

d



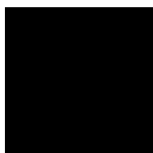
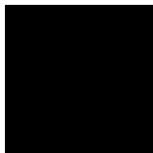
9 771335 034008 01>

Časopis o dizajne
Ročník XXVIII
3,40 €

MORAVSKÁ GALERIE

ART
DESIGN
FASHION

NEJVĚTŠÍ EXPOZICE HISTORICKÉHO A SOUČASNÉHO DESIGNU



	3	Editoriál Jana Oravcová
Aktuálne	4	Keď v móde ide o život. Rozhovor s Máriou Štranekovou Mila Burčíková
	12	Poznanie je niekedy väčšia hodnota ako produkt. Rozhovor s Antonom Bendisom Silvia Bárdová
	20	Michal Tornyai: Pri tvorbe kníh si rád kladiem výzvy Barbora Krejčová
	30	Janusovské tváre Jiřího Pelcla Zdeno Kolesár
Múzejne	38	Súčasný slovenský knižný dizajn v zbierkach Slovenského múzea dizajnu Gabriela Ondrišáková
Retrospektívne	48	Rozum verzus cit² – Zlínsky priemyselný dizajn 1959 – 1992 Vít Jakubíček
	58	Prvá dekáda 21. storočia a nástup novej generácie Dana Lapšanská
Teoreticky	68	Dizajnové myslenie a dizajn služieb na Slovensku Henrieta Gábrišová
	74	Dôverujeme vlastným rozhodnutiam? Psychológia predmetov Jana Potiron
	81	Písma čísla Simona Császárová, Miriam Polacsek, Róbert Púček
	82	Summary Katarína Kasalová

Editoriál

Text Jana Oravcová

Rok slovenského dizajnu 2021 bol vhodnou príležitosťou na pripomenutie viacerých úspešných dizajnerských projektov, ale aj na sebareflexiu, zamyslenie, čo sa v poslednom desaťročí na dizajnerskej scéne uskutočniť nepodarilo. Hoci by sme sa mohli uspokojiť s mnohými dosiahnutými dizajnerskými počinmi, v tejto sebareflexii málokedy zazneli zaváhania či zlyhania. Ako sa zdá, na kritické premýšľanie nie sme celkom pripravení, chýba nám často odvaha, hoci verejný, ale aj odborný diskurz to čoraz naliehavšie pripomína. Želajme si preto do ďalších rokov nielen veľa dobrých dizajnerských projektov, ale aj impulzov ku kritickému mysleniu. Táto pandemická doba prináša množstvo neočakávaných udalostí, s ktorými sa musíme učiť žiť. Veľakrát zaznelo, že svet už nebude taký, aký býval. A to sme ešte netušili, že onedlho budeme svedkami vojnového konfliktu blízko od našich hraníc. Žiaľ, aj takéto situácie si vyžadujú nielen otvorenú myseľ, ale predstavujú výzvy na nové dizajnerské riešenia.

Na súčasné globálne problémy kriticky reaguje aj móda a aktuálne prístupy, ako je *slow fashion*, apelujú na jej udržateľnosť. O tejto téme diskutuje Mila Burčíková s Máriou Štranekovou, čerstvou držiteľkou Hlavnej ceny Národnej ceny za dizajn 2021 – Produktový dizajn v kategórii Móda & životný štýl. Ďalším oceneným v tejto súťaži je aj Anton Bendis. V rozhovore so Silviou Bárdivou reflektuje svoje dlhodobé praktické skúsenosti v oblasti priemyselného dizajnu, nevynímajúc spoluprácu so zahraničnými klientmi. Barbora Krejčová pripravila rozhovor s Michalom Tornaiaiom, dizajnerom združenia Čierne diery, ktoré sa

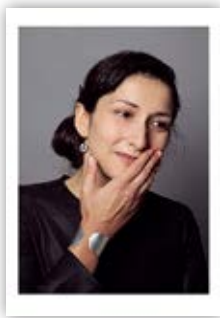
publikáciami a risografickou technológiou vydávaných grafičiek venuje popularizácii zabudnutej a prehliadanej architektúry na Slovensku. Moravská galéria otvorila koncom predchádzajúceho roka svoju novú expozíciu ART DESIGN FASHION. Súčasťou nej je aj monografická výstava Jiřího Pelcla, ktorého rozmanitú tvorbu v oblasti dizajnu hodnotí Zdeno Kolesár. Slovenské múzeum dizajnu buduje špecializované zbierky a asi najpočetnejšiu z nich tvorí tradičné médium – kniha. O zbierke kníh a ich dizajnéroch píše Gabriela Ondrišáková. Rozum ver-
zus cit² – Zlínsky priemyselný dizajn 1959 – 1992 je v poradí druhá výstava, ktorú pripravili v rámci spoločného projektu Univerzita Tomáša Baťa v Zlíne a pražské Národné technické múzeum. Približuje ho, tak ako jeho 1. časť (*Designum* 2/2020), Vít Jakubíček. Pokračovanie z predchádzajúceho čísla má aj príspevok Dany Lapšanskej o mapovaní tvorby módy nedávnej minulosti. Tentoraz sa zameriava na prvú dekádu 21. storočia. To, že za slovom dizajn sa nemusí skrývať len hmotný produkt, presviedča text Henriety Gabrišovej, ktorý sa venuje dizajnovému mysleniu, resp. navrhovaniu nových služieb. Procesom rozhodovania v dizajne sa venuje posledný článok. Jana Potiron ich vysvetľuje z pohľadu psychológie.

V rubrike Písma čísla sa vraciame opäť k študentským písam, ktoré vznikli v Ateliéri Typolab Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave pod pedagogickým vedením Michala Tornaiaa a Pala Bálika. V jednotlivých nadpisoch tohto čísla sú prezentované písma Simony Császárovej (Herba), Miriam Polacsek (Mood vertical) a Róberta Púčka (Badbite).





KEĎ V MÓDE JE O ŽIVOT



Rozhovor s Máriou Štraneckovou

Text Mila Burčíková
Foto archív Márie Štraneckovej

Mária Štranecková (1977) je dizajnérka a pedagogička, ktorej tvorbu v oblasti udržateľnej módy odborná verejnosť prvýkrát ocenila už v roku 2007 titulom *Top Styl Designer* na veľtrhu STYL a KABO v Brne. V súčasnosti kombinuje tvorbu pod svojou značkou Mayamay s pozíciou vysokoškolskej pedagogičky a lektorky na francúzskej škole módneho biznisu MOD'SPE Paris Central Europe v Bratislave. Takmer pätnásť rokov od prvého ocenenia získala jej kolekcia *Natural mode* v súťaži Národná cena za dizajn 2021 – Produktový dizajn v kategórii Móda & životný štýl Hlavnú cenu. Krátko predtým Máriu Štraneckovú prizvali do panelovej diskusie, ktorú v spolupráci s britským Department of International Trade organizovala britská ambasáda v Bratislave pri príležitosti nadchádzajúcej konferencie OSN o zmene klímy (COP26) v Glasgowe. Na podujatí v Bratislave sa stretla s Máriou Štraneckovou aj autorka tohto rozhovoru, ktorá na ňom zastupovala Centre for Sustainable Fashion, London College of Fashion. Ich spoločný záujem o vzťah medzi udržateľnou módou a každodenným životom ponúka mnoho tém, zhodujú sa, že diskusiu o udržateľnej móde na Slovensku treba posunúť do novej, fundamentálnej a kritickej roviny, ale hlavne do praxe.

Čo sa ťa nikto nikdy nespýtal a rada by si o tom hovorila?

↓

Možno o neekologickom hľadaní udržateľnosti nášho terajšieho sveta. Pojem udržateľnosti aktuálne rezonuje až propagandisticky a nie všetky príklady sú skutočne úprimné. U mňa je to o správnom nastavení morálnych hodnôt a istej zodpovednosti voči životu. Udržateľnosť sa začína v každom z nás, nemyslím, že by mala byť reklamne diktovaná. V móde je to o rozumnej a kvalitnej voľbe oblečenia, ako ja hovorím „pre telo a dušu“ – podľa svojich možností, finančných či mentálnych. Treba vždy rozmyšľať ekologicky a zodpovedne, a to nielen v móde, nakoľko tento pojem sa neustále vyvíja a mení.

Za kolekciu *Natural mode* si v Národnej cene za dizajn 2021 – Produktový dizajn v kategórii Móda & životný štýl získala Hlavnú cenu. Čo prezrádza jej názov, ako táto kolekcia vznikala? V čom je jej najväčší potenciál a ako sa proces jej prípravy líši od bežnej prípravy kolekcií, ktoré nemajú v centre záujmu prírodu?

↓

Názov *Natural mode* znamená inšpirované prírodou, prírodnými materiálmi, ale



v hlavnej miere aj „modom“ normálnosti, prirodzenosti a spomalenia. Je to prírodný a prirodzený luxus pre každodennosť. Kolekcia vznikala postupne. V jej spracovaní sa zaujímam o dizajn ako taký, tvarovanie tela, podstatu odevu a jeho funkcie pre konkrétneho nositeľa. Vlnená a ľanová časť kolekcie, ladená v prírodných farbách a s aplikáciou výšivky, vznikla počas môjho krátkeho pôsobenia v ÚĽUV-e. Remeselná precíznosť a materiálová kvalita sú aktuálne devízy úspešnosti odevného dizajnu a práve tu som našla vhodné podmienky prepojenia aktuálnych tém a fenoménov udržateľnosti v móde. Nadčasový dizajn, tradíciu, vzťah k prírode a hodnotám.

Tak vznikla kolekcia, ale i koncept výstavy O móde v prirodzenom „mode“, čiže *Natural mode* v priestoroch Dizajn štúdia ÚĽUV (2019/2020) v Bratislave. Keďže sledujem a podporujem tvorbu nastupujúcej generácie mladých dizajnérov, z kurátorskej pozície som na výstavu prizvala čerstvé absolventky Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave a ich zaujímavé projekty. Originálnu polohu *slow* dizajnu zo skupenia *I'm not a robot* a vizionársky projekt Evy Husárovej s jej novým biodegradovateľným materiálom z maku.

Počas mojej rezidencie v Museums-Quartier Q21 vo Viedni v roku 2020 som potom kolekciu prepracovala do nových materiálov a v detailoch podporila funkčnosť a variabilitu. Kolekcia predvedená na MQ Vienna Fashion Week 2020 predstavuje udržateľnosť vo všetkých jej polohách – od výberu materiálu, nadčasovej línie s jedinečnými detailmi šikmo strihaných rukávov až po detaily zakončenia. Variabilné dámske šaty a kabáty boli vytvorené autorským strihom s nulovým odpadom (*zero waste*). Strihy a pracovný postup pri produkcii mám práve v procese patentovania.

Aké je spojenie medzi *Natural mode* a tvou predošlou prácou a nakoľko táto kolekcia udáva smer tvojej budúcej práci?

↓

Kolekcia prirodzene pokračovala vo vyjadrení môjho ambivalentného vzťahu k niektorým negatívnym aspektom módy. *Comme to the light* (2019) bola koncepčne zameraná na

„hľadanie pravej hodnoty“, obsahovala prvé strihové pokusy *zero waste*, ktoré neustále zdokonaľujem a posúvam do rôznych polôh. Tu som pracovala s pretvorením kvalitných, no už inak nepoužiteľných kašmírových šatiek rozmeru 140 × 140 cm. Z každej vznikol overal alebo pohodlné šaty. Tiež ma fascinovali prírodné materiály, ktoré majú podľa mňa v sebe život. Vlnené, ľanové či hodvábné vlákna dýchajú, samé sa čistia, sú na dotyk terapeutické, nepotrebnú zložitú starostlivosť. Použila som napríklad i kvalitné látky „vyžraté“ od molí a premenila tento „defekt“ na zaujímavý estetický prvok. Aktuálne pokračujem v danej téme na kolekcií *The Crossing* (2021/2022), ktorá vychádza z tematiky transformácie sveta po pandémie.

Už od štúdia ťa zaujíma udržateľná móda. Vedela by si opísať, kde tento záujem pramení? Pamätáš sa na prelomový moment, ktorý tento záujem naštartoval?

↓

Tendencia „trvalo udržateľného dizajnu“ sa vo mne prirodzene formovala už v rodine a postupne sa rozvíjala na základe vnímania skutočnosti okolo mňa. Veľmi si vážim materiály, ľudskú tvorivosť a konceptuálnu polohu odevu – až jeho mystickú, rituálnu polohu. Už v roku 2002 som začala s *upcycling-om* na študijnej praxi na Vysokej škole umeleckopriemyselnej v Prahe v ateliéri Josefa Ľaptucha. Vychádzalo to z istej nutnosti získať zaujímavé materiály v rámci mojej témy. Tiež ma inšpirovala tvorba konceptuálnych návrhárov a umelcov a rovnako prepojenie módy, ekológie a človeka. Transformácia pánskych odevov na dámske šaty vyvrcholila v kolekcií *Protection* (2007), s ktorou som vyhrala vtedy prestížnu súťaž Top styl designer 2007. Asi najviac ma ovplyvnili opakované návštevy čínskych fabrik, roky predtým ako sa do povedomia širokej verejnosti dostal film *The True Cost* (2013), alebo činnosť hnutia Fashion Revolution.

V čom je tvoj prístup k téme udržateľnosti v móde nový alebo inovatívny?

↓

V prvom rade je to moje úprimné dlhoročné hľadanie udržateľnosti. Aktuálne

sa hlavne zameriavam na autorskú líniu odevu, ktorý má minimálny alebo nulový odpad v strihovom riešení, tiež sa zaoberám minimalizáciou švov a technických operácií v rámci produkcie. Snažím sa tvoriť nadčasový dizajn, cielene nekopírovať trendy, aj keď ich samozrejme z profesionálneho hľadiska musím vnímať. Zvolila som si ťažšiu cestu autorskej tvorby s vlastným rukopisom, aj keď aktuálny výskum študentky MOD'SPE potvrdil, že zákazníci si od lokálnych dizajnérov radšej nakupujú vizuálne trendové odevy.

Ja používam kvalitné prírodné alebo koncepčne zaujímavé materiály, ktorým dávam druhú šancu. Toto je v dnešnej móde až luxusná pozícia patriaca prémiovým značkám. No ja chcem ponúknuť kvalitu za prijateľnú cenu. Samozrejme je aj to, že nerobím v obrovských množstvách, ide mi pritom hlavne o individualitu

nositeľa. Už dlho ma zaujímajú myšlienky úspešného talianskeho dizajnéra Brunella Cucinelliho *Humanistic Capitalism and Human Sustainability*. Úžasný model podnikania, aj keď priznávam, hodnota týchto výrobkov sa pohybuje vo vysokých sumách, čo je z môjho pohľadu pre spotrebiteľa trochu „nehumanistické“.

Aký je tvoj pohľad na históriu a vývoj udržateľnej módy na Slovensku?

V akých ohľadoch sme možno na pred alebo, naopak, kde si myslíš, že máme čo doháňať v porovnaní s prístupom k tejto téme v zahraničí?

↓

Vnímam, že pojmy udržateľnosť a *slow fashion* sa aktuálne aj tu stali trendom, ktorý má veľmi veľa podôb. No výskum súčasnej módy a trvalo udržateľného dizajnu na Slovensku chýba. Dekádu späť som sa v dizertačnej práci venovala aj polohe autorskej módy u nás. Dizajnéri

Natural mode, 2020.
MQ Vienna Fashion Week 2020.
Foto: Tomas Lerch





a tvorcovia „v malom“ sú svojím spôsobom všetci udržateľní. Robia priamo pre zákazníka, nie na sklad, veci nepália ani inak nelikvidujú nový nepredaný tovar a nepýtajú si troj-, štvorciferné sumy tak ako zahraničné prémiové značky. Už pred pätnástimi rokmi som písala o vybudovaní si vzťahu k odevu, čo je hlavnou myšlienkou Orsoly de Castro v „revolučnom“ bestselleri *Loved Clothes Last* z minulého roku.

Počas pôsobenia v akademickom prostredí na Univerzite Tomáša Baťu v Zlíne sme riešili desiatky zaujímavých projektov s touto tematikou, na Katedre textilnej tvorby Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave som zaznamenala skvelé projekty. Výsledky by sa dali porovnať s globálnymi trendmi a úspechmi študentov prestížnych svetových škôl. Mnohí z nich majú teraz zaujímavé a hlavne zodpovedné značky. Vnímam úžasný kreatívny potenciál študentov. S uplatnením a podporou ich vízií je to horšie, keďže tu chýba vedecko-kritická platforma a napojenie na priemysel. Zahraničný trh je zručnejší, pokiaľ ide o marketing a realizáciu, mohol by sa však u nás inšpirovať v ideovej rovine.

Všetky tvoje šaty sú doplnené visačkou *Life Care Instructions* (starostlivosť o život). Kde je pre teba prepojenie medzi odevmi, ktoré nosíme, a životom, ktorý vedieme? Ako môže jedno ovplyvniť druhé?

↓
Šaty sú môj nástroj komunikácie, prostredníctvom ktorého sa snažím aspoň trochu meniť svet k lepšiemu. Ako vieme, odev je jedným z kľúčových určovateľov kultúry, triednej príslušnosti, osobnosti či prejavom individualizmu. Mňa zaujala i jeho komunikačná až metarovina, dotýkajúca sa tela i vedomia, vízií či myšlienok. Človek je v mojej tvorbe prvoradý. Spojenie šiat a tela je pre mňa doslova zážitkom prítomnosti. *Vzťah módy, dizajnu a umenia k večnosti i každodennosti* je názov mojej habilitačnej práce, kde súborne predstavujem kolekcie, ktoré ponúkajú formu, ale i precítenie a uvedomenie si obsahu života, niečoho vyššieho a samého seba. Príkladom je veľmi úspešná kolekcia *The Dust* (2012). Kreativita, radosť zo života, túžba byť užitočný

v živote, i toto sa snažím komunikovať prostredníctvom spomínaných visačiek. Úprimne, a možno až idealisticky, mi záleží na konkrétnej nositeľke, jej pohodlí v dokonale padnúcich šatách, ale i na jej duševnej pohode. Ideálne sú šaty určené pre osobnostne zrelú ženu, ktorá je tvorivá a spoločensky angažovaná, je skryte výnimočná.

Záleží mi aj na ľuďoch, vo všetkej ich rôznorodosti. Aj preto som sa zúčastnila na viacerých projektoch Nadácie Orange Šaty zo srdca či projektu odevnej kolekcie pre podporu veľmi talentovaného chlapca s autizmom. Stála som aj pri zrode slovenskej ekologickej a etickej značky, ktorej cieľ je podpora sociálne znevýhodnených skupín ľudí.

Čo by z tvojho pohľadu bolo treba na to, aby sa téma udržateľnosti v móde a dizajne riešila dlhodobo a do hĺbky, a nielen ako konverzačný trend sústredený na ,eko‘ obaly a materiály, no bez hlbšej zmeny nášho prístupu k veciam, ktorými sa obklopujeme?

↓
Táto otázka by mala byť v každom človeku, je to naša vnútorná zodpovednosť. Každý z nás by sa mal snažiť dlhodobo si ju zodpovedať sám za seba, pretože všetci môžeme niečo urobiť. Aké sú vlastné kritériá udržateľnosti? Šaty, ktoré cestujú cez polovicu sveta, nebudú pre mňa nikdy udržateľné. Konečný užívateľ si vyberá odev – svoju druhú kožu, svoje sebayvyjadrenie, uspokojuje svoju potrebu. Neuvedomujeme si pritom ale skutočnú cenu oblečenia, aj napriek jeho nálepke *sustainable* v globálnom reťazci. Preto je dôležité túto tému podávať zrozumiteľným spôsobom a dávať jej edukatívny rozmer, nielen priestor v rámci aktuálneho marketingového *greenwashing-u*, ktorý môže zavádzať zákazníka.

Máš skúsenosť z veľkých módných štúdií ako Preen a Alexander McQueen. Čo ťa viedlo k rozhodnutiu, že chceš pracovať ako nezávislá dizajnérka pod svojou značkou, a nie sa uchádzať o zamestnanie v jednom zo svetových módných domov?

↓
V štúdiu McQueen moje meno v rámci zadania rezonovalo často,

cítila som sa ocenená a „dôležitá“. No postupom času som si uvedomila, že vysoká móda má i svoju odvrátenú tvár a nechcela som byť natoľko jej súčasťou.

Som vďačná za nezabudnuteľné skúsenosti na stáži a možnosť tam zostať, ale vtedy som túžila dokončiť štúdium na Vysokej škole výtvarných umení. Zdalo sa mi to veľmi dôležité a cítila som potrebu odovzdať svoje vedomosti a skúsenosti ďalej. Následne som dostala ponuku učiť na vysokej škole, dokonca viesť ateliér, takže bolo rozhodnuté. Pracovala som na svojich kolekciách ako nezávislá dizajnérka.

Myslíš si, že ako nezávislá dizajnérka s malou značkou dokážeš zmeniť veci, na ktoré iní možno nemajú taký vplyv?

↓
Tým, že som malá značka, cítim, že dokážem plne uskutočniť ciele udržateľného dizajnu. Dokážem ovplyvniť výber materiálu, lokálnu výrobu, mám často možnosť priamo komunikovať s potenciálnou nositeľkou. Vysvetlím jej aj starostlivosť o materiál, tiež ponúkam sošatami príbeh, čo môže pomôcť vybudovať si k odevu vzťah. Nedokážem však súperiť s globálnymi značkami a online platformami, ktoré majú dokonale a cielene nastavené SEO (Search Engine Optimisation) vo vyhľadávačoch.

Preto cítim, že asi najviac môžem ovplyvniť veci ako pedagogička a lektorka. Učím dizajn na dvoch vysokých školách, mám množstvo mladých študentov, v ktorých vidím potenciál, prenechávam im *know-how* a verím, že oni posunú moje snaženie ešte ďalej. V nemalej miere považujem za dôležitú aj moju aktívnu spoluprácu s inštitúciami, platformami, a *influencermi*, ktorí sa tejto problematike už pár rokov venujú – Slovak Fashion Council, Fashion Live, Fashion Revolution, Inštitút cirkulárnej ekonomiky, SIEA (Slovenská inovačná a energetická agentúra) a podobne. Influencerky, ako napr. Petra Konček – Rogue_Minimal alebo Marika Majorová, alias Tonbogirl, sú nielen pre mňa spojivom medzi lokálnym dizajnom a potenciálnymi klientmi. Spolupracujem i s lokálnymi obchodmi, ako je vPRIESTORE či Slávica, kde ponúkam svoje modely.



Natural mode, 2020.
Model Kinga Puhová.
Foto: Maryna Syrovatka

Kto ti najviac pomohol počas tvojej doterajšej profesionálnej cesty? Akým spôsobom?

↓

Počas štúdia to boli rôzne štipendia a granty, vďaka ktorým som mohla byť napríklad i na spomínanej stáži v prítomnosti osobností, ktoré ma najviac profesijne ovplyvnili. Tvorba autorskej módy, zvlášť jej inovatívnej časti je finančne náročná, a preto som veľmi vďačná za podporu Fondu na podporu umenia. Tiež vidím „osvietenú“ pozíciu Nadácie Tatra banky prostredníctvom programu Umenie. Samozrejme, pomohli mi aj výhry v súťažiach a grant na podporu podnikania. Nepriamo mi pomáha aj to, že učím a musím sa preto neustále vzdelávať a posúvať sa dopredu. Bez duševnej podpory a lásky mojich najbližších a priateľov si túto cestu nedokážem predstaviť.

Nezávislí dizajnéri často hovoria, že v prvých rokoch po štúdiu dostávajú podporu na svoju prácu, neskôr je už ale ťažšie nájsť finančnú podporu aj mentorov. Oboje môže byť kľúčové na posunutie práce dizajnéra do ďalšieho profesionálneho rozmeru. Čo by podľa tvojho názoru mohlo pomôcť podporiť nezávislý autorský dizajn na Slovensku tak, aby sa stal silnejšou alternatívou k uniformite, množstvu, a, žiaľ, aj stále klesajúcej kvalite módy zo svetových reťazcov?

↓

Na Slovensku vo *front row* módnych prehliadok zatiaľ nesedia ani nákupcovia, ani investori. Dôležitá je nadväznosť škola – priemysel, kontinuita či inovácia lokálnej výroby, združovanie lokálnych značiek a strategická podpora predaja domácich značiek. Mladý/dá dizajnér/ka by tak už na škole vedel/a, kde môže robiť svoju prax, a firma by sa prirodzene kreatívne rozvíjala vďaka jeho/jej inovatívnemu vkladu.

Obnova odevného a textilného priemyslu nie je u nás zatiaľ strategické politické rozhodnutie, aj keď zahraničné príklady poukazujú práve na znovuoobnovený rast priemyslu v tomto odvetví v nám podobných krajinách EÚ. Problém vidím aj vo vzdelávaní – nemáme správne školených a vzdelaných ľudí v oblasti remesla, odevníckych technológií a marketingu. Ak aj obnovíme zavreté fabriky, ktoré boli veľmi kvalitné a šili v nich aj luxusné zahraničné značky, nebude v nich už mať kto pracovať. Staršie vyškolené pracovníčky prešli pracovať do montážnych hál a po zrušení odevných učilísk a stredných škôl už nemajú nasledovníkov. Je preto dôležité ovplyvniť ekonomicky veľkých hráčov či politické rozhodnutia. Okrem toho osvietení investor by bol i pre mňa ideálny model a vrúcna prosba.

Ak hovoríme o móde a živote, tvoj každodenný život hrá, samozrejme, kľúčovú rolu. Ako vyzerá tvoj bežný pracovný deň a ako delíš svoj čas medzi výučbu a svoju tvorivú dizajnérsku prácu?

↓

Rôznorodo. Dni a priestor mám rozdelené v závislosti od vysokoškolského rozvrhu, ktorý kombinujem s mojimi ďalšími pracovnými aktivitami.

Mám ateliér, štúdio a dielňu, takže rôzne striedam aj miesta. Najčastejšie sa však aktuálne zdržujem v Bratislave na Hviezdoslavovom námestí na MOD'SPE Paris Central Europe, škole módneho biznisu, kde učím a zároveň tam mám štúdio. Tu môžu aj študenti nazrieť do tvorivého procesu a je to vlastne i miesto, kde komunikujem s verejnosťou či klientmi. Ponúkam im osobitý prístup vo výbere najvhodnejšieho odevu, niekedy len konzultáciu či rozhovor.

Aké zmeny vo svojej práci by si privítala a čo by si, naopak, nikdy nechcela zmeniť?

↓

Moja silná stránka je tvorivosť, ale, bohužiaľ, nie v komerčnej polohe. Preto by som túto stránku rada prenechala iným a naučila sa delegovať najmä činnosti, ktoré sama už kapacitne nestíham. Nemenila by som ale rôznorodosť kreativity a aktivít, ktoré mi moja práca ponúka. Svojej práci venujem veľa energie, preto za podstatné považujem vždy si nájsť čas pre seba, rodinu a prírodu, kde najviac vnímam to podstatné, a to, čo ma prevyšuje.

Ako podľa teba vyzerá úspech?

↓

Každý menší krok je úspech, ak človek ide dopredu. Úspech je pre mňa každodenná radosť z práce a pocit zmyslu života, a to, že som po sebe niečo zanechala – či už v podobe myšlienok a informácií podaných študentom, tvorby alebo stretnutí s priateľmi. Veľký úspech je pre mňa, aj keď niekoho urobím šťastným, keď sa v nich bude dobre cítiť a posúvať tento dobrý pocit ďalej. To je v mojej tvorbe kľúčové. Cením si ocenenie v Národnej cene za dizajn, je to uznanie mojej tvorivej práce odborníkmi. Čo sa týka úspešnosti vízií značky, za úspech budem považovať jej stabilnú pozíciu na lokálnom trhu.

O tvojej práci som prvýkrát počula počas tvojej stáže v štúdiu McQueen, čo je teraz už viac ako pätnásť rokov. Ak sa prenosieme o ďalších pätnásť rokov dopredu, o čom by si sa rada rozprávala pri našom stretnutí?

↓

Zrátala som si, koľko budem mať rokov, a tak v prvom rade dúfam, že

ešte stále to budem ja – idealistka, plná vášne, lásky a energie. Dúfam, že sa budeme môcť stretnúť i fyzicky, čas online sveta sa nejako prirodzene vnára do našich životov. O témy určite nebude núdza a možno sa opäť budeme rozprávať o udržateľnosti v móde, len budeme pravdepodobne definovať iné problematiky. Verím, že už konečne aj uvidíme ovocie nášho zodpovednejšieho správania sa v móde i v každodennom živote. Uvidíme – teším sa. ■

Mila Burčíková sa venuje udržateľnej móde a spoločenskej zodpovednosti v dizajne už viac ako dvadsať rokov. Vyštudovala Teóriu a dejiny kultúry na Filozofickej fakulte Univerzity Karlovej v Prahe (2006) a v roku 2020 získala doktorát v Móde a udržateľnosti na School of Art Design and Architecture, University of Huddersfield. Jej výskum je zameraný hlavne na ľudský rozmer dizajnu, vzťah medzi módou a každodenným životom a na alternatívy k súčasnému módnemu systému. V Centre for Sustainable Fashion, London College of Fashion (University of the Arts London) pracuje na projektoch, ktoré spájajú najnovší výskum v móde a trvalej udržateľnosti s ich priamou aplikáciou v módnom priemysle, zvlášť v malých a stredných nezávislých módných firmách. Je hlavnou autorkou slovníka udržateľnej módy spracovaného v spolupráci medzi svetovým vydavateľstvom Condé Nast a Centre for Sustainable Fashion pre editorov Vogue, ale aj pre širšiu odbornú a laickú verejnosť. Vo svojich ďalších projektoch sa aktuálne zaoberá spätosťou módy s pôdou a poľnohospodárskym systémom, predovšetkým v súvislosti s klimatickou núdzou a nutnosťou radikálne prehodnotiť životný štýl a spoločenské hodnoty. Je tiež návrhárka a tvorkyňa odevov, od roku 2009 vedie vlastný ateliér pomalej módy (*slow fashion*) so zázemím medzi Veľkou Britániou a Burgundským vidiekom.



The Dust, 2012.
Modelka Katarína Sido.
Foto: Vojtech Veškrna

Poznanie je niekedy väčšia hodnota ako produkt

Rozhovor
s Antonom Bendisom

Text Silvia Bárdová

Foto archív Antona Bendisa

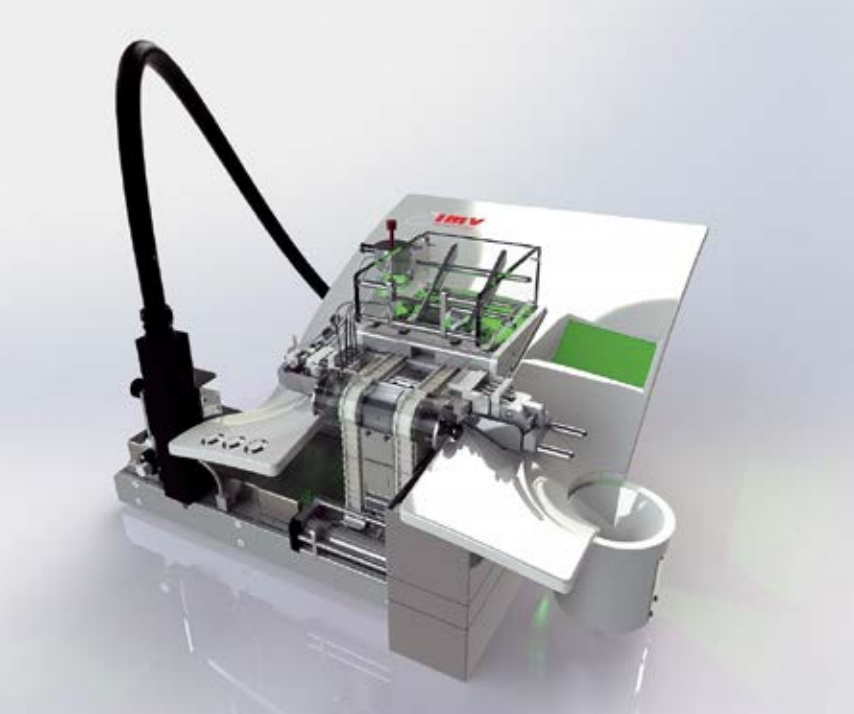




V súčasnom dizajnerskom dianí sa popri autorskom dizajne dostávajú stále viac do popredia dizajn orientovaný na používateľa, dizajn s malým „d“, nutnosť zodpovednosti a etiky dizajnéra. Anton Bendis tieto princípy zosobňuje na slovenskej dizajnerskej scéne už niekoľko desaťročí. Jeho metou je, aby sa produkt stal samozrejmým, a stačí mu, ak človeku uľahčí život, vyrieši problém. Nemá čas propagovať svoje autorstvo, medzičasom mu na stôl pristanú ďalšie zaujímavé problémy. Napriek či vďaka tomu sa jeho návrhy stali realitou v miliónoch vyrobených kusoch a z Banskej Štiavnice spolupracuje s celým svetom. Jeho produkty boli ocenené v Národnej cene za dizajn niekoľkokrát, po prvýkrát v roku 1995. V Národnej cene za dizajn 2021 – Produktový dizajn získal Špeciálne uznanie za prínos v oblasti digitálnych nástrojov za produkt *Crayonic KeyVault*.



Anton Bendis (1965) vyštudoval dizajn na Strojníckej fakulte Slovenskej technickej univerzity v Bratislave (1983 – 1988). K oblasti dizajnu ho priviedol záujem o letectvo a konštrukciu lietadiel, ktorý sa prejavil aj v jeho orientácii na technicky náročné a komplexné dizajnerské úlohy. Po absolvovaní štúdia pôsobil ako člen dizajnerskeho štúdia Mr. Design. Neskôr spolu s Bjornom Kierulфом pracoval na projektoch a zákazkách z oblasti priemyselného dizajnu pod značkou Bendis & Kierulff. V súčasnosti pôsobí ako samostatný dizajnér a zameriava sa predovšetkým na projekty, ktoré majú potenciál priniesť novú hodnotu a vyriešiť konkrétne ľudské problémy. Má za sebou rad úspešných realizácií pokrývajúcich široké spektrum produktov v spolupráci s firmami a výrobcami zo Slovenska, Európy či Ázie.



↑ Laboratórny prístroj IS-4, 2014.
Pre IMV Technologies.

→ Ohrievacie telesá, 2012.
Pre Quarnot.

→ Picobello, navigačný prístroj
pre nevidiacich, 2016.
Pre Care-Tech.

Po štúdiu dizajnu ste spolu s ďalšími absolventmi Slovenskej technickej univerzity a Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave založili štúdio Mr. Design (1991), ktoré sa zameriavalo na grafický aj priemyselný dizajn. Profesionálne ste sa dizajnu začali venovať v atmosfére skorých deväťdesiatych rokov na Slovensku. Čo vás viedlo k založeniu štúdia a aká to bola skúsenosť?

↓

Vedeli sme, že niečo také chýba. Niektoré činnosti do istej miery suplovali rôzne novovznikajúce reklamné agentúry, ale to, čo sme chceli, na Slovensku neexistovalo. Napriek tomu, že to bolo zlomové obdobie pre vtedajší priemysel a začínal aj počítačovo podporovaný dizajn, tu toho bolo naozaj veľmi málo. Videli sme teda, že na niečo takéto je tu priestor. V tom čase totiž pomaly končil starý systém s Fondom výtvarných umení, kde si dizajnéri museli dávať odsúhlasovať a pripomienkovať svoje modely komisiou, čo bolo do istej miery veľmi nenormálne. Vedeli sme, že sa to zmení, a chceli sme sa na tej zmene nejako podieľať a tiež proste robiť to, čo sme sa učili v škole.

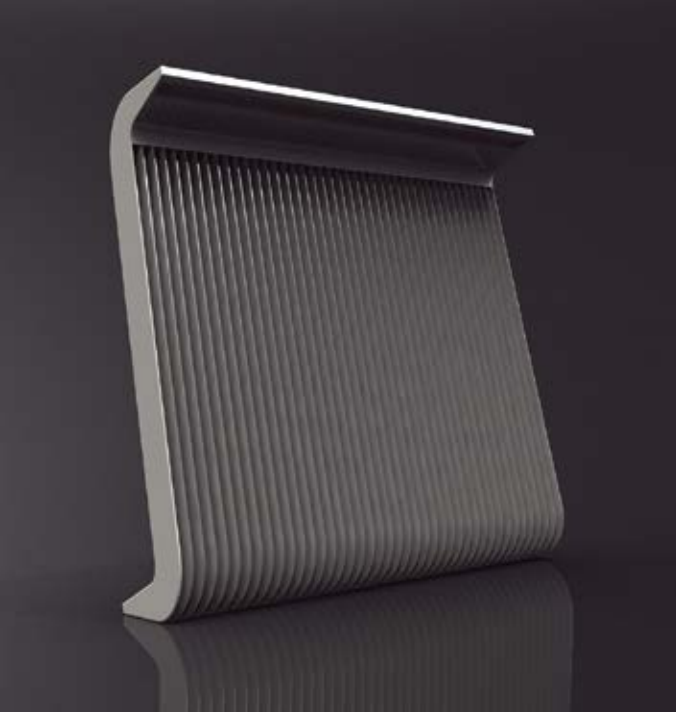
Samozrejme, tiež sme túžili byť pánmi svojho času a rozhodovať o sebe sami. Grafická časť štúdia sa veľmi rýchlo uchytila, keďže v tom čase bol po grafickom dizajne veľký hlad, čo však

neplatilo o priemyselnom dizajne. Musel som si sám vymýšľať zadania, navrhoval a vyrobil som si napríklad niekoľko svetidiel. Zákaziek bolo vtedy relatívne málo, keďže priemysel, ako fungoval dovtedy, sa postupne rozpadal.

Neskôr ste sa spolu s Bjornom Kierulfom oddelenili od pôvodného štúdia a založili štúdio Bendis & Kierulf (1995), zamerané už výhradne na priemyselný dizajn. Aký je príbeh tohto štúdia? Bolo ľahké získať v tom čase klientov, alebo ste ich museli aktívne vyhľadávať? Vaše produkty sa vám už darilo vyrábať sériovo, čo to pre vás znamenalo?

↓

V štúdiu Mr. Design postupne pripadala práca na grafických zadaniach aj na mňa a na to som sa necítil. Nevidel som preto možnosť pokračovať v práci v štúdiu. Veľa mojich spolužiakov sa začalo zaoberať grafickým dizajnom, ale ja pred touto prácou cítim veľkú bázeň. Spolupracovali sme s typografmi ako Andrej Krátky či Peter Biľak a vždy ma fascinovalo počúvať ich rozprávať o typografii, no zároveň mi bolo jasné, že grafiku nemôžem robiť. Dodnes typografiu obdivujem a čítam si o nej knihy, je to podľa mňa veľmi zaujímavá disciplína. Na druhej strane by som si netrúfol v nej niečo robiť, zdá sa mi to náročné a nemám na to žiadne znalosti ani prípravu.



V Bendis & Kierulf sme sa už chceli venovať priemyselnému dizajnu, našlo sa už aj niekoľko klientov. Zopár klientov sme oslovili aj sami, napríklad slovenskú firmu Hakl na výrobu zariadení na ohrev vody a vykurovanie, s ktorou spolupracujem dodnes. Zaujímavá bola napríklad spolupráca s českou firmou RIM, pre ktorú sme navrhovali kancelárske stoličky. Tie sa celkom dobre predávali a občas sa s nimi v interiéroch ešte stretnem. To bola prvá reálna skúsenosť s tým, že naše dizajny sa vyrábali vo veľkom. Napríklad s mníchovskou firmou KlemProducts, ktorá vyrába variabilný výstavný systém, sme spolupracovali na návrhoch svetidiel do výstavných systémov. Časť jej výroby sa nám dokonca podarilo dostať na Slovensko, produkty sa realizovali tu a exportovali do zahraničia. Išlo o tisícové série, čo nebolo veľa, ale niečo to znamenalo. Bol to dobrý pocit, pretože taká bola od začiatku aj moja predstava o dizajne, ktorý chcem robiť – nie solitérne kusy na úrovni remeselnej výroby, ale niečo, čo sa bude vyrábať hromadne a pri výrobe sa budú používať technológie priemyselnej výroby, nie remeselné, ručné techniky.

V tom čase bolo možné štúdio ďalej rozširovať a robiť dizajn „vo veľkom“, ale pre mňa by to znamenalo návrat k tomu, od čoho som odišiel. Predstava veľkého štúdia sa mi zdala pomerne

zväzujúca a chcel som si ponechať určitú voľnosť. Bjorn sa neskôr zamerlal na oblasť nízkoenergetických stavieb, čo považujem za dobrý krok – je to veľmi užitočná vec pre ekológiu. Naďalej však spolupracujeme.

V procese vývoja produktu ste mali možnosť vyskúšať si rôzne typy spolupráce – od pôsobenia v dizajnerských štúdiách, cez samostatnú prácu, až po poskytovanie technickej podpory projektov. Čo po týchto skúsenostiach považujete za ideálny model spolupráce? Aká je pre vás ideálna rola v dizajnerskom procese?
↓

Pôvodne som mal predstavu, že budem navrhovať produkty, ktoré sa zmestia na formát A4. Čiže niečo, čo si viem so sebou zobrať, žiť s tým a poskladať to doma. Od začiatku som chcel mať kontrolu nad svojimi projektmi až do ich dokončenia. V deväťdesiatych rokoch bola totiž spolupráca s konštruktérmi a inžiniermi problematická, pretože často pracovali ešte starým spôsobom – na rysovacích doskách a podobne, no svet bol už niekde inde. Nebavilo ma stále niekoho presvedčať o tom, že niečo je možné, že to bude fungovať. Takto som však nemohol navrhovať veľké stroje, moja predstava preto bola robiť niečo, pri čom môžem zisťovať sám, ako to môže fungovať.

Dlho som mal predstavu, že to je ono. Páčila sa mi však aj nedávna skúsenosť s projektom nového cyklistického mosta v Nitre (Kalvársky most), pri ktorom som pomáhal rozkresliť jednotlivé diely do detailov a usporiadať hmotu už v rámci presne určených kontúr. Pri tomto projekte som vôbec nepôsobil v role dizajnéra a napriek tomu to bolo pre mňa veľmi zaujímavé a našiel som sa v tom.

Som otvorený všeličomu a snažím sa zameriavať na nové veci, ktoré konkrétne spolupráca priniesie. Jediné, o čom som presvedčený, že nechcem robiť, je spolupracovať s klientom, ktorý si nevie povedať dosť a uprostred procesu stále mení zadanie. Je problém, keď zákazník nemá jasnú predstavu o tom, čo vlastne chce riešiť, a nemá marketingovú a obchodnú stratégiu. Aj keď, samozrejme, v dizajne je zadanie naozaj jasné až vtedy, keď produkt dokončíte a začne sa vyrábať. Je to do veľkej miery o komunikácii, niektorí klienti sú ochotní počúvať moje pripomienky k procesu, niektorí nie, inokedy zasa nie som ochotný poslúchať ja.

V minulosti mi rovnako nevyhovovala spolupráca pri výrobe svetidiel, ktorá si vyžadovala prácu na plný úväzok a zahŕňala kompletnú starostlivosť o dizajn, výrobu, tok materiálov a podobne. Znamenalo by to nutnosť



↑ UL lietadlo, 2015.
Pre Fly service.

→ VoxTape, „rozprávajúci“
meter pre slabozrakých, 2015.
Pre Caretec.

→ Syms 3, laboratórny
prístroj, 2016.
Pre Cryo Bio system.

↓ Futura, konferenčná
stolička, 2003.
Pre RIM.

venovať sa dlhodobo len jednému projektu, čo by nevyhovovalo mojej povahe. Keď nejakú prácu dokončím, hľadám si už niečo ďalšie. Keď niečo začne fungovať, už ma to viac nezaujíma.

Zoznam vašich dizajnerských realizácií je dlhý, pričom ide o pomerne rôznorodé typy projektov – svetidlá, komplexné medicínske prístroje, nábytok, mobilné zariadenia či dokonca práca na UL lietadle. Čo pre vás robí určitý projekt zaujímavým, čo musí spĺňať, aby ste sa preň rozhodli?

↓
Mojím kritériom je, aby mal projekt zmysel a aby vzniklo niečo, čo prináša určitú hodnotu. Aby to nebolo niečo, čo predtým robilo už sto iných ľudí a ja by som to urobil len ináč, ale bol to posun v kontexte produktov, ktoré už existujú. Aby to neprinieslo len novú výtvarnú alebo estetickú kvalitu, ale dávalo to celkovo väčší zmysel. Aby vznikla nová hodnota, napríklad použitím nových, dovtedy nepoužitých materiálov, ktoré prinesú používateľovi novú kvalitu. Veľa úsilia sme v tomto ohľade vložili napríklad do vývoja bicyklových sedačiek s firmou Morgaw, pri ktorých sme experimentovali s rôznymi materiálmi.

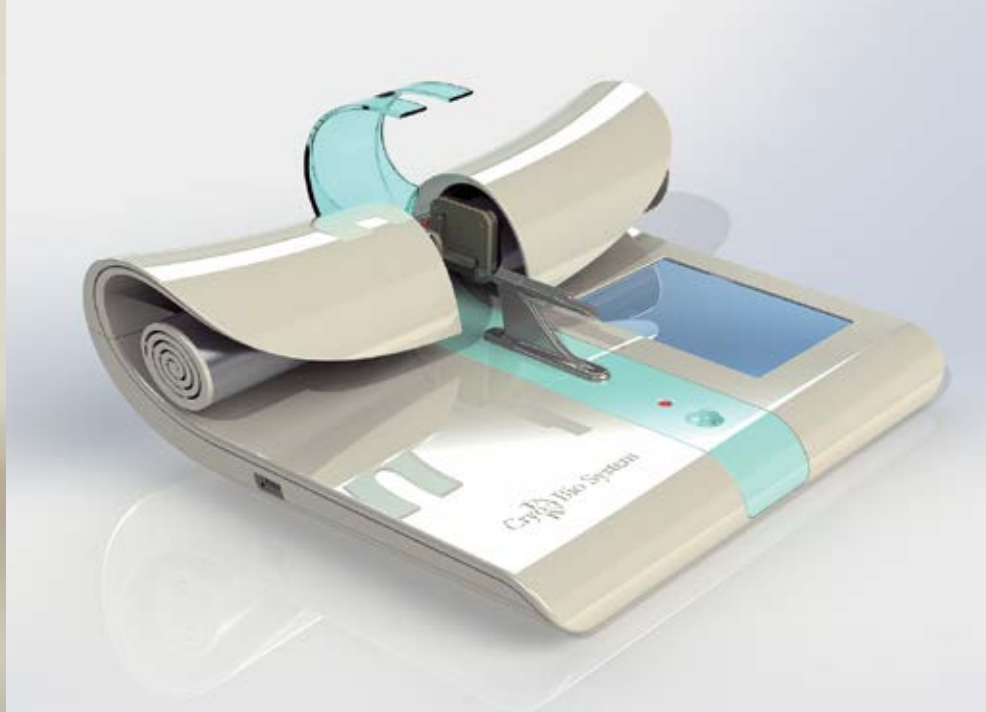
Dobрым príkladom je aj aktuálna spolupráca s firmou Crayonic, ide

o úplne nový typ produktu, ktorý nemá predchodcu, aktuálne nič také na svete neexistuje. To ma na tomto projekte zaujalo, videl som, že má zmysel sa ním zaoberať, že prinesie novú kvalitu, vyrieši problémy, s ktorými sa ľudia stretávajú. Problémom tu je to, čím sme dnes zavalení všetci – sme nútení neustále si vytvárať nové digitálne totožnosti a je zložité si pamätať všetky heslá k nim. Veľká téma je aj kybernetická bezpečnosť. Takýto produkt môže vyriešiť tento konkrétny ľudský problém tak, že nás to bude stáť menej úsilia a namiesto zapisovania hesiel sa budeme môcť venovať iným, v živote dôležitejším veciam.

Za produkt Crayonic KeyVault ste v Národnej cene za dizajn 2021 – Produktový dizajn získali Špeciálne uznanie za prínos v oblasti digitálnych nástrojov, mohli by ste produkt opísať bližšie? Čo bolo špecifické pri práci na tomto projekte a čo bolo pre vás pri vývoji tohto produktu hlavnou výzvou?

↓
Špecifické bolo práve to, že takýto produkt ešte neexistuje. Existujú podobné zariadenia, no neponúkajú také spojenie technologických vlastností a používateľských výhod ako tento produkt. Jasne to vidieť na tom, že je pomerne ťažké ho opísať alebo prirovnávať k niečomu inému. Crayonic KeyVault je akýsi fyzický kľúč do





digitálneho sveta. Firma Crayonic svoj produkt niekedy prirovnáva ku kľúču od auta. Podobne ako viete jedným dotykcom odomknúť svoje auto, tak jednoducho si s *KeyVaultom* dokázate odomknúť pracovný počítač, schváliť bankový prevod či pristúpiť k databáze citlivých patientských dát. Prihlásenie prebehne viacfaktorovo a pritom bez hesiel. Na overenie totožnosti používateľa sa totiž využíva biometria odtlačku prsta či hlasu a tiež pokročilá kryptografia. Všetko beží v malom elegantnom kovovom kľúčiku, ktorý sa nepripája k internetu, a je tak odolný voči útokom zvonku.

Crayonic KeyVault nie je určený pre bežného používateľa, ktorý preferuje a bezhranične dôveruje svojmu mobilnému telefónu. Cieľovou skupinou sú používatelia s vysokými prístupovými právami do citlivých informačných systémov, na ktorých sú ciele kybernetické útoky – top manažéri podnikov, systémoví administrátori, špecialisti v oblasti kritickej infraštruktúry štátu, zdravotníci či výskumníci. Potreba ochrany digitálnej identity týchto ľudí je mimoriadne dôležitá, pretože jej krádež a zneužitie (napr. prelomením slabého hesla) vedie k obrovským škodám. *Crayonic KeyVault* týmto ľuďom uľahčuje prechod na výrazne bezpečnejšiu formu prihlasovania. V tomto produkte sa teda spája viditeľný, hmatateľný fyzický svet a neviditeľný svet šifrovania a dátovej bezpečnosti.

Skĺbiť tieto svety do jednoduchej používateľskej skúsenosti je jednou z výziev, pretože vysoká bezpečnosť je obvykle v protiklade s používateľským pohodlím.

Ako vyzerá takáto medzinárodná spolupráca pri výrobe produktu? Využívate pri spoluprákach so zahraničnými klientmi aj domáce výrobné možnosti alebo sa skôr spoliehate na možnosti v zahraničí?
↓

Na základe prototypu, ktorý sme vytvorili, získala firma Crayonic miesto v inkubátore v holandskom Eindhovene a stala sa holandskou. Stojí za ňou však patent a veľa „rozumu“ zo Slovenska, z oblastí kryptografie, strojového učenia a kybernetickej bezpečnosti. Neskôr sa firma s projektom dostala do akceleračných programov v Paríži a New Yorku a vznikol prvý dizajn. Pri tejto spolupráci veľmi dobre fungovalo spojenie dobrej myšlienky, ktorá dostala pútavý tvar, a ten pomohol pritiahnuť prvých investorov z USA, Singapuru a Európy. Vznikol produkt, ktorý sa napriek pandemickým obmedzeniam postupne dostáva na trh. Zbierame spätnú väzbu od zákazníkov a pracujeme na vylepšeniach.

Zariadenie sa vyrába na Slovensku, v Košiciach, zatiaľ v stovkových sériách, ale ambícia je škálovať výrobu s rastúcim dopytom. Elektronika, softvér a tiež

niektoré čipy použité v *KeyVaulte* pochádzajú z Európy, pretože tento typ produktu si to vyžaduje. Ale mnohé nástroje na výrobu produktu boli vyrobené v Číne, čo vychádza z mojej dlhohodovej skúsenosti s výrobou foriem na Slovensku.

Slovenské firmy totiž na dopyt na výrobu foriem väčšinou ani neodpovedajú, čo je veľmi zvláštne. Ázijskí dodávatelia sú schopní poslať cenové ponuky v priebehu niekoľkých hodín a hneď môžete kalkulovať výrobné náklady. Mám napríklad skúsenosť s produkciou na Taiwane, ich pracovné nasadenie, chuť a schopnosť spolupracovať sú na úplne inej úrovni ako u nás. Ale možno som len zatiaľ neobjavil partnerov na Slovensku, ktorí by sa v kvalite a prozákazníckom prístupe dokázali vyrovnáť firmám v Ázii – hoci aj za vyššiu cenu. Ak tu také sú, srdečne ich pozývam, aby sa nám ozvali.

Počas vášho profesionálneho pôsobenia sa zmenili témy, na ktoré oblasť dizajnu reaguje, aj nástroje, ktoré dizajnéri používajú. Okrem toho nastal a naďalej pokračuje posun smerom k digitalizácii a dematerializácii. Ako vnímate tieto zmeny a ako ovplyvňujú vašu prácu? Posudzujete svoje staršie realizácie pri pohľade späť odlišne?
↓

Vnímam to, že niektoré produkty, ktoré som v minulosti navrhol, by dnes



- ↑ Redizajn podpornej štruktúry bicyklového sedadla, 2016. Pre Morgaw.
- Vampire-Lite, zabezpečovací systém pre automobily, 2019. Pre VAM system.
- Crayonic Keyvault, 2021. Pre Crayonic.
- ↓ Sedadlo pre Morgaw, 2018. Prototyp.

už vlastne nemali právo existovať – bolo by ich možné nahradiť napríklad aplikáciou do telefónu, čo je len dobre. To je príklad zariadenie na signalizáciu cestných hliadok Coyote, z ktorého sa vyrobilo niekoľko miliónov kusov a malo pomerne veľký komerčný úspech. Dnes niečo podobné funguje bežne napríklad v podobe dopravného servisu. Ale celkovo to vnímam pozitívne, pretože čím menej produktov sa vyrobí, tým menej to zaťažuje prostredie a dá sa to aj menej bolestne inovovať.

To je aj dôvod, prečo sa svoje práce nesnažím archivovať. Väčšinou mám doma nepodarky, ktoré vznikli v priebehu vývoja a klienti mi ich doniesli s tým, čo všetko je ešte potrebné prepracovať. Nikdy som si nevytvoril portfólio a niektoré veci mi pri pohľade späť pripadajú aj smiešne. Samozrejme som sa v tom procese veľa naučil, niekde to vygenerovalo

ďalšiu zákazku alebo poznanie, kadiaľ cesta nevedie, a to je niekedy väčšia hodnota ako samotný produkt.

Vznikajú nové problémy, nové nástroje na ich riešenie, dnes existujú úplne nové možnosti, ako problémy riešiť. V mojich začiatkoch sme natoľko nevnímali ekologický kontext dizajnu, dnes je to vlastne prvá vec, ktorú riešim, keď si zodpovedám otázku, či do projektu ísť. Príkladom je aj kybernetická bezpečnosť, čo je záležitosť posledných desaťročí. Také veci budú vznikať stále, vždy bude čo riešiť nové, aj nástroje sa budú meniť. Je pre mňa veľmi zaujímavé neustále sa s tými novými vecami oboznamovať a zisťovať, ako fungujú a ako sa dajú využiť.

Je vidieť, že k vašim projektom a spoluprácam pristupujete premyslene a uvedomujete si zodpovednosť a etické otázky, ktoré so sebou profesia dizajnéra prináša. Dospeli ste k tomuto názoru rokmi dizajnerskej praxe, ovplyvnila vás spoločenská situácia alebo je to niečo, čo je vám vlastné od začiatku?

↓

Je to kombinácia všetkých faktorov. Prirodzene žijem rád v čistom prostredí a je naozaj nepríjemná skúsenosť, keď nájdem svoj dizajn niekde v nevhodnom kontexte, napríklad bandasku, ktorú som pred pár rokmi





navrhoval, odhodenú v lese. Aj taká PET fľaša síce vyzerá pekne v regáli, no potom, keď ju vidíte skrčenú, stratí svoju hodnotu. Vtedy si uvedomíte, aké dnes máme obrovské možnosti lacno vyrábať úžasné veci, lebo PET fľaša je zároveň skvelý vynález.

Pamätám si časy, keď sme nevyprodukovali takmer žiaden odpad. Moja stará mama si odkladala na ďalšie použitie vrecká od mlieka alebo konzervy. Keď to porovnam s množstvom odpadu, ktorý produkujeme dnes, a tým, ako rýchlo vieme produkovať veci, ktoré majú veľmi krátky život a len zaťažujú životné prostredie, kladiem si otázku, či má vôbec zmysel niečo také vyrobiť, ak to neprinesie nič nové. Napríklad, že by to bolo šetrnejšie alebo menej energeticky náročné. Výsledný produkt by mal sám sebou zodpovedať otázku, prečo vlastne existuje. Inak nevidím dôvod, prečo by to mal dizajnér kresliť, prečo by sa to malo vyrábať.

Dobрым príkladom je aj 3D tlač, ktorej použitie má v určitých prípadoch veľký význam, no niekedy je len záťažou, pretože je to veľmi energeticky náročný a zdĺhavý spôsob výroby. Ale aktuálne sme touto technológiou očarení a myslíme si, že vyrieši všetky problémy ľudstva, čo tak vôbec nie je. Zaujímavé je aj to, ako do určitej miery deformuje samotných

dizajnérov – často vidím produkty alebo návrhy, ktoré sa inak ako 3D tlačou nedajú vyrobiť. Dizajnéri už často nerozmýšľajú ďalej, majú k dispozícii tlač a nepremýšľajú už nad inými technológiami výroby. Taktiež možnosť modelovania v CAD systémoch alebo aditívne možnosti výroby nás o niečo oberajú, je to obojsečná zbraň.

Čo je pre vás vo vašej dizajnerskej práci úspechom? Čo vás vo výsledku teší najviac?

↓
Cieľ je pre mňa naplnený už tým, keď produkt vyrieši nejaký problém alebo človeku niečo uľahčí. To často stačí. Podľa mňa je úžasné, keď človek produkt úplne prestane vnímať a berie to riešenie ako samozrejmé. O mnohých veciach, ktoré sú okolo nás, vlastne nič nevieme, kto je pod nimi podpísaný, aké množstvo práce a talentu je za obyčajnými predmetmi ako napríklad počítačová myš či telefón. Nejde o dielo jednotlivca, ale synergiu mnohých zapojených ľudí a ich práce. Mnohé z vecí, pri ktorých príliš vnímame autorstvo, je podľa mňa skôr dekoratívneho charakteru a veľmi dobre nefunguje.

V začiatkoch môjho pôsobenia to bolo trochu odlišné, vtedy sme navrhovali aj produkty, ktoré vlastne reálne neexistovali. Bolo to z dôvodu, že sme potrebovali prezentovať, čo

vlastne robíme. Potom prišla doba, keď začala práca prichádzať sama. Momentálne viem povedať, čo budem robiť najbližší mesiac či dva, ale netuším, čo budem robiť o pol roka. Zatiaľ to však bolo stále tak, že sa objavila práca, ktorá mala zmysel, uživila ma a mal som z nej radosť. To mi celkom stačí.

Najnovšie sa mi páči aj rola, keď poskytujem len určitú podporu, práca na projektoch a produktoch, ktoré nevzišli z mojej hlavy a nebudem sa pod ne podpisovať, ale som rád, že existujú a mohol som k tomu určitým spôsobom prispieť, napríklad spolupráca so štúdiom Pergamen. Ide o projekty, ktoré sú v konečnom dôsledku úspech niekoho iného, aj keď by som si na ňom mohol pripísať drobný podiel. Ale skôr ma na nich teší zážitok z celého procesu, možnosť spoznať nové veci. Stále sa učím a zisťujem, ako sa veci dajú robiť, koľko nevyriešených problémov tu ešte je, koľko ich je vyriešených zle. Teší ma teda samotná práca a je pre mňa dôležité, že sa môžem tešiť cestou do práce a nie z práce. ■

Silvia Bárdová je dizajnérka. Po absolvovaní doktorandského štúdia na Katedre dizajnu TU v Košiciach zameraného na nomádske dizajny sa orientuje na výskum a prax dizajnu služieb vo verejnej správe.

Michal Tornyai (1980) je písmotvorca, typograf, pedagóg a grafický dizajnér so záujmom o polygrafiu. Štúdia absolvoval striedavo na Slovensku a na Novom Zélande (Škola užitkového výtvarníctva Josefa Vydru, 1995 – 1996, Birkenhead College, Auckland, 1996 – 1998, UNITEC – Institute of Technology, Auckland, 1998 – 1999 a Vysoká škola výtvarných umení v Bratislave, 2000 – 2006). So značkou Risomat (2015 – 2019) spopularizoval medzi slovenskými dizajnérmi a umelcami vtedy málo známou technológiu risografickej tlače. V súčasnosti je hlavným dizajnérom združenia Čierne diery, ktoré sa zaoberá osvetou zabudnutej a dlhodobo prehliadanej slovenskej architektúry – od opustených tovární, kúpeľov a baní až po architektúru 20. storočia – modernistické či socialistické budovy a lokality. Grafiky, ktoré vydávajú Čierne diery v spolupráci s umelcami a dizajnérmi, sú veľmi populárne. V roku 2020 sa všetkých dovedy vydaných 189 grafík združenia stalo súčasťou zbierok Slovenskej národnej galérie, pričom k nim postupne pribúdajú aj všetky ďalšie neskôr vydané diela. Mnoho ľudí začalo tieto grafiky aktívne zbierať a stali sa dôležitou súčasťou osvetovej činnosti združenia. Ako píše teoretička Nina Gažovičová, *Čierne diery* „naplnili novú kategóriu na slovenskom umeleckom trhu – kolektívne zberateľstvo“. Práve vydávanie grafík zastrešuje pre združenie Michal Tornyai spolu s Martinom Liptákom, zakladateľom Čiernych dier. Michal tiež ako dizajnér dodáva vizualitu početným publikáciám – *Čierne diery I. a II.*, *Stratená Bratislava*, *Sochy Piešťan*, katalóg k výstave *189 grafík*, ziny *Železničné vodojemy Slovenska* či *Čierne diery #1, #2, #3*. Pre viaceré z nich vytvoril vlastné písma (Diery, Socha, Grunt). Najznámejšia kniha tohto združenia *Čierne diery. Priemyselné pamiatky a zabudnuté miesta Slovenska* získala v súťaži Národná cena za dizajn 2020 – Komunikačný dizajn v kategórii Knihy & publikácie Hlavnú cenu a Cenu Nadácie Tatra banky za umenie v roku 2019. Michal hovorí, že pri každej knihe si rád kladie výzvy. Z úspechu Čiernych dier možno vidieť, že výsledky oceňujú nielen odborníci, ale aj široká verejnosť.



MICHAL TORNYAI: PRI TVORBE KNÍH SI RÁD KLADIEM VÝZVY

Text Barbora Krejčová

Foto archív Michala Tornyai

Michal, časť svojich študentských čias si prežil na Novom Zélande. Ako prebiehalo tvoje štúdium?

↓

V roku 1995 ma prijali na Školu úžitkového výtvarníctva Josefa Vydru na študijný odbor propagačná grafika, kde som strávil iba jeden rok. Moja rodina sa v roku 1996 presťahovala na Nový Zéland a tam štúdium funguje iným spôsobom. Študenti si sami vyberajú predmety, ktoré ich zaujímajú. Ja som si vybral výtvarne zamerané – maľbu, počítačovú grafiku či dejiny umenia. V štúdiu som pokračoval na vysokej škole so zameraním na grafický dizajn. Po návrate na Slovensko som nastúpil priamo do druhého ročníka do ateliéru Ľubomíra Longauera na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave.

Ako by si porovnal vtedajší stav vzdelávania dizajnu na Slovensku s tým na Novom Zélande?

↓

Neviem to úplne posúdiť, keďže som to vtedy vnímal z pohľadu študenta. Veľký rozdiel bol v technologickom vybavení škôl. Na Novom Zélande

boli výborne vybavené dielne. Na Slovensku v tom čase nič také nebolo.

Bolo to aj vplyvom tvojho pedagóga Ľubomíra Longauera, že si začal inklinovať k tvorbe písma?

↓

K typografii som mal blízko od začiatku. Profesor Longauer ma v tom povzbudzoval a hoci sám povedal, že so mnou písmo konzultovať nevie, navrhol, aby som kontaktoval Petra Biľaka a Andreja Krátkeho, už v tej dobe známych tvorcov písma. Okrem toho to bolo práve obdobie, keď Ľubomír Longauer skúmal písmo Martina Benku, a to nadšenie sa prenieslo aj do ateliérovej atmosféry.

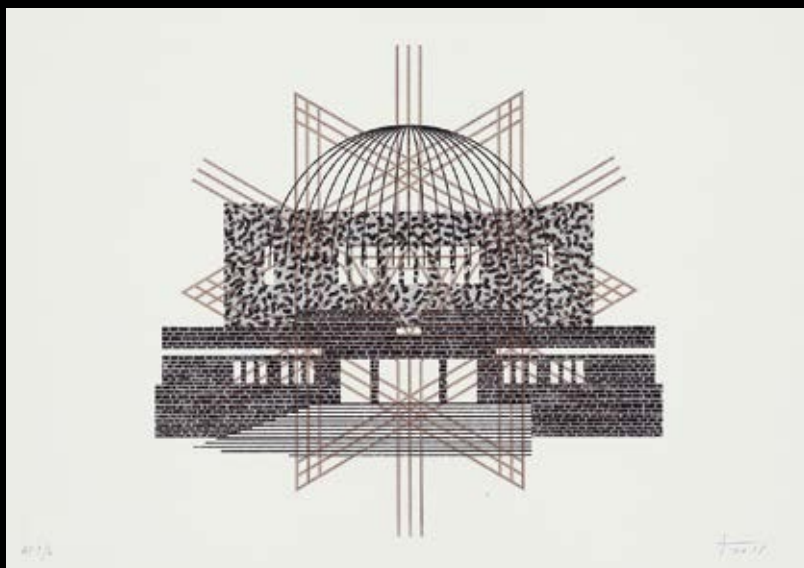
Ako sa ďalej uberala tvoja profesionálna kariéra?

↓

Ešte počas štúdia som začal robiť v reklamnej agentúre Andreja Krátkeho – Creative Department, kde som pracoval približne štyri roky. S mojím kolegom a bývalým spolužiakom Radkom Čepčekom sme sa po čase rozhodli založiť si vlastné

Knihy Čierne diery.
Priemyselné pamiatky
a zabudnuté miesta
Slovenska a Stratená
Bratislava od združenia
Čierne diery.

Foto: Matej Hakár



Michal Tornyai: Nová synagóga v Žiline,
Kamzík, Mestské parné kúpele, 2018,
risografika, náklad 60, 60 a 50 ks.

Sken: SNG

štúdio. Keďže som už vtedy vedel, že reklama nie je úplne pre mňa, štúdio Kat sme orientovali na vizuálne identity. Fungovali sme asi osem rokov a za ten čas sa nám podarilo vytvoriť niečo vyše dvadsaťpäť identít.

Začal som si však uvedomovať, že v štúdiu sa už ďalej nemám ako rozvíjať. Práce bolo veľa, ale finančne to úplne nevychádzalo. Zdalo sa mi, že sa aj po ôsmich rokoch stále iba rozbíjame. Myslím, že sme to tak cítili všetci. V štúdiu sme vtedy boli traja – okrem mňa Radko Čepček a Ondrej Gavalda. V roku 2017 sme si proste sadli a rozdelili si projekty.

V súčasnosti je už risograf minimálne medzi dizajnérmi pomerne známa technológia. Určite to tak ale nebolo, keď ste zakladali Risomat. Ako sa to celé začalo?

↓

Risograf nám na internete prvýkrát ukázal Ondrej Gavalda. Veľmi nás to zaujalo a začali sme sa rozhliadať po nejakých strojoch. Risograf od oficiálneho dodávateľa na Slovensku bol pre nás drahý. Neskôr sa nám podarilo kúpiť jeden starý stroj v Turčianskych Tepliciach. Mal však iba dva tlačové valce, takže sme potrebovali zohnať ďalšie. Štyri valce sa nám podarilo dovieŕ z Austrálie vďaka známemu, ktorý tam práve išiel študovať.

Risomat sme vytvorili ako samostatný projekt s vlastnou vizuálnou identitou a začali sme hľadať možnosti, ako túto technológiu spopagovať. Po rozpade Kat-u som si Risomat nechal ja.

Čím je táto technológia zaujímavá pre súčasnú produkciu?

↓

Je to pomerne stará technika tlače, ktorá sa vo svete rozšírila v osemdesiatych rokoch. Išlo o stroje, ktoré vedeli tlačiť rýchlo veľké objemy za nízke náklady, v podstate tvorili konkurenciu Xeroxu. Risografy sa používali aj na Slovensku, mali ich napríklad rôzne štátne úrady. Samotný risograf funguje na princípe sieťotlače. Do stroja sa pošlú digitálne dáta a on ich na základe nastavení laserom predierkuje do tenkého papiera natiahnutého na sito. Ten potom funguje ako šablóna.

V súčasnosti je veľkou výhodou risografu, že je ekologický. Momentálne tlačíme farbami na báze sójového a ryžového oleja. Tenký papier, ktorý sa používa ako matrica, je z rastlinných vlákien. Stroj má navyše nízku spotrebu elektrickej energie. Jediná vec, ktorú nevieme úplne garantovať, sú pigmenty použité vo farbách, inak je to technológia s pomerne nízkou ekologickou stopou.

Ako sa pri takýchto starých strojoch dá zabezpečiť údržba?

↓
Problematicky. V istom období som mal preto tri risografy. Dva boli funkčné a jeden slúžil ako zdroj súčiastok. Na údržbu som našiel človeka, ktorý sa v minulosti venoval ich oprave. Aj tak sa však pomerne často stávalo, že nastal pri tlači nejaký problém. V čase, keď bol objem zákaziek väčší, to blokovalo tlač, preto sme sa napokon s Čiernymi dierami rozhodli zakúpiť nový stroj, pre ktorý sú dostupné súčiastky, a servis poskytuje dodávateľ. Vtipné je, že tlač, ktorá z neho vychádza, nie je veľmi odlišná od tých starých strojov. Stále má rovnaký charakter aj „chybovosť“, iba v niektorých technických parametroch je lepší.

Kedy sa to stalo, že Risomat naplno vyťažili Čierne diery?

↓
Dialo sa to postupne. Keď sme vytvorili projekt Risomat, hľadali sme možnosti na spropagovanie tejto technológie. Približne v tom čase ma oslovil môj kamarát Martin Lipták, aby som vytvoril logo pre vtedy vznikajúci projekt Čierne diery. Prišiel aj s nápadom vytvoriť pre nich plagáty. V Kat-e sme na to vtedy nemali čas, preto nám napadlo urobiť namiesto plagátov grafiky. Oslovili sme Asociáciu slovenských ilustrátorov a vznikla prvá séria grafík. Tie sme prezentovali na Bratislava Design Week 2015, kde sme mali zároveň aj workshop, na ktorom si ľudia mohli odskúšať, ako tlač risografom funguje.

To boli presne tie grafiky, ktoré sú v súčasnosti považované medzi zberateľmi za najhodnotnejšie.

↓
Áno, pretože boli prvé a boli tlačené v malom náklade, tridsať až štyridsať kusov. Niekoľko z nich sme

predali, ale veľa z nich sa nám ešte roky považovalo v ateliéri. Ľudia, ktorí k nám chodili, si ich občas popozerali a z času na čas si niekto nejakú kúpil.

Objem tlače od Čiernych diery narastal postupne, spočiatku išlo o grafiky v nevelkom náklade. Medzi tým som realizoval aj rôzne iné projekty. Časom ma však práca pre Čierne diery tak vyťažila, že som začal odmietať čím ďalej tým viac iných zákaziek, až som napokon zostal iba pri tomto projekte. To bolo približne v roku 2019.

Hoci Čierne diery pôvodne vznikli ako združenie s cieľom popularizovať industriálne pamiatky, v súčasnosti sú už vaše aktivity skutočne rozsiahle. Pripravujete a vydávate publikácie, vytvárate a tlačíte grafiky, angažujete sa pri záchrane industriálnych pamiatok, organizujete podujatia, výstavy. Najnovšie si Čierne diery prenajali časť kaštieľa v Jelšave, ktorý chcete pomocou menších architektonických intervencií sprístupniť ľuďom. A pri tom všetkom spolupracujete s odbornými pracovníkmi, vedcami, umelcami, architektmi, grafikmi... Kde v tejto širokej štruktúre nájdeme teba?

↓
Áno, aktivít je v súčasnosti už naozaj veľa. Keďže nefungujeme ako firma a nemáme porady, každý z nás sa venuje svojej časti. Ja s Martinom Liptákom riešime grafiky a okrem toho spolupracujem ako grafický dizajnér na tvorbe publikácií a rôznych vizuálov združenia.

Tvorba grafík začína výberom motívu – teda lokality, ktorú chceme zobraziť. Vždy sa snažíme vybrať autora grafiky, ktorý má nejaký vzťah k zobrazenému miestu. Hoci nemusí ísť nevyhnutne o geografickú blízkosť. S autorom potom konzultujeme návrh. Kladieme dôraz na to, aby motív nebol iba prepisom reality, ale aby ponúkal nejakú nadstavbu, názor, iný pohľad. Z technickej stránky by zas mal byť prispôbený tlači risografom, teda aby v motíve vynikli práve tie vlastnosti, ktoré tento stroj ponúka – vzájomné prelínanie farieb, vrstvenie, rastre. Motív následne pripravujem do tlače, robím ukážky pred tlačou a napokon aj tlačím.



Čierne diery #4: Železničné vodojemy Slovenska, 2019. Grafický dizajn a tlač Michal Tornyai, dvojfarebná risografia. Obálka je vytlačená na nátláčkoch a nepodarkoch grafik Ondreja Jóbka Telgártska slučka, Zubačka Štrba, Zubačka Tisovec.

Foto: Nora a Jakub Čaprnkovi



Tlač prebieha po vrstvách, pričom každá vrstva musí pred ďalšou tlačou istú dobu schnúť. Zaujímavosťou je, že risografické farby nikdy úplne nevyschnú a navyše stroje sú urobené tak, že majú gumené posuvné kolieska, ktoré idú priamo cez motív. Výrobcovia tohto stroja s ním naozaj nemali žiadne výtvarné ambície. Aj keď by som tlač nechal schnúť niekoľko týždňov, stále by sa farba na posuvné kolieska nalepila a zanechala tie charakteristické stopy.

Správne teda počítam, že ak máme šesťfarebnú risografiku a po každej vrstve musí papier hodinu oddychovať, celková tlač trvá minimálne šesť hodín?

↓

Áno, presne. My zväčša robíme troj- až štvorfarebné grafiky. Záleží však aj na tom, akými farbami tlačíme. Ale v princípe to platí, čím viac vrstiev tlače, tým je ten proces dlhší.

Čierne diery sú v mnohých ohľadoch fenomén. Na vaše grafiky sa stoja niekoľkohodinové rady, vypredávajú knihy, ľudia vás poznajú... Čo vám podľa teba zabezpečilo taký úspech? Očakávali ste to?

↓

Nie, bolo to pre nás úplne nečakané. Čierne diery pôvodne vznikli ako *sideproject* a momentálne naplno zamestnáva dvoch ľudí, Martina Liptáka aj mňa.

Neviem, čo zabezpečilo taký úspech, ide asi o kombináciu viacerých faktorov. O osвете industriálnych pamiatok sa dosiaľ týmto spôsobom nekomunikovalo. Snažíme sa to robiť tak, aby táto téma bola pre ľudí zaujímavá. Situácia industriálnych pamiatok nie je dobrá, často sú vo veľmi zlom stave, zanedbané, schátrané. Čierne diery v podstate supľujú činnosť viacerých inštitúcií, ktoré by sa tým mali zaoberať, ale nemajú na to kapacity alebo peniaze. V mnohých ohľadoch je to smutné, my sa však vždy snažíme komunikovať pozitívne. Aj pandémie nám trochu nahrála do karát – ľudia, ktorí trávili svoje dovolenky na Slovensku, mali zrazu po čom siahnuť.



Proces tlače knihy Stratená Bratislava.

Foto: Nora a Jakub Čaprnkovi

Mne sa javí, že Čierne diery sú aj príkladom toho, aký obrovský význam má dobrá vizualita pre úspech celého projektu.

↓

Myslím, že je to kombinácia vizuálnej stránky a obsahu. Keby sme iba vydávali grafiky a ľuďom by to nič nehovorilo, boli by to len „pekné“ obrázky. My kombinujeme vizuál s príbehom za ním, a práve to umožní ľuďom vytvoriť si s lokalitou a aj grafikou osobný vzťah. Ľudia nám často hovoria, že je to z ich mesta, že tam robila ich stará mama, že tam v detstve chodili...Tie osobné prepojenia sú veľmi časté.

S najznámejšou knihou *Čierne diery. Priemyselné pamiatky a zabudnuté miesta Slovenska*, na ktorej si robil ako dizajnér, ste získali Národnú cenu za dizajn 2020 – Komunikačný dizajn v kategórii Kniha a publikácie. Ako sa tvorila?

↓

Chceli sme, aby kniha bola vizuálne zaujímavá a aby pôsobila pozitívne. Nemala to byť temná apokalyptická kniha rozpadnutých budov a práve to som sa snažil vyriešiť napríklad aj farebnosťou.

Pri tvorbe som dostal voľnú ruku, ale, samozrejme, to bolo o vzájomnej komunikácii. Kniha je do veľkej miery postavená na fotografiách, ktoré robil Andrej Sarvaš, jeden z členov Čiernych dier. Pováčšine išlo o dokumentačné fotky, teda neboli profesionálne. Preto sa napríklad stalo, že v knihe je na dvojstrane veľká fotka z mobilu. Zjednotiť celý fotografický materiál mi dalo veľa práce. Napokon veľmi pomohlo, že fotky boli tlačené priamymi farbami. Nemuseli tým pádom absolútne objektívne reprezentovať skutočnosť a vznikla špecifická vizualita. V knihe boli použité aj ilustrácie od Daniely Olejníkovej, ktoré taktiež najlepšie fungujú v priamych farbách. Zároveň sa tým v istom zmysle odvolávam na ríso.

Čo robí túto knihu unikátnou?

↓

Najzaujímavejšie je práve jej polygrafické spracovanie – to, že je celá tlačená štyrmi priamymi farbami, z toho tri sú neónové. V celej knihe nie je použitá žiadna čierna farba.

A Ä B C Č D Ď E É F
 G H I Í J K L Ľ L' M
 N Ň O Ó Ô P Q R
 Ř S Š T Ť U Ú V
 W X Y Ý Z Ž
 a á ä b c č d d'
 e é f g h i í j k l Ľ
 m n ň o ó ô p q r ř
 s š t ť u ú v w x y ý z ž

Písmo Socha, 2020.
 Vzniklo pre publikáciu
 Sochy Piešťan: Mesto
 ako galéria, 2020.

Arónia Broskyňa
 Cvikla Dula Egreš
 Figa Gaštan Hanka
 Ibišteň Jahoda
 Kapusta Liči
 Marhuľa Nektarinka
 Okra Patizón
 Rebarbora Slivka
 Topinambur Uhorka
 Višňa Zeler

Písmo Hanka bolo vytvorené na
 mieru pre detskú knihu V záhrade
 od vydavateľstva Egreš

Písmo Hanka, 2019.
 Vzniklo pre detskú
 knihu V záhrade,
 Egreš, 2019.

Tlačové technológie ma vždy zau-
 jímali a pri každej knihe sa snažím
 dať si nejakú výzvu. S priamymi
 farbami sme pracovali aj v Kat-e, čiže
 som s tým už mal istú skúsenosť.

Táto technológia je riskantná v tom,
 že počítač nikdy úplne verne ne-
 zobrazí, ako bude tlač vyzeráť. Často
 vtipkujeme, že prvá várka knihy je
 len nátláčok. Pri každej ďalšej dotla-
 či som prechádzal knihu stranu za
 stranou a vyznačoval si úpravy a chy-
 by. Posledná várka je teda najlepšia.

Pomerne netradičným spôsobom
 pracuješ v knihe aj s typografiou,
 všetky texty sú zalomené cen-
 trálne. Keď som tú sadzbu videla
 prvýkrát, spojila som si to s archi-
 tektúrou. Odseky mi pripomínali
 akési „veže“. Čo ťa k tomu viedlo?

↓
 Dosť som sa trápil s layoutom. Vedel
 som, že chceme veľký formát knihy,
 ale zároveň sme nemali veľa textov.
 Vtedy som svojej malej dcére čítal
 knihu *Mach a Šebestová* (1987), ktorá
 je celá zalomená na stred. Spočiat-
 ku ma to dosť vyrušovalo, sadzba
 bola taká zvláštna, zubatá. Čím viac
 som ju však čítal, tým viac ma začalo
 pokúšať, aká výzva by to bola zalomiť
 niečo na stred. Tak som si povedal,
 že prečo si neskomplicovať prácu?

Zrazu to do seba celé nejako zapadlo.
 Veľa elementov je v knihe kompo-
 novaných na centrálnu os, buď na
 väzbu knihy, alebo na stred strany.
 Pri fotografiách na dvojstrane na-
 príklad cielene pracujeme s tým, že
 niektoré detaily „zanikajú“ vo väzbe
 a knihu treba poriadne roztvoriť. Aj
 veľa fotografií je komponovaných
 symetricky. Mal som pocit, že to celú
 knihu zjednotilo. Zalamovanie na
 stred je ale dosť prácne, mnohé riadky
 som musel manuálne „vyrovnať“.

Táto kniha bola veľmi úspešná, prvé
 vydanie sa vypredalo za deväť hodín.

↓
 Vtedy sme vôbec nechápali, čo sa
 deje. Niektorí ľudia nám síce hovorili,
 že kniha bude populárna, ale urči-
 te sme nečakali, že až takto. Robili
 sme ju bez nejakých veľkých ambícií.
 Vydať knihu v takom náklade bolo

Sochy Piešťan:
Mesto ako galéria. Čierne diery,
1. vydanie 2020, 2. vydanie 2021.
Foto: Nora a Jakub Čaprnkovi



Aktuálne

pre nás aj riskantné, keďže produkcia nebola úplne lacná. Najviac tomu asi pomohlo práve to, že sme ju urobili bez kompromisov, presne tak, ako sme to sami chceli.

Tisíc kusov prvého vydania sa predalo za deväť hodín. Prvá dotlač (dvetisíc kusov) sa predala za tri dni a druhá (dvetisíc kusov) za dva mesiace. Spolu to bolo päťtisíc kusov.

Aké je to byť grafickým dizajnérom takéhoto „bestselleru“? Pred časom som na neoficiálnom trhu túto knihu videla na predaj za 400 €.

↓
Toto nejako neriešim. Na začiatku, keď s grafikami vznikol tento „sivý“, sekundárny trh, tak sme tomu nerozumeli. Človeka to občas aj našťvalo. Videli sme, že si niekto grafiku kúpil iba preto, aby ju hneď vzápätí predával na bazoši za vyššiu cenu. A to si ju od nás ešte ani neprevzal. Zamrzí to, pretože takéto konanie sa mína účelu celého projektu. Ale na druhej strane to nedokážeme úplne ovplyvniť.

Pre čitateľov ešte doplním, že je to aj preto, že máte určenú fixnú cenu 25 € za grafiku, čo je pomerne „ľudová“ cena. Grafík je však limitované množstvo a je po nich veľmi veľký dopyt.

↓
Áno, pri väčšine grafík je to 25 €. Mnoho ľudí nám radilo, aby sme zvýšili ceny, ale v tomto smere sa nechceme prispôsobiť trhu. Grafiky by to urobilo ešte exkluzívnejšie a časť ľudí by si ich už nemohla dovoliť. Riešením by mohlo byť aj zvýšenie nákladu, to však tiež z nášho pohľadu devalvuje zámer celého projektu. Určili sme si hornú hranicu – dve-sto grafík z jedného motívu, ktorú spravidla neprekračujeme, iba výnimočne. Grafiky nikdy nedotlačáme, pokiaľ sa k nejakému miestu chceme vrátiť, radšej vytvoríme nové motívy.

Práve tieto okolnosti vytvárajú tlak na sekundárny trh. Čisto z ekonomického hľadiska sa totiž na našich produktoch dá veľmi ľahko zarobiť veľa peňazí. „Najdravšie“ to bolo v roku 2020, teraz to možno už nie je také zlé. Komunita zberateľov začala týchto priekupníkov

cielenne ignorovať. Samotný predaj grafiky problém nie je, na to má každý majiteľ právo a môžu ho k tomu viesť rôzne dôvody. Mňa mrzia len tie prípady, ktoré vôbec neberú do úvahy, o čom je náš projekt, ignorujú náš zámer a je to pre nich len bankomat.

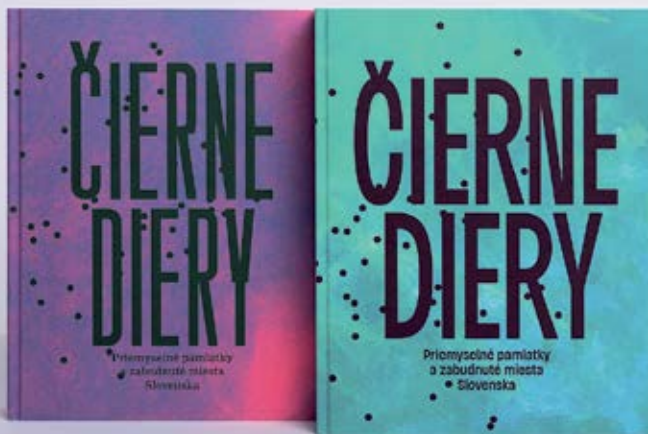
Si dizajnérom aj ďalších projektov a kníh z dielne Čiernych diery Stratená Bratislava, Sochy Piešťan či katalógu k výstave 189 grafik (SOGA, 2020). Máš nejakú obľúbenú publikáciu?

↓
Každá kniha je pre mňa niečím zaujímavá, lebo pri každej z nich som si dal nejakú výzvu. Kniha *Sochy Piešťan* je napríklad tlačená tromi priamymi farbami – žltou, červenou a modrou. Štyri farby sa dajú pripravovať ako CMYK a kanály nahradiť priamymi farbami. Prevádzanie do troch priamych farieb sa už nedá robiť manuálne. Fotografie sú prenesené do na mieru vyrobeného profilu od švajčiarskeho projektu Color Library. Túto knihu som sa neodvážil dať len tak tlačiť, robili sme nátlaky.

Kniha *Stratená Bratislava* je zvláštna tým, že sme ju celú tlačili na risografe. Pôvodne sme plánovali vytlačiť tisíc kusov, čo bola veľká výzva. Kniha má okolo šesťdesiat strán, z toho tridsať grafik tlačených trojfarebne a okolo tridsaťpäť strán textu tlačeného dvojfarebne. Celý náklad som tlačil tri mesiace v kuse a z celkového množstva tisícdeväťdesiat kníh sme vytriedili asi osemstôpätidesiat výsledných kusov. Pre túto knihu som tiež vytvoril písmo Diery, geometrické, technické písmo inšpirované typografiou z priemyselnej revolúcie.

Vaša najnovšia publikácia *Čierne diery II.: Priemyselné pamiatky a zabudnuté miesta Slovenska* je pokračovaním prvého vydania. V čom sa od neho líši?

↓
Čierne diery II. majú byť pokračovanie, ale nie otrocké. Sú veci, ktoré sme zachovali, a pribudlo aj veľa nového. Zmenil sa napríklad jazyk aj štruktúra textu. V knihe je ešte viac fotografií a sú lepšie z technickej aj postprodukčnej stránky. Rovnako som pristúpil k dizajnu. Formát, papier,



Kniha Čierne diery II. je voľným pokračovaním prvého vydania. Čierne diery II.: Priemyselné pamiatky a zabudnuté miesta Slovenska. Čierne diery, 2021.

Foto: Zuzana Mitošinková, Nora a Jakub Čaprnkovi

väzba či princíp výraznej farby na obálke sa odvolávajú na prvú knihu. Layout, hoci je stále na stred, je nový. Na tejto knihe s nami spolupracoval fotograf Matej Hakár, ktorý zjednotil fotografie, pokiaľ ide o tonalitu a farebnosť. Mne to dalo priestor vytvoriť pre knihu nové písmo Grunt. Verím, že vďaka tomu všetkému je aj lepší výsledok. Hoci je to zas len nátlak v náklade šesťtisíc kusov. Mám teda už zoznam úprav a v priebehu roka chystáme ďalšiu dotlač.

V knihe *Čierne diery I.* pracuješ s písmami od viacerých dizajnérov písma (Ondrej Jób, Samo Čarnoký a Zuzana Uhalová). V druhom pokračovaní používaš výlučne svoje písma, ktoré si vytvoril pri rozličných príležitostiach.

↓

Celkovo sa v knihe nachádzajú tri písma. Dve som mal už hotové z predchádzajúcich kníh – písomový systém Diery som vytvoril pre knihu *Stratená Bratislava*. Bezserifové písmo Socha vzniklo pre knihu *Sochy Piešťan*. Serifové písmo Grunt je vytvorené špeciálne pre túto knihu.

Keďže som už vedel, že aj túto knihu chcem zalomiť na stred, pri dvoch písmach – Socha a Grunt – som použil technológiu variabilných písiem. V rámci variabilnej osi viem nastavovať šírku znaku bez zmeny jeho svetelnosti a viem teda lepšie prispôbiť šírku riadku. Čiastočne to bolo uľahčenie práce, ale aj tak som išiel riadok za riadkom a písmo manuálne nastavoval, aby boli okraje riadkov zarovnané. Poďakoval sa mi však vďaka tomu dosiahnuť o niečo harmonickejšiu sadzbu.

Vytvoril si aj ďalšie písma pre iné projekty, napríklad pre knihy vydavateľstva Egres, ktoré si dizajnoval. Neplánuješ niektoré z písiem dokončiť a ponúknuť na trhu?

↓

Rozmýšľal som nad tým, lebo ich už mám pomerne veľa. Na tvorbe písma ma najviac baví fáza vymýšľania a kreslenia. Písma mám teda dokončené iba do toho stavu, aby som ich vedel používať ja sám v rámci kníh. Chýba im ešte fáza čisto technického riešenia, čo je presne tá etapa, do ktorej sa

•••••
Písmový systém **DIERY** bol na mieru vytvorený pre sériu publikácií, ktoré vydáva združenie Čierne diery. • Systém Diery je súčasná interpretácia geometricky konštruovaných „priemyselných“ písiem z prelomu 19. a 20. storočia. • Nakreslené sú štyri hraničné rezy (**Vertical**, **Horizontal**, **Light** a **Bold**), medzi ktorými sú generované ostatné rezy systému. • Písmo má tri základné typy kontrastu: **vertikálny kontrast**, **nízky kontrast** a **horizontálny kontrast**. • Zmeny kontrastu a tmavosti sú prítomné len na alfanumerických znakoch. Všetky nealfabetické znaky (diakritika, interpunkcia, symboly, atď.) majú konštantný kontrast a tmavosť v celej škále rezov. • Písmový systém Diery obsahuje viacero sád alternatívnych znakov, ktoré rozširujú škálu jeho použitia.

•••••

ä ä ä ä

••• škála rezov — tmavosť •••

a A Diery NoContrast Thin

a A Diery NoContrast Light

a A Diery NoContrast Regular

a A Diery NoContrast Medium

a A Diery NoContrast Bold

••• Diery NoContrast Thin •••

aáäädäöbcčdd'eéf
fghiíjklí'lmnnőó
ôpqrírr'sstttttuúv
wxyýyýzžAÁÄBCČ
DĎEÉFGHIÍJJKLÍ
LMNŇOÓÔPQRÍRR
SŠTŤUÚVWXYÝZŽ
01234567890
[(#%&@©!/?AND)]

••• Diery HighContrast Horizontal Bold •••

aáäädäöbcčdd'eéf
fghiíjklí'lmnnőó
ôpqrírr'sstttttuúv
wxyýyýzžAÁÄBCČ
DĎEÉFGHIÍJJKLÍ
LMNŇOÓÔPQRÍRR
SŠTŤUÚVWXYÝZŽ
01234567890
[(#%&@©!/?AND)]

••• škála rezov — kontrast •••

a A Diery HighContrast Vertical Bold

a A Diery LowContrast Vertical Bold

a A Diery NoContrast Bold

a A Diery LowContrast Horizontal Bold

a A Diery HighContrast Horizontal Bold

mi nechce, a na ktorú nemám úplne trpezlivosť. Vo všetkých tých písmach je však už investovaného toľko času, že by som bol rád, ak by sa mi niekedy v budúcnosti podarili dokončiť.

Popri všetkých твоjich aktivitách si aj pedagóg na Katedre vizuálnej komunikácie VŠVU v ateliéri Pala Bálika. Vedieš (okrem iného) odborný predmet písmová tvorba. V čom ti je táto práca blízka?

↓
Keď sme začínali štúdio Kat, nastúpil som zároveň aj na doktorandské štúdium. Hoci som sa predtým nikdy v role učiteľa nevidel, práve prostredníctvom toho som prišiel do kontaktu s pedagogickou činnosťou. Som skôr introvert, nikdy som nemal potrebu nejako sa prezentovať alebo niečo prednášať. Zistil som však, že ma učenie skrátka začalo baviť. Škola bola dobrý protipól komerčnej praxe v dizajne, čas tam plynul úplne iným tempom. Aj v súčasnosti to považujem za príjemné rozšírenie aktivít. Najväčší osobný prínos pre mňa je v tom, že ma neustály kontakt so študentami udržiava v tom, čo je aktuálne. Mám pocit, že mi táto práca dáva veľmi veľa. ■

Barbora Krejčová je absolventkou Katedry vizuálnej komunikácie Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave (2020) a Katedry masmediálnej komunikácie a reklamy Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre (2016). Od januára 2021 spolupracuje s časopismi Designum a e-designum.

¹ Gažovičová, Nina: *Mať alebo byť?* (Slovensko vo veku risografickej reprodukcie). In: <https://eshop.ciernediery.sk/o-nas/>. Publikované v januári 2020, doplnené v júni 2021.

Janusovské tváre Jiřího Pelcla

Text Zdeno Kolesár

Foto Markéta Navrátilová a archiv
Moravské galérie v Brně

Priestory brnianskeho
Umeleckopriemyselného múzea,
súčasti Moravskej galérie, prešli
v nedávnom období rozsiahlou
rekonštrukciou. Najvýraznejšiu
inováciu v budove z predminulého
storočia predstavujú visuté
lávky podľa návrhu štúdia Olgoj
Chorchoj. Ďalšie intervencie sa
viac či menej viažu na koncepciu
novej stálej expozície s titulom
ART DESIGN FASHION! Otvorili
ju na konci novembra minulého
roku zároveň s retrospektívnou
výstavou Jiřího Pelcla, ktorej
sa venuje táto recenzia.



ELCL GN

AST – TEXTIL – PAPIR

of Jiří Pelcl is a unique shaper of Czech applied art at the
the twentieth and twenty-first centuries. The exhibition
active ambience at the Museum of Applied Arts of the
en Gallery in Brno traces Pelcl's forty-year creative activity
fold of design, architecture, interior and exhibition design,
a significance for the modern history of Czech design against
ground of his love for and work with materials.

ies of the exhibition is on the individual works of Jiří Pelcl
of life seven material sections, showing the breadth of
designer's work with a variety of materials, as well as with
logical, industrial and craft techniques. The artist worked
any different materials during his lifetime, using them for
variety of artistic and functional purposes. He has achieved
in several ways, encompassing a wide range of technological
and artistic approaches of different nature. All areas of Pelcl's
are presented in turn in sections dedicated to wood, metal,
glass, leather, textiles and leather, plastic and finally paper.

tion to the works themselves, the visitor can learn about the
hubs as such in their brief history in the context of the global
movement of applied art and craftsmanship. For the exhibition,
Moravské Čs has created several sets of material samples.
Materials can touch and discover a wide range of traditional and
emporary materials and their properties.

his exhibition is introduced by the object of the designer's
as the focal point of all creative activities, embracing this
of a continuously elaborated sketchbook to whose pages
project begins. The end of the exhibition, on the other hand,
leads to the art gallery as a symbol of artistic design, to
Jiří Pelcl has devoted himself for his entire life against the
round of his product and social work.

ELCL GN



Jiří Pelcl: Design.
Moravská galéria v Brne,
Umeleckopriemyselné múzeum,
26. 11. 2021 – 26. 2. 2023



Pohľad do výstavy.



Pohovka Vlajka, 1990.
Ocelový plech, zamat.
Autorský objekt.

Kurátor Pelclovej výstavy Adam Štěch editoval vyše 240-stranový katalóg s textami viacerých autorov, ktorý prináša všetky dôležité informácie o tejto výraznej osobnosti dizajnu, dizajnerskej pedagogiky a teórie.¹ Má charakter výpravnej monografie objasňujúcej chronológiu Pelclových široko rozkročených aktivít. V dominantnej časti kopíruje kompozíciu výstavy s horizontálnym členením dizajnerskej tvorby podľa použitých materiálov.

Jednotlivé výstavné sekcie zamerané na drevo, kov, sklo, porcelán, plast, textil, kožu a papier sprevádzajú materiálové banky, ktoré návštevníkovi umožňujú konfrontovať vizuálnu stránku materiálov s ich charakteristickými vlastnosťami, predovšetkým haptickými kvalitami. Kurátorovi sa tak do istej miery podarilo eliminovať základný paradox muzeálnej prezentácie dizajnerskej produkcie obmedzenej na vizuálne vnímanie. Komplexná estetická situácia recepcie dizajnu totiž vzniká až v kontakte užívateľa s materiálom.

Etažér Teddy
(Strip Collection), 1999.
Lakovaná oceľ.
Limitovaná edícia,
galéria Néotu.



Mobilná kancelária
Nomad Office, 2020.
MDF, javor, plst'.
Výrobca Le Bon.

Premeny v tvorbe Jiřího Pelcla najlepšie ilustruje drevo spomedzi materiálov, ktoré využíva. Nie náhodou sa preto objavilo na začiatku pôdorysu výstavy. Vypovedá veľa aj o vývoji prístupu k dizajnu zo strany výrobcov v bývalom Československu a jeho následníckych štátoch od sedemdesiatych rokov uplynulého storočia po súčasnosť.

Jiří Pelcl vstupoval na dizajnérsku scénu ako absolvent pražskej Vysokej školy umeleckopriemyselnej (VŠUP) v období, keď sa k vlažnej podpore dizajnu, príznačnej pre obdobie komunistickej moci, pridala depresia po zmárnených nádejav z roku 1968 a následná normalizačná letargia. Dizajn pre väčšinu podnikov v netrhovom prostredí monopolných výrobcov predstavoval len nepríjemný a trpený príviesok výrobnnej činnosti. Jiří Pelcl v úvode svojej profesionálnej kariéry spolupracoval najmä so slovenskými veľkovýrobcami nábytku Nový domov v Spišskej Novej Vsi a Drevoindustria Žilina (niektoré návrhy možno vidieť v katalógu, na

výstavnú prezentáciu sa však zrejme nedochovali). Jeho optimizmus povzbudzovali úspechy a pozitívne ohlasy na nábytkových veľtrhoch a výstavách oceňujúce schopnosť spojiť praktickú funkčnosť s ergonomiou a atraktívnou formou. Ukázalo sa však, že výstavná prezentácia nebola predstupňom sériovej výroby, ale potemkinovskou dedinou, ktorá prezentovala inovačný potenciál, ale bez následnej výrobnjej realizácie. Technologické a materiálové obmedzenia, nekvalitná práca a neochota čokoľvek meniť na výrobkoch, ktorých bol aj tak nedostatok, nakoniec priniesla rezignáciu Jiřího Pelcla. Nemal záujem pôsobiť v prostredí, kde sa dizajn stával platonickou profesiou bez reálneho dosahu na výrobnú prax.

Úvodný text výstavného katalógu približuje dnes už ťažko predstaviteľné prekážky, napriek ktorým sa mladému dizajnérovi podarilo absolvovať študijný pobyt na prestížnej londýnskej Royal College of Art. Ten preňho predstavoval inšpirujúci nádyh

v kontakte s vynikajúcimi pedagógmi ako Vico Magistretti a s dynamickým londýnskym kultúrnym prostredím. Po návrate to znova skúsil s domácimi producentmi nábytku, ale po opätovnom sklamaní v roku 1987 zakladá legendárnu dizajnérsku skupinu Atika. Realizácia autorských solitérov remeselnými postupmi sa pre jej členov v atmosfére nezáujmu priemyslu o inovácie ukazovala ako optimálna možnosť zmysluplného naplnenia dizajnérskych myšlienok. Pripomeňme, že Atika predstavuje mimoriadny príspevok k medzinárodnému prúdu postmoderny, ktorej východný variant by sme v kontexte vyššie uvedenej charakteristiky pomerov v netrhovej ekonomike skôr mohli nazvať postmizernou. Pelclove solitéry realizované pod hlavičkou Atiky na súčasnej výstave predstavuje jej záverečná časť s titulom Umelecká galéria. Činnosť skupiny pokračovala aj po páde komunistického režimu v raných deväťdesiatych rokoch, ale v roku 1990 si Jiří Pelcl založil vlastný ateliér. Na ilustrovanie jeho plodov v rámci brnianskej expozície vráťme sa z Umeleckej galérie do oddielu Drevo.

V deväťdesiatych rokoch Jiří Pelcl opätovne hľadal možnosti sériového

Knižnica Vankúš,
1998. MDF, dýha orech.
Výrobca Mobilier.



Exteriérová pohovka
Máj, 2015. Lakovaná
oceľ. Výrobca Egoé.



Stoličky UM,
2020. Kov. Výrobca
Master & Master.

množenia svojich návrhov, čo však v komplikovanej situácii ekonomickej transformácie nebolo jednoduché. V konkurencii vyspelých výrobcov zo Západu ambície domácich výrobcov neraz presahovali ich reálne schopnosti, a tak sa do výroby nedostali ani pozoruhodné návrhy nábytku pre firmy ako Interier Malý a Artwood Brandýs nad Labem. Od neskorých deväťdesiatych rokov sa však už Jiřímu Pelclovi darilo spolupracovať s firmami, ktoré jeho návrhy dokázali presadiť na nábytkovom trhu. Z nášho zorného uhla je potešujúce, že k prvým produktom tohto druhu patrila veľkorozmerná knižnica *Vankúš* (1998) slovenského výrobcu nábytku Mobilier Piešťany predstavená na recenzovanej výstave. Zvlnenie čela knižnice ešte naznačuje kontinuitu s expresívnymi formami z čias Atiky, ale postupne sa Jiří Pelcl prikláňal k jednoduchším formám zdôrazňujúcim praktickú funkčnosť a úspornejšie výrobné postupy. Túto polohu jeho tvorby vynikajúco ilustrujú viaceré



Pohľad do výstavy.

varianty mobilných kancelárií *Nomad Office* firmy Le Bon (2020).

Výstavná sekcia venovaná kovu, podobne ako v prípade dreva, sa opiera najmä o nábytkový dizajn a opäť dokumentuje neobyčajnú šírku výrazových polôh Pelcovej tvorby. Zároveň však aj to, že by bolo zjednodušujúce vidieť ju v línii oblúku od modernistických východísk cez „kontru“ z obdobia Atiky k návrhom, ktoré možno opäť vtesnať pod dáždnik modernizmu. Takúto červenú niť vinúcu sa tvorbou Jiřího Pelcla by síce mohlo potvrdzovať porovnanie tvarovo bohatej série etažérov z lakovanej ocele z roku 1999 pre renomovanú parížsku galériu Néotu (v nej mimochodom vystavovala v roku 1989 aj Atika) a minimalistických stohovateľných stoličiek *UM* pre novú budovu VŠUP vyrobených firmou Master & Master (2020). Popiera ju však napríklad kolekcia záhradného nábytku *Máj* (firma Egoé, 2015). Tá dokumentuje aj na poli sériovej produkcie schopnosť sklbiť moderné materiály a geometrickú

razantnosť s poetickými organickými formami evokujúcimi secesný romantizmus. Slovom Jiřího Pelcla ide o „... reinterpretáciu remesla v zmysle znovunavrátania individuálneho odtlačku tvorcu do výrobku..., o spriemyslenie unikátneho kusu, ktorý si podrží svoju originálnu identitu, a pri tom je možné hromadne ho vyrábať“.²

Schopnosť sklbiť priemyselnú výrobu s individualizáciou a osobitou identitou dokumentujú na retrospektíve Jiřího Pelcla aj oddelenia skla a porcelánu. Spomeňme napríklad vazy *Kaktus* (2007) inšpirované peruánskymi kaktusovými poľami, realizované v sklárňach Kavalier Sázava ručným dotvorením priemyselne vyrábaných trubíc laboratórneho skla. Nápojový servis *Stone* pre firmu Bomma zase dokladá Pelcovu schopnosť pracovať s nezvyklými kontrastmi: vzdušne pôsobiace tenkostenné kanvy z číreho skla sú stabilizované masívnymi dĺnkami odkazujúcimi na tradičnú českú techniku brúsenia skla.

Modernistickú koncepciu dizajnu ako navrhovania pre sériovú výrobu a akcentovanie sémantiky úžitkových predmetov prepájajú aj Pelcove porcelánové servisy. Tu uveďme návrhy pre podnik Novito v Štětí s jednoduchými formami, ozvláštnenými emotívne riešenými úchopmi. Napríklad šálka *Punk* (1993) náušnicou. V návrhoch pre veľkovýrobcu porcelánu Český porcelán Dubí zasa na servise *Bohemia Cobalt* (2004) tematizuje spor modernistického a ne-modernistického dizajnu o ornament: časť plôch pokrýva tradičný cibuľový vzor, časť kontrastne necháva naplno vyznieť lesk a bielobu porcelánu.

Výstavné sekcie textilu a kože sa prevažne viažu na dizajn nábytku, takže ich komentovanie by do značnej miery opakovalo charakteristiky uvádzané pri dreve a kove. Pristavme sa teda ešte pri plastoch a papieri, na ktoré sa Jiří Pelcl zameral pomerne nedávno. Plastu sa začal venovať v rámci spolupráce so spoločnosťou Plastia v Novom Veselí.



Pohľady do výstavy.



Súbor Bohemia Cobalt, 2004. Porcelán. Výrobca Český porcelán.

Jej zrelý plod predstavuje vermikompostér *Urbalive* (2014). V čase, keď pod tlakom marketingových masáží bežné publikum považuje „dizajnové výrobky“ za predražené zbytočnosti pre bohatých snobov, ide o zmysluplné spojenie ekologického imperatívu s elegantnou formou. Bohužiaľ, v oblasti dizajnu pre trvalú civilizačnú udržateľnosť je to skôr výnimka. Vermikompostér vzdialene pripomína rokokovú komodu, je určený na domáce kompostovanie biologického materiálu s pomocou špeciálne vyšľachtených dážďoviek. Jiří Pelcl v ňom osvedčil schopnosť spojiť praktický úžitok s preňho príznačnou noblesou.

Azda najdemokratickejšie plody doterajšej kariéry Jiřího Pelcla predstavuje dizajn z papiera pre Studio Činčera, inak dominantne zamerané na obalový dizajn. Jednoduchým skladaním plôch vytvorených vyseknutím z vlnitej lepenky vznikli od roku 2004 odpadkové koše, sedačky, knižnice, nástenné etažéry a ďalšie produkty príznačujúce

Knižnica Josef and Mary (Friendly Paper), 2017. Vlnitá lepenka. Výrobca Studio Činčera.



Vermikompostér Urbalive, 2014. Polypropylén, buk. Výrobca Plastia.



Nápojový servis Stone, 2011. Olovnaté sklo. Výrobca Bomma.



obyčajnosť použitého materiálu, pričom plochy papiera vyzývajú užívateľa k dotvoreniu podľa jeho predstáv.

V polstoročí pôsobenia Jiřího Pelcla v oblasti dizajnu teda možno vidieť kontinuitu, ale aj meandre a prekvapujúce obraty. Retrospektíva jeho tvorby dokumentuje schopnosť paralelne v rovnakom čase či dokonca v jednom projekte spojiť zdanlivo protikladné prístupy. Dejiny dizajnu dlhý čas poznali dva tábory, ktoré delila pomerne jasná hranica. Na jednej strane išlo o prísnych racionalistov orientovaných na masovú industriálnu výrobu, na druhej o romantikov napojených na tradičné materiály a výrobné postupy. Pre jedných bol ornament zločin, druhí, naopak, využívali emotívne dekorované formy. V Jiřím Pelclovi však možno vidieť prototyp dizajnéra pre 21. storočie suverénne prekračujúceho takto vymedzené hranice. Renomovaný teoretik dizajnu Jonathan Woodham ho pri príležitosti výstavy v Brightone charakterizoval

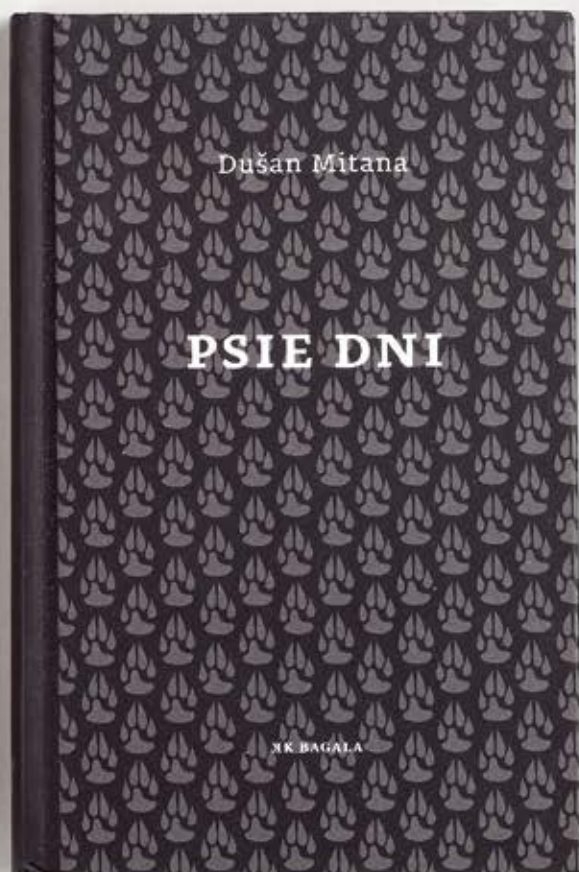
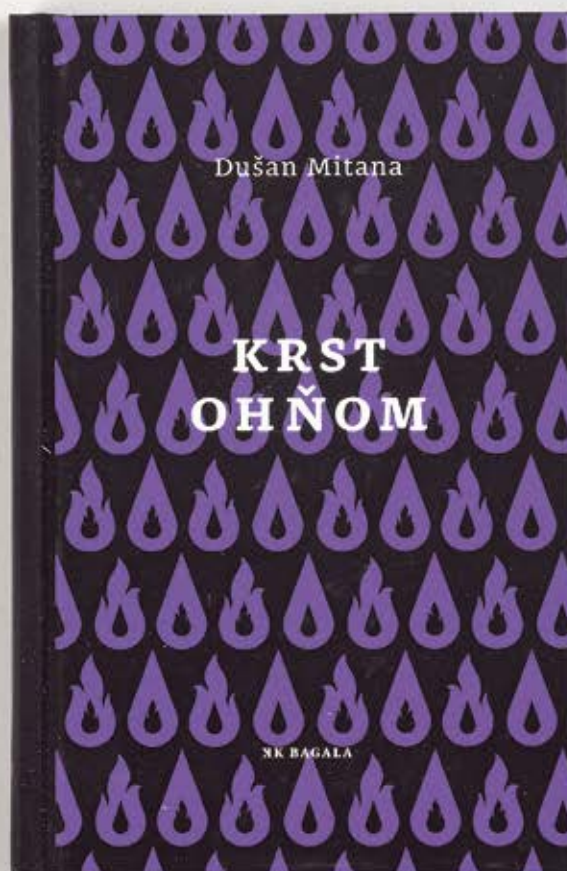
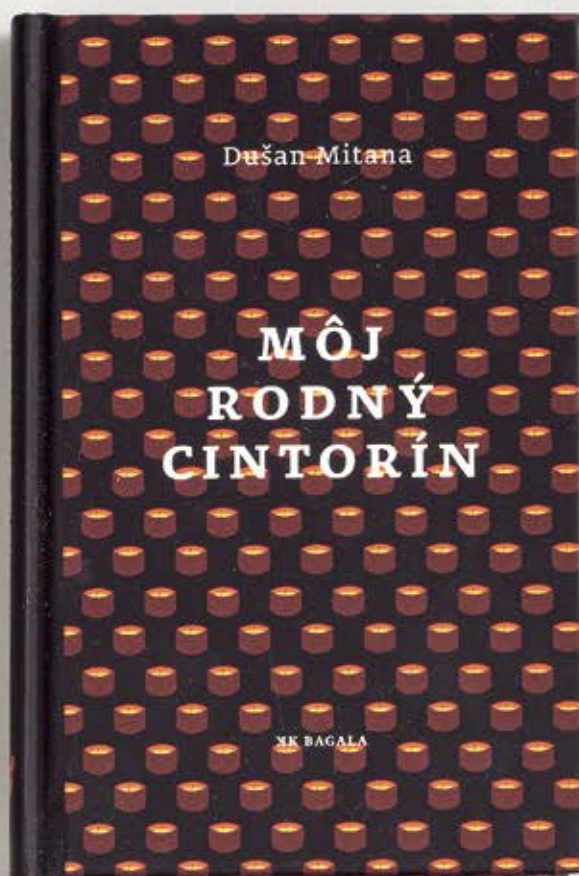
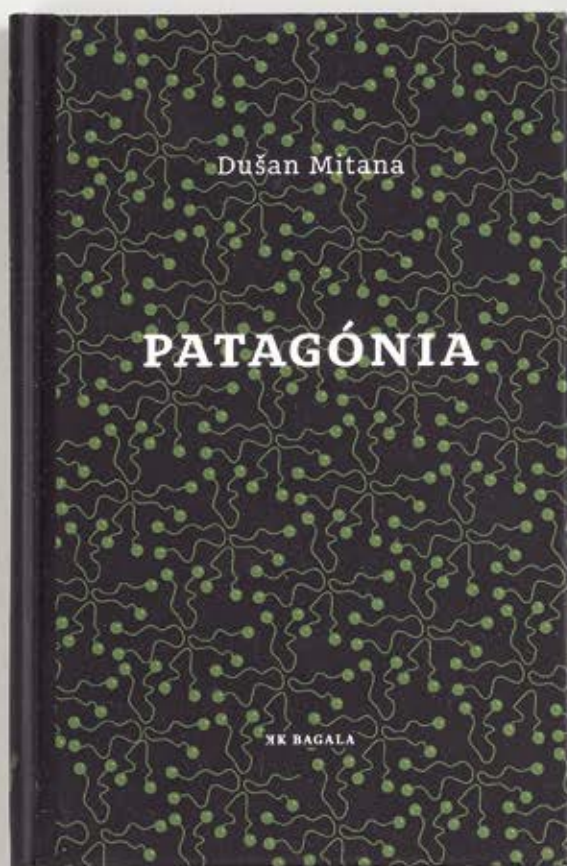
ako dizajnéra dvoch komplementárnych tvárí, vizionárskej a realistickej.³ Na základe Pelclovej retrospektívy možno konštatovať, že ide o komplementárnosť vytvárajúcu jednotu, v ktorej sú janusovské tváre hľadíace na protihľadé strany pevne spojené dizajnérskym myslením reflektujúcim zložitost' súčasného sveta. ■

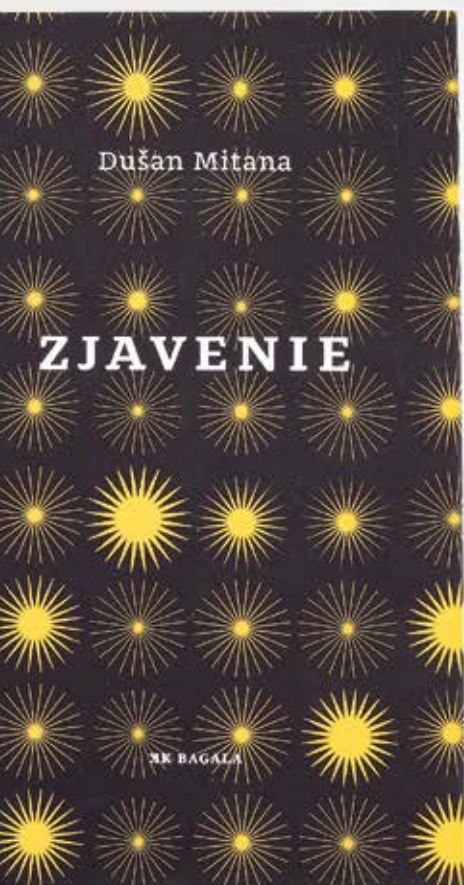
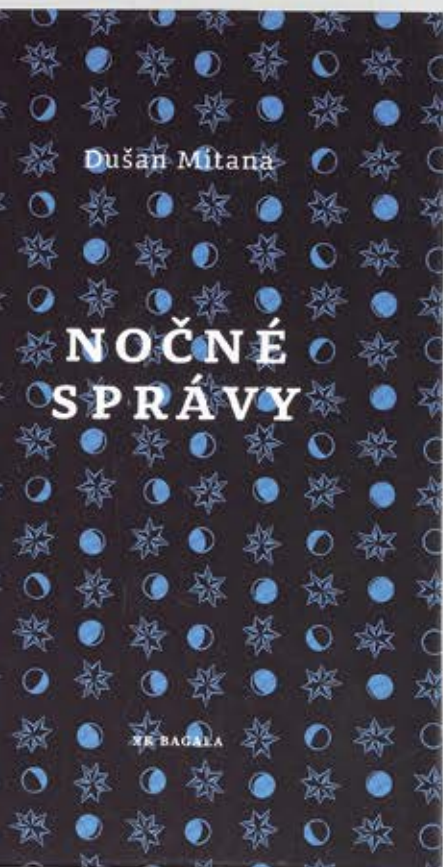
Zdeno Kolesár pôsobí na Katedre teórie a dejín umenia Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave a v Kabinete teoretických štúdií Fakulty multimediálnych komunikácií Univerzity Tomáša Baťa v Zlíne. Venuje sa najmä dejinám dizajnu. Knižne vydal dve české a dve slovenské vydania publikácie *Kapitoly z dejín dizajnu* (1998 – 2009), *Kapitoly z dejín grafického dizajnu* (2006), *Historia projektowania graficznego* (spoluautor Jacek Mrowczyk, (2018),

je editorom publikácií *K dejinám dizajnu na Slovensku* (2013), *Art dizajn. František Burian a študenti* (2017) a *Tibor Uhrín. Forma spríjemňuje funkciu* (2019). Publikuje v domácich a zahraničných odborných periodikách.

Text vznikol v rámci projektu NAKI II Designéri v českých zemích a československý strojírenský průmysl (DG18P02OVV059), ktorý v rokoch 2018 – 2022 realizujú Univerzita Tomáša Baťa v Zlíne a Národné technické múzeum v Prahe. Projekt bol pripravený s finančnou podporou Ministerstva kultúry ČR.

- 1 Štěch, Adam (ed.): *Jiří Pelcl: Design*. Praha a Brno: Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze a Moravská galerie v Brně, 2021.
- 2 Pelcl, Jiří (ed.): *Design. Od myšlenky k realizaci*. Praha: Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze 2012, s. 57.
- 3 Woodham, Jonathan M.: *The Incredible Lightness of Being: Jiri Pelcl – Czech Design* (kat. výst.). Brighton University of Brighton Gallery, 2012, s. 3.





Emil Drličiak: dizajn
knižnej edície Mitana,
KK Bagala, vychádza
od roku 2012.

Súčasný slovenský knižný dizajn v zbierkach Slovenského múzea dizajnu

Text Gabriela Ondrišáková

Foto Adam Šakový,

archív Slovenského múzea dizajnu SCD

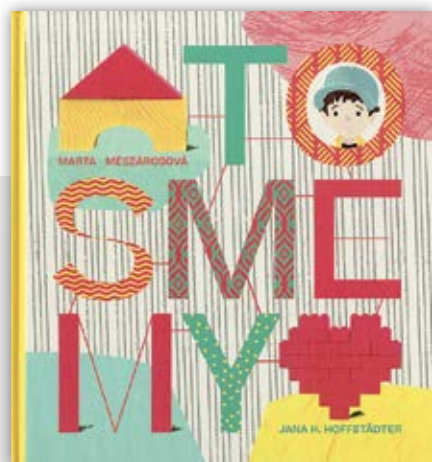
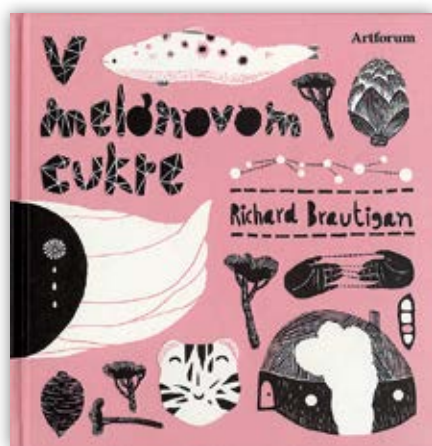
Do zbierkového fondu Slovenského múzea dizajnu pribúdajú okrem artefaktov významnej historickej hodnoty aj diela súčasné, ktoré nám vo väčšine prípadov venujú dizajnéri, výrobcovia či vydavatelia. Vďaka nim sa tak v múzeu postupne formujú jednotlivé špecializované zbierky slovenského dizajnu 21. storočia. Asi najpočetnejšiu časť z nich tvorí tradičné médium – kniha.



Palo Bálík: dizajn knihy
Hávedník, Artforum, 2015,
ilustrácie: Daniela Olejníková

→
Palo a Jana Bálík:
dizajn knihy
V melónovom cukre,
Artforum, 2011,
ilustrácie: Daniela
Olejníková.





Jana Bálík: dizajn knihy
To sme my, E.J. Publishing,
2020, ilustrácie: Marta
Mészárosová.



Palo Bálík: dizajn knižnej
edície Siete, Literárne
informačné centrum,
vychádza od roku 2015.

Pre naše múzeum je zaujímavá predovšetkým jej typografická, grafická, obrazová a materiálová úprava. Knižný dizajn sa v posledných rokoch na Slovensku teší vysokej úrovni aj popularite. Čoraz viac vydavateľov si uvedomuje význam vizuálneho riešenia knižnej publikácie – kvalitne riešené zalomenie textu je totiž pre ľudské oko pri čítaní aj omnoho komfortnejšie než podpriemerná sadzba. Veľmi dobrú úroveň knižného dizajnu si už od svojho založenia pred tridsiatimi rokmi dlhodobo udržujú vydavateľstvá ako napríklad Artforum, KK Bagala alebo Slovart, ktoré si na spoluprácu pravidelne prizývajú najlepších slovenských grafických dizajnérov. Na tento zvyk už bez problémov nabehli viaceré mladšie knižné vydavateľstvá, napríklad vydavateľstvo reportážnej literatúry Absynt či vydavateľstvo Inaque. Rozmach zažíva aj literatúra pre deti a takzvané *picture book-y*. V posledných rokoch vzniklo viacero malých vydavateľstiev, ktoré sa špecializujú (aj) na túto cieľovú skupinu a žáner, ako napríklad Egresh, E.J. Publishing či Monokel, a dávajú priestor mnohým mladým grafickým dizajnérom a ilustrátorom. Aj v kultúrnom sektore, či už ide o štátne inštitúcie (napríklad Divadelný ústav, Slovenská národná galéria alebo Literárne informačné centrum), občianske združenia alebo nezávislú scénu, vychádza každoročne niekoľko vizuálne pútavých odborných publikácií na vysokej dizajnerskej a typografickej úrovni. Už teraz sa v zbierkach múzea dizajnu nachádza pestrá paleta kníh každého žánru vydaných za poslednú dekádu od etablovaných knižných dizajnérov.

Palo a Jana Bálík

Medzi najaktívnejších knižných dizajnérov, ktorí nám aj venovali veľkú časť zo svojej tvorby, patrí bezpochyby dvojica Palo a Jana Bálíkovci, ktorí fungujú pod spoločnou značkou Bálík.¹ Palo Bálík študoval na Katedre grafického dizajnu (dnes Katedra vizuálnej komunikácie) Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave, kde aj v súčasnosti pedagogicky pôsobí a vedie Ateliér Typo. Jana Bálík² tiež študovala grafický dizajn na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave, magisterské štúdium však ukončila v Ateliéri S + M + L_XL – Kov a šperk. Spojenie dvoch rôznych výtvarných disciplín sa prelína celou jej tvorbou. Oba sa orientujú na dizajn kníh, ktorí robia spolu aj samostatne. Spomedzi vyše stovky kníh z našej zbierky, ktoré vytvorili od roku 2006, bola väčšina z nich navrhnutá pre vydavateľstvo Artforum, napríklad *Tracyho Tiger*, séria *Jack Kerouac* alebo *Atlas zabúdania* od Petra Krištúfka, s jednoduchou typografiou, ktorá vyšla vo viacerých materiálových a farebných verziách. Medzi knižkami z vydavateľstva KK Bagala je zaujímavá napríklad Palova grafická úprava komiksovej publikácie *Roger Krowiak* z roku 2002 alebo kniha *Zlá štvrť* z roku 2018 s variabilným prebalom s ilustráciami Daniely Olejníckovej, ktorý je možné si poskladať do štyroch verzií. Pre Literárne informačné centrum navrhol Palo v roku 2015 dizajn celej knižnej edície s názvom *Siete*, kde zvolil jednoduchú typografiu v kombinácii s vizuálnymi prvkami, ktoré sú navzájom prepojené medzi jednotlivými titulmi tejto edície.³ Palo Bálík viackrát spolupracoval s ilustrátorkou Danielou Olejníkovou aj na niekoľkých knihách ako napríklad *V melónovom cukre* (Artforum, 2011), *Hávedník* (Artforum, 2015) vytvorený technikou risografie či *Bydlíme!* (Baobab, 2019) s interaktívnymi farebnými filtrami. Jana Bálík zas stojí za dizajnom a typografiou viacerých kníh pre deti od vydavateľstva E.J. Publishing, napríklad *Môžu superhrdinovia nosiť okuliare?* (2019) alebo *To sme my* (2020), ktoré ilustrovali mladí slovenskí ilustrátori.

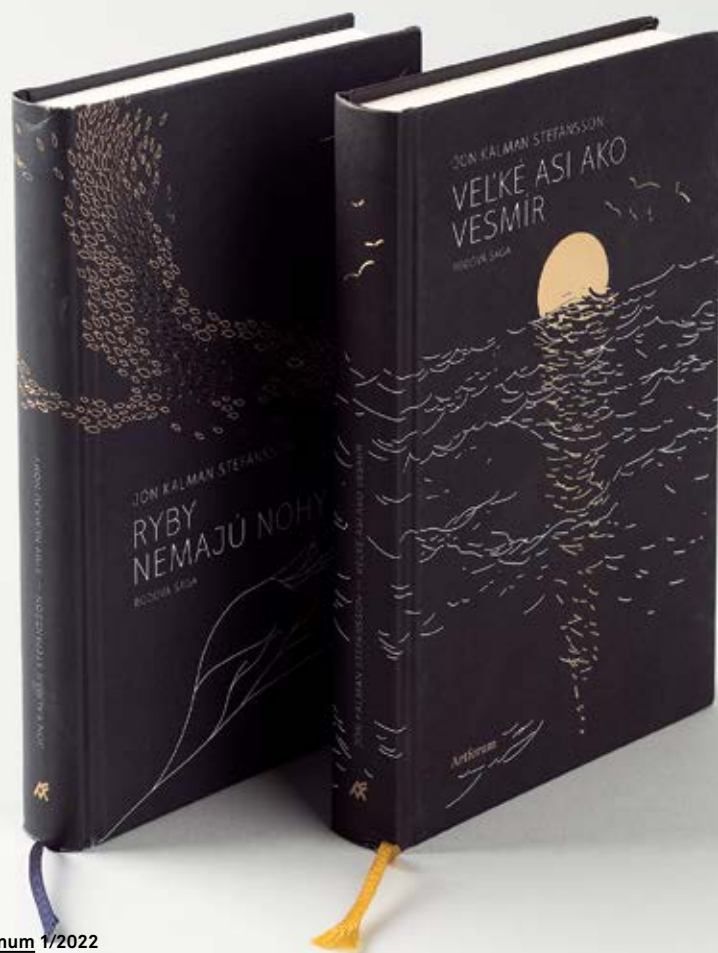
Pavína Morháčová:
dizajn knižnej edície
Prekliati reportéri, Absynt,
vychádza od roku 2015.



Pavína Morháčová:
dizajn historickej edície
vydavateľstva Absynt,
vychádza od roku 2019.



Mária Rojko: dizajn
knižnej série Jóna
Kalmana Stefánssona,
Artforum, 2016 a 2017.



Mária Rojko: dizajn knihy
Koniec sveta a čo je za ním,
Artforum, 2019, ilustrácie:
Veronika Klímová.





Pavlína Morháčová

Knižná dizajnérka Pavlína Morháčová⁴ absolvovala štúdium vizuálnej komunikácie na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave a od roku 2011 pracuje ako grafická dizajnérka v Slovenskej národnej galérii. Je dvornou dizajnérkou vydavateľstva reportážnej literatúry Absynt a už od jeho začiatkov v roku 2015 stojí za grafickou podobou ich knižných edícií. Vlajkovou loďou tohto vydavateľstva je edícia Prekliati reportéri, jej knižkám dala praktický malý cestovný formát v mäkkej hnedej väzbe s použitím príjemnej novinovej typografie. Jednotlivé tituly edície sú ľahko rozlíšiteľné vďaka farebným páskam. Na edícii s názvom 100 % spolupracovala Pavlína s výtvarníkom Tomášom Klepochom, jeho grafiky boli hlavným motívom obálok. V roku 2020 prešla táto edícia kompletným redizajnom. Menšou edíciou Absyntu (ktorú vydáva pod hlavičkou už zaniknutého vydavateľstva Kalligram) s dizajnom Pavlíny Morháčovej je edícia Skica. Tvorí ju súbor desiatich knižiek – krátkych esejí na rôzne témy zo súčasného sveta od rôznych autorov. Každá obálka reprodukuje inú textúru kameňa s „vtesaným“ citátom, ktorá je v silnom protiklade s ľahkým materiálovým spracovaním knižky. V roku 2019 navrhla Pavlína Morháčová aj vizuálnu podobu Historickej edície vydavateľstva Absynt. Tentoraz edíciu zabalila do tvrdej väzby vo väčšom formáte. Na typografiu využila techniku slepotlače. Ako hlavný motív obálky používa reprodukciu dobovej archívnej fotografie, tlačенú na svetlozelenom farebnom podklade. Praktický detail na okraji väzby je aj zvislá sadzba piatich kľúčových slov k danej problematike vo forme *hashtagov*. Okrem Absyntu Pavlína spolupracuje aj s inými menšími vydavateľstvami alebo kultúrnymi inštitúciami. Jej významnou prácou je aj dizajn šesťstostranovej odbornej kunsthistorickej publikácie Alexandry Kusej *Prerušená pieseň*.

Mária Rojko

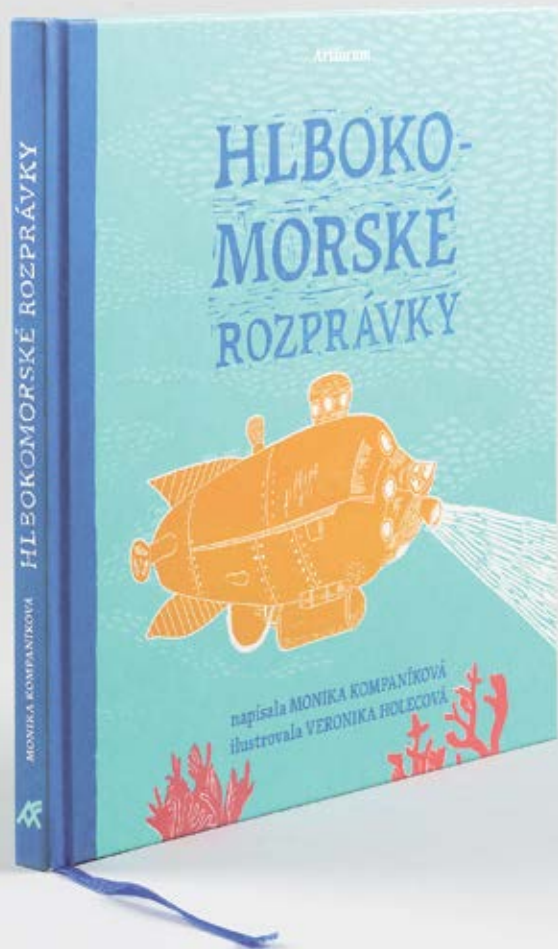
Mária Rojko⁵ tvorí dizajn kníh pre deti aj dospelých. Vyštudovala grafický dizajn na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave. Vo svojej tvorbe pracuje

s možnosťami materiálu a rôznymi výtvarnými technikami, čo využila pri dizajne knižnej ságy od autora Jóna Kalmana Stefánssona pre vydavateľstvo Artforum. Na čiernej väzbe kníh sa pohrala so zlatou a bielou razbou vo forme ilustrácií zobrazujúcich odrazy na vode či vo vetre. Graficky upravovala aj knihu pre deti od Moniky Kompaníkovej *Koniec sveta a čo je za ním*, kde detským čitateľom vytvorila na predádkach skladačku. Jej klientom je aj vydavateľstvo Buvik, ktorému zalomila niekoľko detských publikácií ilustrovaných známymi slovenskými ilustrátorkami, napríklad nové vydanie knihy *Žabiatko* od autorky Ľudmily Podjavorinskej (2019, ilustrovala Mária Nerádová) alebo *Mačky letia do Kanady* od Jaroslavy Blažkovej (2020, ilustrovala Martina Matlovičová). Mária Rojko stojí aj za redizajnom detských časopisov *Včielka* či *Zornička*. Spolupracuje aj s kultúrnymi inštitúciami.

Martina Rozinajová

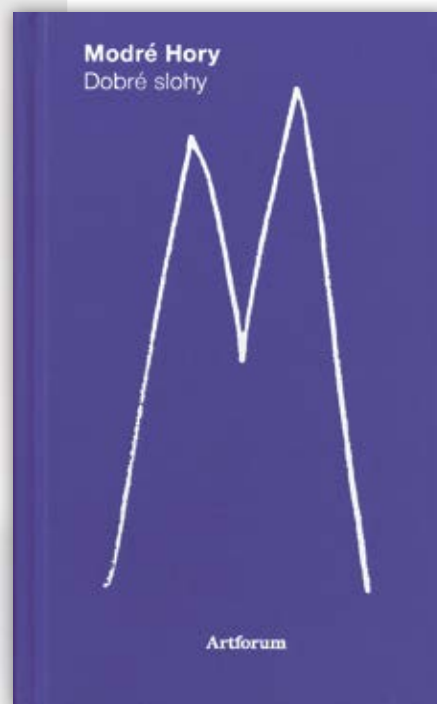
Dizajnu detských kníh sa intenzívne venuje aj grafická dizajnérka Martina Rozinajová.⁶ Veľký záujem o tvorbu pre deti prejavila už počas štúdia vizuálnej komunikácie na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave vo svojom diplomovom projekte *Nové učebnice*, za ktorý získala aj ocenenie na Národnej cene za dizajn v roku 2013. Od roku 2012 spolupracuje s mnohými významnými slovenskými ilustrátormi a ilustrátorkami pre viaceré vydavateľstvá. V roku 2013 urobila grafickú úpravu knižky *Hlbokomorské rozprávky* od Moniky Kompaníkovej (ilustrovala Veronika Klímová, vydalo Artforum) alebo v roku 2017 knižku *ABeCeDárik* od Daniela Heviera (ilustrovala Magdaléna Gurská, vydalo TRIO Publishing). V posledných rokoch intenzívne spolupracuje s vydavateľstvom Monokel na vizuálnej úprave kníh pre deti a mládež, a to v spolupráci s ilustrátorkou Simonou Čechovou a spisovateľom Michalom Hvoreckým. Vznikli tak výpravné knižky *Bratislava – čarovná metropola* v roku 2018, ktorá prostredníctvom krátkeho príbehu predstavuje čitateľovi všetky dôležité zákutia mesta, alebo knižka *Maliar a chlapec* z roku 2019, ktorá zoznamuje čitateľa s moderným slovenským výtvarným





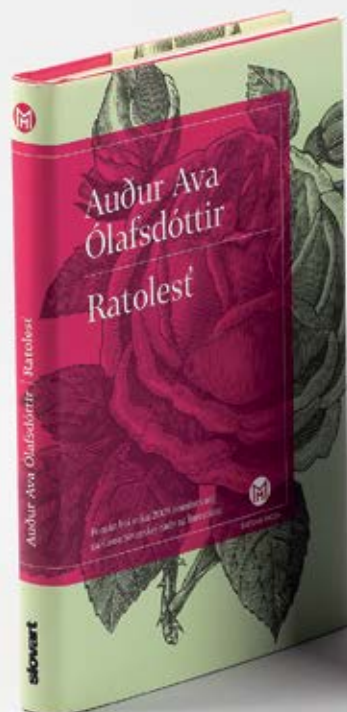
Martina Rozinajová: dizajn knihy Hlbokomorské rozprávky, Artforum, 2013, ilustrácie: Veronika Holecová.

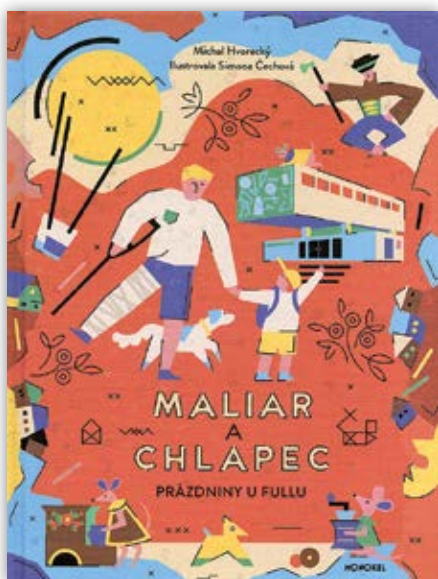
→
Martina Rozinajová: dizajn knihy Maliar a chlapec, Monokel, 2019, ilustrácie: Simona Čechová.



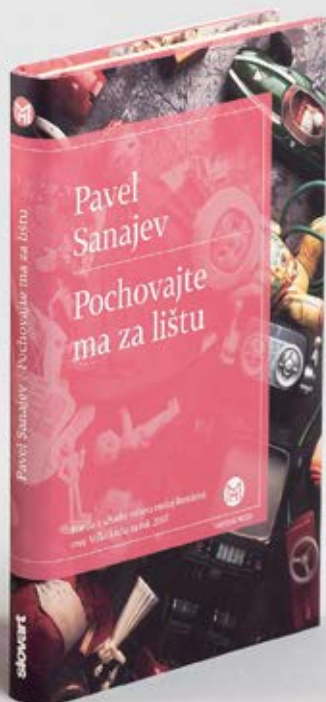
Peter Gála: dizajn knihy Modré hory – dobré slohy, Artforum, 2016.

Jozef Dobrik: dizajn knižnej edície MM, Slovart, v tejto podobe vychádza od roku 2013.





Michal Tornyai: dizajn knihy *V záhrade* a dizajn písma Hanka, Egreš, 2019, ilustrácie: Susie Hammer.



umením prostredníctvom tvorby Ľudovíta Fullu. Martina Rozinajová veľmi precízne a citlivo pracuje s typografiou knihy a premieta do nej Fullov výtvarný jazyk.⁷ V roku 2020 vyšla v jej grafickej úprave kniha *Cesta do krajiny draka* od Patrika Oriška, ktorú ilustrovala Hana Križanová, a *lettering* na mieru vytvoril Marek Chmiel. Martina Rozinajová je s písomným dizajnérom Jánom Filípkom aj spoluautorkou projektu písomného fondu pre školy s názvom Školské písmo⁸.

Michal Tornyai

Michal Tornyai⁹ sa aktívne venuje navrhovaniu písma, vizuálnych identít, typografii aj knižnému dizajnu. Vyštudoval vizuálnu komunikáciu na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave, kde v súčasnosti pedagogicky pôsobí v Ateliéri Typo. Je členom občianskeho združenia Čierne diery a stojí za dizajnom ich publikácií. Najvýraznejším výsledkom tejto práce sú dve veľké štyristostranové knihy v encyklopedickom formáte *Čierne diery. Priemyselné pamiatky a zabudnuté miesta Slovenska*. Prvý, modrofialový diel vyšiel v rokoch 2018 a 2019 a druhý, tyrkysovozelený zas koncom roka 2021. Obidve knihy sú bohatou obrazovou aj textovou dokumentáciou početných ciest po zanikajúcich historických technických a inžinierskych stavbách na Slovensku. Michal Tornyai spojil texty, fotografie, ilustrácie od Daniely Olejníckovej a písma od viacerých slovenských písmárov (Samuel Čarnoký, Ondrej Jób a Zuzana Uhalová) do jedného vizuálne i obsahovo mimoriadne vydareného a vzácneho celku. Pre publikáciu *Stratená Bratislava* (2019/2020) navrhol Michal Tornyai aj písmo na mieru s názvom Diery. Pri jeho tvorbe vychádzal z estetiky geometricky konštruovaných typov písem z prelomu 19. a 20. storočia používaných v priemysle.¹⁰ Písmo Diery vytvoril v štyroch rezoch a troch kontrastoch. Graficky upravil aj niekoľko detských knížiek vydavateľstva Egreš, ktorým tiež vytvoril písma na mieru. Pre detský *picture book* *V záhrade* navrhol písmo nazvané Hanka v jednom reze, pri ktorom vychádzal z viacerých typov písem používaných v detskej literatúre,¹¹ a svojimi proporciami

je určené na sadzbu krátkych textov. Podobným spôsobom navrhol aj písmo nazvané Ucho pre detský *picture book* *Počuješ ma?* a pre Egreš graficky upravil knižku *Na kraji lesa*.

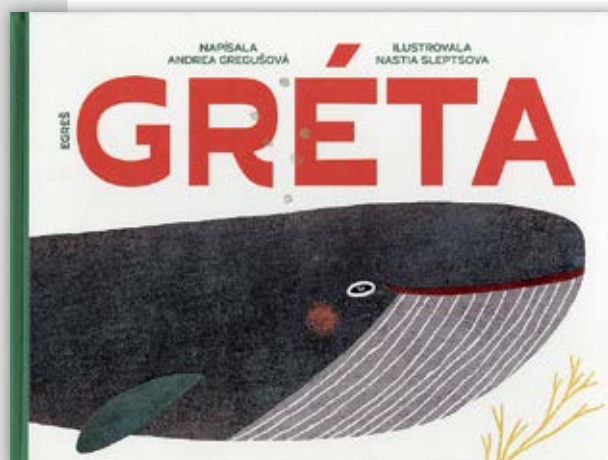
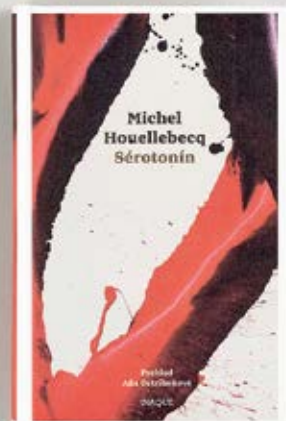
Grafickí knižní dizajnéri

Väčšina grafických dizajnérov sa knižnému dizajnu venuje skôr ako jednej z oblastí striedavo s inými zákazkami, napríklad s navrhovaním vizuálnych identít, logotypov, plagátov, dizajnom písma či multimédiami. Jedným z nich je Jozef Dobrík¹². Pre vydavateľstvo Slovart navrhol grafickú podobu knižnej edície MM a obálku knižného titulu *Tu som*, ktorý vytvoril spoločne so svojou dcérou.¹³ Emil Drličiak, výtvarník a grafický dizajnér so širokým tvorivým záberom, v súčasnosti robí dizajn kníh najmä pre vydavateľstvo KK Bagala. Je autorom dizajnu knižnej edície Mitana, kde spolupracoval s ilustrátorom Martinom Šútovcom a použil písmo Greta od typografa Petra Biľaka. Decentný minimalistický štýl dizajnu kníh s dôsledným materiálovým spracovaním robí Peter Gála¹⁴, čoho príkladom je jeho dizajn publikácie *Modré hory – dobré slohy* pre vydavateľstvo Artforum. Grafický dizajnér Ondrej Gavalda¹⁵ pôsobí ako odborný asistent v Ateliéri Identita na Katedre vizuálnej komunikácie Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave. Zameriava sa na dizajn publikácií najmä pre kultúrne inštitúcie (Divadelný ústav) a tvorí aj grafiky a mapy technických pamiatok občianskeho združenia Čierne diery. Mladým autorom je Roman Juhás, ktorý študoval grafický dizajn na Akadémii výtvarných umení v Krakove a pôsobí vo vlastnom grafickom štúdiu Midfield v Košiciach.¹⁶ Popri tvorbe vizuálnych identít a kampaní navrhuje pre vydavateľstvo Absynt dizajn knižných publikácií vydaných mimo edície. Eva Kašáková¹⁷ je grafická dizajnérka v bratislavskom Kunsthalle. Je autorkou dizajnu mnohých odborných publikácií Divadelného ústavu a publikácií pre nezávislú kultúrnu scénu. Matúš Lelovský¹⁸ získal vzdelanie v rôznych výtvarných odboroch, čo sa odzrkadľuje aj v jeho súčasnej tvorbe – venuje sa knižnému dizajnu, výstavnému dizajnu, typografickým a experimentálnym projektom, vizuálnej identite aj inštaláciám. Pri knižnom



Barbora Šajgalíková:
dizajn kníh vydavateľstva
Inaue, 2018 – 2019.

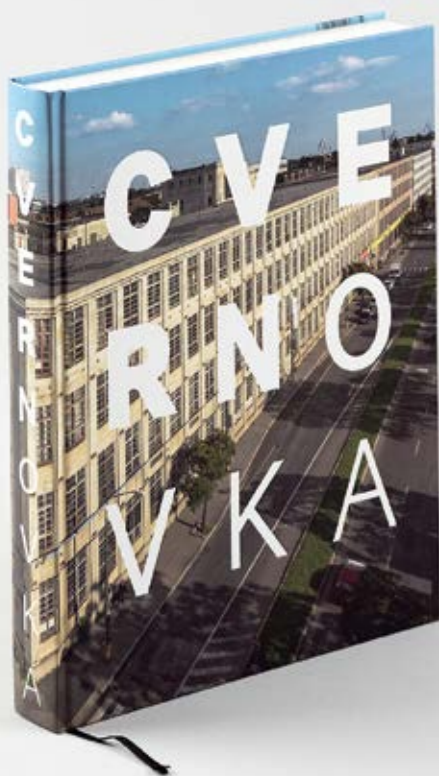
→
Martin Mistrik:
dizajn kníh Cvernovka,
Open Design Studio, 2014.



Matej Vojtuš: dizajn
kníh Gréta, Egriš, 2018,
ilustrácie: Nastia Sleptsova.

Boris Meluš: dizajn knižnej
edície Sloboda, Slovart,
vychádza od roku 2014.





Roman Juhás:
dizajn knihy *Orgia*,
Absynt, 2019.

dizajne tvorí najmä výtvarné obrazové publikácie. Boris Meluš¹⁹ je tiež širokospektrálne zameraný dizajnér. Ako grafický dizajnér sa venuje najmä dizajnu kníh, výstav, užívateľských rozhraní a vizuálnej komunikácii kultúrnych udalostí. Tvorí knižný dizajn pre vydavateľstvá Slovart, E.J. Publishing či BRAK. Za edíciu kníh Rudolfa Slobodu pre Slovart získal Národnú cenu za komunikačný dizajn v roku 2016.²⁰ Martin Mistrík pôsobí pod značkou ZELENÁ LÚKA.²¹ Vyštudoval vizuálnu komunikáciu na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave a striedavo sa venuje knižnému dizajnu a tvorbe vizuálnych identít. Je spoluautorom a zároveň grafickým dizajnérom výpravnej publikácie *Cvernokva*, ktorá mapuje históriu a spoločenský i kultúrny význam tejto industriálnej pamiatky. Pravidelne spolupracuje aj s Divadelným ústavom na dizajne ich publikácií. Julo Nagy po skončení štúdia grafického dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave si v roku 1994 založil vlastné kreatívne štúdio Calder design community²², ktoré vedie dodnes. Pracoval pre široké spektrum klientov z rôznorodých oblastí. Je autorom mnohých známych logotypov a značiek, graficky upravil vyše dvesto knižných titulov a niektoré aj ilustroval.²³ Grafické štúdio Pergamen²⁴ z Trnavy funguje na trhu už od roku 1993, špecializuje sa na tvorbu vizuálnych identít či obalový dizajn a pre svojich klientov robí kvalitné knižné dizajny a zalomenia. Sviežim javom v grafickom dizajne je Barbora Šajgalíková²⁵, ktorá navrhuje dizajn knižných edícií vydavateľstva Inaque. Grafická dizajnérka Silvia Vargová²⁶ tiež absolvovala štúdium vizuálnej komunikácie na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave. Venuje sa najmä knižnému dizajnu a tvorbe vizuálnych identít. Stála pri zrode vydavateľstva Egres a navrhla mu aj jeho logo a identitu. Je autorkou dizajnu kníh *Svetozár*, *Vtáčí atlas* a *Vincent*. Matej Vojtuš²⁷ je absolvent ateliéru Tvorba písma a typografie na Vysokej škole umeleckopriemyselnej v Prahe a navrhuje vizuálne identity, kampane, plagáty, logá, značky či písmové fonty najmä pre nezávislú kultúrnu scénu, hudobné aj knižné vydavateľstvá, kultúrne inštitúcie či festivaly. Knižka pre deti *Gréta* s environmentálnou tematikou je jedným z jeho jedinečných

knižných dizajnov. V zbierke nám postupne pribúdajú aj knihy s dizajnom od autorov, ktorí sa knižnému dizajnu venujú síce iba príležitostne alebo s ním práve začínajú, ale kvalitou určite nezaostávajú. Medzi nimi sú napríklad Richard Guzmán²⁸, Matúš Hnát, štúdio Hungry²⁹, Marek Kianička, Magdaléna Scheryová a ďalší. ■

Gabriela Ondrišáková je historička umenia, pracuje v Slovenskom múzeu dizajnu SCD ako kurátorka zbierky komunikačného dizajnu.

- 1 www.balik.sk
- 2 Viac o tvorbe Jany Bálik pozri Kružliaková, Silvia; Jana Bálik – práca snov. In: *Designum* 4/2019, s. 4 – 11.
- 3 In: *Národná cena za dizajn 2020/2021 – TXT* (kat. výst.). Bratislava: Slovenské centrum dizajnu, 2021, s. 85.
- 4 Viac o tvorbe Pavliny Morháčovej pozri Ulahelová, Anna: Impregnácia inštitúcií kvalitným dizajnom. In: *Designum* 1/2018, s. 12 – 29 a tiež www.pavka.sk
- 5 Viac o tvorbe Márie Rojko pozri Cibulková, Helena: Mária Rojko – grafická dizajnérka, ktorá miluje ilustráciu. In: *Designum* 2/2018, s. 4 – 13.
- 6 www.rozinajova.sk
- 7 In: *Národná cena za dizajn 2020/2021 – TXT* (pozn. 3), s. 91.
- 8 Viac o projekte pozri Rojko, Mária: V 21. storočí nemáme na Slovensku digitálnu verziu školského písma. Rozhovor s Martinou Figusch Rozinajovou. In: *Designum* 2/2020, s. 4 – 13.
- 9 www.tornyai.sk
- 10 In: *Národná cena za dizajn 2020/2021 – TXT* (pozn. 3), s. 65.
- 11 Tamže, s. 103.
- 12 www.dododobrik.myportfolio.com
- 13 In: *Národná cena za dizajn 2020/2021 – TXT* (pozn. 3), s. 49.
- 14 Viac o tvorbe Petra Gálu pozri Kralovič, Ján: Kvalita knižného dizajnu je ukrytá v detaile. In: *Designum* 1/2019, s. 12 – 21 a tiež www.petergala.sk
- 15 Viac o tvorbe Ondreja Gavaldu pozri Ondrišáková, Gabriela: Mapy technických pamiatok žijú a rastú ďalej. In: *Designum* 4/2018, s. 12 – 21 a tiež www.gavalda.sk.
- 16 www.midfield.sk
- 17 www.evakasakova.com
- 18 www.lelovsky.sk
- 19 www.boris.melus.sk
- 20 Oravcová, Jana: Národná cena za komunikačný dizajn 2016 → Edícia Rudolf Sloboda, Boris Meluš, vydavateľstvo Slovart, In: *Designum* 2/2016, s. 6 – 11.
- 21 Viac o tvorbe Martina Mistríka pozri Ondrišáková, Gabriela: ZELENÁ LÚKA Martina Mistríka. In: *Designum* 1/2020, s. 14 – 25 a tiež www.zelenaluka.sk.
- 22 www.calder.sk
- 23 Longauer, Lubomír a kol.: *Typografia a dizajn písma na Slovensku. Začalo sa to Cyrilom a Metodom*. Bratislava: Slovart, Vysoká škola výtvarných umení, 2013, s. 164.
- 24 Viac o práci štúdia Pergamen pozri Krejčová, Barbora: Štúdio Pergamen – margarín, kniha alebo alkohol, každý z týchto produktov sa dá spraviť dobre. In: *Designum* 1/2021, s. 12 – 23 a tiež www.pergamen.sk.
- 25 www.designbar.sk
- 26 www.silviavargova.com
- 27 www.matejvojtus.com
- 28 www.guzman.sk
- 29 www.hungry.sk



Rozum verzus cit² – Zlínský průmyselný design 1959 – 1992



Hvězdy zlínského designu

Ve vstupní části výstavy se představují ikonické předměty spojené s historií zlínského ateliéru vytvořené od počátku šedesátých do devadesátých let jeho předními pedagogy.

1. Na hraně designu (1955–1963)

Období šedesátých let představuje základní periodizaci designu v Zlínském ateliéru. V tomto období se začíná formovat designová škola, která se vyznačuje inovativním přístupem k tvorbě designu. V tomto období se začíná formovat designová škola, která se vyznačuje inovativním přístupem k tvorbě designu.

2. Velká geometrická revoluce (1964–1970)

Za klíčové věry šedesátých let můžeme považovat také geometrickou revoluci. Zdeněk Koubek se v tomto období věnoval tvorbě geometrických forem, které se staly charakteristickým prvkem designu v Zlínském ateliéru.

3. Léta normalizace a Zdeněk Koubek (1971–1989)

Normalizace přinesla do designu Zlínského ateliéru nové výzvy. Zdeněk Koubek se v tomto období věnoval tvorbě designu, který se vyznačuje inovativním přístupem k tvorbě designu.

dokumentární film a grafické učebnice. V tomto období se začíná formovat designová škola, která se vyznačuje inovativním přístupem k tvorbě designu.

4. Od socialistického přelomu k novému umění až do zapomnění (1990–1999)

Poslední období designu v Zlínském ateliéru je charakterizováno novými vlivy a přístupy k tvorbě designu. V tomto období se začíná formovat designová škola, která se vyznačuje inovativním přístupem k tvorbě designu.

Úvodná část výstavy mapující významné momenty historie designu v Zlíne.

Foto: Dalibor Novotný, KGVUZ

Text Vít Jakubíček

Foto archiv Krajské galérie výtvarného umění v Zlíne



Vstupná časť výstavy Rozum verzus cit² – Zlínský priemyselný dizajn 1959 – 1992 v Krajskej galérii výtvarného umenia v Zlíne.
Foto: Dalibor Novotný, KGVUZ

Rozum verzus cit² – Zlínsky priemyselný dizajn 1959 – 1992 je v poradí druhá výstava, ktorú pripravili v rámci spoločného projektu Univerzita Tomáša Baťa v Zlíne a pražské Národné technické múzeum.¹ Chronologicky bezprostredne nadväzuje na výstavu Rozum verzus cit z roku 2019 venovanú diani v oblasti priemyselného dizajnu v rokoch 1918 – 1958 v Zlíne a širšom regióne.² Prvá z tejto série výstav sa zamerala na prenikanie firmy Baťa do oblasti strojárstva v medzivojnovom období, pôsobenie Školy umenia v Zlíne v štyridsiatych rokoch, osobnosť Vincenta Makovského (1900 – 1966) a jeho žiaka Zdeňka Kováča (1917 – 2004), ktorý položil základy výchovy priemyselných dizajnérov v Zlíne, a tiež na neskoršiu spoluprácu zlínskych dizajnérov s automobilkou Tatra v Kopřivnici. Nadväznosť týchto dvoch výstav sleduje záver predchádzajúcej a pomyšľaný východiskový bod súčasnej upriamením pozornosti na úspešnú účasť zlínskych dizajnérov na EXPO 58 v Bruseli. Zisk hneď niekoľkých Grand Prix potvrdil vysokú úroveň, akú dosiahol zlínsky dizajn za dvadsaťročnú

históriu. Ďalšiemu rozmachu, najmä vzniku a rozvoju špecializovaného vysokoškolského pracoviska zameraného na tvarovanie strojov a nástrojov, na ktorého čele stál dizajnér, sochár a pedagóg Zdeněk Kovář, je venovaná nedávno skončená výstava. Jej cieľom je reflexia histórie zlínskeho priemyselného dizajnu do roku 1992. Zameriava sa jednak na dianie v oblasti dizajnu technických odborov v Zlíne (Gottwaldove) a jeho širšom okolí, snaží sa aj kriticky zhodnotiť význam Ateliéru (resp. Katedry) tvarovania strojov a nástrojov tak pre každodennú vizuálnu kultúru, ako pre celý československý priemysel. Rovnako ako v prvej časti výstavnej série aj teraz mali návštevníci možnosť prostredníctvom aplikácie pre mobilné telefóny nielen si prečítať sprievodný kritický katalóg alebo prezrieť digitalizovanú výstavu, ale tiež využiť prvky rozšírenej reality – virtuálneho kurátora, ktorý divákov sprevádzal inštaláciou. Takisto mali k dispozícii aj AR „hologram“ architekta, dizajnéra a pedagóga Františka Chrástka, s ktorým bolo možné viesť prostredníctvom série otázok rozhovor.

- 1 Výstava Rozum verzus cit² – Zlínsky priemyselný dizajn 1959 – 1992 sa konala v Krajskej galérii výtvarného umenia v Zlíne od 16. 11. 2021 do 27. 2. 2022 a od 8. 12. 2021 do 17. 2. 2022 v G18 galérii Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Baťa v Zlíne. Bola vytvorená v rámci rozsiahleho spoločného projektu UTB a Národného technického múzea, mapujúceho dizajn v technických disciplínach počas existencie Československa, a je realizovaná s finančnou podporou Ministerstva kultúry ČR v rámci projektu NAKI II Dizajnéri v českých krajinách a československý strojársky priemysel (DG18P02OVV059). K výstave bol vydaný kritický katalóg: Vít Jakubíček – Zdeno Kolesár (ed.): Rozum verzus cit²: Zlínský průmyslový design 1959 – 1992. Zlín: Univerzita Tomáše Baťa ve Zlíne, 2021, 123 s.
- 2 Viac o výstave Jakubíček, Vít: Rozum verzus cit. Zlínsky priemyselný dizajn v rokoch 1918 – 1958. *Designum* 2/2020, s. 62 – 71.
- 3 Z denníkových zápisov Zdeňka Kováča vyplýva, že najsilnejší tlak na presunutie jeho odboru z uhorskohradištskej umeleckopriemyselnej školy na Vysokú školu umeleckopriemyselnú v Prahe bol v roku 1956, keď na pozíciu rektora nastúpil Ján Spurný.
- 4 Napriek slubným plánom na rozvoj vysokoškolskej výučby predstavoval už od vzniku detašovaného ateliéru jeden zo základných problémov absencia vlastnej školskej budovy. Pedagógovia a študenti, budúci dizajnéri museli „dočasne“ zotrvať v skromných improvizovaných priestoroch, v piatich miestnostiach na prízemí IV. chlapčenského internátu, ktorý spadol pod Závody presného strojárstva. Od začiatku šesťdesiatych rokov preto bola intenzívna snaha tento hendikep vyriešiť novostavbou. K aspoň čiastočnému zlepšeniu, hoci len ďalšiemu provizórnemu riešeniu došlo pri rozšírení Katedry tvarovania strojov a nástrojov. Od septembra 1974 získala časť priestorov v novostavbe Strednej priemyselnej školy strojárnickej, kam sa presunuli školské ateliéry. Celá anabáza s plánovanou novostavbou bola zavŕšená až v roku 1982, keď bola slávnostne otvorená školská budova podľa návrhu architekta Arnošta Kubečka. Zložitý vývoj zapríčinený absenciou vlastných vhodných priestorov na výučbu a rozvíjanie ďalších vzdelávacích aktivít de facto kopíruje peripetie baťovskej Školy umenia (1939 – 1949), ktorá po celú dobu svojej existencie vykonávala činnosť v nevyhovujúcich provizórnych podmienkach, čo do značnej miery limitovalo možnosti jej rastu.

Ateliér tvarovania strojov a nástrojov Vysokej školy umeleckopriemyselnej v Prahe

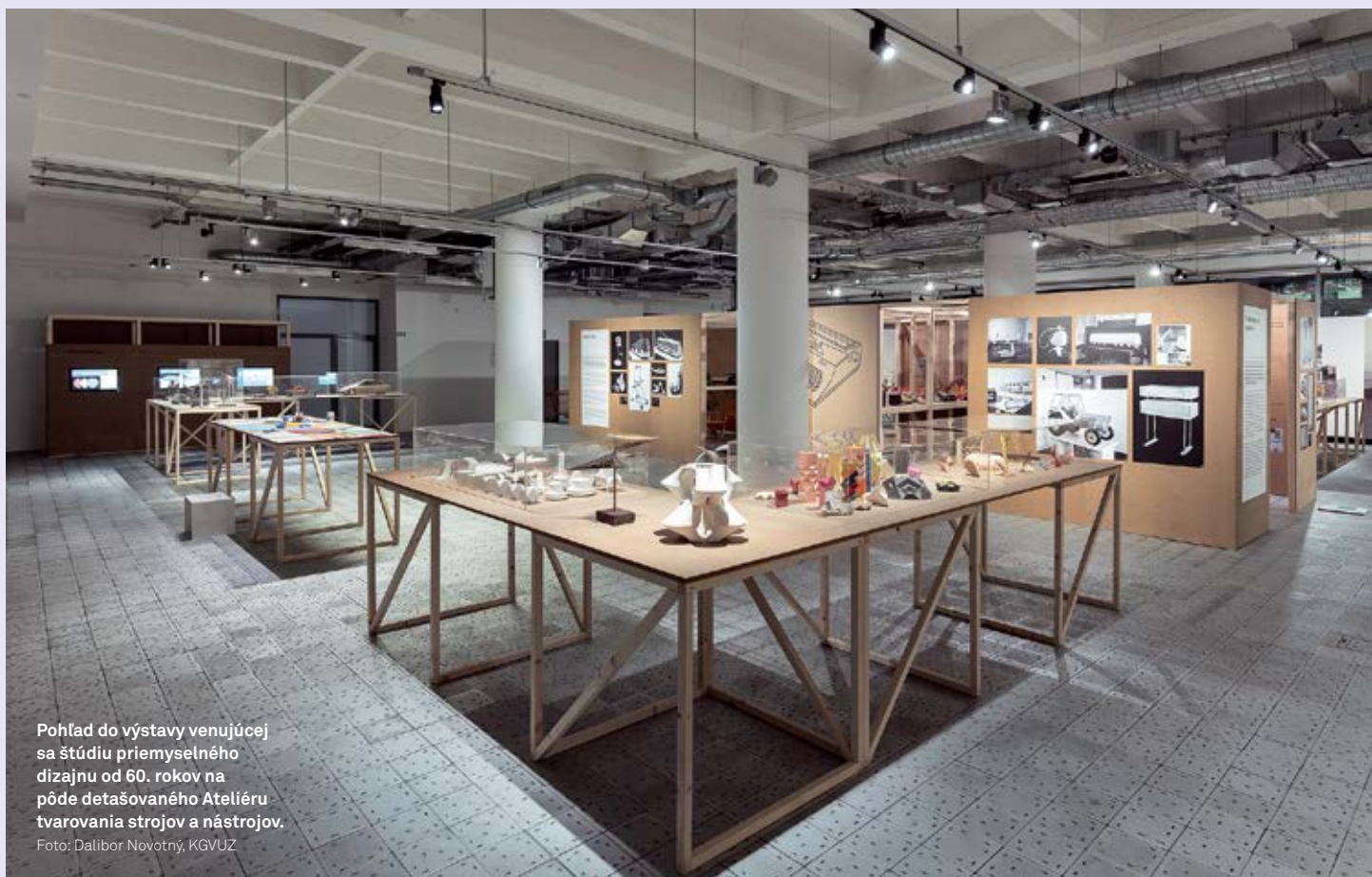
Vďaka niekoľkoročnému úsiliu Zdeňka Kovára a jeho spolupracovníkov nebol perspektívny odbor tvarovania strojov a nástrojov zameriavajúci sa na priemyselný dizajn presunutý z Uherského Hradišťa do Prahy, ako bolo počas päťdesiatich rokov opakovane zamýšľané.³ Snáď aj úspech na Svetovej výstave v Bruseli v roku 1958 nakoniec prispel k rozhodnutiu, že v Zlíne (vtedajšom Gottwaldove) bude zriadený detašovaný ateliér Vysokej školy umeleckopriemyselnej v Prahe. Jeho vznik so sebou priniesol možnosť viac prehĺbiť výučbu stále komplexnejšej disciplíny priemyselného dizajnu. Štruktúra špecializovaného šesťročného štúdia umožnila oveľa intenzívnejšie zapojenie vedeckých, teoretických a analytických prístupov k dizajnu a novému definovaniu metódy vzdelávania priemyselných výtvarníkov. Študenti prijatí do Ateliéru tvarovania strojov a nástrojov v šesťdesiatych rokoch absolvovali prvý, tzv.

všeobecný ročník na VŠUP v Prahe spoločne s ďalšími poslucháčmi plastických odborov. Pokiaľ boli úspešní, ďalšiu päťročnú výučbu absolvovali v Zlíne.

V druhom ročníku boli osnovy obohatené o oblasť výtvarnej geometrie. Prostredníctvom kompozičných cvičení, spočívajúcich v použití geometrických prvkov v reliéfe a neskôr aj priestore, aplikácii prírodného prvku a v konečnej fáze syntézy oboch, študenti rozvíjali poznanie, ktoré neskôr uplatnili vo vlastnej návrhárskej činnosti. Pod vedením Františka Crháka (1926 – 2011) mali žiaci aj architektonické cvičenia a učili sa perspektívne zachytiť skutočné predmety. Neodmysliteľnou súčasťou výučby budúcich dizajnérov sa stalo aj štúdium farby v súvislosti s priemyselnými výrobkami, ktoré viedli Vladimír Škranc (1922 – 1999) a v neskorších rokoch František Nikl (1935 – 2005). Mali prednášky teórie a náuky o farbách, skúmali

ich psychologické pôsobenie, farebnú harmóniu a kontrast. Medzi ďalšie súčasti komplexného systému návrhárskej prípravy patrilo napríklad kreslenie, náuka o písme, ergonómia, neurofyziológia, psychológia, strojárska technológia a technológia plastických hmôt.

Vo vyšších ročníkoch sa venovali čoraz zložitejším zadaniam. Najprv navrhovali nástroje, prístroje s jednoduchším mechanizmom. Potom dostávali zadanie na riešenie komplexnejších zariadení. Ich záverečná práca vznikala často v spolupráci s konkrétnym podnikom, a tak neraz zahŕňala aj veľké strojové celky. Okrem ateliérovej výučby, náuk o kresbe a farbe tu vyučovali napríklad anatómiu, fyziológiu a neurofyziológiu. K ďalšiemu rozšíreniu potom došlo od školského roku 1966/1967 v súvislosti so zriadením katedry tvarovania strojov a nástrojov namiesto skoršieho ateliéru.⁴



Pohľad do výstavy venujúcej sa štúdiu priemyselného dizajnu od 60. rokov na pôde detašovaného Ateliéru tvarovania strojov a nástrojov.
Foto: Dalibor Novotný, KGVUZ



**Novostavba zlínskej detašovanej
Katedry tvarovania strojov
a nástrojov Vysokej školy
umeleckopriemyselnej v Prahe, 1984.**

Foto: Rudolf Červenka, KGVUZ

Od sochárstva ku geometrii

Obdobie šesťdesiatych až deväťdesiatych rokov, ktoré výstava sleduje, predstavuje tiež zaujímavú perspektívu na reflexiu radikálnych premien pomyselnej tváre dizajnu. Počas konca štyridsiatych a v priebehu päťdesiatych rokov boli žiaci odboru tvarovania strojov a nástrojov Strednej umeleckopriemyselnej školy v Zlíne (od roku 1952 v Uherskom Hradišti) v značnej miere vedení k navrhovaniu prostredníctvom sochárstva, čo bolo typické pre vedúceho ateliéru Zdenka Kovára. Jedným z najvýraznejších nasledovníkov tohto tvorivého prístupu sa stal Kovárov žiak a neskorší asistent Gustav Hlávka (1926 – 1998), dokonca niektoré jeho práce boli takmer na nerozoznanie od Kovárových. Hlávka veľmi skoro adaptoval tak funkčné, ako aj estetické hľadiská Kovárovej tvorby. Bohatá plastická modelácia tvaru a organické, niekedy až biomorfne tvaroslovie, výstavba hmoty a ďalšie charakteristické črty, typické pre poňatie jeho učiteľa, dostávali v podaní Hlávka nový rozmer. Podobným spôsobom boli vedení aj poslucháči odboru ešte minimálne počas

šesťdesiatych rokov, keď sa Zdeněk Kovář stále snažil o formovanie dizajnu na základe týchto princípov, hoci už v tej dobe dochádzalo k zmene výrobnej technológie. Liatinové plášte strojov sa nahradzovali ohýbanými plechmi, ktoré viac vychádzali v ústrety jednoduchším a hranatejším tvarom.

Architekt a dizajnér František Crhák

Tento prístup bol oveľa bližší novému pedagógovi – architektovi Františkovi Crhákovi – ktorého príchod do Zlína súvisí so vznikom rozšírenej výučby priemyselného dizajnu na vysokoškolskej úrovni. „Mali by sme vychádzať z toho, že je potrebné pre nové funkcie a účely vytvárať nové zodpovedajúce tvary. Nemôžeme nový život stresovať v starých formách.“⁵ Citát Františka Crháka vo svojej lapiďarnosti charakterizuje nielen premeny v návrhárskej praxi, ku ktorým v tej dobe dochádza, ale zároveň aj pomyselný nástup novej generácie dizajnérov hľadajúcich tvary, ktoré by lepšie vyhovovali danému účelu aj progresívnejším spôsobom výroby.

⁵ Z prejavu Františka Crháka na prvom medzinárodnom sympóziu Československý priemyselný návrh, ktoré sa konalo na jeseň 1968 v Oblastnej galérii výtvarného umenia v Gottwaldove. Archiv KGVUZ

Crhák na rozdiel od Kovára a Hlávka, naopak, hľadal krásu v racionalite. Jeho štýl sa podobal produktom navrhnutým na Hochschule für Gestaltung v západonemeckom Ulme, či výtvarnému štýlu firmy Braun, ktorej typický výraz od polovice päťdesiatych rokov formoval Dieter Rams v duchu tzv. Gute Form. Podobne aj František Crhák organizoval jednotlivé prvky geometrickým spôsobom a hľadal tak harmóniu v pravouhlom systéme vzťahu horizontál a vertikál. Jeho poňatie dizajnu dobre súladilo s tendenciami nastupujúcimi v šesťdesiatych rokoch, ktoré smerovali ku geometrizácii a všeobecne tvarovému zjednodušeniu v dizajne. Môžeme ale povedať, že niektoré z nich predstihol hlbším ponorom do konštrukčno-geometrickej podstaty výstavby tvaru, ktorá vylučovala stereotypné opakovanie toho istého, a tiež svedomitým prístupom k spolupráci s konštruktérmi.

Crhák nastúpil do Zlína na pozíciu odborného asistenta v roku 1962. Učil sprievodné výtvarné disciplíny, ako architektonické cvičenie a kompozíciu, výtvarnú geometriu a perspektívu. V tejto dobe sa venoval aj metodickkej a publikačnej činnosti, v ktorej presadzoval racionálny prístup k tvorbe priemyselných návrhov. Tým vytváral určitý protipól Kovárovmu intuitívnemu sochárskemu prístupu. V polovici šesťdesiatych rokov Crhák vo vysokoškolskom ateliéri navyše zaviedol výučbu tzv. výtvarnej geometrie. Tá rozvíjala poznatky stredoškolskej euklidovskej geometrie s cieľom zlepšiť u študentov dizajnu schopnosť priestorového vyjadrenia v plošných výtvarných technikách. Kombináciou Kovárovho a Crhákovho prístupu získala štruktúra výučby väčšiu vyváženosť a celkovo vyššiu úroveň. Na konci šesťdesiatych rokov začal Crhák so svojimi žiakmi experimentovať s tzv. pneumatickými štruktúrami, ktoré za pomoci uplatnenia matematických kombinatorických funkcií kladli na plochu vedľa seba, a vytvárali tak medzi nimi nové estetické súvislosti. Tieto cvičenia korešpondovali s dobovými konštruktívnymi tendenciami vo voľnom umení.

Záver výstavy Rozum verus cit? reflektujúca uplatnenie absolventov v praxi v spolupráci s československými podnikmi.

Foto: Dalibor Novotný, KGVUZ



De prostoru Zlína



Téma mestského mobiliára v 80. rokoch v Zlíne a regióne.

Foto: Dalibor Novotný, KGVUZ



Druhá časť výstavy venujúca sa špecifikám výučby priemyselného dizajnu v Zlíne v G18 galérii Fakulty multimediálnych komunikácií UTB.

Foto: Dalibor Novotný, KGVUZ



Expanzia zlínskeho dizajnu



František Crhák v školskom ateliéri s príkladmi cvičení z výtvarnej geometrie, 60. roky. Archív KGVUZ

Využitie rozšírenej reality pre virtuálny rozhovor s Františkom Crhákem.

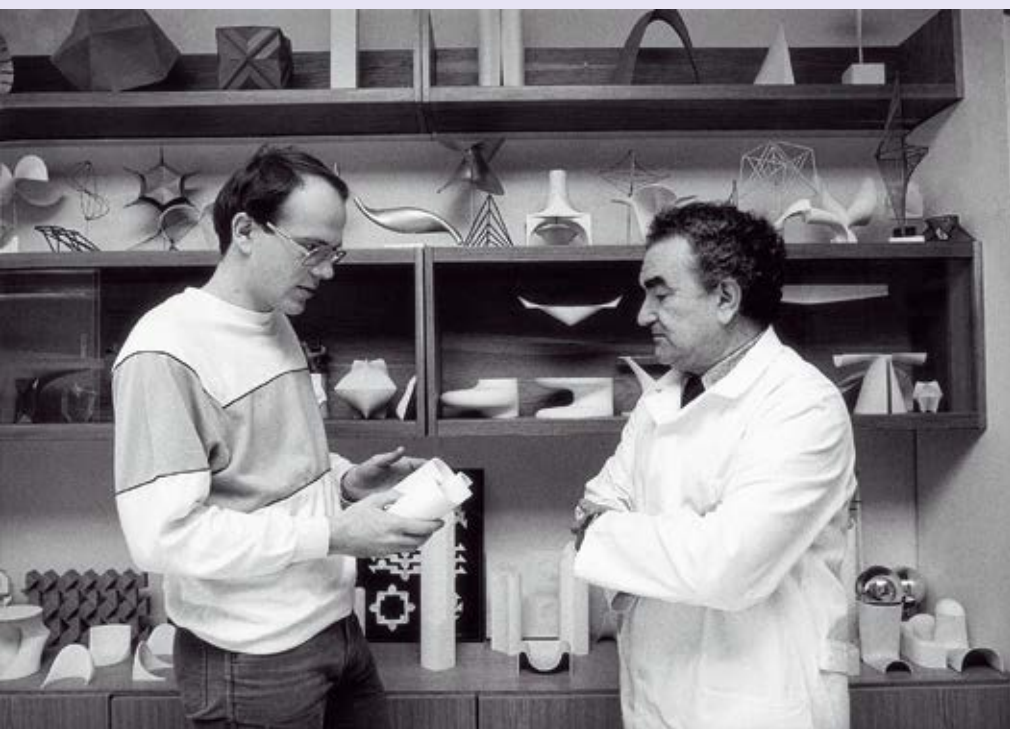
Foto: Dalibor Novotný, KGVUZ

Popri histórii detašovaného ateliéru a práce Františka Crháka sa výstava zamerala aj na expanziu absolventov odboru do rozličných odborov československého dizajnu. Od prelomu šesťdesiatych a sedemdesiatych rokov sa totiž stále viac prejavovala „zlínska invázia“ v celých výrobných programoch priemyselných podnikov (či ich niektorých závodov) od západočeského Chebu až po východoslovenské mestá vrátane takých významných značiek ako TESLA, Meopta, Chirana, Narex, Mikov, Elitex, Sigma, ESKA a ďalšie. Absolventi, ktorí končili odbor, stále oficiálne nazývaný „tvarovanie strojov a nástrojov“, s doteraz nezmeneným titulom „akademický sochár“, sa však tu aj tam museli stretávať so stále väčšími bolesťami nášho znárodneného priemyslu. S nedostatkom prostriedkov na vývoj, materiálovým a technologickým zaostávaním za Západom a nemožnosťou priamej spolupráce s aktuálnym výskumom a vývojom v najvyspelejších krajinách. To časom prerástlo do „nasýtenia“ príležitostí pre podnikových dizajnérov a externých spolupracovníkov výrobných podnikov a mnohokrát vyústilo do zmeny profesijného zamerania najmä mladších „Kovářových

žiakov“ smerom k úžitkovému umeniu či dokonca voľnej výtvarnej tvorbe. A to aj bezprostredne po absolvovaní školy.

Zatiaľ čo v šesťdesiatych rokoch „ovládli“ absolventi Ateliéru tvarovania strojov a nástrojov priemyselné podniky na území Moravy, v ďalšom desaťročí zažili skutočnú expanziu v celoštátnom meradle. Tú navyše sprevádzalo aj prenikanie do čoraz širšieho spektra tuzemskej priemyselnej produkcie doslova „od špendlíka po lokomotívu“. To všetko by však nebolo možné bez vtedajšej inštitucionálnej podpory dizajnu, ktorá sa rozvíjala od polovice šesťdesiatych rokov. Konkrétne sa prejavila tak v oceňovaní a zvýhodňovaní kvalitného dizajnu v každoročnej súťaži Vynikajúci výrobok roka, ako aj vo väčšom zapojení dizajnérov v tzv. slobodnom povolání alebo „na voľnej nohe“. Tiež tu môžeme zaznamenať istý význam osobnosti Zdeňka Kováře, a to takpovediac „z inej strany“ – či už v úlohe prvého predsedu sekcie úžitkového umenia a priemyselného výtvarníctva založenej pri Zväze čs. výtvarných umelcov v roku 1956, alebo ako jedného z iniciátorov Rady výtvarnej kultúry výroby v roku 1964.





František Chrák so študentom
Miroslavom Bernátkom pri skúšaní
z výtvarnej geometrie, 1985.
Archív KGVUZ

Od tvarovania strojov a nástrojov v Gottwaldove k zlínskému dizajnu

Záver sledovaného obdobia bol venovaný vývoju v ponovembrovom Československu, keď zanikli doteraz existujúce spoločenské a ekonomické štruktúry a väzby. S nimi súvisela aj štruktúra dizajnu s výsadným postavením tvorcov „na voľnej nohe“ v rámci Zväzu výtvarných umelcov aj s pomerne hustou sieťou podnikových pracovísk a výskumných ústavov. Väčšina dizajnérov staršej generácie odišla do dôchodku, zatiaľ čo mnohí absolventi Kovářovho ateliéru sa usilovali o čo najlepšie uplatnenie v nových podmienkach. Doterajšie zameranie sa snažili rozvíjať napríklad Ivan Linhart (1945), Zdeněk Zdařil (1946), Jiří Španihel (1952), Miloslav Šindler (1943) či Alexius Appl (1944) – s rôznym úspechom aj s rôznou dĺžkou trvania, ale skôr alebo vždy v role samostatne činných dizajnérov s vlastnou živnosťou. Iní z nedostatku príležitostí, popr. z vlastnej vôle, radikálne zmenili odbor pôsobnosti, ako Pavel Kmoch (1940 – 2002) či Václav Reissner (1940 – 2016). Napríklad Františkovi Pelikánovi (1948 – 2016) sa otvorili možnosti doteraz zakázané dizajnérom „na voľnej nohe“.

Zdeněk Kovář sa bezprostredne po novembri 1989 stal v očiach študentov a niektorých pedagógov nežiaducou osobou a okamžite ho zbavili funkcie a zamestnania. Kontinuita a zároveň nový smer tak v zlínskom dizajnerskom školstve predstavuje pôsobenie jeho žiaka a asistenta Pavla Škarku (1942 – 2014) vo funkcii vedúceho transformovanej Katedry dizajnu. Jej doposiaľ monopolnému postaveniu začínajú v dobe „vysokoškolského boomu“ konkurovať novozakladané ateliéry. Aj tu dominovali na miestach pedagógov „Kovářovi žiaci“: Zdeněk Zdařil, Ján Zamazal (1944), František Burian (1948), Miroslav Zvonek (1955), Ladislav Křenek (1962), následne Ivan Linhart, František Pelikán; pedagogickú prax obnovil aj Alexius Appl. A už čoskoro sa začali objavovať aj študenti s prvými profesionálnymi dizajnerskými skúsenosťami. Dôležitú úlohu v novom smerovaní českého dizajnu po novembri 1989 zohrávalo a istú kontinuitu zaistovalo aj Design centrum ČR so sídlom v Brne najmä vďaka pokračujúcej súťaži Vynikajúci výrobok roku.

Pedagogické metódy zlínskeho ateliéru Vysokej školy umeleckopriemyselnej v Prahe sa výrazným spôsobom premietli do profilu dizajnu na Slovensku. Viaceré jeho výrazné osobnosti sa formovali už počas pôsobenia Zdeňka Kovářa na Umeleckopriemyselnej škole v Uherskom Hradišti. Spomeňme aspoň dizajnéra Chirany Stará Turá Jozefa Havlíka (1937 – 1990), dlhoročného spolupracovníka Výskumného ústavu mechanizácie a automatizácie v Novom Meste nad Váhom Jána Ondrejoviča (1930 – 1981) a dizajnéra populárnych mopedov Babetta Jindřicha Šafaříka (1941).

Keď sa v roku 1959 Zdeněk Kovář stal vedúcim novozriadeného detašovaného ateliéru tvarovania strojov a nástrojov pražskej Vysokej školy umeleckopriemyselnej v Gottwaldove (Zlíne), jeho prvým absolventom sa v roku 1964 stal Jarolím Vavro (1940 – 1999). Podobne ako Jozef Havlík spojil svoju profesionálnu kariéru s koncernom Chirana, pre ktorý vytvoril množstvo zdravotníckych a sanitárnych výrobkov a zariadení. Osobitne uveďme viaceré varianty zubolekárskeho kresiel navrhnuté v šesťdesiatych až osemdesiatych rokoch, ktoré boli vďaka progresívnej konštrukcii a dizajnu porovnateľné so špičkovou zahraničnou produkciou. Jarolím Vavro sa angažoval aj v pedagogickej práci. Od roku 1984 viedol oddelenie priemyselného dizajnu strojárskych výrobkov na Strojníckej fakulte Slovenskej vysokej školy technickej v Bratislave, z ktorého sa po premiestnení na Fakultu architektúry stala v roku 1989 Katedra dizajnu.

Na viacerých projektoch (žeriavy, vysokozdvížné vozíky, stroje na spracovanie plechu, dentálne prístroje) spolupracoval s Jarolímom Vavrom Jozef Pokorný (1941). Okrem toho vytvoril napríklad celú škálu stolových, nástenných a stropných ventilátorov pre Výrobnú-hospodársku jednotku Strojsmalt Bratislava. Z Kovářovho ateliéru vyšiel aj Mikuláš Slatkovský (1942 – 2012), ktorý pre podnik Tesla Bratislava navrhoval

Od sochařství ke geometrii

Kovářův sochařský přístup k utváření předmětné formy lze nejlépe posoudit na příkladu srovnání s prací pedagogů Gustava Hlávky a Františka Črháka, jejichž návrhy představují diametrálně odlišné přístupy, které se v průběhu ledasjakých let ještě více prohlubovaly.

Hlávka postupoval podobným integračním způsobem jako Kovář. Vyráběl jednoduše rostoucí hmotu stroje či nástroje a reflexoval tak ergonomické hledisko. Až tyčkové osování se u něj projevovalo ještě více v modelační jemnosti a v podstatě jednotných hmotových struktur. Črhákov styl napocik hledal řešení v racionalitě a podobě se produktům nacházel na Hochschule für Gestaltung v německém Ulmu či výtvarnému stylu firmy Braun, jejíž typický vzhled od poloviny padesátých let formoval Dieter Rams v duchu tzv. Gute Form. Podobně také František Črhák organizoval jednotlivé prvky geometrickým způsobem, kdy hledal harmonii v pravouhlém systému vztahů horizontál a vertikál.

Kovářovy práce z pedionálních a ledasjakých let působí narovně expresivně. Črhákovy sochy klidně a memorabilní, a to díky příslušnému zapojení barvy a hravým variacím měřítka příslušnosti. Přístup Františka Črháka dobře souzní s tendencemi nastupujícími v ledasjakých letech směřující ke geometrizaci a obecně hmotovému zjednodušení v designu. Je však možno říci, že nikdo z nich Črhák předtím hrozbil ponorem do konstruktivně-geometrické podstaty výstavby tvaru, která v podstatě vykládala stereotypní podobu ledasjakých, a také svým mědionálním přístupem ke spolupráci s konstruktéry.



Pohled do části venovanej významnému zlínskému architektovi, dizajnérovi a pedagógovi Františkovi Črhákovi.

Foto: Dalibor Novotný, KGVUZ

dizajn rádioprijímačů, gramorádií a zesilovačů. Tranzistorové rádiá Menuet (1969) a Menuet 2 (1970) sa například stali nejbežnější součástí československých domácností.

Ďalší zlínsky absolvent Vladimír Nahálka (1943) zanechal hlbokú stopu najmä v dizajnérске pedagogike, keďže v rokoch 1969 – 1977 viedol prvé slovenské stredoškolské priemyselnodizajnérске oddelenie (oddelenie tvarovania priemyselných výrobkov) na Škole úžitkového výtvarníctva v Kremnici.

Popri Jindřichovi Šafaříkovi, narodenom vo Valašskej Polanke, spomeňme aj ďalšieho moravského rodáka, ktorý svoj profesijný život spojil so Slovenskom. František Burian (nar. 1948 v Brne) v sedemdesiatych až osemdesiatych rokoch vytvoril, väčšinou v spolupráci s Igorom Didovom, viaceré návrhy v oblasti strojárskeho dizajnu. Jeho neskoršie práce sa radia k včasným príkladom zmysluplného implantovania postmodernistických ideí do kontextu dizajnu. Ich finálne štádium predstavovala čisto digitálna tvorba virtuálnych „obrazov dizajnu“ reflektujúcich jeho konzumnú podstatu.

V rámci dlhoročného pedagogického pôsobenia (1988 – 2020 na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave a v rokoch 1998 – 2011 paralelne na zlínskej filiálke Vysokej školy umeleckopriemyselnej v Prahe) František Burian etabloval prinajmenšom v Čechách a na Slovensku sféru art dizajnu na pomedzí úžitkovej a voľnej výtvarnej produkcie. Burianove pôsobenie vnieslo do dizajnérске pedagogiky nový rozmer skeptického vzťahu k dizajnu ako prostriedku technickej a ekonomickej expanzie. Úvahy o humánnom zmysle dizajnu sa premietli do tvorby jeho absolventov, z ktorých sa viacerí zaradili medzi popredné osobnosti (nielen) českého a slovenského dizajnu. Možno tak hovoriť o špecifickej charakteristike „Burianovej školy“ predstavujúcej alternatívu pedagogických metód, ktoré sa po druhej svetovej vojne formovali v réžii profesora Zdeňka Kovára.

Z tých slovenských absolventov, ktorí v Zlíne ukončili štúdium pred rokom 1989, spomeňme ešte Vavrovho spolupracovníka v Chirane Piešťany Ladislava Kuba (1959), dizajnéra ZŤS Kolárovo Iva Didova (1960) a Petra Heribana (1965),

ktorý však už svoje štúdiá dokončoval po Novembri 1989 v Prahe.

Pôsobením slovenských absolventov zlínskeho dizajnérскеho ateliéru sa prirodzene jeho vplyvy na profil dizajnu na Slovensku nevyčerpával. Súčasťou vzdelávacieho procesu bola spolupráca študentov s výrobcami, ako Elektrosvit Nové Zámky, Tesla Liptovský Hrádok a Orava, Považské strojárne Považská Bystrica, Bratislavské automobilové závody, Bratislavské elektrotechnické závody a d. Pre slovenských výrobcov pracovali mnohí českí absolventi Kovářovho ateliéru a nemožno zabúdať ani na prenos jeho pedagogických metód do zakladaných vzdelávacích inštitúcií od polovice šesťdesiatych rokov na Slovensku. ■

Vít Jakubíček je kurátorom sochárstva a dizajnu Krajskej galérie výtvarného umenia v Zlíne a akademickým pracovníkom na Fakulte multimediálnych komunikácií Univerzity Tomáša Baťu v Zlíne. Venuje sa dejinám architektúry a dizajnu 20. storočia. Zameriava sa hlavne na problematiku zlínskej Školy umenia (1939 – 1949), históriu zlínskeho priemyselného dizajnu a jej významné osobnosti.

Vzácný čas

Precious time

VÝSTAVA PRI PRÍLEŽITOSTI
31. VÝROČIA ATELIÉRU
S+M+L_XL - KOVA ŠPERK
VYSOKEJ ŠKOLY VÝTVARNÝCH
UMENÍ V BRATISLAVE

17.03. – 29.04.2022
GALÉRIA DIZAJNU SATELIT
HURBANOVE KASÁRNE, KOLLÁROVO NÁM. 10, BRATISLAVA

KOMENTOVANÉ PREHLIADKY:
ŠTVRTOK 31. 3. 2022 o 16.00 h
ŠTVRTOK 21. 4. 2022 o 16.00 h

Organizátori



Vysoká škola
výtvarných umení
v Bratislave

Generálny reklamný
partner SCD

J&T BANKA

Hlavný mediálny
partner SCD

designum

Hlavný
partner SCD

antalisTM
Just ask Antalis

Partner
výstavy



Mediálni
partneri

Art Plan

kam do mesta

CITYLIFE.SK

Obchodník.sk

Podpora

MINISTERSTVO
KULTÚRY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

u. Univerzita
Komenského

Výstavu a katalóg z verejných zdrojov podporil Fond na podporu umenia

Prvá dekáda 21. storočia



Boris Hanečka:
výber modelov,
prezentácia: výstava
fotografií Jena Šimková
Iná realita, 2021.

Foto: Jena Šimková

a nástup novej generácie

Text Dana Lapšanská
Foto archív dizajnérov a fotografov

Boris Hanečka:
výber modelov,
prezentácia: výstava
fotografií Jena Šimková
Iná realita, 2021.
Foto: Jena Šimková



Po vstupe do nového milénia prišlo pre všetkých v módnjej branži bolestivé vytriezvenie. Teroristické útoky v New Yorku v septembri 2001, cunami na Vianoce 2004 a finančná kríza 2008/2009 sa veľmi negatívne dotkli aj módného priemyslu. Na tieto silné otrasy reagoval nervózne. Na svojej sile naberala *fast fashion*, ktorá zmenila nákupné návyky spotrebiteľov, a veľká móda musela reagovať. Móda vstúpila do online priestoru. Módny dizajn hľadal nové impulzy v technológiách športovej módy, v pánskej móde a štýlotvornými prvkami sa stali topánky a kabelky. V rámci slovenského módného priemyslu sa formovali nové východiská a tvorbu nášho módného dizajnu razantne akcelerovala nová generácia módných dizajnérov.



Lenka Sršňová: kolekcia
FULLOVE, 2017, prezentácia:
Fashion LIVE!, Vienna
Fashion Week Viedeň,
Fashion Meets Arts
Fest Košice, výstava
v Galérii Ľudovíta Fullu
Ružomberok, ocenenie:
Národná cena za dizajn
2019 – Produktový dizajn.

Foto: Peter Spurný



Nový model výroby a predaja

Na opačnom konci modernej *couture*, ktorá sa etablovala v priebehu deväťdesiatych rokov a tento proces pokračoval aj v prvej dekáde 21. storočia, vznikol nový model výroby, distribúcie a predaja módy – *fast fashion*. Aktuálne módné trendy sa dali kúpiť rýchlejšie a za oveľa nižšie ceny.

Tieto rýchle kolekcie módného oblečenia mnoho ráz vychádzajú z najnovších kolekcii renomovaných módných značiek, ktoré sa prezentujú v rámci módných týždňov v polročnom časovom predstihu pred samou sezónou. Na rozdiel od tradičných obchodných modelov *haute couture*, modernej *couture*, ale aj *ready-to-wear* kolekcii, ktoré kopírujú cyklus sezón jar/leto a jeseň/zima, *fast fashion* je komprimovaná do kratších cyklov ako sezóna, najčastejšie do štyroch až šiestich týždňov a v niektorých prípadoch ešte kratších. *Fast fashion* vytvorila viac nákupných sezón v rovnakom čase a priestore a spotrebitelia túto zmenu prijali, náhle sa zorientovali a začali využívať rýchlejšiu dostupnosť nových módných produktov.

Massclusivity a nové postavenie módných doplnkov

To, že pocit jedinečnosti, ktorý sa vždy spájal predovšetkým s luxusnou módou, začal byť tak lacno dostupný, donútilo aj veľké módné domy a luxusné značky zmeniť taktiku, a tak prišli s tzv. *bis* kolekciami. Stali sa silným impulzom, a to aj napriek tomu, že skeptici tvrdili, že môžu ohroziť dôvod existencie hlavných kolekcii. Tieto obavy nemali šancu v konfrontácii s entuziazmom módyktivej verejnosti, ktorá netrpezlivo čakala na lacnejšie línie luxusných značiek, ako je napríklad Marcod Marca Jacobsa, K od Karla Lagerfelda či Miu Miu od Miucie Prady a mnohé ďalšie. Tieto kolekcie priniesli novú energiu. Zrod línií *bis* bol odpoveďou na ofenzívu *fast fashion* značiek, ktoré si bez akéhokoľvek zaváhania požíčali a požíčavajú inšpirácie i konkrétne nápady od najlepších návrhárov a dobre na nich zarábajú.

Mnohí návrhári zjavne uprednostňovali druhé línie ako pragmatické hľadanie prieniku medzi výrazným smerovaním nakupujúcej verejnosti k luxusu za prijateľné ceny. Všetci si jasne uvedomili, že na trhu je nová cieľová skupina, síce menej bohatá ako predchádzajúca klientela *haute couture*, zväčša mladá, ale jasne orientovaná na dobrý módný dizajn. Analytici našli aj názov pre tento nový jav, nazvali ho *massclusivity*, masová exkluzivita.¹

Rozširujúca dostupnosť dobrej módy priniesla nové postavenie módných doplnkov, najmä kabeliek a topánok, ktoré sa stali novými nositeľmi luxusu a štýlu. Topánky a hlavne kabelky ovládli módnym priemyslom a v čase krízy a nástupu lacnej *fast fashion* mnohé módné domy doslova zachraňovali pred krachom.

V tom čase veľmi razantne na módnú scénu vstúpila pánska móda. Čisto pánske línie u renomovaných značiek, resp. zaradenie pánskych modelov do dámskych kolekcii naznačovali, že aj pánska móda má ambíciu byť nositeľom kreatívnych módných impulzov na zmenu módného vzhľadu hlavne u novej generácie. Silnel vplyv a prienik športového oblečenia so všetkými jeho overenými technologickými materiálmi do mestského oblečenia.



Móda vo filmoch a na výstavách

Móda ako silné miliardové odvetvie si vždy hľadala a vytvárala nové mediálne stratégie na udržanie svojho jedinečného postavenia, a tak odpovedou na vznik blogov a tzv. občianskej žurnalistiky boli v tom čase filmy a výstavy venované móde. Najmä silné módne značky vstúpili do tohto digitálneho priestoru a ich novým marketingovým nástrojom sa stal film. Spolupráca filmu a módy priviedla pred kameru, ale aj za ňu, známe mená. Tieto filmy naznačovali, že veľké módne značky v zmenených mediálnych podmienkach zvolili tento drahý spôsob medializácie, aby si aj naďalej udržali záujem publika a upozornili na seba ako na nositeľov silných módnych a kultúrnych odkazov. V roku 2008 sa v Paríži v Centre Georges Pompidou uskutočnil prvý ročník festivalu s názvom A Shaded View on Fashion Film. Prišiel v správny čas, keď sa svetová ekonomická skepsa prehľbovala a módnym priemyslom sa ocitol v istom kríži.³

Móda v online priestore

V prvom desaťročí 21. storočia sa informácie o móde postupne presunuli do online priestoru. Jeden z prvých doň vstúpil módný fotograf Nick Knight, v roku 2000 uviedol svoje Showstudio.com, kde na začiatku robil hlavne rozhovory so slávnymi osobnosťami zo sveta módy. V roku 2002 Marilyn Kirschner, v tom čase novinárka *Harper's Bazaar*, skúsila svoje sily v sieti a jej komentáre o svete módy sa rýchlo dostali do povedomia. Odišla z časopisu, aby sa naplno venovala svojmu blogu Lookonline.com. Ďalším bol Scott Schuman. Tento Newyorčan, ktorý predtým pracoval pre Valentina, svojím blogom The Sartorialist.com naštartoval vlnu blogov mapujúcich módu na ulici. Cestoval po svete a vyhľadával zaujímavých ľudí, fotil ich a spolu s komentármi uverejňoval na svojom blogu.² V roku 2009 v rámci londýnskeho týždňa módy sa uskutočnila výstava Showstudio: módna revolúcia, ktorá bola nielen retrospektívou deviatich rokov projektu Nicka Knighta, ale aj prehliadkou inovácií a experimentu v online priestore.

Zmenené podmienky v rámci šírenia informácií o móde boli impulzom aj na vznik mnohých výstav, ktoré neboli a nie sú len pripomenutím tvorby *couturierov* a nežijúcich návrhárov, ale prezentujú aj tvorbu aktívnych módnych tvorcov a značiek módy, čo vyvoláva mnohé diskusie. Podľa niektorých kritikov výstavy často financujú samotné značky, a tak sú viac reklamnými ako umeleckými aktivitami. Na druhej strane sa ozývajú hlasy, ktoré obhajujú jasnú umeleckú hodnotu týchto výstav. Explózia múzejných a galerijných expozícií je obrazom toho, čo sa stalo s módou v novom storočí. Sila informačných technológií jednoducho ubrala móde na vášni, výnimočnosti a sile, stala sa istým spôsobom prístupnou pre každého a múzeá a galérie si tento široký záujem verejnosti uvedomujú a rady mu vychádzajú v ústrety. Tento nový výstavný rozmer módy, ktorý zosilňoval v priebehu celej prvej dekády, zmenil aj spôsob, akým si návrhári budujú svoje vlastné archívy, a veľké značky už dnes otvárajú aj vlastné galérie.





Marcel Holubec W.:
kolekcia Les choses de
la vie, 2012, prezentácia:
Bratislava Fashion
Weekend, MBPFW Praha.
Foto: Branislav Šimončík



Módny dizajn prvej dekády

V rámci tvorby módného dizajnu sa objavili nové postupy aj nové mená. Keď začala Stella McCartney v roku 2004 spolupracovať s firmou Adidas, dodala moderným športovým materiálom istý štýlový rozmer a značkovému športovému oblečeniu *fashion* pridanú hodnotu a naštartovala tak veľmi úzku a obojstranne výhodnú spoluprácu. Vedľa Stelly McCartney to boli aj ďalší návrhári – Giorgio Armani, Yohji Yamamoto, Alexander McQueen, Hussein Chalayan a i., ktorých spolupráca so športovými značkami vytvorila veľmi zaujímavý priestor, kde sa stretáva kreativita módného dizajnéra s novými materiálmi a modernými technológiami v rámci športových odevov.

Dnes možno konštatovať, že vďaka tomuto spojeniu módný dizajn do svojho materiálového arzenálu prijal a postupne prijíma všetky materiály inšpirované jednotlivými športovými disciplínami a výskumom overené, ale aj čisto športové odevné druhy. Do svojich kolekcií dnes bežne zaraďujú dizajnéri také kúsky, ako sú skrátene tielka atlétov, legínsy, cyklistické nohavice, tepláky, prešívane bundy a, samozrejme, aj tenisky, ktoré kombinujú s tradičnými módnymi kúskami.

Vedľa toho pokračovala renesancia veľkých parížskych módných domov, do ktorých boli angažovaní ako kreatívni riaditelia talentovaní módni dizajnéri. Za úspechom módného domu Lanvin v prvej dekáde 21. storočia stál Alber Elbaz, ktorý nastúpil na miesto kreatívneho riaditeľa v roku 2001. Jeho modely hýriace farbami a modernou ženskosťou a jeho módné doplnky, najmä robustné náhrdelníky, ohúrili celý svet. Nicolas Ghesquiere vrátil slávu módnemu domu Balenciaga a zaradil sa do exkluzívneho klubu „veľkých“, označovali ho za skutočne dôstojného nasledovníka Cristobala Balenciagu. Jeho kolekcie plné fantazijných prvkov, inovácií, ale aj impulzov zo sveta športu boli dokonalým mixom, fúziou medzi minulosťou a budúcnosťou.

Martin Hrča: kolekcia Spod hviezd, 2015, prezentácia: Fashion LIVE!, Martin Hrča v synagóge, šperky: Kristýna Španihelová.
Foto: Livia Štokingerová



Na začiatku nového milénia sa zapísal do histórie módy Hedi Slimane ako tvorca kolekcie *Black Tie* v rámci pánskej línie Dior Homme v módnom dome Christian Dior, ktorou radikálne zmenil pánsku siluetu. V roku 2002 sa stal prvým dizajnérom, ktorý bol za pánsku kolekciu vymenovaný za návrhára roka. Jeho vplyv na zmeny v pánskej móde recenzenti hodnotili ako jeden z najdôležitejších zlomových bodov tejto dekády.

Na konci tejto krízami zmietaného desaťročia nastúpil v móde, teda tej veľkej móde, aj istý pragmatizmus a návrat do bezpečia overených hodnôt. Mnohí dizajnéri pri príprave svojich kolekcií zamierili k siluetám, formám a dezénom, ktoré už mali na svojom konte predchádzajúcu úspešnú históriu, a začali nanovo objavovať módné odkazy jednotlivých dekád 20. storočia a nanovo interpretovali overené postupy.

Medzi ďalšie výrazné osobnosti tohto desaťročia sa ďalej dostali Alber Elbaz, Raf Simons, Alexander McQueen, Hussein Chalayan, Martin Margiela a tiež Marc Jacobs, Miuccia Prada a Nicolas Ghesquiere ako skutoční módni vizionári. Medzi veľké zlomové udalosti prvej dekády 21. storočia určite patrilo vzkriesenie ďalších tradičných parížskych módných domov Balenciaga, Lanvin, Balmain a bola to aj smrť Yves Saint Laurenta, ktorá znamenala koniec jednej éry a tiež množstvo výstav po celom svete, ktoré pripomenuli tvorbu ikonických dizajnérov 20. storočia.

Globalizácia a slovenský módný priemysel

Slovenský módný priemysel v prvej dekáde 21. storočia už v plnej miere pociťoval dôsledky vývojových tendencií vo svete, ako boli stále silnejúca globalizácia, nástup *fast fashion* a recesia ako dopad finančnej krízy. Na druhej strane sa ho veľmi výrazne dotkol aj náš vlastný slovenský vývoj. Dôsledkom privatizácie a reštrukturalizácie podnikov textilného a odevného priemyslu, ktorých transformácia prebiehala v deväťdesiatych rokoch, bolo, že v tomto desaťročí došlo k zániku mnohých našich výrobných kapacít. Ako uvádza *Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku*, „v období rokov 2004 – 2007 patrila výroba textilu a najmä odevov medzi silných zamestnávateľov, po roku 2007

sa podiel tejto výroby na zamestnanosti výrazne prepadol, na porovnanie rokov 2004 a 2010 poklesol v úhrne o 5,8 %. Zánik domácej textilnej výroby otriasol aj odevnými podnikmi“.⁴

V prvej dekáde 21. storočia sa začali budovať na Slovensku veľké nákupné centrá, v rámci nich sa v k nám dostali veľké nadnárodné *retailové* značky, ktoré priniesli rýchlu a cenovo dostupnú módu, navyše s globálne prepracovaným marketingom. Vedľa širokej módnej ponuky, najmä v segmentoch lacnej a rýchlej módy a globálne zavedených *ready-to-wear* značiek mali v nákupných centrách návštevníci k dispozícii reštauračné zariadenia, multiplexové kiná, fitness centrá a iné možnosti trávenia voľného času, čím sa vytvorili u nakupujúcej verejnosti celkom nové návyky. Nakupovanie



Martin Hrča: kolekcia
Éter, 2018, prezentácia:
Fashion LIVE!, šperky
Kristýna Španihelová.
Foto: Livia Štokingerová

keď sa na móloch vedľa modeliek objavovali moderátorky, herečky, športovci a iné „známe“ osobnosti a prezentovali skôr seba ako módu. Mediálne výstupy z týchto akcií neboli o móde, ale o tom, kto sa predviedol na móle a kto sedel v prvom rade, chýbala tu akákoľvek kritická reflexia. Táto mediálna devalvácia módného dizajnu najmä v bulvárnych médiách, ale nielen v nich, pretrváva a, žiaľ, potvrdzuje skutočnosť, že v našich médiách absentuje odborná reflexia módného dizajnu.

V rámci šírenia informácií o móde v tomto decéniu narástol počet ženských a *lifestylových* časopisov a tiež pravidelných módných rubriek v nich. Tento nárast záujmu o módu v tlačových médiách potvrdil nové profesie ako *stylisti*, *hairstylisti*, vizážisti a veľmi výrazne dali o sebe vedieť módni fotografi, predovšetkým nová generácia módných fotografov, ktorá naplno využila tento *boom* okolo módy na Slovensku. V tom čase vznikali najmä v ženských a *lifestylových* časopisoch niektoré výnimočné editoriály, za ktorými boli fotografi Jakub Klimo, Braňo Šimončík, Jakub Gulyás, ale aj Lukáš Kimlička a skvelé *stylingy* pripravovali Sandra Žigová a neskôr aj Zuzana Kanisová. Väčšinou išlo o výber a prezentáciu *outfitov*, resp. jednotlivých kúskov zo stále silnejúcej ponuky zahraničných značiek v našich nákupných centrách a obchodoch, ale aj modelov slovenských dizajnérov.

Z pohľadu vývoja módného diania na Slovensku je táto etapa módnjej fotografie skutočne výnimočným dokladom zmien, ktoré sa udiali na našej módnjej scéne, pretože bola, je a veríme, že aj bude jedinečným nástrojom na výskum a mapovanie vývoja módy v tej-ktorej etape. Dnes s istým časovým odstupom môžeme konštatovať, že módna fotografia tejto dekády zachytila nielen prebiehajúci nárast obchodu s módou, keď sa k nám dostávali mnohé zo svetových značiek, ale aj nástup novej generácie slovenských módných dizajnérov. Tiež je aj dokladom nástupu digitálnej módnjej fotografie a veľkých reklamných kampaní naprieč všetkými segmentmi módného priemyslu.

módy v nákupných centrách hlavne vo väčších mestách sa stalo súčasťou istej zmeny v rámci životného štýlu, ktorý sa stával výrazne konzumným a zážitkovým. Okrem toho sa k nám začala dostávať v tom čase aj luxusná móda renomovaných a dlhodobo etablovaných svetových značiek.

V tejto dekáde došlo na Slovensku aj k veľkému nárastu prezentácie módy formou módných prehliadok. Móda sa predvádzala v nákupných centrách, predovšetkým s cieľom motivovať nakupujúcu verejnosť k nákupu aktuálnych módných trendov. Zároveň s týmito čisto komerčnými módnymi prehliadkami sa móda postupne stávala, žiaľ, aj súčasťou slovenského šoubiznisu. Vznikalo množstvo projektov,

1 Lapšanská, Dana: *Think fashion. Dizajn a tvorba v kontexte kreatívneho priemyslu*. Bratislava: VŠVU, 2016, s. 15.

2 Tamtiež. s. 45.

3 <http://ashadedviewonfashionfilm.com>

4 *Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku*, 2013, s. 104.

Nástup autorského módného dizajnu

V čase, keď si slovenský autorský módný dizajn hľadal svoje miesto na našej módnej scéne, keď sa len vytvárali nové podmienky na jeho prezentáciu, úlohu prvolezca na seba zobral Fero Mikloško. Bol to on, ktorý ako jeden z prvých zo slovenských módných dizajnérov začal pravidelne na báze sezónnych módných prehliadok prezentovať svoju tvorbu a navyše jeho modely boli pravidelne súčasťou mnohých *fashion* editoriálov v časopisoch *Eva*, neskôr *Madame Eva* a iných. Toto spojenie, teda slovenský autorský módný dizajn na jednej strane a časopisy na druhej, vždy bolo a dodnes je dôležitým nástrojom na prezentáciu módného dizajnu. Vo vlastnej tvorbe, kde je citeľná jeho remeselná zručnosť, delikátna práca s materiálmi, konštrukčným riešením, hľadaním tej správnej línie, Fero Mikloško dokázal a dokazuje veľmi citlivo reagovať na naladenie doby, na zachytenie tendencií v rámci módného vzhľadu.

Ďalším momentom, ktorý Fero Mikloško priniesol na našu módnú scénu, bola jeho spolupráca so *stylistkami* Sandrou Žigovou a Zuzanou Kanišovou v rámci prípravy prehliadok. Ich úlohou je byť akýmsi sprostredkovateľom spomínaných očakávaní verejnosti, ktoré módný dizajnér vo svojom zaujatí tvorbou často môže prehliadnuť, a im sa to podarilo. Táto otvorenosť Fera Mikloška na spoluprácu, hľadanie a objavovanie nových možností vytvorila v tom čase už spomínané nové podmienky na slovenský autorský módný dizajn a jeho prezentáciu tak v časopisoch, ako aj v rámci módných prehliadok.

Silná nastupujúca generácia

V rámci tvorby autorského módného dizajnu na Slovensku koncom prvej dekády začala na seba upozorňovať generácia mladých módných dizajnérov, generácia, ktorú tvorili absolventi Ateliéru odevného dizajnu Vysokej školy výtvarných umení. Ich vstup bol skutočným osviežením, ale najmä veľkým príslubom do budúcnosti. Andrea Vonkomerová, Jana Kuzmová, Izabela Komjati, Mária Štranečková,

Marcel Holubec W.:
kolekcia Delusion,
2015, prezentácia:
Fashion LIVE!
Foto: Branislav Šimončík



Boris Hanečka, Lenka Sršňová, Marcel Holubec W., Petra Poorová, Andrea Pojezdálová, Michaela Ľuptáková či Martin Hrča zrazu zaplnili slovenskú módnú scénu veľmi sviežim autorským dizajnom, a to napriek všetkým problémom, ktoré móda v prvej dekáde nového milénia prežívala. Ich vstupom na scénu sa začala písať nová éra módného dizajnu na Slovensku.

Práve táto generácia sa zaslúžila o zmenu postoja verejnosti k slovenskej móde. Niektorí sa z nej síce po čase vytratilí, čo je bežné vo všetkých kreatívnych oboroch, resp. prešli od tvorby módného dizajnu na iné pozície, ktoré sú s módou úzko prepojené, no jej hlavní protagonisti presvedčili slovenskú verejnosť o svojom talente, o svojich schopnostiach zaplniť slovenskú módnú scénu autentickým módnym dizajnom. Začali

budovať vlastné módné značky, kde ponúkali modernú *couture*. V tomto smere v rámci vtedajšieho módného diania rezonoval projekt Orange Fashion, kde sme mohli vidieť skvelé, až výnimočné kolekcie a modely.

O sile tejto generácie svedčí aj fakt, že po krátko trvajúcom pokuse vytvoriť slovenskú verziu Prague Fashion Week pod názvom Bratislava Fashion Weekend sa im napriek všetkým problémom podarilo vytvoriť svoju vlastnú platformu, kde svoju tvorbu prezentovali, a to Fashion LIVE! (2013). Práve tento projekt veľmi výrazne prispel k spomínanému postoju verejnosti k našej slovenskej móde. Atmosféra tohto podujatia od samého začiatku bola skutočne jedinečná a hlavne okolo neho sa spontánne zoskupili ľudia, ktorí slovenskej móde veria a podporujú ju.

Osobitnú pozornosť si zaslúžia Boris Hanečka, Marcel Holubec W., Lenka Sršňová a Martin Hrča, ktorí svojou autorskou tvorbou a ich pravidelnou prezentáciou nastavili v našich podmienkach nové a hlavne relevantné východiská z pohľadu tvorby módného dizajnu. Niektoré ich kolekcie boli v tejto, ale hlavne v nasledujúcej druhej dekáde plné výnimočných kreatívnych až vizionárskych postupov a výstupov.

Nesporný talent Borisa Hanečku sa prejavil už na jeho študentských prácach, vždy naplno vo svojich kolekciách vysielal signál, že ho fascinuje všetko v rámci *couture* remesla, počínajúc ušľachtilými materiálmi, konštrukčnými riešeniami, cez opulentné formy, ručné *couture* techniky, ako je aranžovaný odev, riasenie, vyšívanie a móдне detaily a doplnky plné symbolických odkazov. Niektoré témy jeho kolekcií pôsobia často až dramaticky, rovnako

ako ich prezentácia na móle, ale samotné modely vždy majú v sebe zakódovaný aj ten správny a aktuálny módný odkaz. V posledných kolekciách veľmi kreatívne uchopil aj jednu z posledných silných tendencií v rámci módného dizajnu, a to fúziu či prelínanie rôznych štýlov z predchádzajúcich dekád na jednotlivých modeloch. Tieto jeho zaujímavé, takpovediac hybridné modely s odkazmi na štyridsiate, osemdesiate či deväťdesiate roky majú však stále v sebe aj poctivé krajčírske remeslo.

V kolekciách Marcela Holubca W. je vždy prítomný experiment. Jeho hľadanie nových možností vo formách, dôraz na prekračovanie hraníc v rámci strihovej konštrukcie a modelovania odevu, objavovanie nových objemov, práca s módnym detailom posúva jeho siluety od všeobecne zažitých smerom k viac abstraktným a sofistikovaným. Navyše sila jeho kolekcií tkvie v jeho sústredenej snahe hľadania nového kontextu moderného odevu cez materiál. Jeho autorský laserom vysekaný materiál, ktorý použil v kolekcií *Les choses de la vie*, laserovaná koža v kombinácii s plisovaným hodvábom v kolekciách *Delusion*, *Parfaititude*, ale aj v kolekcií *La Bohème* ho bezpochyby posunuli medzi dizajnérov pre 21. storočie, ktorí sa usilujú o hľadanie podstaty moderného odevu, o veľmi tesné a inovatívne spojenie kreativity a moderných technológií. Zaujímavé je aj jeho hľadanie inšpirácie v súčasnom slovenskom výtvarnom umení. Inšpiráciu tvorbou Andreja Dúbravského sme mohli vidieť v kolekcií *La Bohème* a odkaz na tvorbu vizuálneho umelca Ašota Haasa v kolekcií *Perception*. Jeho módný dizajn dostal v posledných rokoch jasné kontúry, jeho kolekcie veľmi autentický výraz a má dobre vykročené k tomu, aby svoj módný dizajn v nasledujúcom období posunul smerom k vlastným limitovaným *ready-to-wear* kolekciám. Prvú skúsenosť s tvorbou *ready-to-wear* kolekcie si Marcel Holubec W. vyskúšal v roku 2019, keď v rámci spolupráce s firmou Suverén vytvoril veľmi špeciálnu kolekciu pánskych a dámskych odevov pre ich kolekciu mestských bicyklov a získal za ňu 1. cenu v Národnej cene za dizajn 2019 – Produktový dizajn (kategória Profesionálny dizajn).

Štúdiá vznikla s podporou
Fondy na podporu umenia.

u. fond
na podporu
umenia

Marcel Holubec W.:
kolekcia *La Bohème*, 2018,
prezentácia: Fashion LIVE!
Foto: Branislav Šimončík



Lenka Sršňová je výnimočný zjav tejto silnej a pevne etablovanej generácie dizajnérov, ktorá vytvorila na Slovensku priestor a východiská na jedinečný vývoj slovenského módného dizajnu v prvej a druhej dekáde tohto storočia. Jej vstup na slovenskú módnú scénu mal veľmi jasnú koncepciu, ktorej základom bolo vytvorenie vlastného ateliéru, pravidelná prezentácia kolekcií na módnych prehliadkach, otvorenosť spolupráce s inými umelcami a dizajnérmi v rámci tvorby. Od prvého ročníka je súčasťou projektu Fashion LIVE! a vo svojom ateliéri umožňuje štážiistom, študentom odevného dizajnu získať popri štúdiu prvé praktické skúsenosti s tvorbou módného dizajnu. Ako jedna z prvých na našej módnjej scéne vstúpila do online priestoru a na svojej webovej stránke má aj e-shop, čím naplňa základnú premisu, že len móda, po ktorej ľudia túžia, naplňa ich predstavy a očakávania a predáva sa, je skutočnou módou.

Jej tvorba má od samého začiatku pevné ukotvenie v hľadaní a objavovaní premien v rámci siluety a v zjavnom prekračovaní zažitých stereotypov, v diskrétnej hre s módnym detailom, ale predovšetkým v sústredenom experimentálnom využívaní autorských originálnych dezénov na modeloch. Jej niekoľkoročný výnimočný experiment s tlačnými vzormi, od sieťotlače po digitálnu tlač, mapuje a predstavuje v našom priestore jednu z najsilnejších tendencií v módnom dizajne na začiatku 21. storočia, keď sa digitálne potlače stali novým riešením v rámci objavovania integrácie medzi formou odevu a tlačným obrazom, keď už nie sú potlače vnímané ako dekor, ale ich začlenením do konštrukcie odevu vytvárajú celkom nový obraz tela. Zároveň v čase rozvinutej vizuálnej vnímavosti všade okolo potlače vytvorili nový spôsob vytvárania vizuálnej identity. Lenke Sršňovej tento experiment vyšiel a pridala k nemu aj spoluprácu s inými umelcami a dizajnérmi, čo z nej robí skutočne moderného dizajnéra 21. storočia.

Tvorba Martina Hrču dnes reprezentuje na našej módnjej scéne jednu zo silných smerovaní módného dizajnu, jej cieľom je vrátiť tomuto procesu jeho podstatu, jeho hodnoty. Hľadanie

konceptuálneho prístupu k tvorbe módného dizajnu Martina Hrču je o veľmi sústredenom hľadaní krásy a novosti cez hodnotu materiálu, cez voľbu farebnosti, siluety, cez remeselné dokonalé spracovanie a originálne módné detaily a doplnky. V každej fáze svojho skutočne kreatívneho a autorsky výnimočného procesu tvorby módného dizajnu preukazuje zvýšenú vnímavosť a citlivosť. Práca s materiálom mu poskytuje priestor na zreteľný experiment smerom k objavovaniu nových možností, postupov, resp. k renesancii tých zabudnutých, čo pridáva jeho modelom dôraznú výpovednú hodnotu. Pokora a zreteľná zaujatosť materiálom je jasne čitateľná aj pri kreovaní siluety a voľbe konštrukčných riešení. Nerád svoje modely tvaruje až príliš veľkým počtom švíkov a strihaním, jeho siluety sú veľkorysé, no v žiadnom prípade nie okázalé, chcú telo zabaliť či schovať, chrániť. Spojovacím menovateľom tvorby Martina Hrču je úprimná viera v remeslo, v jedinečné krajčírské remeslo, v *couture* techniky a postupy, bez ktorých móda stráca na svojej jedinečnej úlohe prinášať štylistické zmeny, niečo skutočne nové v rámci odevu, ale aj kultúry odievania vôbec. Vízia, s ktorými vstupuje do procesu tvorby jednotlivých kolekcií, sú akousi vlastnou výpoveďou, príbehom často determinovaným aj veľmi osobným emočným naladením, ale v žiadnom prípade svoj príbeh cez svoje kolekcie nikomu nevnučuje. Necháva priestor každému jednému z divákov na jeho módnych prehliadkach, aby si cez jeho modely vytvorili svoj vlastný príbeh. Jeho kolekcie vysielajú signál s istou dávkou plachosti a zároveň nástojčivosti a sily, čím sa stávajú aj silným emocionálnym a umeleckým zážitkom. Majú všetky tie správne ingrediencie dnešného módného dizajnu.

Platforma Fashion LIVE!, ktorá vytvorila priestor na skutočne profesionálnu prezentáciu módného dizajnu na Slovensku, ukázala, že talentovaných módnych dizajnérov máme, ale tvoria v nastavení a v podmienkach, v ktorých sa ich kreatívne nápady z autorských kolekcií vedú len veľmi ťažko transformovať do obchodovateľného a širšie dostupného módného produktu. Táto fáza akoby stále zostávala

akousi nedobytnou baštou. Nepodarilo sa nájsť efektívne prepojenie medzi kreatívnou autorskou tvorbou nastupujúcej generácie, výrobou a obchodom, čo je predpoklad, aby sa dobrá lokálna móda dostala k oveľa väčšiemu okruhu spotrebiteľov. Víťaný bol každý projekt, ktorý sa orientoval na predaj slovenského módného dizajnu, no boli to len veľmi ojedinelé pokusy, ktoré veľmi rýchlo končili. Navyše dizajnérom nezabezpečovali taký zisk, aby sa mohli sami pustiť do produkcie a predaja vlastných limitovaných kolekcií. Slovenský módný dizajn sa stále pohyboval v akejsi bubline, ktorá bola plná dobrých, až výnimočných nápadov, ale akoby nemal odvahu vystúpiť von z tejto bubliny. Slovenskému módnemu dizajnu chýbali a stále chýbajú investori, ktorí by pochopili, že móda ako súčasť kreatívneho priemyslu má v sebe aj veľký podnikateľský potenciál. ■

(Pokračovanie v budúcom čísle. Prvú časť nájdete v *Designume* 4/2021.)

Dana Lapšanská pracovala v rokoch 1990 – 1999 v redakcii časopisu *Móda*, od roku 1992 ako šéfredaktorka. V rokoch 1996 až 2003 bola producentkou a autorkou televíznej relácie *Módný klub*. Zároveň bola producentkou desiatok módnych prehliadok, promo akcií a firemných katalógov. Pravidelne publikuje v časopisoch. Od roku 2009 do roku 2020 prednášala históriu módy, tendencie módy a módný marketing na Fakulte multimediálnych štúdií Univerzity Tomáša Baťu v Zlíne a od roku 2015 spolupracovala aj s Ateliérom textilu Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave. Je autorkou monografie *Kapitoly z módného marketingu a stylingu* (UTB v Zlíne, 2014), publikácií *Think Fashion. Dizajn a tvorba v kontexte kreatívneho priemyslu* (VŠVU v Bratislave, 2015), *Think fashion. História módy od Wortha po súčasnosť* (VŠVU v Bratislave, 2016) a redakčne pripravila zborník *Think fashion. Technológie a kreativita v textilnom a v módnom dizajne*, do ktorého prispela samostatnou kapitolou Kreativita a technológie v tvorbe módného dizajnu (VŠVU v Bratislave, 2017). Ako odborná konzultantka spolupracuje s módnymi firmami a značkami v oblasti tvorby kolekcií, produktovej ponuky a marketingovej stratégie.

Dizajnové myslenie a dizajn služieb na Slovensku

Text Henrieta Gábrišová

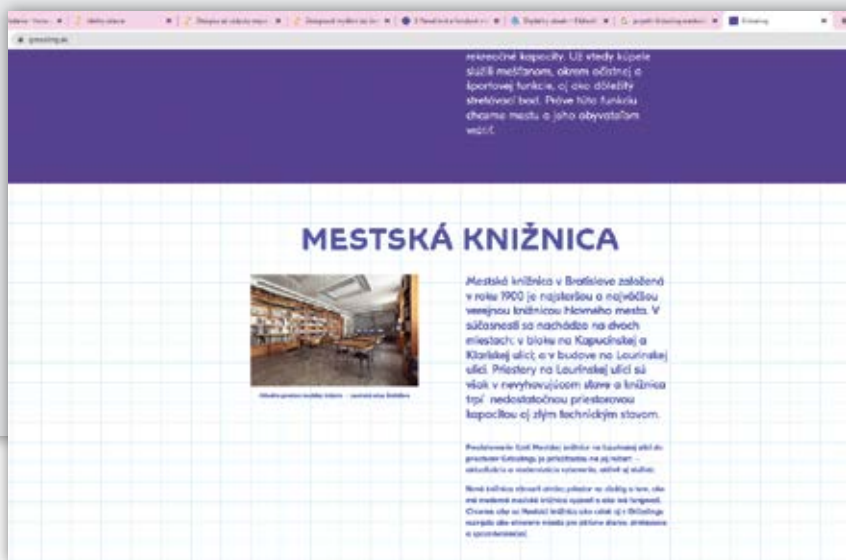
Foto archív Henriety Gábrišovej a Mestskej knižnice v Bratislave

Pri písaní tohto príspevku ma okrem mnohých odborných textov inšpiroval článok mladých absolventov Kabinetu informačných štúdií a knihovníctva Filozofickej fakulty Masarykovej univerzity v Brne Pavly Minaříkovej a Romana Novotného *Kdo potrebuje design knižných služieb?*¹ Z vlastnej skúsenosti počas pôsobenia na pôde viacerých kultúrnych inštitúcií na Slovensku viem, že navrhovanie novej služby či snaha o inováciu služieb a procesov je v týchto, zo svojej podstaty konzervatívnych inštitúcií prijímaná a realizovaná skôr ťažko a s problémami. Vždy preto so záujmom sledujem iniciatívy a výskumy kolegov v zahraničí, ktorí sa pokúšajú využiť nové metódy pri navrhovaní služieb inštitúcií slúžiacich verejnosti. V článku sa chcem venovať českým a slovenským inšpiratívnym publikačným výstupom a projektom a pokúsiť sa nazrieť, ako na tieto tendencie reagujú múzeá, galérie alebo knižnice.



Obálka knihy Designové myšlení pro knihovny.

Informácie o prebiehajúcom projekte na webovej stránke projektu: <https://grossling.sk/>



Potrebujú pamäťové a fondové inštitúcie dizajn služieb?

Ako sa v súčasnosti pozeráme na tieto kultúrne inštitúcie, o ktorých máme vžitý predsudky? Zvyčajne si ich predstavujeme ako priestor, kde sa o knihy starajú knihovníci, alebo o múzejné exponáty múzejníci a galeijní pracovníci. Dnes sa však na tieto kultúrne inštitúcie musíme pozeráť a postupne aj pozeráme inak – ako na verejné inštitúcie poskytujúce služby. Knížnice sú zriadené na Slovensku v zmysle Zákona o knižniciach z roku 2015². Tak knižnice, ako aj múzeá a galérie slúžia štátu ako miesta, kde sa šíri a zdieľa poznanie, a tiež miesta, kde sa uchováva a chráni kultúrne dedičstvo národa. Prístup k poznaniu a informáciám je úzko spätý s demokraciou, čo je dnes v časoch neustálej spoločenskej a politickej transformácie ťažká a náročná pozícia. Pamäťovým a fondovým inštitúciám na Slovensku³ však v posledných rokoch podľa štatistik Ministerstva kultúry SR⁴ postupne ubúda počet používateľov a návštevníkov, najmä mladších ročníkov, a to už v období pred začatím pandémie. Túto skutočnosť berú inštitúcie najmä v susedných krajinách ako výstrahu, ale aj ako výzvu. Pokúšajú sa čeliť tejto skutočnosti. Snažia sa práve pomocou

identifikácie skupín používateľov (ktorá presahuje demografické charakteristiky) a ich potrieb navrhovať nové služby. Také, ktoré budú využívané a potrebné. Zahraničné skúsenosti nám ukazujú, že úlohy týchto pamäťových a fondových inštitúcií môžu ďaleko presahovať tradičný horizont symbolizovaný mýtom o „požičovní“ kníh alebo depozitári múzejných exponátov. Knižnice sú dnes nielen komunitnými priestormi, ale ich súčasťou sú napr. *makerspaces* – dielne s 3D tlačiarňou či frézou (vo Vedecko-technickej knižnici DeLaMare na Nevadskej univerzite v Reno; USA)⁵ alebo nahrávacie štúdiá (Mestská knižnica v Norimbergu)⁶. Podobnou premenou prechádzajú aj galérie a múzeá. Čo ešte môžu urobiť tieto inštitúcie pre to, aby svoje výzvy a transformáciu, pred ktorou stoja, zvládli? Môže im pomôcť dizajnové myslenie?

Dizajnové myslenie je označované ako proces, ktorý umožňuje komukoľvek aj bez dizajnérskeho vzdelania skúmať problémy a tvorivo odpovedať na otázku, ako to môžeme urobiť lepšie? alebo

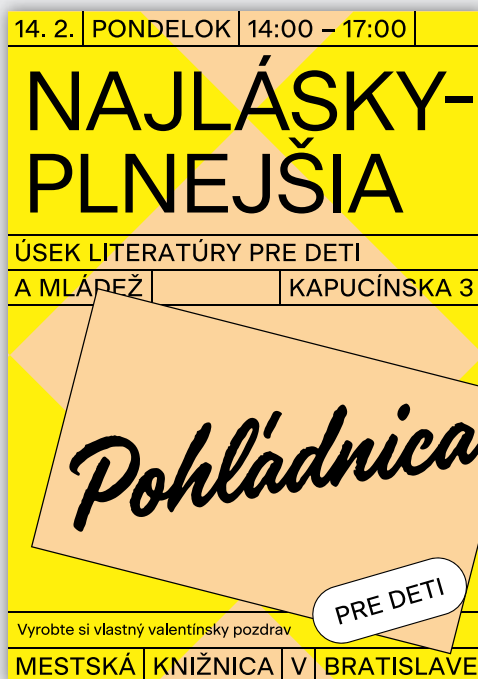
ako by sme mohli....? Aj preto v súčasnosti ľudia používajú dizajnové myslenie naprieč disciplínami. Je však potrebné porozumieť tomu, čo všetko sa pod týmto pojmom skrýva. Dizajnové myslenie podľa Marca Stickdorna⁷ nie je len proces alebo spôsob myslenia, ale komplexný koncept, ktorý zahŕňa súbor nástrojov, spôsoby interdisciplinárneho *flow*, teda prenosu informácií medzi disciplínami, alebo sa za dizajnové myslenie považuje dokonca manažérsky prístup k fungovaniu organizácie. Populárne je v komerčnej sfére, ale využíva sa aj na riešenie problémov a úloh vo sfére verejných služieb⁸. Hovorí sa o ňom často, ba možno nadobudnúť dojem, že patrí už aj medzi tzv. *buzzwords*, prinajmenšom za hranicami Slovenska. Zároveň je nutné podotknúť, že vôbec nie je jednoduché nájsť jednu definíciu, ba ani viacero „podobných“ či prekrývajúcich sa. Naopak, pri snahe definovať dizajnové myslenie, teda *design thinking* – a dizajn služieb narazíme na viacero problémov. Stretáme sa s rôznymi výkladmi oboch pojmov v akademickej, ale aj komerčnej oblasti.

MESTSKÁ | KNIŽNICA V | BRATISLAVE

Logo a nová vizuálna identita
Mestskej knižnice v Bratislave.

Skok do neznáma?

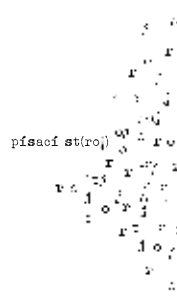
Problematika dizajnu orientovaného na používateľa, ako aj dizajnu orientovaného na proces zmeny nie je vôbec nová. V oblasti vedy sa prvýkrát objavuje tento kognitívny postup už v knihe amerického vedca a psychológa Herberta A. Simona z roku 1969 *The Sciences of Artificial*⁹ a v súvislosti s dizajnom v roku 1973 v knihe Roberta McKima *Experiences in Visual Thinking*.¹⁰ Dizajnové myslenie na rozdiel od kritického myslenia, ktoré je spojené s procesom analýzy a rozkladu, je orientované na proces tvorby a generovania nápadov. Každý človek, ktorý využíva metódy dizajnového myslenia, sa stáva „dizajnérom“. Táto metodológia je totiž aplikovateľná pri riešení problémov z rôznych odvetví ľudskej činnosti. Výrazným medzníkom pre dizajnové myslenie bol rok 1991, keď absolvent Stanfordskej univerzity David Kelley založil dizajnérsku spoločnosť IDEO, ktorá *design thinking* preslávila a ďalej rozvíjala, ako aj publikácia *Design Thinking*, ktorú v rovnakom



roku publikoval Peter Rowe¹¹. Ďalším významným posunom bolo vydanie knihy Donalda A. Normana *Design for Everyday Things*. Norman, profesor informatiky a kognitívnej psychológie, sa už v roku 1988 v prvom vydaní tejto knihy, vtedy ešte pod názvom *Psychology of Everyday Things*, začal zamýšľať nad interakciou ľudí s výrobkami dennej potreby, všednými vecami. Hľadal odpovede na otázku, prečo používatelia nevedia, ako ich majú používať. Chybu nehľadal a dodnes nehľadá na strane používateľa, ale v zle navrhnutom produkte. Hovorí, že takýto produkt odzrkadľuje nedostatok záujmu výrobcu o pohodlie používateľa.¹² Nekladie však aspekt pohodlia používateľa na tú najvyššiu priečku na úkor ostatných aspektov, považuje ho za rovnocenný s ostatnými (estetika, krása). Svojím psychologicko-analytickým prístupom do problematiky napriek tomu vnáša nové provokujúce otázky, ktoré podáva zrozumiteľným spôsobom, čím svoje myšlienky dostáva k širšiemu publiku. Dizajn zameraný na človeka tak získava širokú podporu publika a stáva sa z neho jeden z najväčších trendov posledných desaťročí. Dizajnové myslenie rovnako kladie dôraz na pocity a potreby používateľa – čo je spoločnou črtou s „normanovským“ prístupom a trendom.

14. 2.	PONDELOK	17:30
POVIEDKY		
ODDELENIE HUDBNEJ A UMEŇOVEDNEJ LITERATÚRY		
KAPUCÍNSKA 1		
O LÁSKE		
MESTSKÁ	KNIŽNICA	V BRATISLAVE

1. 2.	8. 2.	15. 2.	22. 2.	UTOROK	17:30
KONVERZUJME PO ANGLICKY					
					
Čitateľský klub, v ktorom si pomocou článkov zo zahraničných médií zlepšíte jazykové znalosti.					
HUDBNÉ ŠTÚDIO			KAPUCÍNSKA 1		
MESTSKÁ	KNIŽNICA	V	BRATISLAVE		

GALÉRIA	
GABRIELA BIROŠOVÁ	
VERNISÁŽ	2. 2. 17:30
KAPUCÍNSKA 1	
PÍSACÍ ST(ROJ)	
Kurátorka: Magdaléna Masárová	
ARTOTÉKA	

Ďalšou z významných charakteristík dizajnového myslenia je využívanie tvorivého potenciálu myslenia – tým sa myslí práve „dizajnerský“ otvorené a tvorivé riešenie problémov, ktoré využíva inovatívne prístupy. Je však rozdiel medzi dizajnom produktu a služby. Ako je možné preniesť do praxe metodológiu a koncept dizajnového myslenia a využívať ho na hľadanie inovatívnych riešení v oblasti služieb? Je vôbec možné inovatívne „riešiť“ služby kultúrnych alebo verejnoprávných inštitúcií? Na túto otázku odpovedá viacero zaujímavých publikácií, ktoré stoja za zmienku. Kniha *K čemu je design služieb?: 10 prípadov z verejnej sféry*¹³ napríklad predkladá desať konkrétnych príkladov uplatnenia dizajnového myslenia pre inovácie služieb vo verejnej správe, zdravotníctve či kultúre (napr. prípadové štúdie z Divadla Sosnowiec v sliezskom regióne, z pohotovosti v Chester-fielde, Southhamptone a Londýne či z daňového úradu SKAT v Dánsku).

Za povšimnutie stojí aj publikácia *Designové myšlení pro knihovny. Příručka pro knihovny zaměřená na uživatele*, ktorú z anglického originálu *Design thinking for libraries: Toolkit* od IDEO editorsky pripravila Ladislava Zbiejczuk Suchá, preložil Kabinet

informačných štúdií a knihovníctva (KISK) na Masarykovej univerzite v Brne a vydal v spolupráci s Flow, z. s.¹⁴ Príručka pomôže aplikovať princípy dizajnového myslenia na zlepšovanie služieb nielen v knižniciach. E-kniha pozostáva z troch samostatných častí: príručky o dizajnovom myslení, pracovných zošitov s aktivitami a návodu, ktorý môže naštartovať využívanie dizajnového myslenia v pamäťových a fondových inštitúciách už v priebehu jedného dňa. V roku 2016 vyšla taktiež na Masarykovej univerzite ďalšia publikácia *Knihovníci jako designéři*, ktorej editorkami sú Pavla Minaříková a Ladislava Zbiejczuk Suchá¹⁵. Publikácia mapuje príklady využívania výskumných a dizajnových metód v nórskejších a českých knižniciach. Prípadové štúdie ukazujú, ako pri návrhu služieb zapájajú do procesu navrhovania svojich používateľov knihovníci z českých akademických knižníc, alebo ako dizajnové myslenie pomohlo pri návrhu portálu Knihovny.cz.

Na Slovensku na túto tému vyšla v roku 2019 publikácia autorov – ekonómov Jána Šeba a Daniely Dankovej *Teória a dizajn služieb*, avšak ako elektronická verzia na CD nosiči, čo prístup k nej sčasti obmedzuje.¹⁵

Stolička je produkt, výpožička služba

Kultúrne inštitúcie na Slovensku ako múzeá, galérie a knižnice, pre ktoré sa v posledných rokoch zaužíval pojem „pamäťové a fondové inštitúcie“,¹⁶ si uvedomujú svoje postavenie v spoločnosti, ako aj úlohy a výzvy, čo pred nimi stoja. Jednou z nich je aj zvýšiť návštevnosť používateľov služieb. Aj pracovníci týchto inštitúcií preto hľadajú odpovede na svoje problémy a navrhujú vhodné riešenia, aby boli pre ich používateľov skutočne prínosné. Prienik nových metód a postupov dizajnového myslenia, ktoré môžu využívať na hľadanie inovatívnych riešení a možno aj prilákanie nových návštevníkov či používateľov, je u nás veľmi pozvoľný. Niektoré z postupov či metód, ako sú napr. *brainstorming*, hĺbkový rozhovor či SWOT analýzy predsa nie sú novinkou, môžu namietat. Z môjho pohľadu je však prvým krokom smerom k inováciám už rozhodnutie inovovať služby vo verejnom a kultúrnom sektore, venovať tomu čas a pozrieť sa na služby očami našich používateľov – pretože služby sú to jediné, čo naši používatelia vidia a podľa čoho nás hodnotia. A rovnako preto, že často sa stretávam s tým, že aj skvelý produkt (napr. webovú stránku inštitúcie) môže „zničiť“ nefunkčný

Nová vizuálna identita
Mestskej knižnice
v Bratislave – pohľad na fasádu
knižnice z Kapucínskej ulice.

Foto: Adam Šakový



Libdesign: 35 metod pro lepší
služby – ukážka praktickéj
pomôcky v podobe kartičiek.

formulár, odkaz, alebo nepríjemná
obsluha v šatni či v pokladni. Služba je
na rozdiel od produktu (kniha, stolič-
ky, múzejného exponátu) nehmotná
a navyše jej poskytovanie a „konzumá-
cia“ prebiehajú súčasne. Práve preto
sú pri navrhovaní služieb, ako aj
pri ich realizácii dôležití pracovníci,
ktorí ich vykonávajú, poskytujú. Často
totiž poznajú proces poskytovania
služby lepšie ako niekto „zvonku“.
Samých nás potom niekedy prekvapí
výsledok, keď sa títo pracovníci stanú
na chvíľu „dizajnérmi“, otvoria sa
novým postupom a hľadajú inova-
tívne riešenia svojich problémov.

Knižnice na Slovensku

Knižnice na Slovensku, ale aj iné
inštitúcie v rámci vzdelávania pracov-
níkov organizujú kurzy dizajnového
myslenia¹⁷ a otvárajú sa pomaly novým
prístupom. Viaceré metódy a postupy
dizajnového myslenia využíva pri
navrhovaní svojich budúcich služieb aj
Mestská knižnica v Bratislave, ktorá je
najstaršou verejnou knižnicou hlav-
ného mesta. V súčasnosti prechádza
procesom revitalizácie svojich budov,
ale zároveň nové vedenie knižnice
realizuje spoločne s Mestom Bratislava
a Metropolitným inštitútom Brati-
slava projekt obnovy objektu kúpe-
ľov Grössling, ktoré majú slúžiť ako
kultúrny a komunitný priestor verej-
nosti. Riaditeľ knižnice Tomáš Štefek
vo svojom príspevku na konferencii
INFOS '21 prezentoval viaceré zaujima-
vé postupy, ako spolu so zamestnan-
cami hľadali odpovede na otázku, na
čo je knižnici dobrá identita. Hľadali
nový spôsob vizuálnej komunikácie
knižnice s používateľmi a širokou
verejnosťou. Využívali diskusie
v tímoch, s partnermi, používateľmi,
ale aj ľuďmi, ktorých knižnica nezau-
jíma.¹⁸ Výsledkom je nastavenie novej
vizuálnej, ale aj organizačnej identity
tak, aby posunula knižnicu ďalej, aj
keď veľká časť cesty ju ešte len čaká.



Dizajn je prostriedok, nie cieľ

„Dizajnové myslenie a dizajn služieb sú v slovenskom a českom prostredí stále novinkou, so všetkými výhodami i nevýhodami,“ píše Minaříková a Novotný v článku z roku 2016 spomínanom úvode textu.¹⁹ A ukazuje sa, že zatiaľ čo komerčná sféra si metódy dizajnového myslenia rýchlo osvojuje a používa v praxi, štátna a verejná správa, do ktorej patria aj pamäťové a fondové inštitúcie, začína trend služieb orientovaných na používateľa a nové metódy dizajnu služieb ešte stále len spoznávať. Je potešujúcim faktom, že niektoré z nich sa predsa len pokúšajú urýchľovať inováčné procesy aj s využitím uvedených metód a postupov, a patria na Slovensku v tomto sektore medzi prvé, a to aj napriek mnohým ťažkostiam a systémovým nedostatkom, ktorým sektor kultúry čelí. Pretože nie sú malé zlepšenia. I zdanlivo jednoduché inovácie môžu našich používateľov nadchnúť. ■

Henrieta Gábrišová je teoretickou umením a zároveň knižničnou a informačnou pracovníčkou s dlhoročnou praxou a skúsenosťami nielen z vedeckej a akademickej knižnice. V súčasnosti pracuje v Národnom osvetovom centre

v rámci STUDEO.NOC – ktoré tvorí špecializovaná knižnica a digitálna bádateľňa. Venuje sa informačnému vzdelávaniu a spolupracuje s Citace.com.

- Minaříková, Pavla – Novotný, Roman: Kdo potrebuje design knihovních služeb? / Who needs library service design?. *ITlib. Informačné technológie a knižnice* [online]. Bratislava : Centrum vedecko-technických informácií, 2016 (1): 45-49 [cit. 2022-2-25]. Dostupné na internete: https://itlib.cvutisr.sk/wp-content/uploads/docs/45_kdo%20potrebuje.pdf
- Zákon č. 126/2015 Z. z. zo 6. mája 2015 o knižniciach a o zmene a doplnení zákona č. 206/2009 Z. z. o múzeách a galériách a o ochrane predmetov kultúrnej hodnoty a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 38/2014 Z. z. z. 2015. In: *Zbierka zákonov SR*. Bratislava: Národná rada Slovenskej republiky, 39/2015. Dostupné na internete: <https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2015/126/20180701>
- Pamäťové a fondové inštitúcie – týmto pojmom označujeme v článku archívy, múzeá, galérie a knižnice. Pojem je používaný v kultúrnom sektore na Slovensku približne od roku 2008; pozri: Použitá literatúra a <https://www.fpu.sk/sk/program/5-pamatove-a-fondove-institucie/>. Z pohľadu štatistik týkajúcich sa návštevnosti múzeí, galérií a knižníc je obdobná situácia aj v Českej republike, pozri napr.: https://ipk.nkp.cz/statistika-pruzkumy-dokumenty/statistiky/01_stat.htm#knihovny
- Výsledky štátneho štatistického zisťovania v oblasti kultúry. 2021. *Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky* [online]. Bratislava [cit. 2022-2-28]. Dostupné na internete: <https://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury/vysledky/>
- Prednáška Tary Radniecki na konferencii INFOS'21 v júni 2021 online: <https://infosonline.sk/schedule-layout-1-a-jej-prezentacia/>; https://drive.google.com/file/d/1GcHNF7Yj1mMn1ud1s7Q2i5x_SyDFwN/view
- Stadtbibliothek Nürnberg <https://www.nuernberg.de/internet/stadtbibliothek/medienangebot.html>

- Stickdorn, Marc – Hormess, Markus Edgar – Lawrence, Adam – Schneider, Jakob: *This Is Service Design Doing: Using Research and Customer Journey Maps to Create Successful Services*. O'Reilly Media, 2016, s. 14.
- Šmehlík, David – Tomaňová, Julie – Hazdra, Adam (eds.): *K čemu je design služeb?: 10 případovek z veřejné sféry*. Brno: Flow, 2014, s. 96.
- Simon, Herbert, A.: *The Sciences of the Artificial*. Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press, 1969.
- McKim, Robert, H.: *Experiences in Visual Thinking*. Brooks/Cole Pub. Co., 1973.
- Rowe, Peter G. G.: *Design Thinking*. MIT Press, 1991.
- V článku vychádzame z českého prekladu knihy z roku 2002, ktorý vyšiel v roku 2010 vo vydavateľstve Dokořan. Norman, Donald A.: *Design pro každý den*. Praha: Nakladatelství Dokořan, 2010.
- Šmehlík, David – Tomaňová, Julie – Hazdra, Adam (eds.): *K čemu je design služeb?: 10 případovek z veřejné sféry*. Brno: Flow, 2014, s. 96.
- Minaříková, Pavla – Zbieczek Suchá, Ladislava: *Knihovnictví jako design*. Brno: Masarykova univerzita, 2016, s. 90. Dostupné na internete: <https://www.pablikado.cz/dokument/8b136oXADz10DoFE>
- Šebo, Ján – Danková, Daniela: *Teória a dizajn služieb*. Banská Bystrica: Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela – Belianum, 2019.
- V zahraničí sa používa pre tieto kultúrne inštitúcie aj skratka „GLAM institution“, alebo „GLAM“ sektor; porí napr.: [https://en.wikipedia.org/wiki/GLAM_\(cultural_heritage\)](https://en.wikipedia.org/wiki/GLAM_(cultural_heritage))
- Národné osvetové centrum malo plánované tieto kurzy v roku 2021, avšak pre pandémie sa ich konanie posunulo na tento rok. V komerčnej sfére je ich v ponuke viacero: <https://sudoacademy.io/blog/design-thinking-pristup-zamerany-na-uzivatela> <https://www.vita.sk/online-kurz-design-thinking/> a tiež <https://www.vita.sk/online-kurz-design-thinking/> alebo <https://gtog.eu/treniny/design-thinking/>
- Informácia o prednáške Tomáša Štefeka na webe konferencie <https://infosonline.sk/schedule-layout-1-a-link-na-zaznam-konferencie>: <https://www.youtube.com/watch?v=V6FNWYfBWM4&list=PLuU8VhGtPYzVGaAup9fzu4Wt-Pe98FTqe&index=4&t=33s> od 1:21:51 min.
- Minaříková, Pavla – Novotný, Roman (pozn. 1), s. 48.

Dôverujeme vlastným rozhodnutiam?

Psychológia predmetov

Text Jana Potiron

Foto archív Jany Potiron

Túžba ovládať prostredie vychádza z prirodzenej povahy človeka, kontrola nad prebiehajúcimi javmi nám dáva pocit bezpečia. Každý vstupuje do interakcie s predmetom odlišne. Sme ovplyvnení vlastným psychickým prežívaním, motiváciou, predchádzajúcou skúsenosťou. Denne musíme robiť rozhodnutia, ktoré ovplyvňujú naše fungovanie nielen na úrovni interpersonálnych vzťahov, rovnako aj vo vzťahoch k hmotnému prostrediu. Rozhodnúť sa znamená zvažovať ponúkané možnosti, vybrať najvyhovujúcejšiu alternatívu v situácii a prostredí, v ktorom sa nachádzame. Dôvera vo vlastné rozhodnutia je vo vzťahu dizajnér – užívateľ kľúčová pre obe strany. Užívateľ však veci nenavrhuje a nevytvára, preto je dôležité pozrieť sa na rozhodovacie procesy jeho optikou.





Jana Potiron: Zrkadlo
s optickou ilúziou v tvare srdca
z kolekcie Čičman, 2019.
Foto: Linda Suchánková



Nestálosť produktu je pripisovaná nestálosti človeka, jeho potrebám a zmenám správania. Tvar stoličky parafrázuje tri zložky osobnosti podľa Sigmunda Freuda. V jednom variante pásy vytvárajú súkromie a v druhom otvorenosť voči spoločnosti a prostrediu celkovo. Pri voľbe variantu užívateľ priamo vstupuje do interakcie s produktom. Tak ako si svoj postoj v spoločnosti volí sám, volí si variant sedenia.

Barbora Gažiová:
Variabilná sedačka Ego_u, 2021.
Foto: Peter Juris

Rozhodnutia pod kontrolou

Vo vzťahu k predmetom podriaďujeme ich výber svojej osobnosti s cieľom uspokojiť vlastné potreby alebo potreby skupiny. „Vybrať si pre človeka znamená mať veci pod kontrolou.“¹ Táto túžba je v nás zakódovaná, pretože kontrolou prostredia zvyšujeme pravdepodobnosť nášho prežitia. Dizajnéri v návrhoch vždy zohľadňujú potreby určitej cieľovej skupiny, prípadne jednotlivca. Ich tvorba slúži nielen koncovým užívateľom, ale ako prostriedok kreatívnej sebarealizácie aj im samým. Pri navrhovaní na mieru zvyčajne predkladajú zákazníkovi niekoľko návrhov, či už ide o tvarové riešenia nábytku, rôzne dispozície interiéru alebo materiálové a farebné variácie. Dávajú mu možnosť porovnávať, hodnotiť a zvoliť si vyhovujúcu alternatívu. Predložením len jedného návrhu by ho pripravili o možnosť rozhodnúť sa, a teda prijať cudzí názor. Zákazník by nadobudol pocit, že nemá kontrolu nad vlastnými rozhodnutiami. Naopak, veľké množstvo predložených návrhov môže vyvolať pocit, že sám dizajnér má pochybnosti, a to môže spôsobiť neistotu a vyvolať nedôveru. Výsledkom je, že si nevyberie vôbec. Preto je pre dizajnéra dôležité pochopiť, ako ľudia premýšľajú, a poznať príčiny ich rozhodnutí.

Náhodné stretnutia

Ľudia sa pri výbere predmetov, ktoré plánujú používať, riadia aktuálnymi požiadavkami. Existuje viacero dôvodov, prečo vyhľadávajú určité produkty. Môže to súvisieť s naplnením praktických požiadaviek, zabezpečením funkčnosti interiéru či potrebou vlastníctva. Niekedy ide len o náhodné stretnutie s produktom, ktorý vzbudí našu zvedavosť. Podľa toho, ako sa veci prezentujú, vytvárame si názory na ich vonkajší vzhľad a predstavujeme si ich používanie. Profesor psychológie a priekopník v oblasti ľudského rozhodovania Daniel Kahneman používa pojem reprezentatívnosť vecí². Pozitívna reakcia na veci je často ovplyvnená len ich príťažlivou vizuálnou stránkou. Domnievame sa, že pred svojím rozhodnutím sme logicky zvažili všetky aspekty. Faktom je, že proces, ktorého výsledkom je pozitívna či negatívna reakcia na vnímaný produkt, sa často deje mimo nášho vedomého uvažovania. Na základe plynúcich dojmov a pocitov pomáha pri rýchlych voľbách, tento proces je zdrojom explicitných názorov a úmyselných volieb v zámernom systéme. Afektívny, čiže emocionálny systém produkuje dojmy, ktoré sa stávajú našimi názormi, neskôr rozhodnutiami a nakoniec konaním. Kognitívny dizajnér a vedec Donald A. Norman vysvetľuje pojem afektívny systém v knihe *Emocionálny dizajn*³ a pripisuje mu v rozhodovaní dôležitú úlohu, pretože selektuje vnímané podnety a roztrieďuje ich podľa kategórií, ktoré zohľadňujú naše estetické nároky.

Bez toho, aby sme si to všimli, v rýchlej voľbe vyberáme medzi „pekným a škaredým“, „dobrým a zlým“, aj keď neexistuje logický dôvod na výber jednej z možností. Podvedomie sa vyvinulo do tej miery, že spracováva väčšinu informácií a rozhoduje za nás podľa určitých zásad a hrubého odhadu toho, čo nás najviac zaujíma. Formuje sa dôvera vo vlastné inštinkty. Existuje však niekoľko faktorov, ktoré podvedomé rozhodovanie ovplyvňujú.⁴ Zvažujeme, či je produkt v súlade s našou osobnosťou, obávame sa straty výhodnej ponuky alebo sa snažíme vyrovnať nejaké záväzky či sociálne dlhy. Výber môže ovplyvniť aj momentálna nálada,



Vnímanie ženskej siluety
záleží na uhle pohľadu
a interpretácii diváka.

Denisa Böserová:
Svietidlo Prove, 2021.

motivácia a nadšenie. Dobrá nálada vo všeobecnosti podporuje kreatívne myslenie a intuitívne rozhodovanie. Vyvolanie pozitívneho prostredia je podstatou *brainstormingu*⁵, ktorého cieľom je diskusia o možnostiach riešenia problému s čo najkreatívnejším prístupom zúčastnených. Naopak, „zlá nálada“ podporuje racionálne rozhodovanie. Pri tvorivej práci je racionálne myslenie dôležité pre koncentráciu, zameranie na detaily a finalizáciu riešení z dôvodu plnenia termínov.

Ďalším faktorom, ktorý ovplyvňuje podvedomé rozhodovanie, je názor ostatných. Nechávame sa ovplyvňovať cudzími názormi, predovšetkým v prípade, keď si nie sme istí.⁶ Časť svojich rozhodnutí podriaďujeme reakciám okolia a správaniu druhých. Keď nie sme presvedčení o kvalitách daného výrobku, zaujímame sa o názor ostatných a na základe ich vyjadrenia zvažujeme možnosti. Ľudia prestanú hľadať ďalšie alternatívy až vtedy, keď dôverujú vlastnému úsudku.

Intuitívne verzus racionálne

Denne používame stovky predmetov a výber veľkej časti z nich nie je možné racionálne zdôvodniť. Intuitívne sa rozhodujeme predovšetkým vtedy, pokiaľ neexistuje logické opodstatnenie správnosti výberu. Napríklad o farbe sa rozhodujeme len na základe intuície a momentálnych emócií, pretože väčšinou nemá vplyv na funkčnosť produktu. Emócia ako primárna motívacia ľudského správania je v podstate impulzívnym a iracionálnym prejavom človeka. Sociálny psychológ Ivan Slaměník, tvrdí, že socializácia emócií ovplyvňuje pripisovanie významu podnetov z okolia, teda aj vnímanie predmetu a vynášanie súdov.⁷

Rozhodovanie na základe pocitov môže byť zároveň chápané ako problém či prekážka pred logickým uvažovaním. Predovšetkým vtedy, keď na úkor uspokojenia racionálnych potrieb uprednostníme emocionálne hľadisko. Realizácia aj tých najodvážnejších dizajnerských diel sa nezaobíde bez preverovania správnosti funkčných častí, pretože nedostatočná pozornosť venovaná výrobným detailom sa potom odrzkadí na použiteľnosti produktu. Faktom však je, že naše rozhodovacie procesy sú v skutočnosti viac podvedomé, ako si dokážeme pripustiť, a nálada či momentálny dojem ovplyvňujú ďalšie procesy myslenia. Pozitívne prežívané emócie vyvolané percepciou produktu môžu viesť k racionálnemu rozhodnutiu, výberu produktu a jeho kúpe na osobné používanie.

Každý človek má vlastný štýl rozhodovania, ktorý mu je prirodzený a skladá sa zo špecifického pomeru intuitívneho a racionálneho uvažovania. To intuitívne sa zakladá na prvom dojme a základom sú emócie. Racionálne uvažovanie používame, keď hodnotíme produkt na základe kladov a záporov jeho funkcií a parametrov. Niektorí ľudia majú tendenciu rozhodovať sa viac intuitívne, iní racionálne. V závislosti od situácie však striedavo používajú obidva druhy hodnotenia. Záleží na nálade, konkrétnom produkte a dôvode, prečo zvažujú jeho kúpu.



Zmena štýlu rozhodovania

Stáva sa, že človek sa musí rozhodnúť pre kúpu nejakej veci na základe štýlu rozhodovania, aký preňho nie je prirodzený. V konkrétnej situácii, keď musíme prispôbiť rozhodnutie inému človeku, často narazíme na protichodné hodnotenie. Ide o veci, predmety, ktoré užívajú niekoľkí ľudia naraz, napríklad nábytok v domácnosti, spotrebiče, auto, zariadenie vo verejnom interiéri a atď.

Každý sleduje iné kvality a treba nájsť kompromis medzi logickými dôvodmi a estetickými preferenciami jednotlivcov. Nechávame za seba rozhodovať logiku, dokonca aj vtedy ak nám emócie našepkávajú niečo iné. V prípade, že vyberáme predmet, ktorý chceme darovať inej osobe, snažíme sa sledovať kvality hodnotné pre ňu. Ak sa považujeme za racionálneho človeka v uvažovaní, prirodzene vyberáme predmety s dominujúcou dokonalou funkčnosťou. Vizualne pôsobenie podriaďujeme logickým potrebám funkčnosti a úžitkových vlastností. Ak však vieme, že človeku, pre ktorého predmet vyberáme, si zakladá viac na imidži a vizuálnej kvalite, budeme sa snažiť vyberať intuitívnym štýlom na základe znalosti jeho charakterových črt. To znamená zmeniť prirodzený štýl rozhodovania kvôli konkrétnemu účelu.

← Jednému riešeniu
predchádzajú stovky
možností.

Vzorkovnice bytového textilu
v showroome Stylex Praha

Foto: Jana Potiron



Textilné vzorky sú
bežnou výbavou
interiérových dizajnérov.

Rozhodnosť je predpokladom úspešnej prezentácie návrhu

Skúmanie štýlu rozhodovania je pre dizajnéra kľúčom k pochopeniu odlišných spôsobov používania predmetov. Zmena vlastného štýlu je bežnou súčasťou praxe produktového a interiérového dizajnéra. Pri navrhovaní sa zaoberá nielen funkciou a estetikou predmetu, ale taktiež zrozumiteľnosťou (kognitívnou jednoduchosťou)⁸ a vizuálnym pôsobením. Dôležité je ne-sústrediť zbytočnú pozornosť na to, akú praktickú činnosť predmetmi vykonávame, pretože pri používaní väčšiny predmetov nie je potrebné stimulovať zmysly logickým uvažovaním. Činnosti často vykonávame podvedome, preto by neustále zapájanie racionálneho uvažovania a riešenia problémov spôsobovalo únavu z každodenných úkonov. Keďže sa denne dostávame do kontaktu s množstvom predmetov, časť aktivít musí byť automatická, čo umožňuje ich paralelné vykonávanie. Kľúčové a zároveň najťažšie pre dizajnéra je vo fáze navrhovania zohľadniť charakterové vlastnosti klienta a jeho motívy. Vzhľadom na to, že je rozhodovanie podvedomé, klient ani nemusí poznať skutočné dôvody svojich rozhodnutí. A práve tu zastáva psychológia v dizajne najdôležitejšiu úlohu.

Správne kladenými otázkami dokážeme odhadnúť, kde sa naše prirodzené štýly rozhodovania zhodujú a kde je opodstatnené zmeniť štýl podľa preferencií druhej osoby. Skúsený dizajnér pozná mnoho spôsobov a riešení danej problematiky – od výberu materiálu, povrchov a farieb, až po inovatívny tvar alebo návrh novej funkcie. Keď je nútený v určitej situácii používať iný štýl, rozhodovanie je náročné alebo výsledok ho plne neuspokojí. Herbert A. Simon je považovaný za autora termínu *uspokojenie*⁹ (z ang. *satisfice*). Použil ho na opis rozhodovacej stratégie, keď sa človek rozhodne pre riešenie, ktoré nie je optimálne, ale len dostatočné. Myšlienka spokojnosti spočíva v tom, že námaha vynaložená na úplnú analýzu všetkých možností sa nielenže nevyplatí, ale takáto analýza môže byť aj neuskutočniteľná. Podľa Simona ľudia často neoplyvajú kognitívnymi schopnosťami, ktoré by im umožňovali zvážiť všetky možnosti. Ako sám uvádza, objektívne racionálne rozhodovanie je nereálne, pretože kladie prehnane požiadavky na kognitívne schopnosti človeka. Rozhodovanie je determinované predpokladmi subjektu rozhodovania – schopnosťami, vedomosťami, osobnými cieľmi a záujmami, okamžitým stavom – psychologickým rozpoložením, náladou a objektívnymi podmienkami materiálnej aj nemateriálnej povahy. Takže je zmysluplnejšie rozhodnúť sa radšej na základe toho, čo je potrebné urobiť alebo čo bude dostačujúce, než sa pokúšať nájsť optimálne či dokonalé riešenie.



Individuálne a iracionálne
preferencie v riešení stola.

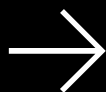
Monika Beníšková:
Stôl Komfort, 2017.

Pochopenie motívov rozhodovania u koncových užívateľov pomáha zefektívniť dizajnersku prácu, zrozumiteľne komunikovať a úspešne obhájiť návrhy. Preto by mal dizajnér návrhy niekoľkokrát preveriť, s odstupom času možno aj spochybníť. Váhanie je pre fázu navrhovania prirodzené, pretože otvára neprebádané možnosti a je zdrojom najkreatívnejších nápadov. V rozhodovacej fáze, keď si klient vyberá z návrhov, je však váhanie pre profesionála neprípustné. Keď považuje všetky predložené možnosti za prijateľné, je úlohou dizajnéra jasne sa vyjadriť a vybrať najoptimálnejšie riešenie, ktoré zodpovedá charakteru zadávateľa a konkrétnemu účelu. Dobrý dizajnér si dokáže zachovať rozhodnosť aj vo veciach, ktoré nezodpovedajú jeho subjektívnym predstavám. Pokiaľ je to možné, vystupuje ako nezaújatý element v rozhodovacom procese. Nakoniec zhoda na finálnom návrhu je prioritou oboch strán a znamená, že sa klient stretol s materiálnym vyjadrením svojich preferencií. ■

Jana Potiron je slovenská dizajnérka, vo svojej tvorbe sa orientuje prevažne na verejné interiéry, do ktorých navrhuje autorské kolekcie nábytku v malej sérii, v súčasnosti pracuje na experimentálnejších projektoch – materiálnej inovácií a dizajne konceptuálnych interiérových objektov. Je vedúca ateliéru Design nábytku a interiéru a prodekanica pre tvorivú činnosť na Fakulte designu a umění Ladislava Sutnara v Plzni.

- 1 Weinschenk, M. Susan: *100 věcí, které by měl každý designér vědět o lidech*. Brno: Computer Press, 2012, s. 214.
- 2 Kahneman, Daniel: *Myšlení rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melvil Publishing, 2012, s. 163.
- 3 Norman, A. Donald: *Emotional Design: Why we love (or hate) everyday things*. New York: Basic Books, 2005. s. 10. Daniel Kahneman ho nazýva Systém 1 a ďalej rozvádza v knihe *Myšlení rychlé a pomalé*. Pozn. 2, s. 27, s. 64 a s. 66.
- 4 O faktorech podvedomého rozhodovania pozri: Weinschnek, M. Susan: *Neuro web design: What makes them click*. Berkeley: New Riders Press, 2009.
- 5 <https://it-slovník.cz/pojem/brainstorming>
- 6 Latané, Bibb – Darley, John: *The Unresponsive Bystander*. New York: Appleton-Century Crofts, 1970.
- 7 Slaměník, Ivan: *Emoce a interpersonální vztahy*. Praha: Grada Publishing, 2011, s. 12.
- 8 Daniel Kahneman vysvetľuje termín kognitívna jednoduchosť v súvislosti so skúsenosťou, zreteľným zobrazovaním, myšlienkou vyvolanou primingom a dobrou náladou. Pozri: Kahneman, Daniel: *Myšlení rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melvil Publishing, 2012, s. 69; tiež Janiszewski, Chris – Wyer, S. Robert: Content and process priming: A review. *Journal of Consumer Psychology*. 2014, s. 96 – 118.
- 9 Manktelow, Ken: *Reasoning and Thinking*. Hove: Psychology Press, 2000, s. 221. Herbert A. Simon, americký vedec, ktorý sa zaoberal počítačovou vedou, kognitívnou psychológiou, ekonomikou a filozofiou, termín satisfice prvýkrát publikoval v knihe *Administrative Behavior: a Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization*. Macmillan, 1947.

Písma čísla



Text redakcia

Časopis *Designum* už niekoľko ročníkov poskytuje priestor na prezentáciu nových písiem, ktoré vznikli za posledné obdobie na Slovensku. Naším zámerom je písma nielen prezentovať, ale prostredníctvom využitia v nadpisoch jednotlivých príspevkov ich aplikovanie v praxi aj sprostredkovať. V zachovaní určitej kontinuity sa v tomto roku opäť vraciame k študentským písmam, ktoré vznikli na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave v Ateliéri Typolab pod pedagogickým vedením Michala Tornaia a Pala Bálika. Hoci mnohé predstavované študentské písma boli podporené výučbou v spoločnom ateliéri, ich rozmanitosť je výsledkom individuálnych prístupov v tematickom a technickom stvárnení. V tomto čísle prezentujeme písma Simony Császárovej (Herba), Miriam Polacsek (Mood vertical), Róberta Púčka (Badbite).

Simona Császárová

Herba

Textové písmo Herba som vytvorila v rámci školského projektu v Typolabe pre sériu zinov Herba – Starostlivosť o izbové rastliny. Vychádza z princípov písania zrezaným pierkom. Zanecháva v sebe organickosť a rôznorodosť v ostrých či zaoblených detailoch vo vnútorných ťahoch znakov. Súbor obsahuje špeciálne pixelové symboly určené pre samotné kategórie starostlivosti o rastliny.

Miriam Polacsek

Mood vertical

Titulkové písmo Mood som vytvorila pre autorský zine o káve s názvom Rituály a mýty v Ateliéri Typolab na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave v roku 2021. Zine je o ľuďoch s rôznymi autentickými rituálmi pitia kávy a mýtoch o káve, ktorým veria. Káva, para, aróma, nálada, tekutosť, prírodnosť boli pre mňa kľúčové slová pri tvorbe tohto písma. Ručným písaním štetcovou fixkou som hľadala novotvary – znaky napísané jedným ťahom. Ideou boli dva rezy na vyjadrenie zmeny nálady počas pitia kávy z horizontálnej na vertikálnu.

Róbert Púček

Badbite

Základný charakter písma Badbite tvoria predkusy. Pri verzálkach narábajú s invertovaným negatívnym priestorom a narúša sa tak ich stabilita. Obsahuje štylistické súbory, ktoré nahrádzajú formy znakov a zlepšujú tak spacing v kolíznych situáciách. Písmo vzniklo v rámci mojej psychohygieny a pre moje potešenie.



When Life Is At Stake In Fashion

Interview with Mária Štranecková

Author Mila Burčíková

Mária Štranecková (1977) is a designer and pedagogue whose work in the field of sustainable fashion was first awarded by the professional public in 2007 with the title of Top Styl Designer at the Brno Styl Kabo trade fair. She currently combines work under her brand Mayamay with the position of a teacher and lecturer at the French fashion business school MOD'SPE Central Europe in Bratislava. Almost fifteen years since its first award, her collection Natural Mode received the Main Award in the Slovak Design Award 2021 — Product Design, in the Fashion & Lifestyle category. Shortly before, Mária Štranecková received an invitation to a panel discussion organised by the British Embassy in Bratislava in cooperation with the British Department of International Trade on the occasion of the upcoming UN Climate Change Conference (COP 26) in Glasgow. At the event, the interview author who represented the Center for Sustainable Fashion, London College of Fashion, also met Mária Štranecková. Their shared interest in the relationship between sustainable fashion and everyday life prompts many topics; they agree that the discussion about sustainable fashion in Slovakia needs to be elevated to a new, fundamental, and critical level, but most importantly, practice.

You have been awarded the Slovak Design Award 2021 — Product Design in the Fashion & Lifestyle category for the Natural Mode collection. What does its name reveal? How did this collection come about? What is its greatest potential, and how did its design process differ from the usual work on collections where nature isn't at the centre of attention?

↓

The name Natural Mode means inspired by nature and natural materials, but mainly it's also the "mode" of normalcy, naturalness and deceleration. It's a natural and

unstudied luxury for everyday life. The collection emerged gradually; in its design, I'm interested in design as such, body shaping, the essence of clothing, and its functions for a particular wearer. The wool and linen part of the collection, using natural colours and the application of embroidery, was created during my short activity at The Centre for Folk Art Production (ÚLUV). Both the precision of craft and quality materials are today's currencies in the success of clothing design, and that's where I've found suitable conditions for interconnecting current themes and phenomena of sustainability in fashion — timeless design, tradition, relationship to nature, and values. That's how both the collection and concept of the exhibition *About Fashion in Natural Mode* emerged in the premises of ÚLUV's Design Studio (2019/2020) in Bratislava. Since I follow and support the work of the upcoming generation of young designers from a curatorial position, I invited to the exhibition fresh graduates of the Academy of Fine Arts in Bratislava with their interesting projects. Together with the original stance of slow design by the group I'm Not a Robot and the visionary project of Eva Husárová with her new biodegradable material made of poppy.

During my residency at the MuseumsQuartier Q21 in Vienna in 2020, I then reworked the collection into new materials, and in details, I supported functionality and variability. The collection presented at MQ Vienna Fashion Week 2020 represents sustainability in all its phases: starting with the choice of material, timeless lines with unique details of sidelong cut sleeves to the finishing details. The variable women's dresses and coats were designed using original zero-waste patterns. The patterns and workflows are now in the process of patenting.

Knowledge is Sometimes More of a Value Than a Product

Interview with Anton Bendis

Author Silvia Bárdová

Anton Bendis (1965) studied design at the Faculty of Mechanical Engineering of the Slovak University of Technology in Bratislava (1983-1988). His interest in aviation and aircraft design took him to design, also reflecting his focus on technically demanding and complex design tasks. After graduating, he worked as a member of Mr. Design design studio. He later worked with Bjorn Kierulf on industrial design projects and commissions under the Bendis & Kierulf brand. He currently works as a freelance designer and focuses primarily on projects with the potential to bring new value and solve specific human problems. He has had several successful implementations covering a wide range of products in cooperation with companies and manufacturers from Slovakia, Europe, and Asia.

In today's design world, alongside original design, user-oriented design, design with lowercase "d", and the necessity for designer's responsibility and ethics are gaining more and more prominence. Anton Bendis has already embodied these principles in the Slovak design scene for several decades. He aims to make the product a matter of course, and for him, it's enough to make life easier for a person — it solves the problem. Bendis does not have time to promote his authorship; in the meantime, other interesting problems land on his desk. Despite or thanks to it, his designs have become a reality in millions of pieces produced; from Banská Štiavnica, he cooperates with the whole world. His products have been awarded the Slovak Design Award several times — the first time in 1995. In the Slovak Design Award 2021 — Product Design, he received special recognition for his contribution in the field of digital tools for the product Crayonic KeyVault.



You have received special recognition in the Slovak Design Award 2021 — Product Design for your contribution to the field of digital tools. Could you describe the product in more detail? What was specific about working on this project, and what was the main challenge in developing this product?

↓
It was specific in the fact that such a product doesn't exist yet. There are similar devices, but they do not offer such a combination of technological features and user benefits as this product. It is evident since it's relatively difficult to describe or compare it to something else. Crayonic KeyVault is a kind of physical key to the digital world. The Crayonic company sometimes compares its product to a car key. Just as you can unlock your car with one touch, with KeyVault, you can easily unlock your work computer, confirm a bank transfer, or access a database of sensitive patient data. Login is multilevel and yet without passwords. Fingerprint or voice biometrics and advanced cryptography are used to verify its user's identity. Everything runs in a small elegant metal key that doesn't connect to the Internet and is thus resistant to attacks from the outside.

Crayonic KeyVault is not intended for an average user who prefers and trusts his mobile phone without limits. The target group is users with high access rights to sensitive information systems on which cyber-attacks are targeted. The need to protect the digital identity of these people is extremely important, as its theft and misuse (e.g. by breaking a weak password) lead to enormous damage.

Michal Tornyai: When Designing Books, I Like Setting Up Challenges

Author Barbora Krejčová

Michal Tornyai (1980) is a type designer, typographer, pedagogue, and graphic designer interested in printing. He studied alternately in Slovakia and New Zealand (Josef Vydra School of Applied Arts, 1995-1996, Birkenhead College, Auckland, 1996-1998, UNITEC – Institute of Technology, Auckland, 1998-1999, and Academy of Fine Arts, 2000-2006). With the brand Risomat (2015-2019), he popularised among Slovak designers and artists the then little-known risograph printing technology. He is currently the chief designer of the association Čierne diery, which deals with the education about forgotten and long-overlooked Slovak architecture — from abandoned factories, spas, and mines to 20th-century architecture — modernist architecture or socialist buildings and localities. The graphics published by Čierne diery in collaboration with artists and designers are very popular. In 2020, 189 of all graphics by the association (all published so far) became part of the collections of the Slovak National Gallery, while all other works published later are gradually added to them. Many people began to collect these graphics actively, and they've become an important part of the association's educational activities. As theorist Nina Gažovičová writes in her essay, Čierne diery "have filled a new category on the Slovak art market — collaborative collecting". It is right the publishing of graphics itself that Michal Tornyai and Martin Lipták, the founder of Čierne diery, oversee for the association. As a designer, Michal also adds visuals to numerous publications: Čierne diery I. and II., Stratená Bratislava, Sochy Piešťan, catalog for the exhibition 189 graphics, zines Železničné vodojemy Slovenska and Čierne diery #1, #2, #3. He designed his own fonts for several of them (Diery, Socha, Grunt). The best-known book of this association,

Čierne diery. Priemyselné pamiatky a zabudnuté miesta Slovenska won the Slovak Design Award 2020 — Communication Design in the Books and Publications category and the Tatra Bank Foundation Award for Art in 2019. Michal says that he likes setting up challenges with each book.

Currently, risograph is a relatively well-known technology, at least among designers. But it certainly wasn't the case when you founded Risomat. How did it all start?

↓
Ondrej Gavaldá showed us the risograph on the Internet for the first time. We were very interested in it and began looking for some machines. The risograph from the official supplier in Slovakia was expensive for us. Later we managed to buy an old machine in Turčianske Teplice. However, it only had two press cylinders, so we needed to get more. We managed to bring four cylinders from Australia thanks to an acquaintance who was just going to study there. We created Risomat as a separate project with our own visual identity and began looking for ways to promote this technology.

What makes this technology interesting for current production?

↓
It is a relatively old printing technique that spread to the world in the eighties. They were the machines that could print large volumes quickly at low cost — essentially a competition to Xerox. Risographs were also used in Slovakia — for example, by various state authorities. The risograph itself works on the principle of screen printing. Digital data is sent to the machine, and it punches it into thin paper stretched on a screen based on the laser settings. The screen then acts as a template. Nowadays, the risograph's great advantage is that it is ecological.

Janus Faces of Jiří Pelcl

Author Zdeno Kolesár

The curator of Pelcl's monographic exhibition at the Moravian Gallery in Brno, Adam Štěch, edited a more than 240-page catalogue with texts by several authors which provides all the important information about this prominent figure in design, design pedagogy and theory. Its character is of a narrative monograph explaining the chronology of Pelcl's widely various activities. The dominant part follows the exhibition's composition with a horizontal division of design work according to the materials used.

Individual exhibition sections focused on wood, metal, glass, porcelain, plastic, textiles, leather, and paper are accompanied by material banks allowing the visitor to confront the materials' visual side with their characteristic properties, especially haptic qualities. To some extent, the curator thus succeeded in eliminating the basic paradox of design production museum presentation, which is limited to visual perception. The complex aesthetic situation of design reception arises only in the user's contact with the material.

Jiří Pelcl entered the design scene as a graduate of the Prague Academy of Arts, Architecture and Design when depression after the vanished hopes of 1968 and the subsequent normalisation lethargy was added to the lukewarm support of design characteristic for the period of communist power. For most companies in the non-market environment of monopoly producers, design was just an unpleasant and tolerated appendix of production activity. At the beginning of his professional career, Jiří Pelcl collaborated mainly with Slovak large furniture manufacturers Nový Domov in Spišská Nová Ves and Drevoindustria Žilina (some designs can be seen in the catalogue, but they have probably not been preserved for the exhibition presentation). His optimism was encouraged by successes and positive feedback at furniture fairs and exhibitions, appreciating the ability to combine practical functionality with ergo-



nomics and attractive form. However, it turned out that the exhibition presentation was not a prelude to serial production, but a Potemkin village that presented innovation potential, but without subsequent production realisation. Technological and material limitations, poor quality work and a reluctance to change anything in the products, which were still in short supply, eventually brought Jiří Pelcl's resignation. He was not interested in working in an environment where design became a platonic profession without a real impact on manufacturing.

In the half-century of Jiří Pelcl's work in the field of design, one can see continuity, but also meanders and surprising turns. The design history was aware of two camps divided by a relatively clear border: On the one hand, there were strict rationalists focused on mass industrial production; on the other, romanticists connected to traditional materials and production methods — for some, the ornament was a crime; the others, on the contrary, used emotionally decorated forms. In Jiří Pelcl, however, one can see a designer's prototype for the 21st century sovereignly going beyond such defined boundaries. Renowned design theorist Jonathan Woodham described him at the Brighton exhibition as a designer of two complementary faces — visionary and realistic. Based on Pelcl's retrospective, we can state that this is a complementarity creating a unity in which Janus's faces are looking at opposite sides are firmly connected by design thinking, reflecting the complexity of today's world.

Contemporary Slovak Book Design in Slovak Design Museum's Collections

Author Gabriela Ondříšáková

In addition to artefacts of significant historical value, contemporary works, which in most cases are donated to us by designers, producers, and publishers, are also being added to the collection of the Slovak Design Museum. Thanks to them, individual specialised collections of Slovak 21st-century design are gradually forming in the museum. Probably its most numerous part consists of the traditional medium — book.

Its typographic, graphic, pictorial and material design is especially interesting for our museum. In recent years, book design has enjoyed a high level and popularity in Slovakia. More and more publishers realise the importance of the visual solution of a book publication — a well-designed text making up is much more comfortable for the human eye when reading than the below-average typesetting. Publishers such as Artforum, KK Bagala, and Slovart, which regularly invite the best Slovak graphic designers to collaborate, have maintained a very good level of book design since their establishment thirty years ago. Several younger book publishers, such as the Absynt reportage publishing house and the Inaque publishing house, have followed this tradition. Children's literature and the so-called picture books are also booming. In recent years, several small publishers emerged specialising in this target group and genre, such as Egřeř, E.J. Publishing and Monokel — they give space to many young graphic designers and illustrators. In the cultural sector, too — whether it is public institutions (for example, the Theatre Institute, the Slovak National Gallery, or The Centre for Information on Literature), civic associations or the independent scene, several visually appealing professional publications are

published every year at a high design and typographic level. The design museum's collections already contain a diverse range of books of every genre published over the last decade by established book designers.

Sense Versus Sensibility²: Zlín Industrial Design 1959–1992

Author Vít Jakubiček

Sense Versus Sensibility²: Zlín Industrial Design 1959–1992 is the second exhibition prepared by the Tomas Bata University in Zlín and the National Technical Museum in Prague. Chronologically, it is a direct follow-up to the 2019 exhibition Sense Versus Sensibility devoted to events in the field of industrial design between 1918 and 1958 in Zlín and beyond the region. The first of this series of exhibitions focused on the penetration of the Bata company into the field of mechanical engineering in the interwar period, the activities of the School of Art in Zlín in the 1940s, the personality of Vincent Makovský (1900–1966) and his pupil Zdeněk Kovář (1917–2004) who laid the educational foundations of industrial designers in Zlín, as well as the later cooperation of Zlín designers with the Tatra car manufacturer of Kopřivnice. The continuity of these two exhibitions follows the conclusion of the previous and the imaginary starting point of the present by drawing attention to the successful participation of Zlín designers at EXPO 58 in Brussels. Winning several Grand Prix confirmed the high level that Zlín design reached in its twenty-year history. The recently concluded exhibition is dedicated to further expansion, especially the establishment and development of a specialised university workshop focused on shaping machines and tools, headed by the designer, sculptor, and pedagogue Zdeněk Kovář. It aims to reflect on the history of Zlín's industrial design until 1992. It focuses on the design of technical departments in Zlín (Gottwaldov)



and its wider surroundings. Also, it seeks to critically evaluate the importance of the Studio (or Department) of machine and tool shaping both for everyday visual culture and the whole Czechoslovak industry. As in the first part of the exhibition series, visitors now also had the opportunity not only to read the accompanying critical catalogue or view the digitised exhibition via a mobile phone application but use the features of augmented reality, too — by a virtual curator accompanying the audience through the installation. An AR “hologram” of the architect, designer, and pedagogue František Chrák was also available to them, with whom it was possible to have a dialogue through a series of questions.

Immediately after November 1989, Zdeněk Kovář became an undesirable person in the eyes of students and some teachers, and he was immediately deprived of his duties and employment. Continuity and, at the same time, a new direction in Zlín’s design education is represented in the work of his student and assistant Pavel Škarka (1942-2014) in the position of head of the transformed Department of Design. Newly established studios are starting to compete with its hitherto monopoly position during the “university boom”. Even here “Kovář’s pupils” also dominated the positions of teachers: Zdeněk Zdařil, Ján Zamazal (1944), František Burián (1948), Miroslav Zvonek (1955), Ladislav Křenek (1962), later Ivan Linhart, František Pelikán; Alexius Appl also renewed his pedagogical activity. And students with their first professional design experience soon began to appear. The Brno-based Design Center of the Czech Republic also played an important role in the new direction of Czech design after November 1989, and a certain continuity was ensured, especially thanks to the continuing competition Excellent Product of The Year.

The pedagogical methods of the Zlín studio of the Academy of Arts, Architecture and Design in Prague have been significantly reflected in the design profile in Slovakia. Several of its prominent personalities were being formed during Zdeněk Kovář’s tenure at the School of Applied Arts in Uherské Hradiště.

The First Decade of the 21st Century and The Arrival of New Generation

Text by Dana Lapšanská

The Slovak fashion industry in the first decade of the 21st-century was already fully experiencing the effects of developments in the world, such as ever-increasing globalisation, the advent of fast fashion, and the recession brought by the financial crisis. On the other hand, our Slovak developments were also significantly affected. As a result of privatisation and restructuring of the textile and clothing companies, whose transformation took place in the nineties, many of our production capacities disappeared in this decade. According to Report on the State and Potential of Creative Industries in Slovakia, “Between 2004 and 2007, textile production, especially clothing, belonged to strong employers; after 2007, the share of such production in employment fell sharply — by 5,8%. The demise of domestic textile production also shuddered clothing companies.”

In the first decade of the 21st century, the construction of large shopping centres began in Slovakia. Large multinational retail brands arrived here; they brought fast, affordable fashion and globally sophisticated marketing. In addition to a wide range of fashion, especially in the segments of cheap and fast fashion and globally established ready-to-wear brands, visitors had access to restaurants, multiplex cinemas, fitness centres and other leisure opportunities in shopping malls, thus creating completely new habits among the public. Shopping for fashion in shopping malls, especially in larger cities, has become part of a certain change in lifestyle, which has become significantly consuming and experiential. In addition, the luxury fashion of renowned and long-established global brands began to reach us at that time.

In this decade, there was also a large increase in fashion presentations in Slovakia in the form of fashion shows. Shopping malls showed the latest fashion trends in the shopping malls to motivate the shopping public to buy them. Along with these purely commercial fashion shows, fashion gradually became, unfortunately, also a part of Slovak show business. Several projects were created in which presenters, actresses, athletes, and other “famous” personalities appeared on the catwalks next to the models and showed off themselves rather than fashion. The media outputs from these events were not about fashion — they covered who appeared on the catwalk and who sat in the front row; they lacked any critical reflection. Such media devaluation of fashion design, especially in the tabloids, but not only in them, persists and, unfortunately, confirms the fact that there is no professional reflection on fashion design in our media.

As part of the dissemination of information about fashion, the number of women’s and lifestyle magazines and regular fashion sections in them has increased during the decade. Such an increase in interest in style in the print media confirmed new professions such as stylists, hairstylists, make-up artists, and fashion photographers, especially the new generation of fashion photographers, who took full advantage of this fashion boom in Slovakia. At that time, some exceptional editorials were created, especially in women’s and lifestyle magazines, by photographers such as Jakub Klimo, Braňo Šimončík, Jakub Gulyás, and also Lukáš Kimlička, and great stylings made by Sandra Žigová and later also Zuzana Kanisová.

Design Thinking and Service Design in Slovakia

Author Henrieta Gábrišová

In addition to many professional texts, I was inspired by an article by young graduates of the Department of Information Studies and Librarianship, Faculty of Arts, Masaryk University in Brno, Pavla Minaříková and Roman Novotný titled Who needs library service design? while writing this contribution. From my own experience working in several cultural institutions in Slovakia, I know that designing a new service or striving to innovate services and processes is rather difficult and problematic to accept and implement in these, by their nature, conservative institutions. That is why I always follow the initiatives and research of colleagues abroad who are trying to use new methods in designing the services of institutions serving the public. In this article, I want to focus on inspiring Czech and Slovak publications and projects and see how museums, galleries, and libraries react to these trends.

Do memory and fund institutions need service design?

How do we currently perceive these cultural institutions about which we have common prejudices? We usually imagine them as a space where librarians care for books and museum and gallery workers care for museum exhibits. Today, however, we have seen these cultural institutions and gradually perceive them differently — as public institutions providing services. Libraries, museums, and galleries alike serve the state as places where knowledge is spread and shared, as well as the sites which protect a nation’s cultural heritage. However, according to the statistics of the Ministry of Culture of the Slovak Republic, the number of users and visitors, especially younger ones, has been gradually decreasing in Slovak memory and fund institutions in recent years, even in the period before the pandemic began. Institutions, especially in neighbouring countries, take this as a warning



and challenge. They are trying to face this fact. By identifying user groups (which exceeds demographic characteristics) and their needs, they are trying to design new services that will be used and needed. Experience from abroad shows that the tasks of these memory and fund institutions can go far beyond the traditional horizon symbolised by the myth of book “rentals” or the depository of museum exhibits. Today, libraries are not only community spaces, but they include, e.g. maker spaces — workshops with a 3D printer or milling machine (in the DeLaMare Science and Technology Library at the University of Nevada in Reno, USA) and recording studios (City Library in Nuremberg). Galleries and museums are undergoing a similar transformation. What else can these institutions do to meet their challenges and the change they face? Can design thinking help them?

Design thinking is a process that allows anyone, even without education in design, to explore problems and creatively answer questions such as How can we do better? or How could we ... ? That's also why people today use design thinking across disciplines. However, it is necessary to understand what this term covers. According to Marc Stickdorn, design thinking is not just a process or way of thinking, but a complex concept that includes a set of tools, methods of interdisciplinary flow, i.e. the transfer of information between disciplines, or even a managerial approach to the functioning of an organisation. It is popular in the commercial sphere, but it is also used to solve problems and tasks in the sphere of public services. It is often discussed, which may even lead to the impression that it already belongs to the so-called buzzwords beyond Slovakia, at least. At the same time, we should note that it is not easy to find a single definition or even several “similar” or overlapping ones. On the contrary, in defining design thinking and service design, we encounter several problems. We meet with different interpretations of both concepts in both the academic and commercial areas.

Do We Trust Our Decisions? Psychology of objects

Author Jana Potiron

The desire to control the environment stems from human nature — having control over ongoing phenomena gives us a sense of security. Everyone enters into an interaction with an object differently. We are influenced by our mental experience, motivation, previous experience. Daily, we have to make decisions affecting our functioning at the level of interpersonal relationships and our relationships with the material environment. To decide means considering the options offered and selecting the most suitable alternative in the situation and environment in which we find ourselves. Trust in one's own decisions is crucial for both parties in the designer-user relationship. However, users do not design or create things, so it is important to look at decision-making processes from their perspective.

Decisions under control

Concerning objects, we subordinate choice to our personality to satisfy our needs or the group's needs. “For a person, choosing means having things under control.” This desire is encoded in us because controlling the environment increases the likelihood of our survival. In their work, designers always take the needs of a certain target group or individual into account. Their work serves not only end-users but also provides means of creative self-realisation. When producing custom designs, they usually present customers with several proposals: the shape of furniture, different interior layouts, or material and colour variations. They allow them to compare, evaluate and choose a suitable alternative. By submitting only one proposal, they would deprive them of the opportunity to decide and thus to accept somebody else's opinion. Customers could get the impression of having no control over their own decisions.

On the contrary, many provided proposals could spark a feeling that

designers themselves have doubts, and it could cause uncertainty and distrust. As a result, they don't choose at all. Therefore, it is important for designers to understand how people think and to know the reasons for their decisions.

Random encounters

People are guided by current requirements when choosing the items they plan to use. There are several reasons why they look for certain products. It may be related to the fulfilment of practical requirements, ensuring the functionality of the interior or the need for ownership. Sometimes it's just a random encounter with a product that arouses our curiosity. Based on the presentation of things, we form opinions of their external appearance and imagine their use. Daniel Kahneman, a professor of psychology and pioneer in human decision-making, uses the representativeness heuristic. A positive reaction to things is often influenced by their attractive visual side alone. We assume we have logically considered all aspects before making our decision. The fact is that a process resulting in a positive or negative reaction to a perceived product often takes place outside of our conscious thinking. Based on lasting impressions and feelings, it helps with quick choices; this process is a source of explicit opinions and intentional decisions in a deliberate system. The affective or emotional system produces impressions that become our opinions, later decisions, and ultimately actions. Cognitive designer and scientist Donald A. Norman explains the concept of the affective system in the book *Emotional Design* and gives it an important role in decision-making, as it selects perceived stimuli and classifies them according to categories that take our aesthetic demands into account.

Type of the Issue

Author editors

Designum magazine has been providing space for presenting new typefaces created in Slovakia in recent years. We intend to present the typefaces and mediate their application in practice through the use in the headlines of individual contributions. This year, to maintain a certain continuity, we are returning to the student typefaces created at the Academy of Fine Arts in Bratislava in the Typolab Studio under the pedagogical tutelage of Michal Tornyai and Palo Bálik. Although many of the student typefaces presented were supported by teaching in a shared studio, their diversity results from individual approaches in thematic and technical design. In this issue we present the typefaces by Simona Császárová (Herba), Miriam Polacsek (Mood Vertical), Róbert Púček (Badbite).



To, čo je dnes víziou,
môže byť zajtra dedičstvom

Boli sme partnerom našim klientom,
keď sa z ich vízie zrodila hodnota pre budúce generácie.

www.jtbanka.sk

J&T BANKA
EXPERT
NA INVESTÍCIE

designum

časopis o dizajne / design magazine
vychádza 4-krát ročne / a quarterly
číslo / number 01
rok / year 2022
ročník / volume XXVIII
cena / price 3,40 €

vydáva / published by

Slovenské centrum dizajnu /
Slovak Design Centre
Jakubovo nám. 12, 814 99 Bratislava
Slovak Republic
IČO 00 699 993
tel.: + 421 2 204 77 319
www.scd.sk

Slovenské centrum dizajnu je
štátnou príspevkovou organizáciou
zriadenou Ministerstvom
kultúry Slovenskej republiky.

dátum vydania / date of publishing

Marec 2022

vedúca redaktorka / editor-in-chief

Jana Oravcová, jana.oravcova@scd.sk

jazyková redakcia / proof reader

Marta Bábiková

jazykový preklad / translation

Katarína Kasalová

redakčný kruh / editorial cooperators

Palo Bálik, Peter Biľak (Holandsko),
Zdeno Kolesár, Zuzana Labudová,
Jan Michl (Nórsko)
a Jiří Pelcl (Česká republika)

layout

Matúš Lelovský, Juraj Blaško

grafická úprava, zalomenie / graphic design and layout

Matúš Lelovský

obálka / cover

Stratená Bratislava.
Čierne diery, 2019/2020.
Dizajn, písmo a tlač Michal Tornyai.
Foto: Nora a Jakub Čaprnkovci

písmo / typeface

Akkurat, Comenia Serif,
Badbite, Herba, Mood vertical

papier / paper

Claro Bulk 135g
obálka / cover:
Conqueror Laid
Diamond White 220 g/m²

predplatné a inzercia / subscription

Slovenské centrum dizajnu /
Slovak Design Centre – Designum,
Jakubovo nám. 12
P.O.BOX 131, 814 99 Bratislava
Slovak Republic
tel.: +421 2 204 77 319
predplatne@scd.sk

voľný predaj

v stánkoch distribučnej
spoločnosti Mediaprint Kapa
v kníkupectvách a galériách
v Bratislave

Satelit SCD, Artforum, Slovenská
národná galéria, Martinus,
Slávica, vPRIESTORE

v kníkupectvách a galériách mimo Bratislavu

Artforum v Žiline a Košiciach

distribúcia / distribution

L.K. Permanent, s.r.o.,
P.O. Box 4, 834 14 Bratislava
tel.: +421 2 4445 3711
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.

Pri používaní obrázkov vydavateľ
rešpektuje práva dotknutých
osôb. V prípade, že neúmyselne
dôjde k omylu pri ich identifikácii,
uvítame dodatočné informácie
o majiteľoch autorských práv.

@ copyright

SCD, ISSN 1335-034x
Registrované MK SR č.2941/09

sídlo redakcie / headquarter

Slovenské centrum dizajnu /
Slovak Design Centre – Designum
Jakubovo nám. 12
814 99 Bratislava
Slovak Republic
tel.: + 421 2 204 77 319
www.scd.sk

tlač / printing

Ultra Print, s.r.o.



MINISTERSTVO
KULTÚRY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



CALA®
WINDOWS DECOR

Špičkové dekoratívne okenné fólie v množstve originálnych dizajnov, harmonických farebných odtieňov a povrchových úprav.

- + pôsobí ako ochrana súkromia a vizuálne dotvára priestor
- + nákladovo efektívne riešenie



**62 originálnych
dizajnov a farieb**



antalis ^{EM}
Just ask Antalis

scd.sk

Prihláste

svoj nápaditý dizajn do najprestížnejšej
dizajnerskej súťaže na Slovensku

Prihlasovanie bude prebiehať od 1. 4. do 15. 5.



Národná cena za komunikačný dizajn

20
22

Vyhlasovatelia:



Generálny reklamný
partner SCD:

J&T BANKA

Hlavný partner SCD:

antalis^{TEM}
Just ask Antalis

Hlavný mediálny
partner SCD:

designum

Partner NCD:

NOVÁ SCÉNA
DIVADLO