

01 obsah designum⁶2008

časopis o dizajne/design magazine vychádza 6 – krát ročne/a bimonthly
číslo/number: 6 rok/year: 2008 ročník/volume: XIV cena/price: 65,- SK/KČ / 2,16 EUR

spektrum

- 02 príhovor
SDC 08
Katarína Hubová
- 04 profil
Dirk Wynants
Dizajn je o vylepšovaní sveta
Luba Pavlovičová
- 10 udalosť
Pocta príboru
Silvia Klimáčková
- 18 výstava
GD2D + PD3D,
Fresh Air by PureAustrianDesign
redakcia
- 22 udalosť
Turín
Adriena Pekárová, Mária Nepšiská
- 32 udalosť
Bio 21 v Lublane
Margita Michlíková
- 35 mladý talent
Martin Hrča
Mária Nepšinská
- 38 rozhovor
Made in London
Mária Štranecková

história

- 46 výskum
Svietidlá Václava Ciglera
Sabina Jankovičová
- 52 reflexia
Starý začiatok – nový koniec
Tibor Uhrín

záver farby

- 59 výstava
Za oponou
Luba Pavlovičová
- 64 udalosť
Bienále Logo Banská Bystrica
Luba Pavlovičová

monochróm

- 68 knižnica
Slovart
redakcia
- 69 teória
Prečo je umenie a kultúra prosperujúci obchod
Jeffrey Meulman
- 72 právno
Dizajn a jeho autorskoprávna ochrana
Jana Vozárová
- 74 infobox
Podujatia, výstavy, súťaže
redakcia
- 80 predstavujeme
Projekt Pokrok
redakcia
- 81 english
Summary
preklad Matej Gyarfáš
- 88 tiráž

SCD 08

Slovenské

Hoci je koniec roka príležitosťou na rekapituláciu a hodnotenie výsledkov práce, popri hektickom dokončovaní restov z celého roka a predvianočných nákupoch, nie je veľa príležitostí na zamyslenie sa.

Posledné číslo časopisu Designum v roku 2008 je však akousi výzvou na to, aby som zosumarizovala, ktoré aktivity Slovenského centra dizajnu boli úspešné, ktoré menej vydarené a ktorým smerom by sa mal uberať vývoj v nasledujúcom období. Naše skúsenosti ukazujú, že mnohé veci idú pomalšie, ako sme predpokladali, a niektoré zmeny sú naopak také rýchle, že na ne nedokážeme hneď zareagovať.

Časopis Designum má za sebou dlhoročnú tradíciu, ktorú si veľmi ceníme. Zároveň je to však médium, ktoré sa neustále mení a vyvíja, či už na základe objektívnych, alebo subjektívnych príčin. Okrem toho dizajn sám osebe je disciplínou nesmierne dynamickou, a s tým treba pri koncipovaní odborného časopisu tohto zamerania počítať. Súvisí to aj s hľadaním nových tém, spôsobov, ako o dizajne písať, ako ho prezentovať, ale aj s hľadaním ľudí, ktorí ho tvoria a dokážu propagovať.

Získanie výstavného a informačného priestoru Satelit znamenalo pre Slovenské centrum dizajnu skvalitnenie prezentácie súčasného dizajnu. Zároveň sa pred nami otvorili nové problémy, ktoré treba za pochodu riešiť. Začiatok roka bol venovaný vzdelávaniu – stredným umeleckým školám a Ateliéru odevného dizajnu VŠVU. Pokračovali sme aj v tradícii študentského salóna a priestor pre aktivity najmladšej generácie chceme ponechať aj v budúcnosti. V spolupráci s Rakúskou obchodnou komorou sme usporiadali zaujímavé riešenie výstavu rakúskeho dizajnu a po prvýkrát aj autorskú výstavu. Lubomír Longauer predstavil časť svojej grafickej tvorby pod názvom Nápis a písmená. Výsledky našej súťaže Pocta príboru sú prezentované v Satelite v posledných mesiacoch tohto roka, spoločne s ukážkami tvorby príborov a stolovacích prvkov Jána Čalovku, prvého držiteľa Ceny ministra kultúry v rámci súťaže Národná cena za dizajn v roku 2005. Cieľom výstavy a súťaže bolo upozorniť na jediný dizajnerský evergreen – príbor Brusel, známy aj ako *päťdesiatosmička*.





Prezentácia slovenského dizajnu v zahraničí bola početná a môžeme povedať, že aj úspešná. Slovenská typografia 1970 – 2005 po Varšave ukončila svoju púť v Berlíne. Sme radi, že sme sa zapojili do medzinárodného projektu Design Casa v Turíne – hlavnom meste dizajnu, ktorý vzbudil veľký záujem verejnosti aj odborníkov. S kolekciou ocenenou v súťaži Národná cena za dizajn a s niekoľkými študentskými prácami sme sa zúčastnili na medzinárodnej bienále súťaži a výstave BIO Lublana. Nezabudnuteľný je pre mňa zážitok z Bienále dizajnu v Saint-Étienne, kde som videla návštevníkov čakať vonku, v zime, aj niekoľko hodín. A boli to nielen dospelí, ale aj deti a mladí ľudia. Obrovský záujem verejnosti je niečo, čo im skutočne závidím. Zároveň je to aj dôvod zamyslieť sa, ako môžeme robiť veci atraktívnejšie, aby to bavilo nás a hlavne vás.

Robíme aj menej viditeľnú prácu, ako je napríklad tvorba Informačného systému pre dizajn. Jeho napĺňanie nie je také rýchle, ako by sme chceli, ale teším sa na ten moment, keď kliknem na klávesnicu a objaví sa mi na obrazovke všetko – napríklad o slovenskom automobilovom dizajne. Spolupráca s Národnou agentúrou sa v tomto roku vynikajúco rozbehla, hlavne v oblasti aktivít zameraných na lepšie prepojenie dizajnérov a výrobcov. Ukazuje sa však, že táto oblasť ostáva behom na dlhšie trate.

◀ Ján Čalovka, príbor Brusel.

† Plagáty výstavného priestoru Satelit.

→ Ľubomír Longauer, výstava Nápisý a písmená.



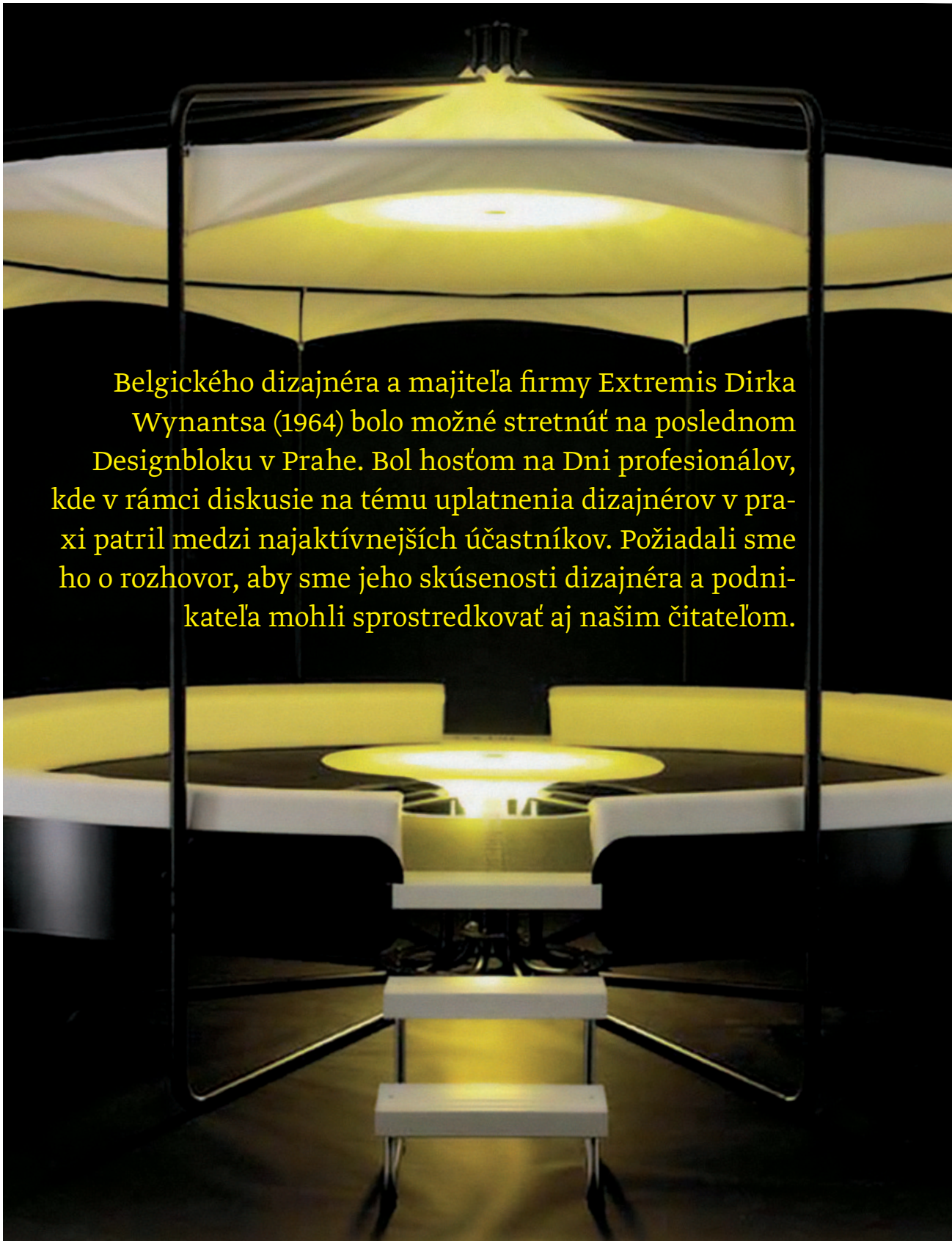
V budúcom roku nás čaká súťaž Národná cena za dizajn. Aj touto cestou vás chceme upozorniť, že sme zmenili termín súťaže a presunuli sme ho do prvej polovice roka. V prvom júnovom týždni je plánovaný v Bratislave Festival architektúry a dizajnu. Rozhodli sme sa pripojiť k tejto významnej udalosti a spojiť sily, aby slovenský dizajn bol viditeľnejší a viac rezonoval aj v širokej verejnosti.

Naším cieľom spred piatich rokov, keď sme sa s Adrienou Pekárovou opäť vrátili do Slovenského centra dizajnu, bolo usilovať sa o vznik inštitúcie, ktorá bude môcť zbierať a prezentovať dizajn v celej šírke. Chcela by som sa poďakovať aj touto cestou Jankovi Čalovkovi, Jánovi Vikrutovi, Ľubovi Longauerovi a všetkým tým, ktorí nám darovali svoje zbierky do dokumentácie a v našom úsilí nám pomáhajú. Chceme sa poďakovať aj mojim spolupracovníckam a kolegom ako aj vám všetkým, lebo bez vás by sme tento a ani budúci rok nenaplnili úspešnými aktivitami. #

Veľa úspechov v roku 2009
vám praje

Katarína Hubová





Belgického dizajnéra a majiteľa firmy Extremis Dirka Wynantsa (1964) bolo možné stretnúť na poslednom Designbloku v Prahe. Bol hosťom na Dni profesionálov, kde v rámci diskusie na tému uplatnenia dizajnérov v praxi patril medzi najaktívnejších účastníkov. Požiadali sme ho o rozhovor, aby sme jeho skúsenosti dizajnéra a podnikateľa mohli sprostredkovať aj našim čitateľom.



Dirk Wynants

Dizajn je o vylepšovaní sveta

Pokúste sa, prosím, o vlastnú definíciu dizajnu. Povedzte nám váš názor na hlavné poslanie dizajnéra v súčasnosti.

Dizajnér je jedným z ľudí, ktorí majú za úlohu spraviť z tohto sveta lepšie miesto na život, a to tak, že navrhuje dobré produkty, ktoré ľudia potrebujú. Dizajnér musí mať umelecké zručnosti, no sám nie je umelcom. Umelec má slobodu, kým dizajnér je limitovaný množstvom obmedzení týkajúcich sa funkčnosti, ergonómie, ekológie, financií, estetiky atď. Dobrý produkt, či dobrý dizajn, je prinajmenšom vylepšením už existujúcich vecí. Je odpoveďou na nové potreby, jeho existencia musí byť opodstatnená, musí byť inovatívny a autentický.

Mohli by ste nám opísať začiatky vašej dizajnerskej praxe?

Dlho som vážne pochyboval o svojich dizajnerských zručnostiach; vždy trvá, kým som s niečím spokojný, o to dlhšie, ak mám byť spokojný sám so sebou. Prvý produkt som navrhol pre rodinu. Keďže som vždy chcel založiť vlastnú firmu, zbral som to ako dobrú príležitosť začať – to bolo v roku 1994. Vždy ma zaujímal dizajn ako celok a vedel som, že keď si budem robiť produkciu a marketing vlastných produktov sám, budem spokojnejší. Už vtedy som vedel, že to nebude ľahké, a rátal som aj s možnosťou, že to nemusí vyjsť. Odjakživa som bol realista a myslím si, že som sa vedel dobre vcítiť do

kože zákazníka či predajcu a nerozmýšľal som len z perspektívy dizajnéra. Tým, že som si zvolil exteriérový dizajn, ktorý v tom čase prakticky neexistoval, som si nevybral najľahšiu cestu, ale vyhol som sa súťaženiu s veľkými značkami. Trh u nás je malý, takže od začiatku som rozmýšľal v medzinárodnom meradle.

Čo je podľa vás rozhodujúce pri príprave na dráhu profesionálneho dizajnéra? Považujete za dôležité znalosti z marketingu a podnikania vôbec?

Dizajn nie je umenie, dizajn je o sériovej výrobe. Dobrý dizajn je o vyrovnanej a udržateľnej sériovej výrobe. V momente, keď niečo navrhnete, máte hotovú iba veľmi malú časť z celku. Dizajn môže byť dobrý iba vtedy, ak viete ľudí motivovať, aby si produkt kúpili, inak nedosiahnete cieľ. Netvrdím, že som spokojný s dnešnou situáciou, kde sa finančné nároky na predaj stávajú oveľa dôležitejšími než finančné nároky na samotný návrh a výrobu, ale tak to skrátka je. A pri týchto veciach môžete byť takisto kreatívny ako pri samotnom procese navrhovania. Dizajnér nemusí byť najlepším predajcom, manažérom či podnikateľom, no musí rozumieť všetkým princípom potrebným na vytvorenie dobrého produktu, ktorý by mal byť viac než len krásny.



Ako sa z Dirka Wynantsa – dizajnéra stal úspešný podnikateľ? Aký bol váš počiatočný kapitál a know-how?

Nie každý dizajnér by mal mať ambíciu stať sa výrobcom, no ak niekto túto ambíciu má, potrebuje rozmanité zručnosti. Ja som mal v prvom rade veľké šťastie, že som sa priučil zásadám výroby a predaja v dielni môjho otca, keď som bol ešte veľmi mladý. Nielenže som sa naučil všetko o výrobe dreveného nábytku a obsluhovaní všetkých možných strojov, ale keďže môj otec nevedel písať na písacom stroji, musel som zaňho prepisovať všetky jeho ručne písané ponuky a účty – už ako štrnásťročný. V pätnástich som prvýkrát vypomáhal na veľtrhu, v osemnástich som už bol dosť starý na to, aby som navštevoval ľudí u nich doma a prezentoval im ponuku, ktorú som za otca napísal na stroji. Neskôr som sa zoznámil so svojou manželkou. Jej otec mal firmu na spracovávanie kovov, kde som sa zase naučil všetko o kovoch a zváraní. Po ukončení štúdia interiérového architekta som chodil na večerné hodiny marketingu, manažmentu, účtovníctva, zvárania, ohýbania kovov, jazykov, práce s počítačom, práva, kurzov zameraných na to, ako si vyberať a motivovať ľudí... Dodnes pravidelne navštevujem večerné kurzy, avšak už nie 2- či 3-krát do týždňa ako kedysi. V tom čase som vyhľadával také zamestnania, kde som

mohol získať skúsenosti, ktoré som potreboval. To všetko mi pomohlo vybudovať značku, akou je Extremis v súčasnosti, a celé know-how bolo oveľa dôležitejšie než tých úbohých nasporených 7 500 eur, s ktorými som začínal. Vždy hovorievam svojim študentom – kým nedovŕšite 30 rokov, nechodte po peniazoch, doprajte si šancu učiť sa v prvých rokoch po ukončení vzdelania, neskôr sa vám to vráti.

S ktorými dizajnérmi a firmami ste počas svojej kariéry spolupracovali?

Pravdupovediac, nehľadám iný dizajn, takže nezažívam zákazky iným dizajnérom, aby pre nás niečo navrhli. Keď však vidím niečo, čo by sa hodilo do kolekcie Extremis, som ochotný to do nej zaradiť – nie každý produkt musí pochádzať z mojich rúk. Napríklad pri produkte PicNik – síce som ho navrhol ja, no na výrobu som potreboval ohýbaciú techniku vynájdenu Xavierom Lustom. Dohodli sme sa a on sa stal spoludizajnérom produktu. Neverím na veľké egá, takže ak ma nejaký dizajnér osloví a predvádza sa, nebude mať u mňa úspech. Čo sa týka friem, musím povedať, že medzi značkami, ktoré sa navzájom rešpektujú, existuje istá otvorenosť a ochota zdieľať informácie a učiť sa jeden od druhého, čo je aspekt, ktorý sa mi veľmi páči.

› Stôl Arthur, 2004

Stôl Arthur má 3 veľkosti: pre 8, 10 a 12 osôb. Je vyrobený z laminátu (HPL), ktorý je odolný voči vode a slnku, trvácnosť farby je najmenej 10 rokov.





← Dirk Wynants

† PicNik 04

Dirk Wynants a Xavier Lust, 2002

Sedenie kombinované so stolom je určené na balkóny a do iných malých priestorov. Vyrobené zo štandardného hliníka vo viacerých farebných variáciách.

Ako súvisia vaše ciele dizajnéra a podnikateľa? Akou mierou ovplyvňuje trh vaše produkty?

Asi si viete predstaviť, že nie je vždy jednoduché ráno robiť účtovníctvo, organizovať výrobu a všetky podobné praktické činnosti a poobede sa usilovať vymýšľať inovatívny dizajn. Preto potrebujem generálneho riaditeľa, ktorý prevezme časť mojich povinností – po niečo viac ako roku môžem povedať, že to funguje veľmi dobre. Čo sa týka vplyvu trhu, nemyslím si, že môžete ísť na trh a spýtať sa ľudí, čo potrebujú, pretože skončíte so zoznamom už existujúcich vecí a budete konfrontovaní so silnou konkurenciou. Ja napríklad nechcem byť najlacnejší – na tento post ašpiruje už viac než dosť spoločností. Ak chcete robiť inovatívne veci, nemôžete sa inšpirovať trhom ani to nevyčítate z kníh o dizajne. Inšpirácia je všade inde. Podmienky, v ktorých žijeme, sa neustále menia – spomeňte si, čo s nami urobil internet a mobilné telefóny. Pozorovanie ľudí v našej, ako aj ostatných kultúrach je inšpirácia, ktorú potrebujem. Zmiešajte to s osobnou radosťou z dobrého života a nápady začnú prichádzať samé.

Môžete nám prezradiť, ako dlho trvá, kým vyviniete nový výrobok, a ako dlho trvá, kým sa presadí na trhu? Mohli by ste uviesť konkrétny príklad z praxe?

V súčasnosti za každým novým produktom, ktorý navrhne, stojí naša značka – čo je úplne odlišné od čias, keď som začínal. Produkt sa na trhu presadí oveľa rýchlejšie, čo však neznamená, že kvalita novinky môže byť v súčasnosti nižšia – musí ostať vysoká. Navrhnutý nový produkt pre mňa znamená krv, pot a slzy. Je to veľmi zložitý proces, ktorý netrvá dlhšie než stotinu sekundy, no zároveň trvá celý život. Pamätám si počiatočnú myšlienku každého produktu, ktorá nakoniec viedla k jeho zrealizovaniu a časový úsek medzi touto myšlienkou a uvedením produktu na trh bol vždy prídĺhly: približne dva až tri roky. V prípade dáždníka InUmbra mi to dokonca trvalo viac než sedem rokov, čo je absurdné. Súviselo to samozrejme so skutočnosťou, že som najmä riadil spoločnosť a navrhovanie bolo niečo, čo som robil medzi „polievkou a hlavným jedlom“, ako sa hovorí u nás. Čím inovatívnejší je produkt, tým dlhšie trvá, kým sa ujme na trhu. Produktom Extremis často trvá viac než štyri roky, kým sa stanú naozaj úspešnými. Trvá dlho, kým ich ľudia akceptujú, no potom majú veľmi dlhú životnosť, čo je jeden z hlavných ekologických princípov, ktoré propagujem. Naše produkty sa začínajú poriadne predávať až v momente, keď ostatné zmiznú z trhu.





← DoNuts, 2004

Toto sedenie-stolovanie je určené pre šesť osôb.

↑ Bronco 03, 2006

Tvar konského sedla aktívne podporuje pri sedení vzpriamenú pozíciu, ktorá je vhodná pre chrbticu. Bronco je vyrobený z lisovaného polyetylénu.

Ktorý výrobok vašej firmy je vám najbližší a prečo?

Rovnako ako moje deti ich mám rád všetky, hoci každý je niečím odlišný. Prvorodený, produkt Gargantua, je ešte stále veľmi dôležitým kusom v kolekcii. Vlastne celá spoločnosť je postavená na úspechu prvého produktu, ktorý sa medzičasom stal klasikou. Keby ste sa ma spýtali na náš „najikonickjší“ dizajnerský kusok, napadol by mi PicNik. Ak by som mal povedať, ktorý z našich produktov nás najviac baví používať, vybral by som si BeHive. V tomto momente mám samozrejme plnú hlavu nášho najnovšieho produktu a som mimoriadne šťastný z reakcií, ktoré na Kosmos máme.

Aký je podľa vás rozdiel medzi prácou pre veľké spoločnosti a v menšej firme? V čom vidíte výhody a nevýhody?

V malej firme sa rozhodnutia robia oveľa rýchlejšie a zároveň môžete pracovať s menšími nákladmi. No musíte sa zaoberať bez veľkého rozpočtu, ktorý by ste občas pri práci chceli mať. Myslím si, že pracovať v malej firme vyžaduje oveľa viac kreativity na každej úrovni podnikania, čo je zábavnejšie. Pre mňa osobne je ten rozdiel ešte oveľa väčší než pre ľudí, ktorí pracujú v mojej malej firme: sám som si šéfom a môžem urobiť akékoľvek rozhodnutie. Samozrejme to má aj nevýhody – občas je na vrchole trochu osamelo.

Existujú faktory, ktoré môžu zaručiť úspech dizajnéra na trhu? Aký podiel na úspechu má mediálna podpora, účasť na veľtrhoch a výstavách?

Existujú dizajnéri, ktorých si vybrali médiá a dotlačili ich k úspechu, no to sú iba výnimky. Pre mňa, rovnako ako pre väčšinu úspešných dizajnérov platí, že sme si museli svoje dnešné postavenie zaslúžiť. Postavenie, ktoré môže dosiahnuť aj ktokoľvek iný: otvorená myseľ, obrovské množstvo znalostí z rôznych oblastí, trocha talentu, veľa odvahy a podnikavosti, podpora ľudí okolo seba a trocha šťastia je dosť na to, aby ste sa stali úspešným dizajnérom. Rád to porovnávam so športom: nie všetci môžeme byť na vrchole, ale všetci sa môžeme tvrdo usilovať, aby sme ho dosiahli.

Je belgický trh naklonený vašim produktom, alebo máte väčší úspech v zahraničí?

Severná časť našej krajiny (Flámsko) je jedným z najlepších trhov pre akúkoľvek spoločnosť zaoberajúcu sa dizajnom nábytku – ak to beriete v priemere na jedného obyvateľa. No je to taktiež veľmi malý trh, takže okolo 85 % našej produkcie vyvážame do zahraničia.





Akým spôsobom podporuje Belgicko mladých dizajnérov?

Podpora je tu relatívne novým fenoménom; ja osobne som začal priskoro na to, aby som z nej mohol nejako zásadnejšie profitovať. Žiaľ, podpora je iba regionálna, a tým pádom len čiastková. Federálna belgická podpora by bola omnoho lepšia.

Aké sú vaše nesplnené dizajnérske sny?

V budúcnosti chcem urobiť ešte mnoho vecí. Pokiaľ možno niečo, čo je skutočne dôležité – namiesto nábytku, bez ktorého sa väčšina z nás zaobíde. Dizajn je o vylepšovaní sveta a do istej miery to možno už aj robíme. No v budúcnosti by som to chcel robiť signifikantnejším spôsobom. #



† Gargantua, 1994

Prvý produkt Dirka Wynantsa. Vyrobený je z dreva, galvanizovanej a nehrdzavejúcej ocele.

† InUmbra 5, 2002 – 2005

Technické časti a tienidlo sú odolné voči UV žiareniu.

Dirk Wynants vyštudoval odbor interiéru a nábytkový dizajn na Inštitúte architektúry na Sint-Lucas v Gente. Jeho prvý produkt, ktorý nazval Gargantua, vznikol v garáži v roku 1994. Bol to okrúhly stôl spojený so štyrmi lavičkami, ktorých výška sa môže podľa potreby upravovať. Výsledkom je, že deti môžu sedieť vyššie a bližšie ku stolu, čím sa stávajú rovnocennými partnermi dospelých. S týmto výrobkom sa výrazne presadil na trhu a mohol si založiť vlastnú firmu Extremis, ktorá sa špecializuje najmä na exteriérový nábytok. Filozofia stola Gargantua sa stala príznačnou pre celú jeho nasledujúcu produkciu, keďže za jeden z hlavných cieľov firmy Extremis si stanovil posilňovanie ľudskej spolupatričnosti.

Získal viacero dizajnérskeho ocenenia (Henry van de Velde Award, Interior Innovation Award, FX award, IF award, Innovation Award, Good Design award, ID Magazine Annual Design Review, FX international design award, Interior Innovation Award, Red Dot Award) a viacero manažérskych ocenení (Zelfstandig Ondernemer van het Jaar 2001, Hermes Prijs 2002, Leeuw van de Export 2002, West @ Work 2006).





Pocta príboru

Vo
výstav-
nom a informač-
nom bode Satelit boli
nedávno nainštalované prá-
ce študentov, ktorí sa zúčastnili
súťaže Pocta príboru, vyhlásenej
k päťdesiatinám príboru Brusel od
Jána Čalovku. Príbor je dodnes v ponu-
ke firmy Berndorf Sandrik. Fabrika v ra-
kúskom Berndorfe bola založená v roku
1844, iná továreň vyrábajúca predmety zo
striebra bola vybudovaná v roku 1895 v Hod-
ruši-Hámroch pod názvom Sandrik. V roku
1991 sa prepája cesta týchto dvoch konku-
renčných podnikov, keď Berndorf odkupu-
je časť výroby firmy Sandrik. V súčasnosti
ponúka Berndorf Sandrik asi 30 druhov
antikorových i strieborných príborov,
niektoré z nich sa vďaka dlhodobej
výrobe stali priam kultovými pro-
duktmi, hodnotené nielen z hľa-
diska firemnej histórie ale
i celkovým prínosom na
poli slovenského
dizajnu.



Slovenské centrum dizajnu, firma Berndorf Sandrik a Súkromná stredná umelecká škola Hodruša-Hámre sa rozhodli zorganizovať ojedinelú, no o to zaujímavejšiu akciu zameranú na podporu mladých dizajnérov, pričom chceli upozorniť na dizajnéra a jeho príbor, ktorý sa ako jeden z mála slovenských výrobkov vyrába už polovicu storočia.

Súťaž vypísaná v januári 2008 bola rozdelená do dvoch kategórií: A – Príbor ako súčasť stolovania a B – Voľné stvárnenie témy príbor, čo umožnilo súťažiacim popustiť uzdu fantázie. Porota hodnotila 63 študentov z 9 stredných a 3 vysokých škôl.

Päťčlenná porota v zložení Štefan Janček (riadiateľ Berndorf Sandrik), Roman Ficek (dizajnér), Tono Bendis (dizajnér), Ľubica Pavlovičová (redaktorka designum) a Katarína Hubová (riadiateľka SDC) udelila šesť cien a štyri pochvaly.

Najúspešnejším sa stal študent VŠVU v Bratislave Ján Michalisko, ktorý vyhral hlavnú cenu – realizáciu prototypu svojho príboru vo firme Berndorf Sandrik v Hodruši-Hámroch. Porotu si získal uplatnením netradičného dekóru. Odtlačky prstov na predmetoch sú často chápané a vnímané ako nežiaduce ušpinenie. Na víťaznom príbore nadobudli nový význam, boli povýšené na estetický výtvarný prvok, pričom





^ Hlavná cena

Jan Michalisko, Dotyky, VŠVU
Bratislava, pedagóg Karol
Weisslechner.

^ 1. miesto kategória A

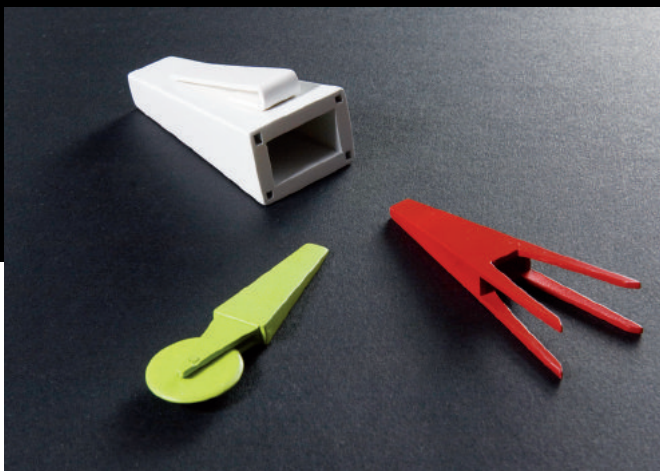
Barbora Hainzová, Šmak, VŠVU
Bratislava, pedagóg Karol
Weisslechner.

^ 1. miesto, kategória B

Lucia Bartková, Hybrid, VŠVU
Bratislava, pedagóg Karol
Weisslechner.

→ Pochvala kategória B

Anton Jarábek, Príbor pre cudzinca,
SSUŠD Bratislava, pedagóg Peter
Fašanok.



každá takáto stopa po konkrétnej osobe dáva návrhu osobitý a intímny ráz. Porota ocenila práve prepojenie funkčného a estetického hľadiska i potenciál sériovej reprodukovateľnosti.

V kategórii A porota udelila prvú cenu za príbor Šmak Barbore Hainzovej, študentke VŠVU, ktorá vo svojom návrhu zaujímavým spôsobom prepája kultúrnu rôznorodosť v používaní príboru. Multikultúrný odkaz v podobe kombinácie čínskych paličiek ako rukovätí klasického príboru je navyše kvalitne remeselné spracovaný. Druhú cenu získal Jozef Turlík, študent STU v Bratislave, za príbor Zahryzni sa! Už samotný vtipný názov napovedá, že netradičné prevedenie dekóru

na príbore tvoria odtlačky zubov po zahryznutí. Tretie miesto získala dvojica Anita Pružincová a Ján Teták zo SSUŠ Hodruša-Hámre. Ich príbor Silas bol vyzorovaný v spolupráci s firmou Sandrik Berndorf, pričom osobitosť dekóru viac-menej klasického príboru riešili vynechaním časti materiálu nielen na rukovätiach, čím dosiahli maximálne vizuálne odľahčenie, ale zachovali jeho jednotný výtvarný štýl. Za minimalistické vyhotovenie návrhu príboru, pri ktorom je špecifickosť založená na jeho asymetrickosti, si pochvalu odniesla Jana Janotková, študentka ŠÚV J. Vydru v Bratislave. Porota ocenila aj to, že príbor-lyžica je vhodná aj pre ľavákov. Prvé miesto v kategórii B, zameranej na objekt,





^ Barbora Tobolová, Príbor-ka, STU Bratislava,
pedagóg Peter Paliatka.

3. miesto kategória B

Andrea Ďurianová, Príbor pre Beroslava,
VŠVU Bratislava, pedagóg Karol Weisslechner.

~ Jana Vozáriková a Roger Stuhl, Sany, SSUS Hodruša
-Hámre, pedagogička Tatiana Feldsmanová.

~ Ivana Ambrušová, Detský príbor, ŠÚV J. Vydru
Bratislava, pedagóg Martin Hartínik.

✓ Lucia Uherková, Fast Food Set, STU Bratislava,
pedagóg Peter Paliatka.

› Mária Baliová, Lyžička vyrezaná z fľaše,
STU Bratislava, pedagóg Peter Paliatka.





† Marián Kopin, Štúdiá príboru z mahagónovej dyhy, ŠÚV J. Vydru Bratislava, pedagóg Martin Hartiník.

‡ Eva Gajdošová, Jedlý príbor, STU Bratislava, pedagóg Peter Paliatka.

→ Pohľad do expozície.

‖ Vítazom odovzdával ceny Ján Čalovka.



úžitkový, interiérový predmet a pod., inšpirovaný príborom a vyhotovený v rôznych materiáloch, získala študentka VŠVU v Bratislave Lucia Bartková. Porotu zaujala vtipná, no nie prvoplánová transformácia inštrumentov na jedenie do novej podoby – šperkov. Jej brošne z kolekcie Hybrid odkazujú tvarom na príbor, no svojou stylizáciou zároveň umožňujú širšie ideové uplatnenie. Jednoduchú deformáciu reálnych vidličiek a lyžičiek ohýbaním zvolila na vytvorenie kolekcie šperkov a doplnkov aj Zuzana Remšíková, študentka SUŠ Trenčín a držiteľka druhej ceny. Ako tretí bol ocenený návrh subtílného, ale funkčného Príboru pre Beroslava od Andrey Ďurianovej, študentky VŠVU, ktorá mu dodala gravírovanými nápismi svojráznu remeselnú-výtvarnú hodnotu. Pochvalu porota udelila Antalovi Jerábekovi, študentovi SSUŠD v Bratislave, ktorý inovatívnou a hravou formou rieši tvarovo originálne, viacúčelové a kompaktné náčinia pre náhodné stravovanie a novým spôsobom poníma akt krájania, napichovania

i pitia. Andrej Líška zo SSUŠ Hodruša-Hámre získal pochvalu za sochársky poňaté stylizované figúry vizuálne inšpirované príborom, a rovnaké ocenenie si odniesol aj Štefan Herceg zo SSUŠ Hodruša-Hámre za dekoratívny a servírovací stôl, do ktorého je priamo vkomponovaný príbor Brusel od Jána Čalovku.

Verejnosť však zaujmú aj ostatné prihlásené práce či svoje riešenia využívajúce príbor ako dekoratívny prvok alebo ako prostriedok podnecujúci ďalšie zamyslenie sa, či už nad stojanom, svietnikom, alebo celkom novou interpretáciou. Vystavené boli nielen všetky hodnotené práce účastníkov súťaže, ale aj kolekcia najlepších príborov a stolovacieho riadu dizajnéra Jána Čalovku z rokov 1958 – 1972, ktoré vznikli ako návrhy alebo ako unikátne originály.





V jednoduchosti je krása a v prípade príboru Brusel od Ján Čalovku i úspech. Tento výnimočný dizajnér sa zúčastnil vernisáže a s veľkou ochotou zodpovedal na otázky o svojej práci a období po výstave Expo 58 v Bruseli.

Ako hodnotíte kvalitu a úroveň prác na výstave Pocta príboru?

Práce sú zaujímavé a kreatívne. Ak by sa však zmenilo zadanie súťaže na návrh príboru na sériovú výrobu, museli by súťažiaci viac myslieť na hrúbku príboru, účelnosť a najmä cenovú dostupnosť.

Prekvapilo vás niečo?

Mňa osobne zaujal návrh príboru, ktorý je na výstave realizovaný v plaste. Zmenou tohto materiálu by nadobudol úplne odlišné kvality a mohol by spĺňať aj požiadavky sériovej výroby.

V čom je podľa vás rozdiel v dnešnom dizajne v porovnaní s 50. – 60. rokmi?

Dnes sú úžasné technické vymoženosti, neuveriteľné množstvo rôznych materiálov, čo má svoje výhody, ale aj nevýhody. V 50. – 60. rokoch dizajnéri na rozdiel od dnešných pri tvorbe viac pracovali a precítovali materiál. Mladá generácia trochu stráca predstavu o technologickom prevedení, ktoré zohráva významnú úlohu pri realizácii návrhu.

Čo považujete za najdôležitejšie pri návrhoch príboru?

Najpodstatnejšie je uvedomiť si tri hlavné faktory: účelnosť, aby bol návrh praktický; cenová dostupnosť, pretože aj malé pridanie hmoty, čiže aj hrúbky, môže znamenať neprimerané náklady; a nakoniec každý návrh by mal byť estetický, svojou jednoduchou príťažlivosťou zaujať masy ľudí, ak má ísť o sériovo vyrábaný produkt.



Ako dnes vnímate rok 1958?

Bol to mimoriadne priaznivý rok pre Československo, ktorý otvoril dvere dizajnu. Pre mňa osobne to bol úspech s príborom Brusel (familiárne *päťdesiatosmička*).

Ako si spomínate na prácu pri jeho navrhovaní?

Usiloval som sa myslieť hlavne na účelnosť, aby každému „padol“ do ruky a poskytoval príjemné stolovanie. Zmenil som ostré ukončenie lyžičky za oblinu. Usiloval som sa o to, aby každý záhyb na príbore mal svoj praktický význam. Spočiatku sa síce vyrobila séria len 500 kusov, nakoľko bol považovaný za príliš moderný, no po jeho prezentácii verejnosti na Prvej strojárnej výstave v Brne zaznamenal úspech v podobe ďalších objednávok.

Počas svojej dizajnerskej praxe ste pracovali na rôznych projektoch. Ktorý z nich vám najviac utkvel v pamäti a prečo?

Okrem práce v podniku Sandrik Hodruša –Hámre, kde som robil návrhy nielen príborov, ale aj servírovacieho riadu, nielen pre domácnosti, ale aj hotely, reštaurácie a jedálne. Svoje skúsenosti s dizajnom som uplatnil aj v strojárskom priemysle napríklad pri konštrukciách lodí, plavidiel. Nakoniec som prešiel „od lodí k lodičkám“, keď som sa zamestnal v Partizánskom. Tu som sa venoval obuvi, ktorú som formoval takpovediac od kopyta. Pracoval som s kožou a usiloval som sa precítiť spôsob jej tvarovania a prispôbenia sa nohe v podobe topánky. No možno práve stálym pripomínaním úspechu, príbor Brusel mi najviac utkvieva v pamäti. Za najväčšie ocenenie považujem to, že sa stále vyrába a má úspech už 50 rokov. #

◀ Ján Čalovka, Lyžice Brusel, Sandrik, Dolné Hámre 1958.

▶ Ján Čalovka, Príbor, Sandrik, Dolné Hámre 1962.



pocta príboru

študentská súťaž k 50. výročiu príboru Brusel
príbor Jána Čalovku
13. november - 31. december 2008

www.sdc.sk

Organizátori: Slovenské centrum dizajnu | Berndorf Sandrik,
Hodruša-Hámre | Súkromná stredná umelecká škola Hodruša-Hámre

Výstavný a informačný bod SCD SATELIT, Dobrovičova 3, Bratislava

Výstava potrvá do 31. decembra 2008, otvorené denne
okrem pondelka od 13,00 do 18,00

Organizátori:



berndorf
sandrik

Súkromná
stredná umelecká škola
Hodruša-Hámre

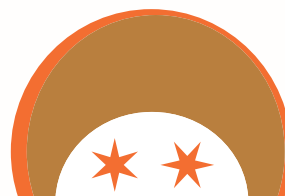
Mediálni partneri:

designum

TWIN CITY
JOURNAL

_FM
Slovenský rozhlas 4

kam do mesta



SATELIT



GD2D + PD3D, Fresh Air by PureAustrianDesign



Do bratislavskej Galérie Satelit s projektom GD2D + PD3D, fresh air by PureAustrianDesign zavítal v októbri rakúsky dizajn. Putovná výstava prezentovala súčasný grafický a produktový dizajn. Pod koncepciu a architektúru výstavy sa podpísali kurátori z dizajnerskeho štúdia JULAND *Barcelona Vienna, iniciátori rakúskej dizajnerskej platformy *PureAustrianDesign*, ako aj dizajnér produktov Stefan Moritsch.

Zjednocujúci názov v podobe vzorca GD2D + PD3D umožnil zlúčiť súčasný grafický a produktový dizajn a prezentovať ho ako vzdušnú záležitosť. Obe zastúpené dizajnerské disciplíny prostredníctvom zaujímavej prezentácie zblížili dve oblasti dizajnu vyjadrujúce sa rôznym spôsobom. GD2D ukazuje súbor prác rakúskych grafických dizajnérov, ktorých výrazové prostriedky majú vplyv na aktuálne trendy vo vizuálnej komunikácii v Rakúsku i zahraničí. Klasický grafický dizajn súčasnej generácie je čoraz silnejšie ovplyvnený tvorivými princípmi z iných oblastí ako fotografia, architektúra, veda, ilustrácia, umenie a inštalácia. V skupine talentovaných grafických dizajnérov sa pevne zakoreňuje cit práve pre interdisciplinárne návrhy. Veľkú rozmanitosť a vysokú kvalitu rakúskeho grafického dizajnu prezentovali práce z oblasti korporátneho dizajnu, typografie, publishingu a promotion.



Výber produktov naproti tomu ukázal jasný profil jedinej kategórie: rakúskej „kráľovskej disciplíny“ – stoličky. Čo sa pred vyše sto rokmi začalo kaviarenskými stoličkami bratov Thonetovcov, dnes pokračuje v celom rade rôznych návrhov stoličiek, ktoré v sebe v rozmanitých podobách a prevedeniach nesú vysokú kvalitu a invenčnosť minulosti a zároveň vzbudzujú záujem na medzinárodných dizajnerských pódioch.

Spojenie produktového a grafického dizajnu výraznou architektúrou výstavy podporilo skutočnosť, že obe disciplíny sa často prirodzene prelínajú. Kurátori sa i tu pohrali s rôznymi dimenziami, v ktorých sa obe disciplíny dizajnu prejavujú. Hravý prístup k architektúre pozýval návštevníka k interakcii a zaujímavým spôsobom ho zvädzal k vnímaniu súčasného dizajnu z Rakúska. #





designum©2008

Výstava v Satelite GD2D + PD3D

udalost'

21





WORLD
DESIGN
CAPITAL

TORINO
2008

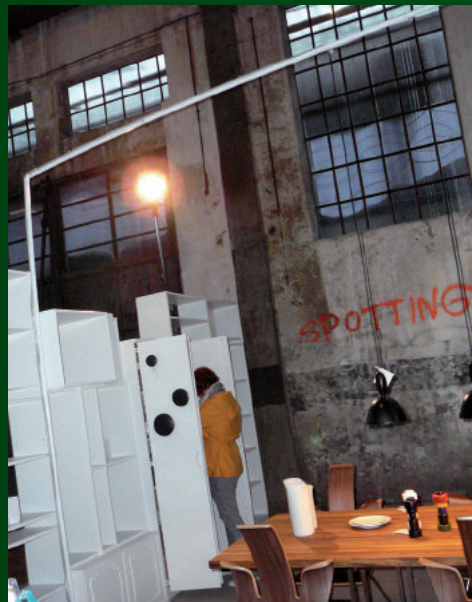
World Design Capital® (WDC) je medzinárodná bienálna súťaž, v ktorej sa raz za dva roky ocení vybrané mesto za efektívne využívanie dizajnu na rozvoj a zvyšovanie kvality života. WDC iniciujú dve medzinárodné dizajnérske asociácie – ICSID (Medzinárodná rada spoločností priemyselného dizajnu) a ICOGRADA (Medzinárodná rada organizácií grafického dizajnu), ktoré vystupujú pod spoločnou hlavičkou International Design Alliance (IDA). Prvýkrát tento titul udelili v roku 2008 talianskemu mestu Turín.

The exhibition

This tribute to the prize-winners, in the form of an exhibition, provides an overview of design in Spain whilst also highlighting the social, cultural and economic benefits that design generates.

This exhibition explores design through the prism of the prize-winners, providing an overview of design in Spain whilst also highlighting the social, cultural and economic benefits that design generates.

The exhibition explores design through the prism of the prize-winners, providing an overview of design in Spain whilst also highlighting the social, cultural and economic benefits that design generates.



Turín svoju úlohu hlavného svetového mesta dizajnu začal veľkolepým ohňostrojom v prvý deň roka 2008. Nasledujúce mesiace boli vyplnené množstvom seminárov, výstav, workshopov a prezentácií či diskusií, na ktorých sa zúčastňovali odborníci, ako aj študenti. Takisto bola zapojená verejnosť, aby si obyvatelia mesta uvedomili výhody, ktoré prináša dobrý dizajn, a podporili rozvojové zámery magistrátu.

Turín je tretím ekonomicky najsilnejším mestom Talianska a centrom regiónu Piemont, známym vďaka automobilovému priemyslu. Povesť Turína ako industriálneho centra pretrváva, hoci na hospodárskej mape mesta už dávno k došlo k preskupeniu síl v prospech kultúrneho potenciálu. Z priemyselného mesta naviazaného na jednu veľkú automobilku sa Turín zmenil na pulzujúce kozmopolitné mesto s dynamickým kultúrnym životom. Zdôraznenie novej identity boli zrejme aj z aktivít roka WDC.

Aktivita vyvrcholili v novembri 2008, keď sa konala medzinárodná konferencia Shaping the Global Agenda (Formovanie globálnej dizajnovej agendy) a cyklus výstav nazvaný International Design Casa (Medzinárodný dom dizajnu).





Shaping the Global Agenda

Dvesto účastníkov konferencie sledovalo počas dvoch dní prednášky a panelové diskusie šesťnástich spíkov, špičkových odborníkov, ktorí hovorili o národných konceptoch rozvoja ekonomiky a kultúry, v ktorých dizajn zohráva podstatnú úlohu.

Súčasný prezident zastrešujúcej organizácie IDA Peter Zec, odborník na komunikáciu a dizajn, vysvetlil motiváciu projektu WDC. Je presvedčený o poslaní mesta ako sociálnej, ekonomickej a kultúrnej štruktúry, ktorá zohráva rozhodujúcu úlohu vo vývoji súčasnej civilizácie. Uvádza sa, že v roku 2050 bude 90 % svetovej populácie žiť v mestských aglomeráciách. Práve preto je potrebné zaoberať sa cestami, ktoré vytvárajú z mesta priestor komplexne uspokojujúci potreby ľudí. „Dizajn a architektúra sú vedúce sily ekonomického a sociálneho rozvoja mesta.“

Špecifickou skúsenosťou bola prednáška arabského architekta Ibrahima Al Jaidaha z Kataru. Varoval pred dizajnom, ktorý nerešpektuje kultúrne tradície krajiny. „V mojej krajine neexistuje politika dizajnu. Mestá ako Dubaj a Doha sú dnes nesmiernymi trhmi pre architektov a dizajnérov a vyžadujú masívne presahy zdrojov... Zároveň však ohromujúce mrakodrapy a budovy, ktoré sa dnes budujú, predstavujú architektúru, ktorá nepočíta s našou kultúrou a tradíciou.“

Vládna politika pri rozvíjaní konceptu dizajnu bola témou Yrjöa Sotamaa. Uviedol, že fínska vláda sa venovala integrácii dizajnu do národného inovačného systému od roku 1999. V posledných piatich rokoch sa uskutočnilo sto interdisciplinárnych projektov pre oblasť vzdelávania, priemyslu a obchodu s miliónovými investíciami. Táto politika dnes prináša svoje výsledky – 25 % fínskeho exportu sa týka produktov, ktorých výsledná podoba vznikla vďaka intenzívnej spolupráci s dizajnérmi.

David Kester, riaditeľ Britskej rady dizajnu, ponúkol heslo – tri kľúčové slová, na ktorých má podľa neho stáť dobrá dizajnová politika: „Uvažuj, urob, sleduj! Uvažuj – lebo kreatívne myslenie je základom dizajnerskej práce, urob – lebo každý dizajnový projekt môže vytvoriť malý posun a veľa malých posunov môže vytvoriť veľký, monitoruj – lebo len tak je možné vopred pochopiť, kde môžu byť skryté chyby, a opraviť ich.“

Moderátor konferencie, súčasný predseda európskej asociácie BEDA Michael Thomson, zhrnul výsledky konferencie slovami: „Potreba vytvoriť národnú politiku dizajnu čo najrýchlejšie je urgentnou požiadavkou pociťovanou v celom svete, od Kataru po Kostariku, od Nového Zélandu po Ďaleký východ. Turín vďaka svojmu titulu Svetové mesto dizajnu poskytol podmienky na medzinárodný dialóg. Je nádej, že spolupráca sa začne ihneď a že inštitucionálne podchytený dizajn sa stane čoraz strategickejšou hodnotou v rozvoji každej krajiny a bude ponúkať udržateľné riešenia reálnych ľudských potrieb.“





International Design Casa, 6. – 13. novembra 2008

Projekt pätnástich krajín ukázal na desiatich výstavách rôznorodosť prístupov k dizajnu. Dizajn je zrozumiteľným kľúčom k interpretácii kultúrnej identity krajiny. Túto podstatnú skúsenosť získal návštevník na rozličných miestach centra mesta v okruhu dvoch kilometrov, čo dávalo šancu obsiahnuť všetky výstavy počas jedného či dvoch dní. Viaceré výstavy boli v historických palácoch alebo menších galériách s výhľadom na pôvabné zákrutia mesta alebo v starej priemyselnej architektúre. Výrazná pečať úspešnej hospodárskej a kultúrnej minulosti mesta, pocitovaná na každom kroku, vytvorila súčasnému dizajnu nezvyčajnú kulisu a zvýraznila jeho mnohotvárnosť, vitalitu a šírku skúseností.

Väčšina z desiatich výstav – napríklad rakúska, francúzska a nórska – zvolila prezentáciu úspešných priemyselných produktov z nedávnych národných súťaží dizajnu. Španielska expozícia si dala za cieľ skôr vysvetliť, prečo je dizajn dôležitý a ako prispeli ocenené dizajnové projekty k zlepšeniu života ľudí.

Možnosť vidieť v krátkom čase viacero výstav s podobným cieľom sa stala podnetom na uvažovanie o tom, ako vystavovať produkty s dobrým dizajnom. Novosť, funkčnosť, estetika je už vlastne samozrejmosťou. Na to, aby vzbudili záujem ako výstavné exponáty, treba viac – ozvláštnenie, tému, ideu... Práve preto najväčší úspech medzi návštevníkmi zaznamenala belgická výstava Design is Dada – svojím pokusom prezentovať sa v duchu dadaistickej koncepcie. Prekvapenie, irónia, humor – to je to, čo divákovi prináša zážitok.

6 Design Casa

Tento názov si zvolilo šesť spolupracujúcich krajín východnej a strednej Európy: Estónsko, Maďarsko, Litva, Lotyšsko, Poľsko a Slovensko, na svoju prezentáciu v rámci International Design Casa. Výstava sa konala v malej galérii Artintown v centre mesta. Generálnou kurátorkou a autorkou myšlienky projektu bola Judit Várhelyi, riaditeľka Maďarskej rady dizajnu, členka výboru ICSID. Idea vychádzala z možnosti priestoru malej galérie a počtu krajín, ktoré tu chceli prezentovať nielen dizajn, ale aj širší pohľad na kultúru svojej krajiny. Výsledkom bol napokon experiment – kombinácia plošnej grafickej prezentácie dizajnu s výberom jedného interiérového prvku z každej krajiny. Riešenie poskytlo priestor aj na premietanie krátkych animovaných filmov. Akciu dokumentoval katalóg, ktorého gestom aj vydavateľom bolo Slovenské centrum dizajnu. Projekt 6 Design Casa bol v porovnaní s inými výstavami špecifický. Jeho aktéri sa vyhli prezentácii vo forme „zbierka dizajnu“, čo by v meste preplnenom výborným dizajnom mohlo byť „nosením dreva do lesa“, ale stavili na odlišnosť. Túto koncepciu ocenili aj návštevníci najmä počas Noci dizajnu 12. novembra, keď cez sklenené steny galérie prilákali pohyblivé obrázky animácií do galérie množstvo ľudí. Veľmi dobré ohlasy účastníkov medzinárodného kongresu a bohatá návštevnosť bežných Turínčanov a napokon aj rozobrané katalógy a publikácie potvrdili, že to bola dobrá myšlienka. #



Enzo Mari

Pri príležitosti World Design Capital 2008 pripravila Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea v Turíne autorskú výstavu jednej z najvplyvnejších osobností talianskeho dizajnu Enza Mariho.

Expozícia zahŕňa chronologicky radený komplexný výber okolo 250 diel, ktoré autor vytvoril počas obdobia približne 55 rokov svojej tvorivej činnosti.



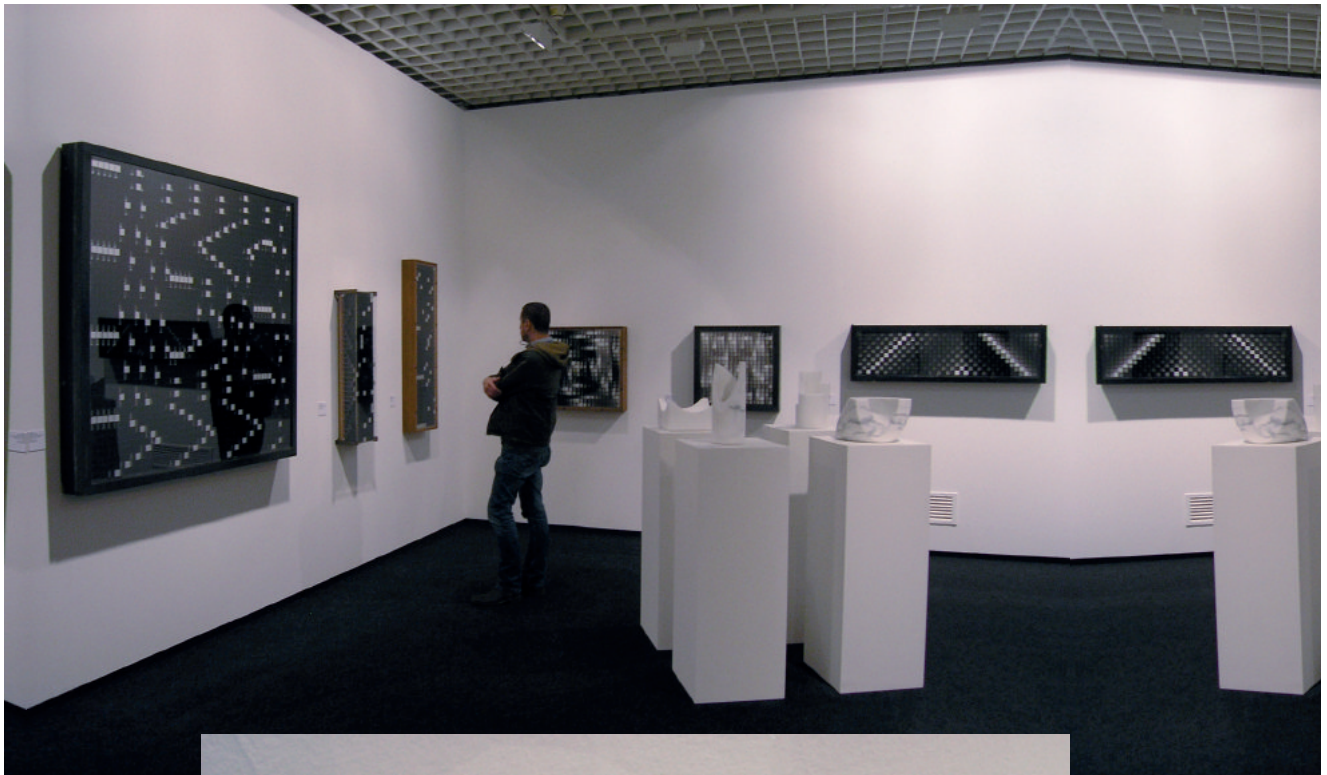
- † Atollo, vákuovo formované PVC, 1965.
- Pohľad do inštalácie.
- Citera, kombinácia dreva a kovu, 1960.

Enzo Mari (1932) svoju tvorbu chápe v dvoch odlišných polohách. Jednou sú diela vytvorené ako reakcia na potrebu štúdia formy, alebo vznikali ako protest proti realite života. Druhá predstavujú diela reagujúce na požiadavky priemyselných podnikov, s ktorými spolupracoval. Obe tieto línie sa na výstave prelínajú (autor ich v popise rozlišuje piktogramom slnka alebo mesiaca).

Najranejšie diela zachytávajú obdobie, keď sa venoval programovanému a kinetickému umeniu. Predstavujú ich predovšetkým objekty s názvom Štruktúra, doplnené príslušným poradovým číslom. Jeho matematicky odvodené 3-dimenzionálne diela majú blízko k architektonickým formám a ich vizuálny účinok je najlepšie vnímateľný pri pohybe okolo nich.

Enzo Mari sa vo svojich začiatkoch venoval oveľa viac grafickému dizajnu a voľnej tvorbe (a súbežne sa im venuje dodnes), až neskôr sa presadil aj ako dizajnér produktov. Je autorom dizajnu mnohých výrobkov, ktoré sa významne podieľali na utváraní histórie dizajnu.

Jednou z charakteristík Mariho diela je neustály výskum nových foriem a významu, často oponuje tradičným trendom v industriálnom dizajne. Mariho dielo sa vymyká akejkoľvek bežnej definícii, jeho prístup by sa dal označiť skôr ako kritické morálne čítanie dizajnu.





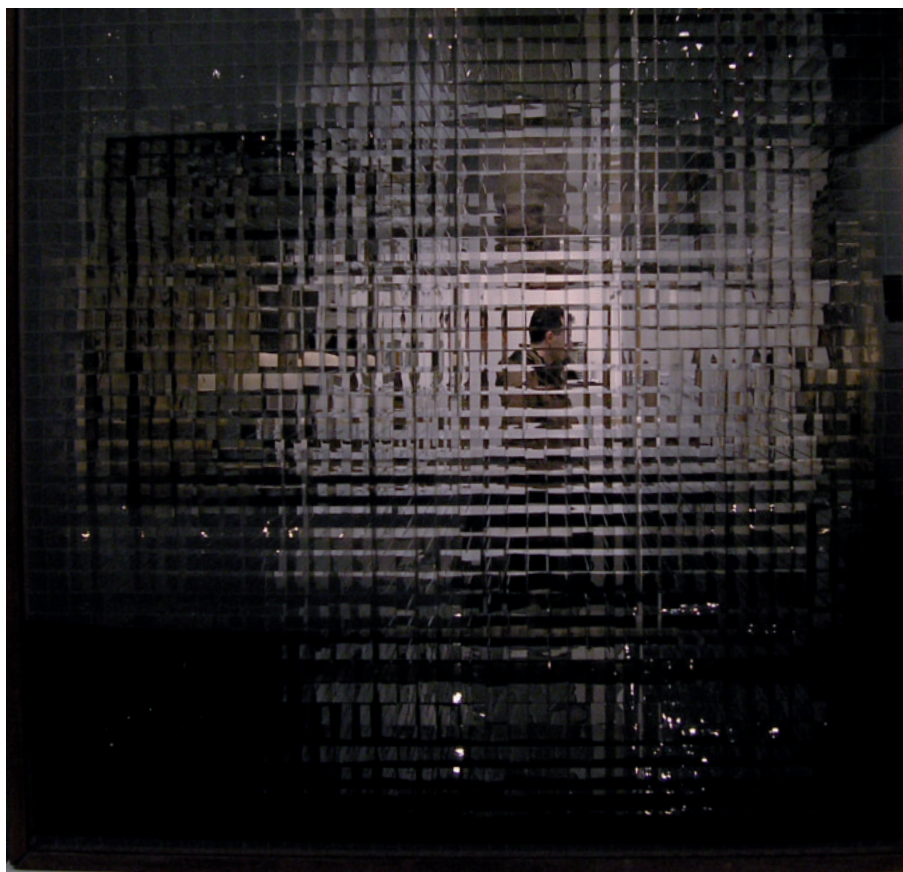
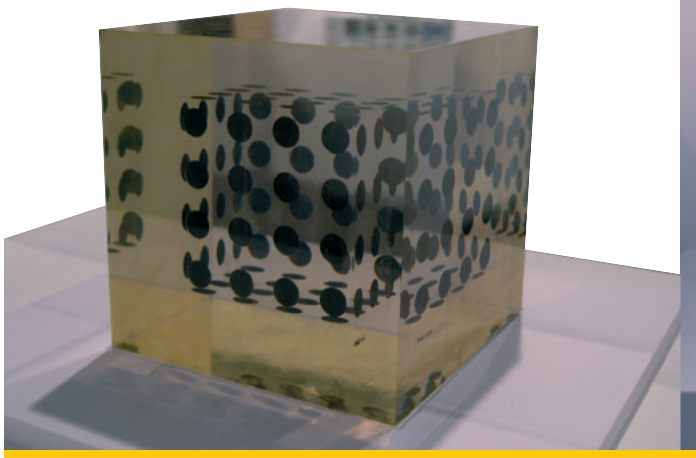
Ešte aj dnes, keď navrhuje nový produkt, prvoradá je pre neho hľadanie esencie objektu. Verí, že kvalita formy sa ukáže bez ohľadu na banálnu logiku, ktorá sa skrýva za technikou a požiadavkami trhu, a v súčasnosti je navyše ovplyvnená prudkou zmenou väzieb medzi výrobou, metódami a aktuálnym štýlom.

„Kvalita dizajnu spočíva v dialógu predpokladajúcim rovnakú mieru zanietenia tvorcu a podnikateľa.“

Mari je unikátnym príkladom konštruktívnej kritiky v systéme sveta dizajnu. Stal sa protagonistom diskusie dizajnerskej profesie prostredníctvom textov, výstredných a provokatívnych diel, ale aj špecifického produktového dizajnu. Spolupracoval s viacerými prestížnymi talianskymi aj svetovými spoločnosťami (Danese, Alessi, Zani and Zani a ďalšie).

➤ Grande Cubo, zo série živcových ťažidiel, 1959 – 1963.

⚡ Struttura 744, aluminium, mosadz, oceľ, 1964.





Ďalšími z jeho nespočetných aktivít je pedagogická a výstavná činnosť. Pripravil dlhodobé projekty pre menšie remeselné založené manufaktúry, čo malo napomôcť vývoju nových produktov, odvíjajúcich sa od tradičnej techniky. Enzo Mari vždy venoval náležitú pozornosť niekedy opovrhovaným mechanizmom trhu a produkcie, ktorú predstavuje najmä remeslo znovuzrodené v odlišnej forme. Dnes si myslí, že to, čo je obsiahnuté v remeselnej zručnosti, môže zmeniť svet. #

↑ Pohľad do inštalácie.

↙ Berlín. Porcelánový servis, 1995 a varianty váz pre kráľovskú porcelánovú manufaktúru, 1994.

K výstave bol vydaný katalóg s názvom *Enzo Mari: Umenie dizajnu*. Recenziu knihy vám prinesieme v nasledujúcom čísle. Publikáciu môžete nájsť v knižnici SCD.





Dream



Dream – Autá budúcnosti od roku 1950 je názov ďalšej z radu výnimočných výstav, ktorá sa venuje produkcii a koncepcii vozidiel vytvorených automobilovými spoločnosťami, karosármi a nezávislými štúdiami z regiónu Turína (historického centra výroby automobilov, dizajnu a talianskeho štýlu).





Dream – jedna z najimpozantnejších udalostí turínskeho World Design Capital 2008 – je prechádzkou takmer 60-ročným vývojom automobilového priemyslu a ukážkou kreatívneho prístupu v štylistickej inovácii dizajnu naplňajúceho sny nepochybne každého užívateľa. Táto lahôdka pre milovníkov rýchlych a krásnych áut bola inštalovaná (19. 9. – 23. 11. 2008) v budove Giovanni Agnelli's Pavilion (architekt Pier Luigi Nervi). Podľa organizátorov je výstava okrem iného venovaná pamiatke legendárneho dizajnéra automobilov Andreu Pininfarinioho, ktorý vytvoril niekoľko slávnych športových dizajnov áut pre Ferrari a Maserati. V expozícii sa dalo napočítať 54 skutočných realizácií a stoviek konceptov, zahrňujúc modely, skice, kresby, videoprezentácie rôznych futuristických projektov, ilustrujúcich neustálu premenu vkusu, estetické a technické parametre.

V historickej časti nechýbal elegantný Fiat V8 športový sedan s karosériou z laminátu (dizajn Fabio Rapi, 1952) či aerodynamicky tvarovaná Ghia Gilda Streamline X Coupe s futuristickým vzhľadom (Giovanni Savonuzzi, 1955) odkazujúca na raketový vek amerického dizajnu, ktorú autor pomenoval na počesť americkej herečky Rity Hayworthovej. Šesťdesiate roky ilustruje napríklad aj prvé auto dizajnované špeciálne pre ženy Fiat 850 Vanessa (Giugiaro, 1966) s mnohými technickými vylepšeniami: zadné okno sa otvára ako krídlo čajky, aby uľahčilo odkladanie menšej batožiny, sedadlo šoféra sa otáča a pohodlnejšie sa z neho vystupuje, sklápaťelné zadné sedadlo sa môže zmeniť na miesto pre dve deti.

Spomedzi rozmanitých tém sa jedna z nich špeciálne venuje aerodynamickému výskumu, ktorý zaviedol v 50. rokoch minulého storočia Alberto Morelli na Polytechnickom inštitúte v Turíne a ďalej sa vyvíjal pod značkou Pininfarina, čo viedlo ku skonštruovaniu prvého veterného tunela v Grugliasco (1972). Pozornosť, akú konštruktéri kladli na penetráciu atmosféry telom automobilu a následné úpravy tvaru vozidla, priniesla výrazné zmenšenie spotreby paliva.

Priam ikony prehliadky zosobňujú: Pininfarina Modulo (1970), nízko posadený prototyp v tvare klinu, ktorý takmer lípne ku vozovke, majstrovsky dizajnované Alfa Romeo Carabo (Marcello Gandini, 1968), futuristická Lancia Stratos Zero (Bertone, 1970) či super auto Manta (ItalDesign Giugiaro, 1968) so sedadlom vodiča uprostred, ale aj najmodernejšie koncepty Maserati Birdcage.

V závere 70. rokov sa Turín stal miestom zrodu ďalšej inovácie v dizajne automobilov. Ako vidno pri Megagamme (ItalDesign Giugiaro, 1978), výška i vnútorný priestor sa podstatne zväčšili a na svete bol prvý minivan. Dostatok priestoru bol synonymom pre pohodlie a pochopiteľne zaujal mnohých zákazníkov, v protiváhe k tomu však existoval i koncept miniaturizácie zhmotnený v mikroautách (Lem, 1973). Redukovaním veľkosti i spotreby sa tak malo predchádzať problémom s prehustenou dopravou v mestách a narastajúcemu znečisťovaniu prostredia.

Turínsky sen konceptov blízkej budúcnosti predovšetkým predstavuje program výskumu revolučných „čistých“ technológií hybridných a elektrických systémov či využitia hydrogéennej sily ako ekologického riešenia využitia alternatívnych zdrojov. Po marcovej premiére v Ženeve sa i tu zviditeľnili koncepty Pininfarina Sintesi (v spolupráci s Nuvera's Quadrivium drive), Quaranta (ItalDesign Giugiaro s Toyota Hybrid Synergy drive) a Hidra (Fioravanti). Výstava Dream bola jednoznačne neopakovateľným zážitkom nielen pre ctiteľov krásnych áut, ale aj obdivovateľov vynikajúceho talianskeho dizajnu. #

↔ Pohľad do expozície.



BIO 21 v L'ubl'ane

bio.21

Od konca októbra do začiatku novembra 2008 sa v slovinskej L'ubl'ane konal 21. ročník Medzinárodného bienále priemyselného dizajnu pod názvom BIO 21.

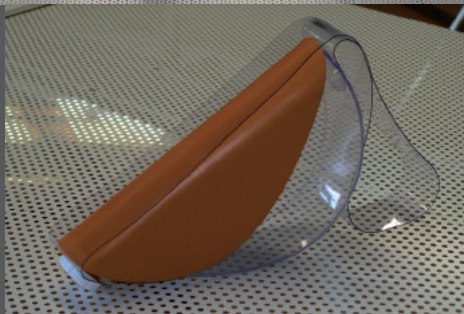
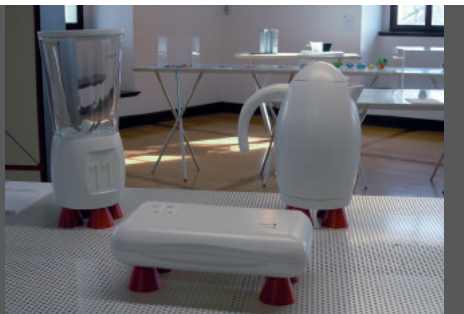
BIO je so svojou 44-ročnou tradíciou jedným z mála medzinárodných výstavných podujatí, ktoré každé dva roky prezentuje najlepšie produkty a prototypy z oblasti priemyselného dizajnu, vizuálnej komunikácie a dizajnových konceptov z celého sveta.

Je podporované najväčšími medzinárodnými dizajnerskými asociáciami – ICSID, ICOGRADA a BEDA, čo zaručuje prestíž podujatia.

V tomto roku prejavilo záujem o účasť na podujatí 29 krajín sveta, ktoré zaslali 421 prác. Všetky práce boli posudzované výberovou porotou, ktorá z nich nominovala na tohtoročnú medzinárodnú prehliadku len 126 z 18 krajín: Rakúsko, Belgicko, Brazília, Chorvátsko, Česká republika, Nemecko, Maďarsko, Irán, Taliansko, Japonsko, Macedónia, Portugalsko, Slovensko, Slovinsko, Švédsko, Turecko, Anglicko a USA.

Garantom expozície slovenského dizajnu na BIO je už pravidelne Slovenské centrum dizajnu. V tomto roku nominovalo kolekciu 14 dizaj-

nerských prác, z ktorých prísny kritériám medzinárodnej výberovej poroty vyhovelo len 7, z toho 2 produkty a 5 študentských návrhov. Z vyrábaných priemyselných produktov zaujala kolekcia drevených stavebníc Veva od výrobcu Veva product, Huncovce a autorov dizajnu Tíbora Uhrína, Jozefa Kurilu a Petra Juščáka, a sklenné misky Sunny day dizajnéra Patrika Illa a výrobcu Rona, a. s. Lednické Rovne. Obidva tieto výrobky boli úspešné aj v súťaži Národná cena za dizajn 2007, kde získali uznanie. Zo študentských prác zaujali 3 dizajnerské návrhy z VŠVU: Cestovný odev od Pavly Tobkovej, Apollo 11



Lanovka na Lublanský hrad, ktorá je spoločným dielom slovinských dizajnérov Miha Kerina a Majdy Kegar a švajčiarskeho výrobcu Garaventa AG a spol. Víťazný produkt je už v prevádzke, spája centrum mesta s významnou mestskou pamiatkou. Jeho hlavnou devízou nie je ani tak dokonalý dizajn alebo prevratné technické riešenie, ale skôr prínos pre turistický ruch.

Výberová výstava BIO 21 bola inštalovaná na ploche cca 1 000 m² vo výstavných priestoroch zámku Fužine, ktorý je sídlom Architektonického múzea a sekretariátu BIO. V porovnaní s predchádzajúcim ročníkom bolo zastúpených výrazne menej exponátov, čo bolo zámerom organizátorov. Pri výbere bola uprednostňovaná kvalita inovácie pred kvantitou, čo sa prejavilo v minimalistickej a prehľadnej inštalácii výstavy. Tento prístup dal možnosť vybraným prácam vyniknúť, aj keď veľkorysý a pomerne rozľahlý výstavný priestor zámku Fužine by mohli poskytnúť miesto aj viacerým exponátom.

Okrem hlavnej prehliadky pripravili organizátori bohatý sprievodný program od komentovaných prehliadok cez workshopy a tvorivé dielne za účasti dizajnérov a víťazov BIO, ktoré prebiehali počas celého trvania bienále. K týmto podujatiam patrili aj výstavy svetoznámych dizajnérov ako Verner Panthon a Ettore Sottsass. Samostatná výstava bola venovaná slovinskému dizajnu a dizajnu keramiky a porcelánu 19. – 20. storočia.

BIO 21 a sprievodné podujatia prilákali 9 963 návštevníkov prevažne z radov univerzitných študentov, žiakov, expertov zo Slovinska i zahraničia, ale i obdivovateľov dizajnu. Lublana na celý mesiac ožila dizajnom a ihneď po zatvorení brán BIO 21 začali organizátori s prípravou budúceho ročníka, dokonca avizovali už aj zámer podujatia a niektoré sprievodné akcie.

– kuchynské spotrebiče od Veroniky Szabóovej a HI-FI súprava navrhnutá Štefanom Noskom. Ďalšie študentské návrhy boli z STU Bratislava: Kvapka – nádoba, dizajn Denisa Tóthová a z TU Košice: stavebnica Bupen, dizajn Lenka Kaslová.

Tohtoročné bienále priemyselného dizajnu bolo otvorené 2. októbra 2008 v Architektonickom múzeu v Lublane. V rámci otváracieho ceremoniálu boli na základe rozhodnutia medzinárodnej poroty udelené významné ocenenia – Zlatá medaila BIO, Cena BIO za dobrý dizajn a BIO uznania. Hlavnú cenu – Zlatú medailu BIO získala v tomto roku

Organizátori vydali k podujatiu plnofarebný dvojazyčný slovinsko-anglický katalóg, ktorý obsahuje informácie o vystavených prácach, autoroch – dizajnéroch, porotcoch a výrobcach. #

- † Apollo 11, kuchynské spotrebiče, dizajn Veronika Szabóová, VŠVU Bratislava.
- †† Stavebnica Bupen, dizajn Lenka Kaslová, TU Košice.
- ††† HI-FI Worm Hole, dizajn Štefan Nosko, VŠVU Bratislava.
- †††† Kvapka, nádoba na vodu, dizajn Denisa Tóthová, VŠVU Bratislava.





Martin Hrča

Vítazom druhého ročníka Brilliance Fashion Talent 2008, súťaže o najtalentovanejšieho módného návrhára, sa stal Martin Hrča, študent 3. ročníka ateliéru odevného dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave. I napriek svojmu relatívne mladému veku sa prezentuje vycibreným vkusom a jasným estetickým názorom.





Sféra módy sa spája prevažne so ženskými líniami, a práve preto patria medzi najznámejších návrhárov muži. Spomínaš si, kedy a prečo ťa začal zaujímať svet odevov a módy?

» Začalo to úplne štandardne bábikami a postríhanými záclonami ešte v škôlke, keď namiesto drakov a áut u mňa vyhrávali princezné. Išlo to zo mňa samo, niektoré veci sa asi nedajú príliš vysvetľovať. Fascinácia textíliou sa prejavovala podvedome. Pamätám si, že ako dieťa som sa hrával tak, že som si štipcami na seba aranžoval deku, alebo som spával prikrytý šatami mojej mamy... asi je to úchylka, ale to boli prvotné prejavy. Reálne to vo mne vybuchlo, keď som videl prvýkrát haute couture prehliadku, z toho šoku som dve noci nespal vôbec. Vtedy som si priznal, že teda handra bude asi to, čím sa budem v živote zaoberať.

Čím ťa ženská móda tak fascinuje? » Fascinuje ma na nej skutočnosť, že žena prostredníctvom nej získava úžasnú moc, že móda klame a zároveň veľmi veľa prezrádza. Keď zo zakomplexovanej myšky vie urobiť sebavedomú osobnosť, z krásneho človeka môže spraviť atrapu nevku-su, z outsidera dokáže urobiť príslušníka komunity a zároveň z davu vytiahnuť jedinečného jedinca. Je čarovná... a zo mňa robí kúzelníka.

Vystudoval si propagačné výtvarníctvo a momentálne navštevuješ ateliér Odevného dizajnu na VŠVU. Vnímaš ich ako relatívne blízke odbory? » Nemyslím si, že k sebe majú príliš blízko, prechod od jedného k druhému mi trval pomerne dlho. V móde a v reklame platia úplne iné pravidlá. V mojom prípade to bola prospešná kombinácia. Aspoň ja to tak vnímam, pretože tvorivý proces ako taký je v oboch odboroch pomerne odlišný. Mne propagačné výtvarníctvo otvorilo obzory najmä v rámci vnímania priestoru, tvorby objemov a samozrejme smerom k špecifickým materiálom, ku ktorým by som sa iba pri odeve nikdy nedostal. Myslím si, že ako predstupeň konštruovania textilnej „skulptúry“ to bolo prospešné. Odev je veľmi špecifický a náročný v rámci krajčírskych techník, preto v tomto smere majú určite náskok absolventi stredných odevných škôl. Pokiaľ ide o zručnosti, no v rámci tvorivosti máme my „netextiláci“ širší obzor.

Ako sa na tvojej tvorbe podpísal prístup pedagógov a čo od ďalšieho štúdia očakávaš? » Pedagógov bolo veľa, každý ma nejakovo ovplyvnil, no len pár z nich sa na mne podpísalo skutočne výrazne. Niektorí ľudskosťou, iní osobnostne, no a niektorí po odbornej stránke. A našťastie sa našla aj ideálna kombinácia všetkých elementov. Ich vplyv je u mňa zreteľný, človek sa vyvíja sám vnútorne, no bez okresávania zvonku by to nešlo. Teraz všetko ide príliš rýchlo a jednoducho asi nie je čas na to, aby som na veci prichádzal len sám. Stretávanie názorov a postojov je zvlášť v umení nevyhnutné. Očakávaná? Prechod od kvantít k kvalite, konfrontácia so zahraničím, viac a náročnejšie projekty.

Máš aj medzi svetovými módnymi návrhármi nejaké vzory? » Samozrejme. Hlboká poklona pred menami ako Nicolas Ghesquière, Viktor & Rolf či Christopher Bailey. Našli by sa určite aj ďalší.

Azda najväčším úspechom v tvojej doterajšej kariére módného návrhára je triumf v súťaži Brilliance Fashion Talent 2008. Aký má pre teba význam? » Veľmi pozitívny. Štandardné kliše, no skutočne si to veľmi vážim, je to pre mňa impulzom a záväzkom zároveň. Prišlo to práve v období, keď som rozmýšľal nad tým, či to má vôbec celé zmysel... tvoriť, no a ukázalo sa, že asi má. Reakcie ľudí boli úžasné, rád priznávam, že len pozitívne. O to viac ma teší, že moju tvorbu ocenili odborníci aj laická verejnosť, to sa málokedy podarí. Bol to pre mňa veľmi vhodný kopanec.

Inšpirovalo ťa pri návrhoch na tému Desatkarátová vášeň niečo alebo niekto konkrétne? » Impulzov bolo viac, u mňa je to vždy dlhodobější proces, kým si pospájam všetko, čo chcem do návrhu vložiť. Inšpiráciou bolo ženstvo, fenomén vášne, no dlho som sa v tom nevedel zorientovať. Potom mi napadla otázka, čo je vášňou súčasnosť? Existujú ešte ženy, ktoré si vážia samy seba a muži, ktorí by to ocenili? Je vášň niečo, čo sa dá ukázať, alebo je to len niečo, čo vzniká ako reakcia na určitý podnet? A prišiel som na to, že vášň je reakcia, že vzniká v hlave a že ak chcem vyvolať vášň, musím dať priestor fantázii a uplatniť prvok nedopovedanosti, tajomnosti. Že to ženstvo musím schovať, aby mohlo byť nájdené...





Vyjadruje víťazná kolekcia s názvom AURORA tvoj osobný pohľad na súčasnú ženu? »

Samozrejme! Ženu vnímam ako celok, nielen ako telo, ktoré mám pekne zabaliť. Celkovo fenomén krásy je dnes nastavený len na krásu, štíhlosť a mladosť, na prchavé trendy a „nič nezaručujúce značky“. No tak to vôbec nemusí byť. Krása ženy je podľa mňa v energii a akosi nedefinovateľnom svetle, ktoré vie okolo seba šíriť. Odev je najkontaktnjšou formou umenia, pretože si ho pripúšťate až „na kožu“ a zasahuje vaše najintímnejšie partie. Práve preto by mal mať odev aj veľmi silnú výpovednú hodnotu. A na to som tu ja, aby som vedel prostredníctvom odevu vyjadriť podstatu nositeľa.

Spomenul si, že takmer celú kolekciu si ušil vlastnoručne. Je v súčasnosti ťažké získať potrebnú prax, prípadne šikovných pomocníkov? » Nášť si tím ľudí, čo fungujú na rovnakej vlnovej dĺžke, je nesmierne náročné, keďže dnes už môže byť ktokoľvek čímkoľvek a odbornosť je veľmi relatívny pojem. Je to ako s tou ihlou v kope sena... ale myslím, že podobné je to aj v iných odboroch. ~ A prax? Keď sa chceme rozprávať o profesionálnom svete, u nás je to len také hranie sa na niečo, treba jednoducho vypadnúť za hranice. Zase klišé. No človek sa musí vyrovnáť s tým, čo má k dispozícii. Ja som sa napríklad najviac priučil odkukávaním od starších spolužiakov. Aj intenzívne, predprieskumové obdobie má svoje čaro. No a potom súťaže, tie dávajú možnosť skúsiť si to v reálnej konfrontácii.

Ďalším krokom bude vytvorenie kolekcie pre značku Lifeline, máš už predstavu, akým smerom sa necháš uniesť? » Uvidíme, aký priestor dostanem od nich, táto značka má svoj typ zákazníkov, či už z hľadiska veku alebo sociálneho postavenia, a tiež filozofiu, ktorou sa uberá. Takže sa nechám prekvapiť, kam až ma nechajú vyletieť... a či vôbec. No určite to bude verzia veľmi kultivovanej a kultúrnej dámy, bez lacnej dekoratívnosti.

Väčšina módných návrhárov sa usiluje realizovať pod vlastnou značkou. Máš aj ty svoj konkrétny sen, ktorý si chceš v budúcnosti splniť? » Áno, mám. #





† Kolekcia AURORA vytvorená pre súťaž Brilliance Fashion Talent 2008.
^ Kolekcia SAINTS prezentovaná na súťaži Bfashion 2008 v Zlíne.



Made in London

Martina Šošková a Ján Ťupek



Martina Šošková (1978, Žilina) vyštudovala Vysokú školu výtvarných umení, bakalársky stupeň na odbore textilný dizajn, následne ukončila magisterské štúdium v ateliéri odevného dizajnu u Doc. Júlie Sabovej. Už počas štúdia často cestovala do Londýna, kde po jeho ukončení začala spolupracovať s etablovanou dizajnerkou Barbarou Wiggins.



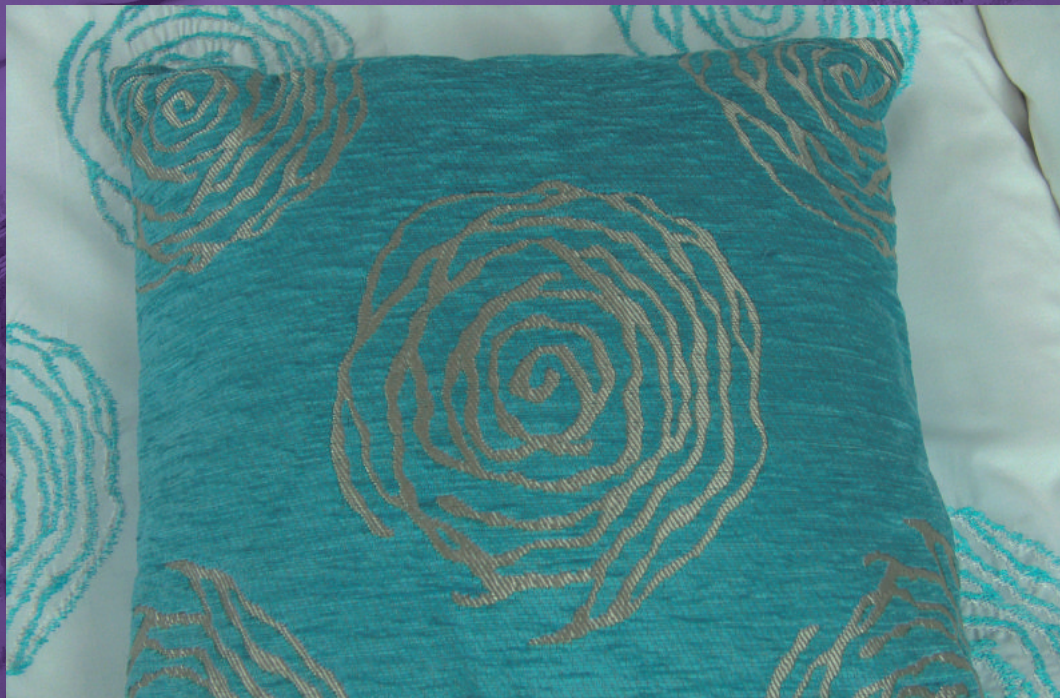
Kedy a prečo si sa rozhodla pre dizajn? »

Vyvinulo sa to akosi prirodzene, stredná škola odevná, potom VŠVU v Bratislave. Dosť výrazne som inklinovala k voľnému umeniu, páčila sa mi sloboda a intenzita komunikácie, ktorú umenie poskytuje, no nakoniec mi doslova učaroval dizajn. Po ukončení školy som sa zoznámila s výrobou vďaka londýnskej dizajnerke Barbare Wiggins. Jej firma je zameraná na produkciu kožených darčkových produktov a odevných doplnkov. Podarilo sa mi zrealizovať zopár úspešných návrhov, ktoré sú dostupné v prestížnych londýnskych obchodných domoch. V rámci mojej súčasnej práce mám možnosť nahliadnuť aj do sveta priemyselného dizajnu.

Mohla by si priblížiť svoje dizajnérske začiatky či dôležité momenty v tvorbe? » Medzi moje prvé aktivity patrila práca na polovičný úväzok v grafickom štúdiu v Bratislave už počas štúdia. Spočívala v navrhovaní rôznych webových stránok – „rýchlo a efektívne“. Popritom som sa venovala aj animovanej tvorbe, tá si však vyžaduje iné zameranie. Začiatky profesie dizajnéra súvisia vždy s možnosťami, aké trh poskytuje. V Londýne som na to šla z iného konca. Pracovala som v obchodnej sieti s dámskou konfekciou. Cesta k profesii dizajnéra sa zdala omnoho zložitejšia ako na Slovensku. V Británii univerzity každoročne vychfília stovky absolventov pripravených na podmienky tunajšieho

trhu. Taktiež sem prichádzajú profesionáli z celej Európy. Po roku práce v *Retail* som sa rozhodla vrátiť domov na Slovensko, ale situácia ma nepresvedčila, tak som sa nakoniec znova vrátila do Londýna a začala spolupracovať so spomínanou Barbarou Wiggins. Navrhovala som grafické potlače pre jej výrobky a niektoré série doplnkov. Zistila som, že dobrý dizajn „predáva“. A tým som mala možnosť otestovať svoje schopnosti na fungujúcom trhu. Pochopila som, že nesmierne dôležitá je aj osobnosť dizajnéra.

Prečo si si vybrala práve Londýn? Čo ťa priťahuje na Londýne? Ako konkrétne mesto či ľudia ovplyvňujú tvoju tvorbu? » Londýn je komunikačným uzlom Európy. Každoročne sa tu organizujú veľtrhy v rôznych odvetviach ako móda a módné doplnky (London Fashion Week, Pure), darčkový tovar (Top Drawer, Pulse) a samozrejme priemyselný dizajn (100 % Design). Vymenovala som len tie, na ktorých sa sama zúčastňujem. Takže z tohto hľadiska ma Londýn nesmierne inšpiruje. Neustále ma fascinujú jeho kontrasty, mnohovýznamovosť, kozmopolitný náboj, dynamika, možnosť výberu. Na to, aby človek skutočne spoznal toto mesto, jeho obyvateľov a život, potrebuje niekoľko rokov. Lenže mňa odrádzajú vzdialenosti medzi miestami, na to sa mi ťažko zvyká aj po niekoľkých rokoch.



Kedže v Londýne pôsobíš už niekoľko rokov, určite sleduješ tamojšiu, prípadne svetovú dizajnérsku scénu. Čo ťa v poslednom čase zaujalo?» Dizajnérsku scénu sledujem buď prostredníctvom svojich známych – dizajnérov, pracovných stretnutí, alebo ako návštevníčka veľtrhov. Na výstave 100 % Design ma oslovil projekt firmy DuPont, ktorý realizovala v spolupráci so štúdiom Holgersen & Llewellyn výhradne pre tento veľtrh. Dupont je známym výrobcom materiálu Corian (podobný plastu), z ktorého štúdio Holgersen & Llewellyn navrhlo interaktívne svietidlá. Dizajnérske štúdio dostalo zákazku, kde hlavným faktorom pri rozhodovaní a tvorbe dizajnu nebol trh či dopyt, ale prezentácia niečoho nového a jedinečného širšej verejnosti. Navrhli masívne svietidlá riadené motormi, ktoré otáčaním reagovali na pohyb ľudí prechádzajúcich pod nimi. Vyzerali ako obrovské kvety. Z ďalších vecí ma zaujala tvorba kanadskej interiérovej dizajnérky Sabiny Hill. Inšpiruje sa umením severoamerických Indiánov. Inšpiratívne prepojenie autentických, takmer folklórnych prvkov (ornamentika) a súčasnej dizajnérskej estetiky (materiály ako orechové drevo a sklo). Jedinečná bola taktiež pôvodnosť a čistota dizajnov firmy Avilon z Japonska, ktorá na festival prišla predstaviť svoju tvorbu. Spolupracuje s mnohými umelcami a venuje sa produkcii výtvarne spracovanej plsti.

Popri práci pre Barbaru Wiggins pôsobíš aj vo firme VSM Software. Zostáva ti čas aj na vlastnú tvorbu?» Pracujem na plný úväzok pre VSM Software, kde sa venujem dizajnu a programovaniu výšiviek. Táto práca mi zaberie väčšinu času, no napriek tomu v súčasnosti pracujem na svojom vlastnom výskume na tému *Autenticita v textilnom dizajne*. Študujem slovenské ľudové výšivky z rôznych oblastí a jednotlivé fragmenty sa usilujem zakomponovať aj do aktuálnej práce. Taktiež sa dlhodobo venujem autorskej plsti.

Tvoje dizajnérske návrhy sú veľmi citlivé, cítiť z nich modernú poetiku. Z čoho čerpáš inšpiráciu?» Je to zmes spomienok z domova, ale aj súčasných podnetov. Greenwich, časť Londýna, kde teraz žijem, je pre mňa nesmierne inšpiratívny. Rada chodievam na rôzne trhy – špecializované na jedlo, starožitnosti, oblečenie či kvety... V Londýne je množstvo galérií a umeleckých škôl, ktoré majú pravidelné výstavy absolventov. Inšpirácia prichádza od všadiaľ. Dôležité je zdefinovať si určitý životný štýl. Snaha pochopiť, spoznať a aktívne sa zapojiť do prostredia, kde žijem, je pre mňa veľmi podnetná.





Pre mnohých dizajnérov je dôležité uchytiť sa v prestížnej firme, ale snom viacerých je založiť si vlastnú. Poznáš možnosti, prípadne podmienky na otvorenie vlastného dizajnérskeho či módného štúdia v Londýne? Uvažuješ o tejto alternatíve aj v rámci Slovenska? »

V Londýne je množstvo umeleckých dielní, kde si remeselníci alebo umelci môžu prenajať dielňu. Sú tu umelecké trhy, kde produkty možno prezentovať a predávať. To je približný model, ako sa dá začať. Existujú granty aj kurzy, ktoré pomáhajú začínajúcim dizajnérom. Sama som bola na istý čas členom London Apparell – organizácie, ktorá zastrešuje začínajúcich módnych dizajnérov a dáva im šancu uplatniť sa na trhu. Poskytuje konzultácie a poradenstvo, prenájom štúdií a rôzne kurzy. Zároveň je to miesto stretnutí. Z pohľadu dizajnéra, ktorý sa uplatnil v Londýne, by som chcela podotknúť, že na Slovensku máme inú výhodu. Existuje tu profesionálne prostredie, ktorému rozumieme a v ktorom sa dá ľahšie orientovať.

Kam smerujú tvoje plány a ciele? » Ideálne by bolo prepojiť obe moje pracovné aktivity – kreatívnu prácu pre Barbaru Wiggins a systematickú, väčšmi technickú v grafickom či módnom štúdiu. A samozrejme – produkciu výrobkov pod vlastným menom či značkou. #

◀ Potlač na notesoch, Vtáčiky, návrh pre Barbaru Wiggins, 2006.

▶ Výšivka pre firmu VSM Software, 2007.



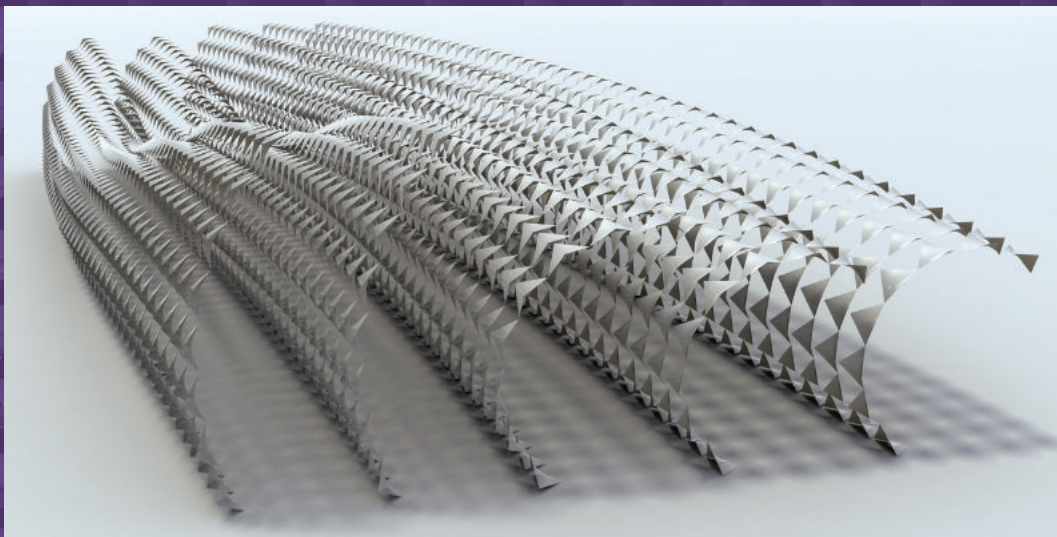
Made in London



Ján Ťupek (1976) pochádza z Ružomberka, študoval na STU v Bratislave a magisterské štúdium ukončil na VŠVU. Zúčastnil sa viacerých stáží (Centre for Environmental Planning and Technology Ahnabad, India, Fakulta architektúry ČVUT Praha) a pracoval v dvoch architektonických štúdiách v New Yorku. Prezentuje sa na domácej i medzinárodnej scéne: *Forma Follows Risk* – SNG Bratislava, 2007; *Young Blood, I'm a Young „Slovak“ Architect!* – Galéria CCEA Praha a Galéria Medium Bratislava, putovná výstava *Wonderland 2004 – 2006*, Bratislava, Praha, Berlín, Amsterdam, Paríž, Benátky a ďalšie mestá. V súčasnosti pracuje v londýnskom architektonickom štúdiu EKA, ako aj na vlastných projektoch v rámci externého doktorandského štúdia.



‡ Balančná štruktúra.



Kedy a prečo si sa rozhodol pre architektúru?

» V poslednom ročníku gymnázia. Rozhodnutie bolo spontánne a prekvapivé aj pre mňa. Cítil som, že architektúra môže byť tým, na čo sa hodím, ale vôbec som netušil, čo zahŕňa. Trvalo dlho, kým som sa s rozhodnutím naplno stotožnil. V prvých ročníkoch štúdia som inklinoval viac k umeleckým disciplinám a pripravoval som sa aj na štúdium sochárstva, neskôr som mal bližšie k matematike a programovaniu. Pokiaľ ide o moje terajšie chápanie architektúry, mám pocit, že je ešte nejednoznačnejšie ako v čase, keď som sa pre ňu rozhodol. Architektúra má neskutočne veľa oblastí pôsobnosti.

Máš za sebou veľa tvorivej práce a úspechov, aké boli tvoje začiatky? » Prvým samostatným architektonickým počínom bola študentská súťaž na turistický prístrešok v Brdárke, ktorú som vyhral spolu s mojou terajšou manželkou. Prístrešok sme pomáhali aj realizovať. Okrem ďalších samostatných projektov som skúsenosti získaval postupne v známych architektonických štúdiách v Ahmedabáde, New Yorku a nakoniec tu v Londýne. Pracoval som na rôznorodých projektoch – od interiérov cez mrakodrapy až po návrhy nových miest na Blízkom východe.

Istý čas si pôsobil vo významných architektonických štúdiách v New Yorku, aktuálne

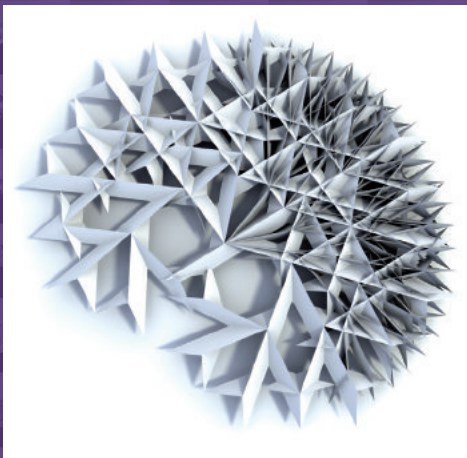
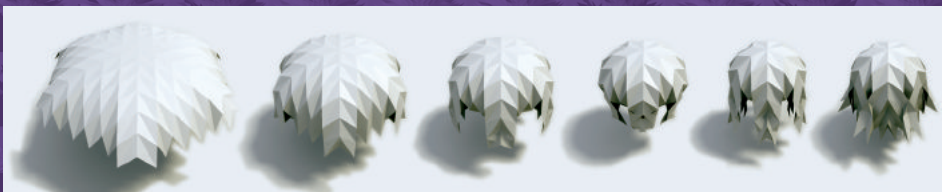
pôsobíš už niekoľko rokov v Londýne. Prečo si sa rozhodol práve pre toto mesto? »

Do Londýna som chcel ísť na postgraduálne štúdium na Architectural Association (AA). Moju prihlášku akceptovali, no školné bolo príliš vysoké, aj keby som dostal nejaké štipendium. Preto som sa rozhodol nástup do školy odložiť a na štúdium skúsiť nasporiť prácou v Londýne. Tento plán sa ukázal ako naivný. Hoci platy tu boli v porovnaní so Slovenskom oveľa vyššie, väčšinu pohltili vysoké životné náklady. AA ma však stále priťahovala, a tak som aj popri práci využíval jej knižnice, chodil na prednášky, spoznával sa s ľuďmi. Minulý rok som dokonca asistoval pri výučbe v jednom z jej štúdií.

Čo ťa priťahuje na Londýne? Ako konkrétne mesto či ľudia ovplyvňujú tvoju tvorbu? »

Rýchlosť, hustota a intenzita. Vlastne o vysokej rýchlosti z pohľadu architektonického procesu sa tu nedá hovoriť. Aspoň taká je moja skúsenosť. Množstvo pracovných stretnutí a veľa práce len kvôli tomu, aby sa niečo prezentovalo. Hustota a intenzita ale platia. Je neuveriteľné, aký je Londýn kompaktný a na akých malých miestach sú poukryvané veľké a zaujímavé veci. Intenzitu vnímam hlavne prostredníctvom množstva možností, ktoré tu človek má. Niekedy je to frustrujúce a treba sa zmieriť s tým, že všetko sa nedá stihnúť.





Určite sleduješ dizajnersku a architektonickú scénu v tvojom okolí, čo ťa v poslednom čase najviac zaujalo? » Z londýnskej či svetovej scény ma zaujíma hlavne dianie okolo „computational designu“ – architektúry tvorenej pomocou algoritmov a parametrických softvérov. Počítač sa stáva spoluautorom, procesy sú síce zadenfinované človekom, no ich výsledok je často prekvapujúci. Zmeny na úrovniach základného tvaru sú takmer okamžite konfrontované s dôsledkami v detailoch. V Londýne takto pracujú niektoré z najväčších firiem. Vytvárajú podštúdiá, kde sa riešenia hľadajú alebo overujú pomocou programov napísaných presne na mieru. Tento trend v navrhovaní je možné vidieť aj na architektonických školách, asi najviac na AA.

Na čom momentálne pracuješ? » Posledný rok som pracoval na plný úväzok na svojej doktorských práci *Animované formy*. Konkrétne na niekoľkých projektoch, ktoré s ňou súvisia. Prvým je webová stránka www.ampula.com, pomocou ktorej by som chcel prácu postupne dokončiť. Stránku budem priebežne aktualizovať a o jej témach diskutovať s ľuďmi zaoberajúcimi sa podobnou problematikou. Stránka je zatiaľ v beta verzii, potrebuje ešte trochu doladovania, ale možno tam vidieť niektoré projekty. Projekt *Digital Folding* – <http://ampula.com/digital-folding> skúma dva spôsoby modelovania priestorovej konštrukcie, ktorú som predtým modeloval z papiera.

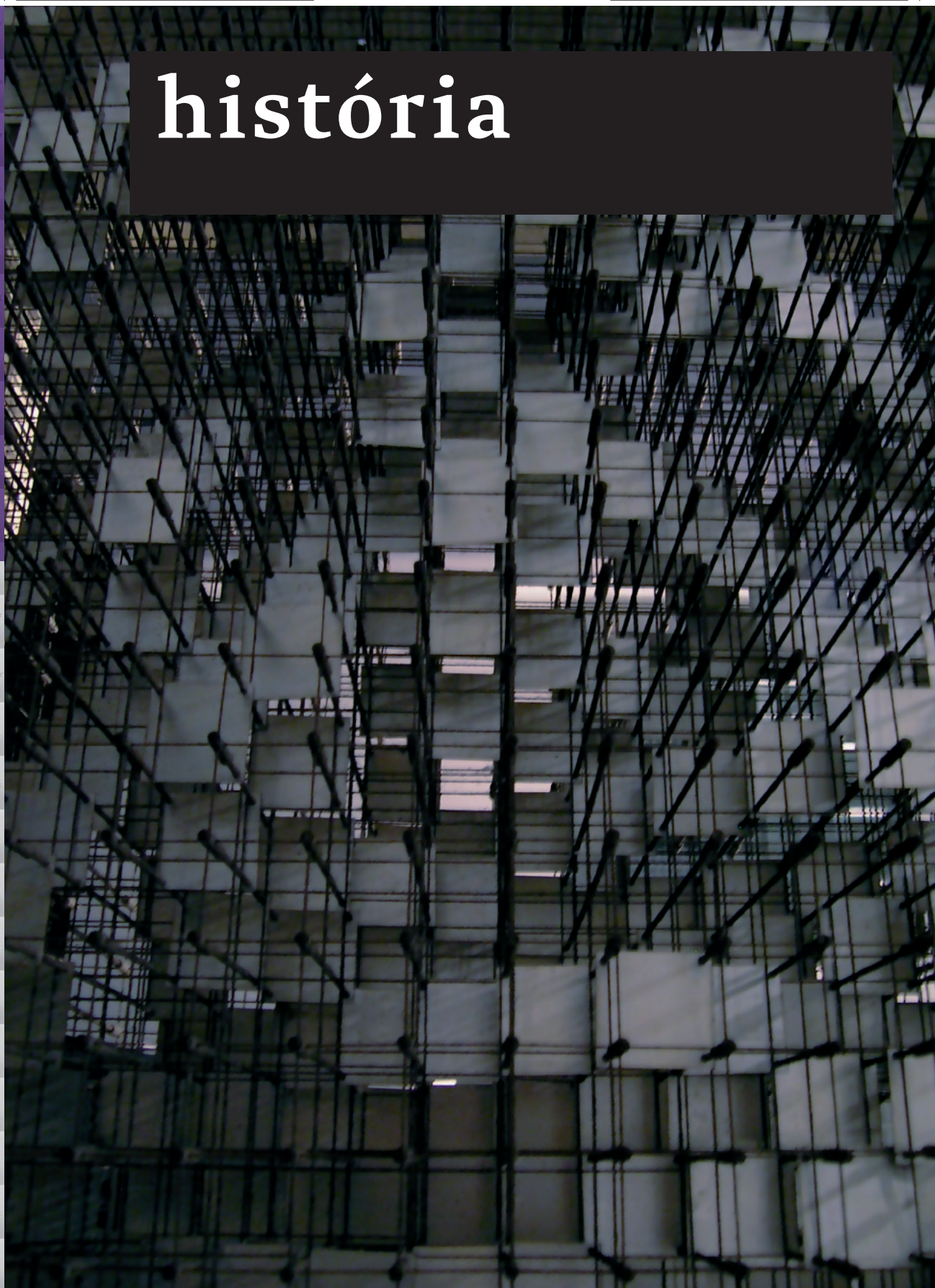
Tvoje architektonické objekty či projekty sú zaujímavé a inovatívne. Z čoho čerpáš inšpiráciu? Cítiť v tvojom tvorivom prístupe Slovensko? » Momentálne najviac čerpám z matematiky, počítačovej vedy a filozofie. Fascinujú ma najmä oblasti, kde sa tieto fenomény prekrývajú alebo dotýkajú. Pokiaľ ide o druhú časť otázky, sú momenty, keď Neslováci reflektujú „slovenskosť“ v niečom z môjho prejavu. Ja o tom ani len netuším, nie je to nič programovo zamerané. Určite tieto reakcie nemôžem považovať za smerodajné, no myslím si, že niečo „slovenské“ je prítomné v našom kreatívnom prístupe k súčasnosti a pretrváva, aj keby sme sa chceli vyhnúť všetkému, čo za slovenské považujeme. #

† Digitálne skladanie.





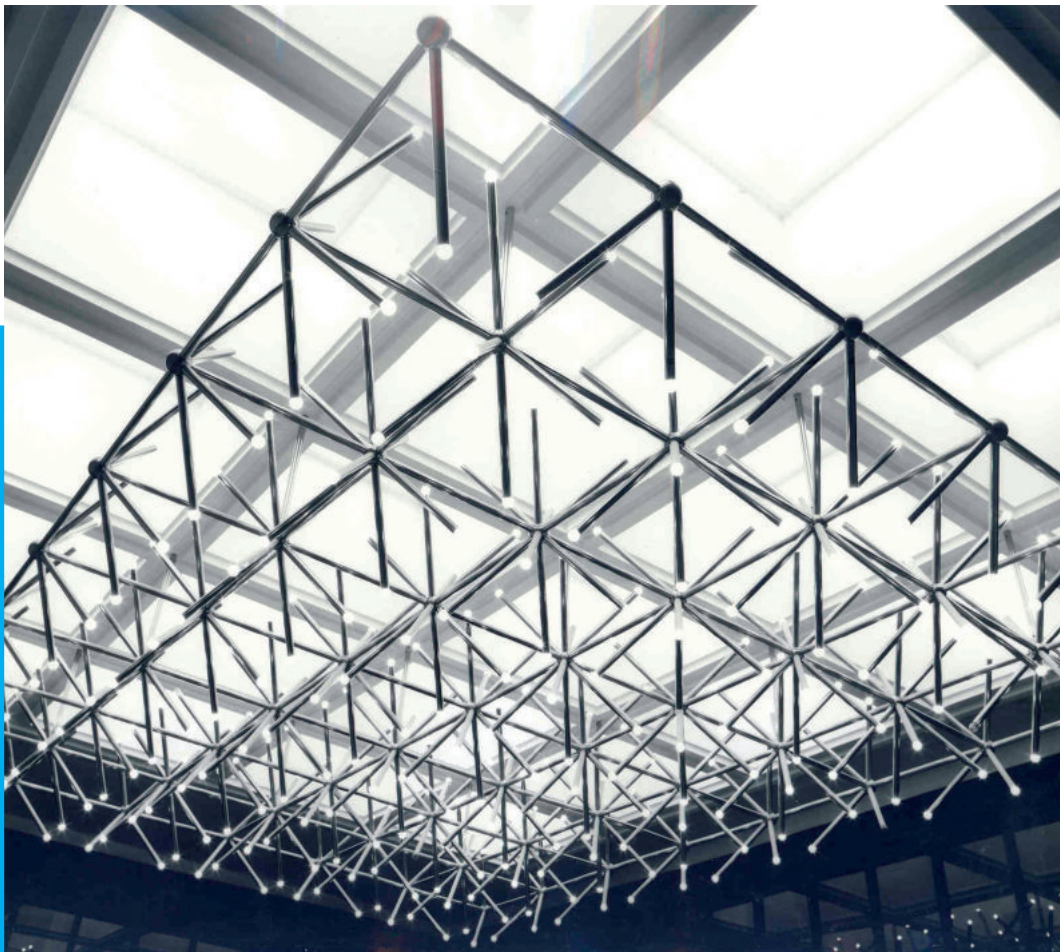
história





Svietidlá Václava Ciglera

Nedávne zničenie svietidiel v kúpeľoch Dudince a súčasná rekonštrukcia Bratislavského hradu sú príležitosťou na ohliadnutie sa za dizajnom svetelných objektov Václava Ciglera.

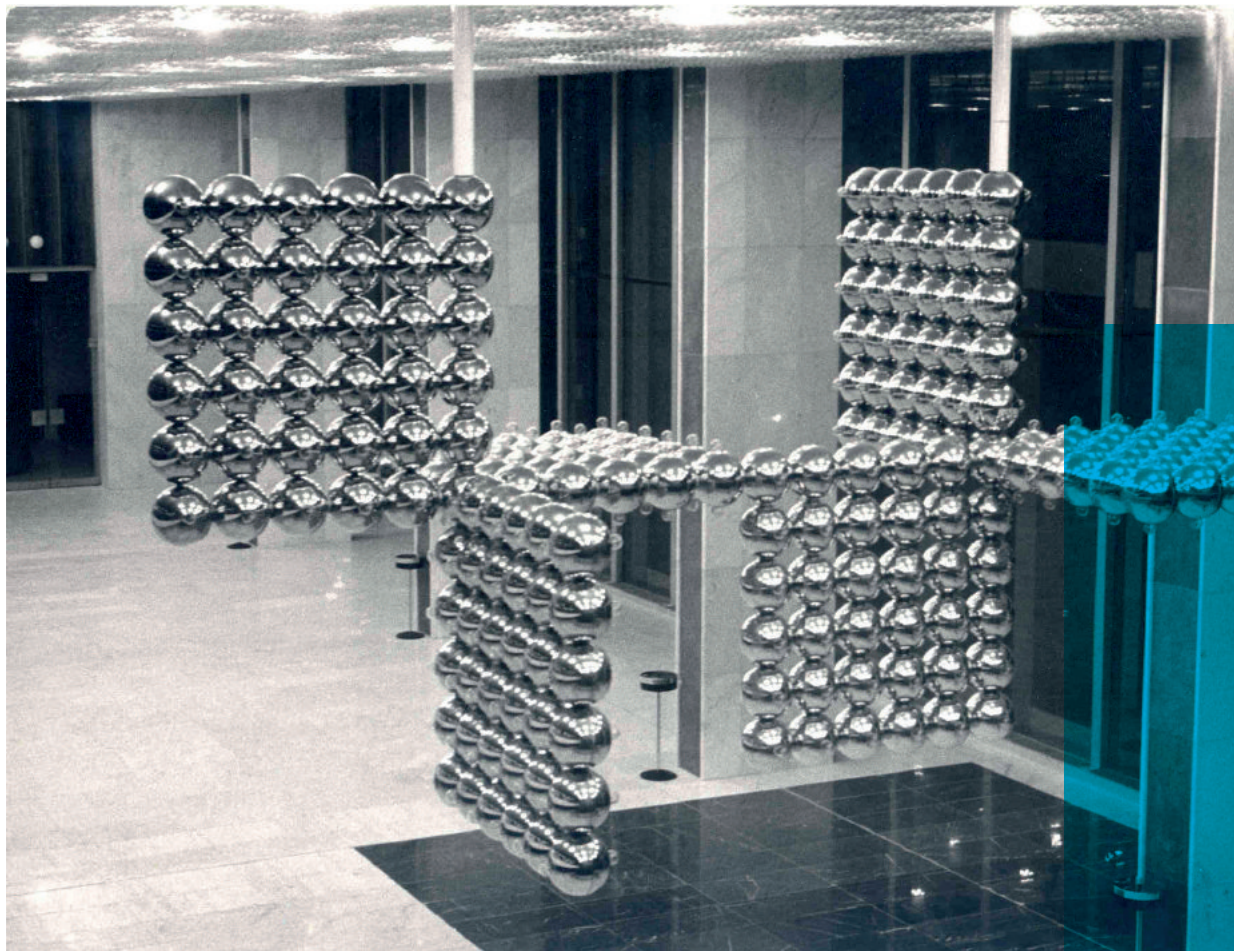


Pri tvorbe interiérov a dotváraní exteriérov sa v 70. a 80. rokoch 20. storočia uplatnili okrem voľných výtvarných diel aj návrhy atypických funkčných prvkov. Svetidlá patrili medzi najvyužívanejšie prostriedky oživenia interiéru a jeho oslobodenia z obmedzení, ktoré prinášala typizácia architektúry a ohrozené možnosti použitia materiálov. Mali potenciál upútať pozornosť diváka, mohli zahľadiť nepriaznivý dojem v priestore bez vlastnej individuality. Svetelné objekty navrhnuté do konkrétneho priestoru dokázali často prekryť nedostatky architektonického rámca, dodať priestoru originalitu, prípadne až luxusný ráz, najmä v prípade svadobných siení nachádzajúcich sa v neinvenčných budovách národných výborov.

↳ Úrad vlády SR, Bratislava, 1979.

Rozmach tvorby originálnych svetidiel nastáva od 70. rokov. Súvisí to s masívnou výstavbou budov občianskej vybavenosti. Zároveň sa do praxe dostávajú prví absolventi oddelenia Sklo v architektúre, ktoré bolo na VŠVU založené v roku 1965. V rámci štúdia v ateliéri riešili študenti aj zadania na tému rôznych architektonických prvkov v interiéri, ale v praxi sa neskôr uplatnili najmä ako návrhári svetelných objektov. V interiéri aj exteriéri bolo svetidlo svojou formou prispôbené špecifickým požiadavkám funkcie architektúry. Niektoré priestory vyžadovali intímnejšie osvetlenie (reštauračné boxy, barový pult, recepcný pult), iné naopak intenzívne, prípadne kombináciu viacerých zdrojov a rôznej intenzity podľa potreby (tanečná sála, spoločenská hala, vstupný vestibul). Svetelný objekt mal často (okrem praktickej funkcie) úlohu výtvarného akcentu priestoru. Autori





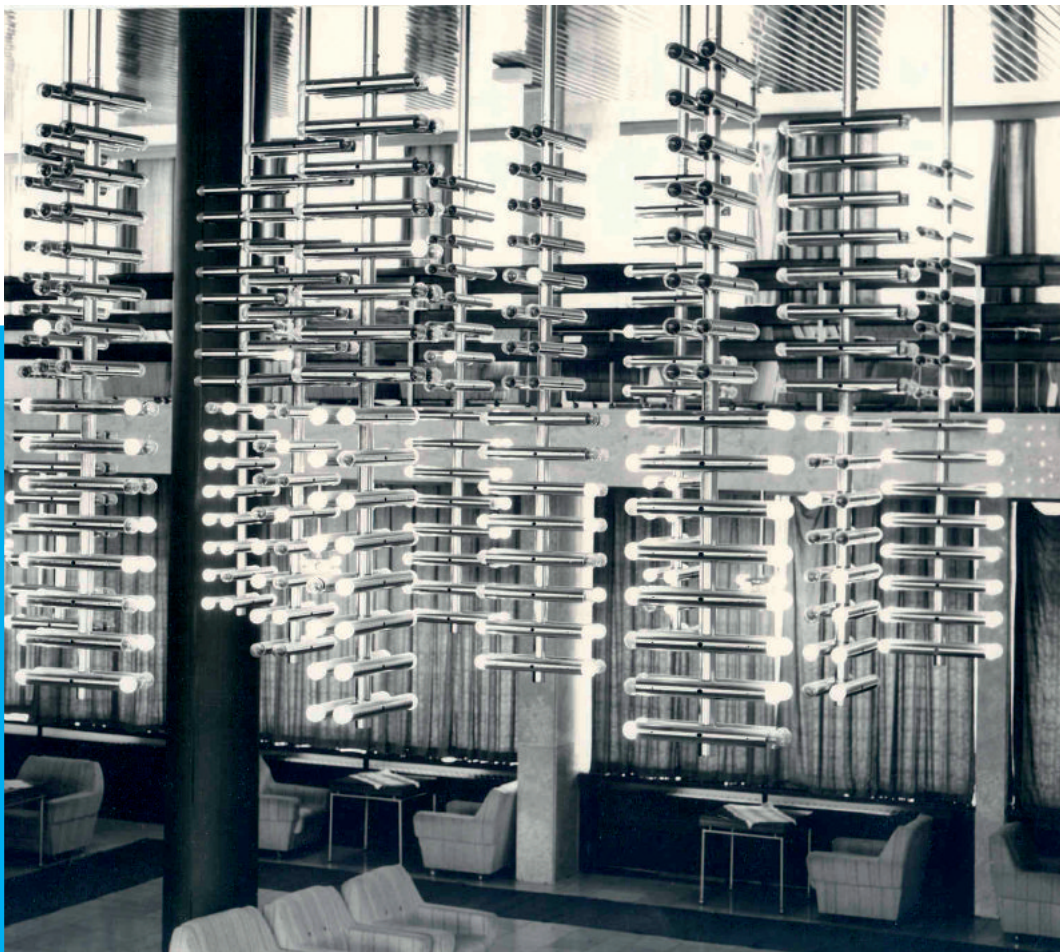
sa usilovali o nápadité tvarovanie i farebnosť. Používali predovšetkým materiály technického charakteru – polotovary: rúrky z nehrdzavejúcej ocele, tabuľové sklo, sklenené trubice.¹ Využívali sa holé žiarovky, zakomponované do formy svietidla. Celkovo je pre dizajn svetidiel sklárskych výtvarníkov, ale aj architektov charakteristické technicistické tvaroslovie a strohý výraz. Tvarovanie ide niekedy na úkor funkčnosti – prvoradá je skôr celková kompozícia svetelného objektu, jeho forma, expresivita, výtvarné pôsobenie celku, ako samotné osvetľovanie priestoru.²

◀ Dom ROH, Banská Bystrica, 1979.

▶ Liečebný dom Smaragd, Dudince, 1977.

Václav Cigler je autorom svetidiel pre niekoľko významných reprezentatívnych priestorov na Slovensku. Rovnako ako vo voľnej tvorbe, používal aj pri návrhoch svetidiel minimalistický výtvarný jazyk. Hlavným materiálom je rúrka z nehrdzavejúcej ocele, ktorá je nosičom pre holú žiarovku, priznanú ako výtvarný a formálny výstavbový prvok. Rúrky z nehrdzavejúcej ocele boli rezané na segmenty, paralelne spájané do zväzkov, dynamicky križené v ortogonálnych a diagonálnych vzťahoch. Tvorili elegantné línie zavesené pod hladinou stropu, alebo naopak zložené z opakujúcich sa modulov. Samotná žiarovka bola niekedy základným prvkom tvoriacim koberec alebo geometrický útvar množením. Svetelné telesá boli prispôbené konkrétnemu interiéru rozložením v priestore a tvarovaním, pričom intenzita osvetlenia vyplývala z funkcie priestoru.





Medzi najvýznamnejšie realizácie V. Ciglera patria osvetlenie pre Slovenské národné divadlo v Bratislave (1972), Bratislavský hrad (1973 – 1979), Úrad vlády (1979), VŠMU (1975) a svietidlá pre kúpeľné domy Smaragd a Rubín v Dudinciach (1977).³

Pre Úrad vlády Cigler navrhol dva veľkorozmerné konštruktivistické svetelné koberce. Statickejší z nich tvorí pravidelná sieť. V bodoch kríženia línií je ortogonálne vložený segment rúrky so žiarovkami umiestnenými na oboch koncoch. Druhá kompozícia je dynamickejšia vďaka diagonálnym segmentom v mieste spojov, čím vzniká priestorový hviezdicový útvar. Podobne je komponovaný konštruktivistický svetelný koberec vo Veľkomoravskej sále Bratislavského hradu. Základ kompozície tvoria paralelné línie za sebou radených prvkov. Vzniká

dynamický raster zo vzájomne pravouhlo postavených zdvojených segmentov. Svietidlá na Bratislavskom hrade sa prispôbujú funkcii jednotlivých priestorov, pričom sa mení aj ich kompozícia. Najviditeľnejším príkladom je svietidlo umiestnené na schodišti. Jediná monumentálna vertikála je zložená z identických modulov, štyroch paralelne vedľa seba položených rúrok. Dielo pôsobí skôr ako abstraktná kompozícia či inštalácia, než len funkčný prvok.

Podobne Cigler riešil aj osvetlenie pre budovu Académie Istropolitany, dnes VŠMU, na Ventúrskej ulici v Bratislave. Je jeho organickou súčasťou, tvarovo aj funkčne prispôbené špecifickým požiadavkám. Napríklad v priestoroch schodišťa vedúceho na prvé podlažie, kde rúrky z nehrdzavejúcej ocele presne kopírujú lomený strop. Tesné radenie rúrok tvorí plnú plochu,





čím je zdôraznený architektonický rámec. Naopak, v zaklenutom priestore je použitá len jediná subtílna línia, motív dvoch kovových elíps so žiarovkami. Tieto pozdĺžne prstence sa vznášajú v priestore, bez prekrytia či znehodnotenia pohľadu na krivky historickej klenby. Autor tu varioval motívy použité v historickom prostredí Bratislavského hradu, ale podľa potrieb ich menil a prispôboval. Ukázal, že strohý súčasný jazyk dokáže najlepšie zdôrazniť kvality historického priestoru tým, že mu nekonkuruje a nepotláča ho.

Pre Ciglera menej typické svietidlo je umiestnené v Dome odborov v Banskej Bystrici (1979). Tvorí priestorovú kompozíciu zo šiestich pravouhlých plošných útvarov. Každá plocha je zložená z gúl z nehrdzavejúcej ocele. Celok pôsobí dynamicky, no zároveň pomerne stroho,

lebo plošné jednotky sú k sebe radené prísne ortogonálne.

Ďalším atypickým svietidlom V. Ciglera je hlavný luster v hľadisku SND v Bratislave z roku 1972. Luster tvorí monumentálna guľa zložená z holých žiaroviek (2 352 žiaroviek zapojených do 27 elektrických obvodov).⁴ Existuje nespočetné množstvo variácií rozsvietenia žiaroviek v rôznych zostavách, tvoriacich vzory na povrchu gule (teoreticky 22 miliónov rôznych možností). Guľa, respektíve polguľa, je motívom i ďalších menších osvetlovacích telies v priestoroch divadla – vo foyeri, na schodištiach a chodbách; všetky sú prispôbené funkcii konkrétneho priestoru.

◀ Liečebný dom Rubín, Dudince, 1977.

▶ Liečebný dom Smaragd, Dudince, 1977.





Súbor svietidiel pre kúpeľné domy v Dudinciach bol jednou z najzaujímavejších intervencií Ciglera do architektúry. Žiaľ, tieto diela boli až na výnimky v posledných rokoch zničené, pretože prebehla tzv. modernizácia priestorov.⁵ V hoteli Smaragd zostalo už len svietidlo nad pultom recepcie, ktoré tvoria dve paralelne tesne spojené rúrkové žiarovky v pravidelných rozstupoch. Svietidlá v jedálni boli variáciou tohto typu, obohatené o kolmo postavené segmenty so žiarovkami. Lustre v bare a tanečnej sále ukazovali možnosti rôzneho skladania zostáv krátkych segmentov. Najvýraznejšie boli svetelné objekty osvetľujúce tanečný parket. Kompozíciu modulu tvorila kolmica s nahusto rozmiestnenými dvojicami segmentov. V strede kolmice boli segmenty pootočené o 90 stupňov, čím vnikal dojem pohybu. V priestore sa vznášala množina týchto telies, geometricko-abstraktná inštalácia definujúca priestor. V hoteli Rubín zostalo zachované svietidlo vo vstupnej hale a osvetlenie jedálne. Svietidlo v hale tvorí zväzok rúrok z nehrdzavejúcej ocele v krížovom pôdoryse. V hornej tretine vertikály je guľa vytvorená z holých žiaroviek. Svietidlo vrhá tieň na strop, čím vzniká zaujímavý efekt, avšak dnes potlačený ostatnými prvkami a svetelnými zdrojmi nového rekonštruovaného priestoru. Vertikalita je hlavnou črtou svietidiel zachovaných v jedálni. Dominantou tohto priestoru sú štíhle stĺpy. Popri nich ťahal autor štyri vertikály z nehrdzavejúcej ocele. Na vrchu ich korunoval listom z trubíc so svetelnými zdrojmi na koncoch. Hore tak vznikla hlavica korunujúca stĺp, stala sa jeho doplnením v kontrastnom materiáli – kove. Intervencia Ciglera pôsobí takmer ako inštalácia in situ, komunikuje s daným priestorom.

Návrhy svietidiel V. Ciglera sú minimalistické, pôsobia stroho, technicisticky. Najdôležitejší je optimálny tvar svietidla, podriadený funkcii miestnosti. Okrem premysleného tvaru autor plne využíva vlastnosti materiálu, lešteného kovu. Povrch rúrok je zrkadlovou plochou odrážajúcou nielen svetlo zo svetelných zdrojov, ale aj okolie a pohyb diváka. Vysoký lesk zároveň odhmotňuje samotný materiál a podčiarkuje eleganciu línií. Pre V. Ciglera je svetelný objekt konštruktivistickým dielom, ďalšou možnosťou myslieť v priestore. Je aplikáciou jeho filozofie tvorby v praxi. #

¹ To je samozrejme dôsledok fungovania centrálne riadeného hospodárstva. Skláři boli odkázaní na materiál, ktorý bol dostupný.

² K hlavným tvorcom svietidiel môžeme zaradiť V. Ciglera, I. Hrošša, J. Vachálku, A. Začku v spolupráci s J. a P. Tomečkom a Ľ. Arztom, M. Mudrocha, Š. Palu, M. Gašpara, Š. Poláka a ďalších. Svietidlá navrhovali aj architekti, ak boli autormi konkrétnych interiérov (R. Matušík, Hotel Kyjev), aj ďalší výtvarníci: napríklad E. Antal, M. Dobeš, A. Mlynarčík, J. Jankovič. S V. Ciglerom spolupracoval kolektív architektov O. Berger, J. Homola, J. Žiaran, P. Kotras, ktorí tvorili formálne podobné diela aj mimo spolupráce s V. Ciglerom.

³ Viac pozri Gažovičová, N.: Václav Cigler a jeho pedagogické a výtvarné pôsobenie na Slovensku, diplomová práca, FFUK, 2003; Jankovičová, S.: Sochárstvo a dizajn v architektúre v 70. a 80. rokoch, dizertačná práca, STU, 2008.

⁴ Podľa Gažovičová, N.: Václav Cigler a jeho pedagogické a výtvarné pôsobenie na Slovensku, diplomová práca, FFUK, 2003.

⁵ Žiaľ k dispozícii sú len dobové čiernobiele fotografie. Poslednými fotografiami celého súboru diela tak zostáva fotodokumentácia v diplomovej práci N. Gažovičovej z roku 2003.





Starý začiatok – nový koniec

Časť IV.: Dopravné prostriedky v Československu

Rôznorodý pôvab zániku predmetov vykresľuje aj niekoľko obrázkov dopravných prostriedkov predovšetkým z dôb „socíku“, pozorujúc ich originálne transformácie významu a funkcie, redizajny a premenovania. Pre výrobu československých automobilov sa v 70. rokoch 20. storočia stala charakteristickou stagnácia, dlhodobé opakovanie a vylepšovanie už existujúcich modelov. Ich nesporné dobrý základ nadväzujúci na medzivojnovú výrobu predstavovali od 50. a 60. rokov 20. storočia okrem iných aj slávne modely návrhára Zdeňka Kováňa, Františka Kardausa, Otakara Diblíka pre Tatra Kopřivnice, Karosu Vysoké mýto či Škodu Mladá Boleslav. Diblík vytvoril dizajn autobusu Š 706 RTO – známej zaoblenej „uhorky“, symbolu socialistických školských výletov. Biomorfne a prúdnicové tvary, mená ako Tatra 603, Felícia, Octavia, Škoda MB 1000, predstavovali dobrú úroveň dizajnu dopravných prostriedkov, ktorý sa v tom čase jednoznačne napojil na svetové dianie a dizajnérske trendy. Neskoršia výroba bola výsledkom kompromisu medzi možnosťami zaostaleho technického vývoja socialistickej výroby, potrebou kvantity, potlačením individualít tvorcov a takmer hermetického uzatvorenia sa pred zahŕňajúcim kapitalizmom. Zahraničné autá zo Západu sa v tých časoch stali snom každého normálneho a aj normalizovaného člena socialistického tábora. Svoje vyleštené škodovky si sami redizajnovali v márnej snahe odlíšiť sa od jednotvárnej masovej produkcie, ktorá zaplňala cesty. Dnes sa osobné aj nákladné autá socialistickej éry stali zväčša nepojazdnými a pokrýva ich estetizujúca hrdza, s patinou nálezu v dlho nedotknutých dvoroch slúžia unikátnym účelom – v redizajne transformované napríklad na sušiak na prádlo. Premenované a s novým pseudonymom slúžia ďalej... Určité modely sa stávajú predmetom osobitého kultu a zvláštnej starostlivosti (majitelia nákladných metalizovaných Tatier) a ich rokmi overená existencia odôvodňuje ich ďalšiu službu (električka T3, okolo roku 1959 od Františka Kardausa) v pôvodných funkciách.





Táto skorodovaná karoséria, ktorá sa nachádza v jednom košíckom dvore, predstavuje hrdzou zoštylizovanú podobu typického automobilu medzivojnového obdobia (podobá sa na sériovo vyrábaný automobil Z4, tzv. zetka zo Zbrojovky Brno). Tento „záhradný objekt“ sa pomaly stal súčasťou prírody a na cesty sa už asi nevyberie.





Vozidlo „ponorené“ do nánosov konárov a rôzneho haraburdia je Tatra 603, ktorú navrhli František Kardaš, Zdeněk Kovář a Vladimír Popelář v roku 1954. Luxusná limuzína sa vyrábala v podniku Tatra v Kopřivniciach v rokoch 1956 až 1962. Päť týchto automobilov jazdilo aj po areáli svetovej výstavy v Bruseli v roku 1958. Má nezameniteľný tvar a môžeme ju našťastie identifikovať aj podľa typických zadných okien, keďže v tomto prípade iná možnosť ani nebola.





Mercedes 300 SEL 6.3 z roku 1970 s typickou maskou bol vyfotený v malom autoservice v Košiciach. Pred rokom 1989 sa takéto vozidlá na našich cestách objavovali iba vzácnne, navyše sprevádzané platonickým obdivom takmer každého motoristu. Majiteľ sa dal iba ťažko nahovoriť na túto snímku. Bol by radšej, keby sa urobil až po rekonštrukcii vozidla. To by sme si už ale nemohli vychutnať toto garážové zátiešie.





Autožeriav s ťahačom Tatra 138 má ešte kabínu s pôvodným dizajnom od Zdeňka Kovára z roku 1953. V tomto stave sa nachádza na pile v Ruskove pri Košiciach. Na cestu sa už nedostane, ale sem-tam ešte niečo preloží. Dvojnápravové ťahače T 138 sa vyrábali od roku 1956 až do roku 1971.





V roku 1969 začala výroba zmodernizovanej Tatry 138 pod označením Tatra 148, okrem iného sa zvýšil výkon motora. Inovácia sa dotkla aj dizajnu karosérie. Tieto nákladné automobily sa aj s medzinárodnými úspechmi vyrábali až do roku 1982 a dodnes ešte dobre slúžia. Na obrázku je rýpadlo UDS 112 na spomínanom ťahači T148, ktorý pracuje pre košické Inžinierske stavby pod pseudonymom IVECO. „Tienidlo“ na prednom skle je už inovácia z autorskej dielne pracovníkov firmy.





Legendárny nákladný automobil Praga V3S stál na jednom dvore v Muránskej Zdychave. Síce si to nezaslúži, ale plnil funkciu stabilného sušiarika na bielizeň. Tento nezmar sa začal vyrábať v roku 1953 na vojenské účely. V roku 1952 vyšli prvé tri prototypy zo závodu vo Vysočanoch. Konštruktérmi boli Ing. Lanc z Pragovky a Ing. Korbel z Ústavu pre vývoj motorových vozidiel. V roku 1961 sa výroba presunula do Avie v Letňanoch a v roku 1982 do bratislavskej BAZ-ky, kde bola v roku 1991 ukončená.

Literatúra:

Bruselský sen, Arbor vitae 2008

www.cswikipedia.org (Tatra 138, Tatra 148, Praga V3S)





Za oponou

Výstava štúdia IQ Design
v Slovenskom národnom
divadle

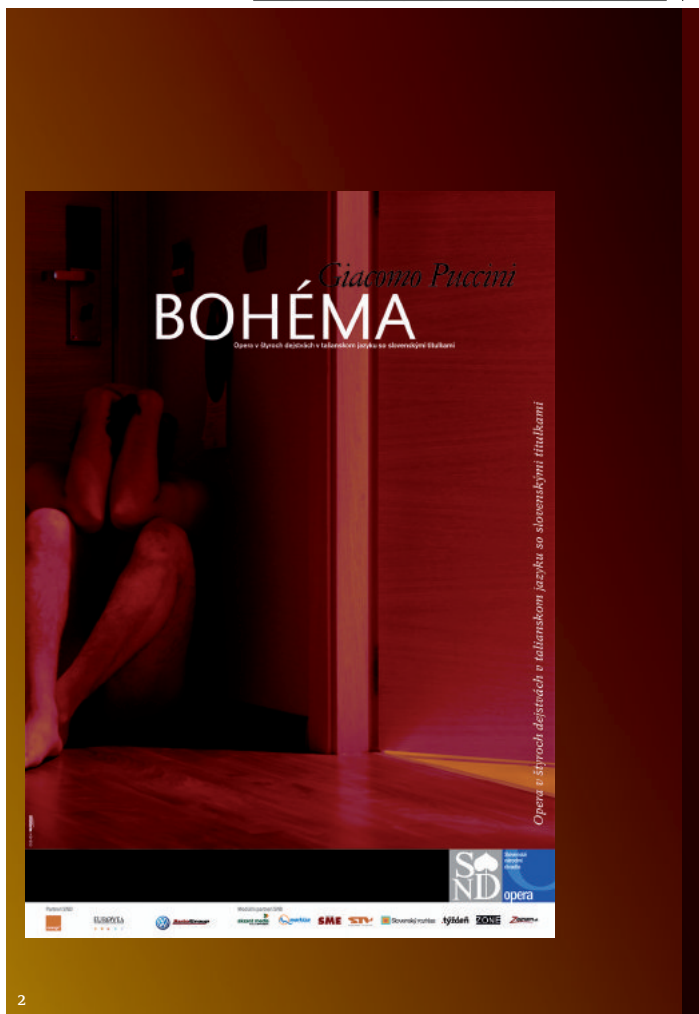
Vo foyer novej budovy SND mohli návštevníci divadla od 19. septembra vidieť výstavu divadelných plagátov, ako aj nerealizovaných návrhov z dielne štúdia IQ Design, ktoré nám pripomenuli predstavenia Činohry, Opery a Baletu Slovenského národného divadla v sezónach rokov 2007 a 2008. Autormi plagátov sú Monika Bajlová, Jakub Hauskrecht, Eva Kašáková, Katarína Kočišová, Milan Machajdík, Pavol Rozložník a Tomáš Salamon. O výstave, spolupráci s divadlom a aktuálnej situácii v plagátovej tvorbe sme sa rozprávali s umeleckým riaditeľom štúdia Milanom Machajdíkom.





Kedy sa začala vaša spolupráca so SND? » Naša spolupráca sa začala s otvorením novej budovy SND, to znamená v roku 2007, keď sme vyhrali súťaž na novú corporate identity divadla. Mysleli sme, že urobíme mierny redizajn značky, ale neskôr sa ukázalo, že to nie je možné, keďže značka SND je chránená zákonom NR SR. Preto sme vytvorili jej nové varianty a následne celý dizajn manuál divadla, so všetkými náležitosťami, ktoré k nemu patria. To znamená, že sme pripravili aj návrhy, ako by mali vyzeráť plagáty SND. Môžem povedať, že SND tento krok privítalo a nakoniec sme ich v rokoch 2007 a 2008 zrealizovali takmer všetky. Chcel by som však pripomenúť, že štúdio IQ Design už v minulosti spolupracovalo s činohrou SND (s režisérom Petrom Mikulíkom), takže sme vlastne nadviazali na naše aktivity z 90. rokov.

Na tejto výstave je zaujímavé, že vystavené sú nielen plagáty, ktoré boli nakoniec realizované, ale aj tie, ktoré SND nevybralo. Návštevník môže polemizovať s rozhodnutiami zodpovedných, súhlasiť alebo nesúhlasiť. Pociť takejto voľby dáva divákovi voľnejší priestor na posudzovanie vašich prác. » Skutočne, rozľahlé priestory foyer SND nás inšpirovali k tomu, že sme sa aj napriek zvyklostiam rozhodli vystaviť spolu s realizovanými plagátmi aj tie návrhy, ktoré verejnosť doteraz nemohla vidieť. SND sme vždy predkladali viac verzií a boli sme si istí, že výstavu iba obohatí, keď vystavíme aj tie, ktoré neboli realizované. Aj preto sme ju nazvali *Za oponou* – je to pre nás akési nahliadnutie za oponu nášho štúdia. Myslíme si, že v niektorých prípadoch boli plagáty, ktoré zostali iba vo forme návrhu, kvalitnejšie ako tie zrealizované. S naším názorom napokon súhlasili aj ľudia zo SND. Ono to tak chodí, že niekedy sa veci s odstupom času javia inak...



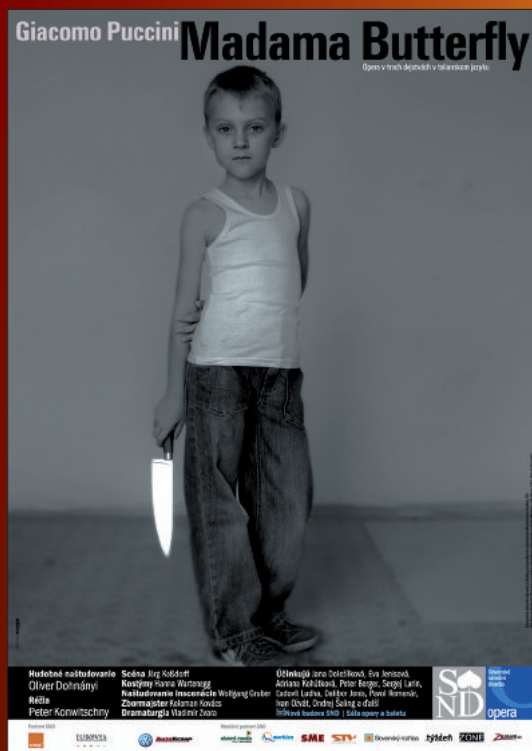
2

Ako vzniká divadelný plagát pre Slovenské národné divadlo? » Na začiatku sa všetci zídeme a dohodneme sa, kto bude autorom návrhu, keďže v súčasnosti pracuje v našom štúdiu šesť grafických dizajnérov. Potom si potenciálny autor prečíta hru, stretne sa s dramaturgom a režisérom hry, povedia si konkrétne predstavy o inscenácii, ako bude vyzeráť, čo treba podľa nich zdôrazniť, aké sú jej hlavné črty. Ak sa z toho dá vychádzať, necháme sa inšpirovať, čo však nie je zakaždým možné. Predstava dramaturga a režiséra nebýva vždy vizuálna, je založená na niečom inom – na dramatickom alebo inom princípe, ktorý na plagáte nemusí byť atraktívny. Takže my si musíme vymyslieť vlastný akcent, vlastnú metaforu, ktorú použijeme. A napokon posledné slovo pri výbere má opäť režisér, prípadne dramaturg predstavenia. V tejto súvislosti by som chcel pripomenúť, že





3



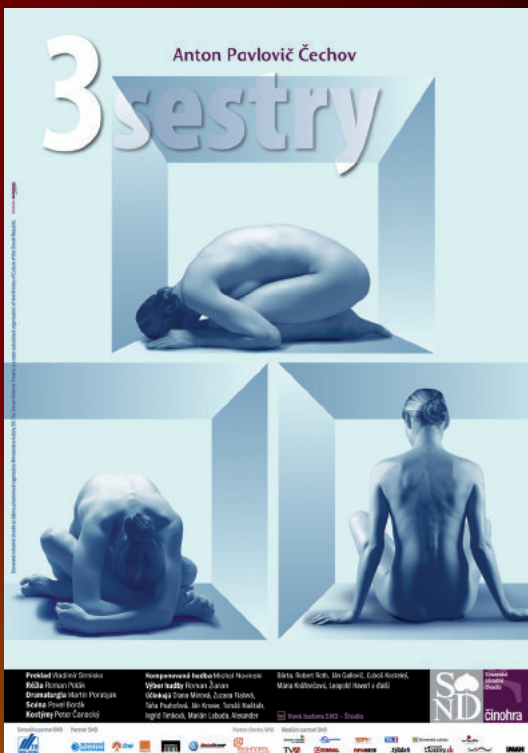
4

napriek našej snahe a snahe niektorých režisérov, aby existovala jednotná vizuálna koncepcia plagátov SND na niekoľko sezón (aspoň podľa súborov), tento zámer nemôžeme realizovať. Vidím to ako dôsledok toho, že rozhodovací a schvaľovací proces je pomerne komplikovaný a ovplyvňuje ho viacero ľudí. Pamätám si na obdobie v 90. rokoch, keď sme pripravili jednu sezónu pre Činohru SND. Mala jednotný vizuál a každý mohol rozpoznať, o ktorú sezónu a aký súbor ide. V súčasnosti akoby bol každý plagát iný, i keď vzniklo niekoľko sérií. Okrem dodržania prvkov corporate identity, ktoré sú umiestnené v dolnom páse plagátu, sme nakoniec dospeli k pomerne veľkej štýlovej voľnosti i výberu výtvarných prostriedkov. Samozrejme, závisí to aj od jednotlivých autorov. Takže na plagátoch máme fotografie, kresby, koláže, dokonca počítačovú grafiku. Súčasná tendencia i tlak zo strany divadla nás zároveň posúvajú k tomu, aby

plagáty boli viac „reklamnejšie“ ako kedysi. Je viditeľné, že divadelný plagát sa výrazne približuje k filmovému. Dá sa to pochopiť, veď divadlo potrebuje osloviť a pritiahnúť aj ľudí, čo na predstavenia nechodievajú pravidelne. Fotografiami, komerčnejšími plagátmi... Napríklad jednu z požiadaviek SND, ktorej by sme mali vyhovieť je, aby sa na nich objavil hlavný predstaviteľ. Je to dosť veľký problém a organizačne pomerne náročné. Veď vieme, že plagát, aby splnil svoju základnú funkciu, musí byť vyrobený v predstihu. A nielen plagát, ale aj všetky ostatné vizuály – pozvánky, bulletin, bannery, inzercie v časopisoch a pod. Znamená to, že musí byť na svete už v čase, keď vlastne nemáme možnosť poznať hlavného predstaviteľa v podobe, v akej ho divácividia na javisku, veď napríklad kostýmové skúšky bývajú až tesne pred premiérou.



5

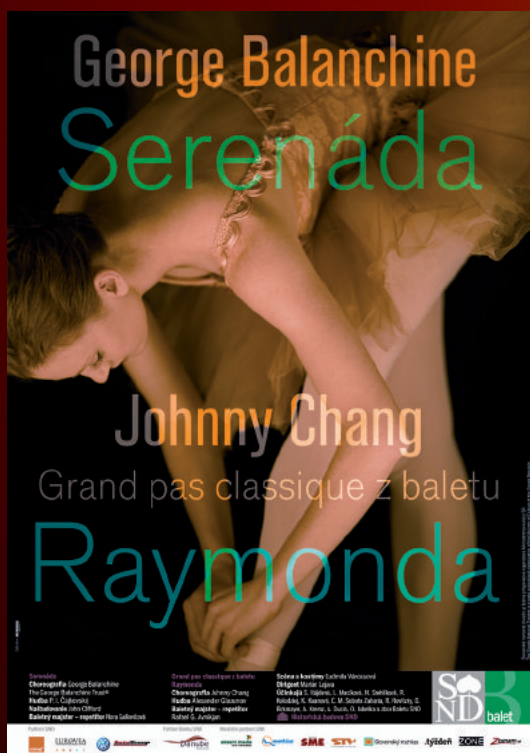


6

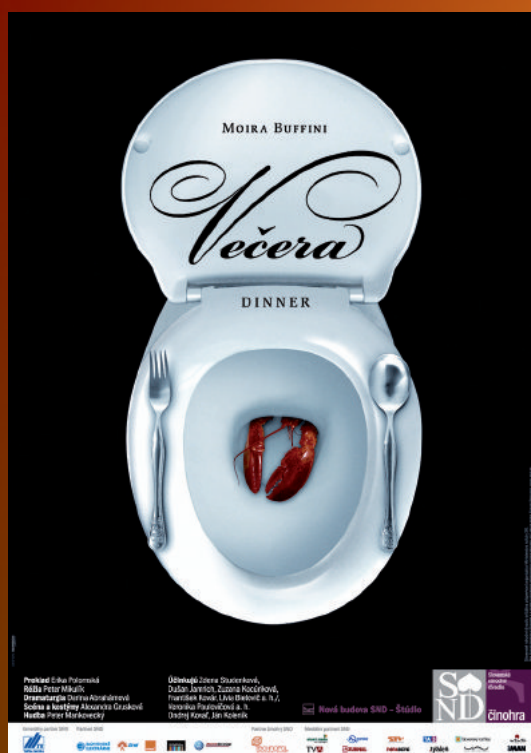
Ako hodnotíte s odstupom času výsledky svojej práce v rokoch 2007 a 2008? » S väčšinou plagátov sme spokojní, veď preto sme sa rozhodli zorganizovať aj túto výstavu. Je nás šesť autorov, z ktorých každý vkladá niečo vlastné. Rukopis jednotlivých autorov je na plagátoch čitateľný, hoci my ako štúdio nepreferujeme jednotlivcov, alebo lepšie povedané individualitu tvorcu... Pre nás je rozhodujúci, posvätný vizuál zákazníka, preto nepresadzujeme osobnosť tvorcu, ale chceme, aby vynikli zámary nášho klienta. Sme totiž komerčné štúdio, ktoré robí v prostredí reklamy, a nie sme autorské združenie.

Situácia v plagátovej tvorbe sa od 70. rokov radikálne zmenila. Myslíte si, že divadelný plagát prežije? » Nie som prorok... ale vidím to tak, že ak si divadlo bude chcieť zachovať túto hodnotnú tradíciu, tak bude existovať. Zároveň si však myslím, že sa musí propagovať viac aj inými médiami. Pretože, ak sa pozorne porozhliadneme po Bratislave uvidíme, že výlepové plochy miznú alebo sú veľmi úbohé. Propagácia Slovenského národného divadla musí byť dôstojná a na tom by malo záležať aj nášmu mestu, pretože národné divadlo je iba jedno. Napokon by to pomohlo vizuálu mesta aj jeho propagácii. Inak plagát nemá šancu prežiť. Druhá vec je, koľko iných vecí postupne zaniká... Plagátovej tvorbe skutočne asi najviac priali 60. a 70. roky minulého storočia. Viacerí tvorcovia, hlavne v niektorých krajinách, v Československu alebo Poľsku, do-





7



8

sahovali svetovú úroveň a boli aj medzinárodne uznávaní. Napríklad poľský divadelný plagát – k tomu niet čo dodať, bol našim veľkým vzorom. Na tieto časy však, žiaľ, nemôžeme nadviazať. Problém vidím v tom, že požiadavky trhu a vplyv komercie je u nás veľmi silný, oveľa silnejší ako v Čechách alebo Maďarsku. V týchto krajinách sa uskutočňuje veľa kultúrnych akcií, ktoré umožňujú tvorcom robiť si nezávislé veci, trochu sa „vyhrať“. Samozrejme, kvalitná nekomerčná tvorba existuje aj u nás, ale v jej prezentácii sú oproti minulosti diametrálne rozdiely. Dôvodov nezáujmu o prestížnu účasť na známych podujatiach (Brno, Varšava, Lahti atď.) je však určite viac. Môžu byť zapríčinené aj podmienkami účasti, prácou poroty alebo inštaláciou výstavy. Naša výstava v SND končí a ani nepôjde ďalej. #

plagát k výstave

- 1 Za oponou a 100 plagátov IQ Design studia, Milan Machajdík, 2008.

nerealizované

- 2 Bohéma, Milan Machajdík, 2007.
- 3 Partybreakers, Jakub Hauskrecht, 2007.

realizované

- 4 Madama Butterfly, Milan Machajdík, foto: Jakub Hauskrecht, 2007.
- 5 RUR, Tomáš Salamon, 2007.
- 6 Tri sestry, Pavol Rozložník, 2007.
- 7 Serenáda, Tomáš Salamon, 2007.
- 8 Večera, Jakub Hauskrecht, 2008.



Bienále Logo Banská Bystrica

1. ročník

Bienále Logo Banská Bystrica, ktoré pripravili Stredoslovenská galéria a agentúra Enterprise, má svoju úvodnú časť už šťastne za sebou. Verejnosť pozná víťazov a počet zúčastnených autorov (35 zo 6 krajín). Pripraviť podujatie, ktoré má úzko špecializovaný cieľ – predstaviť v slovenských pomeroch úroveň súčasnej slovenskej a medzinárodnej tvorby logotypov či značiek, si určite vyžaduje veľkú odvahu, nadšenie a organizačný talent.



Porota súťaže Bienále Logo Banská Bystrica.

Podľa prvých ohlasov sa môžeme domnievať, že 1. ročník podujatia, ktoré má ambíciu opakovať sa každé dva roky, a to s medzinárodnou účasťou, bol úspešný. Aj napriek tomu, že k 1. ročníku Bienále Logo Banská Bystrica, ako ku každému novému a špecializovanému projektu, mnohí zainteresovaní pristupovali s nedôverou, čo sa nakoniec odrazilo aj na počte prihlásených prác. Napokon pokusy o propagáciu tohto druhu grafickej tvorby sme u nás zaznamenali aj v minulosti, avšak bez náležitej kontinuity (výstava LOGO, realizovaná v polovici 90-tych rokov v Prešove). Na záverečnej tlačovej besede bolo aj z úst porotcov počuť priznanie ku skeptickému postoju a obavám z výsledku podujatia, s ktorými prichádzali na bienále.

Odborná porota, ktorej členmi boli Aleš Najbrt (predseda), Pavol Choma, Dušan Juneč, Emil Drličiak a Svetlana Body Cieľ, bola nádejnou zárukou, že ako hodnotenie prác, tak aj samotné bienále bude na zodpovedajúcej úrovni. Čo čaká Bienále Logo Banská Bystrica?

Úroveň tejto špecifickej disciplíny grafického dizajnu vyplýva zo situácie, ktorá je odrazom takmer 40-ročnej izolácie, nedostatočnej organizácie odborného školstva a samozrejme aj z postoja zadávateľov, teda tých, pre ktorých je firemná prezentácia jednou z najdôležitejších

podmienok úspešného podnikania. A aj verejnosť treba vychovávať k tomu, že v priestoroch klasickej galérie môže nájsť namiesto obrazov alebo sôch logá.

Preto treba dúfať, že úvodný ročník nebude posledným, že účasť na tom nasledujúcom bude ešte vyššia ako na tohtoročnom podujatí. Veríme, že úroveň súťažných prác bude stúpať a verejnosť, ktorá sa každodenne stretáva s firemnými značkami a logami, si uvedomí, že tvoria neoddeliteľnú súčasť našej (nielen) vizuálnej kultúry.

Záverečné vyjadrenie organizátorov:

Je potešujúce, že hneď prvý ročník mal atribút medzinárodnej súťaže – v Banskej Bystrici sú vystavené práce od autorov zo šiestich krajín Európy. Zámery do 2. ročníka sú ambiciózne. V roku 2010 by mali súťažiaci prezentovať logotypy nielen v „klasickej“ základnej podobe, ale zároveň aj predviesť, ako ich značka žije, ako vyniká a spolupôsobí v rôznych formách svojej aplikácie. Organizátori hodlajú bienále rozšíriť aj mimo priestorov Stredoslovenskej galérie. Chcú pripraviť bohatý odborný program, workshopy, prednášky domácich i zahraničných renomovaných dizajnérov, ale aj voľné diskusné fóra. Chcú urobiť všetko preto, aby sa v Banskej Bystrici zrodila ozajstná tradícia a dobré zázemie na prezentovanie modernej užitočnej grafiky a stretávanie sa grafikov a dizajnérov z celej Európy. #





LEVEL



Media one



VINDOSTAV



prototype^③



art after dark

logotyp LEVEL 5,
prihlasovateľ: Roland Torsten Advertising,
s. r. o., Slovensko,
hlavná kategória - 1. miesto.

logotyp Francesco d' Assisi,
prihlasovateľ: Jana Sarno Galdunova,
Taliansko,
hlavná kategória - 2.miesto.

logotyp Media One,
prihlasovateľ: Mgr. Matúš Tkáč - VIALIA,
Slovensko,
hlavná kategória - 3. miesto.

logotyp Vindostav,
prihlasovateľ: Martin Lörincz, Slovensko,
kategória študenti - 1. miesto.

logotyp PROTOTYPE 3,
školská práca na Univerzite
Tomáša Baťu v Zlíne,
prihlasovateľ: Eugen Finkei, Slovensko,
kategória študenti - 2. miesto.

logotyp Papiernik,
návrh logotypu pre mládežnícku značku,
prihlasovateľ: Súkromná stredná
priemyselná škola animovanej tvorby
Bratislava,
kategória študenti - 3. miesto

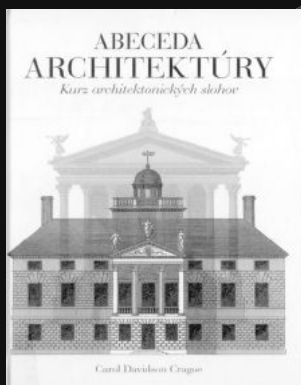
logotyp Art After Dark,
prihlasovateľ VONSUNG, Veľká Británia,
Cena Slovenského centra dizajnu.





monochróm





Carol Davidson Ceagoe **Abeceda architektúry,** **Kurz architektonických slohov** **Slovart Bratislava, 2008**

„Táto kniha vám pomôže nájsť odpovede a poskytne vám vedomosti potrebné na to, aby ste porozumeli budovám,“ sľubujú úvodné slová autorky. Táto príručka vreckového formátu ponúka základný prehľad o vývoji architektúry. V prvej časti sa pozornosť venuje funkcii a typu stavieb. Kapitola Gramatika slohov predstavuje architektúru v kontexte jej historickej premeny. Ponúka tiež stručný prehľad o stavebných materiáloch (kameň, tehla, drevo, sklo, oceľ, betón...), ktoré sa prirodzene spolupodieľajú na charaktere architektúry. V nasledujúcich kapitolách sa podrobnejšie analyzujú i jednotlivé architektonické prvky (stĺpy, oblúky, strechy, klenby, veže, okná, vchody...) a druhy ornamentu v priebehu histórie až po súčasnosť. Kniha je doplnená o krátky slovník použitých odborných termínov.



Ed: Ralph Clemenison **Velká kniha kaligrafie,** **Vzorová písma Západu i Východu,** **45 projektů krok za krokem** **Slovart Praha, 2008**

Publikácia sa venuje umeniu písma, jeho historickému významu a lokálnym špecifikám. Rozdelená je na tri kapitoly: Latinské písmo (latinská abeceda je používaná vo väčšine európskych krajín), Nelatinské písmo (napríklad gréčtina, cyrilika, hebrejčina, arabčina) a Piktografické písmo (číňština, japončina). Doplnená je bohatým obrazovým materiálom, na ktorom sa objavujú názorné ukážky a praktické návody, ako pracovať s písmom. Hravým a názorným spôsobom ponúka formy abecedy, ktoré môžu odborníci i laici uplatniť v praxi. Predstavuje základné materiály vhodné na písanie (perá, štetce, farby...) či techniky držania písacieho nástroja. Na záver sa objavujú vzory iluminovaného písma. Publikácia je ideálnym rýchlokurzom o histórii písma a predovšetkým pomocníkom pri praktickom uplatnení i na predmetoch bežnej potreby. Je jeho návratom k ručnému písaniu, na ktoré sa dnes už takmer zabudlo.

Prečo je umenie a kultúra prosperujúci obchod

Jeffrey Meulman -Narodil sa v holandskom meste Leeuwarden v roku 1968. V oblasti kultúry je aktívny od roku 1986. Bol punkovým básnikom, technikom, producentom, manažérom štúdia, predavačom lístkov, uvádzačom, poradcom umelcov, divadelným producentom, štátnym úradníkom, kúzelníkom, vedúcim propagácie, pokladníkom, tajomníkom, tancujúcim medveďom vo vlastnom cirkusovom šapitó, rozhlasovým reportérom a novinárom. - Pracoval ako riaditeľ literárneho festivalu Winterschrift Literature, pripravoval program pre komunálne divadlo Kruithuis a letný festival Noorderzon v holandskom meste Groningen. Šesť rokov pracoval ako komik pre Raoul Heertje's Comedytrain. Organizoval viacero kultúrnych projektov, súťaží a manifestácií, vrátane súťaže A Star is Born. Od januára 1999 do septembra 2003 bol riaditeľom divadla Huis a/d Werf v Utrecht, od konca roku 2005 je generálnym riaditeľom festivalu TF-1 (The Best Of Dutch and Flemish Theatre in Amsterdam). Je lídrom Nieuwe Grond, malého medzinárodného festivalu pre politické divadlo. Prednáša v Holandsku aj v zahraničí.



Obluba kreatívnych odborov rastie, pretože stále viac ľudí si uvedomuje ich ekonomický význam. Verejnosť sa začína aktívne zapájať do tvorivého procesu v oblasti umenia a kultúry. Jeffrey Meulman skúma jeho zložky a ich možný vplyv na každého z nás. - Prvá otázka, ktorá sa ponúka pri téme Účasť na kultúre, znie: Je vôbec možné nezúčastňovať sa procesov v oblasti kultúry? Pochopil som viac v momente, keď som vo svojej chladničke objavil umelecké dielo: malú zaväraciu fľašu s mäsovou omáčkou, ktorú navrhol známy dizajnér Floris Meydam v roku 1972. Po ďalšom skúmaní som zistil, že fľaše od piva Grolsch, ktoré pôvodne navrhol Koen van Os v roku 1962, boli príkladom vylepšeného dizajnu od F. Meydama. Vo všetkom som začal vidieť umenie. - Bol som zmätený. Žil som v múzeu, a nevedel som o tom! S údivom som si prezrel svoju zbierku: litografie Hansa Citroena, sedačku Gispen, lampu Lumina, stoličky Vitra, nohavice od Hansa Ubbinka. Dokonca i nenápadná šálka z Ikey bola navrhnutá umelkyňou Susan Prykeovou, ktorá v roku 1994 vyštudovala Londýnsku kráľovskú školu umenia. Niektorí môžu namietnuť, že uvedomovať si vplyv umenia na každodenný život ešte neznamena, že sa do kultúry i zapájame. Ale aký je rozdiel medzi tým, keď si obzeráme šálku doma a rovnakú šálku v múzeu? Myslím si, že žiadny. Je to iba otázka kontextu. - Popri mojej osobnej mikroekonomickej situácii som zaznamenal rast aj na makro úrovni. Zdá sa, že sa pomaly začína potvrdzovať názor, že umenie, kreativita a kultúra nám popri tom, že stoja peniaze, môžu pomôcť i zarábať. Dokonca i holandská konzervatívna strana VVD tvrdí, že sa chystá zdvojnásobiť rozpočet na umenie, čo je prinajmenšom malá kultúrna revolúcia. Bolo už veľa krát

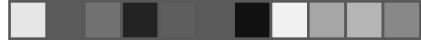


dokázané, že umenie je schopné zarábať. Príkladmi sú revitalizácie budov, miest a regiónov. Z pohľadu marketingu sa dá povedať, že mesto pôsobiace dojmom kreatívneho, kultúrneho a umeleckého centra prináša zisky. → Umenie môže mať nesmierny ekonomický dopad. Jeden umelec raz podotkol: „Pozrite, čo všetko priniesol Amsterdamu jediný obraz, Rembrandtova Nočná hliadka.“ (Pravdepodobne niekoľko desiatok tisíc pracovných miest a miliardy eur.) → Akonáhle sa všeobecne docení ekonomický dosah umenia, mnohí prijmu umenie za svoje – nepochybne z oportunistických dôvodov, ale čo je na tom? Obsah sú peniaze. Umelci dokážu tento obsah podať tak, ako nikto iný. Súkromné spoločnosti a verejné autority si začínajú uvedomovať, že podpora umenia nie je charita: je to investícia. → Umenie je produktom kreativity. Kreativita sa stala rovnocennou s kapitálom. Nie je už výlučnou doménou umelcov. Vedec, ktorý príde s novou teóriou, je tiež kreatívny. Kreativita sa stala sebestačnou profesiou (a dokonca i výborne platenou). → Vďaka tomu, že termíny a výrazy sa začínajú prelínať, mohlo mesto Utrecht samo seba vyhlásiť za najkreatívnejšie mesto v Holandsku. Nech to už znamená čokoľvek. → Aj výraz kreatívny priemysel (creative industry) je nejasný. Podľa niektorých sa týka iba oblasti dizajnu, iní sem zahŕňajú aj architektúru, remeslá, výtvarné umenie a starožitnosti, fotografiu, film a video, písanie a publikovanie, televíziu a rádio, hudbu, divadlo, reklamu, dizajn a tvorbu softvéru pre voľný čas. Pri takejto definícii sa aj ukážkový príklad holandských predmestí, mesto Zoetermeer, stáva prekvapivo kreatívnym.

Prelínanie (Blurification)

Proces prelínania v umení, kreativite a kultúre zachádza ešte ďalej. Na festivale a/d Werf v Utrechte roku 2000 predstavili turecký šampionát vo wrestlingu ako divadelnú hru. Viedlo to k diskusii, či išlo o umenie, kultúru, alebo šport. O štyri roky mal jeden holandský spevák pohreb na futbalovom ihrisku. 50-tisíc divákov tu nahlas spievalo a tleskalo, akoby išlo o obrovskú mediálnu udalosť. Priamy prenos sledovalo z domu ďalších päť miliónov divákov. Je to umenie? Je to kultúra? Nuž, mne to pripomínalo divadlo! → Tenká hranica medzi tým, čo je definované ako umenie a tým, čo je kultúra, mizne. Možno sa spýtate: „Čo je na tom nové?“ Nepovažovali sme za umenie už aj niektoré reklamy a hudobné videá na MTV? Nenazvali sme auto po Picassovi? Nevyhľadali sme už pred viac než štyridsiatimi rokmi konzervu polievky Campbell's za instantné umelecké dielo? Možno áno. Vieme, že podľa kontextu, v akom prezentujeme kúsky každodenného života – šport, rituály a denné rutiny, sa môže ľahko stať, že veci sa zrazu zmenia na umenie. Novinkou je, že už to nie sú iba umelci, čo môžu dať veciam nový zmysel. Prelínanie je proces, ktorý sa deje mimo dosahu umelcov. A čo viac: nikomu to nevaďí. Veď produkujeme a konzumujeme. A predovšetkým si užívame. → V dnešnej dobe sa môžem v utorok ísť pozrieť na Roberta Wilsona; doma si nahrať seriál Zúfale manželky; v stredu si prečítať nový komiks; vo štvrtok verejne analyzovať prácu Stevena Berkoffa; a cez víkend si kúpiť staré platne Harryho





Belafonteho. Vďaka Bohu za kultúrnu slobodu! Nikto nebude súdiť môj vkus. Košík s ovocím kultúry je prekvapivo plný. A zatiaľ nie je nič zakázané. – Prichádza generácia, ktorej na definíciách nezáleží – vysoká alebo podradná kultúra, prelínanie rôznych odvetví, multikultúrnosť –, sami si vyskladajú svoje zdroje, ako ich to naučil Google. Je to generácia ľudí činu, sú to prirodzení kultúrni podnikatelia. Nie je to o egu, ale o produkte. Nejde o politikov, ale o verejnosť. Všade v Európe môžete stretnúť spriaznené duše. – Umenie sa dostáva na vrchol svojho demokratického procesu. Na to, aby ste naživo vystúpili na koncerte, nemusíte byť spevákom. Nemusíte byť študovaným hercom a môžete sa stať televíznou hviezdou. Celebritou sa môžete stať tak, že budete iných iba napodobovať. Dokonca sa môžete stať známí iba tým, že ste známy... Na blogu môžeme publikovať vlastnú poéziu. Môžeme si navrhnuť virtuálne životy. Priamo tu a teraz. Na internete môžete začať s vlastným rádiom či televíziou. S kamerou v ruke môžeme nakrútiť dokument a zajtra ho odvyselať.

Pohreby a svadby

Zdá sa, že komunitné umenie je opäť v móde. V júni minulého roku sa tridsaťpäť divadelníkov z celého sveta zúčastnilo na festivale Terschellings Oerol, seminára o divadle na špecifických miestach (site-specific theatre) a krajinnom umení (landscape art). – Zdalo sa, že práca s miestnymi agrárnymi komunitami mala pre zúčastnených umelcov veľký význam. Rovnaký projekt realizoval John Malpede vo východnej časti Kentucky; Sjoerd Wagenaar v holandskej provincii Drenthe; Wu Wenguang v Pekingu; Jorge Vargas v partizánskych oblastiach v Kolumbii. Pôvodný člen skupiny Dogtroep Jos Zandvliet spieva so svojimi *hooligans* na futbalových štadiónoch. – Prirodzene, väčšina projektov tohto druhu je založená na miestnom životnom štýle, na histórii, zmýšľaní a každodenných rituáloch, ako sú pohreby a svadby: je totiž dokázané, že týmto spôsobom sa dosiahne najvyššia možná spoluúčasť ľudí na kultúre. A čo viac, je to najlepší spôsob, ako v tejto chaotickej dobe naplniť túžbu po kultúrnej identite. – Kultúrna elita sa začala znepokojovať. Na diskusii literárnej spoločnosti v Amsterdame niektorí hostia spochybňovali umeleckú hodnotu speváckeho projektu s *hooligans* tímu Ajax: „Spievanie s *hooligans*? Dobré! Ale kto dozrie na kvalitu?” Spoludiskutujúci pripomenul udalosť spojenú s vraždou pred letnou terasou, kde okolídci začali s radosťou tliekať, lebo si mysleli, že ide o výborne pripravené pouličné predstavenie. Či je to pravda, či nie, tento diskutujúci tvrdil, že pokiaľ je proces prelínania o tomto, radšej sa uspokojí so starými konvenciami. Členovia spoločnosti mu zatlieskali a s úľavou sa zasmiali. Nanešťastie pre neho, časy cynizmu už skončili. Účasť ľudí na kultúre je v rozkve – či sa vám to páči, alebo nie. #

Tento článok bol pôvodne publikovaný na blogu www.labforculture.org dňa 18. augusta 2007, na stránkach časopisu designum je uverejnený so súhlasom autora.





Dizajn a jeho autorskoprávna ochrana (užitočné fakty)

Počas celého roka sme vám prinášali články o autorskoprávnej ochrane dizajnov. V tomto článku by sme chceli uviesť krátke zhrnutie najdôležitejších informácií.

Dizajn je chránený Zákonom o dizajnoch (ZoD) a zároveň Autorským zákonom (AZ), pričom je možné, že dizajn bude chránený len podľa jedného z nich, alebo podľa oboch zákonov. AZ poskytuje dizajnu ochranu vtedy, ak sú splnené všetky nasledovné podmienky:

1. musí sa jednať o literárne, alebo iné umelecké dielo, alebo o vedecké dielo
2. musí ísť o výsledok vlastnej tvorivej duševnej činnosti autora, ktorý musí byť vyjadrený v podobe vnímateľnej zmyslami.

AZ na vznik ochrany nevyžaduje registráciu ani iný formálny akt, stačí ak dizajn spĺňa vyššie uvedené podmienky. Najjednoduchším spôsobom, ako dať každému na vedomosť, že dizajn je chránený, je uvádzanie tzv. copyrightovej doložky (písmeno c v krúžku spolu s menom autora a rokom zverejnenia diela), napríklad © Ján Nový, 2008.

Autorovi dizajnu AZ priznáva osobnostné a majetkové práva. Medzi osobnostné práva patrí právo na označenie diela menom, pseudonymom alebo na neoznačenie diela (anonym), právo na zverejnenie diela, právo na nedotknuteľnosť diela a právo na autorskú korektúru. Majetkovými právami sú právo dielo použiť a právo udeliť súhlas na použitie diela.

Nositeľom práv môže byť okrem autora aj jeho dedič, na ktorého po smrti prechádzajú autorove majetkové práva. Dedičia rozhodujú o privolení na použitie diela po dobu sedemdesiatich rokov od smrti autora.





Súhlas na použitie dizajnu autor udeľuje licenčnou zmluvou, ktorá musí byť písomná a musí obsahovať vymedzenie:

- spôsobu, akým sa dizajn bude používať (napríklad vyhotovenie výrobkov podľa návrhu dizajnu)
- rozsahu, a to vecného (určí sa napríklad počet kusov alebo počet použití) a územného (t. j. pre aké územie sa licencia udeľuje)
- času, na aký sa licencia udeľuje
- licenčnej odmeny.

V prípade nesplnenia týchto podmienok je zmluva neplatná. Je dôležité si uvedomiť, že pri každom použití dizajnu chráneného AZ je potrebné uzavretie licenčnej zmluvy. V opačnom prípade používateľ používa dizajn protiprávne.

Bez súhlasu možno diela použiť len v presne vymedzených prípadoch uvedených v AZ (výnimky alebo zákonné licencie uvedené v §§ 24 až 38 AZ) a to tak, aby použitie nebolo v rozpore s bežným využitím diela a aby neodôvodnene nezasahovalo do právom chránených záujmov autora.

Pri vytvorení diela by mali autor a objednávateľ uzavrieť zmluvu o vytvorení diela. Obe zmluvy, zmluvu o vytvorení a licenčnú zmluvu, je možné spojiť do jednej, ktorá musí obsahovať náležitosti oboch zmlúv.

Ak je autor zamestnancom a tvorivú činnosť má v popise práce, bude jeho majetkové práva a do určitej miery aj jeho osobnostné práva vykonávať zamestnávateľ. V pracovnej zmluve sa však môžu dohodnúť aj inak.

V prípade, že niekto porušuje alebo ohrozuje práva autora, autor má k dispozícii prostriedky ochrany uvedené v AZ, Občianskom zákonníku alebo Trestnom zákone. V rámci civilného práva sa autor môže domáhať:

- určenia svojho autorstva
- zákazu ohrozenia svojho práva a zákazu opakovania ohrozenia
- zákazu neoprávneného zásahu do svojho práva
- poskytnutia informácií o pôvode rozmnoženiny alebo napodobeniny diela, o spôsobe a rozsahu jej použitia a o službách porušujúcich právo autora
- odstránenia následkov zásahu do svojho práva
- náhrady ujmy vrátane nároku na náhradu nemajetkovej ujmy, náhrady škody alebo vydania bezdôvodného obohatenia.

Neoprávnený zásah do práv autora môže byť v určitých prípadoch považovaný aj za trestný čin, v takom prípade sa môže autor so svojím podozrením obrátiť na políciu. #

Podrobnejšie vysvetlenie problematiky nájdete v predchádzajúcich číslach časopisu designum, v Autorskom zákone č. 618/2003 alebo sa obráťte na LITA, autorskú spoločnosť na T: 02/ 67209321 alebo na emailovej adrese: vytvarne@lita.sk.



AKTUALITY / PODUJATIA

Národná cena za dizajn 2009

Slovenské centrum dizajnu v spolupráci s Ministerstvom kultúry SR a za spoluúčasti Ministerstva hospodárstva SR a Ministerstva školstva SR vypisuje 9. ročník celoštátnej súťaže Národná cena za dizajn 2009. Generálnym partnerom súťaže je Audi, odborným garantom pre oblasť podnikania NADSME.

Súťažiť sa bude v kategóriách produktový, komunikačný a študentský dizajn. Zúčastniť sa môžu domáci alebo zahraniční dizajnéri, ktorí spolupracujú so slovenskými výrobcami, domáci alebo zahraniční výrobcovia spolupracujúci so slovenskými dizajnérm, študenti dizajnu, dizajnérske štúdiá a klienti s prácami, ktoré nie sú staršie ako dva roky.

Slávnostné vyhlásenie výsledkov súťaže a odovzdanie cien sa uskutoční v júni 2009 v Bratislave v rámci Festivalu dizajnu a architektúry. Víťazné produkty, ktoré budú zdokumentované v katalógu, predstaví Slovenské centrum dizajnu na samostatnej výstave v Bratislave.

Uzávierka prihlášok: **28. 2. 2009**

Informácie: www.sdc.sk

Medzinárodné bienále dizajnu Saint-Étienne

Medzinárodné bienále dizajnu vo francúzskom Saint-Étienne 2008 už desať rokov vytvára priestor na stretnutia, výstavy a vzájomné obohacovanie dizajnérov a dizajnu. Stalo sa jedinečným podujatím, ktoré má celoeurópske renomé. Bienále vzniklo z iniciatívy Vysoké školy ume-

nia a dizajnu (pôvodne Regionálna akadémia výtvarných umení) v Saint-Étienne. Od začiatku sa organizátori usilovali prizývať tvorcov rôznych kultúr a profesií nielen z Francúzska, ale aj z celého sveta.

Súčasná podoba bienále, ktorú organizuje Cité du Design, sa vyprofilovala rozšírením podujatia aj o sféru obchodu a vzdelávania. Bienále sa konalo v areáli Cité du Design (Mesto dizajnu) s rozlohou 15 000 m², kde sa v minulosti rozprestierali výrobné haly saint-étienskej továrne na zbrane. Slovenský dizajn sa predstavil na jubilejnom 10. ročníku v dvoch expozíciách, a to na spoločnej výstave stredoeurópskych krajín pod názvom Real World Laboratory – Skutočné laboratórium sveta (Štefan Klein), a na výberovej výstave Flight Number Ten – Let číslo 10 (Ondej Gavalda, Roman Fícek, Marián Laššák a Katarína Haruštiaková, študentka TU Zvolen).

Témou výstavy Real World Laboratory bol experimentálny dizajn a priemyselná výroba. Predstavila šesť krajín strednej Európy: Rakúsko, Českú republiku, Maďarsko, Poľsko, Slovensko a Slovinsko. Výstava Let číslo 10 (Flight Number 10) bola výberová, všetci účastníci prešli hodnotením odbornej výberovej poroty bienále. Podrobné zhodnotenie bienále v Saint-Étienne vám prinesiem v nasledujúcom čísle.

26. svetový kongres ICSID

Uskutoční sa v Singapure od 23. do 25. novembra 2009 v rámci Singapurského festivalu dizajnu. Na kongres nadväzuje aj Generálne zhromaždenie ICSID v dňoch 26. – 27. novembra 2009. ICSID reprezentuje v súčasnosti približne 150 000 dizajnérov z viac ako 50 krajín sveta. Kongresy sa uskutočňujú bienálne a sú zamerané na aktuálne a budúce trendy v dizajne. Podujatie je predprípravou na spoločné zasadnutie Svetovej dizajnérskej asociácie (IDA), ktorej členmi sú okrem ICSID aj IFI a ICOGRADA, v roku 2011. Hlavnou témou kongresu bude Odlišnosť v dizajne chápaná ako interdisciplinárny a intersektorový fenomén.

Informácie: www.designdifference.sg

Cyklus prednášok k výstave Artěl: Umení pro všední den 1908 – 1935

Umeleckopriemyselné múzeum v Prahe si tohto roku pripomína výstavou (potrvá do 1. marca 2009) a publikáciou 100. výročie založenia združenia Artěl, jednej z najvýznamnejších inštitúcií českého úžitkového umenia a dizajnu prvej polovice 20. storočia. Družstvo Artěl, založené v Prahe roku 1908, sa spočiatku zameriavalo na navrhovanie a produkciu „drobného umenia pre všedný deň“, neskôr však svoju činnosť rozšírilo aj na komplexné riešenie bytových a komerčných interiérov. Artěl presadzoval moderné výtvarné myslenie a podieľal sa na kultivácii bytovej kultúry a životného štýlu. Stal sa súčasťou európskej moderny, rovnako ako Wiener Werkstätte v Rakúsku či Bauhaus v Nemecku.

Spríevodné prednášky sa konajú každý utorok o 17.00 hod, vstup zadarmo.

Informácie: www.upm.cz

ŠTÍPENDIÁ

Ponuka stáže pre mladých dizajnérov

Nemecká šperkárska firma Spreeglanz, založená v Brémach v roku 1974 a obchodujúca s celou Európou, hľadá na spoluprácu troch mladých talentovaných dizajnérov, ktorým poskytne nielen prácu, ale aj ubytovanie v Berlíne. Cieľom nového projektu nazvaného Spreeglanz Project je vytvoriť nové, mimoriadne kvalitné a inšpiratívne kolekcie šperkov, ktoré by vzišli z ročnej tímovej spolupráce mladého dizajnéra a dvoch interných firemných dizajnérov.

Prihlásiť sa môžu študenti dizajnu a mladí začínajúci profesionáli so zameraním na šperk, ktorí pošlú online-prihlášku.

Uzávierka: **30. 11. 2009**

Informácie: Ms Silke Hüser, tel. + 49 (0)30 818 777 18, s.hueser@familie-redlich.de

Prihlášky: www.spreeglanz.com

Štípendium

Visegrad Fund – program 2009/2010

V akademickom roku 2009/2010 ponúka International Visegrad Fund tri typy štípendií na 400 semestrov magisterského alebo postmagisterského (postgraduálneho) štúdia v 17 krajinách strednej a východnej Európy. Našich študentov sa týkajú tieto možnosti:

INTRA-VISEGRAD SCHOLARSHIPS je štípendium určené pre študentov vysokých škôl z krajín V4 (Česká republika, Maďarsko, Poľsko, Slovensko), ktorí sa môžu prihlásiť na jedno- alebo dvojsemestrálne štúdium na akejkoľvek akreditovanej štátnej alebo súkromnej univerzite, vysokej škole či v akadémii vied v krajinách V4 (okrem krajiny, ktorej je študent občanom).

OUT-GOING SCHOLARSHIPS je štípendium určené pre vysokoškolských študentov z krajín V4, ktorí sa môžu prihlásiť na jedno- alebo dvojsemestrálne štúdium na akejkoľvek akreditovanej verejnej alebo súkromnej vysokej škole v týchto krajinách: Albánsko, Arménsko, Azerbajdžan, Bielorusko, Bosna a Hercegovina, Čierna Hora, Chorvátsko, Gruzínsko, Macedónsko, Moldavsko, Srbsko a Ukrajina.

Uzávierka prihlášok: **31. 1. 2009**

Informácie: <http://scholarships.visegradfund.org>, scholarships@visegradfund.org

súťaže

Red dot award product design 2009

Organizátori prestížnej európskej dizajnerskej súťaže red dot, ktorí udeľujú ocenenia ako uznanie mimoriadnej kvality v oblasti produktového a komunikačného dizajnu a dizajnerských konceptov, vyzývajú na registráciu do súťaže v kategórii produktový dizajn 2009, ktorá má 17 podkategórií: obývacie priestory, domácnosť a kuchyňa, stolovanie, kúpeľňa, osvetlenie, záhrada, šport a hry, móda a doplnky, hodiny a šperky, architektúra a interiérový dizajn, kancelária, priemysel a remeslá, medicína, automobily, zábavná technika, komunikácia, počítače. Vyhlásenie výsledkov sa uskutoční 29. júna 2009 v Aalto Theatre v Essene. Následne otvoria výstavu najlepších prác v red dot design museum – budove Zollverein v Essene, ktorá je zapísaná v Zozname svetového kultúrneho dedičstva UNESCO. Výstava potrvá 365 dní.

Uzávierka registrácie: **23. 1. 2009**

Informácie:

www.red-dot.de/registration

Roca International Design Contest 2008 – 2009

Španielska firma Roca, výrobca sanitárneho zariadenia s pobočkami na celom svete, v spolupráci s Barcelonským centrom dizajnu vypisuje tretí ročník medzinárodnej súťaže Roca International Design Contest 2008 – 2009 na tému Preskoč priepasť. Cieľom súťaže je nájsť vynikajúce inovatívne projekty z oblasti dizajnu kúpeľní a sanitárneho zariadenia. Prihlášky a zasielanie projektov sa uskutočňuje on-line. Víťazné projekty získajú cenu vo výške 5 000 eur a budú vystavené v stánku firmy Roca na výstave 100 %

Design London v septembri 2009. Súťaže sa môžu zúčastniť dizajnéri aj interiéroví architekti a študenti týchto odborov vo veku do 35 rokov. Účastnícky poplatok sa neplatí.

Uzávierka registrácie: **31. 12. 2008**

Uzávierka zasielania projektov:

13. 3. 2009

Informácie: rocacontest@bcd.es,

www.jumpthegap.net, www.bcd.es

iF concept award 2009

iF International Forum Design v Hannoveri vyzýva študentov a mladých profesionálov z celého sveta na účasť v súťaži dizajnerských konceptov iF concept award 2009. Prihlásené projekty nesmú byť staršie ako 2 roky a podmienkou je ich realizácia počas štúdia. Zúčastniť sa môžu jednotlivci aj skupiny. Súťažné kategórie: priemyselný dizajn, móda, komunikácia – multimediálny dizajn, architektúra – interiérový dizajn, univerzálny dizajn. Nezávislá medzinárodná porota zložená z renomovaných odborníkov vyberie 100 projektov, z ktorých niektoré dostanú finančné ocenenie v celkovej sume 30 000 eur. Najlepšie práce súťaže sa objavujú na prestížnom medzinárodnom veľtrhu digitálneho priemyslu CeBIT v marci 2009. Hlavným sponzorom súťaže je kórejský koncern Samsung Electronics. Účastníci súťaže sa musia najskôr zaregistrovať na uvedenej internetovej stránke.

Uzávierka registrácie: **5. 1. 2009**

Informácie: www.ifdesign.de/awards_concept_index_e

2008 Amcor Flexibles Packaging Design Prize

Belgická firma Amcor Flexibles Food vyhlasuje medzinárodnú súťaž obalového dizajnu určenú pre študentov dizajnu z celej Európy. Kategórie: sladkosti,

syry, káva. Víťazovi súťaže firma ponúka miesto obalového dizajnéra na jeden rok. Porota ocení najmä tieto kvality obalov: ochrana výrobku, vizuálna atraktivita, funkčnosť, ekonomickosť výroby a environmentálna ohľaduplnosť.

Uzávierka súťaže: **12. 1. 2009**

Informácie: www.designprize.net

Medzinárodná súťaž Metropolis Next Generation® 2009

Prestížny americký časopis Metropolis organizuje od roku 2003 medzinárodnú súťaž Next Generation® s cieľom podporiť aktivity, sociálnu angažovanosť a podnikanie mladých dizajnérov, ktorí sú v praxi maximálne desať rokov. Projekty sa majú týkať týchto oblastí: stavebníctvo, urbánne plánovanie, schémy budovania komunity, interiérové prostredia, riešenie populačnej hustoty, ergonómia, produktový dizajn, sociálne bývanie, environmentálny manažment, čistota vody, odpadové hospodárstvo v krízových situáciách. Cena vo výške 10 000 USD sa použije na rozpracovanie projektov a ich publicitu.

V roku 2009 je kľúčovým problémom súťaže otázka: Ako zredukovať našu závislosť od energií? Ak viete nájsť riešenie, zapojte sa do súťaže. Na webstránke organizátora sa dozviete množstvo podrobných informácií.

Účastnícky poplatok za každý zaslaný projekt: **75 USD**

Uzávierka: **30. 1. 2009**

Informácie:

NextGen09@metropolismag.com,
www.metropolismag.com

Ocenenie za najlepšiu myšlienku zameranú na zníženie byrokracie

Súťaž určená pre nové návrhy, ktorými by sa dala znížiť zbytočná administratívna záťaž vyplývajúca z európskych právnych predpisov. Znížením byrokratickej záťaže sa uvoľnia zdroje na výskum, inováciu a rast a spoločnosti budú mať viac času na svoju hlavnú činnosť. Cieľom tejto súťaže je podnietiť nápady, ktoré by Európska komisia mohla využiť vo svojom akčnom programe na zníženie administratívnej záťaže. Účastníci summitu Európskej rady v marci 2007 podporili myšlienku, aby sa administratívna záťaž vyplývajúca z právnych predpisov EÚ znížila do roku 2012 o 25 percent. Táto súťaž je možnosťou, ako pomôcť EÚ v dosiahnutí cieľa a ako získať uznanie za prínos k zlepšeniu podnikateľského prostredia v Európe. Súťažné príspevky sa budú hodnotiť na základe týchto kritérií: originalita a miera inovatívnosti, možnosť jednoduchého a rýchleho uplatnenia v praxi, redukčný potenciál, možnosť aplikácie do iných oblastí, resp. iných členských štátov. Súťaž sa môžu zúčastniť občania, firmy, obchodné združenia, verejné orgány, neziskové organizácie atď. Porota, ktorej bude predsedať podpredseda Európskej komisie Günter Verheugen, vyberie tri najlepšie nápady, z ktorých jeden odmení cenou. Autori troch najlepších nápadov budú pozvaní na slávnostné odovzdávanie európskych podnikateľských ocenení 13. mája 2009.

Uzávierka: 31. 1. 2009

Informácie: http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/smes/awards/participate/index_sk.htm

BraunPrize 2009

Sedemnásť ročník medzinárodnej dizajnerskej súťaže vyhlasuje firma Braun GmbH. Mottom tohto ročníka je Predstava zodpovedného dizajnu. Súťaž sa môžu zúčastniť mladí priemyselní dizajnéri, študenti alebo absolventi, ktorí ukončili štúdium najneskôr pred dvoma rokmi. Celková suma na vyplatenie víťazných projektov je 36 000 eur. Víťaz BraunPrize dostane finančnú odmenu 12 000 eur a polročnú stáž v Braun Design Department. Ďalší finalisti dostanú ceny vo výške 5 000 eur. Účasť je bezplatná, prihlášky sú on-line.

Uzávierka: 31. 1. 2009

Informácie: www.braunprize.de

Štvrtý blok – VII. medzinárodné trienále ekoplagátu

Ukrajinská asociácia Štvrtý blok a Charkovská štátna akadémia umenia a dizajnu organizujú ďalší ročník trienále ekologického plagátu. Súťaž je bez poplatkov. Kategórie: ekoplagát, eko-sociálna prezentácia, ekokultúra. Súťažné práce vytvorené v rokoch 2006 – 2009 treba zasielať obyčajnou poštou (nie DHL ani iným spôsobom) na adresu: Oleg Veklenko, 32/186-29, prospekt 50-letiya VLKSM, Kharkov 61153, Ukraine. Najlepší plagát dostane Grand Prix, ocenenia a špeciálne ceny udelia v každej kategórii. Slávnostné vyhlásenie výsledkov sa uskutoční 27. apríla 2009 v Charkove. Ocenené práce zostanú súčasťou múzea Štvrtého bloku.

Uzávierka: 1. 2. 2009

Informácie: association@4block.org, www.4block.org

14. medzinárodná súťaž dizajnu nábytku CETEM

Technologické nábytkové centrum regiónu Murcia (CETEM) v južnom Španielsku vypisuje spolu s ďalšími regionálnymi inštitúciami nový ročník medzinárodnej súťaže nábytku, ktorej cieľom je posilnenie výroby a konkurencieschopnosti nábytkárskych firiem tohto regiónu, ako aj šírenie vedomia o dizajnerskej kultúre produktov. Témou je Nábytok a domov. Súťažné kategórie: profesionáli a študenti. Do súťaže môžu záujemcovia poslať ľubovoľný počet projektov, organizátori neurčujú ich formálnu stránku. Jedinou podmienkou je doterajšie nezverejnenie a nezariadenie do výroby. V profesionálnej kategórii udelia tri ceny (6 000, 2 800 a 1 200 eur), v študentskej dve rovnaké ocenenia vo výške 600 eur.

Uzávierka: 12. 2. 2009

Informácie: www.cetem.es

výstavy

VÝSTAVY

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

Bratislava

Lubica Poncik
Tradície a vízie
Dizajn štúdio ÚĽUV
do 9. 1. 2009
www.uluv.sk

Kruhy na vode 2008
Galéria ÚĽUV
do 14. 2. 2009
www.uluv.sk

Mestské zásahy 01
SNG Esterházyho palác
do 28. 2. 2009
www.sng.sk

Mária Štranečková
FASHION ON
Galéria X
9. 1. - 2. 2. 2009

Rastislav Janák (1942 – 2002).
Retrospektíva
Galéria Medium
20. 1. – 15. 2. 2009
www.afad.sk

Od tudora po locustu.
Vývoj automobilov Škoda a BAZ
STM – Múzeum dopravy
do 30. 6. 2009
www.stm-ke.sk

Myslite 3D! Porcelánové tapety
Daniela Piršča
K-Gallery
do 7. 1. 2009
www.kgallery.sk

Rimavská Sobota

Sklárska produkcia
zo zbierok múzea
Gemersko-malohontské
múzeum
do 31. 1. 2009
www.gmmuzeum.sk

ČESKÁ REPUBLIKA

Brno

Bruselský sen
Moravská galerie
do 1. 3. 2009
www.moravska-galerie.cz
www.expo58.info

Poznáte Čechova?
Medzinárodná študentská
súťaž divadelného plagátu
Galerie Hadivadlo
do 20. 2. 2008
www.sbb-bienalebrno.cz

Praha

Artěl: Umění pro všední den
1908 – 1935
Uměleckoprůmyslové museum
do 1. 3. 2009
www.upm.cz

Adolf Loos – dílo
v českých zemích
Múzeum hl. mesta Prahy
do 5. 4. 2009
www.muzeumprahy.cz

Z pokladov Národného múzea:
biela kamenina
Národní múzeum
do 31. 1. 2009
www.nm.cz

RAKÚSKO

Viedeň

2 x Japonsko:
Katagami / Textiles
Österreichisches Museum
für angewandte Kunst
do 29. 3. 2009
www.mak.at

The Making of Architecture
– architektúra sa rodí v hlave
Architekturzentrum Wien
do 2. 2. 2009
www.azw.at

Otázka chuti.
Čo robí z jedla pôžitok
Technické múzeum
do 21. 6. 2009
www.technischesmuseum.at

FRANCÚZSKO

Paríž

Hommage à Ettore Sottsass
Centre Pompidou
do 31. 3. 2009
www.centrepompidou.fr

Ron Arad: No discipline
Centre Pompidou
do 16. 3. 2009
www.centrepompidou.fr

Sonia Rykiel
Musée de la mode et du textile
do 19. 4. 2009
www.lesartsdecoratifs.fr

LUXEMBURSKO

Luxemburg

RRRIPPI! Papierová móda
Múzeum moderného umenia
do 2. 2. 2009
www.mudam.lu

NEMECKO

Berlín

Zbierka Bauhaus:
originály klasickej moderny
Bauhaus-Archiv
do 31. 12. 2008
www.bauhaus.de

Brémy

Aspekty diela Maxa Billa:
architektúra, dizajn, typografia
Wilhelm Wagenfeld Haus
do 15. 3. 2009
www.wwh-bremen.de

Ingolstadt

Bauhaus alebo
konštruktivizmus
Museum für Konkrete Kunst
do 11. 1. 2009
www.mkk-ingolstadt.de

ŠVAJČIARSKO

Zürich

L'art pour l'art – umelecké
plagáty 1960 – 1995
Museum für Gestaltung
do 9. 3. 2009
www.museum-gestaltung.ch

Ženeva

Studio Job: Industry
Mitterand+Cramer/Fine Art
do 10. 1. 2009
www.mitterand-cramer.com

USA

New York

Zaha Hadid Architects
Sonabend Gallery
do 13. 12. 2008
www.artnet.com/sonabend

250 diel zo zbierok MAD
Museum of Arts & Design
do 15. 2. 2009
www.madmuseum.org

Ateliers Jean Prouvé
Múzeum moderného umenia
do 30. 3. 2009
www.moma.org

Projekt Pokrok (In Progress project)

Koncepcia výstavy a kurátori:

Jean-François Dingjian, Nestor Perkal,
Jeanne Queheillard, Laurence Salmon

Komisariát projektu In Progress:

Jean-François Dingjian, dizajnér

jf.dingjian@normalstudio.fr

www.normalstudio.fr

Dizajn založený na utopickej predstave o blahobyte pre všetkých v tom zmysle, že je možné nájsť optimálnu formu, bol odjakživa spojený s ideológiou progresu. Aký postoj má zaujať dizajnér v tomto kontexte, ak je de facto nútený rýchlo vymýšľať nové produkty, ku ktorým ho tlačí konzumná spoločnosť? Ako sa dá praktizovať dizajn v podmienkach neustáleho vnucovania vidiny lepšieho života, ak je dizajnér okrem iného nútený prispievať k intenzívnejšiemu používaniu vecí? Ide o ťažký paradox. Privádza nás to do problematiky dizajnerskej zodpovednosti, ku vzťahu s priemyslom, ale aj – a to všeobecnejšie – s publikom.

Myšlienka pokroku bola veľmi dlho obsiahnutá v priemyselnej tvorbe nových výrobkov, pretože vyhovovala reálnej potrebe skvalitňovania ľudského života. Vo vývoji týchto produktov hral kľúčovú úlohu dizajnér. K akej forme pokroku sa má prikloniť dnes, ak vie, ako zásadne sa zmenil kontext doby? Dejiny ukazujú na to, že dizajn bol odjakživa spojený s uvažovaním o etike, aj keď v každej dobe boli jej aspekty odlišné. Ako má súčasný dizajnér pristupovať k práci v spoločnosti, ktorej je súčasťou? Kde je jeho dnešná zodpovednosť?

Základom projektu In progress bude práca dizajnéra (výskum alebo produkt), ktorá bude reagovať na stanovené otázky. Projekt by mal mať európsky rozsah s cieľom získať názor na pojem pokrok a na formu, akou je vtiahnutý do ich projektov a činností. Dizajnéri dostanú možnosť vyjadriť svoj názor na otázku:

Pokiaľ ide o utopický zámer v dizajne, má ešte pokrok stále význam?

Problémy, ktoré rieši súčasný dizajn, sú predovšetkým tieto:

vplyv na životné prostredie, životnosť produktu, masová výroba, distribúcia (dodávka a príjem), trh a jeho ekonomika, technológia a ich použitie, inovácia. Vo výskume týchto aspektov hrajú podstatnú úlohu etické otázky a zodpovednosť dizajnéra, jeho limity, možnosti a prekážky v jeho činnosti.

Oblasti výskumu, na ktoré sa projekt In Progress zameria, budú:

pohyb, jedlo/stravovanie, ubytovanie/bývanie, obliekanie, informačné prostriedky, výučba, opatrovanie, komunikácia, práca, výroba/reprodukcia, zábava, umieranie.

Každý dizajnér dostane možnosť vyjadriť sa slobodne a formou, ktorá mu vyhovuje: textom, kresbou, tlačeným či digitálnym výstupom, videom, fotografiou, modelom, prototypmi, objektom, inštaláciou, konštrukciou a pod. Výstupy budú môcť byť vyrobené priemyselne alebo pomocou ďalších partnerov.

Výstava In Progress bude mať externého kurátora, bude sumarizáciou prác medzinárodných dizajnérov. Na miestach, kde sa budú diať podujatia v rámci projektu, bude organizovaný cyklus konferencií. Prvými organizátormi projektu sú Arc en rève, Centrum architektúry v Bordeaux (Francúzsko) a združenie Grand Hornu Images v Monse (Belgicko). Výber dizajnérov a dizajnerských skupín bol realizovaný s prihliadnutím na súčasnú európsku dizajnersku scénu a diverzitu tém. Sú nimi:

Sebastian Bergne, Pierre Charpin,
Matali Crasset, Delo-Lindo, Konstantin
Grcic, Sam Hecht/ Industrial Facility,
Ana Mir a Emili Padros ,Normal Studio/
Jean-François Dingjian +Eloi Chafaï,
Satyendra Pakhalé, Gabriele Pezzini
,Wieki Somers, Yves Béhar, Big game.

summary

spectrum

profil

Design is about improving the world – Dirk Wynants

text Luba Pavlovičová

Would you be so kind and tell us your own definition of design? In your opinion, what is the main mission of the designer nowadays? » A designer is one of those people that have an obligation to try to make this world a better place, by designing good products that people need. A designer needs artistic skills, but is not an artist. An artist is free, while a designer is limited by a whole list of restrictions on functionality, ergonomics, ecology, economy, aesthetics etc... A good product, or good design, is something that is at least an improvement of what already exists, and that is an answer to new needs: it has to have a reason of existence, be innovative and authentic. » **Could you describe for us the beginnings of your designer practice? »** I had strong doubts about my designer skills; I never was easy to please, in the least by myself. The first product I designed for my own family, and as I wanted to start my own business, I took this piece as an opportunity to start in 1994. I was always interested in the whole picture, and thought that producing and marketing my own stuff would give me most satisfaction. At that point I never expected that this would be easy, and accepted the idea of a possible failure. I always was very realistic,

and I think I was good in putting myself into the place of the customer or dealer, instead of just thinking from the producer's perspective. By choosing for design for outdoor, which didn't really exist in those days, I didn't take the easiest way, but I did avoid competition of the big players. Our home market is small, so I immediately started to think international. »

What is in your opinion crucial when preparing for a career of a designer? Do you consider the knowledge of marketing and business in general as important? » Design is not art, design is about mass production. Good design is about well balanced and sustainable mass production. If you design something, only a very little part of the work is done. Design only can be good design if you can make people buy it, otherwise the final goal is not reached. I will not say that I like the fact that the cost to sell the product is becoming a lot more important than the cost to design and make it, but that has become reality, and you can be as creative in these things as in the designing part itself. A designer does not have to be the best marketer, manager or business man, but he has to understand all the principles involved to be able to design a good product that is more than just beautiful. » **How did the designer Dirk Wynant become a successful businessman? What was your starting capital and know how? »** Not every designer should have the ambition to become a producer, but if they do, they need the most diverse skills. First of all I was very fortunate to learn about production and business in my father's workshop when I was very young. Not only did I learn everything about making wooden furniture and how to use all the machines, but as my father couldn't type, I had to type all his hand written offers and invoices since the age of 14. At the age of 15 I had to help on a tradeshow for the first time, and at the age of 18 I was old enough to visit people at their houses to explain about the offer I typed for them. Later on I got to know my wife. Her father

had a metal working company, where I learned everything about metal and welding. After graduating as an interior architect, I took evening classes in marketing, management, bookkeeping, tig-welding, plate bending, languages, computer skills, more management, law school, courses on how to select and motivate people, etc, etc... I continue to take classes on a regular basis, but not 2 or 3 days a week anymore as I did for a very long time. In those days I looked for jobs which would get me the experience I was looking for. I needed all this to be able to build the brand that Extremis is today, and all this know how was a lot more important than the poor 7.500 Euros I started with from my own savings. That's what I always will say to students: don't go for the money until you are at least 30 years old, give yourself the chance just to learn the first years after graduating, it will pay off later. » **Which designers and companies did you cooperate with during your career?** » I'm not really looking for other designs, so I don't give other designers design briefings in order to make something for us. But if I see something that fits into the Extremis collection, I'm always willing to take it in, not every product has to be from my hand. For the PicNik for example, I designed the piece but needed the bending technique that Xavier Lust discovered, so we talked and he became the co-designer for that piece. I don't believe in big egos, so if a designer approaches me with an attitude, he will not be very successful with me. When it comes to companies, I must say that amongst brands that respect each other, there is an openness to share information and to learn from each other, and that is an aspect I like a lot. » **How do your goals as a designer on one hand and businessman on the other relate? In what extent does the market influence your products?** » Working with book keeping, invoices, production and all kinds of down to earth practical stuff in the morning, and trying to think about innovative

brand new design in the afternoon: you can imagine that this is not always easy. That is why I hired a general manager to take over part of my business responsibilities, and that is starting to work well after a bit more than a year now. About the market influence, I don't believe that you can go to the market and ask people what they want, you will only end up with things that already exist, and there will already be a lot of competition in that. And the competition I want to win is not the one of being the cheapest, there are more than enough players in that field. If you want to do innovative things, you can't get your inspiration from the market, and you can't get it from design books. Inspiration is everywhere else. The conditions in which we live change constantly, think about what internet and mobile phones did to us. The observation of people, in our and in other cultures, that's the only inspiration I need. Mix that with a personal joy for good life, and good ideas will come by itself. » **Could you share with us how long it takes for you to design a new product and how long it takes for it to win its recognition on the market? Could you use an example from your practice?** » Today there is a brand behind every new product we introduce, and that makes it completely different from the time when I started. The acceptance of the market is a lot faster, although this doesn't mean the quality of that novelty can be lower today, it still has to be good. Designing a new product means blood, sweat and tears for me. It is a very difficult process, which takes not more than a split second, but also a whole lifetime at the same time. From each product I still can remember the first thought that eventually lead to a certain product, and the time between that and the introduction of the product always was too long: between 2 and 3 years. In case of the InUmbra parasol it even took me more than 7 years, which is ridiculous. Of course this had to do with the fact I was mainly running a business and designing was something for "between

the soup and the potatoes”, as we say. The more innovative the product, the longer it takes to get recognition in the market. Extremis products often take more than 4 years to become really successful. They take long to get accepted, but then they have a very long lifetime, which is one of the key ecological factors I’m promoting. Our products only start selling after others are already disappeared from the market again. »

Which of your company’s products is the closest to you and why? » Just like my children I love all of them, and they are all very different. The first born, Gargantua, still is a very important piece in the collection. In fact, the whole company is built on the success of this first design, which became a local classic meanwhile. If you ask me about our most iconic design piece I’m proud about, I will think of the PicNik, and if I think about the one we have the most fun with using it, I will have to choose for our BeHive. At this moment of course the newborn is mostly in my thoughts, and I am extremely happy with the comments we had with Kosmos so far. » **In your opinion, what is the difference between working in a big and a small company? Where do you see the positives and negatives?** » In a small company decisions are taken much faster, and you can work a lot cheaper too. But you have to do without the big budgets you sometimes would like to work with too. I think working in a small company takes a lot more creativity in every level of the business model, and that’s more fun too. For me personally the difference is even a lot bigger than for other people who work in my small company: I’m my own boss, and can take every decision I like. Remember that this has some disadvantages too, as sometimes it’s lonely at the top. » **Do you think there certain factors exist which can assure the success of a designer on the market? What portion of the success is the result of media support, participation on fairs and exhibitions?** » Sometimes you see designers who are picked up by the media and

pushed towards success, but these are exceptions. For me and for most successful designers we had to earn the position we have today.

A position anybody can reach too: an open mind, an incredible amount of knowledge off all kinds, some talent, a lot of courage and entrepreneurship, support of the people around you and a bit of luck is enough to become a successful designer.

I like to compare it with sports: we cannot all be at the top, but we can all work very hard to try to reach that position. » **Is the Belgian market inclinable to your products or do you have bigger success abroad?** »

The northern part of our country (Flanders) is one of the best markets for any design furniture company if you look at it pro capita. But it is a very small market, so we export about 85% of our turnover, worldwide. »

In what way does Belgium support young designers? » That support is relatively new; I was too early to benefit from it substantially. Unfortunately this support is regional, and thereby completely fragmented. A federal Belgian support could be so much better. » **Are there any unfulfilled designer dreams that you have?** » I want to do lots of other stuff in the future. Preferably something that is really important, instead of the furniture most of us can do without. Design is about improving the world, and to a certain level perhaps we already do. But in the future I’m hoping to do that in a more significant way.

spectrum

profil

Pocta príboru / Hommage to cutlery

text **Silvia Klimáčková**

translation **Matej Gyárfáš**

Lately, several works of students who have participated on the “Pocta príboru” (Hommage to cutlery) competition have been exhibited in the exhibition and information point Satelit. The competition was dedicated to the 50th anniversary of the cutlery set Brusel, created by Ján Čalovka. This set is still a part of the sale catalogue of the company Berndorf Sandrik. The factory in the Austrian city of Berndorf was founded in 1844; a different factory producing silver objects was built in 1895 in Hodruša-Hámre under the name Sandrik. In the year 1991, the paths of these two competing enterprises have crossed, when Berndorf bought a part of the Sandrik production. Nowadays, Berndorf Sandrik offers more than 30 types of cutlery made of stainless steel as well as silver. Due to the long-term production, some of them have become almost cult products, appreciated not only because of the company's history, but also for their general contribution to the field of Slovak design.

The organizers – Slovak Design Centre, the company Berndorf Sandrik and the Private art high-school Hodruša-Hámre have decided to organize

a unique, but the more interesting event focused on the support of young designers. The competition was announced in January 2008 and it was divided into two categories: A – Cutlery as a part of dining and B – Free interpretation of the theme cutlery, which had enabled the competitors to use their fantasy and be more creative. The jury has evaluated 63 students from 9 high-schools and 3 universities. The most successful one was Ján Michalisko, a student of the department of jewelry at the AFAD in Bratislava, who had won the main prize – a production of a prototype of his cutlery set in the company Berndorf Sandrik in Hodruša-Hámre. In the A category, the jury has awarded the first prize to Barbara Hainzová, a student of the AFAD, for her cutlery set Šmak. The second prize was awarded to Jozef Turlík, a student of the Slovak University of Technology in Bratislava, for his cutlery set Zahryzni sa! The third place was awarded to the duo Anita Pružincová and Ján Teták from the SSUŠ Hodruša-Hámre. The first prize in the B category focused on interior, household objects etc. inspired by cutlery and produced from various materials, was awarded to Lucia Bartková, a student of jewelry at the AFAD in Bratislava. A simple deformation of real forks and spoons by bending was also the core idea of Zuzana Remšíková's collection of jewelry and accessories – this student of the SUŠ Trenčín was awarded with the second prize. The subtle, but functional set Príbor pre Beroslava by Andrea Ďurianová, a student of the department of jewelry at the AFAD, was awarded with the third prize. Not only the works of the competitors, but also a collection of the best cutlery sets and dining dishes designed by Ján Čalovka were exhibited. The collection of designs as well as unique originals comes from the years 1958 – 1972. The exceptional designer was also present at the opening of the exhibition and has gladly answered some questions about his work and the era after the Expo 58 exhibition in Brussels.

How do you judge the quality and level of the works at the “Pocta přístroju” exhibition? » The works are interesting and creative. Nevertheless, if the layout of the competition would change to designing cutlery for mass production, the competitors would have to think more about the thickness of the pieces, their suitability, but mainly their financial accessibility. » **Have any of the designs surprised you?** » Personally, I was interested in the cutlery design, which was realized in plastic. By changing this material, it would acquire different qualities and could also comply with the requirements for mass production. » **What is in your opinion the difference between the design of today in comparison with the 50s and 60s?** » Today there are amazing technical possibilities, an unbelievable amount of various materials, which has its advantages as well as disadvantages. During the 50s and 60s, as opposed to today, the designers have worked with and felt the material more intensively. I think that the young generation is losing the idea about technologic realization, which plays an important role in the overall realization of the design. » **What do you consider as most important when designing cutlery?**

Most importantly you have to realize three main factors: suitability, so that the design is practical; financial accessibility, because even a small addition of material, for example a widening, can mean excessive costs; and last but not least, every design should be esthetical, it should attract masses of people by its simple appeal, if it is meant to be mass-produced. » **How do you perceive the year 1958 today?** » It was a very prosperous year for Czechoslovakia, which has opened the doors for design. For me personally, it was the success of the cutlery set Brusel (more informally the “fifty-eight”). » **What are your memories of designing the set?** » I was mainly trying to focus on suitability, so that it would “fit” right into everyone’s hand and offered a comfortable dining. I have changed the sharp ends of the fork to wane. I have tried that every

flexure on the set had its practical purpose. In the beginning, a series of only 500 pieces was made, because it was considered too modern, but after its presentation to the public at the first Exhibition of engineering in Brno, it was successful and more purchase orders started to come. » **During your career as a designer you have worked on various projects. Which of them do you remember the best and why?** » During my work in the company Sandrik Hodruša-Hámre I did not do only cutlery designs, but also dining dishes for households as well as hotels, restaurants and canteens. I have used my designer experience also in the engineering industry, for example when I was designing boats and watercrafts. Finally I went from “boats to heels”, when I was employed at the shoe-production company in Partizánske. Here I was working with shoes, which I have created practically from scratch. I have worked with leather and I was trying to feel how it shapes and adapts to the foot in the form of a shoe. Nevertheless, it is probably because of the continuous commemorating of the cutlery set Brusel, that I remember it the best. As the greatest acknowledgement though, I consider the fact that it is still being produced and it has been successful for 50 years now.

spectrum

profil

WHY ARTS AND CULTURE ARE A BOOMING BUSINESS

text **JeffreyMeulman**

<http://www.jeffreymeulman.nl>

There is an increasing amount of popularity and support for the creative industry, as more people are recognising the economic viability of creativity and the public is now actively participating in the creation of arts and culture. Jeffrey Meulman looks at the factors in this equation, and what impact they might have on us. → In thinking about cultural participation, the first question that comes to my mind is: How can you possibly not culturally participate? My own cultural participation has increased spectacularly since the discovery of a true piece of art in my refrigerator: a small bottle of meat sauce designed in 1972 by the renowned glass designer Floris Meydam. After a little more investigating, I learned that my Grolsch beer bottles, which were originally designed by Koen van Os in 1962, were an example of 'improved design' by Meydam. I started to see Art everywhere. → I was puzzled. I had been living in a museum without even realising! In wonder I looked over my collection: my Hans Citroen litho, my Gispén couch, the Lumina lamp, the Vitra chairs, my Hans Ubbink trousers. Even my innocent-looking Ikea coffee cup appeared to be designed by an artist named

Susan Pryke who finished her studies at the London Royal College of Art in 1994. Now some might say that just realising the influence of Art on our daily lives is not the same as cultural participation. But is there a real difference between staring at a coffee cup at home and staring at the same cup in a museum? I think not. It's merely a matter of context. → Next to my own little private micro-economy, I see some macro-development coming too. There seems to be slowly emerging the widespread belief that Art, Creativity and Culture can actually make us money, instead of only costing us. Even the Dutch conservative party, the VVD, says it is planning to double the national arts budget, which is no less than a small cultural revolution. Art has proven its money-making power over and over again by revitalising buildings, cities and regions. From a marketing perspective, a city's image as a creative, cultural, arty and vibrant hub delivers hard cold cash. → The economic impact of Art can be enormous. As one artist observed: 'Look what only one painting, Rembrandt's 'The Nightwatch', has bought for Amsterdam' (probably tens of thousands of jobs and billions of euros). As soon as the economic impact of art is more generally recognised, many will embrace art - doubtless for opportunistic reasons, but so what? Content is money. Artists can deliver that content as no one else. Little by little, private companies and public authorities seem to be realising that support for the arts is no longer charity: it's investment. → Art is the product of creativity. Creativity has become equivalent to capital. No longer is creativity the exclusive domain of the artist. The scientist coming up with new theories is being 'creative'. Being 'creative' has even become a profession in its own right (and one that pays amazingly well). Thanks to the 'blurification' of terms, the city of Utrecht was able to pronounce itself The Most Creative City of The Netherlands. For whatever that's worth. The term 'creative industry' also seems to be becoming blurred.

For some, this term refers only to the design sector, while others include architecture, crafts, the visual arts and antiques, photography, film and video, writing and publishing, television and radio, music, theatre, advertising, design and (leisure) software development. By this definition, even that ultimate example of Dutch suburbia, the city of Zoetermeer, becomes surprisingly creative. ↪ **‘Blurification’** ↪ The ‘blurification’ process in the arts, creativity and culture goes even further. A Turkish Oil Wrestling Championship presented as a theatre play by the Festival a/d Werf in 2000 led to some discussion about whether this was art, culture or sport. Four years later, a Dutch singer had his funeral ceremony in a football stadium, with over 50,000 spectators loudly sharing their grief, singing and applauding as though they were attending a massive multi-media event, watched live on TV by over five million people. Is this art? Is it culture? Well, it sure looked like theatre to me! ↪ The thin line between what is generally defined as art and what is defined as culture is disappearing. ‘What’s new?’ you might ask. ‘Didn’t we already consider some commercials and MTV videos as an art form? Didn’t we name a car after Picasso? Had we not declared a tin of Campbell’s soup a ready-made masterpiece over forty years ago?’ Maybe we did. We know that, depending on the context in which slices of life are presented - as sports, rituals and daily routines - things might easily be converted into Art. But what actually is new is that it is no longer only the artist who is putting things in a new framework. Blurification is a process happening outside the artists’ influence. What’s more: no one seems to care. We just produce and we just consume. And above all: we enjoy. ↪ These are times in which I can go and see the new Robert Wilson on Tuesday; record *Desperate Housewives* on my VCR at home; check out a fresh comic on Wednesday; publicly discuss the work of Steven Berkoff on Thursday; and buy old Harry Belafonte records

at the weekend. Thank God for cultural freedom! No one will judge my taste. The basket of cultural fruits is overwhelmingly filled. And none is forbidden so far. ↪ There is a new generation coming up which does not care about definitions - high or low culture, multidisciplinary, interculturality - they just do, assembling their sources in their own instinctive Google way. This is the generation of do-ers; natural-born cultural entrepreneurs. Not the Ego, but the Product. Not the Policymaker, but the Public. Everywhere you go in Europe you’ll bump into kindred spirits. ↪ Art is at the edge of the ultimate democratisation. You do not have to be a musician to perform live at a concert; you do not have to be a trained actor to become a TV star. You can be a celebrity just by imitating others. You can even be known just for being known... We can publish our poems on our web logs. Design our virtual lives. Start our own radio or TV network on the Internet right here, right now. Camcorder in hand, we can shoot our own documentaries tonight and broadcast them tomorrow. ↪ In the meantime, the cultural elite is starting to worry. At a literary society debate in Amsterdam, some people questioned the artistic value of sing-a-long projects with Ajax hooligans: ‘Singing with hooligans? Fine! But who is going to oversee the quality?’ A fellow debater mentioned a murder in front of a summer terrace, which bystanders had cheerfully applauded, thinking it was a well-performed street act. True or not, the debater firmly stated that if this is what blurification is all about, he’d rather stick to the old convention. The society members applauded and laughed out loud with an observable sigh of relief. Unfortunately for the debater, cynicism is passé. Cultural participation is booming - whether you like it or not.

This article was originally published on the www.labforculture.org Blog on August 18, 2007, and has been republished with permission from the Author.

designum⁶2008

9 771335 034008 03>

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

číslo/number: 06 rok/year: 2008 ročník/volume: XIV cena/price: 65,- SK/KČ/2,16 EUR

vydáva/edited by:

Slovenské centrum dizajnu
/Slovak Design Centre

zodpovedné redaktorky/executive and contributing editors:

Lubica Pavlovičová, pavlovicova@sdc.sk

Zuzana Šidliková, sidlikova@sdc.sk

Jazyková redakcia/proof reader:

Katarína Weisssová

jazykový preklad/translation:

Matej Gyárfáš

marketing

Lucia Hakelová, marketing@sdc.sk

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

Jozef Kovalčík

vizuálna koncepcia a layout

/visual concept and layout:

Emil Drličiak

Designum⁶: Robert Paršo

tlač/printing: X line, Bratislava

© **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

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: galbava@sdc.sk

marketing@sdc.sk

www.predplatne.net

inzercia info:

www.sdc.sk

galbava@sdc.sk

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

Redakcia nezodpovedá za obsah
inzerátov. Preberanie materiálov
je možné len s písomným povolením
vydavateľa. Jednotlivé články
vyjadrujú názory autorov a nemusia
byť vždy totožné so stanoviskom
vydavateľa a redakcie. Vopred
nevýžiadané príspevky redakcia
nevracia. #

informácie o predaji časopisu a iných publikácií SCD:

www.scd.sk

marketing@sdc.sk

voľný predaj:

v stánkoch distribučnej spoločnosti

Mediaprint Kapa

v kníhkupectvách a galériách

v Bratislave:

Satelit SDC

Artforum

Prospero

Reduta

Dizajn štúdio ÚLUV

Art Books (STU)

v kníhkupectvách a galériách

mimo Bratislavy:

Artforum v Banskej Bystrici

Žilina

Košiciach

Trnave

Stanica Žilina-Záriečie