



designum

revue dizajnu 06/2005

cena za číslo 65,- Sk / Kč 5,- Eur





Predajňa Brik-interiér štúdio Bratislava
Otvorené: po-pia 9.00-19.00, so 9.00-14.00

Predajňa Brik-interiér štúdio Kremnica
Otvorené: po-pia 8.00-18.00, so 9.00-14.00

- Brik-interiér štúdio, Dunajská 54, Bratislava, Tel./Fax: +421/2/52920788, e-mail: brik@ba.telecom.sk
- Brik-interiér studio, Senovážné nám. 23, Praha 1, Tel.: +420/224142666, Fax: +420/224142667, e-mail: brik.praha@volny.cz
- Brik-interiér štúdio, Dolná 101/74, Kremnica, Tel./Fax: +421/45/6742061, 6744062, e-mail: brik@brik.sk
- Brik-interiér studio, Andrassy u. 81, Budapešť, Tel.: +36/14610226, Fax: +36/14510225

• Autorizované predajne:

- INTERFORMA nábytok, Hlavná 49, Košice, Tel.: +421/55/6232436, Fax: +421/55/6232437 • D-Nábytok, M. Rázusa 1, Lučenec, Tel.: +421/47/433 1245, Fax: +421/47/4328003 • R-Interiér nábytok, Janošku 1925, Liptovský Mikuláš, Tel.: +421/44/5570812, Fax: +421/44/5570813 • Šuma-Sukri Kambovič, Levočská 7, Prešov, Tel./Fax: +421/51/7713093 • EURODESIGN, s.r.o., Hodžova 13, Zilina, Tel./Fax: +421/41/5643485 • Nábytok u Brucknera, Farská 17, Nitra, Tel.: +421/37/7419213, Fax: +421/37/6519890 • GEKO, Osloboditeľov 25/A, Martin, Tel.: +421/43/4309901-2, Fax: +421/43/4309903 • Centrum bývania - nábytok, Centrum I 1725, Dubnica nad Váhom, Tel.: +421/42/4450026-7, Fax: +421/42/4450028 • Doména nábytok a interiéry, Nám. sv. Anny 5, Trenčín, Tel.: +421/32/7446209, Fax: +421/32/7446210

- Interiér 3000, Kolárova 1114, Hradec Králové, Tel.: +420/495214766, Tel./Fax: +420/495214660 • A.M.O.S. DESIGN, Beethovenova 9, Brno, Tel.: +420/542212898, Fax: +420/542214439 • I. ART INTERIÉR s.r.o., tř.T. Bati 87, Zlín, Tel./Fax: +420/577221938-9 • I. ART INTERIÉR s.r.o. - Hanáckého pluku 10, Olomouc, Tel./Fax: +420/585234729, NO-BL Píseň CZ s.r.o., Kolárova 24, Píseň, Tel.: +420/377221135 • Studio Dolmen s.r.o., Plachého 25, Česká Budějovice, Tel.: +420/386355063, Fax: +420/386355062 • Nevos - Interiér s.r.o., Nádražní 344, Bludov, Tel./Fax: +420/583238884 • NÁBYTEK U SOUDU, Valdštejnská 381/6, Liberec, Tel./Fax: +420/485113078 • Jit Interiery, 28. října 277, Ostrava Havířky, Tel.: +420/596618992, Fax: +420/596624870 • VMT Interiér, Hrnčířská 4/13, Oštin nad Labem, Tel.: +420/475211051, Fax: +420/475200897 • INDESIGN s.r.o., K. Tomana 46, Hradec Králové, Tel.: +420/495512159, Fax: +420/495512793 • SPENA speciální nábytek s.r.o., Hybešova 18, Brno, Tel.: +420/543332565, Fax: +420/543332566 • Bexim spol. s.r.o., Čs. legií 1, Ostrava, Tel./Fax: +420/595136387

www.brik.sk

brik ■
interiér
štúdio

brik ■

2D3D workshop študentov produktového dizajnu
a fotografie VŠVU

Katarína Hubová, Adriena Pekárová, Viera Kleinová,
Zdeno Kolesár, Ágnes Schramm
Dizajn na Slovensku 1990 – 2005

Adriena Pekárová, Katarína Hubová, Silvia Lutherová
320 stoličiek a jeden sen o múzeu

Monika Miklášová
Made in Slovakia = Made in Doma

Milena Farkašová
London Design Festival

Ľubica Hustá
Ako uniknúť dizajnu

Ľubica Hustá
Spadla z oblakov

Viera Kleinová
f....king fashion

Jana Oravcová
Odvrátená strana módy

Margita Michlíková
Ďalšie ocenenia v celoštátnej súťaži dizajnu

Ľubica Hustá
Na konci s (od)dychom

Hal Foster
Abeceda súčasného umenia

Byť/etno/byť, Bookmark v Ljubljane, Slovenské centrum dizajnu
sa stalo členom BEDA, Odev ako prostriedok komunikácie,
Web tip: Hračky, hračky, Sprejer Banksy: Umenie a vandalizmus

02

Štart / Start

04

Výstava / Exhibition

24

14

16

18

20

22

Inbox / In Box

08

Reál / Real

10

Téma / Topic

28

Sentimental / Sentimental

32

Teória / Theory

34

Elixír / Elixir

English Summary



Milí čitatelia,

Je koniec roka a čas bilancovania. SCD má za sebou obdobie naplnené očakávaniami, úspechmi, sklamaniami a bojov o prežitie organizácie. Tie poznačili hlavne druhú polovicu roka, ktorá bola pracovne veľmi náročná. Organizovali sme súťaž a odovzdávanie cien Národnej ceny za dizajn, výstavu Dizajn na Slovensku 1990 – 2005. Sekcia umenia MK SR bez akejkoľvek predchádzajúcej diskusie nás 23. 9. postavila pred hotovú vec, že sa k 31. 12. 2005 ruší SCD. Neskôr išlo o transformáciu na neštátnu organizáciu. V médiách prebehla diskusia na tému SCD a získali sme od mnohých z vás podporu, ktorú si veľmi ceníme. Dostali sme desiatky kópií listov posielaných ministromi kultúry SR aj zo zahraničia. Za všetky vám ďakujeme. Do týchto dní nedostala rozšírená Rada dizajnu SCD, ktorej členovia sa zúčastnili stretnutia s ministrom kultúry SR pánom Františkom Tóthom, ani samotná inštitúcia písomné stanovisko k plánovanému zrušeniu.

Za pozitívne znamenie však je možné považovať, že sme mohli pripraviť kontrakt – plán aktivít na rok 2006.

Neúctu k dizajnu a k tomu, čo na Slovensku vzniklo za posledných 15 rokov, SU MK SR demonštrovala, žiaľ, aj svojou žiadosťou o trojnásobné prerušenie a demontáž výstavy Dizajn na Slovensku 1990 – 2005, ktorá bola inštalovaná v priestoroch Dvorany MK SR. Ako dôvod boli uvedené bližšie neurčené potreby MK SR. Exponáty sme chceli ochrániť pred neustálou manipuláciou a možným poškodením a preto sme sa rozhodli výstavu predčasne ukončiť.

Za veľký úspech považujeme záchranu skoro celého výrobného programu stoličiek, dnes už neexistujúcej fabriky Tatra nábytok Pravenec. Uvedomujeme si, že takáto inštitúcia, akou je SCD, je potrebná, a to stále viac. Stojíme však pred rozhodovaním, akým smerom sa bude ďalej vyvíjať. Aby sme ju správne nasmerovali, na to budeme potrebovať aj vás.

Katarína Hubová

◀ **Zvláštna cena ministra hospodárstva SR** bola v rámci NCD 2005 udelená slovenskému výrobcovi nábytku firme Brik, a.s., Kremnica za úspešné využívanie dizajnu.

2D3D



Ondrej Eliáš (dizajn), Martin Chocholátý (foto)



Študenti ateliéru produktového dizajnu a fotografie z VŠVU sa spojili, aby našli spoločnú reč na workshope mimo územia školy. Vycestovali koncom októbra na týždeň do Kremnice. Mesto a jeho okolie potom vytvorilo pozadie aj materiál na ich prácu.



Roman Ficek (dizajn), Annamária Kovaľová (foto)



Eva Stachurová (dizajn), Bronislava Štecherová (foto)



Vedúci workshopu Sylvia Jokelová a Filip Vančo zadali tému takto:

Pracovný tím si zvolí prostredie so špecifickou atmosférou, ktoré fotograf nafotí bez zásahu s dôrazom na zachytenie pôvodnej atmosféry prostredia. Úlohou dizajnéra je túto atmosféru podporiť, zmeniť, interpretovať, zrušiť akýmkoľvek zásahom. Fotograf potom zaznamená zmenu daného prostredia tak, aby bol zámer dizajnéra čo najčitateľnejší.

Cieľom workshopu bolo potom iniciovať vzájomnú spoluprácu dvoch rozdielnych a zdánlivo málo príbuzných odborov prostredníctvom spoločného zadania riešeného zmiešanými dvojicami (resp. malými skupinami). Zámerom bolo spoznávanie rôznych prístupov k riešeniu témy na báze vzájomnej interakcie 2D a 3D výstupov a živej komunikácie v rámci skupiny. O tom, že takéto netradičné spojenia vedia byť niekedy veľmi zaujímavé,

sa môžete presvedčiť z nasledujúceho výberu. Vznikli jemné zásahy tvorivých ľudí do krajiny či do mesta, ktoré žije svojím pomalým malomestským rytmom obklopené krajinou. Zásahy sú niekedy takmer neviditeľné, navyše chvíľkové, a predsa pre vnímavých ľudí prinášajú iný vizuálny zážitok. Dizajn a fotografia sa tak stretli, inak ako sme zvyknutí. Jedno médium preniká do druhého a vzájomne sa obohacujú.



Radovan Martinček (dizajn), Peter Ančič (foto)

Roman Ficek (dizajn),
Annamária Kovačová (foto)

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

Karol Weisslechner,

architekt a šperkár



áno

Potešili ma aktivity mladej generácie – napríklad akcia Čerstvý dizajn na trhu. Rozhľadnosť mladých dizajnérov a napojenie na európsku dizajnerskú scénu je pozitívnym signálom. Držím im palce.

nie

Naproti tomu ma vytočilo správanie ministerských úradníkov, ktorí sa rozhodli zrušiť Dizajncentrum – toľká krátkozrakosť a nekompetentnosť je až neuveriteľná!

Stanislav Stankoci,

grafický dizajnér, pedagóg



áno

Potešili ma úspechy študentov Katedry grafického dizajnu Vysokej školy výtvarných umení na niekoľkých významných domácich i medzinárodných súťažiach a projektoch, ktorých bolo za posledné tri mesiace naozaj dosť. Pretože k oceneniam študentov v Národnej cene za dizajn 2005 som sa už vyjadroval, významným úspechom boli aj vynikajúce umiestnenia študentov v medzinárodnej súťaži na logo International Visegrad Group ako aj nadácie krajín Višehradskej štvorky Visegrad Fund, kde obsadili prvé a tretie miesto.

Výbornú prácu odviadli aj v medzinárodnom projekte European Identity, do ktorého nás okrem ďalších európskych krajín vyzvala Česká rada pre zahraničné vzťahy, či v súťažnom projekte vypísanom Slovenským centrom dizajnu Imagine... Predstav si všetkých ľudí... Pred dvoma týždňami sa uzavrela súťaž na logo 2006 – Rok slovenskej hudby, ktorú organizovalo Hudobné centrum, kde zvíťazilo kvalitné a nápadité logo Michaely Chmelíčkovej.

Na tom všetkom ma teší skutočnosť, že sa presadila profesionálna kvalita študentskej práce vo všetkých spomenutých podujatiach.

nie

V týchto súvislostiach, keď mám radosť z práce študentov a ich úspechov, mi všetky destruktívne akcie niektorých úradníkov z ministerstva kultúry namierené proti Slovenskému centru dizajnu pripadajú ako zlý sen v krajine zla, z ktorého sa nedá zobudiť.



Dizajn na Slovensku 1990-2005 ■ Paradoxne v čase vyhrotených nálad medzi obcou slovenských dizajnérov a Ministerstvom kultúry SR v kauze zrušenia Slovenského centra dizajnu k 1. januáru 2006 sa vo Dvorane MK SR v Bratislave uskutočnili dve veľmi významné podujatia. V termíne 3. – 30. novembra 2005 výstava Dizajn na Slovensku 1990 – 2005, ktorá podľa tlačovej správy na internetovej stránke dizajncentra vo výbere kurátorov Kataríny Hubovej, Viery Klei-
novej, Zdena Kolesára a Adrieny Pekárovej „predstavuje to najzaujímavejšie, čo slovenský dizajn vyprodukoval v priebehu uplynulých 15 rokov“, a v deň otvorenia výstavy aj odovzdávanie cien laureátom prestížnej súťaže Národná cena za dizajn 2005. Na tomto mieste sa budeme venovať predovšetkým výstave Dizajn na Slovensku 1990 – 2005, i keď samotní autori koncepcie miestami prepojili oba vystavené celky, keď napr. medzi vystavené dizajnerské produkty včlenili aj v minulosti už ocenené diela.



Sekcia Dizajnérske vzdelávanie,
v popredí Čundrobežka,
dizajn **Martin Hartiník**, VŠVU,
ateliér industrial dizajnu, 2001

Dizajn na Slovensku 1990-2005

Firmy a dizajn, v popredí stoličky od Tatra
nábytkarne Martin, barová stolička,
Broňa Schraggeová, 2005, stolička celodrevená
Tatrax, dizajn PR +O studio, Taliansko, 2005



Pohľad do sekcie Firmy a dizajn,
kreslo Leticia, dizajn **Peter Mesiarik**,
výrobca Alnea Piešťany 2002,
komoda Vlňa, 1998, kreslo Krab, 2004
dizajn **Ivan Čobej**, výrobca Brik

V hlavnej a vo vedľajších výstavných sálach Dvorany MK sústredili kurátori vyše 120 prác od 70 profesionálnych dizajnérov a študentov 4 vysokých (Vysoká škola výtvarných umení v Bratislave, Slovenská technická univerzita v Bratislave, Technická univerzita v Košiciach, Technická univerzita vo Zvolene) a 4 stredných škôl (Škola úžitkového výtvarníctva Josefa Vydru v Bratislave, Škola úžitkového výtvarníctva v Kremnici, Stredná priemyselná škola drevárska v Spišskej Novej Vsi, Stredná súkromná umelecká škola v Bratislave). Exponáty boli podľa libreta autorov výstavy rozdelené do troch sekcií s podtitulmi Firmy a dizajn, Autorský dizajn a Dizajnérske vzdelávanie. Pre nezaujatého návštevníka bolo iste prekvapením, že úvod a možno i ťažisko výstavy tvorilo nepreberné množstvo študentských prác, ktoré boli síce svieže a plné fantázie a zaujali rôznymi aspektmi riešení, napr. racionálnym prístupom (Barbora Šutáková: Sedenie do čakárni, 2005), eleganciou (Tomáš Brichta: Fly design, 2003), vtípom (Martin Hartiník: Čundrobežka, 2001) či nostalgiou (Lucia Karpitová: Misky, 2002), ale predsa sú skôr budúcnosťou, než prítomnosťou, či dokonca najnovšou minulosťou slovenského dizajnu.

Zrejme účelom autorov výstavy bolo tých uplynulých 15 rokov slovenského dizajnu predstaviť vo všetkých sekciách. No ako vždy, aj tu by bolo vzhľadom na informáciu návštevníka osožnejšie uplatniť prísnejšiu selekciu a na výstave položiť dôraz na firmy a výrobky, tzv. autorský dizajn prezentovať len ako umelecký rámec a na niekoľkých vzorových študentských prácach predznať smerovanie slovenského dizajnu. Škoda, že pätnásťročná bilancia tohto odboru nebola zdokumentovaná katalógom, ale len skromnou textovou skladačkou. Zrejme však takýto počin by išiel nad rámec finančných možností SCD.

Pod výtvarno-priestorové riešenie a grafický dizajn výstavy sa podpísali grafik Juraj Sukop a architekti Aleš Šedivec a Tomáš Tokarčík.

Na záver predsa len aj malá poznámka k druhému podujatiu. Po prvýkrát bola v rámci NOC udelená aj zvláštna cena ministra kultúry pre osobnosť v oblasti dizajnu – akási cena za celoživotné dielo, ktorú dostal (nepřítomný) Ján Čalovka patriaci dnes už k nestorom tejto disciplíny. Žiaľ, jeho bohatá tvorba nedostala priestor na prezentáciu ani formou video-projekcie, či fotografickej dokumentácie. **x Ágnes Schramm**

Firmy a dizajn ■ Mnoho nových firiem, ktoré vznikali na začiatku 90. rokov, prekonal vývoj od tzv. „garážových dielní“ až po súčasne fungujúce priemyselné podniky. Ich zakladatelia a majitelia sa „za pochodu“ učili riadiť, vyrábať a rozširovať výrobu, hľadať odbyť a udržať konkurencieschopnosť svojich výrobkov. Tie, ktoré to zvládli, zistili význam dizajnu ako dôležitej súčasti komplexnej kvality produktu a dizajn používajú ako súčasť firemnej stratégie. Mnoho takýchto nových firiem sa objavilo v oblasti nábytkárskej výroby, ale vznikli aj neočakávané priemyselné odvetvia, kde sa uplatnil dizajn, ako napr. výroba ultraľahkých lietadiel, sortimentu pre outdoorové športy či špeciálnych prietokových ohrievačov. Tieto výroby obohatili štruktúru slovenského priemyslu a dali mu určité špecifiká. Okrem toho, že vyrábajú slovenský produkt, ktorý je konkurencieschopný, nezanedbateľný fakt je, že umožňujú prácu ľuďom tam, kde zanikli tradičné výroby. Nové firmy uprednostňujú spoluprácu s jedným dizajnérom, ktorý sa takto stáva špecialistom vo svojej oblasti a len zriedka sa objavuje snaha dať príležitosť novému dizajnérom. Objavili sa aj takéto pokusy, iniciované projektmi VŠVU. Pre mladých dizajnérov zostáva cesta k uplatneniu sa v praxi naďalej komplikovaná a bude vyžadovať sústredené a cielené úsilie.

Okrem úspešných pokusov však boli aj také, ktoré zostali na polceste, alebo len v plánoch a myšlienkach, ako napr. motorový rušeň z Martinskej mechatronickej (1997) či trojkolesové úžitkové vozidlo z Liazu Veľký Krtíš v roku (1995). Aj to patrí k histórii slovenského dizajnu.

Výstava sa snažila sústrediť najlepšie produkty, ktoré boli za posledných 15 rokov navrhnuté a vyrobené, a predstaviť dizajnérov, ktorí sa uplatnili v spolupráci s firmami. **x Katriína Hubová, Adriana Pekárová**

Moped, prototyp
pre HTC, dizajn
Stefan Klein, 2001,
outdoorové oblečenie
Liquidice
od Treksportu,
dizajn **Martin Suchaň**,
Erika Pussová,
Jana Prokopová, 2003



Autorský dizajn ■ Autorský, voľný, objektový, experimentálny, antidizajn, nový dizajn – to sú len niektoré z prívlastkov označujúcich heterogénnu skupinu tvorby, pre ktorú je poznávacím znamením pohyb mimo kontextu priemyselnej sériovej výroby. Ponúka otázku, či takto formulovanú tvorbu radiť pod pojem dizajn. Dôvodom, prečo tak urobiť, je v domácej situácii predovšetkým fakt, že potreba dizajnu a dizajnéra bola (a stále je) v priemyselnej sfére vnímaná marginálne – dizajnéri tak hľadali iné formy realizácie svojich návrhov. Zároveň sa k nám koncom 80. rokov dostávali odrazy medzinárodných tendencií, ktoré ponúkali zásadne nové pohľady na dizajn. Modernistický diktát padol a dizajn sa stáva nielen kultúrnou, ale aj významnou ekonomickou hodnotou. Postmoderné vplyvy sa u nás najskôr prejavili v tvorbe nábytkových solitérov, charakteristických dôrazom na individualitu, nonkonformitu a originalitu. Tak ako sa vo svete pojem dizajnu otvoril estetickým a komunikačným významom, aj a na domácej scéne sa začali objavovať rôzne

zafarbené interpretácie dizajnu – „skeptický“ dizajn Františka Buriana, „konceptuálny“ textilný dizajn Karola Pichlera, na remeslo zamerané návrhy Tibora Uhrína, Etely Lučovej-Mitrovej, Šimona Mišurdu či pomerne veľká skupina solitérneho nábytkového dizajnu, reprezentovaná najprv architektmi a neskôr vyškolenými dizajnérmi (J. Závodný, D. Mušecová, J. Gašparík, N. Šmondrk, P. Bohuš, M. Škripeň a i.). **x Viera Kleinová**

Dizajnérске vzdelávanie ■ V uplynulých 15 rokoch prešlo slovenské dizajnérске školstvo zásadnou reorganizáciou. Pribudli či výraznými premenami prešli dizajnérске oddelenia na štyroch vysokých školách: Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave, Fakulte architektúry Slovenskej technickej univerzity v Bratislave, Fakulte úžitkových umení Technickej univerzity v Košiciach a na Katedre dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov Technickej univerzity vo Zvolene. Rozvinula sa i výučba úžitkových výtvarných disciplín na stredných školách. Pozoruhodné výsledky

zaznamenali najmä Škola úžitkového výtvarníctva Josefa Vydru v Bratislave, Škola úžitkového výtvarníctva v Kremnici, Stredná priemyselná škola drevárska v Spišskej Novej Vsi a Stredná súkromná umelecká škola v Bratislave. Pred rokom 1989 zo všetkých slovenských škôl vychádzalo približne 20 rôzne zameraných dizajnérov, ktorých kvalifikácia bola neraz diskutabilná. Dnes len na vysokých školách ročne absolvuje 30-40 študentov špecializovaných na dizajn. Kvantitatívny rast sprevádza i vyššia kvalita odbornej prípravy. Mnohé práce slovenských študentov budia obdiv na zahraničných výstavách, získavajú ocenenia v prestížnych súťažiach. Kreativita mladých dizajnérov je pre Slovensko kapitálom, ktorý by budúcnosť mala zúročiť.

Sekcia Dizajnérске vzdelávanie zhromažďuje to najlepšie, čo na slovenských školách v uplynulých 15 rokoch vzniklo, hoci školy nemajú možnosť budovať archívy a mnohé práce sa medzičasom stratili či zničili. Viac priestoru majú práce nedávne. **x Zdeno Kolesár**



Dizajnérске vzdelávanie,
Lucia Mrvíková, Absurd, váza,
hodiny, svietidlo, 2005,
Roman Ficek, svietidlo UFO, 2005,
ateliér produkt dizajnu VŠVU



Dizajnerské vzdelávanie, Záhradné kreslo, **Michal Slovák**, 2004, TU Zvolen, katedra dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov, 2005



Dizajnerské vzdelávanie, Ambulantné kreslo, dizajn **Veronika Strečková**, TU Zvolen, katedra dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov, 2005

Ešte niekoľko poznámok k výstave ■ Koncept bol jasný – predstaví tri silné oblasti, v ktorých vzniká dizajn na Slovensku. Školy, výrobcov a ateliéry dizajnérov. Je to možno trochu naše špecifikum, ale odráža reálne podmienky. Chceli sme urobiť výstavu pracovnú, nevystavovať dizajn ako umelecké dielo, ale ako výsledok istých okolností, ktoré charakterizujú dobu – kreativita, ekonomika, spoločenský záujem. Snažili sme sa sústrediť všetko, čo podľa nás stojí za pozornosť a čo bolo, resp. je schopné vývoja. Chceli sme, aby to bolo stretnutie dizajnérov, študentov a výrobcov a príležitosť obzrieť sa za

obdobím posledných 15 rokov, ktoré má svoje zvláštnosti a stáva sa minulosťou. Našími spolupracovníkmi boli mladí začínajúci profesionáli, pre ktorých je nevyhnutné skúšať neoverené veci aj s vedomím rizika. Inštalácia s využitím neupraveného sadrokartónu sa ukázala málo odolná voči manipulácii a premiestňovaniu, ku ktorému nás donútil náš zriaďovateľ, keď sme museli upravovať priestor pre iné akcie, ktoré sa v priestore Dvorany organizovali počas výstavy, hoci o tom nebola ani zmienka v podpísanej dohode o prenájme priestoru. Je nám ľúto, že sme Ján Čalovku nemohli predstaviť verejnosti, ale roz-

hodnutie o udelení Zvláštnej ceny ministra kultúry SR tejto osobnosti sme dostali pár hodín pred vernisážou výstavy. Škoda. Uvedomovali sme si, že pripravujeme výstavu proti vôli nášho zriaďovateľa, ale chceli sme dodržať prísľub, ktorý sme odbornej verejnosti dali, aj keď to nebolo jednoduché. Sme radi, že sa výstava uskutočnila, že vyvolala diskusiu, názory a reakcie. Návštevnosť výstavy 1700 ľudí nás teší a zaväzuje. Dúfame, že katalóg výstavy, ktorý vyjde v roku 2006 s rozšírenými údajmi o profesionálnej scéne, sa dočká rovnakého záujmu odbornej verejnosti. **x AP**

Autorský dizajn, **Marek Škripeň**, Svietidlo, 2004, Kreslo Togo, 2004, Stolič PIPI, dizajn **Rasfo Turek**, 1998



Foto: Jana Hojstričová

Odvrátená strana módy (kreativita vs realita)



Foto: Jena Šimková

Mária Mutkovičová: kolekcia dámskych odevov jar – leto, 2002

Príbeh prvý



Študovala na Vysoké škole výtvarných umení v Bratislave na oddelení textilu. Neskôr pracovala v časopisoch *Móda* a *Dievča*. V roku 1993 si na podnet svojich príbuzných založila vlastnú firmu. O tom, ako sa výtvarníčka dokáže orientovať v konkurenčnom prostredí, reagovať na ponuku a dopyt siete obchodných domov, sme sa porozprávali s Máriou Mutkovičovou.

Vaša firma Lima dodávala dámske odevy, ktoré ste navrhli a realizovali, do obchodných reťazcov Tesco a Carrefour. Reálne dotyky s praxou vám priniesli nezabudnuteľnú skúsenosť. Ako sa to všetko začalo, prebiehalo a napokon aj skončilo? Má to svoj príbeh. Keď som si zakladala svoju firmu, vôbec som neuvažovala o tom, že by som si otvorila vlastný obchod. Považovala som to v tom čase za dosť nereálne. Tak sme začali pracovať pre obchodný dom Dunaj, kde sme dodávali menšie kolekcie. Neskôr, keď namiesto Prioru nastúpil K-mart, hľadali dodávateľov. Uspeli sme a začali dodávať najprv pre Slovensko a potom aj pre Čechy. Takže som sa musela naučiť orientovať v colných a vývozných „papieroch“. Medzitým sme sa z novín dozvedeli, že K-mart sa predal Tescu, ktoré začalo hľadať cestu v oblasti módy pre vlastnú sieť obchodných domov a neskôr hypermarketov. Mám pocit, že vzhľadom na ich preferenciu potrávi-

nového a textilného tovaru sa to dodnes ešte stále vyvíja, mení a strieda. Zo začiatku sme my aj ostatné firmy vyrábali pod svojou značkou. Neskôr prišla tendencia predávať pod jednotnými značkami podľa jednotlivých cenových kategórií. Značka, pod ktorou sme predávali my a ďalšie tri až štyri firmy – Ellen Wesley prezentovala najluxusnejšie odevy. Vzhľadom na to, že Tesco naďalej mení svoju obchodnú stratégiu, spoluprácu sme tento rok ukončili.

Ako sa vám pracovalo s takýmto „inštitúciami“, ako sú obchodné domy? Určite išlo o spoluprácu na pozadí kompromisov.

Kompromisy vznikali na strane dodávateľov. Zo začiatku to bolo pre nás, použijem silné slovo, pohodlné. V Prahe ako ústredí si vybrali naše modely, dohodli sa detaily a mohli sme vyrábať. Zdalo sa to veľmi jednoduché. Čo vyrobíme, predáme. Časom to bolo oveľa ťažšie. Hoci sme pracovali s relatívne drahšími látkami. Občas nastali problémy s ich kvalitou, termín dodávky nás však nepustil. Spolupráca bola čoraz komplikovanejšia. Všetko sa odvíjalo aj od nákupcov. V móde si treba uvedomiť jedno, a to platilo aj pre nich, zákazník je vlastne nevyspytateľný. Sledujete módné trendy a myslíte si, že tento výrobok sa bude určite predávať. Ale opak je pravdou. Iné sa predávalo v Čechách a niečo úplne iné na východnom Slovensku.

Zásobovali ste celé Slovensko a Čechy. Na akom pracovnom princípe funguje takáto firma?

Najzaujímavejšia z môjho pohľadu je postupnosť práce. Keď sa začínala nová sezóna, prišli zástupcovia firiem, ktoré vyrábajú látky. My sme si vybrali kupóny a začali sme vzorovať. S hotovými modelmi (alebo s hotovou kolekciou) som odišla do Prahy, kde sa spísala objednávka a mohla sa spúšťať výroba. Realizovala sa mimo Bratislavu. Z jedného modelu sa vyrábalo od sto do päťsto kusov. V týchto cenových reláciách sa viac ani nedalo. Čím bola cena vyššia, tým bola séria menšia. Napr. pre Carrefour to bola úplne iná cenová kategória aj iné materiály. Tam sme dodávali do šesťsto kusov jedného modelu. V Českej republike bola situácia trochu iná. Je tam silnejšia kúpyschopnosť, ale aj viac obchodných sietí.

Každá krajina si teda hľadala lokálnych dodávateľov. Dá sa povedať, že podporovala domácich výrobcov?

Teraz už nie. Zo začiatku to tak bolo. Okrem toho si každá obchodná sieť dovážala konfekciu zo západu. Boli to však drahé veci, u nás nepredajné. Preto začali viac spolupracovať s miestnymi dodávateľmi. Teraz je situácia opačná. Hoci sú to českí alebo slovenskí dodávateľia, väčšinu svojich výrobkov vyrábajú na východe.

Registrovali ste rozdiely medzi českým a slovenským trhom, resp. medzi Bratislavou a ostatnými regiónmi?

Keď boli úspešné výrobky, nehrala tam rolu ani cena, predávali sa rovnako dobre v Českej republike aj na Slovensku. Boli aj také, ktoré sa predávali lepšie v Čechách alebo zasa lepšie na Slovensku. Záviselo to aj od dezénu. Čo sa týka vidieka, tam išli vždy menšie série. V Bratislave a v Prahe neporovnateľne viac. Dalo sa to sledovať v počítači. Škoda, že tento systém nebol skôr, aby sme mohli monitorovať čísla a predajnosť konkrétnych výrobkov. Ale znovu sa vraciam k tomu, že všetko závisí od zákazníka. Obchodník si môže vybrať v danej kvalite, môže sa mu to páčiť, ale zákazník to nakoniec nekúpi.

A nikto nevie prečo. Na Slovensku ešte stále nevidím rozmanitosť v obliekaní. Je pravda, že na Západe je stále väčší výber. Každý obchod si drží svoj štýl. U nás stále cítim menšiu ponuku pre určitú vekovú kategóriu.

Jedna etapa vašej spolupráce sa uzavrela. Vo všeobecnosti sa zdá, že obchodná politika v oblasti odevného priemyslu sa výrazne zmenila. Nespeje toto všetko opäť k uniformite, presýtenosti trhu tým istým tovarom?

Zmenili sa obchodné podmienky. Drahé značky prestali dodávať do obchodných reťazcov, resp. iba v malých sériách. Obchodné siete majú svojich dodávateľov s lacnou módou, ktorí nadväzujú na spomínanú východnú produkciu veľkých firiem. Je pravda, že sortiment sa zme-

nil, zúžil. Podľa mňa je to dosť veľká chyba. Čím viac dodávateľov, tým väčšia rozmanitosť, pretože každý má svoj štýl. Bola to napr. móda pre pľnoštihle dámy, pre vysoké ženy. Každá žena si v Tesco mohla nájsť svoju značku. Je smutné, že textil, resp. firmy sa u nás ani nestačili vyvinúť, pretože to je zdĺhavý proces, a prišla „čínska“ vlna, ktorá to všetko zmietla. Je to zatiaľ len rok a stačilo, aby sa to takto prejavilo. Ako sa bude textil vyvíjať, netrúfam si predpovedať. Ja som sa však rozhodla pokračovať vo svojom programe, ponúkať malé série a modely. Východisko vidím v luxusnejšej a individuálnejšej móde pre ženy. Chceme robiť módu predovšetkým pre určitú vekovú kategóriu, pre ženy, ktoré majú dnes problémy kúpiť si na seba niečo konfekčné.

Príbeh druhý

Na začiatku stála idea skĺbenia tvorivého potenciálu študentov Vysokej školy výtvarných umení s výrobnou praxou v Makyte, a. s. Ideálny spôsob spolupráce využívajúci kreatívny potenciál študentov oddelenia odevného dizajnu v reálnych podmienkach. O tom, že aj úspešný projekt s celkom konkrétnymi výsledkami môže zamrznúť na polceste, hovorí náš ďalší príbeh, o ktorom sme sa porozprávali s vedúcou oddelenia odevného dizajnu VŠVU Júliou Sabovou.

Ako vlastne vznikla idea spolupráce vašich študentov na návrhoch kabátov pre Makytu?

Idea vznikla na základe našich dlhoročných kontaktov s Makytou, a. s. Spolu s jej riaditeľom pánom Ing. Vidomanom a kolegom Josefom Ľapfuchom z VŠUP Praha sme vymysleli spoločný projekt realizácie kabátov navrhnutých pre výrobné prostredie Makyty. Mojou predstavou bolo navrhnuť jeden reálny kabát, so všetkými technickými podmienkami, a jeden výtvarný,

inšpirujúci. Vybrali sme sa do Makyty a prezreli sme si celú prevádzku, aby sa študenti oboznámili, akým spôsobom funguje. Veľkoryso nám poskytli a dodali svoj materiál. V ďalšej fáze sme mali na pôde Makyty konzultácie. Pred záverom prác prišla k nám zástupkyňa, pani Ing. Šebová, aby sme sa vzájomne utvrdili o správnosti našich krokov. Hotové práce boli prezentované na konci letného semestra v rámci otvorených ateliérov a na módnej prehliadke. Pôvodne sa mala



Lenka Sršňová



Lenka Sršňová



Milota Krajínčáková



uskutočniť aj v Prahe, no českí študenti sa napokon do projektu nezapojili. Čo je však omnoho viac mrzutejšie, nepodarila sa zrealizovať druhá časť projektu, jeho výstup, ktorý spočíval v zapojení návrhov do výroby. Ako najväčší problém sa totiž ukázalo reálne vstúpiť do rozbehnutého výrobného procesu fabriky s niečím úplne novým a otáznym. Akoby sa výrobca bál zariskovať a investovať čas a prostriedky. Pre našich študentov bolo však pozitívne, cenné a poučné to, že sa „donútili“ zrealizovať perfektne vypracovaný kabát. Dokázali splniť všetky technické požiadavky a zároveň aj to, že dostali voľný materiál na všetky návrhy.

Aký osud teda čaká študentské kabáty v najbližšej budúcnosti?

Pred nedávnom sme mali verejnú módnú prehliadku v hoteli Devín v rámci prezentácie módného ateliéru Vogel. Myslím si, že je vhodné prezentovať kabáty pre určitú klientelu a prezentovať im nositeľnú módu. Dúfala som, že si Makyta vyberie aspoň niektoré z návrhov, idea projektu

však ostala na pol ceste. Lúto mi je študentov, ktorí privítali osobnú skúsenosť s reálnou prácou v odevnom priemysle veľmi pozitívne. Pracovali s obrovským entuziazmom, pretože nadobudli pocit istého zadosťučinenia zo strany výrobnej praxe a presvedčenie, že odevný priemysel má recipročne záujem o mladých návrhárov. V teoretickej forme sa naša spolupráca naplnila, zrealizovalo sa niekoľko návrhov pomerne náročnej témy, ktoré uzreli svetlo sveta. Niektorým z nich sa dostalo uznania. Kabáty študenta Petra Barényiho získali ocenenie v študentskej kategórii súťaže Národná cena za dizajn 2005.

Vidíte v spolupráci s Makytou perspektívny vývoj?

Uvažovali sme o spolupráci aj perspektívne. V projekte sme plánovali zavedenie novej značky, pod ktorou by sa predávala mladá móda. Myslím, že by to bolo pre Makytu, a. s., zaujímavé oživenie výrobného programu. Zatiaľ to ostalo všetko bez ohlasu.

Ďalšie ocenenia v celoštátnej súťaži dizajnu



**Národná
cena za dizajn 2005**

V novembri 2005 sa v divadle Astorka Korzo '90 odovzdávali najvyššie ocenenia v oblasti dizajnu na Slovensku – Národné ceny za dizajn. V Designum 5/2005 sme vám predstavili víťazov NCD 2005. V tomto čísle predstavujeme ďalších ocenených.



Slovník hrdinov gréckej mytológie

dizajn: **Štefan Andrejco**

škola: VŠVU Bratislava, pedagóg: Stanislav Stankoci

Antickou mytológiou (a mytológiou vôbec) sa zaoberám už veľmi dlho. Preto bolo akýmsi logickým krokom, že som si ju zvolil aj za tému svojej diplomovej práce.

Textovo som vychádzal z knihy Vojtecha Zamarovského „Hrdinovia antických báji“, ktorá sama má formu slovníka, čiže každá postava mýtov je samostatným heslom v knihe a pod týmto heslom je uvedený aj jej príbeh. Už pri čítaní tejto knihy som si ale uvedomoval, že takéto členenie človeku neznalému tematicky asi nepomôže dostatočne sa zorientovať medzi stovkami postáv a mien. Navrhol som teda niekoľko vylepšení. Prvým je vytvorenie tabuľky (alebo ako som ju nazval „orientačnej záložky“) pri každej postave, ktorá spĺňa funkciu kartotekčného lístka – obsahuje 29 motívov opakujúcich sa v gréckych mýtoch. Každý takýto motív je vlastne množinou obsahujúcou istý počet postáv. Napr. ak sa rozhodnem vyhľadať postavy súvisiace s Trójskou vojnou, podľa orientačnej záložky si ich ľahko nájdem a nemusím teda prečítať celú knihu (ako to bolo predtým), aby som vyselekoval len to, čo potrebujem nájsť. Orientačná záložka taktiež obsahuje meno postavy a trojicu symbolov, ktorá označuje povolanie/status každej postavy (či ide o pastiera, kráľa, bojovníka, boha, mýtickú obludu,...). Druhým vylepšením je to, že kniha nemá klasickú väzbu, ale pozostáva zo samostatných listov – každý list je jedna postava. Toto mi umožnilo každý list riešiť samostatne aj po farebnej stránke. Vytvoril som sedem farebných kombinácií, ktoré každému čitateľovi už pri prvom pohľade dajú prvotnú informáciu o tom, či bola daná postava bohom vôd, nebies, záhrobia, bežným človekom, atď. Tým, že sú listy neviazané, každá strana je samostatnou „brožúrkou“ a usporiadanie strán v knihe je ponechané na ľubovôľu čitateľa. Strany nemusia byť usporiadané abecedne, ale napríklad podľa farebnosti, alebo aj podľa opakujúcich sa motívov. Takýmto spôsobom som spracoval celkovo 261 postáv (zameral som sa len na grécku mytológiu, pretože aj s postavami mytológie rímskej by bol tento počet dvojnásobný). Kniha má úvod, ktorý je súčasne aj malým manuálom k jej používaniu. Slovník presahuje svojím obsahovým zložením rámec knihy-slovníka a má parametre knihy - kartotéky. Svojím obsahovým zložením a prehľadnou grafikou uľahčuje orientáciu v množstve postáv gréckych mýtov, nielen pre zasvätených ale aj pre laických nadšencov.

× Štefan Andrejco





 **Study in Slovakia – prezentačné materiály**
Dizajn: **Kreatívny tím Mr. Design**
Klient: Ministerstvo školstva SR

Súbor materiálov Study in Slovakia je určený na prezentáciu vysokých škôl na Slovensku na výstavách, kultúrnych a obchodných akciách a rokovaníach. Cieľovou skupinou sú záujemcovia o štúdium na slovenských vysokých školách, v prevažnej miere mladí ľudia od 18 do 30 rokov. Konceptia prezentácie vychádza z požiadaviek vytvorenia kvalitného, príťažlivého dizajnu a pútavého spracovania. Prednosťou je užívateľská prívetivosť, funkčnosť, ľahká orientácia a intuitívne ovládanie. Spôsob spracovania využíva transkultúrne špecifiká cieľových skupín. Univerzálnosť riešenia zohľadňuje rôznorodé podmienky prezentačných podujatí v rámci výstav resp. iných podujatí.

Celkové spracovanie vychádzalo z analýzy potrieb a predstáv cieľových skupín ako aj analytického rozboru prezentácií univerzít na vzdelávacích veľtrhoch a propagácii vzdelávania všeobecne. V rozhodovaní študenta zohráva rolu aj krajina v ktorej študuje, možnosti aké poskytuje. Značná časť je preto venovaná aj prezentácii Slovenska, jeho prírodných, kultúrnych, vedeckých možností. Nezanedbateľnú úlohu hrajú aj ekonomické podmienky štúdia, zhodnotenie možností poskytuje napr. interaktívna kalkulačka životných nákladov. Celkový zámer potom spočíval vo vytvorení vizuálne i obsahovo konzistentnej prezentácie vysokých škôl, miest v ktorých sídlia i Slovenska všeobecne. Jednotlivé prvky prezentácie boli vytvorené tak, aby vzájomne poskytovali nielen informácie ale i kvalitný zážitok a boli presvedčivou pozvánkou ku štúdiu na Slovensku. Prezentácia využíva rôzne médiá, vrátane interaktívneho CD ROM a www sídla www.studyin.sk.

✕ PhDr. Vladimír Burčík,
člen kreatívneho tímu Mr. Design

 **Pramená voda Rajec, kompletná identita produktu**
Dizajn: **Martin Turzík, Tomáš Nagy**
Klient: Kofola a.s., Krnov, ČR

Dizajn identity pramenitej vody Rajec spája v sebe prvky súčasného dizajnu a lokálne kultúrne špecifiká. Plne rešpektuje podmienky zadania súvisiace s géniom loci produktu, Rajec-kou dolinou. Pri riešení loga a etikiet sme vychádzali z miesta pôvodu produktu. Filozofia nášho prístupu k zadaniu spočívala vo vizuálnom zjednotení rôznorodých inšpiračných zdrojov vychádzajúcich z regiónu Rajec. Tvar fľaše je vlastne rozdelený na tri vizuálne odlišné časti, každá z nich je presne určená svojím tvarom a funkciou. Vrchná časť fľaše s príkrymi tvarmi tvorí ostrý kontrast k spodnej časti, tvorenej lahodnou konzistentnou krivkou. Ostré formy predstavujú hory (pohorie Malej Fatry) ako pôvod prameňa, ktorý plynulo steká spod nich do údolia (Rajeckej dolina). Do ostrého profilu vrchnej časti fľaše je premietnutý profil najväčšej dominanty daného miesta, vrchu Klak, ktorý sa v podobe štylizovaného logotypu objavuje aj reliéfne na fľaši a graficky na etikete ako prvok spoluprotvoriaci korporátnu identitu produktu. Kosoúhly tvar vrchnej časti fľaše ďalej vychádza aj z ornamentálnej výzdoby ľudovej architektúry v Čičmanoch, rovnako ako celok zdôrazňuje siluetu postavy miestnej ženy v ľudovom kroji. Vlnky v spodnej časti fľaše, ktoré sú aj súčasťou logotypu priamo odkazujú na charakter produktu.

Logo obsahuje vlastný názov výrobku. Pri jeho návrhu skĺbil tradičné so súčasným v zmysle upraveného tradičného písma s jednoduchým symbolom vody v podobe kriviek. Korporátne farby pozostávajú z modrej farby vody a striebornej farby, jej druhého skupenstva ľadu. Etikety pre viaceré formáty sú riešené v súlade s celkovou koncepciou, s minimálnym zapojením grafických prvkov a farieb. Jednotlivé druhy produktu sú identifikované tromi základnými farbami: modrou, červenou a zelenou, pričom modrá je zároveň základnou korporátnou farbou značky.

Dizajnérske riešenie kompletnej identity produktu Rajec sme vyjadrili rovnicou tradícia + príroda = moderný súčasný produkt.

✕ Martin Turzík, Tomáš Nagy





Logo Trenčín
dizajn: **Emil Drličiak**
Klient: Mestský úrad Trenčín

Logo je koncipované ako znak a grafický systém, poskytujúci možnosti charakteristických geometrických a dekoratívnych štruktúr. Tvorí ho niekoľko prvkov so svojimi významami, farbami a súvislosťami.

Žltá vlna znázorňuje mesto v dvojakej podobe – jednou je vlníca sa krajina, druhou je krajina so svojimi obyvateľmi, domami, ulicami a námestiami. Žltá vlna prechádza modrou „riekou“ tak ako sa mesto rozvíja na oboch brehoch rieky Váh.

Modrá vlna predstavuje rieku Váh – prirodzenú dynamickú súčasť mesta Trenčín.

Zelený štvorec vznikol prelínaním dvoch vln – žltej a modrej je v strede loga a má niekoľko významov. Farbou pripomína zelený ostrov mesta, park, mestská zeleň a prírodné krásy okolia mesta. Jeho umiestnenie v strede loga je vyjadrením centra stretnutí minulosti a histórie s plánmi budúcnosti.

Biele línie na rozhraní zeleného štvorca a farebných vln sú cesty a mosty, ktoré významovo prepájajú jednotlivé časti mesta. Sú predstavou reálnej funkčnej architektúry a metaforou otvorenej komunikácie a porozumenia.

Červený štvorec je farebnou i kompozičnou dominantou loga. Znázorňuje Trenčiansky hrad na hradnej skale. Pod ktorou sa mesto rozprestiera. Graficky vyvážené, symetrické logo sa vďaka tomuto prvku stáva dynamickým znakom so stúpajúcou energiou.

Súčasťou loga je typograficky riešený nápis TRENČÍN, vytvorený originálnym písmom Fedra sans, ktorého autorom je slovenský typograf, žijúci v Holandsku Peter Biľak. Toto písmo má schopnosť komunikovať moderné, súčasné a zároveň historické témy, čo je pre dynamicky sa rozvíjajúce mesto Trenčín dôležité.

✗ Emil Drličiak, autor, grafický dizajnér



Formátovacia píla
Dizajn: **Peter Juščák**
Škola: TU Košice, pedagóg: Peter Wohlfahrt

Dizajn formátovacej píly je diplomová práca, ktorej výsledkom bola výroba prototypu vo firme Kusing Huncovce. Cieľom riešenia bola tvorba konkrétneho dizajnového návrhu pre stávajúcu triedu formátovacích píl firmy Kusing s možnosťou uplatnenia pri riešení nového zariadenia. Obsahom riešenia bol návrh celkového dizajnu stroja, ovládacích a oznamovacích prvkov, príslušenstva a grafického označenia ovládačov a oznamovačov s rešpektovaním pôvodnej základnej konštrukcie stroja. Zámerom zadania bolo vytvoriť pre konkrétneho výrobcu jasne rozpoznateľný produkt v širokom konkurenčnom prostredí, pri zohľadnení výrobných postupov a možností firmy Kusing a dodržaní Európskych noriem EN.

Počas riešenia zadania, ktorého nedeliteľnou súčasťou boli rôzne analýzy vznikol návrh celkového dizajnu stroja ako návrh jeho jednotlivých detailov.

V spolupráci s výrobcom sa uskutočnilo dotiahnutie dizajnerskeho návrhu do podoby funkčného prototypu, čo umožnilo overenie si riešenia nových dizajnových prvkov stroja ako aj konštrukčných detailov v procese výroby. Uživateľskú hodnotu stroja zvýšili aj niektoré konštrukčné prvky ako otáčacie a posuvné madlo na konci vozíka, presnejší ukazovateľ záklonu píly, odkladacie priestory alebo časť príslušenstva. Nový stroj bol prezentovaný na svetovej výstave v Hanoveri, kde uspel v konfrontácii s konkurenčnými produktmi iných výrobcov.

✗ Peter Juščák, dizajnér, Diplomová práca, 2004 – 2005





Made in Slovakia = Made in Doma

V období od 8. – 15. októbra 2005 sa konala v priestoroch Mestského trhoviska na Miletičovej ulici v Bratislave akcia s názvom Čerstvý dizajn na trhu alebo Made in Slovakia.

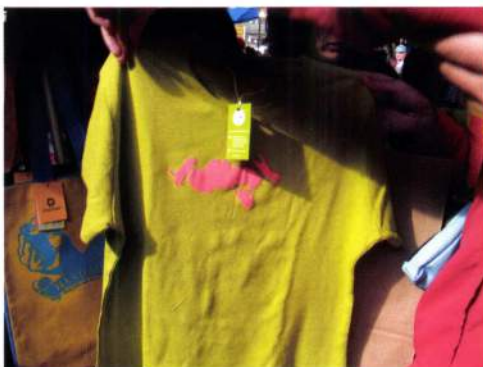


Iniciátorky tohto podujatia Viera Kleinová, Sylvia Jokelová a Ľubica Hustá si situovanie akcie na trhovisko zvolili zámerne. Ako vyplýva z názvu samého projektu, šlo im predovšetkým o prezentáciu dvadsiatich štyroch mladých slovenských dizajnérov, ktorí by osviežili verejné priestranstvo „čerstvou“ atmosférou dizajnu. Takto sa slovenský dizajn ocitol zoči-voči ázijským ležiakom. Sortiment tovaru bol prispôbený širokému publiku, ktoré trhovisko vyhľadáva práve pre cenovo dostupné oblečenie, bytové a módné doplnky. Vzhľadom na danú lokalitu cena výrobkov nepresahovala 300,- Sk. Slovenský spotrebiteľ sa postupom času stal voči marketingovej stratégii ázijských producentov čoraz viac ľahostajný. Väčšina z prezentovaných produktov akoby reagovala vtípom

a iróniou najmä na spotrebu nenápaditých ázijských imitácií svetových značiek. Treba zdôrazniť, že jednotliví dizajnéri sa konfrontovali a spochybňovali daný fenomén každý osobitým spôsobom.

Zuzana Kubánová a Michal Rafaj na svojich textilných taškách ironicky stylizovali do „morbídnych podôb“ popovú ikonu konzumu Mickeyho Mousa. Jana Némethová vytvorila hybridné magnetky premiešaním známych rozprávkových a komiksových postavičiek. Palo Bálik hravo pristúpil k otázke identity. Na tričkách „5 x SK“ začleňoval mapu Slovenskej republiky do rôznych metaforických obrazov (napr. mapy potu). Tieto tričky sa voči ázijskému predstieraniu štátnych identít vyznačovali autentickým humorom. Príbor s rúčkami v tvare religióznych postáv od

Lukáša Jablonovského komentoval gýčovitosť a nekonečnú multiplikovateľnosť kultových predmetov. Na taktiku obchodníkov lákať zákazníkov na celoročnú „zľavu“ upozorňovala váza s nápisom Akcia –20% od Mariána Laššáka. Rámček na fotografiu vyhotovený z hubky na riad a štipcov od Sylvie Jokelovej niesol znaky femininity a jemnej irónie na pedantériu a poriadkumilovnosť slovenských žien. Ihelníček s názvom Pomocník „Rudy“ od Beaty Varmužovej patril medzi najpredávanejšie produkty. Azda kvôli mentalite Slovákov – mať šancu dehonestovať slovenských politikov? V ponuke si prišli na svoje aj vyznávači slovenského folklóru, mohli si kúpiť drôtené misy od Slava Pecúcha alebo medovníky s identitou pedagógov Katedry dizajnu na VŠVU od Lucie Mrvíkovej. Výšivky





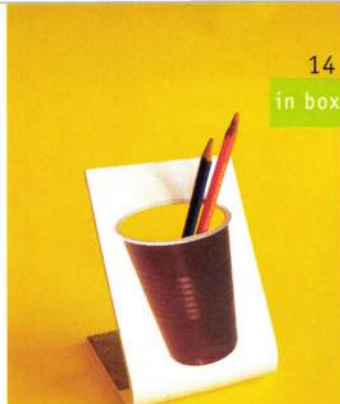
Ondrej Eliáš, váza Kvetoslav



Beáta Varmužová,
pomocník Rudy, ihelníček



Marián Laššák, váza



Dalibor Palenčík, stojan



Lukáš Jablonovský, príbor



Nina Weisslechnerová, sviečka



Bety Majerníková, brošňa



Jana Némethová, magnetky



Peter Jakubík, spodné prádlo



Populár, odznaky

a čipky, typické pre slovenský folklór, imitoval potlačou na tašky a tričká Marcel Holubec. Inovatívne pôsobili pohľadnice Bratislavy od Niny Weisslechnerovej, v ktorých inscenovala nové obrazy Bratislavy krížením reality – geografického priestoru Bratislavy a fikcie – neopopulárnych postavičiek.

Zeleninový stánok s „čerstvým dizajnom“ vzbudzoval neustále u okolojdúcich pozornosť. Tým sa naplnila hlavná predstava tohto projektu, a síce poukázať na autenticnosť slovenského dizajnu s jeho svojráznymi špecifikami a nápaditosťou. Dizajnéri si vyskúšali alternatívny priestor, čo je dôležitý predpoklad, že mladá slovenská dizajnérska tvorba dokáže viesť dialóg v akomkoľvek prostredí a zaujať rôznych spotrebiteľov.



Foto: Filip Vančo a Dominika Horáková



LONDON DESIGN FESTIVAL

Londýn je kreatívne mesto. Deje sa tu toho veľa. Posledné dva septembrové týždne však patrili dizajnu. Konal sa už tradičný Londýnsky festival dizajnu. Program bol veľmi nabitý a určite sa nenašiel človek, ktorý by bol schopný byť fyzicky prítomný na každej akcii.



Mnoho galérií a múzeí pripravilo pri tejto príležitosti špeciálne výstavy, školy zaoberajúce sa odevným alebo interiérovým dizajnom vystavovali svoje produkty vo výkladoch malých obchodíkov, obrovské nákupné domy ako Harrods, Selfridges a Liberty patrioticky prezentovali výsadne anglické firmy. Vo východnej časti Londýna ste mohli vidieť a porovnávať dizajn zo Škandinávie, Ázie či z južnej Európy.

Výrazným zásahom do verejného priestoru bola inštalácia popredného anglického dizajnéra Toma Dixona. Na Trafalgarskom námestí umiestnil najdlhšiu lavicu na svete. Bola vyrobená z kovovej konštrukcie a z tisícok modrých gumičiek. Lavička tak originálnym spôsobom upozorňovala na to, že v Londýne sa niečo deje a že sa oplatí to vidieť. Okrem výstav sa samozrejme, ako už tradične, konali aj workshopy, prednášky a debaty. Najhorúcejšou témou bola ekológia a recyklovanie, ale neza-

badlo sa ani na praktické veci, napríklad ako si patentovať svoje nápady, ako získať licenciu a ochraňovať svoj dizajn z právneho hľadiska. Poslaním festivalu bolo zjednotiť dizajn a predstaviť ho hlavne tým, ktorým je určený, teda spotrebiteľom. A to sa určite podarilo. Výsledkom bola obrovská návštevnosť na viac ako 170 podujatiach.

100% Design ■ Výstava 100 % Design má už dlhší čas miesto v medzinárodnom dizajnerskom kalendári. Za 11 rokov svojej existencie sa postupne rozrástla a tento rok na nej vystavovalo vyše 450 vystavovateľov. Okrem stálic britského dizajnu (Tom Dixon, SCP, Formica) sa pod strechou Earls courtu predstavili hlavne mladé medzinárodné talenty.

Vznikla tým zaujímavá zmes dynamickej hravosti občas posúvanej až do absurdity a monochromnej klasiky. Prevaha mladých dizajnérov sa odzrkadlila aj vo farebnej škále festivalu. Prevlá-

dali odvážne žiarivé farby, a to nielen na výrobkoch dennej potreby, ale aj na pohovkách, sedačkách, koberecoch a textilných.

Okrem 100 % design ste mohli navštíviť v momentálne vychytenom East Ende výstavu 100 % East, ktorá predstavila viac alternatívne, inovatívne, ale aj extravagantné projekty. Tu sa prezentovali experimentálne polohy dizajnu, mladí "neoopozerani" autori. Mohli ste tu vidieť Talent zone s vybranými začínajúcimi anglickými dizajnérmi – absolventmi anglických dizajnerských škôl. Veľmi zaujímavým projektom bola aj výstava Re:design zameraná na recyklovaný dizajn. Mohli ste sa inšpirovať a rozmýšľať o druhom živote vecí a produktov, o nezdravom vzťahu sezónneho trendového spotrebiteľa dizajnu, o etike, ekológii, sociálnom aj emocionálnom pozadí. A o tom, aké zaujímavé, vtipné a funkčné veci môžu vzniknúť z tých na prvý pohľad už nepotrebných a na vyhodenie súčich predmetov.



Plank ■ Pestrofarebné Miura stoličky, ktoré navrhol Konstantin Grcic pre Plank, taliansku firmu s dlhoročnou tradíciou, získali ocenenie Najlepší nový produkt.



Nové tvary v kresle nemeckého štúdia **Autoban**



Priateľské stoličky od **Casamania**



Arper ■ Talianska firma vystavovala na 100% po prvý raz svoju kolekciu nábytku inšpirovanú štruktúrou listu. Kreslo Leaf má prirodzený tvar a je návrhom trojice dizajnérov Lievore, Alther a Molina v troch farebných kombináciách: chrómovej, bielej a v listovo-zelenej.

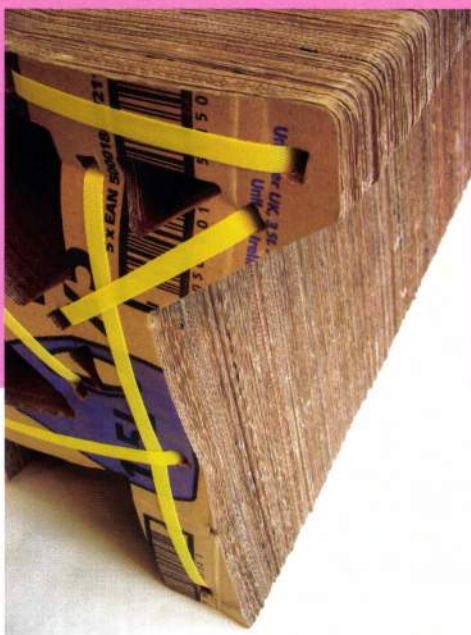


Magma

Normann Copenhagen ■ Medzinárodná dizajnerská firma bola založená v roku 1999. V spolupráci s najtalentovanejšími súčasnými dizajnérmi privádza na trh zaujímavé, vtipné a kvalitné výrobky. Keď oslovila Kanaďana Francisa Cayoetteho s požiadavkou navrhnuť termosku, trvalo mu dlhých jedenásť mesiacov, kým svetlo sveta uzrela unikátna MAGMA. Za takmer rok prieskumu a práce sa mu podarilo splniť všetky požiadavky, ktoré mal na výrobok. Chcel, aby termoska bola prekvapujúca, netradičná a aby okrem udržiavania teploty tekutín slúžila aj ako dekoratívny prvok. Termoska s revolučným hranatým dizajnom je jednoduchá, farebná a stala sa veľkým hitom na jeseňnom trhu.



Skladací lievik, Normann Copenhagen



Vystava re:design, odpadové kartóny lavičkou, dizajn **Jason Iltthakar**



Druhý život nákupného košíka, dizajn **Annie Sherburne**



Smaltované kreslo, dizajn **Tommy Allen**

Čerstvá tučná stolička, dizajn **Tom Dixon**



Hidden Art, polica tri v jednom, dizajn **Charles Trevelyan**



Hidden Art ■ Anglické združenie dizajnérov sa predstavilo na 100% Design už ôsmykrát so svojou kolekciou nábytku, textílií, svietidiel, keramiky a iných produktov. Hidden Art je členská organizácia, ktorá podporuje a propaguje začínajúcich dizajnérov. Jej cieľom je podať dostupné informácie, ponúknuť expertízu a pomocnú ruku pri komunikácii medzi spotrebiteľom a dizajnérom. Na výstave bol Hidden Art ocenený Hlavnou cenou Blueprint za najväčší prínos q show. Na obrázku vešiaky od Magnusa Longa.



Antonín Tomášek

Ak máte radi dizajn, pražský Designblok sa oplatí navštíviť. Je pestrý, robený s entuziazmom a radosťou. Tento rok sa konal pod názvom Dizajnu neunikneš! Symbolom sa stal elegantný a jemne nostalgický profil krásneho koňa. Jeho pohľad z plagátov zastrešoval množstvo podujatí roztrúsených v pražských uliciach.

Ako uniknúť dizajnu



Hlavným centrom bolo však Superstudio v starej, len nutne zrekonštruovanej industriálnej hale v Thámovej ulici v pražskom Karlíne. Výborný priestor. Tam sa konali oficiality a tam boli sústredené aj najzaujímavejšie výstavy. My sme zažili len jednu oficialitu, a to oficiálne otvorenie, ktoré nás však hlboko zasiahlo. Bolo pôsobivé, zábavné aj poetické. Baletné číslo a hlavne vygradované odhalenie veľkého klasického kolotoča s labuťami.

Designblok sa konal po siedmy raz. Jeho organizátor – agentúra Profil media, sa ho usiluje robiť vždy inak, lepšie, krajšie... Tentoraz získali na prezentáciu českých dizajnérov, dizajnerských štúdií a škôl unimobunky od firmy Skanska. Tie v industriálnej hale vytvorili pre dizajn demokratické pozadie. Každý si mohol svoju unimobunku upraviť podľa vlastnej predstavy. A inštalácie boli pestré a rôznorodé. Nás najviac oslovila kolekcia obskúrnych i poetických, no najmä pekných porcelánových produktov od Antonína Tomáška, ale aj objekty z Qubusu či Mojo design. Zaujala aj módna návrhárka Hana

Zárubová, tá zaujala aj porotu a stala sa víťazkou ceny Designbloku.

Najvyššie ocenenie Talent roka získal Zdeněk Vacek. Mladý šperkár prišiel s kolekciou výrazných šperkov pripomínajúcich tak trochu tajomnú prírodu z Greenawayových filmov. Nám sa páčila aj nová kolekcia neónových svietidiel v rôznych tvarových variáciách od Olgoj chorchoj pre českú firmu Vitrum.

Okrem toho sa v hale konala výstava súčasného dobrého rakúskeho dizajnu Pure Austria, výstava českých módných návrhárok, v hale zaparkoval aj po Európe putujúci portugalský Voyager a pre nás zaujímavá tradičná výstava Milky way, ktorá má ambíciu predstaviť najzaujímavejších mladých stredoeurópskych dizajnérov. Potešilo, že organizátori pozvali okrem dizajnérov z Čiech Maxima Velčovského s výbornou kolekciou recyklovaného nábytku z ponuky Ikea a skupiny Monidee s radikálnou módou, poľskej skupiny Puff Buff Design s pekným nafukovacím dizajnom či rakúskej skupiny Bkm s kolekciou elegantného nábytku aj našu dizaj-

nérku Sylvii Jokelovú. Po Patrikovi Illovi je to druhá zástupkyňa, ktorá reprezentovala mladý slovenský dizajn v prestížnom výbere vychádzajúcej európskych hviezd dizajnu.

Designblok nebol len Superstudio. Spomenieme len niektoré zo zaujímavých podujatí, ktoré ho sprevádzali – výstava 100 ikon českého dizajnu originálne nainštalovaná v obchodnom dome Baťa na Václavskom námestí (v lete bola v Bratislave), výstava rakúskeho dizajnu v českom centre dizajnu. Veľmi navštevované boli prednášky významných súčasných dizajnérov Jerzyho Seymoura a Ronana Bourouleca na VŠUP atď.

Výborným nápadom organizátorov bol aj hodnotiaci systém – každý pri vstupe dostal balíček lepiacich štítkov a tie mohol nalepiť na inštaláciu alebo na dizajnerský produkt, ktorý sa mu páčil – tým vznikol spontánny prieskum, určite zaujímavý nielen pre vystavujúcich dizajnérov. Sme radi, že sa páčili aj naši. Na výstave totiž v jednej unimobunke vystavovali aj študenti ateliéru produktového dizajnu z VŠVU a množstvo nalepených štítkov v nej bolo viac než povzbudivé.

Olgoj Chorchoj



Foto: Lubica Hušá



Monidee

Spadla z oblakov



Pri príležitosti účasti na výstave Milky way sme oslovili Sylviu Jokelovú, aby svoju tvorbu predstavila osobne.

Sylvia Jokelová pôsobí ako asistentka v ateliéri produktového dizajnu u prof. F. Buriana na VŠVU. Skončila šperk u Karola Weisslechnera a už jej školské práce patrili na šperku k tomu najvýraznejšiemu. Nikdy však nešlo iba o šperk v klasickom zmysle slova – vždy v sebe skrýval silný koncept. Potom prišiel Dizajn od šporáka a v ňom kolekcia kvalitou veľmi vyrovnaných produktov. Sylvia v nich recyklovala, ironizovala, ale hlavne vytvárala úplne nové a funkčné predmety odkazujúce na podceňovanú ženskú domácu kreativitu. Táto kolekcia jej priniesla veľmi priaznivý medzinárodný ohlas. Dnes je už opäť trochu ďalej.

Ako bolo na mliečnej ceste?

Už som z tých oblakov spadla opäť do každodennej reality. Bol to však úžasný zážitok z akcie, ktorá bola skvele zorganizovaná, navyše s vtipným aj poetickým nábojom. Mala som tam zrazu pocit, že ľudia majú o dobrý dizajn záujem, že sa

o ňom chcú rozprávať, sú zvedaví. Nebolo to formálne. Poznáte to, zrazu máte pocit, že ste medzi kamarátmi. A aj čo sa týka ostatných vystavujúcich, cítila som sa v dobrej spoločnosti. Niekedy človek o sebe pochybuje. Aj ja mám občas pocit istej izolácie a chyba mi spätná väzba, diskusia o veciach. A už len to, že som bola pozvaná, mi dodalo zase veľa energie robiť nové veci a pocit, že to má zmysel.

A aká je tvoja spomínaná každodenná realita?

To z histórie neslávne známe známe trikrát K: kindern, küche, kirche. (Smiech) A to napriek tomu, že deti nemám, variť neviem a do kostola nechodím. Berme to však ako symbol určitého životného stereotypu človeka, ktorý zápasí o svoju existenciu. To v mojom prípade znamená dilemu, že keď zaplatím účty a stravu, či mi ešte ostane na desať kíl epoxidu. A nech mi nikto nehovorí, že sa dá žiť len z lásky a dizajnu. (Smiech). Ale na druhej strane musím uznať, že zápas je to inšpirujúci.

Najnovšie, pokiaľ viem, ťa po kolekcii produktov Dizajn od šporáka inšpiroval napríklad k vzniku tvojej novej značky Frau.haus.

Vo vzťahu k tej svojej inšpirácii musím najprv niečo vysvetliť. Osobne beriem dizajn ako výtvarné médium. Necítim sa ako dizajnér, ktorý rieši globálne problémy, teda ako dizajnér, ktorý pracuje pre firmy vyrábajúce svoje produkty v tisícových sériách. Skôr riešim dizajn lokálne. V mojich prácach sa premieta môj život, moja rodina, detstvo, priatelia, prostredie, ktoré poznám, v ktorom žijem. Ale v podstate aj do môjho lokálneho sveta sa premieta ten globálny, takže je všetko prepojené. Aby sme sa však vrátili k inšpirácii každodennou realitou. Zoberme si ako príklad človeka, ktorý pracuje osem hodín. Pride domov a venuje sa svojím koníčkom. Tie ho v živote skutočne bavia. A to je aj môj prípad. Aj preto rada prirovnávam svoju tvorbu k hobby. Z toho vychádza aj môj koncept novej značky Frau.haus, ktorá je vlastne o spojení ženských ručných prác a dizajnu. Nazvime to ženské ručné práce tretieho tisícročia, a to preto, že keď chcem vytvoriť produkty v malej sérii, využívam najnovšie technológie. To znamená všetko od vyšívacej ihly po CNC frézu. Tým šťastnejším sa v živote podarí premeniť hobby na zamestnanie. Takže uvidíme.

Ty svojich osem hodín denne tráviš so študentmi dizajnu. Je to „iba“ práca?

Rozhodne je to najlepšie zamestnanie, aké som si mohla želať. Práca so študentmi je zaujímavá, určite nie je stereotypná. Je obojstranne obohacujúca. Vlastne sa stále vďaka tomu cítim mladá. Musím sa vzdelávať, diskutovať. Študenti ma nenechajú zaspáť, nutia ma posúvať sa stále dopredu, aby som im mala aj zajtra čo povedať.

Frau.haus. Prečo si ako slovenská dizajnérka zakorčuľovala po názov svojej značky do nemčiny?

Je to dané tým, že sa vo svojej práci zaoberám stereotypmi a klíšé nielen v dizajne, ale aj v každodennom živote. Frau.haus sa mi páčil, lebo už len názov rieši hneď dve z týchto klíšé. Po prvé, obrovské množstvo firiem, a to nielen na Slovensku, si dávajú „dobré znejúce“ anglické názvy, tak prečo by nemohol byť aj nejaký nemecký. Po druhé, názov je tak trochu odkazom na slávny nemecký Bauhaus, kde sa snažili definovať, čo je dobrý, ba priam dokonalý nadčasový moderný dizajn. Chcem jemne ironizovať

takúto definíciu dokonale funkčného dizajnerskeho produktu, ktorý môže zachrániť svet. To znamená produkt, ktorý je schopný vyriešiť problémy či už sociálne, alebo ekologické a pod. Zároveň spochybňujem postavenie dizajnéra ako človeka, ktorý vie, čo je dobrý vkus. Aj preto zámerne vo svojej práci používam to, čo sa všeobecne považuje za zlý vkus. Nemám problém použiť penové tácky na mäso alebo napodobeniny háčkových dečiek, či krížikovej výšivky ako nosné prvky svojich kolekcií. Nepoužívam ich doslovne, ale cítujem ich a dávam do nového kontextu.

To cítiť aj v použitých materiáloch. V tom, ako s nimi pracuješ a ako ich prepájaš. Myslím, že je to pre mnohých dráždivé.

Mám záľubu v takých materiáloch, ktoré môžu v ľuďoch vyvolávať odpor alebo až fetišistický záujem. V gume, igelite, polystyréne, koži. Aktuálne však rozmišľam nad výrobou. Tým, že chcem ísť do malých sérií, vznikajú praktické problémy: ako vyrábať pomocou dostupných technológií tak, aby bol môj koncept stále pre ľudí čitateľný. A to je ťažké.

Prečo je pre teba čitateľnosť taká dôležitá?

Pre mňa je dôležitá nielen preto, aby si človek, ktorý si kúpi môj produkt, vedel hneď prečítať aj jeho koncept, ale hlavne preto, aby s ním produkt komunikoval sám osebe. Aby si ho nejakým spôsobom interpretoval, aby ho nenechal chladným. Je mi jedno, či vyvolá nejakú emóciu, alebo sa nad ním človek zamyslí. Osobne mám rada veci, ktoré dokážu oslovíť dieťa aj znalca a každého po svojom.

Ozaj, čo ťa zaujalo na Designbloku?

Musím priznať, že vzhľadom na krátkosť času, ktorý som na Designbloku strávila (prakticky len niekoľko hodín) a veľké množstvo zaujímavých projektov sa mi akosi nič nevrylo do pamäti. Zostal len celkovo dobrý dojem. Ale aby som zostala verná svojej úchylnej záľube v divných veciach, prvé, čo sa mi vybaví je „porcelánová“ jazdecká socha v nadživotnej veľkosti s igelitovým závojom, ktorú som si súkromne nazvala „Dievča na jeleňovi“ a kolotoč s labuťami, ktoré síce neboli súčasťou dizajnerských prezentácií, ale potešili moje srdce. x Ľubica Hustá



Pohľad do inštalácie na Designbloku

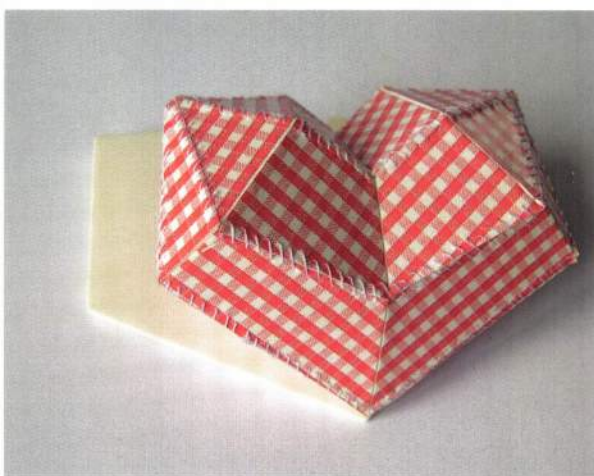
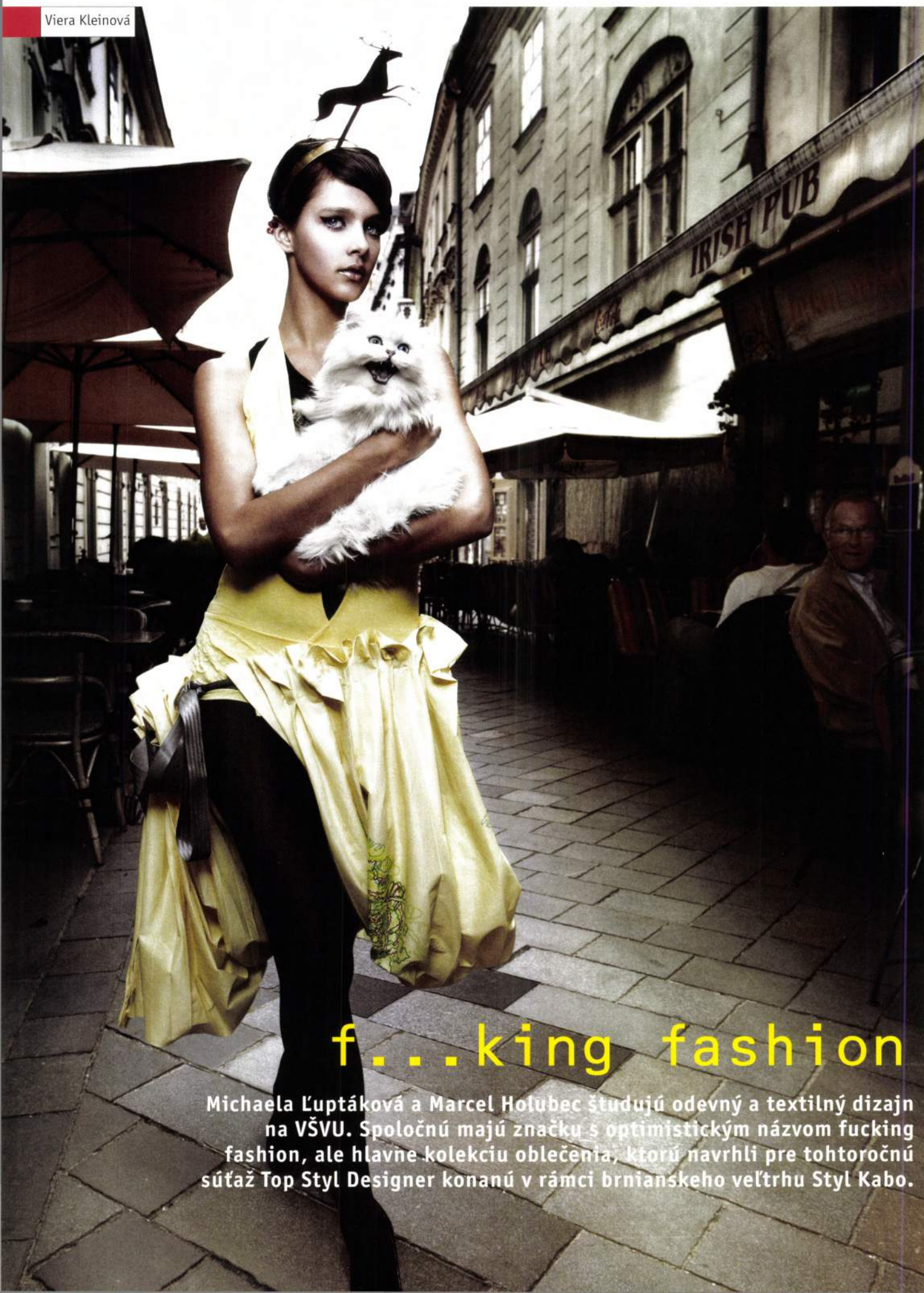


Foto: Ľubica Hustá, Filip Vančo, archív





f...king fashion

Michaela Ľuptáková a Marcel Holubec študujú odevný a textilný dizajn na VŠVU. Spoločnú majú značku s optimistickým názvom fucking fashion, ale hlavne kolekciu oblečenia, ktorú navrhli pre tohtoročnú súťaž Top Styl Designer konanú v rámci brnianskeho veľtrhu Styl Kabo.

Michaela Luptáková, Marcel Holubec: etno beat, foto: **Jakub Klimo**, vlasy: Renáta Márová/L'Oréal, styling: Boris Hanečka, Marcel Holubec, make-up: Rasto Holubec/Christian Dior, členky Mária Nepšinská, modelka: Lucia/Elite Model Management, poďakovanie za podporu: Da Sen, Fiorangelo, Medúza, Galéria X





Michaela, ktorá sa z domovského ateliéru odevu vybrala na „výzvedy“ k susedom z textilného dizajnu, je v diplomovom ročníku a už usilovne pracuje na svojej poslednej školskej práci. Marcel má do konca školy ešte dva roky a podobne ako Michaela i on si v tomto semestri pribral ešte jeden ateliér. Kolekcia Etno Beat síce nezvážila, dostali sa však s ňou do finále a podľa vyjadrenia poroty patrili do horúcej trojky. Brno teda mladých Slovákov videlo a páčili sa mu.

Čím sa vyznačovala vaša kolekcia a z čoho ste pri nej vychádzali?

M. H.: Vyberali sme z ľudových motívov a z ľudových tradícií. Myšlienka celého konceptu bol život ženy na dedine. Je to vlastne o žene od detstva, od dievčata až po starú ženu.

M. L.: Každé obdobie ženy, ktoré sa tam objavovalo, malo svoj mužský ekvivalent. Dievča – mládenec, žena pracujúca, muž pracujúci, stará žena – Ježiš Kristus.

M. H.: Inšpirovali sme sa aj fotografiami K. Plicku a M. Martinčeka.

M. L.: To preto, lebo môj dedko fotil s Plickom. Okrem fotiek sme vychádzali z modrotlačie, zo stuh, kompozične z klasickej formy, z čipiek, vyšíviek. Jeleňa máme z raznice na kožu.

Prečo ľudové, tradičné, slovenské?

M. L.: Pôvodne to mala byť téma v ateliéri, nerealizovala sa však, a ja som nechcela, aby mi to

zostalo v zásuvke. Ľudová téma je široká, dá sa spracovať rôznym spôsobom. Niektorí ľudia majú a priori zábrany venovať sa tomu. Sme Slováci a mali by sme poznať svoju odevnú kultúru. Prečo sa venovať etnu dovezenému z Chile, keď na Slovensku máme zaujímavé veci, len ich treba vytiahnuť. Stačí zájsť do SNM v Bratislave alebo v Martine.

Aká bola odozva na kolekciu v Brne?

M. H.: Veľmi príjemná. Zaujímavé bolo, že si veľmi neuvedomovali, že ide o výraznú inšpiráciu ľudovým odevom. Napokon si to uvedomili, no hlavne zásluhou hudby. Použili sme pieseň od skupiny This is Kevin, kde boli text a hudba vysamplované zo slovenskej ľudovky.

Česi teda nevnímali inšpiráciu ľudovým umením?

M. H.: Vnímali, ale veľa mladých ľudí to nebralo tak, že je to inšpirované nejakým ľudovým. Páčilo sa im to také, aké to bolo.

Čo bude s kolekciou ďalej?

M. L.: V decembri ide na prehliadku do Jihlavy. A chceli by sme ju prihlásiť ešte do nejakej súťaže.

Ako vznikla značka fucking fashion?

M. H.: Vznikla počas školského workshopu v Kremnici. Spočiatku sme to nebrali ako riešenie celej značky. Vzniklo to veľmi spontánne.

Chcete to presadzovať, používať ako značku?

M. H.: Ja by som bol rád, aj keď nebudeme spolu

ďalej pracovať, aby sme to, čo vytvoríme, uvádzali pod spoločnou značkou a každý ešte pod svojim menom.

M. L.: Zatiaľ to ešte nie je oficiálna značka. Pretože je to komplikovaná a drahá záležitosť. Treba vedieť, že sa bude reálne pracovať a že sa investované náklady vrátia. Zatiaľ robíme pre galérie a na prehliadky, dokonca ani nie v malých sériách. Je to síce značka, ale ešte neregistrovaná. Sme ešte na škole a je pre nás náročné zaoberať sa tým teraz.

A chceli by ste sa tomu po škole venovať?

M. H.: Ja určite. Chcel by som zasahovať aj do voľnej sféry, aby to nebolo celkom komerčné. Ale zasa, úplne najlepšie je, keď ti veci niekto nosí, teda, keď sa to, čo navrhujeme, predá. A to je aj najideálnejšia reklama.

Michaela, ty si v diplomovom ročníku. Ako si ďaleko s diplomovkou?

Robím teraz na teoretickej časti, celá práca sa volá Natural Killers – a vypovedá o tom, ako choroba ovplyvňuje dielo a autora. A praktická bude o mne ako o autorke, u ktorej sa tá choroba prejavuje.

Čo ty, Marcel?

Budem robiť na projekte, ktorý inicioval ateliér priemyselného dizajnu. Ja som sa napokon rozhodol robiť odev, ktorý bude inšpirovaný vojenskými uniformami a prenesený do súčasnosti.

320 stoličiek a jeden sen o múzeu



Kreslo Deva, dizajn
Ondrej Čverha,
80. roky 20. storočia



Kreslo, dizajn
Ladislav Gatiaľ, 1967



Stolička Šikmo, dizajn
Ondrej Čverha, 1987



Kreslo Treslo, dizajn
Stefan Bílik, 1983



Stolička Predonoha,
dizajn **Ondrej Čverha**,
1986

Dizajnérske nebo ■ Ohýbaná stolička je v oblasti nábytkárstva jeden úžasný dizajnérsky fenomén, o ktorom možno povedať, že je naozaj európsky. Vynález Michaela Thoneta sa ujal v rozličných častiach Rakúsko-Uhorska, neskôr v strednej a východnej Európe. Technológia ohýbania masívu a unikátna výroba pohodlných a pekných stoličiek, ktoré sú ikonou svojej doby, má tradíciu aj na Slovensku. Čo je z nej naozaj dodnes živé?

O tom, že v spustnutej budove niekdajšej jedálne socialistického kombinátu Tatranábytok Pravenec čaká na svoje objavenie zabudnutý dizajnérsky poklad, vedelo nanajvýš zopár domácich. Jedným z nich je pán Silvester Slošiar, bývalý technik a vedúci vývoja fabriky. Dnes už v dôchodku, ale s veľkou starostlivosťou roky uchováva rôzne doklady z histórie fabriky. Našli sme naňho pri hľadaní jednej zo známych stoličiek Ladislava Gatiaľa, ktorého tvorba patrí do zlatej knihy slovenského dizajnu. Náš záujem pána Slošiaru potešil a s radosťou nám zariadil

návštevu v bývalom Tatranábytku. Aj sám bol zvedavý, v akom stave je zbierka. Naposledy ju totiž videl ako živý podnikový „archív“, do ktorého sa ukladali ukážky všetkých typov stoličiek vyrábaných vo fabrike sériovo či ako unikátne prezentačné kusy.

Vstupujeme do areálu fabriky, ktorý si pamätá časy rozkvetu od baťovskej dielne na výrobu drevených kopýt až po úpadok v polovici 90. rokov. Smerujeme do bývalej závodnej jedálne. Tam nás čaká ohromujúci pohľad – mnoho radov husto vedľa seba poukladaných stoličiek – rôznych tvarov a ešte pestrejších farieb. Na policiach okolo stien opäť stoličky, stoličky... tie najstaršie tonetky s dôverne známymi krivkami ohýbaných spojov i novšie dizajnérske unikáty zo 60. až 80. rokov 20. storočia. Celá jedna generácia slovenských nábytkových dizajnérov predstavená svojimi najlepšími dielami. Veľké stoličkové nebo, kam sa chodí za odmenu!

A čo ďalej ■ Sedeli sme v záhrade u pána Slošiaru a spolu s niekdajším dizajnérom praveneckej

fabriky Štefanom Bílikom preberali kopy starých katalógov a dokumentov o vývoji nábytku v Praveneci. Ocitli sme sa zoči-voči dôležitej časti histórie nášho dizajnu, ktorú nepoznáme.

Ani po návrate sme nemohli zabudnúť na tento zážitok. Kolekcia takého rozsahu je jediná svojho druhu na Slovensku. Uvedomili sme si, že ju treba zachovať. Autentický slovenský dizajn už utrpel príliš mnoho strát. Riešenie sme nehľadali dlho. Našli sme ho spolu s nadšencami z Design factory, ktorí náš zážitok vnímali podobne. Vďaka nim sa konala táto výstava. Teraz rozmyšľame o budúcnosti. Čo s produktmi, objektmi a návrhmi, ktoré dokumentujú vývoj slovenského dizajnu, spoločnosti, hodnôt, kultúry... Bolo by to veľmi užitočné, keby existovala niekde nejaká „jedáleň“ – iné dizajnérske nebo, kde by našli svoje uplatnenie. Mohol by to byť zárodok budúceho múzea dizajnu.

✗ **Adriena Pekárová, Katarína Hubová**



Pohľad do expozície v Design factory



Stolička, dizajn **Ladislav Gatiaľ**,
70. roky 20. storočia



Stolička YAY, dizajn **Miroslav Škriniar**, 1988



Stolička, dizajn **Ondrej Čverha**,
80. roky 20. storočia



320 stoličiek ■ Unikátna historická zbierka 320 stoličiek z ohýbaného dreva z Tatra nábytku Pravenec, v ktorej sú zastúpené obľúbené klasické tonetky z bežnej produkcie aj experimentálne prototypy stoličiek navrhnutých vynikajúcimi podnikovými dizajnérmi v 60. až 80. rokoch, sa po dlhých rokoch dočkala pozornosti. Po dohovore s majiteľom sa Slovenskému centru dizajnu a združeniu Design factory podarilo udržať zbierku neporušenú a pripraviť výstavu, ktorá verejnosti po prvýkrát predstavuje stoličky z Tatra nábytku Pravenec v ucelenej podobe.

Mnohým návštevníkom výstavy sa mohli zdať stoličky z Pravenca povedomé alebo dokonca dôverne známe. Ešte donedávna boli ohýbané stoličky značky Tatra nábytok Pravenec neoddeliteľnou súčasťou zariadenia takmer každého interiéru, či už to bol náš vlastný byt, pracovisko či úrad, reštaurácia, kaviareň alebo dokonca krčma. A práve vďaka svojej technickej kvalite a mimoriadnej pohodlnosti pretrvávajú dodnes.

Hoci závod v Pravenci vyrábal všetky druhy nábytku, ťažiskom a pýchou boli predovšetkým stoličky. Ako hovorí Štefan Bílik, jeden z posledných dizajnérov podniku, „stoličky sa považovali za tvrdší návrhársky oriešok než ostatné druhy nábytku. Ich konštrukcia bola prvoradým východiskom, ale zároveň formou aj dekorom. Dizajnér tak musel naraz riešiť praktické a účelové, konštrukčné, tvarové aj estetické hľadisko. Preto sa navrhovaniu stoličiek venovalo len pár významnejších návrhárov na vývojovom oddelení.“ Výskumno-vývojové pracovisko bolo v Pravenci zriadené na prelome 50. a 60. rokov krátko po otvorení prevádzky ohýbaných stoličiek. Pôsobilo v ňom niekoľko generácií dizajnérov (napr. Ladislav Gatiaľ, Anton Gross, Pavol Ondro, Miroslav Škriniar, Ondrej Čverha a Štefan Bílik), ktorí tvorivo nadviazali na thonetovskú tradíciu, no zároveň pohotovo reagovali aj na najsúčasnejšie svetové tendencie vo vývoji interiéru. V spolupráci s Ústavom bytovej kultúry v Prahe živo sledovali dianie na

európskych nábytkárskych veľtrhoch a venovali sa navrhovaniu nových – experimentálnych modelov v aktuálnej tvarovej a konštrukčnej úprave s individuálnym autorským rukopisom.

Závod v Pravenci sa postupne vyvinul v mohutný nábytkársky komplex a zaradil sa medzi najväčších a najúspešnejších veľkosériových výrobcov nábytku v Československu. Najnovšími prototypmi ohýbaných i rezaných stoličiek najrôznejšieho druhu – od jedálenských cez pracovné až po odpočinkové – sa podnik prezentoval na svetových aj domácich výstavách a veľtrhoch (najmä v Kodani, vo Viedni, v Moskve, Leníngrade, Kolíne nad Rýnom, vo Fínsku a samozrejme v ČSSR), kde získavali obdiv i ocenenia vďaka svojej progresívnosti, technickej i estetikej kvalite. Mnohé z víťazných vzorov boli zaradené do sériovej výroby a stali sa samozrejmom súčasťou nášho životného prostredia. Niektoré výnimočné kusy však nezodpovedali požiadavkám efektívnej sériovej výroby, a tak sa z nich stali výstavné modely, potvrdzujúce fantáziu a tvorivý potenciál podnikových dizajnérov. Tieto kusy sa ukazovali návštevníkom a tu a tam slúžili aj ako „inovačná rezerva“, z ktorej sa čerpala inšpirácia.

A práve tieto jedinečné reprezentatívne kusy tvoria najhodnotnejšiu časť unikátnej zbierky 320 stoličiek, ktorú prezentovala výstava. Dnes majú pre nás nenahraditeľnú hodnotu nielen ako doklady histórie jedného z našich najvýznamnejších nábytkárskych podnikov, ale predovšetkým ako dôležitá, no doposiaľ len málo známa súčasť dejín slovenského nábytkárskeho dizajnu. Jedinečná, rokmi zhodnotená kolekcia je zaujímavým a podnetným svedectvom dizajnérskej praxe konkrétneho obdobia. Sila a výpovedná hodnota rozsiahlej zbierky však tkvejú predovšetkým v jej komplexnosti a rozmanitosti, a tá by mala byť za každú cenu zachovaná.

x **Silvia Lutherová**, kurátorka výstavy

Foto: Patrik Safko a archív



Na konci s (od)dychom

V čom spočíva prapôvod trvalého vzťahu Bratislavčanov k svojmu zariadeniu – Parku kultúry a oddychu? Pýta sa Martin Benkovič (v 70. rokoch riaditeľ PKO), autor z dnešného pohľadu „zvláštnej“ dobovej publikácie s trochu komickým názvom *Za tunelom čaká prekvapenie* o dejinách bratislavského PKO.



Vstupná fasáda



Odpovedá takto: „Predovšetkým v tom, že si ho budovali sami, vlastnou prácou, pre seba i pre svoje deti. Bola to ochota šikovných rúk najširšej bratislavskej verejnosti a predovšetkým mládeže... Dnes (r. 1975, pozn. red.) sa už dávno zabudlo na priestory nábrežia za tunelom s dunajskými nánosmi, bodľáčim, burinou a štrkovými jamami. O kultúrny vzhľad sa postarali predovšetkým tisíce Bratislavčanov. Dokumenty dokazujú, že výstavba od prvých začiatkov bola predovšetkým srdcovou záležitosťou mládeže a členov strany. Do konca roku 1954 odpracovalo na stavbe 35 tisíc brigádnikov vyše 135 tisíc hodín.“ Patetické texty socialistických publikácií dnes pobavia, u niekoho vyvolávajú nevol-

nosť. V deň kolaudácie PKO – 7. apríla 1955 bolo tých brigádnických hodín nakoniec 174 tisíc. Stavba trvala 13 mesiacov. Sila ideológie a ideálov o šťastnom svete uvedomelých socialistických jednotlivcov a ich spoločenskom a športovom využití bola v 50. rokoch 20. storočia silná a v stavbe sa aj náležite prejavila. Tak vzniklo PKO, stavba, ktorá aj napriek tomu, že nepatrí k tým úplne najvýznamnejším z hľadiska dejín slovenskej architektúry, patrí jednoznačne k novším, najmä spoločenským dejinám mesta. Dnes je situácia radikálne iná. Stavba zostarla a aktuálne zavadzia. Mesto sa jej zbavuje. My sme sa rozhodli PKO zaradiť do nášho seriálu aj preto, že slovo „sentimental“ vystihuje vzťah



Bar

Bratislavčanov k tomuto miestu. Mnohí tu zažili niečo pamätné. Tanečné, plesy, koncerty, výstavy, krúžky, festivaly, Bratislavskú lýru, Dunajský pohár, Jazzové dni, Flóru atď. Okrem toho do areálu patrí aj funkčný a aktívne využívaný pavilón so športovými halami. Nás však zaujímal výhradne ten, určený na spoločenské podujatia. V ňom sa nachádzajú dve veľké sály, jedna menšia divadelná sála, klubovne a priestory pre krúžky. A tam sme objavili nášmu oku lahodiace interiérové detaily. Hoci hneď na začiatku sme si vzdychli. PKO prešlo pred niekoľkými rokmi rekonštrukciou. Stačí, keď povieme,

že lacnou a necitlivou. Čo bolo ošúchané, to sa zakrylo alebo prečalúnilo lacnou napodobeninou. Niektoré priestory sa zmenili úplne. Pohľad na vstupnú fasádu od Dunaja vám hneď napovie, v ktorých rokoch bola stavba asi postavená. Nápomocné sú hlavne dve sochy umiestnené pravidelne po stranách. Muž – mladý junák v kroji, a „utešená“ deva v nadživotnej veľkosti vítajú návštevníkov. Nad trojicou veľkých okien osovo prelamiujúcich fasádu sú vo štvorcoch umiestnené mozaiky odkazujúce na kultúrny obsah. Masky na divadlo, harfa na hudbu a kniha na poéziu. Prvý dojem však koriguje

pohľad na celú stavbu. Pre polovicu 50. rokov nie je typická. Členenie hmôt a detaily odkazujú na skoršie obdobie a majú blízko k estetike solídneho modernizmu. Je to preto, že areál bol síce postavený v polovici 50. rokov, ale projekt je oveľa starší. Konkrétne ide o víťazný projekt z verejnej súťaže zo začiatku 40. rokov od architektov P. Andrika a J. Štefanca. Na druhom mieste vtedy skončil E. Belluš. Realizácie sa dočkal v úplne inom spoločenskom ovzduší. Podme dnu. Široký presklený vstup s tromi skupinami dverí je naprojektovaný tak, aby mohlo do objektu prúdiť čo najviac ľudí. Vychádzať i vchá-



Foyer



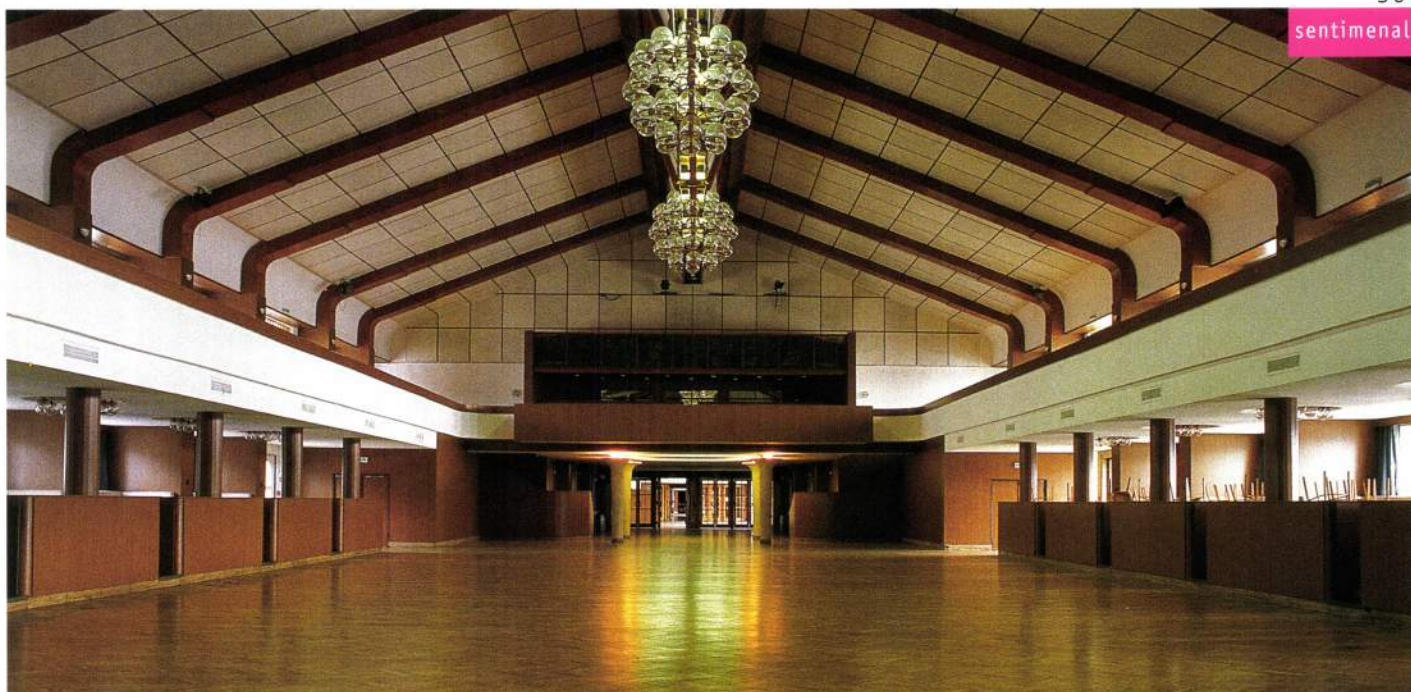
Detail zábradlia

Ďakujeme pánu profesorovi Štefanovi Šlachtovi
za pomoc pri príprave článku.
Použitá literatúra: Kolektív autorov SOVTI PKO:
Za tunelom čaká prekvapenie, Bratislava, 1974

dzať. Vojdete najprv do medzipriestoru, kde sa po stranách nachádzajú strážne okienka – na jednej strane vrátňik – na druhej pokladňa – čo zaujme, je exkluzívny sivý mramorový obklad s výraznou a efektnou povrchovou kresbou. Potom sa otvára veľký otvorený vzdušný priestor foyeru po stranách lemovaný balkónom prvého poschodia. Foyer je hlavnou križovatkou budovy, sú v ňom veľké šatne s elegantným stĺporadím, slúžiacim zároveň ako osvetlenie. Do rohov situovali dva bary a medzi to miesta na sedenie. Treba povedať, že foyer je povestný. Niekedy v ňom bolo počas akcií viac ľudí ako v samotných sálach. Najvýraznejším dekoratívnym prvkom v tejto časti je súbor okenných vitráží umiestnených v zadnej časti

medzi barmi. Autorom nie je nik iný ako Janko Alexy a námetom mu boli slovenské hrady a postavy zo slovenských zbojníckych dejín stvárnené v idealizovaných portrétoch. Slovenský mýtus. V 50. rokoch ľud ako tvorca kultúrnych dejín národa a jeho heroický boj za oslobodenie maximálne vyhovovali ako oficiálny námet. Aby nebolo toho heroizmu málo, na čelnej stene na úrovni prvého poschodia situovali na stenu s dreveným obkladom monumentálne plátno s námetom ľudových tancov od maliara F. Gajdoša (1958). Naopak, bary po stranách sú elegantné a tak trochu „kapitalistické“. Majú dynamický zvlnený a mäkký zaoblený mramorový barový pult a tmavý policový systém so zrkadlami v pozadí. Mäkkosť a zaoble-

nosť barových pultov sa potom objavuje aj v ďalších detailoch a celkovo vystihuje charakter interiéru. Stĺpy s mäkkým rozptýleným osvetlením v hornom kruhovom prstenci, kruhové slepé zrkadlové okienka na spojovacích chodbách k sálam, zaoblené zábradlia i madlá balkónov a schodísk, strapcovité guľové závesné svietidlá i jemne zaoblený chrbát čiastočne drevom a čiastočne perforovanou drevotrieskou obloženej stropnej rebrovej klenby v hlavnej tanečnej sále. Mäkké a čalúnené sú aj sedacie boxy po jej obvode. Azda najefektnejším zaobleným prvkom sú štyri elipsovité iluzívne stropné výklenky s rozptýleným osvetlením pri vstupe do tanečnej sály. Jediným ostrým prvkom je dekoratívne kovanie zábradlia nad vstup-



Estrádna sála



Vitráž Janka Alexyho, detail

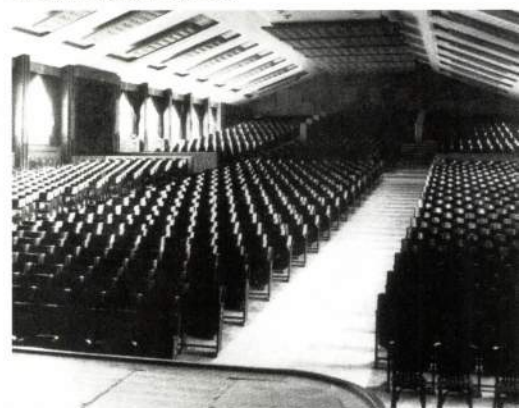


Brigádnicka známka

Výstavba v 1954



Pôvodná koncertná sála



ným foyerom a na bočných schodištiach. Prevládajúcimi materiálmi sú teplé drevo, kameň a v menšej miere aj sklo. Obklady stĺpov sú z jednofarebnej terazzo mozaiky, ktorá je, bohužiaľ, na mnohých stĺpoch nahradená len lacnou tapetou. Podobne smutný je aj príbeh drevených obkladov v boxoch v tanečnej sále, nahradila ich drevotrieska a oko nepoteší ani nové nudné čalúnenie. Druhá koncertná sála prešla kompletnou rekonštrukciou. Pôvodne tu bolo zvažujúce sa hľadisko a strop s kazetami, v ktorých boli pozdĺžne čalúnené plochy. Perforované drevotrieskové plochy plnili podobne ako v tanečnej sále akustickú funkciu. Dnes je tu rovná podlaha. Pôvodný okrem javiska je tu len efektne zvlnený strop pred

ním, pravdepodobne tiež kvôli šíreniu zvuku. Areál PKO leží na brehu Dunaja, má strategickú pozíciu. Je blízko centra, má atraktívne okolie. Je pravda, že chátka a ani návštevnosť už nie je taká ako kedysi. Kvalitné montované výstavné haly od architekta Milučkého zmizli už dávnejšie. Bola vypísaná architektonická súťaž. Téma River park, investor J&T global. Víťazom sa stal projekt holandského architekta Ericka van Egeraata. Preinvestovať sa má viac ako 4 mld. korún. Bude tu 5-hviezdičkový hotel, kancelárie na úrovni A+, luxusné apartmány, obchody, kaviarne... Uvidíme, ako si získa Bratislavčanov. O definitívnom osude pôvodných objektov PKO sa má rozhodnúť v októbri 2006. Nám by chýbali.

Abeceda súčasného dizajnu*

Mediation (mediácia): slovom „mediácia“ sme zvykli označovať kritický pokus premýšľať o svete ako o celku, pri ktorom bolo možné presiahnuť jeho fragmentárnosť a nesúvislosť. V súčasnosti však označuje skôr situáciu, v ktorej je sociálny svet vydaný napospas elektronickým médiám a ekonomickému svetu s jeho potrebou všetko počítať a digitalizovať. V takejto mediácii sa komodita ako objekt, ktorý bolo treba vyrobiť, pripodobňuje k informácii, s ktorou možno manipulovať – je dizajnovaná a redizajnovaná – opätovne konzumovaná. To je ďalší z dôvodov inflácie dizajnu, ktorá má za následok, že dizajn už nie je sekundárnym odvetvím. Asi by sme mali začať hovoriť o „politickej ekonomii dizajnu.“

Nobrow (nevkus): Jedným z aspektov tohto mediovaného sveta je zlúčenie kultúry s marketingom. Pre viacerých komentátorov to má za následok istý nový druh „nevkusnej“ kultúry, v ktorej už nemožno používať tradičné rozlíšenia lepšieho, dobrého či zlého vkusu. Pre fanúšikov tohto vývoja nevkus neznamena umlčanie intelektuálne náročnej kultúry ani to nepovažujú za povýšenie komerčnosti, ktorá sa tak stáva oblasťou s vlastným statusom a nárokmi. Dnes, nasledujúc tento argument, sa všetci nachádzame v rovnakom „megaobchodnom dome“, len v rôznych oddeleniach a uličkách, a že to je tak dobre – taká je demokracia. Skôr je to zlúčenie demokracie so spotrebou, zlúčenie, ktoré podporuje predaj hlavnej komodity v tomto obchodnom priestore: predstavy, že triedne rozdelenie spoločnosti viac neexistuje. Táto predstava je súčasným dodatkom k základnému mýtu Spojených štátov: že takéto delenie tried tu (v Amerike) nikdy nebolo na prvom mieste. Tento klam aspoň každé štyri roky dovoľuje Američanom voľiť proti ich vlastným triednym záujmom.

Outmoded (prekonanosť) – „Staršie médiá, ktoré neboli nastavené na masovú produkciu, idú s časom a prijímajú nové úlohy: výnimky a improvizácie. Aj samy osebe tak dokážu preniknúť do týla zjednotených línií veľkých firiem a technológií“, napísal Theodor Adorno v *Minima Moralia* (1951) o kritickom využívaní prekonaných médií v kapitalistickom kontexte neprestajného zastarávania. V tom Adorno pochopiteľne čerpal z Waltera Benjamina, pre ktorého bola „prekonanosť“ ústrednou témou. „Balzac hovoril ako prvý o úpadku buržoázie,“ napísal Benjamin v *Arcade Project*. „Ale poriadne túto tému preskúmal až surrealizmus. Rozvoj síl spojených s výrobou zrušil vysnívané symboly predchádzajúceho storočia ešte skôr, než sa rozpadli monumenty, ktoré ich stvárnili.“ „Vysnívané symboly“ pritom odkazujú na kapitalistické záznaky strednej triedy 19. storočia (v čase jej vrcholiacej sebadôvery), ako sú „korzá a interiéry, výstavná a vyhliadky“. Tieto stavby zaujímali surrealistov o sto rokov neskôr – keď ich ďalší rozvoj kapitalizmu zmenil na „pripomienky sveta snov“ alebo keď opäť zmenil sny na „trosky, ktoré sa rozpadli skôr než monumenty, ktoré ich stvárnili“. Navštevovať tieto prekonané miesta znamenalo pre surrealistov, podľa Benjamina, čerpať „revolučný náboj“, ktorý sa v nich ukrýval. Lepšie by však bolo povedať, že surrealisti vnímali mnemotechnické signály, ktoré sú v týchto stavbách zakódované – signály, ktoré by sa inak dodnes azda ani nedochovali. Tento rozvoj prekonaného môže spochybniť totalitné predpoklady o kultúre kapitalizmu a o ich nárokoch na večnosť; navyše tak môžeme tejto kultúre pripomenúť jej vlastné vysnívané symboly a zmarené sny o slobode, rovnosti a bratstve. Je dnes vôbec možné brať do úvahy tento mnemotechnický rozmer prekonaného, alebo je prekonané dnes už tiež prekonané – len ďalší výdobytk mody?

Post-fordizmus: Svet objektov moderných miest sa zrodil z fordovskej ekonomiky, ktorá bola pomerne pevne ukotvená: továrne a sklady, mrakodrapy a mosty, železnice a diaľnice. Ako sa však súčasná ekonomika stávala viac a viac post-fordistická, majetok sa začal prelínať stále rýchlejšie za lacnou pracovnou silou, výroba sa inovovala, prebiehala deregulácia financovania, objavovali sa nové trhy a životnosť budov sa zásadne skrátila. (Veľa súčasných miest sú hybridy týchto dvoch ekonomík, pričom fordovské stavby sú upravené tak, aby slúžili post-fordistickým účelom.) Tento proces je pochopiteľne najviac viditeľný v Spojených štátoch, ale je o to dravejší v krajinách, kde je rozvoj ešte menej regulovaný. „Je to takmer nemožná úloha,“ píše Koolhaas o architektoch v tejto situácii, „narastajúci ruch nie je možné stvárniti stagnujúcimi prostriedkami“. Aké vôbec môžu byť charakteristické kritériá architektúry v post-fordistickom kontexte?

Quarantine (karanténa): Pre Koolhaasa predstavuje mrakodrap jadro „kultúry zahustenia“ starého Manhattanu, ktoré vníma ako prelnutie dvoch symbolických foriem – „ihly“ a „zemegule“. Ihla upúta „pozornosť“, zatiaľ čo zemeguľa zaručí „prijateľnosť“ a „dejiny manhattanizmu sú dialektikou týchto dvoch foriem.“ Od 11. septembra 2001 sa rámec manhattanského diskurzu posunul. Na mrakodrap sa zavesila hrozba cieľa teroristického útoku a hodnoty „pozornosti“ a „prijateľnosti“ sa odrazu stali podozrivé. To isté platí aj pre hodnotu hustoty a „priestoru delíria“; zakrýva ich volanie po kontrole a „priestore obrany“. Skrátka a dobre, „urbanistické ego“ a kultúrna rozmanitosť, ktoré Koolhaas oslavuje v *Delirious New York* sa ocitajú pod ohromným tlakom. Potrebujú zástancov ako nikdy pred tým, pretože, parafrázujúc surrealistov, newyorská krása nás môže viesť do stavu delíria, alebo aj nie.

Running-room (voľný priestor): Interdisciplinarita je pre kultúrnu prax dôležitá, ale rovnako dôležité sú aj rozdiely, ako to tvrdil aj Karl Kraus v roku 1912: „Adolf Loos a ja – on doslova a ja jazykovedne – sme iba poukázali na to, že je rozdiel medzi vázou a nočníkom, a že vlastne je to práve tento rozdiel, ktorý poskytuje kultúre voľný priestor (Spielraum). Ostatní, tí pozitívni (tzn. tí, ktorí toto rozlíšenie neurobili) sa rozdelili do dvoch skupín: jedni používajú vázu ako nočník a druhí používajú nočník ako vázu.“ „Tí, ktorí používali vázu ako nočník“, boli secesní dizajnéri, ktorí chceli, aby umenie (váza) presiaklo úžitkovou hodnotou (nočník). Tí druhí boli funkcionalisti, ktorí zas chceli pozdvihnúť hodnotu úžitkového predmetu na umenie. Pre Krausa boli obidve chyby symetrické – obe zmiešavali úžitkovú a umeleckú hodnotu – a obe napokon riskovali neschopnosť rozlišovať: nepodarilo sa im ubrániť „voľný priestor“, ktorý je nevyhnutný pre slobodnú subjektivitu a pre kultúru. Všimnite si, že sme sa ani slovom nezmenili o prirodzenej „podstate“ umenia alebo o absolútnej „autonomii“ kultúry. Zaoberáme sa len „rozlišovaním“ a „voľným priestorom“, navrhovanými rozdielmi a provizórnymi priestormi.

Spectacle (výjav): Architektúra v diskurze o kultúre opäť zreteľne získava na význame. Hoci tento význam buduje na diskusiách o postmodernizme v 70. rokoch, ktoré sa na architektúru priamo zameriavali, uchytil sa aj v súčasnosti, v čase prudkého rozvoja dizajnu a predvádzania v mnohých oblastiach – v umení, móde, podnikaní atď. Navyše, urobiť dnes diery do globálneho sveta spektakulárnej kultúry znamená mať veľký kameň, ktorý človek dokáže hodiť poriadne ďaleko, asi tak ako Guggenheimovo múzeum v Bilbau. A práve v tom majú architekti ako Gehry zjavnú výhodu oproti umelcom, ktorí pracujú s inými médiami. Debord v knihe *The Society of the*



Hal Foster, je profesorom umenia a archeológie na Princeton University a editor časopisu *October*. Je autorom publikácií *The return of the Real: The Avant-Garde at the End of Century*, *Compulsive Beauty*, *Design and Crime (and Other Diatribes)* a editorom napr. *The Anti-Esthetic: Essays on Postmodern Culture*, *Discussions in Contemporary Culture*.

Spectacle (1967) definuje výjav ako „kapitál, ktorý je naakumulovaný do takej miery, že sa stane obrazom“. S Gehrym a jeho firmou to dnes platí aj naopak: výjav je „obraz naakumulovaný do takej miery, že sa stáva kapitálom“. To je logika vzniku mnohých kultúrnych centier súčasnosti, ktoré zvyknú byť navrhované v blízkosti tematických parkov alebo športových komplexov, aby napomohli „oživeniu“ podnikania na danom mieste – to znamená, aby toto miesto bolo bezpečné pre nakupovanie, „okukávanie“ a rozliezanie sa do šírky. To je „Bilbao“ efekt.

Tectonics (tektonika): Napriek všetkému futurizmu počítačového dizajnu, ktorý využívajú architekti ako Gehry, jeho budovy sa až príliš často podobajú Soche slobody: samostatná koža visí na skrytých výstužniach a exteriér len zriedka zodpovedá interiéru. S nezvratným vytrácaním sa industriálneho veku bola štrukturálna transparentnosť modernej architektúry vyhlásená za prekonanú, ale populárna estetika postmodernej architektúry dnes vyzerá tiež zastarane. Vypuklo hľadanie architektúry počítačového veku. Iróniou osudu to však Gehryho a jeho následníkov priviedlo k modelu sochárstva 19. storočia, prinajmenšom čiastočne. Odťažitosť povrchu od štruktúry, ktorú tento akademický model zastupuje, prináša dva problematické dôsledky. Za prvé môže viesť k prepjatým priestorom, ktoré by sa mohli zamieňať za nový typ architektonickej ľahkosti. Za druhé môže vyvolať ďalšie odcudzenie medzi budovou a miestom. Nevolám po návrate k štrukturálnej transparentnosti. Len varujem pred novodobou potemkinovskou architektúrou dokonalých povrchov navrhnutých počítačovou grafikou.

Unabombers (teroristi): Z príručky teroristu v knihe *The secret agent* (1907) od Josepha Conrada: „Počúvajte pozorne, čo poviem. Fetišom dneška už nie je kráľovstvo ani náboženstvo, a preto by sme paláce a kostoly mali nechať na pokoji...Vražedný útok na reštauráciu alebo divadlo by mohol vyzeráť ako nepolitický... Samozrejme, máme tu umenie. Bomba v národnej galérii by narobila väčší hluk, ale ani to sa nebude brať dostatočne vážne. Umenie pre nich nikdy nebolo fetišom. Ale je tu ešte vzdelanie – veda. Hocijaký hlupák, ktorý dostáva plat, tomu verí. Nevie ako ani prečo, ale vždy nejako verí v jej záležitosti. To je ten najposvätnější fetiš... Celý civilizovaný svet už predsa počul o Greenwichi... Áno, zničenie prvého poludníka vyvolá to pravé rozhorčenie.“ Teroristi z 11. septembra si tiež dôkladne vybrali „fetiš dneška“: architektúru „financii“ a „obranu.“

Vernacular (pôvodný): postmoderná architektúra predstierala návrat pôvodných foriem, ale v prevažnej miere ich len nahradila komerčnými symbolmi a „pop“ obrázky sa stali rovnako dôležité ako samotné stvárnenie priestoru. V našom dizajnovom svete tento vývoj dosiahol novú úroveň: komodita – obraz a priestor sa dnes často spája práve prostredníctvom dizajnu. Dizajnéri volajú po projektoch, „v ktorých by boli identita značky, orientačné systémy, interiéry a architektúra úplne prepojené“ (Bruce Mau). Toto prepojenie závisí od deteritorializácie obrazu aj priestoru a tá zase od digitalizácie fotografie, jej odpútavania sa od tradičných referenčných väzieb a od „prepočítavanej“ architektúry, jej odpútania sa od zemských princípov. Ako nás už dávno učia Deleuze a Guatarim (nechajme na pokoji Marxa), táto deteritorializácia je cestou kapitálu, nie avantgardy.

Without qualities (bez kvalít): Dizajn je hlavne o túžbe, ale dnes akoby tejto túžbe chýbal subjekt alebo akoby vôbec chýbal jej nedosta-

tok: dizajn pomáha určitému druhu narcizmu, ktorý je len „imidžom“ navonok bez vnútorného obsahu – zbožňovaniu subjektu, ktoré sa začína podobať jeho zmiznutiu. V našom neo-secesnom svete úplného dizajnu a preplnenosti internetom sa „osud Loosovho chudáka-boháča“, ktorému „zabránili vo všetkom budúcom snažení a rozvoji“ blíži k naplneniu. Zdá sa, že ešte jeden Loosov súčasník – Robert Musil predpovedal tento štýl 2000 z perspektívy štýlu 1900. „Odrazu tu bol svet kvalit bez človeka,“ napísal Musil v *The man without qualities* (1940 – 1943), „svet skúseností bez osoby, ktorá ich zakúša, a vyzerá to tak, že skutočne súkromná skúsenosť je vecou minulosti a že priateľské bremeno osobnej zodpovednosti vymizne v systéme formulácií možných významov. Zánik antropocentrického uhla pohľadu, ktorý tak dlho presadzoval človeka ako centrum vesmíru, ale ktorý už niekoľko storočí pomaly mizne, pravdepodobne konečne dospel k 'Ja' osebe.“

Xed: V štruktúre kritiky povojnového umenia dominovali medzi inými predovšetkým dva teoretické prístupy: opozičná logika operujúca s výrazom „post-“, logika interdisciplinárneho postmodernizmu v protiklade k modernizmu, ktorý zachováva špecifickosť jednotlivých médií; a rekurzívna stratégia pracujúca s výrazom „neo-“, stratégia povojnovej neoavantgardy, ktorá znovuoživuje prostriedky predvojnovej avantgardy (napr. monochróm, ready-made, koláž). Dnes už sú tieto prístupy mimo hry; žiadne predpony ako paradigmy pre prax a ani iné prístupy už nezastávajú ich miesto. Mnohí tento dvojité sklon v oblasti teórie vítajú: otvára miesto pre umeleckú diverzitu; „slabá“ teória je lepšia než silná a pod. Ale naša nová paradigma nijakej paradigmy môže podnieť stagnujúcu nesúmerateľnosť alebo paušalizujúcu ľahostajnosť a tento posthistorický nedostatok súčasného umenia a architektúry nie je žiadnym vylepšením starých teleologických projekcií modernistickej praxe. Každý z nás (umelci, kritici, kurátori, amatéri) potrebuje nejaký príbeh, na ktorý môže vzťahovať vlastné konanie – situovaný príbeh, nie *grands récits*. Bez týchto sprievodcov sa poľahky vnoríme do bažín opätovného vzkriesenia dvojitej optiky postmodernizmu a neoavantgardy.

Yahoos: ...

Zebry: Rozhodcov v americkom futbale, ktorí nosia pruhované košeľe, nazývame „zeby“. Znie to pejoratívne, ale bez nich sa táto hra nedá hrať. Kritici mali voľakedy podobný status v hre umenia a architektúry, ale čoraz viac sú vytláčaní mimo nej. Za posledné dve desaťročia nahradili kritikov kurátori a zberatelia, obchodníci a klienti. Kritické zhodnotenie diela – a vynechajme teoretické štúdie – už nemá pre manažérov s umením a architektúrou nijaký význam. Tí považujú kritikov za prekážku, ktorej sa treba vyhnúť. Túto medzeru vyplní kritik-básnik, ktorý s povinným vzrušením prežívaným akosi pomimo sklzáva do reči o krásy ako o morálnom subjekte umenia a architektúry, vzrušenie a krásu kombinuje v „poplibertínskej“ estetike, ktorá sleduje zákony trhu. Tento vývoj treba reflektovať a zastaviť a, ak nie je neskoro, hľadať a zabezpečiť nový „voľný priestor“ všade, kde sa len dá nájsť.

Text bol publikovaný v jarnom čísle magazínu OCTOBER, 2002, MIT Press. Preložil Fedor Blaščák.

Pokračovanie z *Designum* 5/2005.

* Tento text vznikol v októbri 2001 ako príloha (čiastočne slovník, čiastočne sprievodca) k mojej knihe *Design and crime (and other Diatribes)* (Londýn a New York: Verso, 2002).

■ byť /etno/ byť

Etno v prepise tvorcov vystavujúcich v Dizajn štúdiu ÚLUV bola konfrontáciou dvoch prístupov a dvoch na prvý pohľad nekompatibilných odborov. Stretávali sa tu domáca tradícia remeselného spracovania dreva v sofistikovanej adaptácii Tibora Uhrína a nonkomformný pohľad na život našich starých rodičov v kolekcii odevov Michaely Luptákovvej a Marcela Holubca.

Tibor Uhrín, v súčasnosti pôsobiaci ako vedúci Katedry dizajnu na Fakulte umení TU v Košiciach, patrí ku kmeňovým autorom Dizajn štúdia ÚLUV. Jeho dizajnerská tvorba v kove a dreve, orientovaná na remeslo, sa cielene zameriava na aktualizované využitie tradičných techník (domácich i zahraničných). Často zabudnuté stolárske, debnárske i iné technológie sú preňho možnosťou, ako veľmi pôsobivo, vo výsledku vyslovene moderne a zároveň i ekologicky pracovať s drevom. Aj pri dizajne v kove uprednostňuje ručné techniky – v Dizajn štúdiu ÚLUV bude možné vidieť jeho antikorové svietniky a misky z ostatného obdobia, ako aj najnovšie diela, napríklad misu Šnurovačku, pri ktorej využíva v kove tradičnú techniku vypletania korienkami a misu „zošil“ drôtom. Kolekcia pripravená pre Dizajn štúdio ÚLUV zahŕňa okrem stolovacích prvkov (soľníčky, misky, dózy) aj sériu šperkov z kovu.

Michaela Luptáková a Marcel Holubec – študenti VŠVU v Bratislave, vytvorili kolekciu, ktorej ideou bol životný cyklus slovenskej dedinskej ženy v minulosti. Prvky ľudového odevu sa v ich kolekcii objavujú adaptované v jazyku súčasných trendov – zdobnosť, dekoratívnosť odevu sa tu dosahuje prostredníctvom použitia tlačenej ornamentu (aj písma) ako výrazného formotvorného elementu. Stuhý, riasenie, výstuž, korzety či ozdoby hlavy tiež evokujú tradičné východiská. Viac sa o kolekcii dozvieme v rubrike Štart.

✕ Viera Kleinová



Soľníčky a misky Tibora Uhrína, foto: Tibor Uhrín



■ Bookmark v Ljubljane

SCD v spolupráci s Múzeom architektúry v Ljubljane pripravilo reінštaláciu úspešného projektu stredoeurópskej typografie Bookmark/Záložka. Výstava sa konala v priestoroch kníhkupectva Vale Novak v Ljubljane a súčasťou jej slávnostného otvorenia 18. 11. 2005 bola aj odborná prednáška autora konceptu projektu Emila Drličiča a prezentácia časopisu Designum. Výstava bola sprístupnená do 4. 12. 2005.

■ Slovenské centrum dizajnu sa stalo členom BEDA

Slovenské centrum dizajnu bolo na jeseň tohto roku prijaté za stáleho člena The Bureau of European Design Associations (BEDA). Výbor BEDA na svojom zasadnutí 1. – 2. 10. 2005 v Kodani akceptoval SDC ako jednu z ďalších partnerských a dôležitých dizajnerských inštitúcií členských štátov Európskej únie. BEDA v súčasnosti reprezentuje 31 dizajnerských organizácií v 21 štátoch EÚ.

Jej cieľom je zabezpečiť permanentné spojenie medzi dizajnérmi, dizajnerskými inštitúciami a networkom v rámci európskych krajín. V neposlednom rade má nezastupiteľnú dôležitú úlohu v partnerskom rokovaní s predstaviteľmi a autoritami EÚ v Bruseli. Jej hlavné úlohy sú preto sústredené predovšetkým na aktivity a pôsobenie v rámci európskych štruktúr. Jednou z dôležitých momentov jej pozície v európskom regióne je presadzovanie dizajnu ako dôležitého nástroja fungovania prosperujúcej ekonomiky či uvedomenie si hodnoty dizajnu prospešnej pre vývoj európskeho hospodárstva a kultúry. Výbor BEDA prijal so znepokojením informáciu o úvahe zrušiť Slovenské centrum dizajnu. Prezident BEDA Massimo Pitis sa obrátil oficiálnym listom na ministra kultúry SR Františka Tótha, v ktorom zdôrazňuje, že inovácia a dizajn sú kľúčovými pojmami znalostnej ekonomiky a Slovenská republika ako súčasť európskeho kontextu zohráva v tomto procese dôležitú úlohu.

Slovenské centrum dizajnu je členom ICOGRADA, Združenia organizácií grafických dizajnérov. Najnovšie Newsletter BEDA a ICOGRADA si môžete pozrieť na www.sdc.sk



■ Odev ako prostriedok komunikácie

(Rozhovor s Máriou Štranečkovou)

Na jesennej časti 38. ročníka medzinárodného veľtrhu módy a odievania Trenčín mesto módy v Trenčíne sa desať módných návrhárov zo Slovenska a z Čiech uchádzalo o titul Módný tvorca roka 2005. Získala ho Mária Štranečková, čerstvá absolventka ateliéru odevného dizajnu Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave. Má za sebou niekoľko prehliadok, výstav, ocenenie v súťaži Kruhy na vode a realizáciu divadelných kostýmov. Na súťaži sa prezentovala diplomovou prácou – kolekciou jedenástich modelov s názvom „Me and art“.

Ako by ste predstavili vašu víťaznú kolekciu?

Vždy keď tvorím odevy, usilujem sa o prebúdenie troch zložiek – dizajnu, módy a umenia. Keby som to mala vysvetliť na tejto kolekcii, tak dizajn je to, čo je na prvý pohľad viditeľné, to je povrch, obal. V tomto prípade ide o použitie maliarskeho plátna ako základného materiálu a puristické strihové riešenie. Móda je vnútri vo forme kontrastujúcej podsivky, ktorú som pri každom modeli potlačila iným dekorom. A skrytý detail, to je visačka, ktorá nie je v tomto prípade návodom na ošetrovanie odevu – symboly som doplnila citlivými ošetreniami života. Tak som do odevov vpašovala svoj odkaz, že síce je dobré postarať sa o odev, ale ešte dôležitejšie je starať sa o kvalitu života, vzťahov...

Na veľtrhu TMM v Trenčíne sa veľa hovorilo o kríze textilného a odevného priemyslu. Ako to vnímate vy, na začiatku svojej profesionálnej dizajnerskej cesty? Napriek tejto neutešenej situácii sa chcem pokúsiť nájsť si svoje miesto v tejto brandži. Možno mi chýbajú predpoklady aj ambície stať sa mediálne známou návrhárkou, ktorá oblieka celebrity, ale budem spokojná, ak moje kolekcie oslovia ľudí, ktorí budú chcieť pomocou odevov viesť so mnou dialóg.

Aké sú teda vaše plány?

Teraz som v prvom ročníku doktorandského štúdia na VŠVU, teším sa, že môžem ďalej študovať, hľadať odpovede na otázky o zmysle, súčasnom smerovaní i poslaní odevného dizajnu. A môj najbližší plán – cesta do Číny, kde sa zúčastním medzinárodnej súťaže študentov odevného dizajnu.

✕ Zhovárala sa Pavla Šoltisová



Foto Simon Kliman

■ Web tip: Hračky, hračky

www.playsam.com – škandinávské dizajnerske drevené hračky

Každá hravá duša ocení web, ktorý predstavuje výsledky „švédskoho dizajnerskeho dedičstva“ firmy Playsam – hračky. Ide najmä o rôzne štylizované dopravné prostriedky – autá, lodičky, populárne húpacie koníky ale i kačky a zajace. Nájdete aj veci dospeláckeho charakteru – kľúčenku či pero. Všetky produkty sú vo veselých farbách a príjemné, oblé tvary nepochybne potešia oko i hmat hlavného užívateľa – dieťaťa.

Na stránke nájdete ďalšie užitočné informácie o dizajnerskom tíme, môžete nakupovať prostredníctvom e-obchodu, či počítať si referencie v rubrike press.

Za pohľad stojí aj dokumentácia projektov, ktoré firma realizovala v spolupráci so školami.



■ Sprejer Banksy: Umenie a vandalizmus

Jeden z najznámejších grafitistov v Anglicku je BANKSY. Nikdy nebol odfotografovaný, vie sa o ňom iba toľko, že má 30 rokov a pochádza z Bristolu. Zvyknú ho prezývať umelecký terorista. Pracuje najmä so šablónami. Jeho špecialitou je, že nápisy inštaluje na rozličné miesta bez toho, aby ho niekto spozoroval. V londýnskej ZOO nastriekal na žirafy a na slony odkaz: „Nechceme tu byť, necítíme sa tu dobre. Krmiči smrdia.“ „Nepozorovane sa dostal do Tate Britain, do Britského múzea a do mnohých veľkých galérií v New Yorku, kde inštaloval kópie klasických diel s jeho väčšinou humornou úpravou. Jeho posledným „kaskadérskym“ kúskom je výstava jeho diel, ktorú nazval: Výstava majstrovských diel, z vandalizovaných olejomalieb a hávade.

Na návštevu výstavy potrebujete dosť odvahy a kvapku adrenalínu. Všetky diela sú totiž vystavené v spoločnosti 164 potkanov, ktoré sa vám prepletajú pomedzi nohy. Okrem nepríjemnej spoločnosti je tam aj každý deň zväčšujúci sa smrad z potkaních výkalov. Banksy v potkanoch vidí triumf malých ľudí. V malej miestnosti sú jeho verzie klasikov so šarmantne doplneným detailom. Je tam obraz Van Goghových Slnečníc s odkvitnutými kvetmi, socha potetovanej Venuše, Warholova Marilyn Monroe s tvárou Kate Moss, ďalší obraz vo Warholovom štýle, ale miesto Campbellovej plechovky je najlacnejšia verzia paradajkovej polievky z Tesca. Banksy sa k dielam vyjadril asi v tomto zmysle: Zvandalizované obrazy odrážajú život, aký je v súčasnosti.

Nežijeme vo svete, aký je v dielach klasikov, ak si myslíte, že áno, tak sa popozerajte okolo seba.

www.banksy.co.uk

Slávnostné odovzdávanie
Národných cien za dizajn 2005
a vernisáž výstavy
Dizajn na Slovensku 1990-2005

3. november 2005

Pozvánky

Patrik Illo Kde sú oči, tam je hlava
CC Centrum, Bratislava
24. 11. 2005 – 15. 1. 2006

Konzumní zbratření – síla vábení
Samostatná výstava dizajnéra a pedagóga
prof. Františka Buriana
Galéria Medium, Bratislava
7. 12. – 5. 1. 2006

stolovanie '05
Edita Balážová, Zdeněk Hough, Viera Igriciová,
Daniel Lichard, Markéta Nováková
Dizajn štúdio ULUV, Bratislava
8. 12. – 20. 1. 2006

Spoločenská identita/Corporate identity
na fasáde novootvorenej budovy Selfstorage
Kopčianska ulica v Bratislave – Petržalke
Organizuje Billboard Gallery Europe
od 29. 11. – 23. 2. 2006

Marek Trizuljak, Klement Trizuljak
Sklo, architektúra, svetlo
K Gallery, Bratislava
1. 12. – 30. 12. 2005

X rokov tavenej sklennej plastiky
Lhotský – Pelechov
Dvorana MK SR, Bratislava
6. 12. – 30. 12. 2005

Bookmark
Reinštalácia výstavy typografií 19 autorov zo 6
stredoeurópskych krajín
Kníhkupectvo Massolite books and café, Krakov
Prednáška Artura Frankowského
9. 12. – 2. 12. 2005

Cazunari Sakamoto
Výstava jedného z najvýznamnejších japonských
architektov
Galéria kritikov, Palác Adria, Praha
15. 11. – 18. 12. 2005

Se vším všudy
Výstava grafika a grafického dizajnéra Michala
Čihlářa
Moravská galéria, Brno
14. 11. 2005 – 4. 1. 2006

VŠUP Dnes/AAAD Today
Výstava k 12. výročiu založenia VŠUP Praha
Galeria Mánes, Praha
25. 11. – 29. 12. 2005

Výstava Ateliéru design oděvu a a obuvi VŠUP
Galeria N, Jablonec nad Nisou
17. 11. – 12. 1. 2006

Back to A
Design Now. Austria
Mak, Viedeň
14. 9. – 12. 2. 2006

Safe: Design Takes On Risk
Výstava prezentujúca 300 objektov a prototypov
na ochranu tela
Museum of Modern Art, New York
16. 10. – 2. 1. 2006

Viac informácií o výstavách, súťažiach a iných aktuálnych podujatiach na webovej stránke SCD www.sdc.sk
Aktualizácia vždy k 25. v mesiaci!



Design in Slovakia 1990 – 2005 National Prize for Design 2005

p. 6 Pending the heated discussions between the community of Slovak designers and officials from the Ministry of Culture about the dissolution of the Slovak Design Centre as of 01 January 2006, two very important design events took place in the exhibition hall of the Culture Ministry. The exhibition Design in Slovakia 1990 – 2005 took place in 03 – 30 November 2005 and displayed Slovak design for the period of last 15 years. The works for the exhibition were shortlisted by curators Katarína Hubová, Viera Kleinová, Zdeno Kolesár and Adriena Pekárová. The National Prize for Design 2005 ceremony took place on the same day. The exhibition catalogue lists 93 designers, including graphic designers and design studios, 31 clients, 27 manufacturers and 40 students that had registered for the competition. The international jury chaired by Stanislav Stankoci awarded the 1st prize in the product design category to Milan Bíroš (1954) for his adjustable overrun brake and the first prize in the communication design category to Martin Žilinský (1969) for the logo and visual style of the city of Bratislava. The Education Minister awarded two prizes in the students' product design category (Andrea Krajčíková: Body design – collection of backpacks Vibeau) and in the students' communication design category (Martin Mistrik: Petržalka – photo report from the concrete jungle). The Economy Minister awarded a special mention to the furniture manufacturer Brik, a. s. from the town of Kremnica. The entrance area of the exhibition hall housed works of designers who had been awarded special mentions in various categories. Ten years of NCD organized in two-year intervals by the Slovak Design Centre and Ministry of Culture since 1993 provoked a simple retrospective of awarded works. A special prize of the Culture Minister for a lifelong contribution to design was awarded for the first time. This year, Ján Čalovka, a recognized senior Slovak designer, was awarded the prize. Unfortunately, his work was not presented.

The premises housed 120 works from 70 professional designers and students from 4 academies and 4 secondary schools. The curators divided works into three sections: Firms and design, Original design and Design education. Visitors were surprised that the core of the exhibition comprised of students works that were practical (Barbora Šutáková: Sitting sets for waiting rooms, 2005), elegant (Tomáš Brichta: Fly design, 2003), funny (Martin Hartiník: Funny line, 2001) and nostalgic (Lucia Karpitová: Bowls, 2002). Graphic designer Juraj Sukop and architects Aleš Šedivec and Tomáš Tokarcík developed the graphic design and visual structure of the exhibition.

✕ **Ľgnes Schramm**

Dark side of fashion (creativity versus reality) Two stories about reality

p. 8 Studied at the department of textile of the Academy of Fine Arts and Design in Bratislava. Worked in the monthlies M6da and Dievča. Motivated by family members, established a private company in 1993. We approached Mária Mútkovičová and asked her how a visual artist could survive in a competitive environment and how to deal with supply-and-demand issues in chain stores.

You are the owner of the company Lima that is a supplier of ladies wear to the chain stores Tesco and Carrefour. You have very special real experience to share with. How did it start, proceed and ended?

It is a special story. When I formed a company I did not want to start a shop. It was an impossible thing to do, I thought. Then, we started to do smaller deliveries for a department store Dunaj. Later, new owners of former Prior (later K-mart) searched suppliers. We were selected as a supplier and started to do supplies for Slovak and Czech K-mart department stores. At that time, I was a beginner in customs and export documents. Then, we read in a newspaper that K-mart had been sold to Tesco. Tesco Stores was defining a new fashion concept for own department stores and hypermarkets. They have not had a clear definition for food and textile goods until today. Initially, all suppliers produced goods under own brands. Then, the strategy changed to sell goods under a single brand divided into price categories. Our company and three other companies were selling goods under the most luxurious Ellen Wesley brand. Anyway, we terminated our cooperation with Tesco due to unstable business strategy this year.

How did you get along with the institutions as department stores certainly are? You certainly must have arrived at many compromises.

The suppliers were those who made compromises. Initially, it was an easy life. The headquarters in Prague selected the models, we agreed the details and produced. Then, the things got worse. We used rather expensive fabrics, though had problems with quality. We had the delivery deadlines that must not have been compromised. The cooperation developed into complications. Purchasing agents produced difficulties. In fashion, you cannot predict what a customer will buy. You are a fashion expert and truly believe that the product you sell will be a success. And, it is not. The products successful at Czech market were a total loss at the market in the Eastern Slovakia.

Second Story

The original concept was to join creative forces of students at the Academy of Fine Arts and Design with the clothing manufacturer Makyta, a. s. Our story is about a project that produced certain promising results and was brought to a standstill. Júlia Sabová, the head of the textile design department at the Academy of Fine Arts and Design told us the details.

How did you come to an idea that students would develop coat designs for Makyta?

We have a lifelong working relation with Makyta. We developed the project together with the director Ing. Vidoman and Josef Ťaptuch from the VŠUP Prague. Initially, I suggested designing one technical and one creative coat. Students came to Makyta to get familiar with the production lines. They received fabrics and auxiliary materials from Makyta. The next phase developed into the specialized discussions at the Makyta premises. We agreed on final touches with a Makyta representative Ing. Šebová. The coats were displayed at the summer term presentation and a fashion show was organized. The students from Prague academy cancelled their participation in the project and the fashion show planned for Prague was cancelled, too. More unpleasant news was that a second phase of the project, the production, has never been realized. Suddenly, the major issue was to enter the ongoing production process with

a new and unexampled element. The manufacturer suddenly hesitated to take a risk and put time and money into the project. However, it was a perfect opportunity for our students to do a technically perfect coat. They met all technical requirements and had free fabrics and related tools.

What are your plans with the coats?

Recently, we were part of a fashion show organized by the fashion studio Vogel in the Devín Hotel. It is a good thing to present our coats to a certain target group. I believed that Makyta would choose several coats for mass production. Unfortunately, I was wrong. I was sorry for our students that put lot of effort into the project. They believed in a feedback from the plant. All in all, we have developed several very interesting coats. Coats by Peter Barényi were awarded the National Prize for Design 2005 in the students' category.

Is there any potential in the cooperation with Makyta?

We have a project of a new brand selling young fashion under the Makyta brand. We have met with no response from Makyta.

✕ **Jana Oravcová**

Designers' heaven

Made in Slovakia = Made in Home

p. 14 A design-promoting event Fresh design on the market or Made in Slovakia took place on 08 – 15 October 2005 in the premises of a local food market at Miletičova street in Bratislava. It was not a coincidence that the organisers of the event Viera Kleinová, Sylvia Jokelová and Ľubica Hušá chose a market to be their venue. The purpose was, as clearly indicated by the title of the event, to present twenty-four young Slovak designers and their "fresh" designs. Thus, Slovak design was confronted with Asian red-hot sales. The range of products was carefully selected to satisfy the target group of purchasers buying cheap clothes, home accessories and other products. The designers came to the market with articles up to SKK 300. Over the time, local consumers have become indifferent to the marketing strategy of Asian producers. Many products are funny and ironic answers to the bad imitations of worldwide brands. Each and every designer developed an own method of satirizing these strategies.

Zuzana Kubánová and Michal Rafaj produced textile bags decorated with spooky versions of a pop icon Mickey Mouse. Jana Némethová combined fairytale and comics heroes into the magnetic badges. Palo Bálik introduced a fanny way of state identity presentation. In his collection of T-shirts „5 x SK“, Bálik incorporated a map of the Slovak Republic into various symbolic images such as the sweat maps. Unlike Asian artificial state identities, these T-shirts had original humour in them. Lukáš Jablonovský came with the cutlery decorated with religious heroes and commenting on low quality and bad design of cult figures. A vase branded with Discount –20% by Marián Laššák pointed out the all-year discount strategy used by many retailers. A photo frame made from dish sponge and clothes pegs by Sylvia Jokelová was inspired by traditional feminine roles of Slovak women. A pincushion called "Rudy" by Beata Varmužová was the main sale success. Was it because the Slovaks take every opportunity to humiliate Slovak politicians? Fans of Slovak folk art were pleased with wire bowls from Slavo

Pecúch or gingerbreads decorated with heads of teachers at the design department of the Academy of Fine Arts and Design from Lucia Mrvíková. Imprinted on bags and T-shirts, Marcel Holubec imitated traditional embroidery and bobbin lace patterns. Nina Weisslechnerová made funny postcards combining latest photos of Bratislava and pop heroes.

The stand with "fresh design" was a total attraction at the market. Presenting original Slovak design at a place with various visitors, the project was a great success. Participating designers were displaying their work at an unfamiliar place and they proved to be prepared to present their work in any environment and for various customers.

x **Monika Miklašová**

LONDON DESIGN FESTIVAL

p. 16 An installation of one of the UK's leading designers Tom Dixon was a serious interference with public space. Dixon installed the longest bench in Trafalgar Square using blue rubber bands and a metal construction system. The bench was an original sign that something was going on in London. In addition to exhibitions, workshops, lectures and discussions were staged. Environment and recycling issues was the topic of great importance. However, many practical questions such as patents, licensing, legal protection of design were answered. The objective was to unite design and reach design consumers. The mission was completed with many visitors at 170+ events.

100% Design

100% Design has developed an international reputation as a design exhibition.

The exhibition expanded for 11 years in existence into 450+ exhibitors in 2005. In addition to top UK's designers (Tom Dixon, SCP, Formica), Earls Court has introduced young design talents.

As a result, a mix of dynamic easiness and monochromatic classic art has been produced. That young designers prevailed was clear from the colours of the festival. Radiant colours at daily wares, sofas, carpets and fabrics prevailed.

Besides 100% Design, visitors attended 100% East, an exhibition that took place in a famous London district East End. Young designers were given the licence to experiment and innovate. Young UK's designers, graduates of UK's design schools were presented in the Talent Zone section. Re: design was a recycled design exhibition. Visitors could speculate on a second life products had, on ethics, environment and social and emotional issues. They may have meditated on how useless garbage was transformed into funny and operational things.

x **Milena Farkašová**

How to escape design

p. 19 In 2005, Designblok took place for seventh time. Each year, the organizer of the event, Profil media, has attempted to prepare the better and more varied festival. This year, service boxes from Skanska served as presentation spaces for designers, design studios and schools. Exhibitors were free to adjust a box as necessary. They prepared varied and diverse exhibition stands. A collection of various, obscure and poetic, porcelain products by Antonín Tomášek, designs by Qubus and Mojo design and fashion designer Hana Zárubová, the winner of the Designblok prize, impressed us.

The Talent of the Year prize was awarded to Zdeněk Vacek for a collection of impressive jewellery reminding of mysterious nature in the Greenaway's movies. Also, we liked a new collection of neon lights from Olgoj Chorchoj designed for a Czech company Vitrum. We have spotted a reference to neon sculptures by Zdeněk Pešánek in the lights.

Besides, several additional events took place such as an exhibition of good Austrian design Pure Austria, exhibition of Czech fashion designers or exhibition of young Central European designers Milky Way. The Voyager from Portugal stopped by in a European tour. We were delighted that the organisers invited, among many notable exhibitors such as Maxim Velčovský, Ikea with recycled furniture, Monidee with extreme fashion, Puff Buff Design from Poland or Bkm from Austria with elegant furniture, a Slovak designer Sylvia Jokelová. It is the second designer from Slovakia, after Patrik Illo, who represented young Slovak design at this prestigious design event.

We spoke to Sylvia Jokelová at the Milky way exhibition to let her describe her work in person.

p. 20 According to my information, your Design from behind the stove collection inspired you to establish a brand Frau.haus.

I have to explain what inspired me. Design is a visual medium for me. I do not feel like a designer finding answers to global problems, as a designer working for commercial companies producing large series of products. I am a designer of minor products. My life, my family, my childhood, friends and surroundings I live in, all that is reflected in my work. Anyway, global world is interconnected with my local world. But I would like to tell you more about by inspiration in daily routines. Look at an ordinary person working 9 to 5. They come home to do their hobby. The hobby is what they really like to do. This is what I like to do. That is why I compare my creative work with my hobby. The concept of my brand Frau.haus is the combination of women's domestic works and design. We can call it the women's domestic works for third millennium. The title suggests that the small series of products to be produced are developed with the help of the latest technologies. I use various instruments starting from a needle and ending with a CNC milling cutter. Some people are lucky and earn money from their hobbies.

Frau.haus. You are a Slovak designer. Why did you find a German name for your brand?

I deal with stereotypes and clichés in design and in daily life. I found Frau.haus a very accurate title as it covers two of such clichés. The first cliché is that many people, not only in Slovakia, give "good looking" English names to their companies. So I decided to break the English rule and give a German name to my brand. The second cliché is connected with a reference to the world famous Bauhaus with its definition of good, or perfect modern design. It is my ironic remark to the definition of a perfect functional product that can save the world. The product that would give answers to all our problems, social, environmental or others. I also challenge the concept that a designer is a person that knows what good taste is. It is my intention to use things generally perceived as bad taste. I use meat mats, crochet tablecloths or cross-stitch blankets as major parts

of my collections. I give them a new and special meaning and purpose.

You have a special concept of work with materials. It is an irritating concept for many people.

I have a liking for materials that some people find disgusting or they have made a fetish of materials such as rubber, polyethylene foil, polystyrene foam and leather. I am currently preparing for small series production and have to find an answer to the problem of using available technologies and preserving my creative concept. It is not an easy task.

Why is it so important to preserve the concept?

When a customer buys my product I want them to translate the concept instantly. I want the product to start a communication with the purchaser. I want the purchaser to develop emotions or thoughts. I have a personal liking for things that can communicate both with children and experts.

x **Lubica Hustá**

320 Chairs

p. 25 A bentwood chair was an astonishing phenomenon in the European history of furniture design. The invention of Michael Thonet won recognition in many regions of then-Austro-Hungarian Empire, later the countries of Central and Eastern Europe. Bentwood technology and unequalled production of comfortable and challenging chairs, the inspiration for several generations, were used in Slovakia. What has remained? Few residents knew that a long-forgotten design treasure waits to be discovered in a deserted dining hall of the former state furniture factory Tatranábytok Pravenec. Silvester Slošiar, a former technician and development officer in the factory, is one of the informed people. As a pensioner, Slošiar has devoted his efforts to the preservation of various samples from the history of the factory. We came across the devoted historian when we had searched for a well-known chair of a top Slovak designer Ladislav Gatial. Mr. Slošiar was delighted and introduced us into Tatranábytok. He was also eager to know how the collection is archived. Originally, the collection had included massively produced chair samples and prototypes.

We walked into the factory, remembering successful years as a Bata-owned shoetree manufacturer and the decline in the middle 1990s. Then, we entered a dining hall and stopped in astonishment. Piles of chairs of various shapes and colours arranged into rows. Shelves on walls covered with chairs, chairs everywhere you look... the oldest Thonet chairs with twisted joints together with new designs from 1960s to 1980s. The room was packed with the most prestigious works of the whole generation of Slovak furniture designers. It was a chair heaven into which not many are allowed!

What next?

The experience was unforgettable. We have discovered the most numerous collection of furniture in Slovakia that must be preserved for future generations. Original Slovak design has suffered from too many losses. An exhibition, organised with a support of the enthusiasts from Design factory was our answer. Now, we put heads together to find a place for products, objects and designs that had formed the history of Slovak design, society, values and culture. The best solution would be a show room, a „dining hall“ – designers' heaven similar to the one in Pravenec that would be a perfect start for a museum of design.

x **Adriena Pekárová, Katarína Hubová**



Čo nájdete v čísle 1/2006

Časopis Designum pripravuje v novom roku zmeny. Menia sa rubriky. Pribudnú nové, zmenia sa staré. Zvyšujeme aj počet strán z terajších 40 na 48. Hlavne preto, aby ste získali čo najviac informácií. Meníme aj vizuál časopisu tak, aby čo najviac korešpondoval so súčasnou dobou. Cenu naopak nemeníme. A to všetko preto, lebo chceme, aby ste sa na časopis Designum vždy tešili. A čo teda nájdete v nasledujúcom čísle? Hlavnou témou budú grafickí dizajnéri v slovenskom reklamnom priemysle, ďalej napríklad aká bola výstava profesora Františka Buriana v galérii Medium, výber toho najzaujímavejšieho zo zimného prieskumu študentov dizajnu, po krátkej pauze aj Seriál Zdena Kolesára Kapitoly z dejín grafického dizajnu, ale aj rubriky Sentimental, či Comeback

Redakcia vám želá všetko dobré do roku 2006. Napríklad aj veľa dobrého dizajnu.

Errata v Designum 5/ 2005 na str. 20

Ospravedlňujeme sa Jurajovi Sukopovi, v rozhovore s ním v Designum č. 5/2005 na str. 20 sme uviedli nasledovné nesprávne formulácie, ktoré boli zapríčinené korektúrou textu.

Oprava vo vete: „Pri pohľade na tag sa dá asi ťažko povedať, či jeho autor aj trochu porozmýšľal...“
Správne: „Pri pohľade na tag sa dá asi povedať, či jeho autor aj trochu porozmýšľal...“

Oprava vo vete: „...že ide zároveň o tvorbu písma, o typografiu...“
Správne: „že ide zároveň o tvorbu písma a o typografiu“

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

vychádza ako dvojmesačník | bimonthly

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

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

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

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

Voľný predaj vo vybraných galériách a kníhkupectvách v Bratislave: Artforum, Prospero, Reduta, predajňa Nova Design Store, Galéria Medium (VŠVU), X Gallery, Dizajn štúdio ÚLUV, v stánkoch Mediapress. | **Mimo Bratislavy:** Kníhkupectvo Artforum (Banská Bystrica, Žilina, Košice), Galéria J. Koniarka (Trnava), Pavel Strážay Christiania (Poprad), Christiania (Prešov), Kníhkupectvo a Antikvariát Pod Vríškom (Nitra), Šarišská galéria (Prešov), Galéria M. Bazovského (Trenčín), Slovenské technické múzeum (Košice). | **Mimo SR:** Kníhkupectvo Fraktály (Praha).

Objednávky na časopis Designum | Orders for Designum review

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

Designum | revue dizajnu / design review | X. ročník / volume X | vychádza 6-krát ročne / a bimonthly | číslo 4/2004 / number 4/2004 | **Vydáva / Edited by** | Slovenské centrum dizajnu, Bratislava | Slovak Design Centre | **Vedúca redaktorka:** Ľubica Husta | **Spolupráca na čísle:** Katarína Hubová, Adriena Pekárová, Jana Oravcová | **Jazyková redakcia:** Inge Hrubaničová | **Redakčný kruh / Editorial cooperators:** Dušan Brozman, Emil Drličiak, Silvia Fedorová, Sylvia Jokelová, Zdeno Kolesár, Pavel Masopust, Mária Rišková, Marek Škripeň, Lucia Luptáková (Amsterdam), Ľubica Pedersen (Kodaň), Jiří Pelcl (Praha), Karol Pichler (Paríž), Alan Záruba (Praha) | **Poštová adresa / Postal address:** Slovenské centrum dizajnu, redakcia Designum, P.O. Box 131, 814 99 Bratislava | Slovak Design Centre, Designum editorial office, P.O. Box 131, 814 99 Bratislava, Slovak republic | **Sídlo redakcie / Headquarter:** Jakubovo nám. 12, Bratislava, **Telefón / Phone** + 421 (0)2 5293 1564, fax: + 421 (0)2 5293 1838, **e-mail:** husta@scd.sk, scd@scd.sk | Nevyžiadané rukopisy, fotografie, diapositívy, CD sa nevracajú | **Graphic Design:** Zuzana Chmelová | **Prepress:** Typocon Bratislava | **Tlač / Printing:** Uniprint, Považská Bystrica |

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

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

Na obálke | Cover foto: Šperky Sylvia Jokelová, foto: Filip Vančo, modelka Jana Némethová

PREDPLAŤTE SI ČASOPIS DESIGNUM NA ROK 2006

designum,



01/2004



02/2004



03/2004



04/2004



05-05/2004



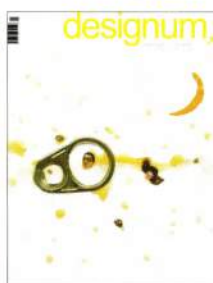
01/2005



02/2005



03/2005



04/2005



05/2005



06/2005

- Je to jednoduché. Na začiatku si zvolíte spôsob platby, platobnú inštrukciu nájdete nižšie. Platíť môžete poštovou poukážkou, bankovým prevodom. Po zaevidovaní vašej platby budete zaradení do databázy predplatiteľov a časopis budete dostávať pohodlne priamo do schránky.
- Predajná cena:** 65,- Sk **Cena pre predplatiteľov:** 55,- Sk vrátane poštovného

- **Platobná inštrukcia pre predplatiteľov časopisu Designum na rok 2006**
- Výška predplatného:** 330,- Sk
- Názov a číslo účtu:**
- Bežný účet SCD vedený v Štátnej pokladnici č. 7000070238/8180
- Variabilný symbol:** 2006123456 **Konštantný symbol:** 0308

- **Info o predplatnom zo zahraničia na našej web stránke www.sdc.sk.**

- **Využite predaj časopisov z rokov 2004 a 2005 za akciové ceny.**
- Pri nákupe celého ročníka 2004 zaplatíte len 180 Sk
- Pri nákupe celého ročníka 2005 zaplatíte len 240 Sk

- **Pre všetky ďalšie informácie o predplatnom a predaji kontaktujte redakciu časopisu Designum, Slovenské centrum dizajnu, Jakubovo nám. č. 12, P.O.BOX 131, 81 4 99 Bratislava, tel.: +421/2/5293 1564, fax: +421/2/5293 1838, e-mail: sdcsdc.sk, alebo husta@sdcsdc.sk.**