súčasného grafického dizajnu, ktorá spája éru zrodu abstraktného myslenia s obdobím digitálnej revolúcie na začiatku 3. tisícročia. Kniha obsahuje vyše 300 farebných a čiernobielych obrázkov písom a jeho použitia na rôznych grafických produktoch (kamenné artefakty, mince, manuskripty a knihy, plagáty, letáky, ilustrácie, známky, obaly a iné). Je doplnená anglickým sumárom. ■



počet strán 224 formát 230 x 230 mm ISBN 80-968658-5-4
© SCD 2006 grafický dizajn Pavel Choma

des-
ignblok
07

dny designu v Praze
2. – 7. 10. 2007

nábytek
bytové doplňky
móda
Designu neunikneš!
www.designblok.cz

Designblok se koná pod záštitou ministra průmyslu a obchodu pana Ing. Martina Římana, ministra kultury pana Mgr. Václava Jehličky, ministryně školství, mládeže a tělovýchovy pani Mgr. Dany Kuchtové a primátora hlavního města Prahy pana MUDr. Pavla Béma. Čestná rada Designbloku: PhDr. Helena Koenigsmarková, ředitelka Uměleckoprávního muzea v Praze, Prof. Jiří Pecl, emeritní rektor Vysoké školy uměleckoprávní v Praze, Ing. Daniel Heller, člen představenstva a náměstek generálního ředitele České spořitelny a.s., Prof. Borek Špek, Ing. David Rezticek, ředitel Konsepti, Serge Borenstein, prezident Real Estate Karlin **Designblok podporují tyto instituce:** Ministerstvo kultury ČR, Magistrát hlavního města Prahy, Goethe – Institut Praha, Rakouské kulturní fórum, Švédské velvyslanectví v Praze **Oficiální dodavatelé:** 3M, Atelier Spektrum, Bata, Skoda Auto, Mattoni **Mediální partneři:** Český rozhlas 3 – Vltava, Blok, Development News, EuroAWK, Hospodářské noviny, iHned.cz, Marketing a Media, Moderní byt, Můj dům, Radio 1, Sign, Stavba, Technický týdeník, Trend marketing, www.dumabyt.cz, www.czechdesign.cz **Zahranční mediální partneři:** Ahead (A), Atrium (SK), Designum (SK), H.O.M.E. (A), H.O.M.E. (D), Icon (GB), Inspire (SK), IQ Style (A), Anyway (A), www.hg.hu **Pořadatel:** Profil Media s.r.o., Komunardů 32, 170 00 Praha 7, tel: +420 267 990 545-6, www.profilmedia.cz, info@profilmedia.cz



Partneři doprovodného programu:
Nike, Real Estate Karlin Group, Mattoni, Sony, Skoda Auto
Energie doprovodného programu:
Red Bull

**Hlavní partner
doprovodného programu:**



**Generální partner
doprovodného programu:**

**ČESKÁ
SPŮRITELNA**



história ★

v období socializmu bolo pre architektonické priestory vytvorené nielen množstvo výtvarných diel, ale aj dizajnerských návrhov. dizajn totiž predstavoval jeden z únikových manévrov umelcov, ktorých tvorba nespĺňala kritériá „štátnej kultúrnej politiky a socialistického realizmu“. ★ medzi najvýraznejšie dizajnerské diela v rámci monumentálnej tvorby sa radia svietidlá, zaradené v agende sfvu medzi sochárske diela alebo úžitkové umenie a nazývané termínmi svetelné objekty alebo svetelné plastiky. ★ svietidlá, rovnako ako ostatná monumentálna tvorba, boli navrhované pre konkrétny architektonický priestor. svetelné objekty možno nájsť v administratívnych a vládnych budovách, domoch kultúry, v hoteloch – najmä v kúpeľných strediskách, v rôznych stravovacích zariadeniach a v obradných miestnostiach. verejné architektonické priestory boli vybavené originálnymi dizajnerskými návrhmi korešpondujúcimi s konkrétnymi vlastnosťami priestoru.

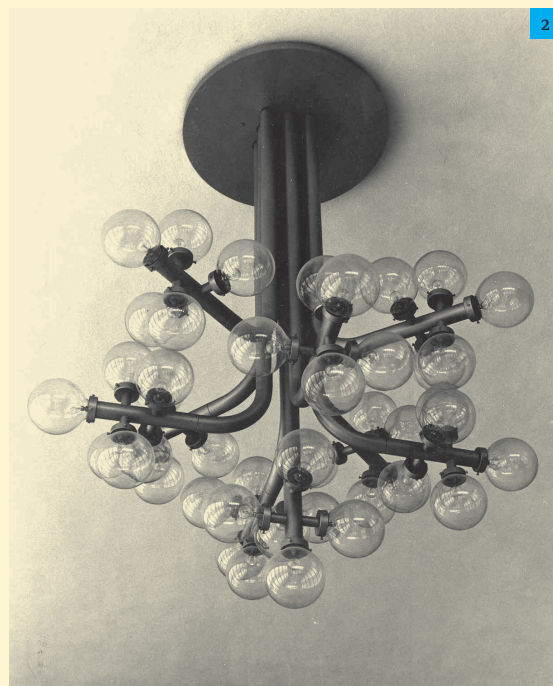


dizajn svetelných objektov Ivana Hrošša

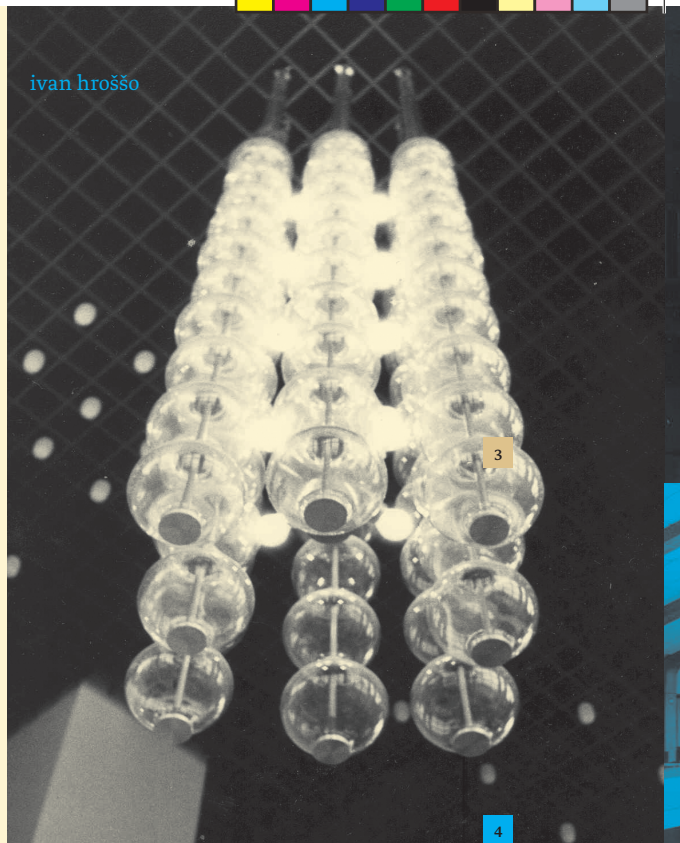


1

Tvorbe svetelných objektov sa venovali najmä sklárski výtvarníci, absolventi ateliéru Václava Ciglera, sochári, prípadne architekti. Systematicky sa sklárskej tvorbe pre architektúru venovali konkrétne Václav Cigler, Ivan Hroššo, Jozef Vachálek, Zora Palová a Štěpán Pala, Marián Mudroch, Drahomír Prihel, ako kolektív alebo samostatne Askold Žačko, Jozef a Pavel Tomečko či Lubomír Arzt. Svetelné objekty navrhovali aj Eduard Antal, Milan Dobeš, Alex Mlynárčík, z architektov Ivan Matušík. S Václavom Ciglerom spolupracoval kolektív architektov Otto Berger, Ján Homola, Ján Žiaran, Peter Kotras, ktorí tvorili formálne podobné diela aj mimo spolupráce s Ciglerom. * Ivan Hroššo patril k najaktívnejším tvorcom svetelných objektov v 70. a 80. rokoch. V roku 1971 absolvoval ateliér Sklo v architektúre na VŠVU u Václava Ciglera. Venoval sa solitérnym osvetľovacím telesám v exteriéri aj v interiéri. Ťažiskom jeho tvorby však boli najmä komplexné interiérové osvetľovacie objekty monumentálnych rozmerov. * Základným princípom výstavby kompozície osvetľovacích telies je u Hrošša množenie a opakovanie jedného prvku. Jeho radením vzniká plošný koberec alebo 3D kompozícia. Základným výstavbovým

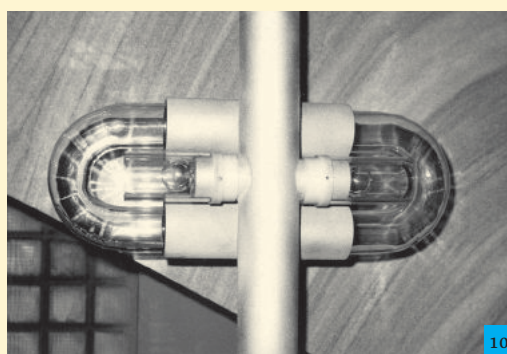
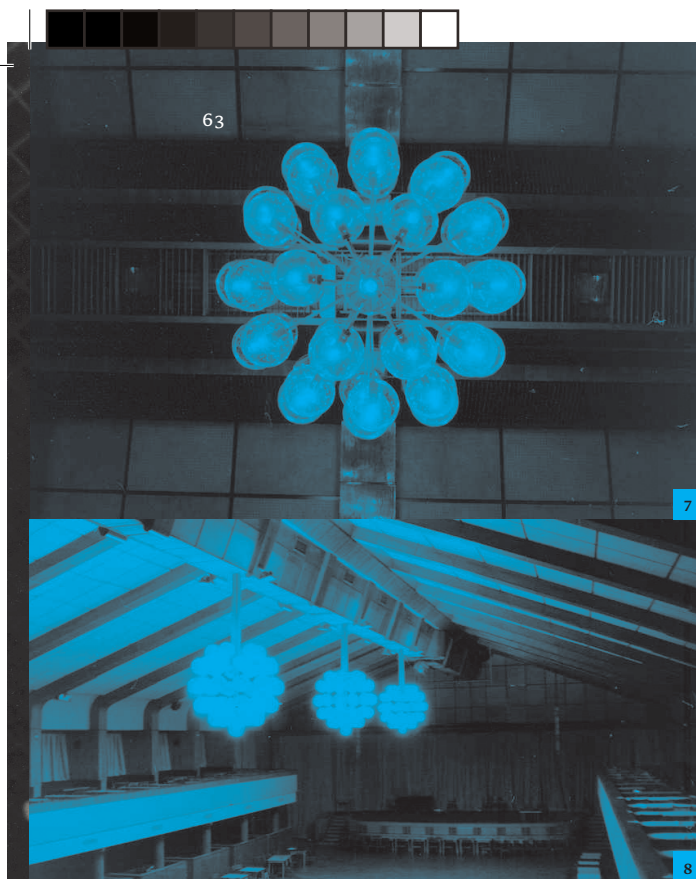


2



prvkom týchto kompozícií sú vo väčšine prípadov „polotovary“ z technického skla – guľa a ohýbaná trubica. Žiarovka je umiestnená mimo skleneného útvaru a býva obklopená sústavou prvkov. Guľa je umiestnená v priestore ako zavesený sklenený útvar alebo situovaná v kovovej obruči. Jej svetlo sa na sklenenom povrchu odráža a násobí. Podobný princíp je použitý aj pri ohýbaných sklenených trubiciach, kde je svetlo šírené aj vďaka ohybom. V niektorých prípadoch siahol Hroššo k zrkadlovým plochám. * Z množstva autorových realizácií sme vybrali najcharakteristickejšie príklady, na ktorých možno demonštrovať Hroššov prístup k riešeniu dizajnu svietidiel. V Bratislave – hoci už nie v pôvodnom rozsahu – je ešte stále možné vidieť Hroššove svietidlá v budove PKO, kde realizoval pôvodne osvetlenie spoločenskej sály a vstupnej haly. Tri hlavné osvetľovacie telesá (z roku 1978) boli v pôvodnej realizácii umiestnené na rampe v centrálnom priestore. (Demontovali ich pred nakrúcaním tanečnej show Let's Dance.) Podobný luster je aj vo vstupnej hale. Kompozíciu tvorí ružica sklenených gúľ, symetricky rozmiestnených okolo centrálnej závesnej konštrukcie. * V roku 1980 realizoval Hroššo aj osvetlenie bočných priestorov sály. Na bočných





oporných pilieroch balkónov sú umiestnené lampy, pri ktorých opakovane aplikoval motív sklenej gule, tentoraz umiestnenej v subtilnej kovovej obruči. Celá konštrukcia je umiestnená na stene. Motív gule sa opakuje aj v osvetleniach lôž. * Z rovnakého obdobia (1979) je aj osvetlenie Domu ROH (dnes Dom kultúry SKC, s.r.o.) v Banskej Bystrici. Hroššo tu aplikoval všetky svoje základné princípy tvarovania osvetľovacích telies. V átriu budovy v exteriéri narába s motívom svetelného stromu. Kovová konštrukcia vyrastá zo zeme a vegetatívne sa rozvetvuje. Na jednotlivých ramenách sú umiestnené sklenené osvetľovacie gule. Luster v kaviarni tvorila kompozícia visiacich sklenených tvarovaných tyčí osvetlených samostatne zavesenými žiarovkami. V spoločenskej miestnosti realizoval svetelný strop – veľkološný sklenenný koberec vytvorený pravidelným radením sklenených gúl na odľahčenej kovovej konštrukcii (žiaľ už demontovaný). Schodiskové svietidlo evokuje technicisticky pôsobiacu plastiku. Vertikála po celej výške schodišťa vznikla opakovaním rovnakého elipsovitého motívu z kovu a sklenej trubice. Elipsy radené nad sebou sú k sebe navzájom pootočené, čím evokujú dojem pohybu. * Svoje základné princípy rozvíja



Ivan Hroššo aj v 80. rokoch, ale organické a barokové tvarovanie sklenených trubíc sa ešte zvyrazňuje. V Interhoteli Nitra realizoval v roku 1983 osvetlenie baru, kde rozmiestnil sklenené trubice okolo centrálnej zrkadlovej gule so žiarovkami. Podobný motív použil aj na osvetlenie šatne, kde však pre efekt rozptylu svetla využil len priehľadnosť trubíc. V hale opäť aplikoval motív sklenených gúľ, položených v kovovej obruči, tentoraz radených pod seba v štyroch pravidelných vertikálach okolo centrálnej osi. * Novým motívom v autorovej tvorbe 80. rokov je svetelný koberec vytvorený z paralelne vedľa seba kladených svetelných trubíc so zdrojom svetla. Tieto stropné svietidlá boli navrhnuté v roku 1988 pre kanceláriu riaditeľa na Riaditeľstve výstavby nemocníc na Kramároch v Bratislave. * Všetky Hroššove návrhy a realizácie boli vytvárané pre konkrétne priestory, s ohľadom na ich funkciu. Voľba tvaru osvetľovacieho telesa, základného modulového prvku, a konečná kompozícia boli podmienené veľkosťou osvetľovaného priestoru a jeho konkrétnou funkciou. V Hroššovej tvorbe osvetľovacích telies sa dopĺňa racionalita – symetria, konštrukcia

- 1 Slovenská štátna sporiteľňa, Nám. SNP, Bratislava, 1976
- 2 Dom smútku, Lehota pod vtáčnikom, 1976
- 3 Gastrocentrum, Trenčín, 1987
- 4 Múzeum L. Novomestského, Senec, 1984
- 5 Poliklinika, Trnava, 1989
- 6 Interhotel, Nitra, 1983
- 7 Luster PKO, Bratislava, 1978
- 8 Lustre PKO, Bratislava, 1978
- 9 Schodište, ROH, Banská Bystrica, 1979
- 10 Sobášna sieň, Nové Zámky, detail svietidla, 1986
- 11 STS, Pezinok, 1973
- 12 Zariadenie vlády, Trnava
- 13 Osvetlenie, nemocničný areál, Galanta, 1984



65 ivan hroško



13

65 monochróm

monochróm

súčasnosť a perspektívy transport dizajnu
poznáte is design? infobox summary

designum42007



súčasnosc' a perspektívy transport dizajnu

na medzinárodnej konferencii cumulus, ktorú v októbri 2007 hostí vysoká škola výtvarných umení v Bratislave, vystúpi okrem iných prof. michele capuani, domus academy, miláno. michele capuani bude viesť tretiu sekciu prednášok a diskusií – design + politics of production.

<http://www.vsvu.sk/cumulus/programme/>

Premisa

Transport dizajn je jednoznačne považovaný za oblasť produktového dizajnu. Od iných odvetí dizajnu ho odlišuje väčšia komplexnosť, ktorej zvládanie vyžaduje aj väčšiu zručnosť. Systém reštrikcií, ktorý obmedzuje svet dopravy (a najmä jeho automobilový segment), je signifikantný. Definuje ho trh, technológia, komunikácia, ergonómia, bezpečnosť, štýl atď. Vytváranie návrhov v týchto podmienkach je zložité. Existujúce kreatívne riešenia sú nedostačujúce, úroveň súťaživosti je extrémne vysoká a počet pracovných príležitostí limitovaný.

Paradoxne práve to predstavuje pre väčšinu ľudí vstupujúcich do tohto segmentu najväčšiu výzvu: po pár rokoch praxe začne každý, kto v automobilovom dizajne pracoval, pokladať ostatné oblasti dizajnu za „podružné“. Pri navrhovaní automobilov môžete ovplyvniť vnímanie krásy v každom ďalšom priemyselnom odvetví. Schopnosť vytvoriť formu korešpondujúcu so štýlom, ktorý je identifikovateľný a predajný na trhu, je presne to, čo automobilky od svojich dizajnérov už od 90-tych rokov 20. storočia žiadajú.

Zelená výzva

Epocha, v ktorej žijeme, predstavuje pre odvetvie transport dizajnu výrazný historický moment. Po prvý raz životné prostredie zásadnejšie ovplyvňuje rozhodnutia v rámci priemyslu. Mnohí spotrebitelia volia technológie, ktorými môžu prispieť k zníženiu negatívnych dopadov na ekológiu. Tieto rozhodnutia sú determinované potrebou znížiť náklady na palivo a na druhej strane potrebou používať auto napriek tomu, že úroveň znečistenia je v porovnaní s cirkuláciou klasických áut prívysoká. Drahšie palivo a obmedzenia premávky sú spúšťačmi technologickej revolúcie, na ktorú ľudia čakajú prinajmenšom posledných dvadsať rokov.

Veľké spoločnosti nemali v minulosti záujem strategicky investovať v tomto odvetví, pretože mali pocit, že ešte nenastal ten správny čas. Správny čas však už s veľkou pravdepodobnosťou nastal a ekologicky prijateľné technológie sa môžu oplatiť v časovom horizonte, ktorý je kompatibilný s horizontom trhu. Zrod každej dôležitej technologickej zmeny totiž sprevádza dlhé prechodné obdobie. V prípade dopravy to znamená, že na trhu budú nejaký čas súťažiť rôzne typy technológií (bio palivá, vodík, vyvinuté uhľovodíky a iné), ktoré najskôr umožnia vznik hybridných vozidiel a až postupne sa začnú uprednostňovať tie najvhodnejšie z nich. V prípade osobných vozidiel bude rozhodujúcim faktorom v rámci nastolenia novej technológie kvantita paliva dostupná v danej oblasti,



v prípade verejných vozidiel môžu zaväziť „spoločenské“ rozhodnutia, teda tie, ktoré najlepšie uspokojia kolektívne potreby v rámci environmentálnych záruk. Tieto dva systémy – osobné a kolektívne – sa môžu vyvíjať rôznymi technologickými smermi, dokonca môžu konvergovať, ako tomu napokon bolo doteraz.

Koniec veku istôt

Aký bude v nasledujúcich rokoch dopad tohto kontextu na prácu dizajnéra a ako by mali byť budúci dizajnéri školení? Jedna vec je istá: posledné roky boli rokmi istôt – pre spoločnosti, rovnako ako pre dizajnérov. Prevládala technologická istota (motory s iskrovým zapáľovaním na 99 % dominujúce na trhu, racionalizácia platforiem, zdieľané normy), istota v zmysle trhu (konštantné zvyšovanie počtu cirkulujúcich vozidiel a ich lepšia kvalita), istota v zmysle dizajnu (blízky vzťah značky a životného štýlu, produktový dizajn ako štylistické cvičenie so značkou).

Globalizácia automobilového priemyslu sa bez akýchkoľvek pochybností udiala práve na báze istôt. Vyprofilovala sa do novej fázy, ktorej dominuje schopnosť experimentovať s novými technológiami. Dizajnéri sa musia potýkať so zložitým prechodom od starého k novému, ako aj so spomínaným dlhým obdobím, počas ktorého budú vznikáť hybridné technológie a neisté formy.

Uvedomenie si problematiky súvisiacej so životným prostredím povedie k rozmachu hromadnej dopravy: spoločnosti vyrábajúce tovar pre spotrebiteľov v oblasti mobility budú mať tendenciu sa reštrukturalizovať na poskytovateľov služieb súvisiacich s mobilitou (skôr než na výrobu konkrétnych produktov). Na Domus Academy napríklad už niekoľko rokov prebieha výskum dizajnu služieb: zručnosti potrebné na prácu v tomto sektore sú odlišné od zručností potrebných v sektore produktového dizajnu. Nehovoriac o tom, že transport dizajnéri budú musieť pracovať pre dôsledne štruktúrované spoločnosti, pokiaľ ide o manažment vnútropodnikových dizajnérov a externých konzultantov.

Úloha automobilového dizajnéra súčasnosti

V dizajnových centrách automobiliek prichádza automobilový dizajnér na rad až po strategickom marketingu, avšak pred produktovým inžinierstvom. Existuje však aj model, keď štruktúry operujú skôr v konceptuálnej rovine než v operatívnej a (aspoň taký je zámer) majú funkciu kriticky zvažovať možnosti a vytvárať inovatívne vízie či koncepty nového použitia, technológií, správania atď. V tomto type pracovnej organizácie sa dizajn vytvára podľa vzorca: strategický marketing, „pokročilý dizajn“, „centrum dizajnu“ a inžinierstvo. Vo väčšine prípadov však „pokročilý dizajn“ neexistuje. Nie je prekvapujúce, že automobilový dizajn je často nazývaný „styling“ – veď ide o „vytváranie formy“ pre marketingové požiadavky na základe technických obmedzení, ktoré sú vyriešené v inžinierskej fáze.

Môžeme povedať, že až dodnes veľké automobilky používali dizajn ako nástroj identity značky. Aby sme lepšie porozumeli tomu, ako sa veci v súčasnosti robia a ako sa zväčša dizajn používa, musíme



sa vrátiť o dvadsať rokov späť. V tom období sa viacerí výrobcovia áut začali zoskupovať. Tento postup je logický v prípade, keď trh prekonáva krízu. Cieľom bolo udržať nízke investície a výrobné náklady. Na druhej strane racionalizácia investícií a procesov prezentovala problémy v zmysle straty imidžu a identity. Dizajn mal produktom vytvoriť ich osobitosť, pracovať s nemateriálnymi hodnotami, ktoré presvedčia spotrebiteľa, aby dal prednosť danej značke pred ostatnými. V polovici 80-tych rokov sa odbor automobilového dizajnu začal sústreďovať na jazyk značky; mal byť vhodný pre rôzne modely, obchodné zastupiteľstvá, reklamy atď.

Výrobcovia áut žiadali od svojich centier dizajnu, aby produktom vytvorili formálnu identitu, ktorá by spĺňala komunikačné stratégie a bola by založená na báze spoločných technologických platforiem. Tento prístup sa ďalej rozvíjal v 90-tych rokoch, keď sa vytvorili varianty životných štýlov. To spôsobilo vznik množstva ne-produktov, ktoré s autom – ako materiálnym produktom – bezprostredne nesúviseli. Tu je niekoľko príkladov: Volvo získalo lojalitu svojich spotrebiteľov propagovaním bezpečnosti a spoľahlivosti. Špeciálna pozornosť sa venovala viditeľným bezpečnostným črtám, aktívnym, ako aj pasívnym. Tvary vozidiel sú v exteriéri masívne a v interiéri zvierajúce, teda zodpovedajúce stratégii. Prístup Renaultu je naopak odlišný. Francúzsky výrobca používa „neviditeľný“ koncept bezpečnosti, ktorý je však podľa crash-testov NCAP zaručený. Pri Ferrari je jasná afinita k svetu Formuly 1. Koncept, ktorý je zjavný v dizajne Pininfarinu, bol použitý v množstve doplnkov značky Ferrari a viedol až k definícii vlastného „životného štýlu Ferrari“. Uvádzam iba niekoľko príkladov, no celkom nepochybne ich existuje prinajmenšom rovnaké množstvo, ako je výrobcov automobilov.

Odlišný proces dizajnu

Požiadavky, zohľadňujúce všetky vyššie uvedené kritériá, by mali byť zohľadňované práve spomínanými dizajn centrami. Pokiaľ dizajn išiel ruka v ruku s komunikačnými stratégiami, mal dobré výsledky. No ak nenastala symbióza, alebo bol aspekt dizajnu príliš extrémny, trh to väčšinou jednoducho neprijal. Aby uspokojili požiadavku po skutočnej inovácii, začali výrobcovia áut produkovať autá pre tzv. autosalóny. Všetko je totiž o komunikačnej stratégii. Napokon, autá na autosalónoch sú viac či menej realistické prototypy, ktoré sú vystavované na to, aby ukázali prípadné inovácie a „zachytili pulz“ trhu. Tento trend je dobrým príkladom obmedzení, ktorými automobilový dizajn momentálne trpí: je možné navrhovať skutočne inovatívne autá, no sú vyvinuté najmä na to, aby o nich mohli písať špecializované časopisy a aby o nich mohol hovoriť trh.

Pri analýze automobilového priemyslu a jeho porovnaní s akoukoľvek inou priemyselnou oblasťou nájdeme radikálne odlišnosti v spôsobe, akým sa dizajn používa. Vo všeobecnosti môžeme povedať, že dizajn pre automobilový priemysel nepredstavuje práve strategicky dôležitú entitu. Znie to paradoxne, keď si uvedomíme, akú dôležitú úlohu zohráva pri automobiloch ich vizuálna stránka. No ak sa zamyslíme nad ostatnými oblasťami



priemyslu (móda, nábytok, výrobky do domácnosti, spotrebná elektronika) zistíme, že úloha dizajnéra prichádza na rozdiel od transport dizajnu v úvodnej fáze, keď sa robia niektoré dôležité rozhodnutia ohľadne funkčnosti produktu, použitia technológií či prípadného určenia trhu, pre ktorý bude produkt vytvorený. V technologicky menej náročných sektoroch (nábytok, prístroje do domácnosti) prichádzajú procesy, materiály a technológie na rad až po dizajne. V niekoľkých veľmi ojedinelých a známych prípadoch je umiestnenie na trhu dôsledkom dizajnu, ako je tomu v prípadoch spoločností prezentujúcich niektorých top dizajnérov, napríklad firiem Alessi, Cassina, Vitra. Technika manažmentu tohto typu dizajnu je rozšírená najmä v Taliansku a často je založená na báze tradície talianskeho dizajnu.

V dnešnom manažmente dizajnu áut je evidentných niekoľko obmedzení (v súhrnnom návrhu, ktorý dostane dizajnér, sú prítomné minimálne štyri):

- komunikačná stratégia a štylistika kľúčových pojmov sú vytvorené inde
- cieľová skupina je vymodelovaná na základe istých schém (tzv. segmentov), ktoré veľmi komplikujú kreatívnu prácu na nových funkciách či typoch použitia
- je ťažké presvedčiť rigidné priemyselné štruktúry, aby akceptovali rôznorodosť rozhodnutí alebo rôznorodosť platforiem
- dizajn nemôže zasahovať do pozastavenia výroby vozidla, a tým pádom nemôže zasahovať ani do flexibility procesu.

Aká je budúcnosť

Vízia budúcnosti automobilového dizajnu väčšinou súvisí so zmyslom a smerovaním vzdelávania v tomto odbore. Ako učitelia by sme mali udržať rovnováhu medzi realizmom a idealizmom: osobne som presvedčený, že automobilový dizajn sa v budúcnosti zmení viac ako ostatné oblasti dizajnu.

Automobilový dizajnér zajtraška bude poznať pravidlá dizajnu na štylistickej báze, no bude ich považovať za jedny z posledných krokov v rámci celého návrhárskeho procesu. Bude etický a citlivý k problémom súvisiacim so životným prostredím. Bude mať schopnosť manažovať proces dizajnu zavedením dialógu na strategickej úrovni. Bude rozumieť komunikačným mechanizmom a fenoménu módy. A napriek tomu, že nebude technologom, bude zvedavý a bude sa zaujímať o všetky vedecko-technologické pokroky. Bude vedieť, ako tieto hodnoty preložiť do formy.

Bude veľmi odlišný, no oveľa lepší. ■

POZNÁTE IS DIZAJN? 2. ČASŤ

V NASLEDUJÚCICH ČÍSLACH ČASOPISU DESIGNUM SME SA ROZHODLI PUBLIKOVAŤ MINISERIÁL, V KTOROM BY SME VÁS RADI OBOZNÁMILI S MOŽNOSŤAMI VYUŽITIA JEDNODUCHÉHO A EFEKTÍVNEHO INFORMAČNÉHO SYSTÉMU SLOVENSKEHO CENTRA DIZAJNU S NÁZVOM IS DIZAJN. AKO SME UVIEDLI UŽ V PREDOŠLOM VYDANÍ, SCD OPERUJE OKREM OBLÚBENEJ A VEREJNOSŤOU INTENZÍVNE NAVŠTEVOVANEJ KNIŽNICE AJ INÝMI INFORMAČNÝMI ZDROJMI, KTORÉ PROGRAMOVO FORMUJE DO PODOBY DÔMYSELNÉHO INFORMAČNÉHO SYSTÉMU. JEHO AMBÍCIOU JE POSKYTNÚŤ ZÁUJEMCOM MOŽNOSTI EFEKTÍVNEHO PRÍSTUPU K INFORMÁCIÁM Z OBLASTI DIZAJNU NA SLOVENSKU.

Pripomeňme si: informačný systém IS Dizajn je dostupný fyzicky, čím rozumieme návštevu knižnice a priame zapožičanie žiadaných dokumentov, a virtuálne, teda prostredníctvom webovej stránky Slovenského centra dizajnu. Okrem možnosti listovať v knižničnom katalógu a vyhľadať čokoľvek z aktuálnej ponuky knižnice sa tak môžete jednoducho a rýchlo kdekoľvek, kde je prístup na internet, dostať k informáciám, ktoré potrebujete. Hľadanie je o to jednoduchšie, že je možné praktizovať ho neprerušovaným prechádzaním jednotlivými databázami.

Systém IS Dizajn tvoria štyri vzájomne prepojené databázy:

databáza dokumentov (databáza s vyhľadávaním podľa autora, názvu článku, kľúčových slov, roku vydania, čísla vydania atď.), **databáza autorít** (osobností, so všetkými potrebnými dátami), **databáza časopisu designum** (zoznam článkov jednotlivých čísel a anotácie) a **adresár Slovenského centra dizajnu** (pre interné potreby inštitúcie). V poslednom čísle nášho časopisu sme si predstavili databázu autorít, seriál pokračuje predstavením databázy dokumentov.

Čo je databáza dokumentov?

Databáza dokumentov obsahuje informácie o dokumentoch, ktoré sa nachádzajú vo fonde knižnice Slovenského centra dizajnu. Môžete tu nájsť informácie o knihách, časopisoch, priebežne sa spracúvajú aj údaje o článkoch z časopisu designum.

Na čo všetko možno využiť databázu dokumentov?

Databáza poskytuje komplexný prehľad o všetkých dokumentoch, ktoré sa nachádzajú v knižnici. Okrem podrobných informácií o každom z nich sa z nej môžete dozvedieť, či je príslušná kniha

k dispozícii iba na čítanie v študovni, alebo je možné si ju vypožičať aj absenčne, prípadne či v danom momente nie je vypožičaná iným čitateľom.

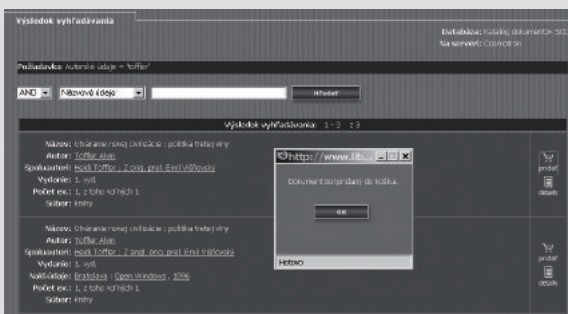
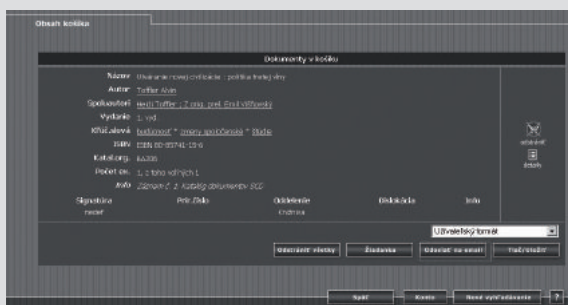
V rámci používateľského prostredia databázy je možné vyplniť si elektronickú žiadamku, a ak je požadovaný dokument vypožičaný, je možné si ho rezervovať. Ešte pred príchodom do knižnice si teda môžete prostredníctvom databázy dokumentov zistiť, či sa vo fonde knižnice nachádza to, čo potrebujete, a vyplniť žiadamku na výpožičku kedykoľvek v priebehu dňa. Prehľadne štruktúrované informácie o jednotlivých dokumentoch sú užitočné aj vtedy, keď potrebujete citovať dielo v odborných prácach.

Jednou z výhod databázy je aj hypertextové prepájanie jednotlivých záznamov. Každý záznam pozostáva z údajov o konkrétnom dokumente, ako je napríklad názov, autorské a vydavateľské údaje, dátum vydania a pod. Ak v zázname kliknete na meno autora, zobrazia sa všetky dokumenty, ktoré má knižnica od neho k dispozícii, prípadne sa môžete dostať k podrobnejším biografickým údajom v databáze autorít. Podobne môžete postupovať aj prostredníctvom vyhľadávania zadaním vydavateľstva, miesta a roku vydania. Podobu hypertextového prepojenia majú aj predmetové heslá.

Jednotlivé nájsené záznamy je možné samostatne pridávať do takzvaného „košíka“ – ide o princíp podobný internetovým obchodom – a so záznamami uloženými v košíku môžete ďalej manipulovať: vytlačiť ich, uložiť ich kópiu, odoslať na e-mail alebo zaslať elektronickú žiadamku do knižnice.

Vstup do databázy dokumentov, alebo návod – ako vyhľadávať

K databáze je možné sa pripojiť prostredníctvom webovej stránky SCD – tu treba kliknúť na odkaz



spĺňajú obe požiadavky zároveň, zvolíte rozšírené vyhľadávanie.

Praktický príklad práce s databázou môže vyzeráť napríklad takto: na úvodnej stránke katalógu je už predvolená databáza Katalóg dokumentov SCD a možnosť jednoduchého vyhľadávania. Stačí kliknúť na tlačidlo ďalej – zobrazí sa stránka jednoduchého vyhľadávania.

Podobne ako v prípade internetových vyhľadávačov, aj tu sa nachádza riadok, kam používateľ napíše svoju požiadavku, ktorú potvrdí kliknutím na tlačidlo hľadať alebo stlačením klávesy enter.

Naľavo sa nachádza ponuka vo forme rolovacej lišty – z nej vyberiete kritérium, podľa ktorého chcete vyhľadávať. Okrem názvových údajov, ktoré sú prednastavené, môžete zvoliť napríklad autorské údaje, alebo meno vydavateľa, či predmetové heslá.

Môže sa stať, že neviete presne určiť, kde sa vyhľadávaný výraz nachádza. V takom prípade vyberiete možnosť Všetky polia.

Bližšie špecifikovať môžete napríklad jazyk, krajinu alebo rok vydania dokumentu.

Povedzme, že vás zaujímajú publikácie venované japonskému dizajnu. Voľbu kritéria vyhľadávania môžete ponechať na názvových údajoch a do okienka napíšete požiadavku. Systém vie pracovať aj s takzvaným pravostranným krátením, na ktoré sa používa znak hviezdčky (*) - ak teda hľadáte dokumenty, ktoré sa týkajú japonského dizajnu, stačí zadať `jap* des*` a databáza následne vyhledá všetky dokumenty, ktoré v názve obsahujú slová začínajúce sa na „jap“, a zároveň slová, ktoré začínajú na „des“, teda: „japanese design“ aj „designers in japan“.

Po potvrdení požiadavky sa zobrazia vyhovujúce záznamy. Výsledok môžete ďalej spresniť, alebo sa vrátiť na začiatok a skúsiť použiť iné slová, alebo iný typ vyhľadávania. Okrem iných sa vo výsledku zobrazí napríklad aj záznam publikácie Japan design. Ak vás zaujímajú aj iné publikácie od jej autora Matthiаса Dietza, stačí kliknúť na jeho meno a zobrazí sa zoznam všetkých jeho kníh v databáze. Po kliknutí na ikonu lupy pri jeho mene sa dostanete k jeho záznamu v databáze autorít. Takýmto spôsobom sa môžete ďalej „pohybovať“ v prostredí databázy, podobne ako v prípade vyhľadávania cez internetové vyhľadávače. ■

v budúcom čísle: Adresár SCD

podujatia

Satelit hostí výstavu víťazov súťaže Mladý obal 2007

SCD v spolupráci s Design centrom ČR pripravili vo výstavnom a informačnom bode Satelit reінstalačnú výstavu Mladý obal 2007. Výstava predstavuje výsledky 12. ročníka rovnomennej súťaže študentov a mladých dizajnérov na tému obalový dizajn a voľná tvorba z papiera a lepenky. Medzinárodná súťaž Mladý obal, ktorú každoročne vypisuje Design centrum a Model Opava ČR za účasti spolupracujúcich subjektov, sa na Slovensku stretáva s veľkým záujmom študentov a mladých dizajnérov. Výsledky tohoročnej súťaže boli vyhlásené v máji 2007 na výstavisku v Brne pri príležitosti konania veľtrhu EmbaxPrint. Popri konkurencii z celého sveta získali ocenenia aj slovenskí účastníci. V kategórii v stredných školách porota ocenila obal na nožničky Cvik – cvak, dizajn: Viktória Fedorkovičová, ŠUV Košice, v kategórii vysokých škôl si odniesla ocenenie Eva Benková z Technickej univerzity, Košice za obal na džús. Ďalšie 4 práce zo Slovenska boli vybrané na prezentáciu v katalógu a na výstave. Viac o podujatí si môžete prečítať v designum 3/2001.

Výstava Mladý obal 2007 prichádza do Bratislavy po jej uvedení v Prahe a Brne. Kurátorkou je PhDr. Dagmar Koudelková, autorom návrhu inštalácie Ján Činčera.

Obrázky a katalóg je možné stiahnuť priamo na stránke SCD: www.scd.sk

termín výstavy: 6. 9. – 3. 10. 2007

miesto: Satelit SCD, Dobrovičova 3, Bratislava

Nuée

V septembri vznikla v Bratislave nová galéria zameraná na prezentáciu tvorby mladých slovenských výtvarníkov – dizajnérov, zaoberajúcich sa súčasným autorským šperkom a módnym odevom. Za ideou aj realizáciou stojí Betty K. Majerníková a Marián Hornyak, ktorí sa touto formou rozhodli podporiť domáci umelecký dizajn. Predstavení autori Betty K. Majerníková, Marián Hornyak, Kristína Hrončeková, Hany

Kašičková, Maya Nepšínská, Jana Némethová, Kristýna Španihelová, Lucia Bartková, Nina Weisslechnerová, Marcel Holubec, Zuzana Šidlíkova, Noemi Kolčáková-Szákalová, Kristína Ondrejková, Nina Joklová, Mária Štranecková a ďalší sú spravidla mladí absolventi VŠVU, ktorí sa úspešne etablovali na domácej i európskej scéne a väčšina z nich má za sebou aj viacero medzinárodných úspechov, výstav či prehliadok. Galéria nuée prezentuje jedinečné a často vtipné šperky, odevy, tašky a doplnky. Navyše prináša možnosť stretnúť sa s niektorými dizajnermi priamo v priestore galérie. Okrem mladých dizajnérov galéria dáva priestor aj dielam Karola Weisslechnera a Michaely Klimanovej-Trizuljakovej. V budúcnosti galéria nuée pripravuje postupné rozšírenie expozície o ďalších autorov a plánuje pravidelné prezentačné samostatné i kolektívne výstavy, ktoré odštartovala 18. septembra o 19.00 vernisážou výstavy účastníkov letného sympózia umeleckého šperku v Kremnici.

www.nuee.sk

Konferencia Doom: jeden dizajn, viac produktov

V talianskom Bari sa v dňoch 27. – 29. 9. 2007 uskutoční pod záštitou ICOGRADA medzinárodná konferencia Doom (Design Once, Output Many) určená grafickým dizajnerom, tlačiarenským spoločnostiam a obalovému priemyslu. Tohtoročné stretnutie bude zamerané na použitie Braillovoho písma na obaloch potravinárskych produktov. Napriek sofistikovaným technológiám sa stále nedarí prekonať problémy pri príprave obalov od sadzby po tlač. Diskusie grafických dizajnérov a odborníkov na značky s výrobcami by mali priniesť progresívne riešenia výroby obalov pre dôležitý segment trhu.

informácie: www.icograda.com

Connecting '07

Spájanie ľudí a myšlienok vystihuje názov svetového dizajnerskeho kongresu (World Design Congress), ktorý sa uskutoční v dňoch 17. – 20. 10. 2007 v americkom San Franciscu. Na kongrese sa stretnú profesionálni dizajnéri aj pedagógovia

dizajnu, ktorí budú v diskusiách hľadať cesty, ktoré spájajú školu s dizajnerskou praxou. Súčasťou kongresu bude 25. generálne zhromaždenie ICSID.

informácie: www.icsid-idsa07.org

Medzinárodný workshop o podpore dizajnu pre malé a stredné podniky

Dňa 4. 10. 2007 sa v Prahe uskutoční medzinárodný workshop o podpore dizajnu pre malé a stredné podniky, usporiadaný Design Centrom ČR v rámci európskeho regionálneho programu Európskej únie. Tento program prebieha už tri roky a je do neho zaradených sedem európskych dizajn centier – z Belgicka, Francúzska, Talianska, Walesu, Anglicka, Dánska a Českej republiky. Hlavným cieľom je výmena skúseností z podpory malým a stredným podnikom, ktoré hrajú v ekonomike týchto krajín významnú úlohu a často potrebujú pomoc a podporu v najrôznejších formách. Celý program bude ukončený na workshope v Prahe v októbri. Workshop sa bude konať v Rakúskom kultúrnom fóre na Jungmannovom námestí od 9 do 16.30 hod. Všetky vystúpenia budú tlmočené. Workshopu sa zúčastnia zahraniční predstavitelia zo všetkých uvedených krajín, ďalej z Poľska a ďalších stredoeurópskych krajín, respektíve ich dizajnerských organizácií. Slovensko bude zastupovať Slovenské centrum dizajnu.

Zürich online

Zbierky a archívy Múzea dizajnu a Univerzity dizajnu a umenia v Zürichu, Švajčiarsko, boli nedávno sprístupnené online. Databáza obsahuje viac ako 15 000 predmetov. Výskumníci a ostatní záujemcovia ich nájdu na adrese:

<http://sammlungen-archive.hgkz.ch>

súťaže

Plagát kampane

Zastavme domáce násilie voči ženám

V rámci boja proti násiliu na ženách podnecuje Rada Európy členské štáty k tomu, aby sa aktívne pripájali k jej kampani Zastavme domáce násilie. Kampaň v Slovenskej republike bude prebiehať v druhej polovici roku 2007 a ukončí sa v marci 2008. V rámci prípravy národnej kampane vyhlasuje Odbor rodovej rovnosti a rovnosti príležitostí Ministerstva práce, sociálnych vecí a rodiny SR súťaž na návrh plagátu, ktorý by vystihoval cieľ kampane v podmienkach SR tak, aby námet oslovil širokú verejnosť a podnietil odsúdenie násilia na ženách páchané v rodine vo všetkých jeho formách. Návrh plagátu môže obsahovať vhodné grafické aj textové časti, v rôznych farebných prevedeniach, s odporúčaným formátom A2, alebo A3, A4, A5. Po slávnostnom vyhlásení výsledkov súťaže bude víťazný návrh použitý ako oficiálny plagát národnej kampane Zastavme domáce násilie.

uzávierka: 30. 9. 2007 o 14.00 hod.

informácie: www.employment.gov.sk,

tel. 02/5975 1822, jezna@employment.gov.sk

Medzinárodná súťaž plagátov Helvetica NOW

V rámci osláv 50. výročia fontu Helvetica™ vypisuje spoločnosť Linotype medzinárodnú súťaž na plagáty, v ktorých je použité toto písmo primárne alebo sekundárne. Do súťaže (bez účastníckeho poplatku) možno prihlásiť jednu prácu z rokov 2000 – 2007, publikovanú aj nezverejnenú, ktorá komunikuje posolstvo o modernom každodennom živote a ktorá zakomponovala typografiu do zaujímavej výpovede o spoločnosti. Na plagáte môže byť použitá aj fotografia. Plagát ľubovoľnej veľkosti musí spĺňať parametre maximálne 1 600 x 1 600 pixelov, zaslaný v digitálnom formáte jpg spolu s vyplnenou prihláškou. Víťazov súťaže rozhodne hlasovanie návštevníkov internetovej stránky www.Linotype.com/helveticaNOW, ktoré štartuje v polovici

októbra 2007. Víťazi budú vyhlásení v januári 2008 prostredníctvom elektronických novín LinoLetter. Traja najlepši účastníci budú ocenení cenami v celkovej výške 15 000 EUR.

uzávierka súťaže: 4. 10. 2007

informácie: info@linotype.com

Universal Design Award 08

Asociácia univerzálneho dizajnu a International Forum Design (iF) so sídlom v nemeckom Hannoveri vypisujú prvý ročník medzinárodnej súťaže **universal design award 08**. Obe inštitúcie sa programovo zaoberajú problémom dizajnu pre všetkých, a to nielen v architektúre a interiérovom dizajne, ale aj v dizajne produktov a služieb. Dizajn pre všetkých v sebe obsahuje silný sociálny a demografický podtext, ktorý je však ovplyvnený konkrétnou kultúrou a geografickou polohou. Cieľom súťaže je nájsť projekty „univerzálneho“ dizajnu pre všetkých, v ktorých sú uplatnené medzinárodné štandardy. V súťaži bude zohľadňované aj kritérium úspešnosti na trhu. Najlepšie projekty, ktorým bude udelený titul „design: driving innovation“, budú prezentované v rámci veľtrhu CeBIT 2008 v Hannoveri.

uzávierka registrácie: 7. 1. 2008

prihlášky a informácie: www.ifdesign.de

Artzept Dish with a lid 2007

Zepter International Design Award

Zepter International vyhlasuje súťaž pre dizajnérov a umelcov z celého sveta. Okrem finančnej výhry získajú víťazi možnosť vystavovať na prestížnej výstave. Do súťaže môže byť prihlásený funkčný, estetický, progresívne riešený stolný riad, ktorý musí byť signovaný autorom. Koncepty nie je možné prihlasovať. Z materiálov je preferovaná keramika, sklo, plast, kompozity alebo drevo. Každý účastník môže prihlásiť maximálne 3 diela, ku ktorým priloží stručný životopis, charakteristiku produktu so všetkými technickými náležitosťami. Výrobky budú vystavované v predajniach a galériách firmy Zepter po celej Európe až do roku 2008 a prezentované v katalógu.

uzávierka súťaže: 25. 10. 2007

viac info a prihláška: www.artzept.com

výstavy

Doba noblesy.

Životný štýl 20. – 30. rokov

Stará radnica, Bratislava

do 30. 9. 2007

www.muzeum.bratislava.sk

(Ne)Obyčajný hrniec –

historické a súčasné podoby hrnčiarstva

Galéria ULUV, Bratislava

18. 9. – 16. 11. 2007

www.uluv.sk

Forma nasleduje... risk

SNG, Bratislava

do 14. 10. 2007

www.sng.sk

In Extenso

Paľo Macho

Župný dom, Dolný Kubín

6. 9. – 4. 11. 2007

Underground for housewives –

šperk Betty K. Majerníkovej

a Steffany Klempovej

Dizajn štúdio ULUV, Bratislava

1. 10. – 9. 11. 2007

www.uluv.sk

Viac ako hlina

Ateliér keramiky VŠVU a jeho absolventi

Galéria NBS – Múzeum mincí a medailí,

Štefánikovo nám. 33, Kremnica

3. 10. – 3. 11. 2007

Inšpirácie v kove

Slovenské technické múzeum, Košice

27. 8. – 30. 9. 2007

www.st-ke.sk

**Josef Hoffmann – Adolf Loos:
Ornament a tradícia**

Rodný dom Josefa Hoffmanna,
Brtnice, Česká republika
do 28. 10. 2007
www.moravska-galerie.cz

**Moser 10/150.
Posledné desaťročie 150-ročnej tvorby**

Uměleckoprůmyslové museum, Praha
13. 9. – 18. 11. 2007
www.upm.cz

**CI.CZ 1990 – 2007
Firemní styl v České republice**

Galéria Design centra ČR, Mozarteum –
Jungmannova 30, Praha
17. 9. – 26. 10. 2007
www.designcentrum.cz

**Husákovo 3+1:
bytová kultúra 70. rokov**

Galerie VŠUP, Praha
4. – 24. 10. 2007
www.vsup.cz

**Robert Maria Stieg:
Pozor, nábytok!**

MAK, Viedeň
do 21. 10. 2007
www.mak.at

Hranie s technikou

Technisches Museum, Viedeň
do 18. 11. 2007
www.technischesmuseum.at

veľtrhy**MODDOM**

medzinárodná výstava nábytku, bytových
doplnkov a interiérového dizajnu a medzinárodná
výstava technického zariadenia budov
Incheba Expo Bratislava
17. – 21. 10. 2007
www.incheba.sk

AUTOSALÓN

medzinárodná výstava osobných, nákladných,
úžitkových vozidiel a príslušenstva
Výstavisko Agrokomplex Nitra
27. 9. – 3. 10. 2007
(27. 9. otvorené pre odborníkov a novinárov)
www.agrokomplex.sk

DREVO 2007

2. medzinárodný drevársky veľtrh
Výstavisko Agrokomplex Nitra
23. – 26. 10. 2007
www.agrokomplex.sk

STAVBA-DOM-NÁBYTOK

8. ročník výstavy o kultúre bývania / stavíme
– prerábame – zariaďujeme
Výstavisko TMM Trenčín
15. – 17. 11. 2007
www.tmm.sk

INVEX / DIGITEX

medzinárodný veľtrh informačných
a komunikačných technológií, spotrebnej
elektroniky a digitálnej zábavy
Výstavisko Brno
23. – 27. 10. 2007
www.bvv.cz

podujatia v design factory prípravované na jeseň 2007

CREATER_Slovak creative impact

kurátorka: Katarína Hrdá

design factory pripravilo projekt putovnej výstavy CREATER_Slovak creative impact – prvý branding slovenského dizajnu. Výber produktov má prezentovať slovenskú kreativitu na prestížnych svetových prehliadkach dizajnu. Prvé miesto, na ktorom sa kolekcia zastaví, je septembrový festival dizajnu 100% FUTURE v Londýne.

Habitar Portugal 2003/2005 & Portuguese Design

28. 9. – 14. 10. 2007

organizátor: Ordem dos Arquitectos, design factory, Portugalské veľvyslanectvo v SR

Výstava Habitar Portugal 2003/2005 vznikla v roku 2003 pri príležitosti portugalského Národného roka architektúry. Výstava prináša v originálnej inštalácii 77 diel dôsledne vybraných zo všetkých regiónov Portugalska tak, aby čo najlepšie reflektovali rôznorodosť portugalskej architektúry a reálií v jednotlivých častiach krajiny. Výstavu dopĺňa výber zo súčasného portugalského produktového dizajnu.

My world – nová subjektivita v dizajne

30. 10. – 17. 11. 2007

vernissáž 30. 10. 2007 o 19.00

organizátor: British Council,
Slovenské centrum dizajnu
partner projektu: design factory
kurátorka: Silvia Lutherová

British Council a Slovenské centrum dizajnu prináša na Slovensko výstavu mladého britského dizajnu - My world, ktorá skúma vzťah a status

dizajnu a remesla na začiatku 21. storočia. Projekt spája tvorbu siedmich mladých dizajnérov, ktorí svojim individuálnym prístupom k dizajnerskej tvorbe reagujú na uniformitu a stereotypnosť globalizovanej produkcie. Vytvárajú tzv. personalizovaný dizajn, pre ktorý je príznačná vlastná identita, naratívnosť a emocionálnosť vychádzajúca zo subjektívneho vnímania tvorcu. Autori pôsobia v rôznych dizajnerských oblastiach, každý sa vyjadruje inou vizuálnou rečou a uplatňuje odlišné technológie, pre všetkých je však spoločné prekračovanie hraníc dizajnerskej tvorby a redefinovanie dizajnerských stratégií. Projekt usporiadala sekcia architektúry a dizajnu v organizácii British Council v roku 2005 ako putovnú výstavu, ktorá nadobúda v kontexte dizajnerskej tvorby v každej navštívenej krajine osobitý význam. Je zvykom, že každá krajina, ktorá výstavu prezentuje, doplní autorov o jedného vlastného dizajnéra. Na Slovensku sa k výstave pripojí dizajnerka Sylvia Jokelová, ktorá pre túto príležitosť vytvorí špecifickú inštaláciu, korešpondujúcu s ideou projektu.

vystavujúci autori:

Danny Brown, Doshi Levien, Peter Traag,
Alison Willoughby, WOKmedia, Neutral,
Committee + hosť Sylvia Jokelová

viac o výstave si môžete prečítať v designum
6/2006

www.britishcouncil.org
www.sdc.sk

61 history

**ivan hroššo's design
of luminary objects**

*text Sabina Jankovičová
photography various authors,
archive of SFVU*

in the age of socialism, many objects were created for architectonic spaces – not only artistic work, but also design. one of the reasons for this is that design represented one of the escape maneuvers for artists, whose work did not fit the criteria of the „state culture politics and socialist realism“.

Luminary objects, or luminary sculptures count as the most accentuated designer works, included in the agenda of SFVU. These objects are classified as statutory art or commercial art.

Luminaries, as well as other monumental work, were designed for a concrete architectonic space. These objects can be found in administrative and government buildings, culture houses, hotels – mainly in spa resorts, various alimentation and ceremonial spaces. Public architectonic spaces were equipped with original designer concepts, which corresponded with the concrete characteristics of the space.

The creators of luminary objects were mainly glassmaking artists, students who graduated in the studio of Václav Cigler, sculptors, or architects. Among the artists who were doing glass work specifically meant for architecture were Václav Cigler, Ivan Hroššo, Jozef Vachálek, Zora Palová and Štěpán Pala, Marián Mudroch, Drahomír Prihel, as

a collective or individually Askold Žačko, Jozef and Pavel Tomečko and Ľubomír Arzt. Luminary objects were also designed by Eduard Antal, Milan Dobeš, Alex Mlynárčík, and the architect Ivan Matušík. A collective of architects cooperating with Václav Cigler were Otto Berger, Ján Homola, Ján Žiaran, Peter Kotras, who created formally similar works also outside the cooperation with Cigler.

Ivan Hroššo was among the most active creators of luminary objects in the 70s and 80s. In 1971, he graduated in the studio „Glass in architecture“ at the Academy of fine arts and design in Bratislava, led by Václav Cigler. He was mainly focused on solitary illuminating objects in the exterior as well as interior. The main frame of his work though was the creation of very complex interior illuminating objects of monumental proportions.

The main principle of Hroššo's composition of the luminary objects is the multiplication and repetition of one element. A flat carpet or a 3D composition emerges by lining of the element. The basic construction pieces of these compositions are mainly intermediate products of technical glass – an orb or a bent pipe. The bulb is placed outside of the glass formation and is usually surrounded by a system of elements. The orb is placed in space as a hanging glass piece, or it is situated in a metal band. Its light is reflected on the glass surface and is multiplied. A similar principle is used by the bent glass pipes, where the light is spread also with the help of the bends. In some cases, Hroššo also used mirror surfaces.

We decided to pick the most

characteristic examples of the author's work, where Hroššo's approach to the design of the luminaries can be best described. Some of the author's luminaries can still be found in the building of PKO in Bratislava, where Hroššo designed the illumination of the entrance hall and the main public hall. Three main luminary objects (from 1978) were formerly situated on a ramp in the central space (they were disassembled before the shooting of the TV show Let's Dance). A similar luster is also placed in the entrance hall. It is composed of a rosace of glass orbs, symmetrically placed around the central anchoring construction.

In 1980, Hroššo also realized the illumination of the side spaces of the hall. On the supporting pillars of the balconies he situated lamps, where he repeatedly used the motif of the glass orb, this time placed in a subtle metal band. The whole construction is placed on the wall. The motif of the orb is also repeated in the illumination of the lodges.

The illumination of the House of ROH (today House of culture SKC, s.r.o.) in Banská Bystrica comes from the same period (1979). Here, Hroššo applied all his basic principles of luminary object shaping. In the atrium of the building (exterior), he uses the motif of a light tree. The metal construction arises from the ground and branches out in a vegetative way. Luminary glass orbs are placed on the arms. The luster in the café was made of a composition of hanging bent glass pipes, illuminated by solitarily hanged bulbs. A light ceiling was realized in the public hall – a large glass carpet made by

rows of glass orbs, attached to an unweighted metal construction (now sadly disassembled). The staircase luminary evokes a technicist sculpture. The vertical line above the stairs was made by the repeating of the same oval motif from metal and a glass pipe. The vertically lined ovals are turned to each other, evoking a feeling of motion.

Ivan Hroščo evolves his basic principles also in the 80s, but the organic and baroque shaping of the glass pipes is becoming even more prevalent. In 1983, he designed the illumination of a bar at the Interhotel in Nitra, where he distributed the glass pipes around a central mirror orb with light-bulbs. He used a similar motif also in the illumination of the cloakroom, where he only utilized the transparency of the pipes, because of the dispersion of light. In the hall, he again applied the motif of the glass orbs, seated in a metal band, only this time lined under each other in four verticals around the central axis.

A new motif in the author's work of the 80s is the light carpet created from parallel placed light pipes. These ceiling luminaries were designed in 1988 for the bureau of the director of hospital construction in Kramáre, Bratislava.

All Hroščo's designs and realizations were created for concrete spaces, with respect to their function. The choice of shape of the luminary object, the basic module element as well as the final composition were subject to the size of the space and its concrete function. Hroščo's designs of luminary objects are complemented by rationality

- symmetry, construction and sculptural shaping - bending and organic shapes. ■

00 dizajnomads

johanna bilak-balušíková » they accepted us as we are

text *Silvia Lutherová*

photography *archive of Johanna Bilak-Balušíková*

Although Johanna Bilak - Balušíková lives since 1999 in the Dutch city of Hague, she did not disappear from the awareness of the Slovak designer scene.

The activities of Typotheque - an independent studio focused on typography, poster, exhibition and interactive design which she leads together with her husband Peter Bilak, go beyond the borders of Holland and they are well known in Slovakia as well. Joanna Bilak's work - the creation of digital fonts, typographic shirts or books - isn't restricted by place. On the contrary - she relies on the universal understandability of the graphic element and therefore she counts on the viewer or wearer from any country. Besides the creative work in graphic design, Johanna Bilak also sees importance in giving over and branching out of information and experiences from the design profession. Typographic workshops and exhibitions which she has led were not restricted to her country of residence. The travelling projects e-a-t (experiment and typography) or Bookmark (Central European Typography) had a stop in Slovakia as well and gave

opportunity for communication of graphic designers coming from different backgrounds.

Johanna Bilak (1974) decided to cross borders of states and cultures during her studies and nowadays the life and work life abroad is natural. She feels that time has come for her to use her experience from the adaptation in a new environment where it is needed most now.

You have been to several specialized residencies abroad. Were they useful to you as a designer who's currently finding her own way?

In my case, everything went very naturally, but I don't think that every student has to study abroad. Everyone has his own way and follows his own inner voice. Even though the Academy of fine arts and design in Bratislava was my "dream school" since my childhood, after my 3rd year I started to feel that I miss a greater connection with the outside world, I could hardly get to foreign literature, I lacked lectures of international professionals and I wanted to confront and test myself in a multicultural environment. All of the residencies were a challenge for me. In Saint-Etienne, I had a task to design the first visual identity of the Biennale Design 1998, which was used with some minor changes until 2004. Besides learning to work with language, I learned to work with a team of people and realize projects on a large scale, from the design to the final product. I went to the post-gradual study ANRT (Atelier National de Recherche Typographique) to Paris with the goal of designing my own font



type, which I thought of as an important part of typography and graphic design, and I wanted to have a better understanding of its characteristics. The result was Jigsaw, a sans serif font type, which is due to its simple structure and the possibility of deconstructing really close to architecture. The third post-gradual study, at the Jan van Eyck Akademie in Dutch Maastricht attracted me through its international orientation. A lot of well-known people taught there, design was understood in a broader sense of word, connected with fields as theory and art, and a great emphasis was put to personal initiative.

You took part on several work-projects in designer studios abroad. How did this happen and how would you characterize these residencies?

Every work meeting, either in France, or the Netherlands had its own specifics. In the Intégral Ruedi Baur studio in Paris I have learned a lot by working on a large corporate identity project for Centre George Pompidou. Although I didn't like the team hierarchy very much, because it required to follow a certain pattern. Individual projects in the Atalante studio in Paris were much closer to me. There, I had the opportunity to compare the Dutch design climate with the French one. They were taking new impulses with enthusiasm, but the problem was on the side of the conservative client. Only a very small part of the ideas that we enthusiastically worked on in the studio, were actually used. Therefore it was logical to search for work in Holland, where design is an

essential part of presentation of the country and it also represents some kind of a new "picture" of the society. When we were working with the exhibition architects in the Kossmann en De Jong studio in Amsterdam, we had always on our mind, that we wanted to do something fresh and innovative.

What was the reason why you left Slovakia after finishing your studies? Why did you choose specifically the Netherlands? Did you at any point have a feeling of a lack of opportunities in Slovakia?

The fact that I didn't stay to work in Slovakia was probably caused by the boom of advertising agencies in our country. I couldn't picture myself working in either of them, I didn't desire for nor could I have propagated products which were imported from the West and which didn't speak to me. Maybe it's different today and it is possible to do things that satisfy people. Unfortunately, these factors are closely connected with the economical situation of the country. For example, when there is little money for the exhibitions, a specialized field such as exhibition design can not evolve fully. This field is still my favorite, because it blends several areas – industrial design, typography, architecture, science, organizational skills. First I went to the Netherlands only to study, but besides my work, my personal life has also settled here. Together with my husband Peter Biľak, we created our own company called Typotheque in Hague.

Was it hard for you as a foreigner to find work abroad? How did the Dutch professional environment accept you?

The Dutch seemed to me very open and pragmatic from the beginning. If they feel the new person will be a benefit to them, they will stand to him despite all the migration problems. That's why you don't have to worry before going there – if a person follows that which fulfills him, things kind of automatically work for him. After some time, I perceive it as a chain reaction – every preceding step influences the next one. The fact that we work now independently from the Dutch environment was just another inevitable step towards self-realization and a test whether we can stand our ground even in a strongly competitive environment. The Dutch were always travelers and they knew to accept specialties and cultural differences, therefore they accepted us as we are, with the anticipation that we can enrich them with something different.

What positive or negative experiences do you have regarding your work-residency in Hague? Were you surprised with the life abroad?

A very important thing is, whether you are prepared for changes and ready to accept them. If you are a "homely" person and you stick to your common values, you can experience quite a shock when being abroad. During my time abroad I realized, that the world around me is such as I see it, it reflects my personality. If I am afraid, I perceive a strange surrounding badly. On the contrary – when I come without prejudice, I can take things as they are and I adapt more easily to the environment. In my opinion, a true challenge for the life abroad is to know how to adapt, but at the same



time keep your own specifics.

Finally, you have created your own studio Typotheque in Holland. What has motivated you to this step?

The Typotheque website existed from 1999 as Peter's side activity during his job at the Dumbar studio in Hague. It was a fluent changeover. When Peter got his first bigger project, he felt that it was time to cut adrift and start working under his own name. The company Typotheque was officially established in January 2006, when we merged our two independent companies into one. It was a natural step, because we have worked together on different projects, which were intended to being distributed through the webshop. We started to publish digital font types, typographic t-shirts, books and exhibitions.

How do you look upon your work in Holland after all these years? Did it influence your work?

For sure. Everything that surrounds us has an influence on us in some way. Holland affected me in the way that it's a kind of a central point and crossroad for graphic design. Design is alive here in the awareness of the broad public, not only a group of professionals. This fact has a direct influence – the clients are more open towards new things and often demand that their designers differentiate in the competitive environment. The economic climate gives a green light to the designers, quality products have their consumers. The interesting thing is that in a small country like that, a total designer saturation has not come yet. Dozens of high-quality design schools spit out new designers, who almost

always find work or start working independently themselves. Lately I had the chance to lead a students' workshop on the academy in Katowice which is very active and knows about the deficiencies in the process of graphic design teaching in Poland. This year, they organize an ambitious conference with the theme "Education in design". You can feel a healthy energy from this searching, which attracts me. Sometimes I have the feeling, that I should use the things I've learned in Holland where it's more necessary.

Where do you see the differences of graphic design work environment in Slovakia and the Netherlands?

The main difference is in the global economic background of the country – it influences the flexibility and vitality of the designer profession. Culture is not in the centre of interest in Slovakia, so the same goes for design. This handicap of Slovakia can't be repaired in a few years. It has an impact on the broad public and clients, who often choose the worst option of all. They have no idea how to look on design, because they are not led to it. On the other hand, it's really exciting to build something new, to be there, when things are being defined. It's a challenge for young Slovak designers and pedagogues at the art schools.

Do you feel any bonds with the Slovak designer scene and do you follow it at all? Are you more critical towards the Slovak designer environment after your experience abroad? Where do you see its weaknesses?

In the nowadays era of technology, it's quite easy to communicate at

any distance. A good opportunity to reconstruct the immediate contacts between the Czech and Slovak designer scene was the travelling project e-a-t (experiment and typography), which I we organized together with Alan Záruba in the years 2004 – 2006. Thanks to the personal meeting with my former classmates we have an approximate idea how they are doing and they know what we do. Sometimes a cooperation emerges out of this, the latest being the font type Greta for the daily newspaper SME, which was designed by Peter. Sometimes I have the feeling that in Slovakia, instead of pulling one rope, we tend to entangle into unimportant problems, which suck out our energy. I am probabl an idealist and I see all the things that could be done more easily, given the people would act more constructively and less emotionally.

What projects do you plan for the near future?

We have no long-term plans, but we have some visions for sure. We would like Typotheque as a publishing and a shop to always have something new to offer. We try to hold the attention of our customers with a regular accession of font types, t-shirts, books or articles, so that they have a reason to return to our website. My next plan is to realize one font type project that I have had in mind for a long time. I'm interested in differences in the handwriting of people from different parts of the world. Handwriting is influenced by cultural habits, but mainly the teaching of children at the elementary school. Therefore, for a longer time now, I collect syllabaries and similar



publications with methodology of writing for children. Based on some of them a multicultural font type should be created, inspired by the different shapes of handwritten script. We incline towards modern dance as well. We like the connection of graphic design with seemingly unrelated areas and we would like to go further in this direction. In our opinion, good graphic design is not self-reflecting – it should be inspired from the outside, for example by art, movies, science, as well as normal life.

Do you plan to connect the Slovak professional designer environment with the Dutch one? I mean through concrete projects...

We are still connected to the Slovak environment indirectly, although we live in Holland. Lately, there has been interest in our font types and exhibition design in Slovakia and the Czech Republic, so if the circumstances allow it, we try to have personal contact with the client. It always works on the basis of old contacts and we are happy that the old friendships didn't disappear. I know from my own experience, that it's wiser if the bigger Slovak-Dutch projects are initiated by cultural institutions, not individuals. Of course we will be glad to help and be there, if they ask us for cooperation. I thought that an option would be a meeting of Dutch and Slovak designers somewhere on a conference in Slovakia. The Dutch graphic designers are presented in many countries as the pioneers of the profession and the presentation of their way of thinking and work could be enriching for the Slovak audience. ■

00 dizajnomads

**igor marko »
i'm afraid of routine**

text *Lucia Gavulová*
photography *archive of Igor Marko*

The work of the Slovak architect Igor Marko is a stunning and inspiring example of a connection of architecture, art and design. In 1997, together with Peter Fink he co-founded the studio Art2architecture, which transformed into a new studio called FoRM Associates this year. It's an urban and environmental design studio focused on the creation of public residential spaces with the aim of an overall heightening of the living quality in cities of the 21st century. The studio is trying to overcome traditional limits of architecture by fusing urbanism, land design, ecology, engineering and art. When designing urban spaces, the key of the FoRM Associates is a social, civil and environmental responsibility, taking into account the local culture and identity. The architectonic solutions are oriented mainly towards people and their needs, with an effort to contribute to the social vitality of the cities where they are situated. The studio always tries to achieve individual solutions and original design, whether it is a town square, street, park, garden or public infrastructure. Igor Marko studied at the School of artistic crafts and later at the Department of architecture at the Academy of fine arts and design in Bratislava, which was at that time affected by the events of the revolution. In the time of the

highest tension, he succeeded to move to a university in Munich for two years. During his studies, he worked in the studio of his father (Ivan Marko, studio Markrop – editor's remark). The ambition to create his own works grew into an effort to find a new platform, which would be based on a wider collaborative symbiosis, with an overlap into the world of art.

Concurrently to his work for his own studio, he is active as a consultant for the Ian Ritchie Architects studio in London.

**SLOVAKIA » ENGLAND/
LONDON**

The comfort of home wasn't motivating enough for you.

Would you have gone to London if you didn't meet Peter Fink?

Or was it a mere coincidence and if it wasn't for that, you'd be somewhere else? Was London your goal, or just one of the options?

I came to London for three days and I stayed here for more than ten years. I don't know if it was a coincidence, but one thing is for sure – an opportunity came along and I used it. I didn't have a plan. I just had an unclear desire to change something inside of me. I can't say that I liked London right from the beginning. On the contrary. But I felt something mysterious here which fascinated me and attracted me. Paradoxically, I would have been better off at home, but the freedom and anonymity of a big city convinced me at last. I could start from the beginning and I had a great opportunity to get to know myself.

Do you consider yourself to be an "English" architect?

No. Not only that I don't consider



myself being either an English or Slovak architect, I don't consider myself being an architect at all. The profession of an architect in the traditional sense of word does not suit me well. I like overlaps and I'm afraid of routine. Therefore, I created my own studio, which changes and evolves. And I evolve and change with it. A good proof for that is Art2architecture, which is in the process of transformation into FoRM. We needed a change and... we "grew up" a bit too.

What role does your Slovak origin play in your contemporary profession? Do you think about it at all? Are the geographical (and the psychological) borders relevant anymore?

No, I don't consider it at all and neither do the people around me. Our studio is multi-national and the only thing which matters is who the people ARE, what they can DO, not where they come from. Geographical borders don't exist anymore. Only human.

Would you be interested to cooperate on a project for Slovakia? Is something like that real from your point of view?

Of course I would be interested in cooperation, but I have a feeling that everything has to ripen, sort of. Until now, there was no concrete project or client, who could accept our form of work. The architectonic trend in Slovakia is too dependent on the market and sometimes not flexible enough. Everything is still open though and I would accept an offer for sure.

What does the name Art2architecture mean? Does it indicate the interconnection of architecture and free-form art?

The name Art2architecture was

created by pure coincidence. When we started our studio (without a company name at that time), we won one big project and the client started to call us by this name in our correspondence, which was a complete coincidence. It was more comfortable to keep the name and so we kept it. We still have no idea how he came up with it. I was hearing from all sides how architects, urbanists, designers and artists cooperate and how this cooperation is helpful. But the reality was and still is very different. A real cooperation – from the concept to the result – is very rare. Sometimes it is even unwelcome. Architects and artists are well known for their bullheadedness. In the beginning, it was the same in our case as well. Everything came spontaneously. Sometimes even too spontaneously. But with time, we found our own system, with which we have built our studio without a horizontal hierarchy, based on professionalism, quality and creativity. The main essence is a multi-layered cooperation and quality teamwork.

Art2architecture is an organism that functions in a broad spectrum. We employ various professions, even ones that don't have much in common with architecture on the first glance. The projects and their scales are very diverse. In the end though, everything is connected to the city and the life within it. Our projects are oriented towards people. Because of this reason, a new focus on the city-and-space creation is a logical continuation. I like to use the term "city acupuncture". I think it really represents what we do. Sometimes it takes so little for

a change or a solution.

Where is the place for design in this spectrum and what meaning does it have?

Design is a very important part of every phase of our work. Exterior furniture design is a good example. For us, the public space represents the new living-room, our goal is to push the borders of the interior and exterior design. If I cooperate with a specific designer, his input usually affects the whole process of scheming. We try hard to integrate every input logically – in the end, it affects every phase of the creative process.

If you could compare – is there any considerable difference visible between architecture and design (graphic, industrial, textile, interior etc.) in Slovakia and England? Is there a difference in the apprehension of these commodities from the side of consumers, as well as in the amount of importance, which they play in either of the countries?

It's hard to compare two completely different countries, so my comparison will only be a small theoretic attempt. I am certain, that there are many great architects and designers in Slovakia, who are comparable to the British. It's more a problem of the general "being of use". What's missing is a healthy competition and a critical mass of design-wanting consumers, who would hold the quality high enough. In London, design is connected mainly to lifestyle, which sometimes grows over into a neo-bohemian cliché. But that's also a part of a big city.

Bratislava is now in a very bad stage of doing "criminal acts"



on its former architecture as well as urban solutions. It's not only the planned sanitation of the shopping complex Prior and the hotel Kyjev, but also the liquidation of the PKO or the football stadium near the racing circuit on the other side of the Danube. Or other buildings, on the place of which steel-glass monsters without any timeless value or architectonic statement arise, paid by the money of foreign investors, who have absolutely no relationship towards this city. Bratislava is changing very rapidly and its 'genius loci' is fading away. Are you up to date with this recent development? Aren't you sorry, that you can't do anything about it, although you would have had the competence?

Bratislava is a weird town/ not town. A whining intercity. It's a true mirror of everything that once was there and is. But I'm not sure if we are fully aware of the complex urban process going on in Bratislava right now. Time will show and every change is good. I am glad that people react towards the changes and that they're not apathetic. To what extent the voice of people really matters, is another question. I'm only sorry that Bratislava always wants to mimic something else. I'd like to see deeper into this process, because it's a theme which intrigues me. But right now I'm on the other side of the river and the communication is difficult.

WORK »

The broad spectrum of projects that you work on (city parks, regeneration centers, squares, city entrances, quays) in various different cities presuppose your

acquaintance with the local context, for which you create.

Is the acquaintance of local context important in this kind of projects?

Of course, analysis of the space is the basis of a good diagnosis. Every new space requires a different approach. The analysis has multiple levels and extensive public consultation is one of them. Local public consultations positively activate the potential users and help the client as well as us to modify the task and regulate the process. When we're doing bigger projects outside of Great Britain, we always cooperate with a local team. This way, our studio keeps the advantage of creative independence, which is based on local knowledge. Lately, this combination was successful in projects in the USA and also in the competition for the rebuilding of the Vaclav square in Prague.

Your studio cooperates intensively with other designers, architects, ecologists, engineers and other artists. You have realized several lighting projects and you work with light a lot in general. You also do a lot of art interventions and events based on the participation of audience. The last mentioned point really grabbed my attention. Could you characterize it a little bit?

Short-term art projects present a good survey and experience for us. They test the space and people. We use the results often in permanent projects. Every event is aimed clearly on people and their participation is the best guarantee for success. When people are active, they communicate better with each other on a human level,

which is different from the usual form of their communication.

A good example is the rainbow (I'm not the author) – everyone likes it. And you don't need any deep concept behind it. Light is a space-creating tool, which has a very deep emotive impact. That's why I like to work with it. Unfortunately, there's less and less art projects with time and our main focus moves into architecture and urban design.

Which one of your realizations are you most proud of?

I am very glad that the project of the park in western London (Northala Fields Park) was realized at last. I hope that we will succeed to bring off the building of the visitor's centre and the new ecological bridge, both of which should complete the area. But what makes me really happy is the positive feedback from the local people.

IN GENERAL »

What is good architecture, according to your criteria?

The one which is dateless and has a human dimension. Architecture needs variety, colorfulness and a great dose of sensitivity and liability.

What is the most significant difference between art and design?

Art and design will always be two categories, but my work is based on fusions and overlaps. I don't work with differences, but with that which connects art and design. Everything is about a fine balance.

Which term will become naturalized in design / architecture and will resound mostly in the next ten years?

Basically it's the return to the people and the environment. It's



some kind of shared responsibility without the loss of originality. Artist, architects and designers were always some kind of accelerators of society. They should not lose this status.

MESSAGE »

Travel or not travel? Or better – stay home or leave?

For sure it's more interesting to travel and "leave", but it's equally important to belong somewhere. ■

00 project

beer, goulash, piroshky and dumplings in one pot central-european revue of design G4

text Zdeno Kolesár

In the beginning of the 90s, when the idea of a close cooperation of Central-European post-communist countries was born, it seemed that it was going to be a dynamic project with a backing in common historical experiences and actual problems of political, economical and cultural life. However, the cooperation of the so called Visegrad four countries (Hungary, Poland, Czech Republic and Slovakia) did not yet fulfill expectations, which applies to the area of design as well. „We still don't know each other very well, we tend to be interested in what is going on in the “old” Europe and behind the ocean,” Jacek Mrowczyk states justly. He is the initiator of the Visegrad four cooperation in the area of design, at the moment materialized in the publication “Central-European revue of design”. Its name refers to the Visegrad four, but also

ironically comments the meetings of the world's economically strongest countries – the G8. The revue G4 arose as a special issue of the Polish designer magazine 2+3D, which has built a solid European prestige in the 5 years of its existence. This could serve as a guarantee for the G4 to become a Central-European magazine with a regular periodicity. Although the first issue (and let's hope not the last one) bears the signs of some “beginners' diseases”, it can be taken for a seed of a vital cooperation on various levels.

The structure of the publication was defined by its' coordinator Jacek Mrowczyk in a very democratic way – every one of the four countries has its 24 pages, where the content, including the choice of the font type, was in the hands of the “national” sub-editors. G4 is united by the general layout of Alan Záruba, the cover was designed by Zsolt Czako. The task set by the coordinator was to characterize the “here and now” situation in design of the respective countries.

The publication is opened by the Czech section, where a more extensive synthetic view of the local scene is absent. Alan Záruba informs about the exhibition and publication CI.CZ, which is dedicated to the evolvement of visual communication in the Czech Republic during the last 15 years. Together with an article about a new visual presentation style of Czech Republic abroad (studio Side 2) and a review of the book about the Najbrt studio, it offers some information about the “here and now” situation within the field of graphic design. Three-dimensional design is represented

only in the shortened text of Dagmar Koudelková from the monography of Jiří Pelcl. Pelcl's anabasis of an industrial designer, who, after dedicating himself to solitaire art-design (era of the famous Atika group) returns back to production work, is in some way typical for the Czech scene (e.g. the evolvement of the Olgoj Chorchoj group). It is a pity though, that we are not informed about the creators of common industrial design (for instance Ivan Dlabáč) at all. And yet it is precisely this area (also because of the great manufacturing tradition), where our western neighbours are one step ahead of all the other Visegrad countries.

In comparison with the Czech section, there are two very well executed synthetic studies about Hungarian design. When reading them, we understand that the problems concerning design in our part of Europe are basically the same and that the very small cooperation is of harm for everyone. In Hungary, similarly as in our country, the best results in the area of graphic design (analyzed by Krisztina Somogyi) are accomplished outside of the commercial scene in projects with a non-profit character, usually initiated by designers themselves (which is an experience of a wider than Central-European scale). Hungary, as well as Slovakia, is starting to be a “construction work-room”, where industrial designers can only hardly find any use. Márton Szenpéteri sees the solution in an „inclusive” design oriented towards simple betterment of the lives of common people (alternative forms of transportation, rehabilitation of



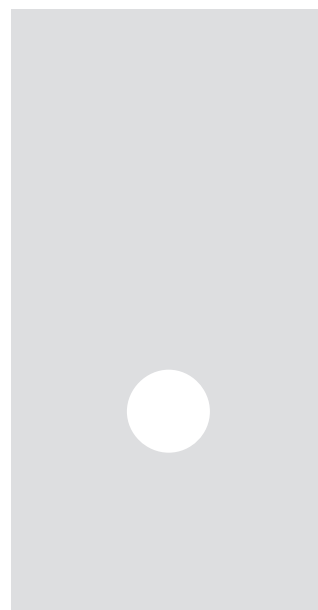
urban functions). The local sources of creativity can be used for solving local problems, but they can enter the global market as well. Aside from the two synthetic views mentioned, the Hungarian section also contains a mix of short articles about innovative design solutions.

The Polish pages are also covered in by two studies dedicated to graphic and industrial design. Jacek Mrowczyk analyzes graphic design on the basis of an inquiry given to representatives of various designer communities. The phenomenon of the “Polish poster school”, which represents the most known and generally accepted part of the international history of design regarding the Visegrad four, is starting to become a limiting frame for the development dynamic. Mainly in the older generation, a great emphasis is still being put on the idea, metaphor and illustration, without courage to abstraction or experiment. The generation of designers in their thirties, who slowly get acknowledgement in the world, represents a hope for the future. The analysis of Polish industrial design written by Czesław Frajlich a Michał Stefanowsky sounds almost too optimistic. According to it Poland does not have a long tradition in this field, but a change is taking place right now. Instead of “assembling”, many Polish producers of furniture, house devices and vehicles develop their own products, by which designers are of use. In the Polish section, the duo of longer articles is also complemented by a “flea market” of information about interesting realizations from the field of graphic and industrial design. Let’s

take out one at least: the designers Anna Siedlecka and Radosław Achramowicz successfully established their company Puffbuff, specialized on the production of inflatable lamps with LED diodes on the internet market. They organize their production and sale themselves, reaching as far as Australia. It would be very wise to use their valuable experiences in our country as well.

Because of the alphabetical order, the last country in the 4G revue is Slovakia. In the opening article, Ľubica Hustá glosses our manufacturing traditions and the design of today. She points out the strong potential of the creators, the problem being the reality of mass production. The ambivalent situation is illustrated by four stories of Slovak designers (Sylvia Jokelová, Martin Turzík, Andrea Kvasnicová, Patrik Illo). Branislav Bezručka is the author of an article about the involvement of the Slovak poster from the 60s of the last century to the present. It would be good to broaden this brief reflection (if it’s not already a shortened version of a longer study) for publishing here in Slovakia, because it contains numerous interesting insights. The Slovak section is closed with information about KUPÉ2 – a workshop of graphic designers dedicated to defining the essence of graphic design, following the first event in the space of the railway station Žilina Zárečie. The font type Deva, which is used in the whole Slovak section, also deserves attention. The author of the font Ján Filipek entered the ranks of the nowadays quite large community of Slovak font type designers.

The Central-European revue G4 can be regarded as a sort of “introducing party” of the designer community from the countries of the Visegrad four, although, as Jacek Mrowczyk writes, the party already took place, with the participation of the editors of the magazine and beer, goulash, piroshky and dumplings. The publication, over a hundred pages long, is complemented by an index of designer organizations, institutions and schools in every country (although it is absent in the Czech section). It is clear from the structure and articles, that graphic designers took the main initiative of the acquaintance (Jacek Mrowczyk, Alan Záruba, Zsolt Czákó etc.). Industrial designers stay a little bit in the background, the theory and critic could have brought a deeper level of analysis. Nevertheless, the revue G4 is a successful step forward to a meaningful cooperation in our region. ■





ARS POETICA

medzinárodný festival poézie 26. - 30. 09. 2007

POÉZIA FILMY
KONCERTY EVENTY

A4 Nostalgia

www.arspoetica.sk

hlavní sponzori a partneri

hlavní mediálni partneri

ars'poetica international poetry festival

Logos of sponsors and partners: Bratislava, Devín, SME, BKIS, etc.



mladý obal 2007

reinštalácia výstavy mladý obal 2007
vo výstavnom a informačnom bode scd
SATELIT

do 3. októbra 2007

prezentácia výsledkov 12. ročníka
renomovanej súťaže študentov a mladých dizajnérov
na tému obalový dizajn a voľná tvorba
z papiera a lepenky

výstava vznikla v spolupráci
s design centrom českej republiky
kurátorka: phdr. dagmar koudelková

satelit scd
dobrovičova 3
bratislava

V V VYSOKÁ ŠKOLA
V V VÝTVARNÝCH UMENÍ
> S V ACADEMY OF FINE ARTS
V D AND DESIGN



Cumulus 2007

Design + 3D

Art, Society, and Politics of Production

Medzinárodná asociácia CUMULUS, združujúca dizajnérov a inštitúcie zamerané na dizajn a umenie, každoročne usporadúva jarné a jesenné konferencie dotýkajúce sa problémov dizajnu, umenia a architektúry. Na konferenciách sa pravidelne zúčastňuje okolo 250 špičkových dizajnérov, teoretikov a zástupcov škôl z celého sveta. Ide teda o reprezentatívne podujatie pre CUMULUS, ako aj pre dizajn danej krajiny a školu, ktorá podujatie pripravuje.

Tohtoročnej jesennej konferencie sa organizačne a hostiteľsky ujala Vysoká škola výtvarných umení v Bratislave (VŠVU), za pomoci Asociácie CUMULUS a Slovenského centra dizajnu. Názov a téma konferencie: „DESIGN + 3D: Art, Society, and Politics of Production“ vychádza zo slovenského dizajnérskeho kontextu a naráža na jeho prednosti, ale aj problémy.

Konferencia je rozdelená na tri časti: v prvej z nich ide o popis vzťahu výtvarného umenia a dizajnu, druhá časť je zameraná na vzájomný vplyv dizajnu a architektúry na spoločnosť, politiku a premeny životného prostredia a napokon posledná časť je venovaná politikám produkcie veľkých a malých firiem. Spomedzi prednášajúcich a účinkujúcich je potrebné spomenúť aspoň kanadského priemyselného dizajnéra Koena De Winter, poprednú anglickú teoretickú dizajnu Alison Clark, významnú českú architektku Evu Jiříčnou, či zástupcov veľkých dizajnérskejších štúdií, akými sú Christopher Bird, šefdizajnér európskej pobočky Fordu, či Klemens Rossnagel, ktorý vedie dizajnérske pracovisko spoločnosti Audi.

Vysoká škola výtvarných umení, kde je dizajn jedným z medzinárodných úspešných študijných programov, vytvára prostredníctvom konferencie priestor pre stretnutia svetových a slovenských dizajnérov, výtvarníkov a teoretikov. Sprievodnými podujatiami konferencie sú výstava Istroart 2007, odovzdávanie Národnej ceny za dizajn 2007, ktoré pripravuje Slovenské centrum dizajnu, ako aj výstava najlepších prác študentov Vysoké školy výtvarných umení.

Informácie a registrácia:
www.cumulus.sk

designum⁴2007

časopis o dizajne / design magazine vychádza 6-krát ročne / a bimonthly

číslo / number: 4 // rok / year: 2007 ročník / volume: XIII

cena / price: 65 SK / Kč / 5 €

vydáva / edited by:

Slovenské centrum dizajnu /
Slovak Design Centre

redaktorky / contributing editors:

Silvia Lutherová - lutherova@sdc.sk
Lucia Gavulová - gavulova@sdc.sk

jazyková redakcia / proof reader:

Katarína Weissová

redakčný kruh**/ editorial cooperators:**

Silvia Fedorová
Mária Rišková
Lucia Luptáková - Amsterdam
Lubica Pedersen - Kodaň
Jiří Pelcl - Praha
Alan Záruba - Praha
Sylvia Jokelová
Marek Škripeň
Zdeno Kolesár
Stanislav Stankoci
Martin Struss
Sabína Jankovičová

vizuálna koncepcia, layout:

Emil Drličiak

obálka / cover:

Emil Drličiak

tlač / printing:

x line, Bratislava

distribúcia / distribution:

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

© copyright:

SCD, ISSN 1335-034X
registrované MK SR č. 889/93

sídlo redakcie / headquarter:

SDC - designum, Jakubovo nám. 12, 814 99 Bratislava, Slovak Republic
tel.: + 421 (0) 2 5293 1564, fax: + 421 (0) 2 5293 1838
e-mail: sdc@sdc.sk, web: www.sdc.sk

materiály publikované v časopise designum nie je možné uverejniť bez súhlasu
redakcie nevyžiadané rukopisy, fotografie, diapozitívy, CD sa nevracajú

objednávky a predplatné / subscription orders:

SDC - designum, Jakubovo nám. 12, P.O.BOX 131, 814 99 Bratislava,
Slovak republic, tel.: + 421 (0) 2 5293 1564, fax: + 421 (0) 2 5293 1838
e-mail: sdc@sdc.sk, dolnikova@sdc.sk
www.predplatne.net, inzercia info: www.sdc.sk,
gavulova@sdc.sk, lutherova@sdc.sk

informácie o predaji starších čísel a iných publikácií SCD: www.sdc.sk

voľný predaj: v stánkoch Mediapress a Mediaprint Kapa, v kníhkupectvách
a galériách: **v Bratislave:** Artforum, Prospero, Reduta, Galéria Medium (všvú),
Dizajn štúdio ULUV, ArtBooks, SNG, **mimo Bratislavy:** Artforum
(Banská Bystrica, Žilina, Košice, Trnava), Kníhkupectvo pod vŕškom,
v Nitre, GMB Trenčín, Truc Sphérique > Stania Žilina-Záriečie
v Českej Republike: kníhkupectvo Fraktály Praha, Moravská Galerie v Brně

