

cena *za dizajn*

v Slovenskej republike

V DRUHOM ROČNÍKU
CELOŠTÁTNEJ SÚŤAŽE
SA STRETLO 54 VÝROBKOV.
HODNOTILA ICH ODBORNÁ POROTA,
KTORÁ ODPORUČILA UDELIŤ 4 CENY
A 7 UZNANÍ ZA DIZAJN.

SÚŤAŽ CENA ZA DIZAJN V SR MALA – TAK AKO
VŠETKY CELONÁRODNÉ DIZAJNÉRSKE SÚŤAŽE
VŠADE VO SVETE – ZA CIEĽ PREZENTOVAŤ TO NAJKVA-
LITNEJŠIE, ČO NÁŠ PRIEMYSEL V OBLASTI PREDMETNEJ
KULTÚRY VYTVORIL ZA POSLEDNÉ DVA ROKY.
BOLA DRUHÝM ROČNÍKOM BIENÁLNE SA OPAKUJÚCEJ
SÚŤAŽE, KTORÚ ORGANIZUJE SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU.

1/1996

TYPOCON[®]

COMPUTER GRAPHICS

S.P.O.

COMPUTER GRAPHICS STUDIO
• scanovanie transparentných a
redlôh • grafický d
elektronick

Ágnes S
tvorbe un
totožné
stva, p
tvarnú
Konšt
výšil

PER GRAPHICS STUDIO

scanovanie transparentných a odrazových
predlôh • grafický design • sadzba
elektronická stranová montáž
osvit • farebné nátlaky
nahrávanie dát na CD-ROM disky

• S
m u
ecké
podou
prou sa
a. Všet

832 59 Račianska 71
tel.: (07) Bratislava
(07) 5257 161
fax: (07) 2796 741
250 042

nepretržitá prevádzka na zariadeniach Linotype - Hell



<i>Zdena Burianová: Cena za dizajn v Slovenskej republike '95</i>	3	<i>Zdena Burianová: Design Prize in Slovak Republic '95</i>	
Súťaže		Competitions	
<i>Mária Riháková: HiMedia - začiatok novej éry</i>	8	<i>Mária Riháková: HiMedia - Beginning of the New Era</i>	
<i>Lubica Pedersen: Dve dánske ceny za dizajn</i>	12	<i>Lubica Pedersen: Two Danish Design Prizes</i>	
<i>Lubica Pedersen: Dánsko: Vládna politika na podporu dizajnu</i>	13	<i>Lubica Pedersen: Denmark: Governmental Policy of Design Promotion</i>	
Výstavy		Exhibitions	
<i>Mária Riháková: Martin Szekely - nábytkár a dizajnér</i>	14	<i>Mária Riháková: Martin Szekely - Furnisher and Designer</i>	
<i>Mária Riháková: Posun formy. Svensk Form 1845-1995</i>	18	<i>Mária Riháková: Svensk Form 1845-1995. Movement of a Form</i>	
Profil		Profile	
<i>Ágnes Schrammová: Anton Cepka. Architektúra zavesená na ihlici</i>	20	<i>Ágnes Schrammová: Anton Cepka. Jewels - Architecture Suspended from a Pin</i>	
Anketa o úlohe dizajnu v podnikovej stratégii		Inquiry on the Role of Design Strategy in Comp.	
<i>Tradičia a profesionalita. Rozhovor o dizajne v a. s. Makyta Púchov</i>	24	<i>Tradition and Professionalism. Interview in the Makyta Fashion Comp., Púchov</i>	
Nábytkový dizajn		Furniture Design	
<i>Luba Fábri: Dizajn na bývanie IV. Dizajnérsky Matterhorn</i>	26	<i>Luba Fábri: Design for Living. Part IV. Designer's Matterhorn</i>	
Dizajnéri		Designers	
<i>Adriena Pekárová, Mária Riháková: Pozitívne šance dizajnu. Rozhovor s dizajnérkou a poradkyňou Mariou Korbelovou</i>	30	<i>Adriena Pekárová, Mária Riháková: Positive Chances for Design. Interview with Designer and Consultant Marie Korbel</i>	
ICSID		ICSID	
<i>Avram Grant: Môže byť cestovanie „zelené“?</i>	33	<i>Avram Grant: Can Travel Go „Green“?</i>	
<i>Peter Zec: Dizajn a zmena environmentálnej zodpovednosti</i>	34	<i>Peter Zec: Design for Changing Environmental Awareness</i>	
<i>Kazuo Morohoshi: Ekológia a mobilita</i>	35	<i>Kazuo Morohoshi: Ecology and Mobility</i>	
Anglické stránky		English Pages	
<i>Zdena Burianová: Design Prize in Slovak Republic '95 / Ágnes Schrammová: Anton Cepka. Jewels - Architecture Suspended from a Pin / Peter Biľak: Illegibility. Part II. / Zdeno Kolesár: On the Phenomenon of Designer Drawing</i>	37	<i>Zdena Burianová: Design Prize in Slovak Republic '95 / Ágnes Schrammová: Anton Cepka. Jewels - Architecture Suspended from a Pin / Peter Biľak: Illegibility. Part II. / Zdeno Kolesár: On the Phenomenon of Designer Drawing</i>	
Predstavujeme		Introduction	
<i>Adriena Pekárová: Matteograssi</i>	42	<i>Adriena Pekárová: Matteograssi</i>	
Grafický dizajn		Graphic Design	
<i>Peter Biľak: Nečitateľnosť II.</i>	46	<i>Peter Biľak: Illegibility. Part II.</i>	
Retrospektívy		Retrospectives	
<i>Zdeno Kolesár: K fenoménu dizajnerskej kresby</i>	50	<i>Zdeno Kolesár: On the Phenomenon of Designer Drawing</i>	
Autodizajn		Autodesign	
<i>Tomáš Hladný: Predná maska - tvár automobilu</i>	56	<i>Tomáš Hladný: Front Mask - Face of a Car</i>	
Reportáž		Report	
<i>FUSE '95</i>		<i>FUSE '95</i>	
<i>David Grossman: Fórum experimentálnej typografie v Berlíne</i>	59	<i>David Grossman: Forum of Experimental Typography in Berlin</i>	
<i>Peter Biľak: Experiment FUSE</i>	60	<i>Peter Biľak: FUSE Experiment</i>	
<i>Viera Struhařová: Pařížsky salón nábytku</i>	62	<i>Viera Struhařová: Paris Furniture Fair</i>	
Mozaika informácií		Information Mosaic	
<i>Glasgow - mesto architektúry a dizajnu '99 / Kodaň 1996 / LOGO '95 / Présences Slovaques / Uwe Bahnsen v Bratislave / Produkty s prvkom hry / Výstavy na Salóne nábytku / Domus ako medzinárodný koncept / Dizajn Reggiani / Dizajn pre kúpeľne</i>	41	<i>Glasgow - the Town of Architecture and Design '99 / Copenhagen '96 / LOGO '95 / Présences Slovaques / Uwe Bahnsen in Bratislava / Products with an Element of Play / Exhibitions in Paris / Domus as International Concept / Reggiani Design / Design for Bathrooms</i>	
	66		

DE SIGN[®]UM

revue dizajnu
III. ročník
vychádza 4 krát ročne
číslo 1/96

Vydáva:

Slovenské centrum dizajnu,
Bratislava s finančnou podporou
Ministerstva kultúry SR.

Redakcia:

Adriena Pekárová (šéfredaktorka),
Mária Riháková (redaktorka),
Soňa Králiková (tajomníčka).

Redakčná rada:

Ľudmila Fintorová, Jaroslav Jarema,
Štefan Klein, Zdeno Kolesár, Júlia
Kunovská, Karol Pichler, Štefan
Schneider, Štefan Šlachta.

Zahraniční spolupracovníci:

David Grossman (Tel Aviv), Maria
Korbel (Frankfurt a. M.), Alastair S.
Macdonald (Glasgow), Jan Michl
(Oslo), Ľubica Pedersen (Kodaň),
Walter R. Stahel, (Ženeva), Zbyněk
Vokrouhlický (Praha), Peter Zec
(Essen).

Poštová adresa:

Slovenské centrum dizajnu,
redakcia **DE SIGN UM**,
P. O. Box 131, 814 99 Bratislava
Sídlo redakcie:
Jakubovo nám. 12, Bratislava,
telefón: 0042/07/5334 161, 5331
371, fax: 0042/07/5331 389

Nevyžiadané rukopisy, fotografie
a diapozitívy sa nevracajú.

Grafická úprava: Zuzana Chmelová
a hosťujúci grafici

PrePress: Typocon, s. r. o. Bratislava

Tlač: BTB Bratislava

© SCD

ISSN 1335 - 034X

Registrované MK SR č. 889/93

Rozširuje:

PNS, š. p., Pribinova 25, 813 81
Bratislava a sieť predajcov.

Distribuuje:

L. K. Permanent spol. s r. o.,
Pekná cesta č. 2, 831 05 Bratislava
Podávanie novinových zásielok
povolené Riaditeľstvom poštovej
prepravy, Bratislava, pošta 12,
pod číslom 197/93.

Objednávky prijíma:

SCD, P. O. Box 131,
814 99 Bratislava
Objednávky do zahraničia prijíma
SCD.

**Cena jedného čísla je 60,- Sk pre
predplatiteľov, odporúčaná cena
na voľný predaj je 80,- Sk.**

Celoročné predplatné 240,- Sk/Kč,
cena pre zahraničie 40 DM celoroč-
né predplatné + poštovné.

DE SIGN[®]UM

design review
volume III.
a quarterly
number 1/96

Published by:

Slovak Design Centre,
with financial support of Ministry
of Culture of the Slovak Republic.

Editorial team:

Adriena Pekárová (editor-in-chief),
Mária Riháková (editor),
Soňa Králiková (secretary).

Editorial committee:

Ľudmila Fintorová, Jaroslav Jarema,
Štefan Klein, Zdeno Kolesár, Júlia
Kunovská, Karol Pichler, Štefan
Schneider, Štefan Šlachta.

Foreign correspondents:

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

Address:

Slovak Design Centre
P. O. Box 131, 814 99 Bratislava,
Slovak Republic
Telephone: 0042/7/5334 161,
5331 371, Fax: 0042/7/5331 389

Graphics: Zuzana Chmelová

and host graphic designers

PrePress: Typocon, s. r. o. Bratislava

Printing: BTB Bratislava

© Slovak Design Centre
ISSN 1335 034X

Distribution

L. K. Permanent spol. s r. o.
Pekná cesta č. 2,
831 05 Bratislava, Slovakia.

Subscription orders:

SLOVAK DESIGN CENTRE,
P. O. Box 131,
814 99 Bratislava, Slovakia.
Price per one copy abroad: 10 DM.
Annual subscription abroad: 40 DM
+ postage.

GRAFICI PRE **DE SIGN UM** 1/96

GRAPHIC DESIGNERS FOR **DE SIGN UM** 1/96

Grafik ročníka 1996 Graphic designer for 1996

ZUZANA CHMELOVÁ

Študovala na SUPŠ a VŠMU v Bratislave. Okrem
úžitkovej grafiky (plagáty, logá, katalógy, vizuálne
systémy) sa venuje aj textilnému dizajnu, tvorbe
objektov a šperkov. V roku 1995 pracovala pre
DE SIGN UM ako hosťujúci grafik, na grafickej ú-
prave ročníka 1996 sa bude podieľať ako hlavný
grafik.

Hosťujúci grafici Host graphic designers

nečitateľnosť



PETER BILAK

V súčasnosti pôsobí v Atelier National de
Création Typographique v Paríži. Študoval na
VŠVU v Bratislave, absolvoval študijné pobyty
v USA a Veľkej Británii. Zaoberá sa typografiou,
niektoré z jeho typov písma predáva firma
FontShop. (str./pg. 46-49)

DESIGN NABYTIE / 47



LUBA FÁBRI

Vyštudovala HAB Weimar, odbor architektúra.
Venuje sa dizajnu nábytku, tvorbe interiérov, ex-
perimentálnych priestorov a „atmosféry“, v ob-
lasti grafického dizajnu tvorbe vizuálneho firem-
ného štýlu, reklamnej grafike. (str./pg. 26-29)

gom



EVA ODRÁŠKOVÁ

Študentka VŠVU - oddelenie grafického dizajnu
Stanislava Stankoviča. V súčasnosti pracuje
v reklamnej agentúre MARK/BBDO ako senior
grafik. Za grafickú úpravu knihy Kocomour získa-
la cenu Matice slovenskej v súťaži Najkrajšia
knihy roka 1995. (str./pg. 3-7, 42-45 + 1. strana
obálky)

2000

za dizajn

v Slovenskej republike

V DRUHOM ROČNÍKU CELOŠTÁTNEJ SÚŤAŽE SA STRETLO 54 VÝROBKOV. HODNOTILA ICH ODBORNÁ POROTA, KTORÁ ODPORUČILA UDELIŤ 4 CENY A 7 UZNANÍ ZA DIZAJN.

SÚŤAŽ CENA ZA DIZAJN V SR MALA – TAK AKO VŠETKY CELONÁRODNÉ DIZAJNÉRSKE SÚŤAŽE VŠADE VO SVETE – ZA CIEĽ PREZENTOVAŤ TO NAJKVALITNEJŠIE, ČO NÁŠ PRIEMYSEL V OBLASTI PREDMETNEJ KULTÚRY VYTvorIL ZA POSLEDNÉ DVA ROKY. BOLA DRUHÝM ROČNÍKOM BIENÁLNE SA OPAKUJÚCEJ SÚŤAŽE, KTORÚ ORGANIZUJE SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU.

Ked' sme roku 1993 po prvý raz oslovili slovenských výrobcov, aby si zmerali sily a konfrontovali výsledky svojej spolupráce s dizajnérmi v celoštátnej súťaži, sami sme boli zvedaví, ako súťaž, resp. obdržané ocenenia pomôžu výrobcovi uplatniť sa na trhu. Výsledok nás prekvapil – a musím povedať, že veľmi príjemne. Opäť sa potvrdilo, že dobrý dizajn výrobok predáva. I keď značka ocenenia oslovila najmä zahraničných odberateľov – niet sa čo čudovať. Veď označenie „dobrý dizajn“ je vo svete chápané ako značka komplexnej kvality už dlhé roky a pre obchodníka je zárukou dobrého obchodu.

Súťaž Cena za dizajn v SR '95 sa konala už v celkom inej atmosfére. Zmenilo sa členenie kategórií súťaže: z pôvodných sedem sortimentných kategórií na dve základné – výrobkovú a grafický dizajn, čo uľahčilo prihlasovateľom vstup do súťaže. S potešením sme konštatovali, že záujemcov o získanie ocenenia bolo oveľa viac než pred dvoma rokmi a aj úroveň predkladaných výrobkov bola po stránke ich kvality a dizajnu oveľa vyššia. Ďalším pozitívnym zistením bolo, že sa zvýšil počet výrobkov strojárskoho priemyslu, ktorý bol reprezentovaný malými a strednými podnikmi. Je to signál, že i tento priemysel, ktorý má na Slovensku veľkú tradíciu, sa dostáva zo šoku transformácie a vstupuje na scénu s novými ambíciami. Ako výsledky súťaže dokazujú – úspešne. Chýbalo nám v tomto roku väčšie zastúpenie

nábytkárskeho priemyslu a, žiaľ, i viac prezentácií grafického dizajnu. Uvedomujeme si, že je to pravdepodobne tým, že naša súťaž ešte nie je u týchto firiem dostatočne známa – čaká nás tu ešte veľa práce, najmä propagačnej. S výsledkami súťaže Cena za dizajn v SR '95 sme však neskromne spokojní – kritériá boli prísne a porota sa neuspokojila len s priloženou dokumentáciou. Precestovala celé Slovensko, aby si overila ergonomickú vhodnosť, funkčnosť a kvalitu výrobnej realizácie u tých výrobkov, ktoré nebolo možné vzhľadom na ich hmotnosť previezť na zasadanie hodnotiacej komisie.

Ocenenie „Cena za dizajn v SR '95“ získali len tí najlepší z najlepších. Podmienky súťaže však splnilo oveľa viac výrobkov, a preto bol celý výber výrobkov s dobrým dizajnom vystavený spoločne na výstave Dizajn '95“ koncom roka 1995 v Dome techniky v Bratislave, kde sa s nimi oboznámila verejnosť. Oceneným výrobkom prajeme obchodný úspech, ich výrobcovi obojstranne výhodnú spoluprácu s dizajnérmi aj v budúcnosti a dizajnérom veľa tvorivých nápadov. Dovidenia pri ďalšom ročníku súťaže – už pod novým názvom Národná cena za dizajn, nad ktorou preberá od r. 1996 záštitu Ministerstvo kultúry SR.

ZDENA BURIANOVÁ

Hodnotiaca komisia:

PhDr. Igor Dídov
Zora Palová

doc. Štefan Klein, akad. soch.

Mgr. Katarína Hubová

doc. Ferdinand Chrenka, ak. soch.

Mgr. Milan Pulík

PhDr. Zdeno Kolesár

Mgr. Ivan Čobej

Lúdo Petránsky ml.

RNDr. Margita Michlíková

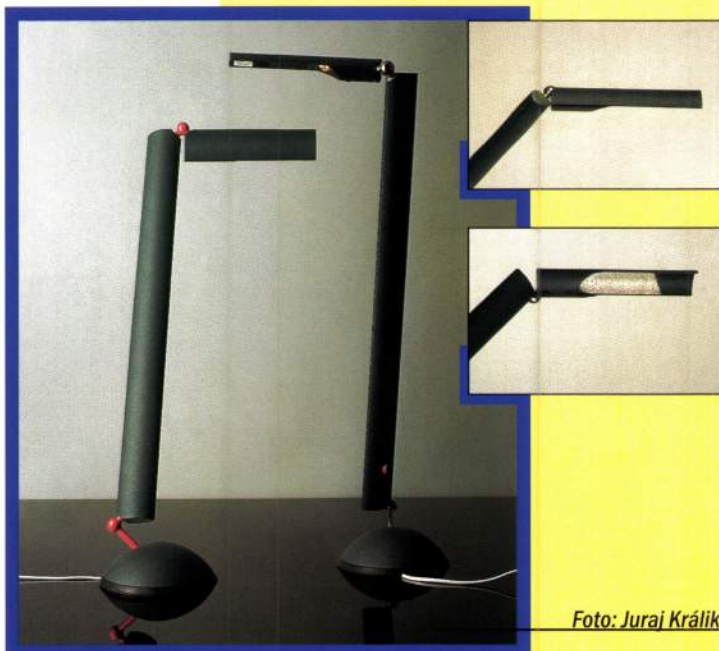


Foto: Juraj Králik

Halogénové svietidlo Athelas.

Dizajn: Anton Bendis.

Výrobca: Bendis a Kierulf.

Cena za dizajn.

Jednoduchý tvar a strohá farebnosť dáva halogénovej lampe firmy Bendis a Kierulf minimalistický výraz asketickej prísnosti, ale aj dôveryhodnosti. K hlavným prednostiam patrí variabilita rozširujúca možnosti využitia tradičnej pracovnej stolnej lampy. Systém dvoch kĺbov umožňuje pri jednoduchej manipulácii jej využitie na intímne osvetlenie interiéru, alebo ako bodové svietidlo.

Bezozvyšku recyklovateľné materiály zohľadňujú ekologické nároky. Navyše ide o „reálny“ dizajn pre naše pomery, nakoľko dizajnéri navrhli technológiu výroby vrátane jej strojového zabezpečenia.

Zdeno Kolesár



Malé trojkolesové úžitkové vozidlo.

Dizajn: Milan Bíroš.

Výrobca: Liaz, s. r. o., Veľký Krtíš.

Cena za dizajn.



Typový rad rýpadiel DBM.

Dizajn: Boris Čiampor.

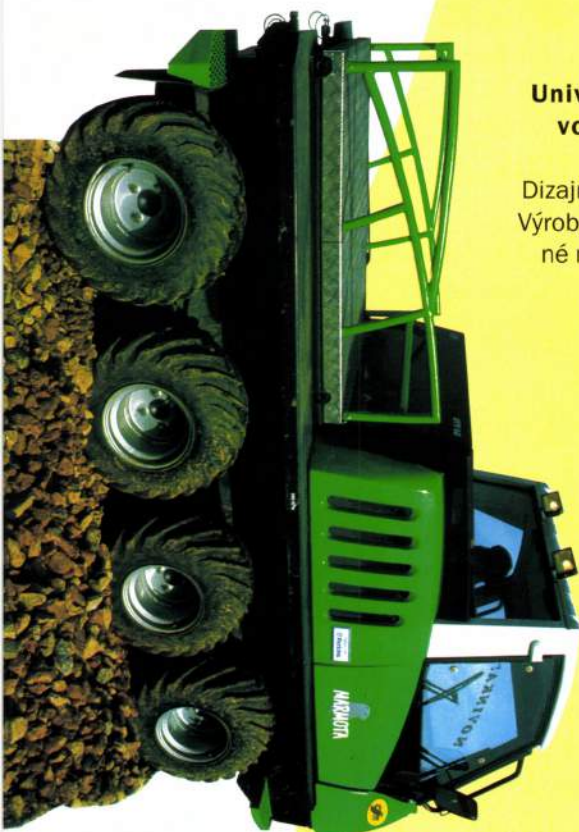
Výrobca: Dimex s. r. o., Zvolen.

Uznanie.

Keď sme boli oslovení, aby sme sa zúčastnili hodnotenia komisie v súťaži o cenu za dizajn, spoiatku sa nám zdalo zbytočne komplikované cestovať za výrobcami a hodnotiť výrobky priamo v materských podnikoch, ale charakter niektorých výrobkov si to vyžadoval.

Nakoniec práve táto skúsenosť bola veľmi cenná. Uvedomili sme si, že každý nový výrobok od svojho vzniku predstavuje veľmi široký komplex problémov a jedine dokonalé poznanie týchto procesov v priamom kontakte s výrobcom umožňuje vidieť výrobok v širších súvislostiach a oceniť jeho význam a vlastnosti.

V skupine výrobkov boli zastúpené jednak veľké štátne podniky, ktoré len nedávno prešli transformáciou, ale aj malé súkromné dynamické firmy. Na všetkých výrobkoch sa podpísala doba, v ktorej vznikli. Výrobcovia orientovaní na ťažké mechanizmy alebo subdodávky pre iných výrobcov (LIAZ) sú nútení postupne prechádzať na ľahší



Univerzálne terénne vozidlo UTV 060

Marmota.

Dizajn: Stanislav Kvočka.

Výrobca: Cestné a stavebné mechanizmy, a. s., Tisovec.

Cena za dizajn.

samostatný finálny produkt a hľadať vlastného zákazníka. Problémami sú malá sériovosť a dostupnosť komponentov, ako aj obmedzené možnosti využívať investične náročné technológie (lisovanie plechu, nástrekové plasty). Tieto skutočnosti, až na malé výnimky, ovplyvnili prácu dizajnéra. Podnik ZŤS Dubnica a WUSAM Zvolen majú dlhoročnú tradíciu tvorby produktu za účasti dizajnéra. Výrobky týchto firiem tvoria väčšinou tvarovo vyzreté a ustálený typový rad. Žiaľ, mnohé zostávajú len v štádiu prototypu.

Postavenie dizajnéra v procese tvorby produktu v malej súkromnej firme ZŤS Dimex predstavuje celkom novú polohu. Dizajn a konštrukcia sú v úzkom kontakte s marketingom a požiadavky trhu, dokonca konkrétneho zákazníka, sa musia realizovať za veľmi krátky čas.

Z ekonomického hľadiska je dobrý dizajn v tomto prípade každodennou nutnosťou. Ďalšou pozitívnou skúsenosťou bola návšteva vo firme LIAZ Veľký Krtíš. Výrobca komponentov sa prezentoval finálnym produktom.

Trojkoľesové vozidlo bolo vyvinuté na základe vlastnej analýzy trhu. Jeho dizajn je výsledkom externej spolupráce s profesionálnym štúdiom Auto-Engineering Bratislava. Výsledok je dôkazom, že spolupráca s profesionálmi dáva záruku kvality.

Vozidlo Marmota z Cestných a stavebných mechanizmov Tisovec je úplne novým produktom po stránke funkčnej i estetickej a predstavuje harmonický celok.

Komplexnosť riešenia, ktorú potvrdila aj praktická ukážka v teréne, bola dôvodom udelenia Ceny za dizajn. Predstavené projekty v oblasti mobilnej techniky sú tým najlepším, čo u nás v tejto oblasti vzniklo v roku 1995. Je paradoxné, že hoci štát uvoľňuje nemalé finančné prostriedky na podporu vedy a techniky, väčšina z nich vznikla bez akýchkoľvek dotácií.

Štefan Klein, Ivan Čobej



Štandardné telefónne prístroje.

Dizajn: Michal Staško.

Cena za dizajn.

Jedna z hlavných cien za dizajn v Slovenskej republike za rok 1995 bola

udelená aj Štandardným telefónnym prístrojom, ktoré navrhol Michal Staško, študent V. ročníka na katedre dizajnu (ateliér industriálneho dizajnu doc. Chrenku) na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave.

Okrem toho, že návrh spíňal všetky predpísané danosti súťaže (okrem iného aj predpoklad sériovej výroby v Tesle Stropkov), obsahoval v sebe dva výrazné momenty: vzhľadom na vek dizajnéra disponujú prístroje vysokým stupňom harmonizácie funkcie a estetickej kvality a mnohostrannou variabilitou svojho použitia.

Prvky, ktoré by v budúcnosti mohli byť konkurencieschopné, napríklad v súčasnosti s až agresívne forsírovanými telefónmi Panasonic.

Je tiež možné, že takto ponímaný dizajn (samozrejme, aj v súvislosti s kontextom prostredia) prispeje k známej téze nemeckého filozofa postmodernity Wolfganga Welscha, že 21. storočie by sa mohlo stať storočím dizajnu. Som rád, že signály pochádzajú aj od nastupujúcej dizajnárskej generácie, aj zo Slovenska.

Ľudo Petránsky ml.

Foto: Juraj Králik



Drevené hrkálky - kolekcia.

Dizajn: Tibor Uhrín.

Výrobca: Marček, Sučany.

Uznanie.

Z výrobkov z prírodného materiálu zaujali predovšetkým drevené hrkálky od Tibora Uhrína. Tento nový princíp zvukovej hračky je v rovnováhe s haptickým, funkčným a estetickým momentom. Jednotlivé drevené lamely hrkálky na seba pri pohybe narážajú, čím vytvárajú zaujímavý akustický efekt. Nový profesionálny pohľad dizajnéra-výtvarníka na tradičnú tému slovenskej hračky, bohato zastúpenej hlavne v ľudovej kultúre, ukázal jej ďalšie možnosti.

Milan Pučík

za dizajn
v Slovenskej republike



Nápojová súprava LR 2539.

Dizajn: Jozef Kolembus.

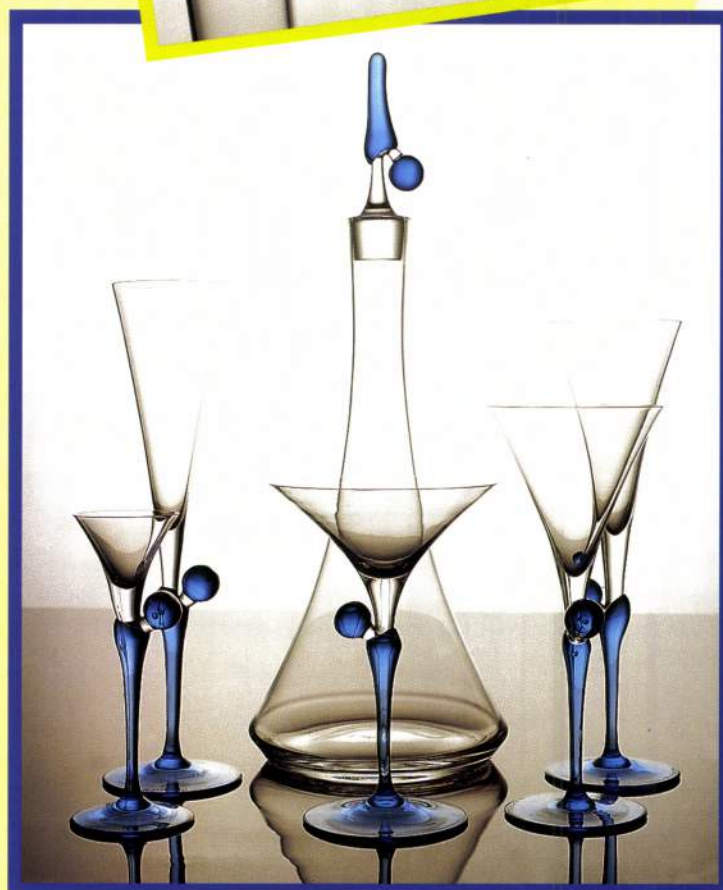
Výrobca: LR Crystal.

Uznanie.

Ako sklárku ma zaujímalo predovšetkým zastúpenie skla v súťaži. Žiaľ, do súťaže boli prihlásené iba tri nápojové súpravy. Všetky boli na veľmi dobrej úrovni, no vynikala súprava Jozefa Kolembusa. Podarilo sa mu spojiť jednoduchú formu návrhu s náročnosťou materiálového stvárnenia využitím majstrovstva a zručnosti sklárov. Excentricky umiestnená guľička na stopke pohára je motívom, ktorý evokuje odkaz na nápojovú súpravu Zlatá Zuzana, s ktorou získali slovenské sklárne mnoho úspechov po celom svete.

Zora Palová

Foto: Juraj Králik



Interiérové textílie FORMULE (z latinského slova vety).

Materiál: bavlna, technika: odšívanie,

rok vzniku: 1992/93.

Dizajn: Karol Pichler.

Výrobca: Création Baumann, Švajčiarsko.

Uznanie.

Je niekoľko dôvodov, pre ktoré udelila hodnotiacia komisia ocenenie textilnému závesu Karola Pichlera. Netradičné riešenie má niekoľko rovín: priestorovú, v ktorej rámci autor využíva trojdimenzionálne možnosti textilu. Priestor vytvárajú štvorce, ktoré sú jednoduchým spôsobom v rôznych tvaroch všívané na látku, ktorá vlastným riasením zdôrazňuje plasticnosť materiálu. Optické pôsobenie je dominantným prvkom dizajnerskeho prístupu K. Pichlera. Umožňuje variabilnosť vnímania textílie, ktoré je závislé od rôzneho uhla pohľadu.

Nielenže sa mení farebnosť,

ale i „skupenstvo“ - reliéf látky.

Výroba i napriek tomu, že sa FORMULE nevyrábajú vo veľkých sériách, ale skôr na objednávku a špeciálnu požiadavku zákazníka, naznačuje

smer vývoja v budúcnosti - k väčšej individualizácii výroby.

Katarína Hubová

za dizajn
v Slovenskej republike



Kancelársky nábytok Aton.
Dizajn: Rastislav Turek.
Výrobca: Mobilier, v. o. s., Piešťany.
Uznanie.



Kolekcia odevov pre firmu Benzinol.
Dizajn: Anna Bohatová.
Výrobca: Trecom, s. r. o., Trenčín.
Uznanie.



Golfový vozík.
Dizajn: Juraj Mitro, Peter Levko,
Peter Gotthardt, Vladimír Majerčík.
Výrobca: Duma, s. r. o., Bratislava.
Uznanie.

Výsledky súťaže **Cena za dizajn v SR:**

Halogénové svietidlo Athelas.

Dizajn: Anton Bendis.
Výrobca: Bendis a Kierulf.
Cena za dizajn.

Univerzálne terénne vozidlo UTV 060 Marmota.

Dizajn: Stanislav Kvočka.
Výrobca: Cestné a stavebné mechanizmy, a. s., Tisovec.
Cena za dizajn.

Malé trojkolesové úžitkové vozidlo.

Dizajn: Milan Bíroš.
Výrobca: Liaz, s. r. o., Veľký Krtíš.
Cena za dizajn.

Štandardné telefónne prístroje.

Dizajn: Michal Staško.
Cena za dizajn.

Typový rad rýpadiel DBM.

Dizajn: Boris Čiampor.
Výrobca: Dimex s. r. o., Zvolen.
Uznanie.

Interiérové textílie Formule.

Dizajn: Karol Pichler.
Výrobca: Création Baumann, Švajčiarsko.
Uznanie.

Drevené hrkálky – kolekcia.

Dizajn: Tibor Uhrín.
Výrobca: Marček, Sučany.
Uznanie.

Kancelársky nábytok Aton.

Dizajn: Rastislav Turek.
Výrobca: Mobilier, v. o. s., Piešťany.
Uznanie.

Nápojová súprava LR 2539.

Dizajn: Jozef Kolembus.
Výrobca: LR Crystal, Lednické Rovne.
Uznanie.

Kolekcia odevov pre firmu Benzinol.

Dizajn: Anna Bohatová.
Výrobca: Trecom, s. r. o., Trenčín.
Uznanie.

Golfový vozík.

Dizajn: Juraj Mitro, Peter Levko,
Peter Gotthardt, Vladimír Majerčík.
Výrobca: Duma, s. r. o., Bratislava.
Uznanie.

himedia

začiatok
novej éry

Súťaž kórejského koncernu LG Electronics Inc. pod záštitou ICSID



2



1. Jazierko poznania pre deti.

Dizajn: Jon Richardson,
Nový Zéland, Wellington
Polytechnic School of Design.

Veľká cena.

Koncepcia displeja - „jazierka“, na ktorého dno sú premietané hovoriace obrazy pomocou zvláštnej kamery a mikrofónu, stimuluje túžbu po poznaní, diskusiu a komunikáciu v detstvom kolektíve. Menšie skupiny detí animujú obrazy hravými komunikačnými nástrojmi (mušľa, leknó, magická palička), vytvárajú nové obrazy a príbehy.





2. Prenosný počítač Infinity. Dizajn: Jun-Joung Joo, Kórea, Hong Ik University. **Zlatá cena.**
Prenosný počítač s virtuálnym „monitorom“. Jednoduchým pretvarovaním obrazového poľa v dlani používateľa vznikne z dvojdimenzionálneho trojdimenzionálne virtuálne zobrazenie informácie. Dizajn je založený na symbolike nekonečných hraníc komunikácie.



3. Telefón Rollphone. Dizajn Jun Takahashi, Japonsko, Royal College of Art (England). **Strieborná cena.**
Mobilný plošný telefón v koženom puzdre, zrolovateľnom do tvaru peňaženky alebo obalu na kľúče. Jednoduchým rozložením flexibilného koženého obalu pomocou kovových zapínacích gombíkov vznikne telefónny prístroj na každodenné použitie.



Súťaž LG Electronics (predtým Goldstar Co. Ltd. - pozn. red.) sa po prvý raz uskutočnila r. 1991 a odvtedy sa koná pravidelne každé dva roky. V minulom roku organizátori súťaže dostali 965 prihlášok zo 44 krajín. Po vyhodnotení najlepších návrhov, ktorých autormi sú väčšinou študenti dizajnu z celého sveta, sa 3. novembra 1995 konala vernisáž výstavy LG Electronics Design Competition v Twin Towers, sídle koncernu v Soule. Zúčastnilo sa jej veľa odborníkov, zástupcov vlády, veľvyslancov 21 krajín a dizajnérov z Kórey a zo zahraničia. Súťaž i výstava sú považované za dizajnérske udalosti medzinárodného významu.



Na prahu 21. storočia sa svet stáva globálnym životným priestorom, v ktorom sa uskutočňuje bezbariérová kultúrna výmena. Tento fenomén ovplyvňuje aj smerovanie hodnotových orientácií v ideologickej sfére a vyznačuje sa zásadnými zmenami základných potrieb ľudí. Akcelerácia vývoja dopravy a komunikácií tlačí na rozvoj príbuzných odvetví. Firma LG Electronics si razí cestu do novej éry prostredníctvom elektroniky vyššieho stupňa, tzv. HiMedia.

Napriek tomu, že pokrok ľudstva je úzko spojený s objavom písma, tlač niekoľkonásobne urýchlila tento rozvoj. 21. storočie bude storočím elektronických médií novej generácie, ktoré pokryjú oblasť komunikácie, vzdelávania a zábavy.

HiMedia - to je záujmová sféra LG Electronics, ktorý vymýšľa nové koncepcie multimédií, interaktívnych systémov a pod. LG Electronics sa snaží o integráciu počítačov, komunikácie a spotrebnej elektroniky. Systém HiMedia povedie k zmenám vo všetkých priemyselných oblastiach.

Vo sfére elektroniky je jasne čitateľná snaha pokryť svetový trh štandardizovanými produktmi. Priemyselný dizajn tu zohráva úlohu tlmočníka rôznorodých kultúrnych kontextov, preto je čoraz významnejší v podnikateľskej stratégii, čiže zhltnie podstatnú časť investičných prostriedkov.

LG Electronics je toho jedinečným dôkazom: r. 1959 vzniklo prvé podnikové dizajnérske oddelenie, ktoré sa v 80. rokoch osamostatnilo pod názvom LG Electronics Design Center a založilo si tri zahraničné pobočky. Jeho výhľadovým cieľom je organizovanie „festivalov dizajnu“ uznávaných odborníkmi z celého sveta.



5. Digitálna minca.

Dizajn: Jonathan Hayes, USA, Rhode Island School of Design.

Cena HiMedia.

Nové médium pre archivovanie vizuálnych informácií. Trvanlivá kovová minca obsahuje informačný čip s kapacitou 1 Mb. Polaroidová snímka sa premieta na špeciálny displej, kde sa dá doplniť o ďalšie údaje.

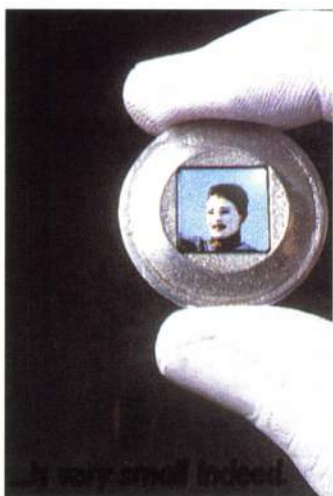
4. Digitálna kniha Book Bag System.

Dizajn: Dae-Su Han, Kórea, Seo Won University.

Bronzová cena.

Prenosný informačný zdroj maximalizujúci vzdelávanie a komunikáciu. Obsahuje 2 minikamery s flexibilnou snímacou plochou. Dá sa použiť ako videotelefón a počítač ovládaný perom alebo guľčikou, uchovávaajúci informácie na CD.





5

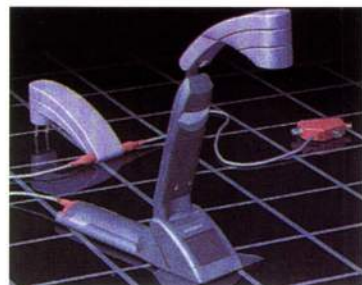
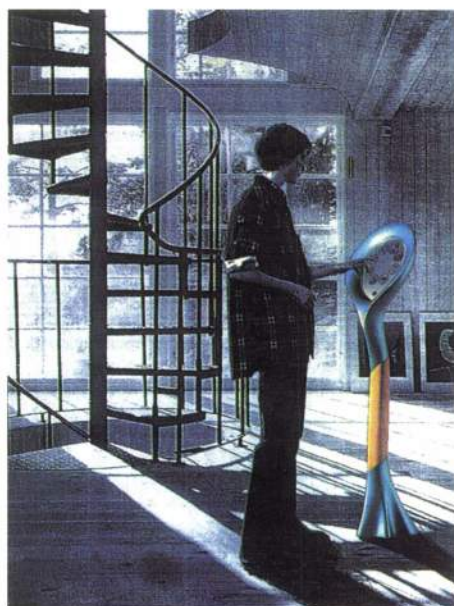
6. Kamera na CD-ROM Optyx.
Dizajn: Patrick B. Nolan, USA.
Čestné uznanie.
Kamera snímajúca obrazy v digitálnej podobe na CD-ROM. Použitím špecializovaného počítačového programu sa nasnímaná „fotografia“ zdokonalí a vytlačí.



7. Komunikačná stanica Family Tree.
Dizajn: Mathias Richter, Švajčiarsko, Art Center College of Design (Europe).
Čestné uznanie.
Rodinný strom je centrálna informačná stanica uľahčujúca komunikáciu v rodine aj najmladším členom. Funguje ako odkazovač, odovzdávajúci a prijímajúci vizuálne a zvukové informácie.



8. Prekladateľské zariadenie Esperanto.
Dizajn: Ji Jeong-Kil, Ju Bo-Gun, Jeong Koo-Chul, Oh Ju-Jul, Kórea, Dong A University.
Čestné uznanie.
Prenosné prekladateľské zariadenie, uľahčujúce komunikáciu v cudzích jazykoch. Reaguje na ústnu i písomnú formu informácie.



9. Video-epidiaskop.
Dizajn: Bojan Klančar, Slovinsko, Akademija za likovno umetnost.
Čestné uznanie.
Komplementárne zariadenie, snímajúce videokamerou obrazový materiál, ktorý premieta na pripojenú televíznu obrazovku. Môže mať široké využitie v školách.

Lubica Pedersen ■ Dánske dizajn centrum so sídlom v Kodani (pozri DE SIGN UM 0/1993) udeľuje každoročne dve národné ceny: Výročnú cenu DDC a Cestovné štipendium Erika Herløwa. Obe ceny okrem diplomu, plakety a uznania prinesú držiteľovi aj 50 000 Dkr. O ich pridelení rozhoduje výlučne, t. j. bez externých nominácií, vedenie Dánskeho dizajn centra a Rady pre dizajn.

Výročná cena DDC sa udeľuje od roku 1980 dizajnérovi alebo vedúcej osobnosti z oblasti priemyslu, ktorého dlhoročnú činnosť možno označiť za podstatný, praktický či teoretický prínos pre vývoj dizajnu. Že to nemusí byť dizajnér, potvrdzuje cena za rok 1995: získal ju Niels Due Jensen, riaditeľ koncernového podniku Grundfos so sídlom v meste Bjerringbro. Grundfos je popredným svetovým výrobcom pumpovacích a čerpacích zariadení, a zároveň je priekopníkom v oblasti priemyselného dizajnu. Práve Niels D. Jensen má rozhodujúcu zásluhu na týchto úspechoch. Grundfos patrí k tým firmám, ktoré sú označované za „little giants“ - malých obrov: sú to podniky s 5 až 10 000 zamestnancami, ktoré vo svojom odbore vytvárajú medzinárodný štandard. Sú vzorom pre konkurenciu, a zároveň vďaka vlastnej dynamike a úsiliu o vývoj, vždy o krok pred ňou.

Niels Jensen je v čele podniku od r. 1977 a za toto obdobie počet jeho zamestnancov vzrástol z 2 000 na 9 000. Úctyhodný je aj fakt, že kým dánsky trh potrebuje asi 30 000 čerpadiel ročne, Grundfos ich vyrába denne 39 000. Jednou z aktuálnych vývojových úloh, na ktorých podnik pracuje, sú solárne čerpace systémy pre rozvojové krajiny.

K rozhodujúcemu obratu došlo na konci 80. rokov, kedy si Niels Jensen uvedomil, že ak firma chce získať podstatný náskok pred konkurenciou, musí prísť s radikálnou technologickou inováciou. Bolo ňou zavedenie elektronického riadenia ako integrovanej súčasti pumpy, t. j. nie oddelene od nej. Keďže firma si nemohla dovoliť nakupovať potrebnú elektroniku, rozhodol sa Niels Jensen pre vlastný vývoj a produkciu. V novozaloženom elektrotechnickom oddelení boli vyvinuté pumpy s elektronickým ovládaním, ktorého progresívnosť spočívala v celom rade výhod: vďaka nemu sa znížila spotreba energie, zvýšila bezpečnosť prevádzky aj životnosť výrobkov a zjednodušila ich inštalácia.

Okrem technológie kľádol Niels Jensen od začiatku veľký dôraz na dizajnérsku stránku a osobne sa podieľal na dizajne mnohých produktov firmy. Podľa neho sú tvar pumpy, jej konštrukcia a výrobný proces neoddeliteľnými prvkami komplexného procesu. Hnací motor Grundfosu je vedeckovýskumné stredisko s novozriadeným Vývojovým centrom. (V dnešnej podobe bolo vytvorené roku 1944 a pozoruhodné je aj to, že Grundfos vypísal súťaž na architektonické riešenia svojho sídla. Víťazný projekt získal pozitívnu odbornú odozvu.) Centrum zamestnáva 250 ľudí. Len dvaja z nich sú profesionálni dizajnéri, čo však vôbec neznamená, že len oni majú zásluhy na početných oceneniach za priemyselný dizajn. Naopak, keďže koncept Grundfosu vychádza z princípu, podľa ktorého je dizajn integrovanou časťou vývojového procesu, všetci pracovníci Vývojového centra musia myslieť aj „dizajnérsky“. Podnik preto investoval do rôznych vzdelávacích kurzov a školení predovšetkým pre technikov a inžinierov, aby už vo fáze riešenia „sterilnej“ konštrukcie zohľadňovali kritériá formy a vzhľadu v súčinnosti s funkčnosťou, ako aj s produkčným imidžom Grundfosu.

Druhou cenou udelenou DDC bolo Cestovné štipendium Erika Herløwa, nazývané podľa prvého profesora dizajnu na Akadémii umení v Kodani. Udeľuje sa od roku 1990 nádejným mladým dizajnérom. Jeho piatym nositeľom sa stal Jakob Wagner (*1963), absolvent Inžinierskej akadémie, ktorý si svoju technickú profesiu dodatočne rozšíril štúdiom na oddelení priemyselného dizajnu na kodanskej AVU a v švajčiarskom Art Center College of Design. V súčasnosti pôsobí v Kodani, kde má vlastnú firmu s dvoma zamestnancami. Zaoberá sa priemyselným návrhárstvom a jeho práce sú príkladom úspešného zlúčenia inžinierskeho a dizajnérskeho riešenia produktu. Jakob Wagner je jedným z mála dizajnérov, ktorých profesionálnou špecializáciou je výstroj na potápanie. Pracuje najmä pre švajčiarsku firmu Uwatec. Pre nemeckú Dräger AG navrhuje protipožiarne a protidymové výstroje. Ďalšími sériami produktov sú diagnostické prístroje a armatúry používané pri vyvážovaní lodí.

Porota vo svojom zdôvodnení upozornila na tendenciu, ktorá v posledných rokoch zosilnela v západoeurópskych krajinách, a sice že veľké, dizajnérske úspešné podniky zamestnávajú neraz rovnaký počet inžinierov a dizajnérov. Iným prístupom, ako je to v prípade Grundfosu, je integrácia dizajnu do komplexného vývojového a výrobného procesu: technika a dizajn nie sú dve ambivalentné sféry, ale naopak, dve neodlučiteľné stránky jedného procesu a dva výrazy pre rovnakú myšlienku. Potvrdzuje to aj činnosť obidvoch nositeľov cien.



3



1



2



4

DVE DÁNSKE CENY ZA DIZAJN

DÁNSKO

VLÁDNA POLITIKA NA PODPORU DIZAJNU



5

6

Lubica Pedersen ■ V Dánsku bolo možné v posledných rokoch zaznamenať nárast pozornosti venovanej priemyselnému dizajnu a jeho podpore. Polovica 90. rokov je poznamenaná vyhodnocovaním situácie a kultúrno-politickou diskusiou v odborných kruhoch a na ministerskej úrovni. Jednou z diskutovaných otázok je, ako dosiahnuť zlepšenie stavu dizajnu prostredníctvom štátnej podpory, rekvalifikácie dizajnérov a intenzifikácie medzinárodného záujmu o dánsku tvorbu. Ústrednou požiadavkou sa stala nevyhnutnosť celkového prehodnotenia prístupu štátnej a podnikovej sféry k dizajnu a umeleckému remeslu.

V júni 1995 bol na podnet dánskej ministerky kultúry zriadený Fond pre umelecké remeslá a dizajn. Tlačové oznámenie ministerstva kultúry prezentovalo iniciatívu takto: „Dánska vláda sa rozhodla viesť ofenzívnu politiku v oblasti dizajnu formou mnohostrannej stratégie, ktorej poslaním bude podpora tvorivých a realizačných podmienok dizajnérov a autorov, ako aj podpora využívania priemyselného dizajnu v podnikovej sfére. Posilnenie dánskeho dizajnu, čo je cieľom tejto politiky, si vyžaduje zmenu prístupu a nové myslenie zo strany viacerých ministerstiev.“

Ministerstvo kultúry, ministerstvo školstva a ministerstvo hospodárstva sa preto dohodli na prehĺbení koordinácie vzájomných iniciatív v oblasti štátnej podpory dizajnu a umeleckých remesiel. Každé z ministerstiev bude okrem spoločných aktivít pokračovať vo vlastných úlohách v tejto oblasti.

Príspevkom ministerstva kultúry bolo zriadenie uvedeného Fondu pre dizajn a umelecké remeslá, predbežne na obdobie troch rokov. Fond si kladie za cieľ podporovať talent a kvalitu, zviditeľňovať tvorcov smerom k verejnosti, ako aj k výrobcovi doma i v zahraničí. V materiáloch fondu sa ďalej uvádza: „Dánsko sa bude aj na medzinárodnej scéne usilovať o priekopnícke riešenia v oblasti dizajnu a umeleckých remesiel, t. j. o riešenia, ktoré prispievajú k ekologicky a ekonomicky trvale udržateľnému rozvoju budúcej spoločnosti. Fond bude podporovať medzinárodnú spoluprácu a výmenu skúseností, napr. cez Internet. Dánsky dizajn a umelecké remeslo sa musia viac presadzovať na medzinárodnej scéne kvalitou orientovanou na požiadavky budúcnosti. Fond bude preto všestranne stimulovať netradičné aktivity najmä mladých tvorcov a podporovať tzv. ekodizajn v oblasti výskumu a vývoja. Čistejšie produkty, ktorých je kvantitatívne menej, ale sú kvalitatívne nápaditejšie, sú úlohou budúcnosti.“

Fond má sedemčlennú správu, ktorej členovia reprezentujú mnohoraké sféry dizajnu z oblasti praxe, riadenia aj školstva. Úlohou správy je vypracovať akčný plán fondu na jeho trojročné obdobie (o. i. stratégia použitia prostriedkov, návrh vlastných iniciatív správy fondu), v jeho rámci prijímať rozhodnutia o vynaložení pridelených prostriedkov a zároveň fungovať ako poradný orgán vlády pre oblasť dizajnu a remesiel. Akčný plán musí byť schválený ministerstvom kultúry.

Fond môže podporovať jednotlivcov, organizácie a vystavovateľov, ktorí majú profesionálny vzťah k dizajnu a umeleckým remeslám. Naopak, nebude podporovať bežnú muzeálnu aktivitu zameranú na stále zbierky, ani samotnú vývojovú a dizajnerskú činnosť podnikov. Podpora však môže byť poskytnutá projektom, v ktorých dizajnéri uzavrú spoluprácu s jedným alebo viacerými súkromnými podnikmi.

Od ministerstva kultúry bude mať fond každoročne k dispozícii asi 10 miliónov dánskych korún. Sú určené predovšetkým na podporu projektov, ktoré

- prehĺbujú kontakty medzi umeleckým remeslom, dizajnom a inými odbormi, aby sa vo zvýšenej miere rozvíjala medzi-odborová kreativita v oblasti nového využitia materiálov, vývoja ekologicky prijateľných výrobných postupov a metód
- posilňujú možnosti vzdelávania a rekvalifikácie dizajnérov a tvorcov
- prispievajú k používaniu nových technológií a pomáhajú dizajnérom v propagácii a marketingu ekotvorby
- vo verejnosti podporujú záujem o dizajn a znalosti o ňom
- stimulujú medzinárodnú spoluprácu a vytváranie kontaktov
- v zahraničí propagujú kvalitný dánsky dizajn a remeslá, a predovšetkým takú tvorbu, ktorá za hlavné kritérium úspechu produktu považuje ekologické aspekty.

Fond pre dizajn bude okrem vybraných projektov každoročne stálo sumou podporovať ďalšie aktivity, ktoré majú národný alebo medzinárodný charakter. Medzi ne patrí zriadenie dánskeho Bienále umeleckého remesla (prvýkrát r. 1995), udeľovanie dánskej ceny „za dizajn, ktorý integruje estetické a ekologické perspektívy“ (vo výške 100 tisíc dánskych korún), udeľovanie cestovných a študijných grantov začínajúcim autorom, realizácia workshopu mladých tvorcov a podpora galérie Nørby v Kodani, ktorá sa orientuje na dánsku keramiku a priemyselný keramický dizajn. Vyše milióna dánskych korún je v pláne vyhradených na uskutočnenie projektu Experimentárny dizajn, remesla a architektúry v r. 1977 v Koldingu.



7

1. Pumpy série AP.

Dizajn: Niels Due Jensen a Jens Schultz.

2. Elektronické riadenie pumpy

umožňuje jej diaľkovú kontrolu a ovládanie. Monitorovacie zariadenie Grundfos R100 má jednoduchý a funkčný tvar s prehľadným panelom.

3. Šéf koncernu Grundfos International

A/S Niels Due Jensen.

Foto: Jens Bordinggaard

4. Jakob Wagner

5. Potápačský výstroj s maskou.

Dizajn: Jakob Wagner.

6. Počítač pre potápačov.

Dizajn: Jakob Wagner.

Foto: Jens Bordinggaard

7. Exteriérové svetidlo.

Dizajn: Jakob Wegner.

Foto: Jens Bordinggaard



Martin Szekely

NÁBYTKÁR A DIZAJNÉR

Martin Szekely (1956) pochádza z rodiny sochára. Po absolvovaní školy pismoryectva a umeleckého stolárstva sa začal prikláňať k nábytkovej tvorbe s výraznými sochárskymi kvalitami. Začínal v 80. rokoch, kedy sa začal presadzovať francúzsky dizajn aj na medzinárodnej scéne. V tomto období vzniklo niekoľko zaujímavých súkromných galérií poskytujúcich priestor mladým dizajnérom. Keďže sa im nedarilo nadviazať kontakt s priemyslom, tvorili v malom, vychádzali z remeselníckych tradícií, s ktorými voľne experimentovali. Dizajnérsku dráhu Martina Szekelyho poznamenali dve osobnosti - Pierre Staudenmeyer, majiteľ galérie Neotu v Paríži, a Didier Krzentowski, riaditeľ agentúry Kreo, ktorá mu otvorila dvere k priemyselnej sfére. Od svojej prvej výstavy v Galérii Neotu r. 1985 Szekely v nasledujúcom desaťročí predstavil päť veľkých kolekcí, pričom nepracoval len s drevom, ktorému rozumie a považuje ho za materiál par excellence, ale aj s kovom, sklom, uhlíkovým vláknom, MDF (medium density fiberboard) a i.

Začiatkom 90. rokov sa Martin Szekely etabloval ako priemyselný dizajnér. Prvou zákazkou bola kolekcia sklenených kancelárskych doplnkov pre rakúsku firmu Swarovski r. 1987. Vzápätí navrhuje sériu kožených aktoviek pre belgickú firmu Delvaux, dodávateľa kráľovského dvora, no najväčšou priemyselnou objednávkou je vytvorenie mestského mobiliáru pre firmu JC Decaux r. 1992. V tom istom roku na seba Szekely upozornil netradičným poňatím pódia a stupňov víťazov



1. Pohovka Pi, 1983.
Výrobca: Zeus, Taliansko.
Súčasť rovnomennej kolekcie nábytku pre Galériu Neotu v Paríži.
Kombinácia čiernej lakovanej oceli a uhlíkového vlákna v tvare vedome nadväzuje na modernizmus 30. rokov.
Pohovka získala ocenenie asociácie VIA r. 1983.

2. Kreslo

Marie-France, 1989.

Kreslo z červeného semišu je súčasťou tretej kolekcie pre Galériu Neotu v Paríži.

Kolekcia je na rozdiel od predchádzajúcich dvoch rôznorodá v tvaroch, farbách a použitých materiáloch.

Jednotlivé kusy sú pomenované ženskými menami.



na Zimných olympijských hrách v Albertville. Agentúra Kreo stála aj za jeho ďalšími priemyselnými projektmi vo Francúzsku i v zahraničí, ako napr. automatom na ovocné šťavy Florivia, známym mobiliárom tenisových kurtov Perrier, kľúčkami pre firmu Fusital-Forges, stožiarom vysokého napätia pre Transel a pod.

Bez toho, aby sa vzdal osobitého vnímania vecí, Martin Szekely sa vždy vedel inteligentne prispôsobiť požiadavkám nových zákazníkov, vedomý si toho, že „povolanie dizajnéra vyžaduje pokoru“. Koncom februára t. r. poskytol našej redakcii rozhovor pri príležitosti vernisáže autorskej výstavy Martin Szekely - nábytkár a dizajnér v Mirbachovom paláci v Bratislave.

Red.: Aké miesto má výstava, ktorú ste predstavili začiatkom roku 1995 v rámci Primavera del Disseny v Barcelone, neskôr v Jeruzaleme a Budapešti, a teraz v Bratislave, vo vašej tvorbe?

M. S.: Ako ste sa mohli presvedčiť, je to relatívne skromná retrospektíva, prezentujúca viac dokumentov a menej objektov, aj vzhľadom na možnosti výstavného priestoru Galérie mesta Bratislavy. Expozícia spája prvé roky mojej práce, v ktorých prevažovali súkromné objednávky, veci takpovediac intímne, určené náročnejšej klientele, s prácami pre široké publikum a pre priemysel, ktoré som začal realizovať v 90. rokoch. Moje začiatky boli skôr výtvarné, umelecké, demonštroval som nimi viac sám seba. Časom som

však prišiel na to, že objekty musia byť adresované ľuďom, publiku. Výstava vypovedá aj o tom, ako sa tieto dve etapy nedajú oddeliť múrom. Realizuje sa preto, aby sa na ňu dalo nadviazať. Je impulzom pre vytvorenie nových vecí.

Red.: Roku 1983 ste nadviazali spoluprácu s Galériou Neotu v Paríži. Čo to pre vás znamenalo?

M. S.: Je mimoriadne dôležité mať skutočného partnera. Pracujeme spolu už takmer pätnásť rokov. Galéria Neotu má moju úplnú dôveru. Bola a dodnes je mojim „vydavateľom“, dáva vyrobiť, distribúje a predáva moje diela. Bola to pre mňa spolupráca so skutočným partnerom. V súčasnosti mám aj iných stálych partnerov, napríklad pre priemysel pracujem prostredníctvom rôznych agentúr.

Red.: Znamená to, že robíte veľké aj malé série?

M. S.: Áno. Malé série sú viazané na určitú súkromnú sféru, na špecifických zákazníkov, špecifické miesto, pre určitú osobnosť - a na druhej strane robím aj obrovské série. Práve v týchto dňoch sa má začať vyrábať pohár Perrier. Iste poznáte známu francúzsku minerálnu vodu, ktorá sponzoruje medzinárodné tenisové turnaje. Táto minerálka sa bežne podáva v pohároch s reklamou coca-coly a pod. Odteraz sa bude servirovať vo vlastných pohároch, ktoré som navrhol a ktoré sa majú vyrábať v počte 2,5 milióna kusov ročne.

Red.: Čo navrhujete častejšie: veci určené

konkrétne užívateľovi, alebo produkty vyrábané masovo?

M. S.: Je dobré, keď sa zachováva určitá rovnováha medzi objednávkami súkromníkov a medzi priemyslom, dvoma základnými typmi objednávok. Ako dizajnér som začal byť uznávaný až v posledných rokoch, teda vzhľadom na môj vek a v porovnaní s inými dosť neskoro, preto je mojim krédom vážiť si objednávku. Vždy robím veci adresne, pre niekoho. Ani priemysel nie je nejaký mýtus, reprezentujú ho ľudia z mäsa a kostí. Je to to isté, ako keby som dostal veľkú súkromnú objednávku.

Red.: Zdá sa, že dávate prednosť nábytku. Nemali ste niekedy chuť robiť napr. módu, doplnky alebo niečo podobné?

M. S.: Ako ste videli na výstave, navrhol som aj niekoľko sérií kožených aktoviek a cestovných tašiek, ktoré sa dajú zaradiť niekam medzi módu a nábytok. Nábytok vlastne ani nie je mojou doménou, dokonca ho robím čoraz menej. Vo Francúzsku existuje množstvo priemyselných výrobcov nábytku. Mňa však láka mať zodpovednosť za navrhnutie a uvedenie do praxe. Nábytok dnes veľmi podlieha móde. Nemám rád tento rytmus, byť stále tlačенý niečím novým. Radšej si robím svoje veci, aj v priemysle. Objedávka pre mňa nesmie byť utrpením, musím si v nej nájsť niečo, čo je mi blízke.

Red.: Spomínate si ešte na svoj prvý dizajnerský objekt?



3. Sedacia tenisového rozhodcu Perrier, 1993.

Mobiliár tenisových kurtov pre firmu Perrier, sponzora medzinárodných turnajov od r. 1928.

Szekely kongenialne spojil čisté „typografické“ línie so známym logotypom Perrier.

4. Šperkovnice Ulfen, Kosmas a Tingad, 1992.

Výrobca: Schatzl, Rakúsko.

Rakúska firma Schatzl vyrába drevené kuchynské nástroje v tradičnom duchu. R. 1992 vyrobila kolekciu drobných objektov navrhnutých viacerými mladými európskymi dizajnérmi. Székely je autorom 5 krabičiek v tvare pyramídy z hrúškového dreva.

M. S.: Pôvodným povoláním som umelecký stolár a v čase, keď som odchádzal z dielne, som mal za úlohu vyrobiť malú taburetku na rustikálny spôsob. Nazval som ju Ar. Fotografiu tejto taburetky uverejnil roku 1978 istý viedenský časopis pre architektov.

Red.: Ako by ste charakterizovali svoj dizajnérsky rukopis?

M. S.: V dizajne vždy hľadám proporciu medzi formálnym slovníkom a konkrétnou objednávkou. Ako som už naznačil, moje objekty sú zamerané tak, aby pretrvali v čase. Keď sa rozhodnem prijať objednávku pre priemysel, snažím sa navrhnuť veci, ktoré sa budú používať čo najdlhšie. Napríklad pohár, ktorý som navrhol pre firmu Perrier, by mal vydržať aspoň tak dlho, ako tá typická fľaša Perrier, ktorá sa vyrába myslím od roku 1920. Takisto séria, teplejšie povedané „rodina“ kožených cestovných tašiek pre belgickú firmu Delvaux, to nebola kolekcia pre rok 1992, ale mala by – tak ako najlepšie výrobky produkované týmto známym výrobcom – pretrvať aspoň 30 rokov.

Red.: Na výstave boli prezentované aj nezvyčajné projekty drevených elektrických stožiarov z roku 1994...

M. S.: V dnešnej západnej Európe sa razí tendencia podporovať najmä tie projekty, ktoré hlboko rešpektujú environmentálne hľadiská. V týchto intenciách som navrhol stožiare vysokého napätia pre firmu Transel, dodávateľa zariadení pre Electricité de France, štátnu monopolnú firmu. Keďže sa tieto projekty uskutočňujú na regionálnej úrovni, bolo potrebné, aby nový objekt elektrického vedenia akceptovala regionálna štátna správa. V industrializovanej krajine nie je možné viesť elektrinu pod zemou, to sa dá na púšti alebo v menej obývaných oblastiach USA a pod. Preto som sa rozhodol použiť drevo, materiál harmonizujúci s krajinou. Roku 1996 sa bude testovať asi desať týchto pylónov, umiestnia ich do reálu a bude sa sledovať, ako reagujú na poveternostné podmienky, ako zapadajú do geografického celku, či sú proporčné vzhľadom k vidieckym sídlam, pre ktoré sú predovšetkým určené. Stožiare prešli najskôr veľmi prísnou skúšobnou procedúrou francúzskeho Technického centra dreva a zariadení.

Red.: Ako sa Vám pracuje s priemyslom?

M. S.: Vo všeobecnosti ľudia z výrobných podnikov nerozumejú dizajnu, kultúre predmetu, presadzujú iba technickú a finančnú stránku. Treba to vedieť, ale nepohrďať tým. Oni zasa poznajú veci, ktoré ja nepoznám. Najvydarenejšie projekty vznikli vtedy, keď sa na nich podieľali obe strany rovnako.

Red.: Na čom pracujete teraz a aké sú vaše plány?



M. S.: Mojm posledným veľkým projektom je vytvorenie 5 kolekcií elektrických vypínačov pre francúzsky koncern Legrand. Vyrábajú sa v miliónoch exemplárov a to, čo ma na tom uspokojuje je, že ich používa denne množstvo ľudí. Čo sa týka nábytkovej tvorby, mám stále dve-tri súkromné objednávky. Chystám sa robiť vitrínu pre vášnivých zberateľov muránskeho skla Bruna a Jacqueline Daneseovcov, talianskych dizajnérov a výrobcov nábytku, pre ktorých robili aj Enzo Mari a Bruno Munari.

Red.: Zaujali nás aj vaše kresby. Aký význam im pripisujete vo svojej práci?

M. S.: Kreslenie používam ako zápisník. Kedysi som väčšinu kresieb schovával, pretože nekreslím dobre. Boli dôkazom mojej neistoty pri hľadaní optimálnych tvarov, nechcel som, aby sa to publikovalo. Dizajn ako užitočné umenie je závislé od uznania spoločnosti alebo jej časti. Dnes už ukazujem všetko. Z niektorých projektov mám desiatky, ba stovky výkresov. Napríklad elektrický stôžiar, o ktorom som hovoril, má v dokumentácii okolo 700 kresieb. Sú vo vlastníctve Electricité de France, ktorá pripravuje pri príležitosti ich uvedenia do praxe výstavu v múzeu.

Red.: Žijete v Paríži, kde pôsobí veľa dizajnérov. Stretávajú sa navzájom?

M. S.: Ľudia, ktorí vymýšľajú, sa vo všeobecnosti stretávajú veľmi málo. V 80. rokoch sa francúzskym dizajnom prehnalo viacero módnych vln, v Paríži každý robil niečo iné. Mladí dizajnéri sa možno stretávajú viac, ale ľudia z mojej generácie zriedkavo.

Red.: Čo vás dokáže inšpirovať?

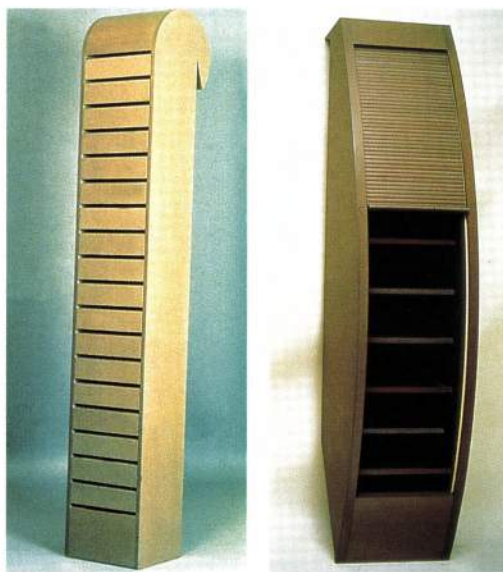
M. S.: Všetko to, čo ma zaujme, čo sa ma citovo dotkne. Keď sa pripravujem na nejakú prácu a študujem si materiály, zaujíma ma to, čo korešponduje s kolektívnou pamäťou. Najmä v prácach pre priemysel, masovú výrobu, treba zachovať uznávané znaky určitého spoločenského prostredia, pričom to neznamená, že sa musíte vzdať sám seba. Dizajnér manévruje v priestore medzi sebou a inými. Všetko však treba robiť s mierou.

Red.: Aký je podľa vás rozdiel v záujme publika o nový dizajn v 80. a 90. rokoch?

M. S.: V 80. rokoch ľudí viac zaujímala expresivita projektov a autor, autorský rukopis. Dnes, naopak, ľudia prídu do galérie a kúpia si jednoducho stoličky, ktoré im vyhovujú. Takýto prístup k nábytku je možno prirodzenejší. Predmety dostávajú svoju autonómiu bez povinnej väzby k menu dizajnéra. Ak ľudia používajú predmety, o ktorých vedia, ako vznikli a kto bol ich autorom, o to lepšie, ale nie je to podmienka.

Ďakujem za rozhovor.

Mária Riháková



5



6

5. Regály z kolekcie Containers, 1987.

Výrobca: FRAC Limousin.

Kolekcia piatich nábytkových objektov z MDF, druhá v poradí pre Galériu Neotu. Jednotlivé časti sú viazané na architektúru interiéru, opierajú sa o stenu alebo podlahu. Ocenené na veľtrhu nábytku v Miláne r. 1987 a v Kolíne n/R. r. 1988.

6. Sekretár

z kolekcie Satragno, 1994.

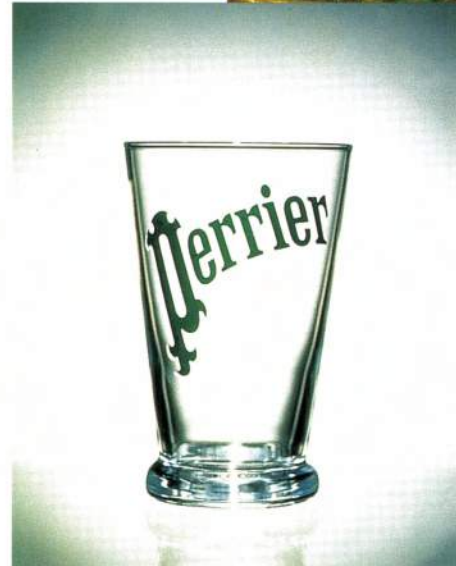
Zatiaľ posledná, piata kolekcia nábytku pre Galériu Neotu z dreva, pomenovaná po umeleckom stolárovi talianskeho pôvodu, ktorý sčasti financoval jej výrobu. Reinterpretácia ľudových tradícií à la Martin Szekely.

7. Pohár pre firmu Perrier, 1995.

Foto: archív Martina Szekelyho.



7





1



2

Svensk Form 1845-1995

Svensk Form, Švéd-
ska spoločnosť pre remeslá a dizajn,
najstaršia dizajnerská inštitúcia na svete,
oslávila v minulom roku 150. výročie
založenia. V jej počiatkoch stál umelec
a folklorista Nils Månsson Mandelgren,
ktorý spopularizoval myšlienku hľadania
nových foriem v umeleckoremeselnej
oblasti. Keď roku 1914 otvorili kontaktnú
kanceláriu spoločnosti, začala kampaň
„Umelci pre priemysel“, ktorá mala
dostať priemyselný dizajn na vyššiu
úroveň. Toto úsilie sumarizoval
Gregor Paulsson vo svojej knihe
Krajšie veci na každý deň (1919).
Jej názov ako motto Svensk Form
funguje dodnes.

Od tých čias sa síce veľa vecí zmenilo, ale
cieľ zostáva: podpora výrobcov v úsilí in-
vestovať do vývoja nových, kvalitných pro-
duktov. Osvedčeným prostriedkom pri pro-
pagácii tohto cieľa bolo a je organizovanie
výročných výstav. Niektoré z nich sa stali
legendou, ako napr. štokholmská prehľad-
ka Svensk Form z r. 1930, ktorá bola ma-
nifestom skupiny architektov-funkcionalis-
tov okolo Gottharda Johanssona. Veľký ús-
pech zaznamenala tiež výstava Vara &
Undvara (slovná hračka vyjadrujúca dobrý
a zlý výrobok) v Kulturhuset v Štokholme r.
1978, ktorá definovala parametre „novej
kvality“: sériový výrobok s výrazným dizaj-
nom, vyrobený z ekologických materiálov
v dokonalej kvalite a predávaný za rozum-
nú cenu.

Veľká putovná výstava Svensk Form uspo-
riadaná k 150. výročiu vzniku pod názvom
Posun formy, ktorej súčasťou bolo vyhod-
notenie najlepšieho domáceho dizajnu za
rok 1995, sa nevenovala iba histórii.
Riaditeľ Svensk Form Magnus Silfverhielm
v katalógu píše: „Všetko sa teraz vracia
späť. Chaos a poriadok si konkurujú.
Scenár budúcnosti by sme mohli načrtnúť
asi takto: praktické umenie, dizajn, je
kombinácia ekonomických, estetických
a ekologických požiadaviek na kreativitu.“

O budúcnosti dizajnu sa diskutovalo aj na medzinárodnej konferencii DesignHorizons '95 a v diskusnom fóre časopisu Form. Svensk Form je už jednou nohou v 21. storočí. Storočí lepších výrobkov, pohodlnejšieho bývania a prijateľnejšieho životného prostredia.

Mária Riháková

1. Kolobežka na korčuľovanie.

Dizajn: Lars Eriksson, Bengt Pettersson.

Výrobca: LTN Trading, Švédsko.

Jubilejná cena Svensk Form 1995.

V tejto elegantnej kreácii sa stretáva národná tradícia a technická inovácia. Je originálna, cíti formu a poeticky narába s kontrastom štíhlej červenej krivky na pozadí zasneženej krajiny.

2. Stolička Cinema. Dizajn: Gunilla Allard.

Výrobca: Lammhults Möbel AB, Švédsko.

Cena Svensk Form za dizajn 1995.

Sedačka s klasickým kultivovaným dizajnom.

Vyvážené používa jednoduché kovové prvky v kombinácii s kožou. Napriek menším rozmerom vyvoláva dojem priestranosti a pohodlia.

3.- 4. Sériá svietidiel Vind. Dizajn: Olle Anderson.

Výrobca: Boréns AB, Švédsko.

Diplom Svensk Form 1995.

Kombinácia skla a kovu na svietidlách tejto sady pôsobí elegantne. Dajú sa použiť v interiéri aj exteriéri, v bytoch i na verejných priestranstvách.

5. Luster Halo Grande 1000 mh.

Dizajn: Olle Anderson. Výroba: Boréns AB, Švédsko. Diplom Svensk Form 1995.

Nový člen rodiny svietidiel Halo. Je určený pre veľké priestory a vysoké stropy. Má jednoduchú formu a vydáva účinné svetlo.

6. Príručný plynový horák. Dizajn: Björn Dahlström.

Výrobca: Primus AB, Švédsko.

Diplom Svensk Form 1995.

Dômyselne ergonomicky realizovaný jednorazový zásobník plynu s horákom.

7. Fax Libra. Dizajn: Jan Hampf, Ola Granlund.

Výrobca: Telia AB, Švédsko.

Diplom Svensk Form 1995.

Faxovacie zariadenie nového tvaru. Dokonalá forma a prehľadné manipulačné prvky zvyšujú úžitkovú hodnotu komunikačného prístroja.



3



4



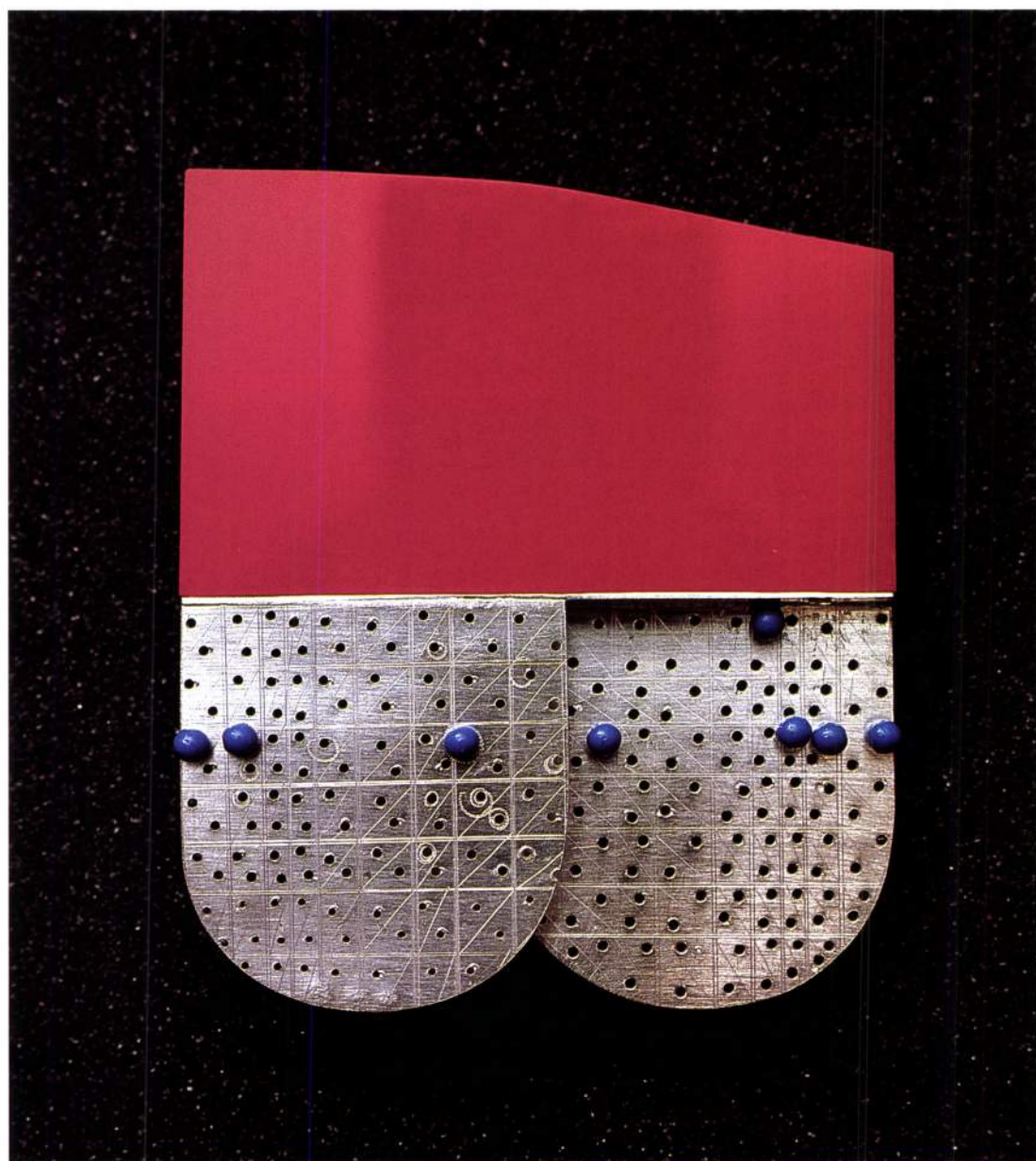
5



6

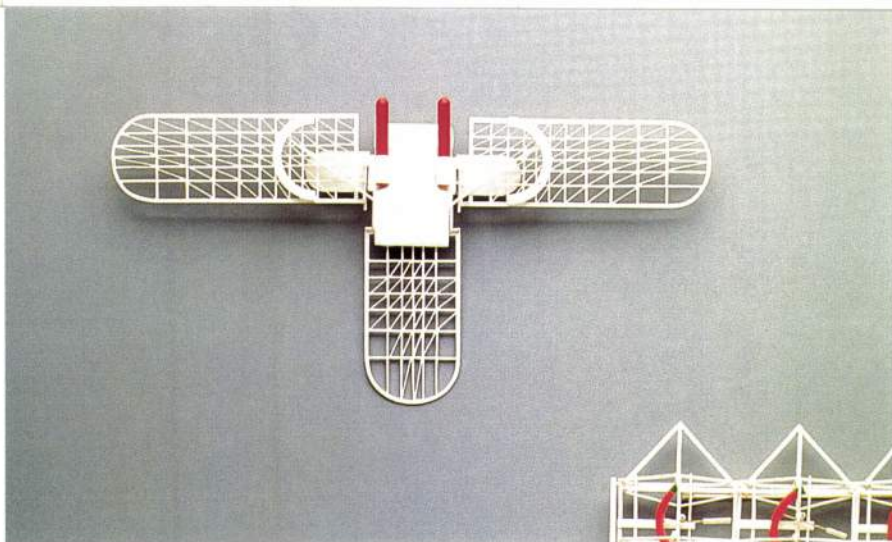


7



1

Ágnes Schrammová ● Anton Cepka (1936) sa venuje tvorbe umeleckého šperku tri desaťročia. Toto obdobie je totožné aj s existenciou slovenského moderného šperkárstva, pretože keď v polovici 60. rokov vstúpil na našu výtvarnú scénu, šperku sa nevenoval takmer nikto. Konštruktivistické znaky technických symbolov, ktoré povýšil Anton Cepka na šperk, odkrývajú jeho postoj a vzťah k súčasnosti. Popri šperkoch - zvyčajne sú to brošne - realizuje svoje projekty a koncepcie aj v podobe kinetických plastík a reliéfov. Už roky je Anton Cepka vedúcou osobnosťou slovenského umeleckého šperku a popredným európskym a svetovým šperkárom.



1. Brošňa. Striebro, plast, 1976.
2. Brošňa. Striebro, plast, 1989.
3. Brošňa. Striebro, optické šošovky, farba, 1970.
4. Brošňa. Striebro, bridlica, farba, 1981.
5. Brošňa Planéta. Striebro, 1975.
6. Brošňa. Striebro, farba, sklenené guľôčky, 1981.

2

Anton Cepka po absolvovaní Strednej umeleckopriemyselnej školy v Bratislave roku 1957 (A. Drexler, L. Korkoš) ukončil roku 1963 svoje štúdiá na Vysokej umeleckopriemyselnej škole v Prahe v šperkárskom ateliéri profesorov Jana Nušla a Bohuslava Stefana (odborná asistentka A. Nováková). Už záverečnou diplomovou prácou upozornil na seba európske publikum na Medzinárodnom veľtrhu umeleckých remesiel v Mníchove, kde roku 1964 získal Zlatú medailu a Bavorskú štátnu cenu. Vystavená kolekcia šperkov bola prvým dotykom autora so strieborným plechom. Expresívne zvrásnený povrch a tomu zodpovedajúce kontúry tvaru sa zásadne odlišovali od čistej geometrickej formy jeho neskorších konštruktivistických diel. Prechod od povrchových štruktúr ku geometrickému rádu predstavujú Cepkove šperky z druhej polovice 60. rokov. Kým zvrásnený povrch je vše-

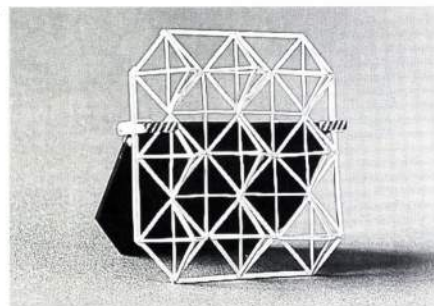
obecne viac-menej náhodným výsledkom hry plameňa a taviacej sa hmoty, v týchto dielach bolo jeho uplatnenie v rámci celkovej kompozície vedomé a zámerné. Tvorilo len časť alebo detail šperku. Hladká plocha bola perforovaná, rytá, prelamaná a pilovaná do rôznych štruktúr a obrazcov. Plastickosť tvaru a expresivitu účinku dosiahol prikladaním elementov do niekoľkých plánov, čoho výsledkom bol bizarný obrazec brošne alebo závesu. Mnohokrát sa stal súčasťou šperku dômyselne umiestnený polodrahokam, ktorý tvoril aj jeho farebný akcent (rubín, zafír, smaragd). Súvislý obrys tvaru autor zväčša prerušoval prestrihávaným plechom alebo prirodzeným spájaním a prikladaním niekoľkých vrstiev. Častá bola tiež montáž ďalších elementov k obvodu základného obrazca. Tieto časti boli pohyblivé a vniesli do objektu šperku novú dimenziu - kinetizmus. Dramaticky

rozorvaný povrch bol v ostrom protiklade s čistou líniou a povrchom štvorca, kosoštvorca alebo obdĺžnika. Vyrezávaním plechu lupienkovou pilkou sa objavil motív mriežky, vytvárajúci akýsi sférický objem siločiar. Motív mriežky bol pre Antona Cepku lákavý a inšpirujúci od počiatku tvorby až podnes a v kompozícii nadobudol významnú funkciu. Napríklad v Závese s rubínom (1967) vládne ešte nezvyčajne chaoticky prepletený zhluk strieborného drôtu, akoby v ňom ešte doznievali expresie z predchádzajúceho obdobia. V ďalších prácach bola už mriežka prerážaná, rytá alebo pilovaná do exaktne presnej pravouhlej konštrukcie. Spomínaný kinetizmus sa objavil i v Štvorcovom závese (1966), pričom základný korpus prívesku bol centrálny upnutý na pohyblivej tyčke. Azda vrcholnými prácami tohto obdobia boli náhrdelník Radar (1967) a ihlica



3

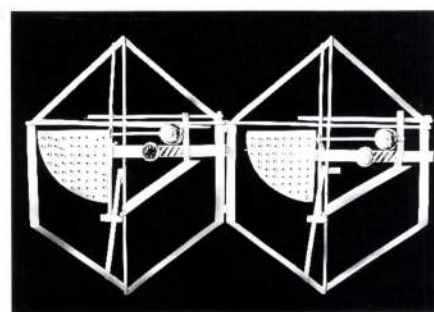
4

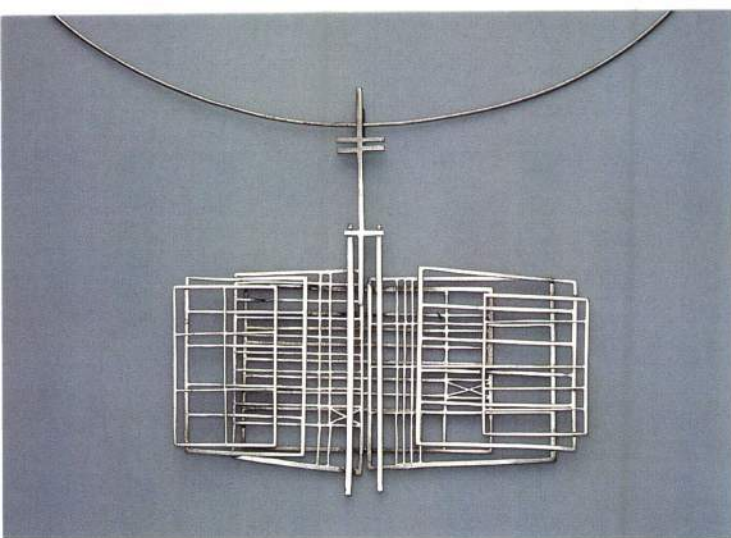


5

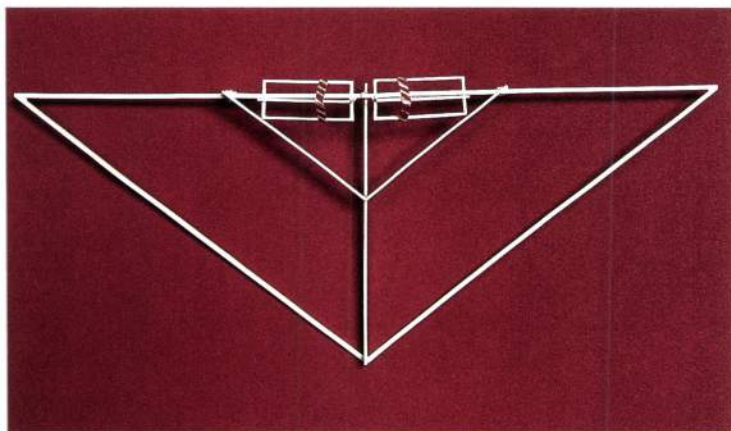
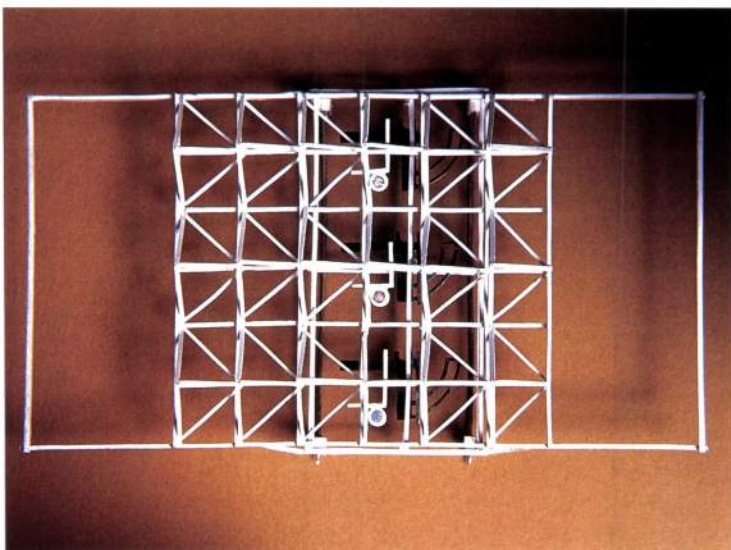


6





7
8
9



Radar (1968). Šperky zo 60. rokov reprezentujú dva základné smery v autorovej tvorbe - expresívne povrchové štruktúry zložitejších vrstvených kompozícií a plné geometrické tvary s jemnou plasticitou povrchu.

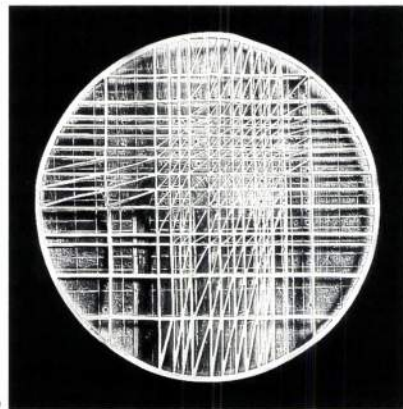
Anton Cepka sa v závere tohto decénia prezentoval aj na výstavách Klubu konkrétnistov (člen od r. 1968) ako sochár. Diela vytvorené ako interiérové či exteriérové plastiky (nástenne reliéfy, stropné svetelné plastiky i samostatné kinetické objekty) vytváral z kovových materiálov (hliník, mosadz, oceľ, dural, nerezová oceľ), rovnako ako šperky v nefiguratívnom chápaní. Ich efekt založil na princípe pôsobenia kontrastov čistej plochy a bohato členenej siete.

Nasledujúce obdobie znamenalo ešte väčšie sústredenie sa autora na povrch a obrys šperkov. Z prístrojovej techniky leteckého a kozmického prostredia pramení Cepkova filozofia a jeho vzťah k civilizácii. Autorove šperky sa stali svojráznym dokumentom našej doby, pre ktorú sú rýchlosť a presnosť hlavnými faktormi. V roku 1973 vytvoril množstvo brošní (Signál, Obrazovky, Komputer, Modul, Červená planéta atď.). Použil v nich pomerne často emailovú farbu, optickú šošovku, jemne ryté raster alebo písmo (zväčša XB). Pohľady na reliéf krajiny cez brošne typu Navigačné oko (1973) uzatvorili túto tematiku a stali sa zároveň úvodom k novým námetom.

Od polovice 70. rokov - odhliadnuc od niekoľkých solitérov s uplatnením jemnej perforácie a vrypu s motívom mreže či siete na pomerne veľkých, oblúkovito ukončených tvaroch - sa tvorba Antona Cepku opäť tematicky vyhranila. „Objektmi letu“ započal tzv. éru lietadielok. Plné jednoduché alebo zdvojené krídla, jemne perforované alebo maľované trupy vyzdobil kameňmi, korálikmi, plastmi alebo bridlicou a symetricky doplnil konštrukčnými prvkami rúrok, tyčí a koliesok, ktoré umocnili plasticitu objektov. Tým sa zdôraznila postupná redukcia hmo-

ty, pretože plné plochy sa postupne stratili a autor ich nahradil skeletovou konštrukciou.

Šperkárská tvorba si v priebehu 80. rokov zachovala napriek takmer odhmotnenému objemu svoju priestorovú pôsobivosť. V týchto dielach nadobudla mriežka jednoznačne konštrukčnú funkciu a slúžila na realizáciu architektonických objektov. Malé plastiky - kinetické mobily však ani neskôr nestratili dimenziu a funkciu šperku. „Architektúry zavesené na ihlici“, tak ich pomenúva aj sám autor. Hlavným prvkom týchto diel už nebol oblúk, ale uhol. Pravouhlé kompozície štvorcového, obdĺžnikového a trojuholníkového tvaru sú obohatené o stabilné alebo pohyblivé prvky umiestnené vo vnútri „stavby“. Zdôrazňujú hĺbku miniatúrneho, uzavretého priestoru brošne a napätie, ktoré z nej vyžaruje. Objavuje sa bielo-červené maľované šrafovanie alebo farebné kinetické



10



11

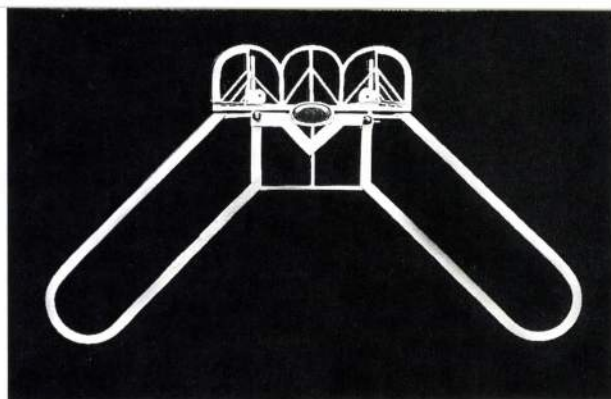
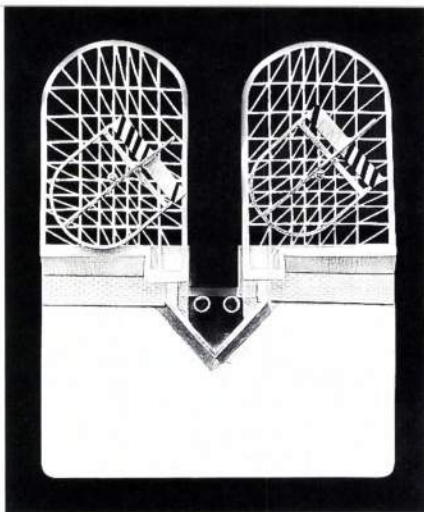
7. Náhrdelník Radar. Striebro, 1964.

8. Brošňa. Striebro, 1991.

9. Brošňa. Striebro, farba, 1988.

10. Brošňa. Striebro, zlatá fólia, email, 1970.

11. Ihlica. Striebro, turmalín, 1970.



12 13

12. Brošňa. Striebro, plast, farba, 1976.

13. Trojuholníková brošňa.

Striebro, korál, 1984.

14. Brošňa. Striebro, 1995.

15. Kinetická plastika.

Hliník, 380x450x120, 1968.

16. Mobil. Hliník, oceľ,

70x100x70, 1968.

Foto: Pavel Janek

častice z plexiskla v podobe pospájaných tyčiniek, rúrok a rôznych kruhových či iných plošok. Matný povrch striebra naďalej kontrastuje s farbou a odlišným materiálom.

Výtvarný prejav Antona Cepku v najčerstvejších prácach nesie znaky zvýšenej „lineárnosti“. Základná podoba šperku vychádza z geometrických tvarov, avšak priestor nahrádza plocha. Kompozície nemajú pohyblivé čiastočky a vznikli spájaním strieborných tyčiniek do plošného útvaru takmer grafického charakteru (Čestný prsteň pre japonského šperkára Jasuki Hiramacua, 1994). Dokumentujú to aj ostatné práce vytvorené počas Letnej školy na Jizerke alebo na VI. medzinárodnom sympóziu umeleckého šperku v Kremnici roku 1995. Ich spoločnou črtou je sieťová kompozícia v bohatšom či jednoduchšom vyhotovení vytvorená z obrazcov trojuholníka, štvorca a obdĺžnika.

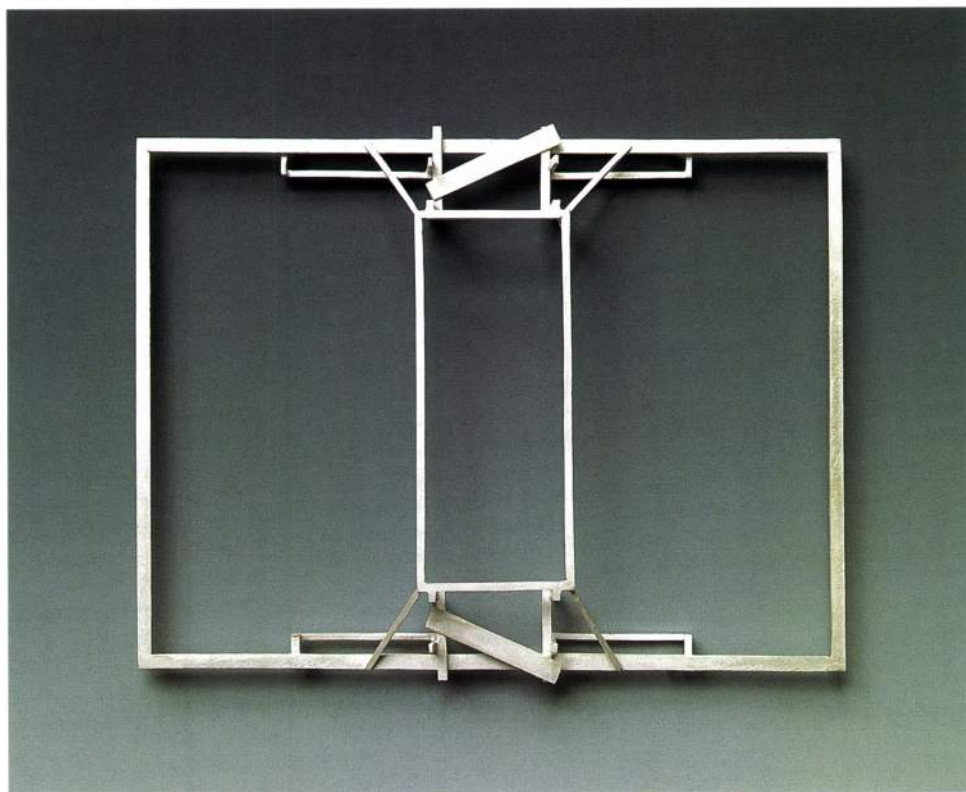
Roku 1990 dostal Anton Cepka naj-

vyššie ocenenie, ktoré môže šperkár získať. Spoločnosť pre zlatnícke umenie so sídlom v Hanau mu udelila Čestný prsteň. Prejavuje sa ním ocenenie na medzinárodnom fóre predovšetkým za novátorstvo v tvorivom prístupe, ako aj za pestovanie tradícií v zlatníckych technikách.

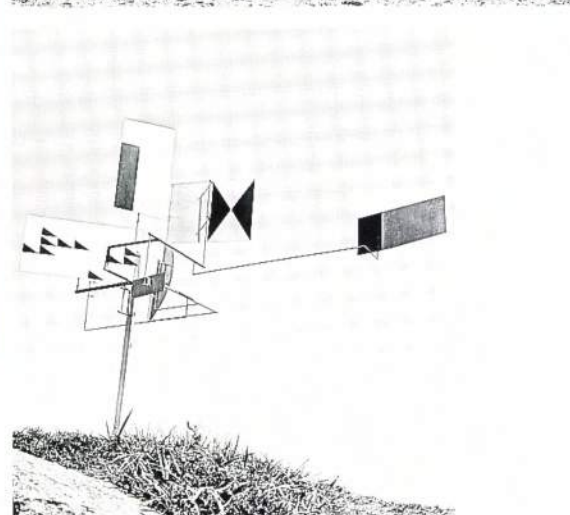
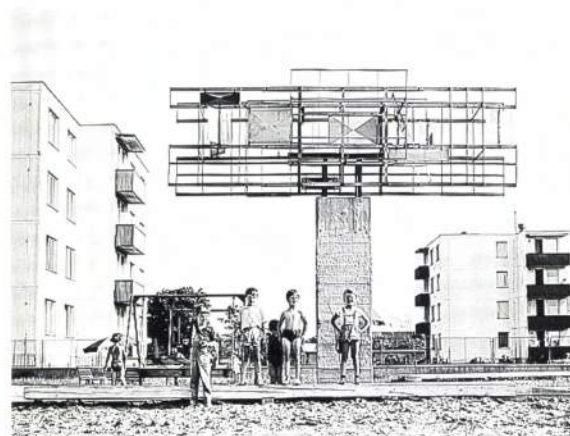
Rok 1990 bol aj pre slovenský umelecký šperk vôbec prelomovým z niekoľkých dôvodov a priaznivo ovplyvnil jeho vývoj z hľadiska organizácie, výučby i kvality tvorby. Takmer štyridsať umelcov z rôznych oblastí výtvarnej tvorby (zlatníci, reštaurátori, maliari, sochári, sklári, keramikári, architekti, scénografi a dizajnéri) založili združenie šperkárov AURA. A bolo úplne prirodzené, že za predsedu si zvolili Antona Cepku. Združenie šperkárov AURA sa stalo hlavným iniciátorom každoročne sa konajúcich medzinárodných sympózií umeleckého šperku v Kremnici. Ešte na jeseň toho istého roku bol Anton Cepka poverený na Vysokej škole výtvarných umení zriadiť oddelenie šperku a kovu a začal tu aj pedagogicky pôsobiť. Tak sa vytvoril priestor pre ďalšie vzdelávanie absol-

ventov odboru zlatníctva a strieborníctva Školy úžitkového výtvarníctva v Kremnici.

Ako pedagóg uplatňuje Anton Cepka všetky zásady, ktorými sa vždy riadi pri svojej tvorbe: „Šperk mi poskytuje absolútnu voľnosť výtvarného vyjadrenia v zmysle fantázie aj v zmysle realizácie. Základom môjho tvorivého procesu je kresba, ktorá je východiskom a orientačným bodom. Predstavuje myšlienku, ktorej dávam plastickú podobu. Práca na samotnom šperku je pre mňa hrou a často je výsledný tvar nápadne odlišný od pôvodného zámeru. Najvhodnejším materiálom, ktorý mi umožňuje spoľahlivo vyjadriť môj výtvarný zámer, je striebro. V mojom chápaní je šperk nielen ako ozdobný predmet, doplnok módného oblečenia či výraz osobnosti, ale aj sochársky poňatá kompozícia. Sochárstvo a šperkárstvo, tieto dve výtvarné profesie chápem a prezentujem ako rovnocenné.“



14



15

16

anketa

CIELOM ANKETY JE OBJAVIŤ PRÍKLADY ÚSPEŠNÉHO RIEŠENIA DIZAJNU VÝROBKOV V PRAXI SLOVENSKÝCH PODNIKOV, PRE KTORÉ NEBOLO SAMOZREJMOSTOU UVAŽOVAŤ V KATEGÓRII DIZAJNU. SITUÁCIA SA VŠAK MENÍ A HOVORIA O TOM AJ DOTERAJŠIE DVE ČASTI NAŠEJ ANKETY. OTVORILI SME JU ROZHovorom o NOVOM VÝROBKU FIRMY LIAZ, VEĽKÝ KRTIŠ - TROJKOLESOVOM ÚŽITKOVOM VOZIDLE (POZRI DE SIGN UM 3/95), KTORÉ VZNIKLO NA ZÁKLADE PROFESIONÁLNEJ SPOLUPRÁCE PODNIKU A DIZAJNÉRSKEHO ŠTÚDIA. ĎALŠIA ČASŤ ANKETY UPOZORNILA NA DÔLEŽITOSŤ VIZUÁLNEHO ŠTÝLU FIRMY NA PRÍKLADE ÚSILIA A. S. BENZINOL (POZRI DE SIGN UM 4/95). ÚSPEŠNOSŤ TAKÉHO PRÍSTUPU POTVRDILI AJ VÝSLEDKY SÚŤAŽE CENA ZA DIZAJN V SR 1995, V KTOREJ TROJKOLESOVÉ VOZIDLO Z LIAZU A KOLEKCIA FIREMNÝCH ODEVOV BENZINOLU ZÍSKALI VÝZNAMNÉ OCENENIA.

PRI SKLADANÍ MOZAIKY VZŤAHU SLOVENSKÝCH VÝROBCOV K DIZAJNU SME OSLOVILI FIRMU, V KTOREJ DIZAJN JE KAŽDODENNOU SÚČASŤOU PRÁCE. MAKYTA, A. S. V PÚCHOVE, MÁ VYŠE 55-ROČNÚ TRADÍCIU V PRODUKCII DÁMSKEJ KONFEKCIE. O PROFESIONALITE JEJ MANAŽMENTU A VÝROBY SVEDČÍ OBCHODNÝ ÚSPECH NIELEN NA DOMÁCOM TRHU, ALE PREDOVŠETKÝM SPOLUPRÁCA SO ZAHRANIČNÝMI ODEVNÝMI FIRMAMI. O TOM, AKO SA MANAŽÉRI A NÁVRHÁRI FIRMY ORIENTUJÚ V NÁROČNOM PROSTREDÍ MÓDNEHO PRIEMYSLU, KDE JE SAMOZREJMOSTOU RÝCHLA ZMENA TRENDOV A ŠTÝLOV, SME SA POROZPRÁVALI S RIADITEĽKOU MODELOVÉHO ZÁVODU A. S. MAKYTA ING. ANNOU STREČKOVOU A VEDÚCOU NÁVRHÁRKOU MARTOU HROMKOVOU.

Produkcia vašej firmy predstavuje široké spektrum dámskych, detských i pánskych odevov. Ako ju predstavujete svojim obchodným partnerom a verejnosti? Ako postupujete pri tvorbe modelových kolekcií?

■ **Ing. Strečková:** Posledných päť rokov predstavujeme každoročne dve kolekcie - jarnú (na jar a leto) a jesennú (jeseň a zima). Predstavili sme teda už desať modelových kolekcií. Na začiatku takejto kolekcie je vytvorenie koncepcie, z akej sortimentnej skladby a tematických celkov bude kolekcia pozostávať: napr. manažérsky rad, rad Lady XL ap. K tomu pridávajú marketingoví pracovníci Makyty svoje pripomienky. Je to proces spolupráce, niekedy dosť tvrdej a nepríjemnej, ale o čo je to ťažšie, o to lepší je výsledok. Oni majú svoje predstavy, my ako modelový závod obhajujeme svoje poznatky, ktoré nám dovoľujú s predstihom predvídať. My bojujeme o módu, oni o trh, ale kdesi sa musíme stretnúť.

Máte vlastný tím dizajnérov, návrhárov, alebo spolupracujete s externistami? Ako získavate informácie o súčasných trendoch?

■ **M. Hromková:** Máme vlastný modelový ateliér, kde pracuje 5 návrhárok. Kontakt s módnymi trendmi máme predovšetkým na svetových výstavách a veľtrhoch v Paríži, Miláne, Frankfurtu a Düsseldorfe. Na textilných výstavách sa dozvedáme, aká móda nastupuje v textíliách, a na odevných výstavách si overujeme, či sme dobre vystihli trendy. Z objednaných vzoriek materiálov pripravujeme koncepciu kolekcie. Nosným programom Makyty sú plášte, paletá a kostýmy, tie sú súčasťou každej našej kolekcie. V súčasnosti je veľmi populárne najmä tzv. manažérske oblečenie, naše ženy trvalo obľubujú šaty a kostýmky - do zamestnania, vychádzkové. Robíme i malé spoločenské, ale aj veľké toalety na oživenie. Pripravujeme aj módu pre mladých, je to malá ko-

tradičia^a profesionalita

Anketa o úlohe dizajnu v podnikovej stratégii



lekcia určená pre mladé dievčatá. Nezameriavame sa však len na dámsku konfekciu, ale robíme aj módu pre deti - od predškolského veku až po dorastový.

Pre akého zákazníka vyrábate?

■ **Ing. Strečková:** Odevy vyrábame predovšetkým pre zákazníka slovenského a českého, ešte stále považujeme obe krajiny za jedno odberateľské teritórium. Okrem sezónnych kolekcií robíme aj na požiadavky zákazníkov, dodávame aj vlastné vzorovanie, samozrejme, skúmame ich vlastné potreby a potreby trhu. Naše kolekcie ponúkame aj zahraničným partnerom. Naša produkcia sa dostáva prakticky do celého sveta - vyrábame pre Škandináviu, Taliansko, Holandsko, SRN, Rakúsko, ale aj pre Kanadu a USA.

Aký je podiel domácich a zahraničných odberateľov vašej produkcie?

■ **Ing. Strečková:** Jednak nechceme mať na Slovensku monopol, ale vzniká tu aj dosť veľké konkurenčné pole. Predovšetkým z ekonomických dôvodov, ale aj z hľadiska našich kapacít - v súčasnosti máme 4500 pracovníkov a ten stav stále udržiavame - sa orientujeme na zahraničných zákazníkov. Boli by sme príliš veľkí

optimisti, keby sme sa domnievali, že naše kapacity spotrebuje len slovenský trh. Domáce tržné fondy sú len asi 20 %, zvyšok je vývoz.

Na akej báze spolupracujete so zahraničnými zákazníkmi?

■ **Ing. Strečková:** Formy spolupráce sú rôzne. Máme zákazníkov, ktorí si dodajú kompletnú dokumentáciu svojej myšlienky, my ju už len pretavíme do výrobku. Ak zákazník má len predstavu alebo vzor výrobku a nemá technologické zázemie, spracúvame k nemu dokumentáciu. Máme aj zákazníkov, ktorí majú vlastnú výrobu alebo vzorovacie strediská, ale vzhľadom na cenu práce u nich sú nútení s nami spolupracovať. Alebo ponúkame vlastné návrhy, z ktorých si vyberá. Tých foriem je viac, každý zákazník má iné požiadavky a je dosť náročné všetko zladať. Nie sú to len otázky vzorovania, ale aj technologického spracovania. Zahraniční partneri sú nároční, ale je to súčasne i dobrá škola, ktorá sa odrazí i v kvalite výrobkov ponúkaných na tuzemský trh.

Po rozpade štátneho sektora sa zmenila situácia aj v obchodnej oblasti. Aké máte skúsenosti s domácimi odberateľmi?

■ **Ing. Strečková:** Som hlboko presvedčená, že náš konkrétny zákazník vie o móde oveľa viac než obchodník, ktorý s nami komunikuje. V našich ľuďoch je ešte zakódovaná akási opatrnosť a obchodníci ešte nedisponujú takým kapitálom, aby mohli výrazne riskovať. Obchodník preto kupuje „na istotu“, chce len štandardný tovar, o ktorom vie, že ho určite predá. Ale to je môj výklad, možno sú v tom aj iné dôvody, veď dnes už nie je ťažké získať informácie o tom, čo je aktuálne. Keď chce obchodník robiť dobre svoju robotu, bez informácií sa nezaobíde.

Naším záujmom je, aby sa naša predstava o móde dostala zákazníkovi čo najskôr, preto sa usilujeme aj o rozšírenie vlastnej obchodnej siete. Budujeme vlastné predajne a ich počet by mal dosiahnuť 30-35 na Slovensku. Má to aj ďalšiu výhodu, a to je zlepšenie platobnosti. Obchod síce náš tovar chce, ale nám neplatí, a tak naše pohľadávky narastajú. Polovicu z nesplatených pohľadávok máme na Slovensku, hoci sa tu uplatňuje len spomínaných 20 % našej produkcie, a to je aj vrátane Českej republiky.

Aká najmenšia séria odevov je pre vás rentabilná?

■ **Ing. Strečková:** Pred 4 rokmi sme sa pohybovali na úrovni 2 300 kusov, teraz je to priemerne 400 kusov. A treba ešte povedať, že ak chceme splniť krátke dodacie termíny, musíme výrobu rozptýliť na viaceré dielne. Je to otázka ceny: ak sa do ceny dajú premietnuť zvýšené náklady (kvôli častej zmene výrobného programu, zapracovaniu ap.), tak sme schopní urobiť aj 50 kusov.

V situácii, keď musíte prísne strážiť ekonomické parametre, môžete si vo svojej návrhárskej práci dovoliť aj určité uvoľnenie sa z daných zásad?

■ **M. Hromková:** Bez akýchkoľvek obmedzení som napríklad navrhovala kostým, ktorý získal ocenenie generálneho riaditeľa Makyty ako výrobok roka. Obmedzenia sú skôr technologické, musíme myslieť na to, aby naše návrhy boli realizovateľné vo výrobe. Avantgarda v priemysle neprichádza do úvahy.

■ **Ing. Strečková:** Určitá časť modelovej tvorby slúži hlavne ako inšpirácia. Niekedy treba vyzdvihnúť aj konkrétny návrhára. Minulý rok v novembri sme prihlásili do veľkej medzinárodnej súťaže mladých módných tvorcov do 30 rokov našu návrhárku Máriu Mikovú. Poskytli sme jej priestor, materiál, aby mohla zrealizovať

Ukážky z kolekcie Makyty
jeseň/zima 1996/97.
Foto: Jena Šimková



svoje predstavy. So svojou kolekciou Orient sa dostala až medzi 16 finalistov, ktorí sa predstavili na módnjej prehliadke v Ríme. Aj keď nezískala cenu (jedinú cenu udelili poľskej návrhárke), táto kolekcia bola hodnotená veľmi pozitívne. Takmer nám nechceli veriť, že autorkou nie je výtvarníčka, ale priemyselná návrhárka.

Ako vidíte budúcnosť Makyty v rámci Slovenska? Máte veľkých konkurentov?

■ **Ing. Strečková:** Samozrejme, len optimisticky. Myslím si, že naša tradícia a profesionálne zvládnutie výroby nám umožňujú byť krok pred ostatnými. Aj naša technologická základňa, ktorú novovznikajúce firmy nemajú možnosť si tak rýchlo vybudovať, je zárukou, že môžeme zákazníkovi vyhovieť kvalitou, servisom, množstvom i termínmi. Firmy sa zväčša orientujú na „ľahkú“ konfekciu, myslím si, že v tej „ťažkej“ konfekcii (plášte, paletá, kostýmy), kde nestačí mať len základné technologické vybavenie, sme dominantným výrobcom. To je našou výhodou.

Ďakujem za rozhovor.

Adriena Pekárová

DESIGN NA BÝVANIE /4.

Ľuba Fábri

Predčasom ma navštívil jedenmôj známy - zamestnaním manažér, dušou horolezec. Keď si poprezeral kresby a skice, ktoré som mala pripnuté na stenách pracovne, spýtal sa: „Samé stoličky... Prečo?“ „Každý dizajnér t ť ť i navrhne stoličku. Ettore Sottsass, jeden z najvýznamnejších dizajnérov dneška, tvrdí, že nepozná kolegu, u ktorého by v zásuvke - hoci aj tej najtajnejšej, neležala skica stoličky... Navrhneť stoličku, to je niečo, bez čoho architekt nie je architektom či dizajnér nábytku dizajnérom...“ „Rozumiem,“ povedal môj známy, „stolička je niečo ako ...“

„DIZAJNÉRSKY MATTERHORN“ (STOLIČKY)

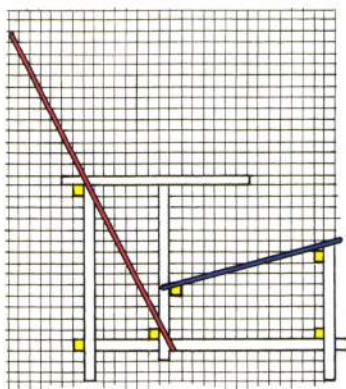
Hádam žiadnemu inému druhu nábytkového zariadenia nemožno prisúdiť toľko superlatívov ako stoličke. Stolička je najbezprostrednejšie, a tiež najrôznejšie používaným nábytkom. Je najplastickejšie tvarovaným predmetom v súčasnom bytovom interiéru. Je obrazom sediaceho človeka, jej mierka a proporcie ovplyvňujú vnímanie priestoru.¹ Je najmobilnejším, najrozšírenejším, najbežnejším, najelitárskejším druhom nábytku našej súčasnej civilizácie. Od začiatku nášho storočia je najvyzývavejšou témou pre dizajnérov i stále lákavou inšpiráciou pre umelcov...

Prečo je fenomén stoličky taký výnimočný?

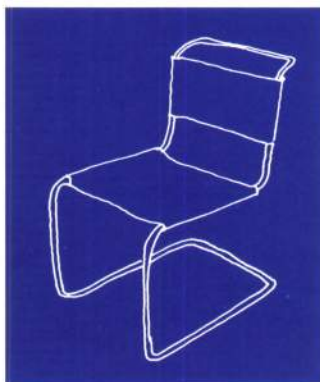
Firemný návrh Thonet:
STOLIČKA Č. 14, 1859.



Gerrit Rietveld:
STOLIČKA ČERVENOMODRÁ, 1918.



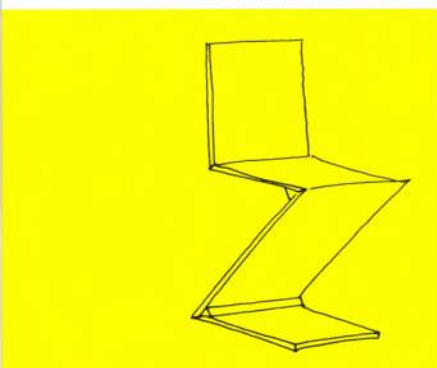
Mart Stam:
STOLIČKA, 1926-27.



Alvar Aalto:
KRESLO PAIMIO 41, 1929-33.



Gerrit Rietveld:
STOLIČKA ZIG-ZAG, 1934.



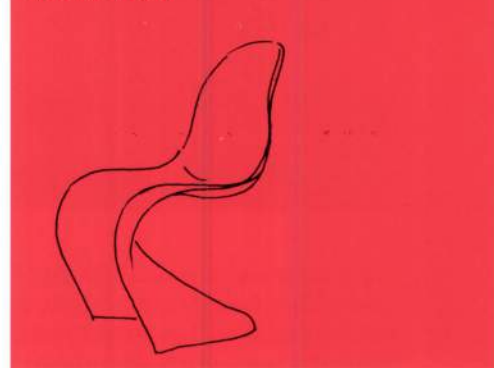
Arne Jacobsen:
STOLIČKA MYREN 3100, 1951-53.



Eero Saarinen:
STOLIČKA TULIPÁN, 1956-57.



Verner Panton:
STOLIČKA S, 1960.



„Stolička je priateľskou protézou ľudského tela. Stolička je aktom dizajnerskej virtuozity. Stolička je miesto, na ktorom možno zomrieť pomocou elektriny. Stolička je zárukou, že naozaj máte zamestnanie. Stolička je spôsob odpočinku nepotrebný pre zvieratá. Stolička je spôsob, ako vytvárať ľudské vzťahy. Stoličky sú milióny ľudí sediacich v tej istej minúte. Stoličky sú ako chrbát cválajúceho koňa. Stoličky sú kamenné sedadlá Kolosea. Stolička je miesto, kde človek naberá dych. Stoličky sú rovnako veľké ako celý svet ležiaci pred vami...“ (Alessandro Mendini)

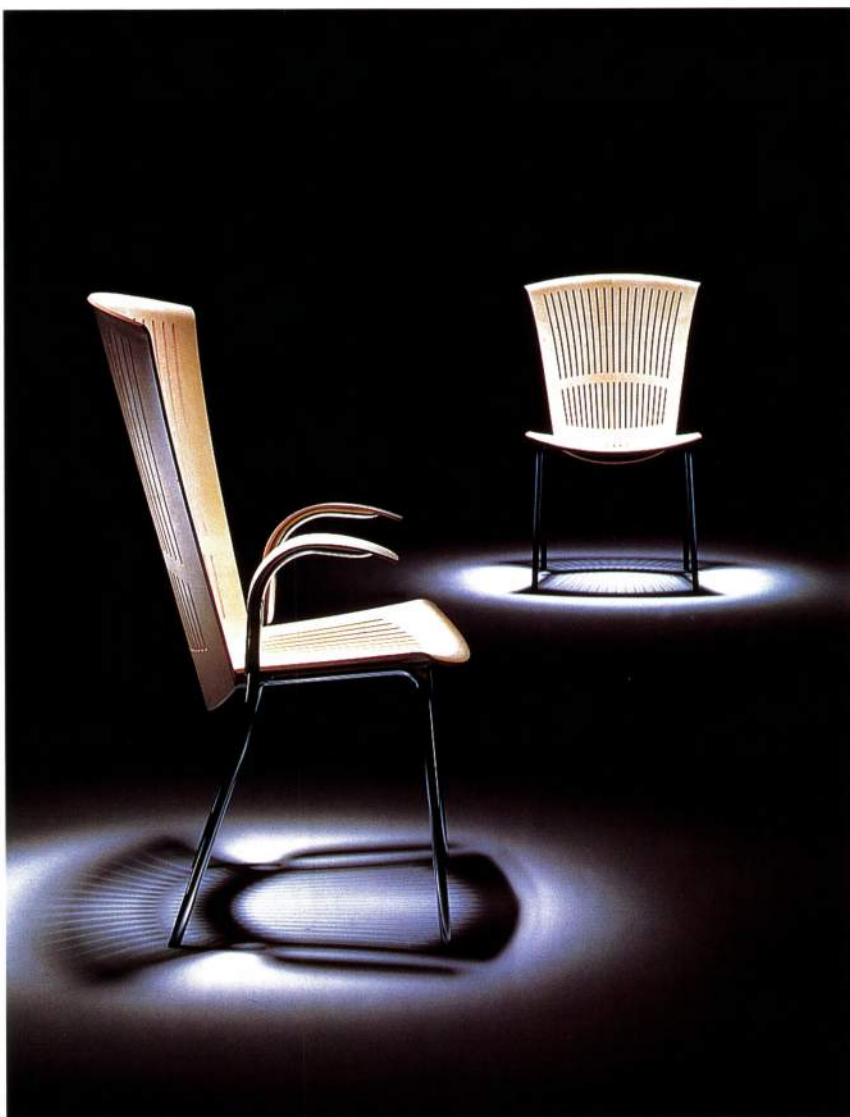
(M O J I C H S E D E M N A J . . .)

Historický vývoj stoličky bol až do začiatku nášho storočia úzko spätý s vývojom stola. Stôl a stolička predstavujú duálny symbol západnej civilizácie - archetypom stola je oltár, archetypom stoličky trón. Prapodstatou stola je spoločenský rituál, prapodstatou stoličky spoločenský status. Po stáročia sa stolička formovala v ľudskom podvedomí ako symbol výnimočnosti určitých jedincov a až následne ako úžitkový predmet. Až 20. storočie so všetkými prevratnými spoločenskými zmenami definitívne potvrdilo prelom v chápaní funkčných podstát stoličky: stala sa predovšetkým bežným zariadenovacím predmetom, emancipovala sa formálne i koncepcne od stola a priestoru, v ktorom je umiestnená, a ako symbol výnimočnosti sa stala platnou pre každého... Z výrazu súčasných stoličiek by sa dalo usudzovať, že sa stolička vracia na počiatok svojich moderných dejín a dizajnéri znovuzhoduujú výtvarnosť - funkčné, technologické a formálne, ku ktorým dizajn špičkového nábytku došiel v 1. polovici nášho storočia.

Je súčasná avantgardná stolička ozaj iba návratom k osvedčenému vzorom z čias moderny, alebo je aj hľadaním nového?

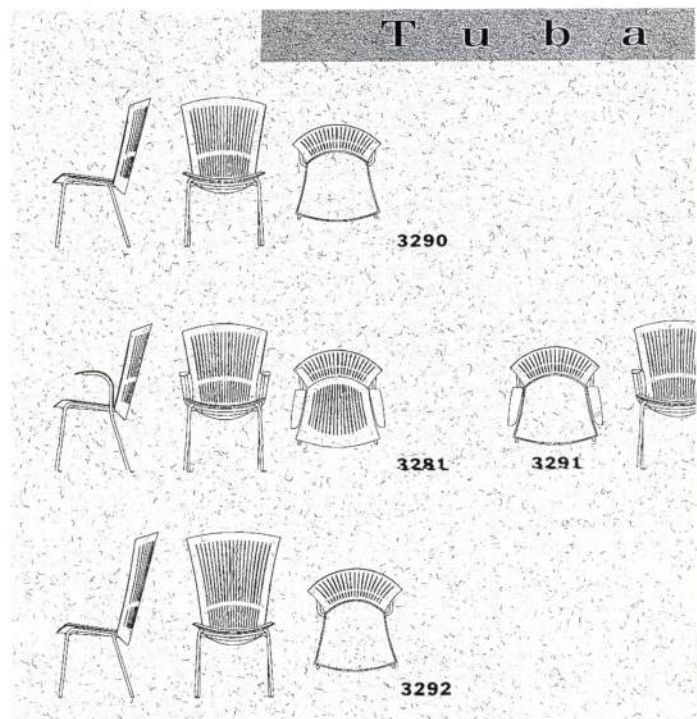
FUNKCIA

Aj súčasná avantgardná stolička chce byť predovšetkým hodnotným úžitkovým predmetom a napriek nedôvere „konzervatívcov“ uctieva ergonomické požiadavky dôslednejšie, než tomu bolo do nedávna. Neraz i na úkor výtvarnosti či individuality - ekonomický diktát je neúprosný, boj o trh a zákazníka čoraz tvrdší. To, že sa kladie taký veľký dôraz na funkciu stoličky ako úžitkového predmetu, je však aj odrazom celkového životného pocitu - nestatili sme zmysel pre krásu (...?), len začíname túžiť po veciach, ktoré sú viac osožné a menej hlučné. Stolička napriek tomu ešte vždy symbolizuje status. Ten sa však nedeclaruje pompéznosťou tvarov či výstrednosťou, lež zručnosťou mien tvorcov, dizajnérov či výrobcu. Stolička ako symbol určitého spoločenského postavenia svojho užívateľa



Nanna Ditzel: RODINA STOLIČIEK „TUBA“, 1995.

Stoličkový dizajn, v ktorom Nanna Ditzel nadväzuje na svoju úspešnú stoličku TRINIDAD. Rodina stoličiek pozostáva z ôsmich tvarových a funkčných variantov odlišujúcich sa výškou operadla, použitím područiek a perforovaním sedadla. Typické pre súčasný prístup k tvorbe stoličkového nábytku: materiálová kombinácia preglejka-kov a tvarovanie komponentov, umožňujúce vytvorenie súboru funkčných variácií. Stoličkové rodiny nachádzajú uplatnenie najmä v návrhoch pracovného sedacieho nábytku, pretože umožňujú požadovanú hierarchizáciu pracovných priestorov.



(S T O L I Č K O V Á R O D I N A)

a prostriedok hierarchizácie sa dnes uplatňuje oveľa viac v pracovných priestoroch než v obytnom interiéri (nie neprávom stále skloňujeme pojem „kult práce“...).

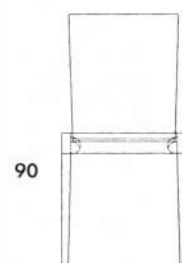
Je ťažké dnes hovoriť o „stoličke na bývanie“ ako o špecifickom funkčnom type - súčasná stolička chce byť „dievčaťom pre všetko“. Chce byť univerzálnou - v obytnom interiéri má už dávno pevné miesto, a tak začala dobýjať aj najrozmanitejšie verejné priestory. Chce byť aj variabilnou, aby mohla ponúknuť čo najširšie spektrum možností - vznikajú súbory stoličiek výstižne pomenované ako „rodiny“, ktoré zahŕňajú niekoľko funkčných typov na rovnakom tvarovom a konštrukčnom princípe. A často je aj mobilnou, aby sa zapáčila mladým - módna vlna mobility v podobe skladania a sklápania neobišla ani stoličky, spomeňme si na Umbrellu Gaetana Pesceho alebo skladacie kreslo Vica Magistrettiho z Milána '95.

KONŠTRUKCIA

Konštrukcia súčasných stoličiek „nasleduje“ funkciu a nezriedka sa podpisuje aj pod výraz stoličky. Je prísne racionálna, úsporná, logicky vychádzajúca z vlastností používaného materiálu. Žiadne principiálne objavy - dizajnéri sa musia uspokojiť aj naďalej s dvoma dosiaľ známymi prístupmi ku konštrukčnému riešeniu stoličky. V súčasnosti sa väčšej obľube teší spôsob, ktorý odкрýva konštrukciu a priznáva spoje - neraz sú práve tie výrazným tvaroslovným prvkom. Ak nájdeme riešenia s popretím spojov a homogénnym riešením tvaru, len sporadicky sú použité plasty (re-edícia kresiel Svan od Arne Jacobsena u firmy Fritz Hansen, plastové kreslo Marca Newsona pre firmu Cappellini), prím patrí virtuozite v spracovaní a tvarovaní drevených lamiel a preglejok. Návrat k prírode, biologickým, dorastajúcim (drevo, ratan) a ľahko recyklovateľným materiálom (hliník, oceľ) - to je heslo, ktorým sa riadia i povrchové úpravy. Bukové drevo v prírodnom odtieni



55



90

45

Annette Lang: STOLIČKA „POCO“, 1995.

Príklad dizajnu stoličky, ktorý predstavuje súčasný ideál - vo funkčnosti: rešpektovanie ergonomických parametrov (a zvýšený komfort sedenia vďaka pružnosti operadlovej časti), univerzálnosť vzhľadom na uplatnenie v interiéri a možnosti spôsobu využitia. V konštrukcii: konštrukčné prvky zredukované na minimum, využitie vrstveného dreveného materiálu v súlade so všeobecným návratom k prírodným materiálom. Vo výraze: striedne mäkké tvary a línie, asketický výtvarný prejav, pôvab v jednoduchosti.

víťazí na všetkých frontoch, farebne neupravená oceľ a matné povrchy kovov vytláčajú studený lesk chrómu.

VÝRAZ

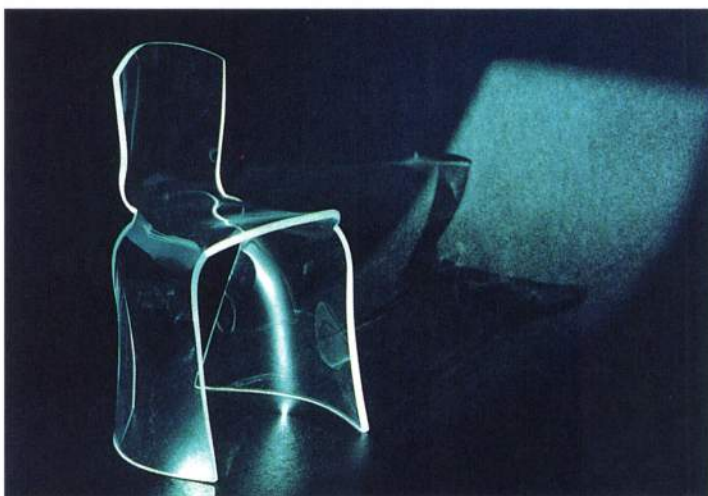
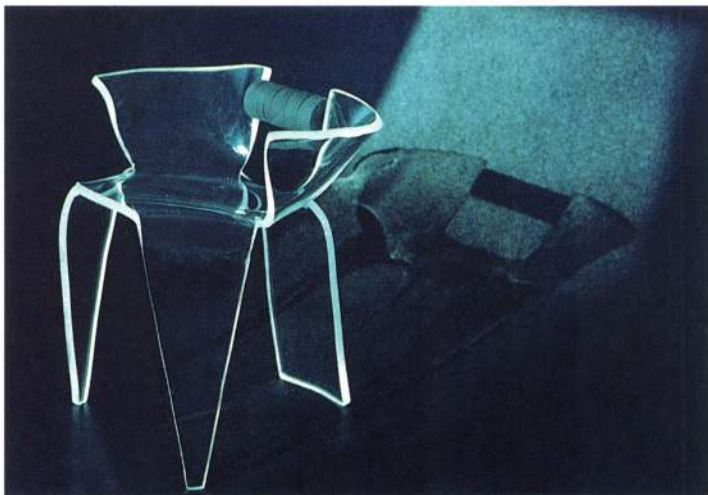
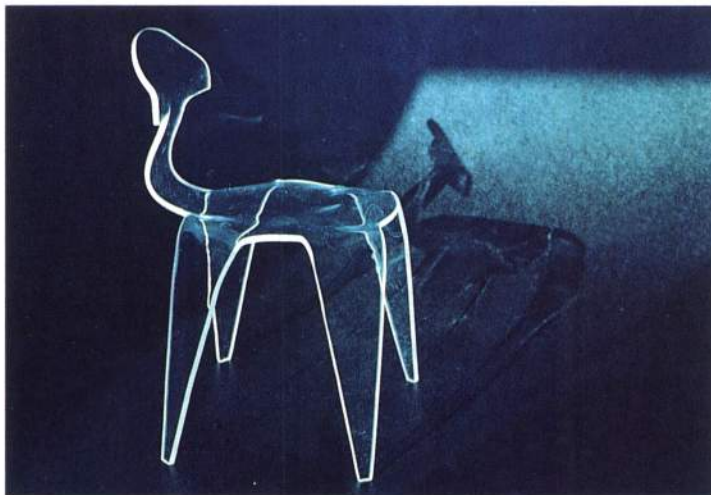
V dizajne stoličky konca 90. rokov akoby dominovali len materiálne hodnoty - úžitkovosť, ekonómia, predajnosť. Zďaleka sa však súčasná stolička nezrieka svojich estetických atribútov - tie zostávajú napriek všetkému. Viditeľne sa stiera rozdiel vo výraze medzi stoličkou pre súkromný a verejný interiér, riešenia s vydatenou súhrou ergonómie, konštrukcie a výtvarna nachádzajú uplatnenie vo všetkých typoch priestorov - pravda, musia sa páčiť... Preto ubúdajú odvážne výtvarné experimenty a prednosť pomaly dostáva hľadanie nového ideálu krásy, ktorý spočíva v rafinovanej jednoduchosti a nevťeravej noblese - v tvaroch, ktoré „ľudskú dušu nezraňujú, ale liečia...“² Tvaroslovie dnešných stoličiek pozostáva z nekomplikovaných línií, primárnych

tvarov. Aj vo farebnosti sú zdržanlivé - bez rozdielu, či sú drevené, čalúnené látkou alebo obtiahnuté kožou. Napriek tomu zostávajú sebavedomým nábytkovým zariadením s najväčšou mierou tvarovej nezávislosti od ostatných predmetov v interiéri a architektúre samotného priestoru.

KAM KRÁČAŠ, STOLIČKA?

Kráčaš s dobou. Si prispôsobivá. Zdržanlivá. Nevťeravá. Racionálna. Ekonomická. Minimalistická... Zdalo by sa, že sa svojím vzhľadom, no najmä koncepciou nezadržateľne približuje k predstave formulovanej v 20. rokoch Marcelom Breuerom, podľa ktorej nám má budúcnosť umožniť sedenie na neviditeľnom stĺpci stlačeného vzduchu. Nie je nepravdepodobné, že vďaka technickému pokroku sa aj táto predstava zmení v dohľadnom čase na skutočnosť. Otázkou zostáva, či táto NA-OZAJ chceme.

DIZAJN je spôsob, ako vyjadriť svoju dobu, ale
DIZAJN je aj spôsob, ako vyjadriť SAMÉHO SEBA.



1. Milena Lamarová: Židle 20. století (Katalóg k výstave, 1988)
2. Hugu Kükelhaus: Werde Tischler!, 1936

Ľuba a Aurel Fábri: RAD STOLIČIEK „FLUID A, B, C, D“, 1988.
“Nehmotná, stolička. Použitie priehľadného plastu umožňuje naplnenie funkčnej podstaty stoličky v zmysle úžitkového predmetu, vo vzťahu k priestoru má priehľadná stolička novú dimenziu: priestor stoličkou preteká, rovnako ako tvary, farby a svetlo. Medzi stoličkou ako zariaďovacím predmetom a priestorom, v ktorom je umiestnená, vzniká nový vzťah: stolička modeluje priestor a priestor modeluje stoličku.

1
2

Red.: Čo vás viedlo k tomu, že ste sa po roku rozhodli odísť?

M. K.: Produkty módného domu YSL boli výrazne kultivované, mali svoj nezameniteľný štýl. Venovala som sa najmä doplnkom - bižutérii, koženej galantérii a podobne, no keby som tam zostala, musela by som sa špecializovať na určitý druh doplnkov. Chcela som však dokončiť štúdium v Mníchove, to bolo mojim prvoradým cieľom. Vrátila som sa teda do Nemecka a dokončila som školu. Do Paríža k Yvesovi Saint-Laurentovi som sa ešte na rok vrátila, potom som sa rozhodla odísť do Milána. Tam som pracovala v návrhárskej kancelárii, ktorá úzko spolupracovala s priemyslom. Predtým som robila veci skôr umelecky zamerané, voľnejšie, a tu som zrazu objavila niečo, čo som si predtým vôbec nevedela predstaviť: spoluprácu s výrobcami. Dovtedy som nevedela, že existujú konzultácie, poradenstvo v oblasti módného priemyslu. Táto profesia bola vtedy aj na Západe veľmi zriedkavá.

Red.: Módnny priemysel - to je široká oblasť. Mohli by ste povedať konkrétnejšie, o aký druh činnosti išlo?

M. K.: Robili sme farebné koncepty pre chemické firmy, ktoré vyrábali umelé vlákna, spolupracovali sme aj s výrobcami látok, pletiarskym priemyslom a pod. Naša kancelária mala kontakt so všetkými firmami na Západe - na jednej strane sme s nimi

spolupracovali, na druhej strane sme od nich dostávali informácie, ktoré sa spracovávali. V milánskej kancelárii sme boli štyria a každý sa špecializoval na niečo iné.

Red.: Ako vyzerala spolupráca s firmami v praxi?

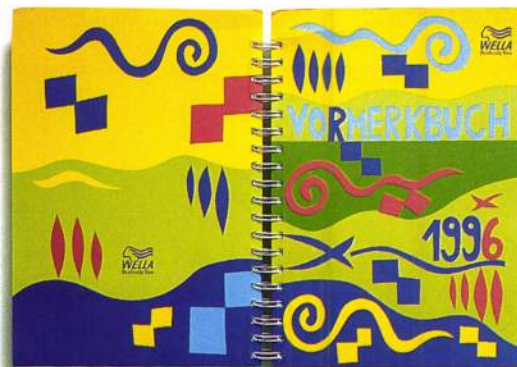
M. K.: Určité firmy sme museli pravidelne navštevovať po celý rok, aby sme videli, akú majú koncepciu, alebo sme im pomohli vytvoriť koncepciu. Vždy bolo treba pochopiť, o čo tej firme ide, aký má cieľ, a podľa toho sme pracovali či už kreatívne, alebo sme konzultovali, dokonca niekedy sme kontrolovali celé kolekcie. Spolupracovala som napr. s firmou, ktorá robí lodénové kabáty. Chodila som tam každý týždeň na 1-2 dni. Najskôr sme navrhovali strihy a fazóny v kancelárii, prešli sme všetky detaily a priamo vo firme som pracovala s farbami. Prídeľovala som

Móda (z lat. modus, t. j. spôsob, ale aj miera alebo pravidlo) je svojskou esenciou dobových ekonomických, sociálnych a kultúrnych kontextov. Odtiene najrôznejších nálad a vplyvov odráža inak než literatúra, výtvarné umenie či hudba. Zároveň sa nimi inšpiruje a je ich veľkou inšpirátorkou. To, čo vnímame ako nové a prekvapujúce zoskupenie materiálov, farieb, fazón a doplnkov, je výsledkom tvrdej práce množstva profesionálov, ktorí pôsobia v oblasti módného odievania.

Prognóza módných trendov, pre nás ako profesia takmer neznáma, je doménou dizajnérky a poradkyne Marie Korbelovej z Frankfurtu n/ M., spolupracovníčky časopisu DE SIGN UM. Jej cesta za profesionálnym uplatnením viedla roku 1978 z Bratislavy do Mníchova, kde študovala módné návrhárstvo, cez dva parížske pobyty v svetoznámom módnom dome Yves Saint-Laurent a Miláno, kde sa zoznámila s novo sa etablujúcou profesiou poradkyne pre módnny priemysel. V súčasnosti sa venuje poradenstvu v oblasti farieb a materiálov pre odevné a textilné firmy. Ako dizajnérka navrhuje okrem odevov predovšetkým dezény látok, bytových a odevných doplnkov, baliacich papierov a darčkových objektov, zaoberá sa tvorbou farebných koncepcií pre aplikáciu v priemysle a ilustráciami.

Red.: Začínali ste v Paríži u Yvesa Saint-Laurenta. Ako by ste charakterizovali spôsob práce v tomto slávnom módnom dome? Nerobilo vám problémy prispôbiť sa vyhranenému štýlu značky YSL?

M. K.: Základom bolo pochopenie filozofie tohto módného domu. Nemali sme veľa času na to, aby sme sa zžili s koncepciou, najmä farebnou. Pracovalo sa na vysokej intelektuálnej aj výkonnostnej úrovni, a najmä veľmi rýchlo. Bola som začiatočník, nemala som čo riskovať a nerobilo mi problém identifikovať sa s firmou. Bola to tvorivá práca kolektívu veľmi mladých ľudí z celého sveta, z rôznych kultúr. Mohli sme spoločne diskutovať, mohli sme si navzájom pomáhať. Yves Saint-Laurent si vyberal ľudí podľa vlastných kritérií, nevyžadoval diplom. Bol tam napríklad jeden chlapec z Arménska, ktorý na začiatku vôbec nevedel kresliť, ale zaujímavá bola jeho špecializácia na drahokamy. Treba však pripomenúť aj úžasnú hnciu silu krásneho, inšpiratívneho prostredia.



3



4

farby a látky ku konkrétnym siluetám, pretože je veľmi dôležité pracovať v súlade s materiálom.

Red.: Firmy väčšinou majú vlastné dizajnérske pracovisko. Da sa povedať, že vy stojíte „nad ním“?

M. K.: O hierarchii hovorím veľmi nerada, najlepšie je zbaviť sa jej, to je moja filozofia. Firemní dizajnéri majú totiž veľa práce, musia sa zaoberať organizáciou výroby a nemajú čas sledovať, čo sa deje vonku. Tieto firmy potrebujú objektivitu, človeka, ktorý pozná širšie súvislosti a dokáže vniesť do firmy esprit doby. Ďalšou veľmi dôležitou vecou je kontakt s distribúciou. To však neznamená, že konzultant je niečo viac a dizajnér firmy niečo menej! Mojou úlohou je navodiť takú komunikáciu, aby sme pracovali pre spoločný cieľ. V tejto profesii je potrebná diplomacia, osobné veci sa musia úplne eliminovať. Vyžaduje to aj určitý talent, ktorý človek musí mať popri všetkých iných predpokladoch pre túto prácu. Ľuď vo firme treba väčšmi motivovať ako deprimovať, nie je možné prísť zvonku a hneď kritizovať. Musí ma zaujímať predovšetkým produkt, firma, a keď sú tam ľudia, ktorí chcú spolupracovať, tým lepšie.

Red.: V čom bola práca konzultanta iná, než to, čo ste robili predtým?

M. K.: Okrem objektivitu a korektnosti vzťahov si treba uvedomiť krátkosť času, ktorý máte k dispozícii. Za dva dni sa toho musí stihnúť veľmi veľa, pracuje sa od rána do večera. Iba tak má človek šancu naozaj uspieť. Základom je fungujúca komunikácia. Treba si všetko dôkladne pripraviť. Prv než prídem do firmy, už poznám základné informácie a mám dohodnuté veľmi konkrétne témy konzultácii. Inak by to bolo neúnosne drahé aj pre firmu, aj pre konzultanta. Je veľmi dôležité mať od začiatku spolupráce s firmou kontakt s distribúciou, mať prístup k informáciám, v čom mala firma úspech na trhu, ako sa vyvíja záujem o výrobky firmy, pretože o tom konzultant nemôže mať dokonalý prehľad. Práve toto som sa naučila v Miláne, pretože sme pracovali pre rôzne podniky - malé, stredné i veľké.

Red.: Po príchode do Nemecka ste začali pracovať ako samostatná poradkyňa. Bolo to ťažké?

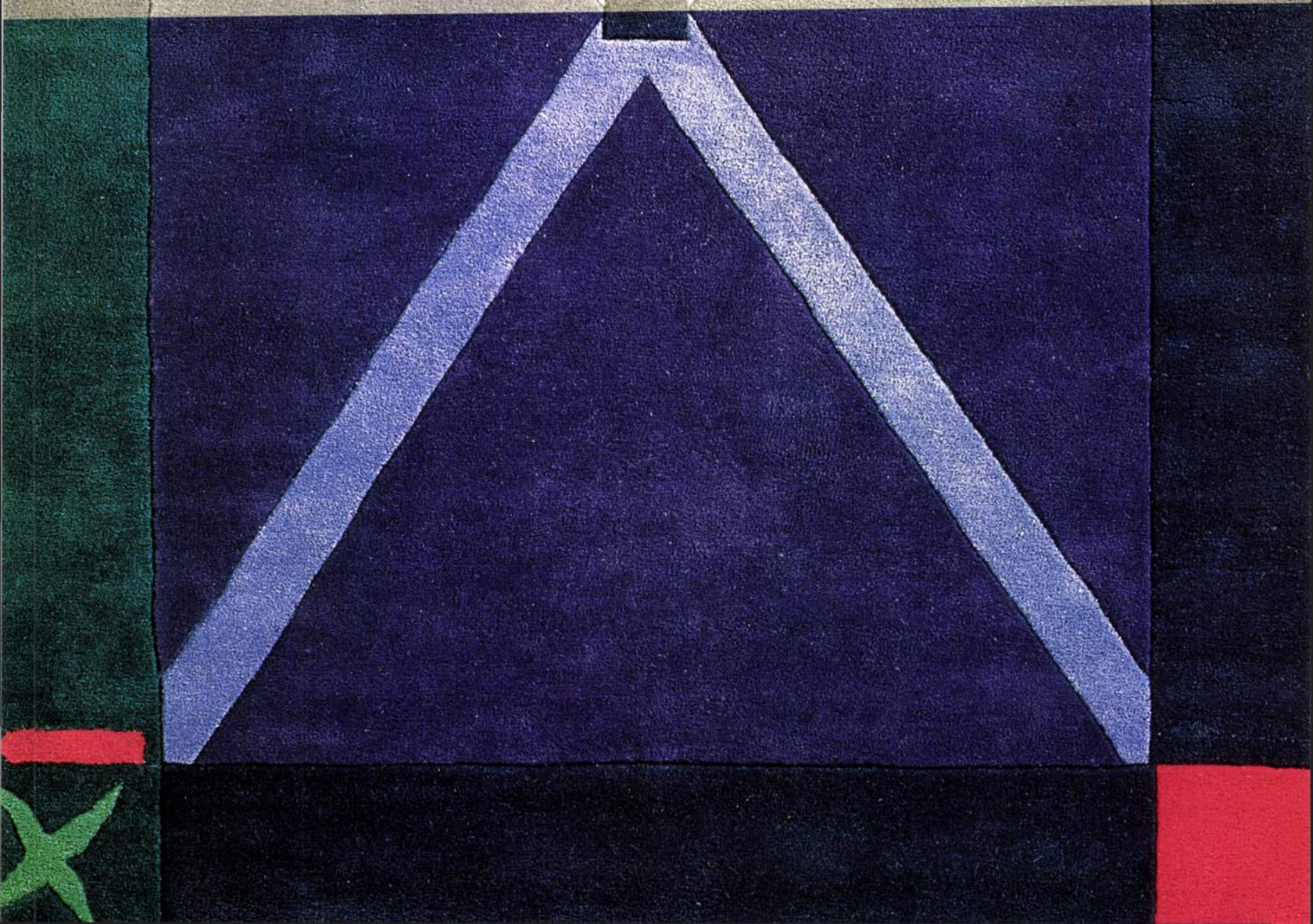
M. K.: V Miláne som zostala rok, v tom období som vôbec nechytila ceruzku do ruky. Tu išlo o duševnú prácu v pravom zmysle slova. Dve činnosti, ktoré som spomínala, mentálnu a kreatívnu, som potom spojila do toho, čo dnes robím. V Nemecku je situácia iná ako vo Francúzsku a Taliansku. Tu treba pracovať podľa viditeľného konceptu, čo môže byť aj na záťaž. Musíte sa špecializovať, a to mojej kreatívnej koncepcii nevyhovuje. Postupne sa mi podarilo objasniť zásady mojej koncepcie, do ktorej patrí aj móda, aj kozmetika či ilustrácia. Myslím si, že dnes moji špeciálni klienti chápu, že každá ďalšia oblasť, ktorej sa venujem, im môže priniesť určitú inováciu.

Red.: Podarilo sa vám presadiť sa vo svojej profesii. V čom je dnes situácia iná než vtedy, keď ste začínali?

M. K.: V súčasnosti sa veľa vecí ekonomicky mení a je cítiť, že sme na konci storočia. Hľadajú sa nové východiská, musia sa nájsť nové východiská. Predtým bolo všetko zábehané, hoci práca konzultanta nebola všeobecne veľmi známa. Trh je však naozaj veľmi tvrdý, a tak som sa musela naučiť nájsť správnu komunikáciu. Tam by sa mi bola zišla nejaká manažérska škola. Nestačia len profesionálne znalosti vo vlastnom odbore. Časom som sa dopracovala k názoru, že kreativita v podstate znamená nájsť riešenie v rámci daných limitov. Môžu to byť aj psychologické východiská, dokonca veľmi subjektívne východiská, nielen objektívne, ale treba ich nájsť, v tom je podstata profesionality. V tomto odbore nie sme v pozícii umelca, ale v službách vecí - musíme sledovať dobu, hľadať ekologické a ekonomické riešenie. Máme určitú zodpovednosť za tendencie, ktoré sa razia. Ľuďom treba cez produkt ukázať spôsob života, učiť ich kultúre, nielen dekorácii.

Red.: Ako sa oficiálne volá profesia, ktorú vykonávate?

M. K.: Je to jednoducho konzultant - poradca. Pracujem však aj ako dizajnérka, ale tieto oblasti prísne oddeľujem. Pre tú



firmy, pre ktorú navrhujem, nerobím poradkyňu. A vo firme, kde pracujem ako poradkyňa, musím nechať slobodu tým, ktorí navrhujú.

Red.: Máte možnosť vybrať si firmy, pre ktoré pracujete, alebo robíte aj v oblastiach, ktoré vám nie sú až také blízke?

Možno sa to nezdá, ale toto povolanie je komplexné. Už pri samotnom hľadaní klientov robím určitý výber. Dôležité je však si ich aj udržať. Dokážem byť dosť kategorická vo veciach, ktoré evidentne nemajú význam ani pre mňa, ani pre výrobcu.

Red.: A čo vaša dizajnerská práca? Tam ste poradkyňou sama sebe...

M. K.: Áno, tam mám vlastnú líniu a musím svojimi výsledkami presvedčiť výrobcu, že je správna. Pri mojich vlastných návrhoch mi nepriamo pomáha moja konzultačná činnosť, pretože veľa vecí predvídám. Je to akási vynachádzavosť a zároveň duševné dobrodružstvo. Viem, aké má výrobca problémy, čo potrebuje. Väčšinou je mu jedno, ako výrobok vyzerá, hlavne, že sa predá. Lenže potom je to na mne, či si s výrobkom urobím hanbu alebo nie. Musím teda nájsť východisko, ako s produktom zaobchádzať a ako ho prezentovať.

Red.: Z čoho dokázate mať vo svojej práci najväčšiu radosť?

M. K.: Fascinuje ma práve kombinácia oboch povolání. Najmenej ma baví úradovanie. Okrem toho si myslím, že neexistuje recept na kariéru. Poznáam veľa kolegov, ktorí to dokázali celkom inými cestami. Preto sú aj úplne osobití v tom, čo robia. Možno u vás ste zvyknutí na priamočiarejší spôsob profesionálnej kariéry: dokončiť školu a potom robiť to, čo človek vyštudoval. Odklon od tejto šablóny sa často posudzuje ako niečo negatívne. Na druhej strane na Západe majú ľudia možnosť dokázať niečo aj bez toho, aby vyštudovali určitú špecializáciu. Táto cesta je však oveľa ťažšia. Keď sa už človek vypracuje do uznávanej pozície, potom to už nie je problém. Dnes už môžem navrhovať kozmetiku, darčekové objekty, porcelán, robiť ilustrácie, alebo aj niečo celkom iné. Od života sa treba dať aj prekvapiť.

Red.: Váš článok, ktorý sme uverejnili v DE SIGN UM č. 1/94, ste zakončili výrokom Wolfganga Welscha: „Dvadsaťte storočie bolo storočím umenia. Dvadsať prvé storočie sa môže stať storočím dizajnu.“ Máte blízko k tomuto nemeckému filozofovi, k jeho názorom?

M. K.: Welschovu knihu som objavila náhodou. Nedá sa povedať, že by som jeho názory absolútne prijala. Je to však určitá platforma, s ktorou sa dá pracovať. Nejde len o dizajn ako estetizmus, ide o koncepciu. Dizajn je vlastne koncepcia. Všetko okolo nás je dizajn, celá hmotná kultúra. Aj z tohto dôvodu sa dostávame k otázke, kam to všetko smeruje. Z umenia sa stáva dizajn. Predtým sme sa inšpirovali umením, a teraz je to, zdá sa, naopak. Je to možno kacírka myšlienka, vychádza však z intuície. Za všetkým objavovať dizajn alebo koncepciu je nebezpečné vzhľadom na škatulkovanie, zaradenie. Napriek tomu, že všetko sa zdá byť uniformné, detaily prezrádzajú individualitu.

Red.: Aký bude, podľa vás, začiatok 3. tisícročia? Preváža znovu nejaký -izmus, alebo bude dôležitá špičková kvalita?

M. K.: Myslím si, že určitá kvalita tu existovala vždy. Aj keď sme hľadali v retrospektívach, vždy sme išli ďalej. Podľa môjho názoru musí prísť spomalenie. Všetko sa dialo veľmi rýchlo. Napriek tomu, že sme sa vracali dozadu, vždy sme potrebovali niečo nové, funkčné, rýchlo sa to striedalo. Ľudia by mali mať možnosť aj žiť s tým, čo si vytvorili, žiť a vychutnať život, pozorovať. To sa dá dosiahnuť len spomalením. Čo je veľmi potrebné, je emocionalita. Emocionalita má budúcnosť. Pre budúcnosť existujú dve pozitívne šance: vytvorenie určitej kvality, aj keď je to relatívne, lebo aj my sme vytvorili veľa kvality, a zároveň sa udiali - napr. v ekológii - hotové katastrofy, a emocionalita ako nová dimenzia dizajnu.

Red.: Čo všetko vás dokáže vo vašej tvorbe inšpirovať?

M. K.: Je to zmes všetkého, čo ma obklopuje. Je mi veľmi blízka moderná architektúra, ale na moju prácu vplýva len nepriamym spôsobom. Film je už akceptovaný ako všeobecne ovplyvňujúci faktor kultúry, ako najvizuálnejšie vyjadrenie trendov, chápania vecí. V práci ma však mimoriadne ovplyvňuje hudba, konkrétne televízna stanica MTV, televízia mladých - vízie, klipy. Samozrejme, že intelektuálnu stránku čerpám z literatúry a podobne, ale pozorovanie vývoja mládeže, jej vkusu, myslenia, snaha nestratiť kontakt s jej dynamikou je to, čo ma fascinuje, čo ma dokáže prekvapiť. V iných oblastiach kultúry viem, čo asi môžem očakávať, a k tomu aj inklinujem. Čo ma však prekvapuje, sú impulzy. Dúfam, že nestratím kontakt s mladými ľuďmi aj neskôr. Tento kontakt je pre moju prácu veľmi dôležitý. Nebavilo by ma pracovať s dizajnom len doma. Potrebujem kontakt s ľuďmi a s tým, čo



7



8



9



10

sa deje. To je najväčšia inšpirácia. Veľmi ma tiež ovplyvňuje cestovanie. Rada pozorujem ľudí, ako žijú, ich jazyk, vyjadrovanie. Rada pozorujem, ako sa vyvíja reč, ktorý jazyk akceptuje nové slová. Aj v móde sa objavuje veľa nových slov. V Nemecku sa akademici priam pohoršujú nad výrazmi, aké používa oblasť módy, aké si vymýšľa. Ja sa naopak domnievam, že čím sa vytvorí viac nových slov, tým lepšie. Svet dizajnu je predsa absolútne internacionálny.

Ďakujeme za rozhovor.

Adriena Pekárová, Mária Riháková

1. - 2. Návrh dezénu darčekového baliaceho papiera.

3. - 4. Obálky kaderníckych diárov firmy Wella.

5. Koberec Max-Well, 100% vlna, ručne tkaný.

Rozmery 180x240 cm, 200x300 cm, 150x200 cm.

6. Porcelánové šálky zo série Dizajn na darovanie.

7. - 10. Šatky z čistého hodvábu s motívom znamení zvieratníka.

Ručná potlač, veľkosť 110x110 cm.

Foto: archív autorky a Róbert Kočan (3,4).

Koncom septembra minulého roka sa uskutočnil v Taipei, Taiwan, medzinárodný kongres ICSID pod názvom Dizajn v meniacom sa svete (pozri DE SIGN UM č. 4/95), na ktorom odznali prednášky odborníkov z celého sveta. Výber z najzaujímavejších prednášok sme začali publikovať v predchádzajúcom čísle. V tomto čísle uvádzame príspevky, ktoré sa týkali vzťahu dizajnu a životného prostredia.



Môže byť cestovanie „zelené“?

Ako eliminovať nepriaznivé dôsledky cestovania na planétu a ľudí
Avram Grant

Treba ešte vôbec cestovať, keď žijeme v ére rozvinutej komunikácie? Môže jej cestovanie konkurovať? Malo by jej konkurovať? Čomu dávame prednosť - racionálnej presnosti alebo intuitívnej nepresnosti? Musíme sa naháňať za rýchlosťou a vzdialenosťou, alebo sa môžeme tešiť z blízkosti a nenáhlivého tempa?

■ Keď som v marci 1995 odovzdával organizačnému výboru kongresu ICSID konsept prednášky Môže byť cestovanie „zelené“, netušil som, že TIME International venuje celé číslo, vydané 12. júna 1995, téme Nový vek cestovania. Človek môže len závidieť a zároveň vyjadriť obdiv časopisu TIME nad rozsahom a hlbokým záberom tém obsiahnutých v čísle. Autori sa v ňom zaoberali, či už detailne alebo aspoň okrajovo, takými problémami, ako sú celosvetové prognózy v oblasti cestovania, módné trendy cestovania do exotických krajín, dopravné prostriedky a dopravné systémy, nebezpečenstvá starých a nových chorôb, ba dokonca aj futuristickým „virtuálnym“ cestovaním.

Je zrejme, že v blízkej budúcnosti, možno už aj dnes, „boom“ cestovného priemyslu dosiahne vysnívateľný prelom, zdvojnásobenie počtu cestujúcich a, samozrejme, aj dolárového zisku. Zaráža však, že tí, ktorí presadzujú tento trend, pretože im prináša zisk - či už vlády, dopravcovia, cestovné kancelárie, výrobcovia, dizajnéri alebo milióny cestujúcich zákazníkov, si neuvedomujú, alebo ich nezaujímajú kultúrne a environmentálne dôsledky cestovania. V oblasti celého cestovného priemyslu si len málokto uvedomuje zodpovednosť, nehovoriac o verejnom vyjadrení obáv zo zvyšovania hlukosti a znečisťovania životného prostredia, z negatívnych zásahov do migračných modelov vtáctva, cicavcov a rýb, z krajne ohrozenej, už aj tak veľmi slabej environmentálnej rovnováhy tak vo svetovom, ako aj miestnom rozsahu.

Hyperturizmus, privádzajúci do pôvodne pokojných a izolovaných komunit davy fanatických turistov s fotoaparátmi a bažiacich po suveníroch, zanecháva rovnako ničivé následky aj na životnom prostredí človeka.

Tým, ktorí by azda očakávali jasnú odpoveď na otázku položenú v titule, na základe poznania základných všeobecných trendov musím, žiaľ, so smútkom odpovedať jednoduchým „NIE“.

Cestovanie prináša veľa odpadu, spôsobuje vysoký stupeň znečistenia, väčšina cestovných zvykov pôsobí rušivo v oblasti kultúry a deštruktívne v sociálnej oblasti. V zásade však nejde o to, či cestovanie môže alebo nemôže byť „zelené“, ale skôr o to, čo by sa stalo, keby také nebolo.

■ Z evolučného hľadiska je cestovanie základnou charakteristikou ľudského správania, je to prirodzené, alebo ak chcete, Bohom dané právo človeka. Milióny rokov predtým, ako sa vytvorili kultúrne, hospodárske alebo politické väzby, lovci alebo zbrači blúdili po zemi, chodili po stopách svojej koristi a prispôbovali sa zmenám ročných období. I keď v porovnaní s inými živočíchmi druhmi sú ľudia nahí a slabí,

už od úsvitu ľudstva sa im darilo prekonávať veľké vzdialenosti a prežiť aj v extrémne ťažkých podmienkach, do ktorých sa dostali na svojich cestách. Vývin našej telesnej konštrukcie - kosti, svaly, držanie tela - by naznačoval určitú závislosť a s tým súvisiacu schopnosť pohybu po zemi. Je isté, že ľudia cestovali oveľa skôr, ako sa naučili dorozumievať sa slovom, vyrábať nástroje alebo pravidelne zaznamenávať svoje rozširujúce sa vedomosti. Naozaj, človek má cestovanie v krvi. Cestovanie podstatne ovplyvnilo ľudský vývin, o čom svedčia archeologické nálezy z najstarších civilizácií i kmeňových kultúr. Stalo sa silným a opakované sa vyskytujúcim motívom v mytológii, legendách, folklóre a v zaznamenaných dejinách každej kultúry. Cestovanie patrí k začiatkom našej ľudskej existencie, niektoré kultúry vedú dokonca aj dnes kočovný spôsob života. Uvediem len niektoré z príčin, prečo človek cestuje:

- kvôli prežitiu,
- v záujme vytvorenia národa,
- kvôli zisku,
- za dobrodružstvom,
- pre cestovanie samotné.

■ Cestovanie kvôli prežitiu, pravdepodobne najstarší typ slúžiaci na získavanie potravy, sa mohlo ľahko zmeniť na horúčkavé úsilie zotrvať na mieste. Dnes už nik nevie, koľkí z predhistorických lovcov sami skončili ako korisť. Niet však pochyb o tom, že nomádsky spôsob života lovcov a pastierov je rovnako starý ako človek sám. Civilizácie, ktoré poznáme, sa začali vtedy, keď sa nomádske spoločenstvá usadili na určitých miestach. Motív konkurencie medzi „cestujúcim“ a „usadlíkom“ sa ťahne dejinami. Aj v modernej dobe sa môžeme ocitnúť v situácii, keď „cestujeme“, aby sme prežili, ale vtedy nás zväčša prenasledujú alebo vyhánajú len a len iní ľudia. Existuje množstvo legiend a mytologických bájí, ktoré opisujú cestovanie v záujme vytvorenia národnej identity, či už kultúrnej, teritoriálnej alebo náboženskej.

Vyhnanie Adama a Evy z raja, Odysseove dobrodružstvá po návrate z Tróje, Budhov únik pred nepriateľmi, to všetko je mytologické cestovanie, vytvárajúce základ veľkých kultúr. Biblia sa hemží opismi, ako napr.: „Tu Pán povedal Abramovi: odíď zo svojej krajiny, od svojho príbuzenstva i od svojho otcovského domu do krajiny, ktorú ti ukážem“ (Genesis, 12,1), ktoré znejú ako prvý príklad navádzania na cestovanie. A neskoršie opisy, napr.: „Nato sa Izraeliti pohli z Ramesesu do Sukotu, boli ich asi šesťstotisíc pešo idúcich, okrem detí. S nimi išlo aj mnoho všelijakého ľudu, ovce a dobytok, nesmierne veľké stáda“ (Exodus 12,37-38), by potešili aj dnešné cestovné kancelárie, organizujúce hromadné zájazdy.

Cestujeme od nepamäti... Obrovský potenciál cestovania znamená zároveň aj zisk, ako to opísal a analyzoval R. Buckminster Fuller, ktorý tvrdí, že kým priemerný človek, žijúci pred začiatkom 20. storočia, videl približne jednu milióntinu povrchu Zeme, niekoľkým vynikajúcim moreplavcom sa podarilo spoznať svet ako celok. Keďže 99,9 % ľudí žije len na 10 % z celkového zemského povrchu, kde je ľudský život možný, je pochopiteľné, prečo ľudia sami seba považovali iba za chodcov a prečo im tak dlho trvalo, kým prišli na to, že svet nie je rovný, ale guľatý. Moreplavci odhalili, že suchá zem je oddelená, ale že sa k nej dá dostať po vode. Začali tieto vedomosti využívať, získali námorné skúsenosti, ktoré sa postupne rozvinuli do veľkých projektov, prinášajúcich obrovský majetok. Fuller označil týchto cestovateľov za prvých svetobežníkov a nazval ich veľkými pirátmi. Odmena za cestovanie nemusí mať nevyhnutne materiálny charakter. To vidno napríklad aj z toho, akej obľube sa tešilo a teší cestovanie za dobrodružstvom v minulosti aj v súčasnosti. Fantázia a lákavé dobrodružstvá nás, mladých i starých, bohatých i chudobných, lákajú, aby sme cestovali do všetkých kútov sveta. Ľudia sa plavia po oceánoch, ležia na vysoké hory, putujú púšťou, organizujú expedície na póly, a to

všetko bez nejakých racionálnych dôvodov, skôr z akejsi osobnej ambicióznosti. Chcú si vyskúšať vlastnú odvahu a výdrž. Možno si cestovatelia tohto typu uspokojujú pravekú potrebu premiestňovať sa, pričom spájajú cestovanie s dobrodružstvom a vzrušením. Asi najpôvodnejšia forma cestovania je tá, pri ktorej sa spôsob cestovania a motív stávajú neoddeliteľnou súčasťou spôsobu života. Cestovanie pre cestovanie, môže byť niečo pôvodnejšie? Kto môže Rómom zakázať, aby nekočovali, komu by sa podarilo presvedčiť beduína, aby sa usadil? Nomádska kultúra ako model voľby je v neustálom ohrození.

IV.

Dosiaľ ešte nikto nahlas nepovedal, že cestovanie je masovo orientovaný priemysel. Je to totiž odporný výmysel 20. storočia, ďalší Golem, ktorý sa odtrhol z reťazí. Aj my všetci sme sem dnes pricestovali, podobne, ako bude toho roku 350 miliónov iných cestujúcich cestovať po celom svete a do roku 1998 ročne o 100 (!) miliónov viac. Aké pozitíva však z toho plynú a za akú cenu? Fosilné palivové rezervy sa stenčujú, kvalita vzduchu sa zhoršuje, na dosiaľ nedotknutej pôde sa stavajú rozbehové dráhy, cesty a letištné budovy. Komunity v okolí letísk sú ohrozené hlukom, dopravnými zápchami, škodami a rizikami, vyplývajúcimi z leteckej dopravy. Znečistená voda, preplnené pláže, chemicky striekané a odvodňované močaristé územia, ktoré prestali byť prirodzeným prostredím. Miestne zvyky a hodnoty sa strácajú pod ničivými hordami prechádzajúcich turistov. Nie že by sa pred 20. storočím nebolo cestovalo. Problém je len v tom, že v poslednom období sa cestovanie stalo hotovou posadnosťou. Stredovekí obchodníci cestovali po pravidelných trasách z Európy do Afriky a Orientu, no zväčša ani jeden neprešiel celú cestu. Tovary sa presúvali a dopravovali od jedného dopravcu k druhému, pričom si každý strážil svoj úsek trasy. Cesta Marca Pola do Číny trvala vyše dvadsať rokov a v konečnom dôsledku znamenala kultúrnu výmenu medzi Východom a Západom. Cesty španielskych a portugalských flotil pod vedením Kolumba, Da Gamu alebo Magellana v 16. storočí trvali každá niekoľko rokov, podobne ako v 18. storočí plavby kapitána Cooka po Tichom oceáne. V 19.

a 20. storočí došlo k masovej migrácii z Európy a Orientu do Ameriky. To boli veľké výdobytky cestovania, ktoré pritom spôsobili len zlomok škôd v porovnaní so škodami napáchanými za jediný rok v dôsledku dnešného cestovania. Cestovanie zaberá čas, telo sa klimatickým a geografickým zmenám prispôsobuje len postupne. Nové zážitky sa musia spracovávať, usadiť. Sluch, čuch i chuť sa neprispôsobujú okamžite. Vyžaduje to jemný, vyvážený prístup.

Dovoľte mi, aby som vzal na seba riziko, že ma nazvete pokrycom, a požiadal vás, aby ste sa zamysleli a venovali chvíľu téme svetového cestovania, pozreli sa na ňu očami dizajnérov. Aké môžu byť dôvody nášho výletu sem? Zmenili sa naše základné potreby a pudy tak náhle, v posledných rokoch, na prahu druhého tisícročia? Sme tu teraz ako kočovníci, sme tu na púti, alebo hľadáme dobrodružstvo, alebo sme jednoducho ako Rómovia 20. storočia, putujúci od jedného letiska k druhému, od jedného workshopu, seminára alebo kongresu k druhému? Máme problémy s posunom času, preháňame to s jedením a pitím, pravdepodobne sa s týmito dôsledkami nevyrovnáme skôr, ako nás začnú trápiť problémy časového posunu na ceste domov. Dostali sme sa síce do Taipei, nádhornej orientálnej metropoly, ale precitili sme jej kultúru hlbšie, ako len ochutnaním stravy? Zoznámili sme sa s miestnymi ľuďmi? Videli sme aj krajinu, aj more, vyskúšali podnebie? Koľkí z nás sa dostali na pobrežie tohto ostrova loďou, alebo plavidlom poháňaným vetrom a využívajúcim prúdy a príliv a odliv? Možno sa sem dostať aj dopravným prostriedkom, poháňaným slnečnou energiou? Takýchto otázok by sme mohli položiť ešte veľmi veľa. Ruku na srdce, skutočne sme sem museli prísť, zísť sa tu na štyri dni a vymieňať si informácie? Nebolo by to ľahšie, rýchlejšie a lacnejšie telefonicky, faxom, alebo cez Internet? Organizátorom budúcich kongresov odporúčam, aby zahrnuli tému svetového cestovania a „zelený“ charakter cestovania medzi hlavné témy. Určite by výrazne oslovila komunitu dizajnérov.

Avram Grant,
vedúci oddelenia dizajnu
v Centre pre technologické
vzdelávanie v Holone, Izrael.



Dizajn v službách zvyšovania environmentálneho vedomia

Peter Zec

- (Nakolko „zelený“ je váš dizajn?
- (Kedy ste naposledy vytvorili „evergreen“ v oblasti dizajnu?
- (Máte možnosť presvedčať klientov o tom, že vaším cieľom je „zelený“ dizajn?
- (Môžete ovplyvniť výber materiálov alebo využívanie energie vo výrobnom procese?
- (Pracujete aktívne v environmentálnom manažmente vašej firmy?
- (Navrhovali by ste dizajn aj pre neekologické výrobky?
- (Už ste niekedy odmietli objednávku, ktorá bola v rozpore s vaším „zeleným“ svedomím?
- (Môžete o sebe povedať, že poľka ide o dizajn, máte „zelené svedomie“?

P

otreba znížiť požiadavky

Súčasná trhová podmienka, hospodárstvo a dizajn spolu vytvárajú celok zameraný na ustavičné zvyšovanie požiadaviek. Vyžaduje sa permanentné zvyšovanie obratu, výroby a predaja čoraz väčšieho množstva výrobkov, ako aj zvyšovanie ziskov. Naproti tomu ekologické projekty vychádzajú z presne opačnej koncepcie. Žiadajú: (nižšiu spotrebu energie, (nižšiu spotrebu materiálu, (nižšiu produkciu, (nižší počet výrobkov.

Z

nižovanie namiesto zvyšovania

Tieto slová sa musia stať mottom našej budúcnosti, mottom, ktorým

sa bude riadiť tak svet podnikania, ako aj dizajn. Lenže dnes je vplyv priemyselných lobby prisilný a činy politikov prislabé, stále sa im nedarí zavádzať do praxe zákony na ochranu životného prostredia. Trhovému hospodárstvu chýba základný ekologický program. Právne normy spolu s miernym nátlakom vyšších cien by mohli pôsobiť na podnikateľov a spotrebiteľov tak, aby konali s väčšou ekologickou zodpovednosťou.

Z

elená kultúra

Aké majú dizajnéri možnosti zúčastňovať sa na vytváraní globálnej zelenej priemyselnej kultúry? Dizajnéri by mali spoločne vytvoriť ekologický program. To znamená, že by si mali väčšmi uvedomiť svoju politickú zodpovednosť, mali by výraznejšie vystupovať na politickej scéne, mali by mať záujem o to, aby sa prijímali potrebné zákony a nariadenia o ochrane životného prostredia.

P

erspektíva rozvoja v budúcnosti

Z hľadiska rozvoja v budúcnosti existuje desať dôležitých bodov, ktoré sa budú týkať životného prostredia: (ľudia budú čoraz citlivejšie vnímať problematiku životného prostredia, (podnikateľský sektor bude zaťažovaný čoraz väčšími nákladmi (zdedený problém znečisteného životného prostredia sa bude vznášať nad priemyslom ako Damoklov meč, (zvýši sa odbyt výrobkov prispievajúcich k ochrane životného prostredia, (v strategickej orientácii obchodu sa ochrane životného prostredia bude venovať čoraz väčšia pozornosť, (zamestnanci firiem budú aj z pozície občanov pozornejšie sledovať politiku svojich firiem v oblasti ochrany životného prostredia, (ekologicky uvedomelé firmy oveľa jednoduchšie zvýšia motiváciu a získajú vysokokvalifikovaných zamestnancov, čo pozitívne ovplyvní produktivitu a efektívnosť nákladov, (podnikatelia a manažéri ignorujú ochranu životného prostredia budú musieť v budúcnosti počítať so zvýšeným právnym postihom, (drasticky sa zvýšia problémy firiem s odpadom,

(ak sa podstatne nezlepši kvalita pôdy, vzduchu a vody, prírodných zdrojov ľudskej existencie, bude to znamenať zvyšovanie napätia v sociálnej oblasti.

Opakované použitie namiesto recyklovania

V budúcnosti sa mimoriadne zvýši tlak na ekologicky zodpovedné správanie firiem. Výkonná moc bude musieť vyvíjať politický nátlak na rozvoj podnikania. V súvislosti s niektorými opatreniami jednotlivých európskych vlád, sledujúcimi zlepšenie ochrany životného prostredia v oblasti výrobkov, môže ako príklad poslúžiť nariadenie o obaloch. Výrobcovia znášajú zodpovednosť za takú likvidáciu svojich obalov, ktorá neškodí životnému prostrediu. Hoci v princípe sa podporuje nariadenie o recyklovateľných obaloch, stále silnie tlak na obaly použiteľné opakovane. *

Nižšia spotreba

Environmentálne orientovaný dizajn by tiež prispel k znižovaniu škodlivých vplyvov výrobkov, ako aj podpore výrobkov s vlastnosťami prospešnými životnému prostrediu. Prijateľnejšie je riešenie „...radšej sa zaobísť bez ďalšieho výrobku, ako ho recyklovať“. V každom prípade najaktuálnejšia je myšlienka, aby sa vyrábalo a predávalo podľa možnosti čo najmenej výrobkov.

Ciele

Z hľadiska ochrany životného prostredia dizajnér pôsobí v nasledujúcich oblastiach:

- (poskytuje konzultácie,
- (ovplyvňuje výber materiálov,
- (navrhuje ďalšie využitie odpadových materiálov,
- (vyvíja tlak na zabezpečovanie maximálnej trvanlivosti a opraviťelnosti výrobkov,
- (podporuje možnosti recyklácie výrobu,
- (vytvára dizajn výrobkov s dlhou životnosťou,
- (navrhuje ekologicky kompatibilné obaly,
- (dozerá, aby výrobok nebol „ekologický“ len formálne,
- (dohliada, aby návody na používanie boli ľahko zrozumiteľné.

Ekológia je globálna téma, ktorá sa dotýka nás všetkých. Nemožno ju obmedziť na jediný národ, krajinu alebo kontinent. Ekologická výroba znamená vyrábať čo možno najmenej. A preto sa ekologický dizajn po každej stránke orientuje na skutočné potreby ľudí.

Prevzaté z ICSID News č. 6/95, s. 6.

Peter Zec je riaditeľom Design Zentrum Nordrhein Westfalen v Essene, Nemecko. Je zahraničným korešpondentom DE SIGN UM.



Ekológia a mobilita

Kazuo Morohoshi

1. Mobilita a životné prostredie

V skupine pre OECD pre otázky miest sa od mája 1995 diskutuje o „Mestskej doprave a udržateľnom vývoji“.

I keď názory účastníkov sú rôzne, možno ich rozdeliť do dvoch skupín podľa dvoch rozdielnych perspektív: jedna odporúča zamerať sa na globálne otázky životného prostredia a druhá je zlepšiť tok dopravy prostredníctvom výstavby ciest.

Zachovanie životného prostredia a automobilová doprava

Z hľadiska perspektívy zachovania životného prostredia Zeme je v súvislosti s automobilovou dopravou najzávažnejším momentom vypúšťanie kyslíčnika uhlíčitého do ovzdušia. Ak by sme mali znížiť

celkové množstvo kyslíčnika uhlíčitého, bolo by potrebné podstatne znížiť dopravné nároky, alebo presunúť automobilovú dopravu s nízkou energetickou efektívnosťou (spotreba energie na daný objem transportu) na dopravný prostriedok s vyššou energetickou účinnosťou.

Teda z environmentálnej perspektívy pôjde o zníženie vypúšťania kyslíčnika uhlíčitého a kyslíčnika dusičitého (vozidlami s dieselmotorom) posunom dopravných nárokov z automobilov na iné prostriedky, o zníženie celkového objemu automobilovej dopravy a vyvinutie a rozširovanie automobilov s nižšou produkciou kyslíčnika uhlíčitého.

Zlepšenie dopravy

Jedným z opatrení v automobilovej doprave, ktoré kladú dôraz na otázky životného prostredia, je zlepšiť tok dopravy (vrátane automobilovej) prostredníctvom výstavby ciest. V tomto prípade by išlo o zachovanie smerovo rozdelených expresných ciest, hlavných tepien a ulíc a o ich zorganizovanie do siete. Ukázalo sa, že je ilúziou myslieť si, že z takej metropoly ako Tokio by sa dalo urobiť mesto s vhodným dopravným systémom len výstavbou ciest.

V Los Angeles veľkú časť plochy mesta zaberajú cesty, čo svedčí o tom, že mesto bolo plánované tak, aby sa uľahčila mobilita automobilov. Aj Los Angeles robí opatrenia na obmedzenie osobnej automobilovej dopravy a plánuje zaviesť systém hromadného tranzitu. V diskusiách OECD mnohí účastníci z Európy zdôrazňujú potrebu chrániť životné prostredie obmedzovaním dopravných nárokov. Na druhej strane mnoho účastníkov z Japonska a Spojených štátov má sklon tvrdiť, že rovnako ako je potrebné obmedzovať dopravné zápchy, je potrebné aj udržiavať dopravné zariadenia. Táto tendencia ukazuje rozdielne skúsenosti v Európe a v Japonsku. Európske mestá, kde sa populačný rast zastavil, necítia potrebu rozširovať svoju dopravnú základňu. Veľké metropolitné oblasti však v Japonsku naďalej rastú a udržiavanie dopravnej infraštruktúry sa stáva významným problémom.

Aktuálne riešenia

Doprava musí byť nielen rýchla a pohodlná, ale aj bezpečná

a z environmentálneho hľadiska zdraviu neškodlivá. Pri úvahách, ako zabezpečiť takúto dopravu, možno vychádzať z dvoch hľadísk.

1. Vzťah medzi využívaním pozemkov a dopravnými nárokmi hromadného tranzitu sa môže zdokonaľiť prostredníctvom vhodného využívania pozemkov, čím sa dá vyhnúť nárastu automobilovej dopravy.

Ako príklad môže slúžiť holandská ABC politika. Pod heslom „správna práca na správnom mieste“ propaguje holandské Ministerstvo urbanizmu a životného prostredia túto politiku, ktorá bola sformulovaná pred piatimi rokmi. Podľa tohto plánu sú rôzne funkcie mesta alokované do vhodných oblastí, pričom sa plne berú do úvahy dopravné charakteristiky príslušnej funkcie.

2. Druhou možnosťou je inovácia v dopravnej technike.

► Automobilby ďalšej generácie

Očakáva sa, že do roku 2005 sa uvedú do praktického užívania automobily ďalšej generácie ktoré sú výsledkom rozsiahleho úsilia v technickom vývoji, i keď s benzínovým motorom. Budú lepšie ako ich predchodcovia, pokiaľ ide o bezpečnosť, neškodlivosť pre životné prostredie, aktívnu a pasívnu bezpečnosť, spotrebu paliva a ľahkosť vedenia.

► Elektrické autá

Elektromobily (vozidlá na alternatívny pohon namiesto benzínových motorov) sa najprv budú zdokonaľovať ako hybrid dvoch zdrojov energie - elektriny a benzínu, aby sa zvýšila ich jazdná dráha na jedno nabitie. Očakáva sa, že príchodom palivových článkov sa konečne rozšíri ich používanie.

► HSST lineárne automobily

Automobil vznášajúci sa približne 10 milimetrov nad koľajnicami určený na stredné vzdialenosti, ktorý dosahuje rýchlosť 120 až 300 km/h je v súčasnosti v poslednej etape vývoja. Mestá predpokladajú nehučné a bezvibračné vlastnosti týchto lineárnych automobilov, ako aj nízke náklady na ich konštrukciu.

► Zdokonalený systém riadenia vlakov

Zdokonalený systém riadenia vlakov (ATCS) využíva satelitnú komunikáciu. Každý vlak však môže zistiť vzdialenosť k najbližšiemu vlaku pred ním, takže vlaky môžu na trati premávať bezpečne v menších vzdialenostiach medzi sebou. Očakáva sa, že tento systém zlepši bezpečnosť a zvýši dopravnú kapacitu železníc.

► Bimodálny systém

Bimodálny systém (integrovateľný dopravný systém) je metóda, v ktorej je železničný vagón uložený na valníku, aby sa dal ťahať po koľajniciach aj po ceste. Týmto systémom je možné tovar transportovať po železnici namiesto hlavných tepien, a tak využiť výhodu železnice bez obetovania výhod kamiónovej dopravy. Navyše počet kamiónov na ceste sa môže minimalizovať.

► Supertechnologický námorný kolos

Supertechnologický námorný kolos optimálne kombinuje flotáciu, dynamický zdvih krídlových člnov a tlak vzduchu vznášadla. Je vhodný na veľké vzdialenosti, napr. môže sa použiť pre rýchlu pravidelnú dopravu medzi Japonskom a Blízkym východom alebo juhovýchodnou Áziou. Doma sa môže používať na rýchlu dopravu nákladu namiesto kamiónov.

Očakáva sa, že tieto metódy dopravy sa zavedú do praktického používania začiatkom 21. storočia. Ich používanie bude mať dva veľké dôsledky: zníženie emisie automobilových výfukov a rozšírenie hromadnej dopravy.

2. Ľudia a doprava v 21. storočí

Sfinga a 27 samurajov

Benátsky fotograf Antonio Piafo urobil 28. februára 1864 fotografiu nazývanú „Egypťská fotografia“. Objavil ju spisovateľ Akira Suzuki až r. 1980. Na fotografii samuraji v dobových odevoch s vrkočom na hlave cvičia s dvoma mečmi pred skupinou prizerajúcich sa Japoncov. Dvadsať siedmi samuraji sú družinou misie Ikeda zo šógunátu Tokugawa, štyri roky pred znovunastolením obdobia Meidži. Tridsaťštyri členná misia Ikeda bola na ceste z Eda, dnešného Tokia, do Paríža na pozvanie Napoleona III. Počas svojej 77-dňovej cesty sa zastavili v Káhire a 27 z nich sa vybrali na výlet za pamiatkami, aby uvideli sfingu. V skupine boli štátnici a právni experti, ktorí študovali medzinárodné právo, ďalej vedci, lekári, vojenský experti, ba aj muž, ktorý vedel počítať na dvoch počítadlách, každou rukou na jednom. Jeden muž vedel plynule po francúzsky a siedmi muži vedeli písať a hovoriť po anglicky.

Boli to ľudia zo všetkých spoločenských vrstiev, od šľachtica po sluhu a vo veku od 17 do 44 rokov. Len 10 rokov predtým zahraničné mocnosti prinútili šógunát Tokugawa, ktorý 300 rokov udržoval politiku zatvorených dverí, otvoriť sa a podpísať Kanagawskú zmluvu s kapitánom Perrym. Iba päť rokov predtým bol otvorený prístav Jokohama, v pozadí toho stálo silné britské koloniálne riadenie Šanghaja po ópiovej vojne r. 1840. Na tejto fotografii vidím odhodlaný pohľad na tvárach ľudí, ktorí boli vybraní, aby videli svet. Trasa ich cesty bola nasledujúca: z Eda do Šanghaja, Hong-Kongu, Saigonu (dnešné Hočiminovo mesto), Singapúru, Cejlónu, Suez, Marseille a Paríža. Mataiči Mijake, sedemnásťročný syn lekára, napísal v svojom denníku, že pri stretnutí so železnicou v Sueze bol v rozpakoch nad svojou neznalosťou, keď zistil, že železnica má dve koľajnice. Vypočítal, že pri rýchlosti 40 km/h by vlak vzdialenosť medzi Edom a Kyotom prešiel len za dva dni. Mladší členovia skupiny boli prví, ktorým zachutila káva. Všetkým chýbal japonský kúpeľ, preto mali nesmiernu radosť, keď si mohli dať turecký kúpeľ v Sueze. Všetci zistili, že zmrzlina je chutná. Títo ľudia zakúsili úžas a prekvapenie z vlastných objavov ako mnohí z nás na našej prvej ceste do zahraničia.

Pohyb ľudí nie je fyzická distribúcia

Modálny posun sa nevelmi darí zaviesť z rôznych príčin. Dôležitý faktor je, že ľudia a tovar nie sú to isté. Čo sa týka efektívnosti pohybu, notoricky preplnené vlaky, ktoré vozia ľudí dochádzajúcich do práce v Japonsku, sú vysoko efektívne. Myslím si, že spoločnosť, v ktorej sa všetko pohybuje za určitým cieľom, je neznesiteľná.

Či sa nám to páči alebo nie, žijeme v spoločnosti orientovanej na turizmus

Roku 1993 na celom svete cestovalo 500 miliónov ľudí a r. 1994 13,5 milióna Japoncov cestovalo do zahraničia. Naproti tomu celkový počet ľudí na svete, ktorí cestovali r. 1950, bol 25 miliónov. Roku 1964, keď bolo liberalizované cestovanie do zahraničia v povojnovom Japonsku, cestovalo len 130 000 Japoncov. Je to obrovský nárast čísel v posledných rokoch.

Turizmus je moderná forma cestovania. V minulosti existoval typ cestovania, ktoré vyžadovalo istú námahu, úsilie. Slovo „travel“ (cestovať) má rovnaký koreň ako francúzske slovo „travail“, ktoré znamená námahu, prácu, snaženie. Mladí aristokrati v Európe 17. a 18. storočia študovali svet okolo seba prostredníctvom veľkej cesty, predchodcu dnešných zájazdov. Samuraji od fotografovania v Egypte patria do kategórie cestovateľov veľkých ciest. Teda turizmus sa zrodil spolu s rozvojom dopravnej technológie, ktorý sprevádzal zmeny v životnom štýle vytvorené priemyselnou revolúciou v druhej polovici 19. storočia. Typ západnej pracovnej morálky druhej polovice 20. storočia, charakterizovaný heslom „pracovať znamená robiť dobre“, ktorý podporoval duch kapitalizmu, je na úpadku. Mnohí ľudia našli seberealizáciu a pocit naplnenia v oddychu a hre. Dokonca aj v Japonsku sa kratší pracovný čas a dlhší voľný čas stali definitívnym trendom. Z hľadiska ekonomickej perspektívy, podľa údajov z r. 1993, na svete sa ročne použije na cestovanie okolo 324,1 miliárd dolárov. Mnohé krajiny a autonómne regióny vynakladajú energiu v tejto oblasti ako súčasť svojho rozvojového úsilia. Existuje tiež aktívne úsilie urobiť z turizmu významné priemyselné odvetvie 21. storočia. Železnice rušia čas a priestor, keď sa vonku za oknom odvíja panoramatická scenéria, hovorí Wolfgang Schivelbusch (História železníc). Pohľad z okna idúceho vlaku celkom stratil svoju hĺbku. Pohľad expanduje na invariabilne plochý obraz, ktorý je len súčasťou úplne identického panoramatického sveta. Cestovateľ je oddelený od svojho bývalého priestoru. V „panoramatickej scenérii“ sveta obsahujúcej rôzne kultúry sa reggae podobá na klasiku, rôzne typy hudby a kultúr sa ovplyvňujú a navzájom prepleťajú v kontinuu.

Pohyb pre poznávanie novej kultúry

Takýto stav premiešanosti rôznych kultúr je fundamentálne odlišný od kultúrnej perspektívy 20. storočia, ktorá zdôrazňuje kultúrnu rozmanitosť. Z hľadiska kultúry fundamentálna orientácia turizmu je prekračovanie hraníc. Turizmus je ľahký, kultúrna rozmanitosť je ťažkopádna. Myslím, že zmysel turizmu pre ľahkosť bude dôležitejší pre hlavný smer kultúry v 21. sto-

ročí ako ťažkopádnosť kultúrnej rozmanitosti.

Turizmus nemá všeobecne dobrú reputáciu. Ľudia hovoria, že ničí životné prostredie, eliminuje tradičnú kultúru, niektorí dokonca tvrdia, že je to nová forma kolonializmu. Slovo „turizmus“ často spájame s lacnými suvenírmi a nevelmi originálnymi „kultúrnymi“ predstaveniami. Pohyblivá konfigurácia nazývaná „perspektíva“ je však nielen obrovským fenoménom moderných čias, ale prináša veľké zmeny v spôsobe, ktorým intelektuálne vnímame svet. Či sa nám to páči alebo nie, žijeme vo svete turistov. Naš panoramatický svet sa určite ďalej zrýchli v čase multimediálnych informácií, kde ľudia môžu interaktívne participovať. Pretože stojíme pred 21. storočím, pozrieme sa znova na fotografiu sfingy a 27 samurajov spred 130 rokov. Táto fotografia nám môže pomôcť pochopiť, prečo ľudia cestujú a porozmýšľať o význame cestovania a kultúry.

Vytváranie logiky pre 21. storočie

Bývalý nemecký prezident Richard von Weizsäcker vo svojej prednáške v Tokiu počas pamätnej slávnosti pri príležitosti 50 rokov od skončenia vojny hovoril o „spolunažívaní so susedmi s nepredpokojatosťou“. Chcel tým povedať, že existujú veci, ktoré môže urobiť jednotlivec, ktoré môže urobiť krajina a ktoré môže urobiť svet. Jeden starec, ktorý prežil, pretože vojna sa skončila, povedal, že je presvedčený, že sám život je základná energia a že vojna je enormné plytvanie energie a forma znečisťovania životného prostredia. Medzi ťažkosťami, s ktorými sa stretávame v otázkach životného prostredia, patrí ľudské ego a priestor medzi bohatými a chudobnými. V 21. storočí budeme musieť pestovať novú logiku, ktorá je v ríši filozofie alebo náboženstva.

Kazuo Morohoshi je hlavný manažér Toyota Motor Corporation, Japonsko. V Taipei prednášal ako hosť kongresu ICSID.

DESIGN PRIZE IN THE SLOVAK REPUBLIC

Zdena Burianová ■ In the second year of the national competition, 54 products have met to be judged by an expert jury, which recommended to award 4 prizes and 7 appreciations for design.

The aim of the Design Prize in SR - as with any national design competition all over the world - was to present top quality products, manufactured by our industry in the area of design culture during the last two years. It was the second year of a biennial competition, organized by the Slovak Design Centre.

In 1993, when we addressed our manufacturers for the first time with a challenge to measure their strengths and to confront the results of their collaboration with designers on the national level, we were curious to see how the competition or the awarded prizes would help the manufacturers to become successful in the market. The results have actually surprised us - and I must say that we have been greatly pleased. They have confirmed, once again, that a good design can „sell“ the product. Although the prize award has addressed especially foreign customers - it is no wonder. Indeed, the label of „good design“ has been perceived worldwide as a mark of complex quality for many years, and it is a guarantee to make a good deal for a businessman.

The '95 Design Prize in SR competition took place in a completely different atmosphere. The classification of categories has changed: from the original seven line categories to two basic categories - the first of products, and the other of graphic design, which facilitated the applicants to enter the competition. We have been pleased to see that the number of applicants is considerably higher than two years ago, and also the quality and design standards of participating products is considerably higher. Another positive finding was that the number of machinery products, represented by small and medium-sized enterprises, has increased. It is a signal that this industry, which has good traditions in Slovakia, is recovering from the transformation shock and entering the scene with new ambitions. As the competition results indicated - it had been a successful come-back. This year, we have missed a better representation from the furniture manufacturing industry, and alas, more presentations of graphic design as well. We are aware that it was probably caused by the fact that those companies have not obtained sufficient information about our competition - there is still a lot of work to be done, especially in the field of publicity.

However, we are satisfied with the results of the '95 Design Prize Competition in SR, though it might not sound modest. There was tight criteria, and the jury was not content to see only the submitted documentation. They travelled through the whole of Slovakia to verify the ergonomic and functional parameters, and the quality of final products in such cases, when it was not possible to transport the products because of their great size.

The awards of „'95 Design Prize in SR“ have been given only to the best of the best products. However, because the number of products fulfilling the criteria of the competition, has been much greater than expected, selected products of good design were exhibited together at the Design '95 exhibition in the House of Engineering (Dom techniky) in Bratislava until the end of 1995, where the public could become acquainted with them.

We wish market success to the prized products, a mutually advantageous collaboration to manufacturers and designers in the future, and a lot of creative ideas to designers.

We hope to see you next time at the competition - then under a new name as „National Design Prize“, which will be sponsored by the Ministry of Culture of SR from 1996.

PAGES 20 - 23

ENGLISH PAGES

ANTON CEPKA JEWELS - ARCHITECTURE SUSPENDED FROM A PIN

Āgnes Schrammová ■ Anton Cepka (1936) has been devoted to art jewellery for three decades. This has been just the period of modern Slovak jewellery, because when he entered our scene of fine arts in the mid 60-ies, there had been virtually no other artist devoted to jewellery. Cepka promoted constructivist signs of technical symbols to jewellery, indicating his attitude to the contemporary times. Besides the jewellery, mostly brooches, he also realized some projects of kinetic sculptures and reliefs. Anton Cepka has been a leading personality of Slovak art jewellery, well-known in the whole of Europe and worldwide. After he graduated from the School of Industrial Art in Bratislava in 1957 (A. Drexler, L. Korkoš), he studied at the Academy of Applied Art in Prague in the jewellery studio led by the professors Jan Nušl and Bohuslav Štefan (assistant professor A. Nováková), where he graduated in 1963. His diploma work had already caught the attention of the European public at

the International Fair of Applied Art in Munich, where he won the Golden Medal and the Bavarian State Prize in 1964. The exhibited collection of jewellery was the designer's first touch with silver sheet. Expressively folded surfaces and the respective shape contours were greatly different from the pure geometric shapes of his later constructivist designs.

A transition from surface structures to geometric shapes has been a characteristic of jewellery by Cepka from the late 60-ies. While folded surfaces are generally more or less contingent results of a play with flame and melting material, in those items they have been applied consciously and intentionally within the overall composition, representing only one part or a detail of the jewellery.

In a sophisticated manner incorporated gemstones often became a part of the jewellery, providing also its colour emphasis (ruby, sapphire, emerald). Coherent shapes were mostly interrupted by cut sheets, natural joints or the

application of several layers. Often, other elements were placed on the circumference of the basic shape. Such moving elements have given a new dimension to Cepka's jewellery - kinetism. Dramatically shaped surfaces sharply contrasted with smooth lines and quadratic, rhombic or rectangular forms.

By the end of the 60-ies, Anton Cepka presented himself also in exhibitions of the Club of Concretists (Klub konkretistov) (member since 1968), and as a sculptor. His interior or exterior sculptures (wall reliefs, ceiling light sculptures, and individual kinetic objects) were created from metallic materials (aluminium, brass, steel, duralumin, stainless steel), similar to his jewellery in a non-figurative manner. Their effect was based on the principle of contrasts between smooth surfaces and abundantly articulated network patterns.

The following period in Cepka's work was featured by his increasing attention to surface patterns and shapes of jewellery. The aeronau-

tical instrumentation has influenced his philosophy and relationship to civilization. Cepka's jewellery became a peculiar document of our era, with speed and accuracy being its major factors. In 1973, he created a number of brooches (Signal, Screens, Computer, Module, Red Planet, etc.), in which he often used enamel, optical lens, fine cut rastres, or letters (especially XE). Views of country reliefs through brooches, such ones like the Navigation Eye, closed this subject area and introduced a new one at the same time.

From the middle of the 70-ies - apart from several solitaires decorated with fine perforation and ruled gratings with lattice or network motifs on relatively great arched shapes - a new thematic specialization crystallized in Cepka's work. „Flying Objects“ started the so called „era of small aeroplanes“.

Full simple or double wings, fine perforated or painted hulls were decorated with stones, beads, plastics, or slate, and symmetrically supplemented with constructional elements, such as pipes, bars, and small wheels, which raised the objects's plasticity. In this way, a gradual reduction of mass was accentuated, because full shapes were replaced by skeleton constructions. During the 80-ies, Cepka's designs retained their spatial impressiveness, despite greatly lightened volumes.

In these designs, lattices obtained unambiguo-

usly constructional functions, utilized to create architectonic objects. Small sculptures - kinetic mobiles, however, have not lost their dimension and function as jewellery. The author himself called them „architectures suspended from a pin“. Later on, the major element of his designs were not an arch, but an angle.

Cepka's latest works are featured by increased „linearity“. The basic form of the jewellery is based on geometric shapes, however space has been replaced by plane surfaces.

Compositions include no moving parts, but they are plane structures of connected silver rods, having nearly a graphic character (Ring of Honour for the Japanese jeweller Yasuki Hiramatsuhi, 1994). This has been documented by other designs, created during the Summer School at Jizerka or at the VI-th International Symposium of Art Jewels in Kremnica in 1995. Their common feature has been a network composition with a more or less sophisticated design, created of triangular, quadratic or rectangular patterns.

In 1990, Anton Cepka obtained the highest award that a jeweller can ever obtain. The Society for Goldsmith's Art, having its seat in Hanau, has awarded him the Ring of Honour, being an international acknowledgement for his innovative, creative attitude, as well as for having cultivated traditions of the goldsmith's handicraft.

The year of 1990 was a milestone in Slovak art jewellery as a whole, because of several factors, which had a positive influence on the organization, education, and quality of designs as well. Some forty artists from all walks of fine arts (goldsmiths, restorers, painters, sculptors, glass makers, potters, architects, scene painters and designers) have established an association of art jewellers AURA. And quite naturally, they have elected Anton Cepka to become their chairman. The association of jewellers AURA came with a major initiative to organize annual international symposia of art jewellery in Kremnica. Already in the autumn of the same year, Anton Cepka was appointed to establish a department of jewellery and metal at the Academy of Fine Arts, and he also started his pedagogic work there. So an opportunity has been created for a further education of graduates from the School of Applied Arts in Kremnica.

As a lecturer, Anton Cepka keeps to all principles, which have always guided his work: „In my comprehension, jewellery is not only a decorative thing, an accessory of fashionable clothes or an expression of personality, but a sculptural composition as well. The sculptural arts and jewellery, both of these professions of fine arts are perceived and presented by me as being equal.“

(abbreviated)

PAGES 46 - 49

ILLEGIBILITY. PART II.

Peter Bil'ak ■ Legibility is concerned with the optimal legibility of print that is achieved by correct typographic arrangement. Typographical factors that affect readability are: character of the typeface, size of type, leading, line length, kerning, paragraphing and the relationship between the color of the text and the background. If we would strictly follow those suggestions, as typographic manuals require; we would end up using 3 or 4 fonts (one of those would probably be Helvetica), a size of 10 points and leading about 14 points. Print would obviously have to be black on white surface, void of any distracting images and decoration. We would reach optimal speed and ease of reading with perfect comprehension of text.

Jan Tschichold, Frederick W. Goudy, Stanley Morison or Emil Ruder were undeniably excellent typographers. However, they were so strongly convinced about their truth and the only possible way to design things that they have become too dictatorial and dogmatic. In their works they fanatically preach what is right and wrong design. For Jan Tschichold in 1966, the greatest enemy of typographers was still 'self-expressi-

on.' In his Treasury of Alphabets and Lettering he writes: "It's far better to keep one's hand off and not be lead astray by the false notion that lettering calls for 'self expression.' This error is largely responsible for the ugly lettering which surrounds us. Even some acknowledged masters among recent lettering artists have succumbed to this error to a regrettable extent. The essence of good lettering is precisely the opposite of what, until recently, has been widely preached: it is not self-expression, but compete self-negation in the service of correctly understood task."

At the Type Directors Club conference in New York 1959 we could hear: "Even dullness and monotony in the typographic sense are far less disturbing to a reader than typographic eccentricity or pleasantry [self-expression]". There would be even more boring imitations of Times or Helvetica. Why should all books and typefaces look alike? This means a uniformity for a book, a book that always meant something special. The quest for the ultimate legible typeface led us nowhere. Furthermore, no single typeface can serve all purposes. Ultimate legibility would

also result in limiting our language, stylizing it in order to get one versatile model. Reading is based on emotion and in typefaces we should feel that emotion.

All those rules we are supposed to follow were developed 20-400 years ago. They were developed at a time when people had not even dreamt about cable-TV, interactive media, CD-ROM, Internet and graphic applications. Human beings were not stupider than today. However, media have dramatically changed. When media change, men change. We are not the same anymore. "Originally, letters were adaptations of natural forms employed in picture-writing, but by a process of evaluation, (actually degradation) they have become arbitrary signs with little resemblance to the symbols from which they are derived". We have forgotten that not only letters evolved, people did too, confronted with new inventions. With all the innovations and information, we have acquired abilities to read complex images.

Humans, when they are facing a new problem, apply their experience from the recent past. Experience from solving a problem will soon be

the past that will affect us in the near future. Many of those problems we have to solve exist just because we are still using "yesterday's" tools. We have mistaken readability and communication. No longer is communication passive entertainment. A misunderstood notion of illegibility make men accept archaic rules.

There are actually no rules like in architecture or surgery. With the constant denying of rules one could say there are no rules in graphic design whatsoever. Young aggressive designers keep rejecting old rules, and nobody creates the new ones. The most powerful ideas probably become the new rules. Yet, there is still a natural process of questioning. Creative individuals always strive to resist all the rules, break them, go back to the place when they were established, and analyze them. Only then they can reject them, revise them or defend them. Accepting the rules without investigation means to stagnate. This investigation is uneasy now because with changes in technology rules are unstable. No one can call it design rebellion; before someone breaks the rule he must know what it is. As always, some people break rules better than the others. Graphic design does not have to be highly experimental to be good. However, it is impossible not to notice the unexpected. New solutions always attract a reader's attention, and this is a goal of Jan Tschichold as well.

Nonetheless, is it not wonderful idea to spend more time with books? Books deserve a longer time to look, to read. Deliberately slowing consumption of information may get reader more involved in the process of reading. Maybe this is what make books survive in this hectic world. To preserve the special character of a book, and not to degrade it to the level of street flyers that

we take in our hands with the intention of trashing it at the corner.

Right and wrong do not exist in graphic design. There is only effective and non-effective communication. Every one can complain about advertisements in the magazines, but clients are only interested in whether it attracts possible customers or not. Typographers have a wide variety of design devices to choose from. They choose specially prepared strategies for different targets.

"I agree with the fact that if you are setting books and other things that just need to be read and understood easily, you need to use something other than Oakland. In those cases you need to use something that is not necessarily intrinsically more legible, but something that people are use to seeing. This is what makes certain type styles legible or comfortable. You read best what you read most. However, those preferences for typefaces such as Times Roman exist by habit, because those typefaces have been around longest. When those typefaces first came out, they were not what people were used to either. But because they got used, they have become extremely legible. Maybe some of my typefaces will eventually reach this point of acceptance, and therefore become more legible; two hundred years from now, who knows?" This lengthy quotation expresses Emigre Graphic's attitude to typographic design. Zuzana Licko and her partner Rudy VanderLans created Emigre Graphics in Sacramento, California in 1984, in the year zero for the Macintosh generation. They have established the first independent type label. Their award-winning magazine "Emigre - the magazine that ignores boundaries" was one of the first platform for "new" typography. I know that the adjective "new" has al-

ways sounded like a cliché, but this is right in the sense of a new way of making typefaces.

Emigre magazine is one of the most controversial and influential design publications presenting graphic design experiments and essays in the U.S..

"Typefaces are not intrinsically legible. Rather, it is the reader's familiarity with typefaces that accounts for their legibility. Studies have shown that readers read best what they read most. Legibility is also a dynamic process, as readers' habits are everchanging. It seems curious that blackletter typestyles, which we find illegible today, were actually preferred over more humanistic designs during the eleventh and fifteenth centuries. Similarly, typestyles that we perceive as illegible today may well become tomorrow's classic choices". Licko has chosen unexplored kinds of digital typography, and she has found her own aesthetics in it. She recognized the limitation of the computer, and she was working with coarse bitmapped letters. A few years later she quickly responded to improvement in the technology, and Emigre Graphic released their first PostScript fonts.

Emigre was not the first paying increased attention to the expressive quality of type. For years, the monotonous dullness of lay-out of lengthy books had no relationship to the content of the book. Guillaume Apollinaire, Lewis Carroll, Charles Baudelaire and others discovered the expressive nature of letters. Because they were the authors, they were the first ones who noticed that their poems could be more powerful, and could have a greater meaning supported with expressive graphic forms. These writings have been inviting a reader to reflect on it, to make a passive reader an active participant.

PAGES 50 - 55

ON THE PHENOMENON OF DESIGN DRAWING

Zdeno Kolesár ■ Making design in drawings has fundamentally contributed to a statutory and (what must be particularly stressed) intellectual separation of design pioneers from the framework of traditional handicrafts. Although certain isolated signs of a design emancipation process can be revealed also in the protoindustrial period, and even in historical periods before the articulation of handicrafts, only when design drawing became a common thing, a radical separation of intellectual activities (thinking and making experiments, materialized in drawings) and of production itself (in the sense of manufacturing real products) did it become obvious. Apart from having given birth to a new design profession, this separation enabled division of labour and division of the production process into manufacturing of standard parts

finally leading to a manifold increase in production efficiency. Today, we speak about design revolution due to the use of computers, and it seems that only computers have provided the opportunity to handle the design of a product as a whole, to make great changes of its overall shape at a low cost. Remember, however, that this is in fact a quantitative development of those impulses, which resulted from the industrial revolution two hundred years ago. In contrast to a craftsman, even then a designer was able through a drawing to generate problems, to plan, to vary products which were too great or too expensive to be realized as prototypes, not speaking about time savings. I don't want to underestimate the importance of current changes in designer methods, brought about by the development of informatics, but I believe that

compared to the global onset of design drawings at the turn of the 18th and 19th centuries, which had changed the production structure and its material and intellectual parts, this is a less fundamental change.

A specific design drawing was born in the last decade of the 18th century, however, it used the know-how provided by the earlier development of drawing either in connection with the development of science, technology or arts. Since antiquity, an embryo of design drawing can be looked for in drawings by architects, who had used this medium because of the need to put down in an appropriate way features of an object consisting of many parts. Later, resulting from the efforts to make realistic projections of bodies, the Renaissance formulated rational rules of perspective, rules of illusive

projections of bodies, it introduced a description of subjects by a series of systematic projections. Visionary, but precise engineering drawings of fascinating inventions by Leonardo can be considered to be direct predecessors of modern design drawings. Their futuristic dimension, inspiring the actual scope of that time to be overcome, became an important part of the design profession. Later, the alphabet of design drawing was contributed to by René Descartes and his contemporaries, who have formulated laws of projective geometry, valid up to the present, and the French encyclopedians, whose illustrations have added to this alphabet the letters of graphical demonstration and visual persuasiveness.

A place, where drawing became a design communication medium directly connected with the industrial way of production, was Great Britain, the „global workshop“. Already by the end of the 17th century, the above mentioned Thomas Savery had constructed the first steam engine, however without any major response. His fellow-countryman Thomas Newcomen who was the author of an improved steam engine used for drainage in mines, had greater success. However, it had still been manufactured by a basically medieval method of handicraft. The one who came, draw, and won was James Watt - an outstanding design engineer with an extraordinarily wide range of intellectual abilities. It may have been his background, surpassing a narrow orientation on practical solutions of engineering problems, which enabled Watt to make a step into a space inaccessible to his predecessors. And it was just design drawing which had signalled a birth of new design profession, a profession par excellence, intellectual though often dealing with solutions of „low“ problems of practice.

But let's go back to the issue of design drawing. In connection with the operation of the factory, founded by James Watt and Matthew Boulton at Birmingham in 1773, design drawing emerged for the first time as a fully qualified communication means in design. Watt's drawings were germs of typological layers of this medium in design: starting from a first sketch through project drawings, necessary for manufacturing, control, and assembly of the product, working drawings for subcontractors, to presentation drawings used to make a contract with a client. Preserved samples of the latter show that Watt had paid great attention to the aesthetic side of his product presentation.

The first half of the 19th century has been characterized by stabilizing formal conventions of design drawings, along with the development of the industry and its organization. The use of colour and wash-up drawings, etc. became a common practice. After Watt, there have been other important designer drawing innovators (let's mention at least Robert Fulton, the inventor of

steamship, who has also studied portrait painting at the Academy in Philadelphia). Formal rules had been spread through design departments, professional schools, and various guidebooks, so that by the middle of the 19th century, design drawing had become a common means of ideas processing and production organization. By then, the basic typology of design drawing had been created as well. Although there have been some modifications in the following periods, they have reflected changes of fashion and taste and shifts in production organization and economic thinking, and also in ontological essence of fine arts (i.e. changes in areas which have always been connected with design), rather than any basic change in the position of drawing within the structure of the design profession. Now, let's try to show some general signs of particular types of design drawings.

The first one is a design sketch. It is the one which can be found on a paper slip or on the back side of an envelope, showing the first idea and leaving a space for many alternatives - usually, there are unclear parts, not resolved by the designer yet, and accentuated new and complicated elements of the whole. It is distinguished by an individual style, where established conventions are applied least of all. It allows us to penetrate into the designer's „soul“, and it often has an authentic artistic value, the like of spontaneous drawings by painters or sculptors. Alas, only few examples of such drawings have been preserved in historical sources. They were perceived pragmatically as intermediaries to achieve the basic aim - precise engineering drawings - and usually finished in a dust bin. Only a relatively new interest in autonomous values of design drawings (e. g. the 13th International Biennial of Drawings in Rijeka, 1994, devoted to the area of design) has shown that such drawings, documenting the moment of designer „musing“, are of a special value.

A project drawing is another type of design drawings. It is also called engineer drawing. In contrast with a design sketch, it is less personalized, it is created according to accepted rules and conventions, and often made by a specialized designing department rather than by the designer himself. A project drawing usually includes a series of drawings, starting from the whole view of the product to the latest detail, and it serves the manufacturer to prepare and to control the production.

The third basic type of drawings are presentation drawings, which have most frequently survived in historical materials. They are used in different contexts (in this sense, several sub-types could be distinguished), but their common feature is that they originate only after the designer problem has been solved, often even after the designed product has been already manufactured. From the engineering point of view,

they are well elaborated, as they are used to persuade a producer and to communicate with a potential customer, or perhaps with somebody who has already bought the product. The emphasis is on strengths of the product; its function, use, and maintenance are explained. Due to the role of presentation drawings, their success in communication with either the producer or the customer can be significantly contributed to if they are attractive. Today, more and more designers prefer computer drawings rather than labour demanding preparation of models.

Though it could be discussed whether such projections are not beyond the definition of drawings, I believe that in principle they can be included here.

Also such cases should be mentioned (remember Leonardo's message) when a presentation drawing is not connected with a product intended to be manufactured immediately, but with an outlook into the future, where a designer presents his vision of tomorrow. Utopian projects by the American designer Norman Bel-Geddes, published in his book *Horizons* (1932), are perhaps the most convincing evidence of what inspiring power design drawings of this kind have. In principle, they express the same ideology, a belief in inevitable advances of civilization, provided for by industry and technology, which had already been there by the birth of industrial revolution. In this direction, they have got many successors up to the present day. Recently, however, other presentation drawings of a quite different type have emerged. They might be best featured as „a visual test of an idea in its ideal form“. In intentions of post-functional directions in design, with the accent on ideas prevailing over things in their material form, some designers leave traditional working methods, they leave design of real current or future products and turn towards „design of ideas“, i. e. design of something neither existing nor intended to exist in a material form. The actual materialization is substituted by imagination and fiction. Although such a „design“ sometimes fully resigns visual presentation), it is usually materialized just in drawings. In this way, it obviously confirms its belonging to visual media, to fine arts, but at the same time it contributes to the erosion of traditional generic postulates of „free“ and „applied“ arts. There is differing motivation for such an orientation, starting from ecology, to politics and anthropology, giving strong evidence that design drawings, similar to drawings by painters or sculptors, respond to the atmosphere of the epoch. In spite of its utilitarian aspect, persisting at least as symptoms even in the most extreme positions, design drawing is an expression of ideals, interests, ideology, and aesthetic sensitivity of the respective epoch.

(abbreviated)



Kodaň 1996

Hlavné mesto Dánska je v tomto roku v poradi dvanástym Kultúrnym mestom Európy.

Znamená to okrem iného, že počas celého roka si obyvatelia Kodane aj početní turisti budú môcť rozšíriť tradičný program o bohaté spektrum aktivít vo všetkých sférach kultúrnej tvorby, ale aj o športové či ekologické podujatia, osobitné programy pre deti, mládež či starších občanov a i. Ide o niekoľko stoviek podujatí, ktoré prebiehajú v Kodani a jej širokom okolí. Niektoré majú lokálny, iné medzinárodný charakter a význam. Potešiteľné je to, že medzi nimi je zastúpená aj Bratislava, a to v rámci výstavy Art Nouveau Habsburskej dynastie (Kunstforeningen, 23. marec - 26. máj), na ktorej sa ďalej podieľa Praha, Krakov, Budapešť a Viedeň.

K hlavným výstavným podujatím z oblasti dánskeho úžitkového umenia a priemyselného dizajnu (pozri DE SIGN UM 2/95) sa pripájajú viaceré výstavy venované klasicom dávnejšej minulosti, napr. Thorvaldovi Bindsbøllovi (1846-1908), všestrannej osobnosti dánskeho umeleckého remesla a architektúry, ktorý je zdrojom inšpirácie aj pre súčasných dizajnérov. (Výstava keramiky, textilu, knižnej grafiky a väzby a i. v Umeleckopriemyselnom múzeu.)

Milovníkov porcelánu určite poteší výstava tvorby Royal Copenhagen, najstaršej nepretržite fungujúcej porcelánky v Európe, ktorá predstaví produkciu porcelánu, skla a striebra od konca 19. storočia. Za pozornosť stojí aj výstava dvadsiatich dánskych tvorcov pracujúcich s tkaným textilom (Okrúhla veža, 1. - 31. august).

Kodaň však ponúka aj celý rad výstav venovaných medzinárodnému dizajnu, úžitkovému umeniu a umeleckému remeslu. V prvom rade treba uviesť 1. škandinávsku trienále šperku, ktorého sa zúčastňuje 57 popredných tvorcov zo všetkých severských krajín (Umeleckopriemyselné múzeum, január - marec).

Veľkú pozornosť už od začiatku príprav priťahovala výstava najvýznamnejšieho dánskeho módného návrhára Erika Mortensena. Autor, ktorý žije v Paríži a v deň vernisáže oslaví 70. narodeniny, je jediným trojnásobným držiteľom najvyššieho francúzskeho ocenenia z oblasti „haute couture“ Zlatého náprstku. (Mortensen bol v poslednom období jediným tvorcom kolekcií pre firmu Balmain a Jean-Louis

Scherer. Svoju profesionálnu činnosť už ukončil, s výnimkou zákazok pre thajskú kráľovnú.)

Prehliadku modelov z posledného desaťročia pripravila dánska Národná galéria a pozoruhodný je aj spôsob ich prezentácie v konfrontácii s umeleckými dielami z obdobia renesancie, manierizmu a baroka. Väčšina z nich bola osobne autorom vybratá z depozitov tak, aby rezonovali s konkrétnymi modelmi (26. apríl - 1. september).

Projekt Paper Road (15. máj - 31. august) je venovaný papieru a zaoberá sa jeho mnohokrátmi aspektmi a možnosťami umeleckého výrazu. Projekt zahŕňa celý rad menších výstav v rôznych galériách a inštitúciách, z ktorých možno spomenúť aspoň výstavu japonských umelcov v Národnej galérii. Inštalácie sú sprevádzané „papierovými“ performances (napr. Joseph Anton Riedl z hnutia Fluxus, Angelika Flaig a i.), koncertmi a trhmi. Národná galéria usporiada aj medzinárodnú konferenciu venovanú papieru (1. - 31. august).

Multimediálny projekt bude na jeseň prebiehať na ploche 4000 m² v odstavenej priemyselnej hale v centre Kodane. Nosnou líniou je súčasná módna tvorba: z celého sveta je pozvaných 15 najaktuálnejších návrhárov a tvorcov trendov, ktorí sa predstavia v kontexte s hudbou, scénografiou a osvetľovacou technikou. Ich individuálne inštalácie majú ilustrovať najnovšie trendy v oblasti odievania a životného štýlu. Súčasťou projektu sú módne prehliadky, workshopy, diskusie, šou a pod.

Ďaším podujatím, ktoré aj spôsobom prezentácie chce tvorivo spochybniť hranice medzi tradičnými umeleckými formami a prehliť ich vzájomnú inšpiráciu, je výstava Handshake. Predstaví škandinávskych autorov z oblasti textilnej tvorby, ktorých diela budú inštalované v nekonvenčných priestoroch a konfrontované s hudbou, tancom, divadlom a poéziou (Frederiksberg, Vodná veža, 1. apríl - 1. august).

L'ubica Pedersen

Z výstavy Erika Mortensena.



'g9

glasgow

city of architecture

+ design

1999

Glasgow - britské mesto architektúry a dizajnu r. 1999

Program Glasgow - britské mesto architektúry a dizajnu r. 1999 vstúpi do života túto jar s vymenovaním Deyana Sudjica za jeho riaditeľa. Sudjic, známy ako človek

pôsobiaci v mnohých oblastiach - spoluzakladateľ a bývalý redaktor Blueprintu, kritik architektúry, autor a hosťujúci profesor vo Viedni, zároveň koordinuje výstavu Dizajn ako identita pre kodanské kultúrne mesto Európy 1996 (European City of Culture 1996).

Sudjic začína svoj štvorročný kontrakt vo februári a prichádza do Glasgowa v čase jeho Festivalu výtvarných umení r. 1996 (Festival of Visual Arts), ktorý má niekoľko tém: otvorenie novej Galérie moderného umenia v marci, ktoré upevní ambície Glasgowa stať sa medzinárodným centrom umení, najobsiahlejšia výstava o škótskom architektovi Charlesovi Rennie Mackintoshovi, aká kedy bola inscenovaná, bude otvorená v máji, a Festival dizajnu v septembri bude obsahovať prednášky desiatich najpoprednejších svetových dizajnérov, výstavu, obchodné a vzdelávacie semináre a tvorivé dielne objasňujúce rolu dizajnu pri dosahovaní výnimočnosti. Tento festival začne sériu podujatí súvisiacich s architektúrou a dizajnom, ktoré budú kulminovať v celoročných oslavách r. 1999.

Glasgow získal titul Britské mesto architektúry a dizajnu r. 1999, keď zvíťazil v tvrdej konkurencii dvanástich ďalších miest krajiny. Jeden z mnohých projektov, ktoré tvorili súčasť víťaznej ponuky pre r. 1999, plánuje vytvorenie Domu svetla, multimediálneho architektonického a dizajnerskeho centra, ktoré bude iniciovať spoločenskú a odbornú účasť na rozvoji celomestských dizajnerských projektov.

Alastair S. Macdonald

matteograssi



Kreslá z kolekcie Berlin. Dizajn: Piero Lissoni.

TALIANSKA FIRMA MATTEOGRASSI JE TYPICKÝM RODINNÝM PODNIKOM, KTORÝ UŽ VYŠE STOROČIA ROZVÍJA SKÚSENOSTI V SPRACOVANÍ KOŽE A PESTUJE HRDOSŤ NA SVOJE MENO.



Pohľad do výstavnej siene Matteograssi v Paríži.



História

Roku 1881 založil prvý známy Matteo Grassi v Mariano Comense, v severnom Taliansku, dielňu na výrobu konštruktívnych postrojov, sediel a jazdeckého oblečenia. To sú začiatky rodinnej tradície, ktorej dominuje zaujatie kožou a širokými možnosťami jej uplatnenia. Súčasne s hospodárskym rastom celej oblasti na prelome storočí sa rozvíjala aj firma. Záujem o jej produkciu vyvrcholil v 20. – 30. rokoch. Po druhej svetovej vojne sa však situácia radikálne mení. Kone stratili význam ako dopravný prostriedok a firma bola nútená zmeniť aj svoje výrobné zameranie. Nevzdala sa však dlhé roky precizovaných skúseností v garbiarskych technológiách a remeselnom spracovaní kože. Z firemných dielní vyšla prvá kožená stolička a určila aj ďalšiu etapu existencie firmy. Jej dominantou sa stala výroba sedacieho nábytku, v ktorom sa ideálne uplatňujú vlastnosti vypracovanej kože – poddajnosť a pevnosť, schopnosť prispôbiť sa používaniu a trvácnosť.

80. roky znamenali potvrdenie správnosti orientácie firmy na nábytok a rozšírenie trhov po celom svete. Začiatkom 80. rokov sa firma pretvorila na akciovú spoločnosť, roku 1994 sa členom skupiny MATTEOGRASSI stala firma Giorgio Pizzitutti, producent širokej škály výrobkov z dreva – od stolov, políc a políciek až po drobnosti, ako napr. záložka do knihy.

Súčasnosc

Napriek zmenám, ktoré sa vo firme Matteograssi udiali za vyše storočie a pretvorili ju z remeselníckej dielne na moderný prosperujúci podnik, sídlo firmy zostalo v Mariano Comense. Každý z rodiny Grassiovcov



Stolička Fullerina. Dizajn: Franco Poli.



Stôl Dedalo. Dizajn: Carlo Bartoli.

má vo firme svoje miesto a zodpovednosť za určitý úsek.

Dnešok firmy možno vyjadriť v číslach, ktoré hovoria o schopnosti firemných stratégií spojiť tradíciu so súčasnosťou. Roku 1995 sa predal nábytok značky Matteograssi za 18 miliárd lír, z toho 80 % na zahraničných trhoch. Nábytok Matteograssi sa totiž vyváža do všetkých krajín sveta. V sortimente je stále výrazne zastúpený sedací nábytok - stoličky (ročne je to 35 000 kusov), kreslá, pohovky a lavice, ale aj stoly a kompletne kancelárske zostavy. Unikátne kusy nábytku sú zastúpené aj v múzeách v Berlíne, Mníchove a Lyone.

V prezentácii firemnej filozofie bývania zobhrávajú dôležitú úlohu výstavné siene. V apríli 1995 bola dokončená podľa návrhu Piera Lissoniho sieň v historickom centre Milána s plochou 700 m², v januári t. r. bola otvorená výstavná sieň Matteograssi na exponovanom mieste Paríža v štvrti Saint-Honoré.

Materiál

Výrobným programom firmy sa stal nábytok, ktorý odoláva času, a túto schopnosť – dávať predmetom solídnosť a trvácnosť – má koža. Technológia koželužiarskeho spracovania je firemným tajomstvom.

Poznanky o tom, čo tento materiál potrebuje, aby si uchoval svoje najlepšie prirodzené vlastnosti, sa zbierali v dielňach celé storočie a dnes ich dopĺňajú moderné poznanky. Správne spracovaná koža si zachováva maximum pevnosti a jemnosti, ani farbenie jej neuberá z pružnosti a schopnosti „dýchať“.

Kvalita

Základným termínom firemnej stratégie je kvalita všetkých operácií na pôde firmy. Novinkou, ktorú zaviedli v záujme jej dosiahnutia, je Quality System – systém, ktorému sa prispôsobila aj štruktúra spoločnosti a nové metódy práce manažmentu. Systém umožňuje dosahovať a udržiavať kvalitu na všetkých stupňoch – od prijatia návrhu, cez výrobu produktu až po jeho odoslanie zákazníkovi. Quality System overovala pre Matteograssi spoločnosť S.Q.S., Švajčiarska asociácia pre systém kvality a manažmentu, ktorá potvrdila, že zodpovedá medzinárodnej akceptovanému štandardu UNI EN ISO 9001.



Stolička Ballerina.
Dizajn: Herbert a Jutta Ohlovci.



Kreslo s taburetom Ypsilon. Dizajn: Pelikan Design.



Kreslo Tressa. Dizajn: Pelikan Design.



Pohovka Stendhal. Dizajn: Francesco Soro.

Dizajnéri

Koža a jej možnosti spracovania zostali dominantnou témou nábytkovej produkcie. Tradičiu však rozvíjajú moderné dizajnérske koncepty špičkových európskych, amerických a japonských dizajnérov, s ktorými firma spolupracuje. Patrí medzi nich napr. Roberto Pamio, Tito Agnoli, štúdio Design Tanzi a Pelikan Design, J. H. Pollard, Patrizia Angeloni, Francesco Soro, Oscar Tusquets, K. Ošinomi a ďalší.

Umelecký riaditeľ firmy Piero Lissoni, dizajnér, je súčasne aj autorom viacerých úspešných návrhov, realizovaných vo firemných dielňach.

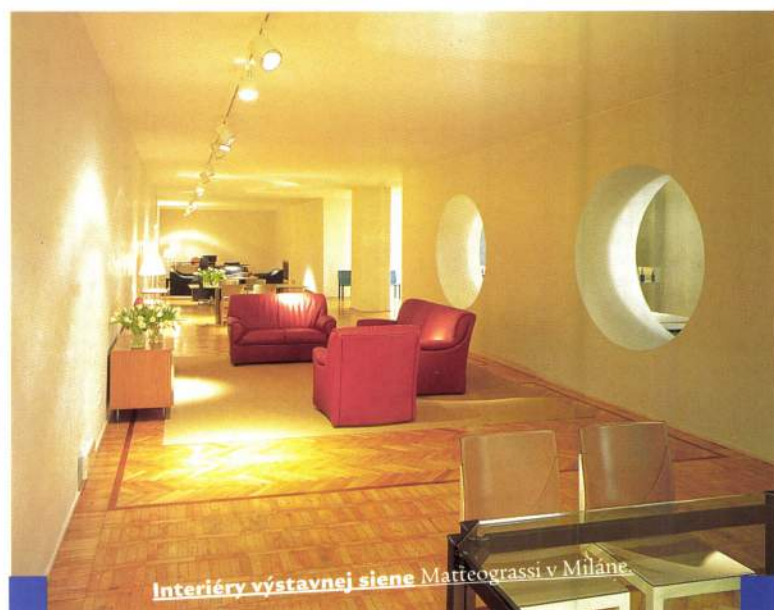
Charakteristickou črtou jeho návrhov je použitie rozličných materiálov, kovu a dreva. Napr. v kolekcii kresiel a pohoviek Berlin použil kovovú konštrukciu s drevenými časťami na odľahčenie masívnych čalúnených vankúšov.

Autorom viacerých návrhov, hlavne stoličiek, je Carlo Bartoli. V stoličkách Vela uprednostňuje prísnu štruktúru dreva v kontraste s koženým sedákom a operadlom. Kolekcii kancelárskeho nábytku Metron so stoličkami Carol Direzionali predstavuje súbor stolov, stoličiek, kresiel a skriniek umožňujúcich vytvárať variabilné pracovné prostredia.

Dizajnérska dvojica Jutta a Herbert Ohlovci použili pri riešení stoličky Ballerina nové konštrukčné riešenie spájania súčastí z rôznych druhov kovov - pevné spájanie vtláčaním (lisovaním) bez použitia skrutiek. Prísnu



Interiéry výstavnej siene Matteograssi v Miláne.



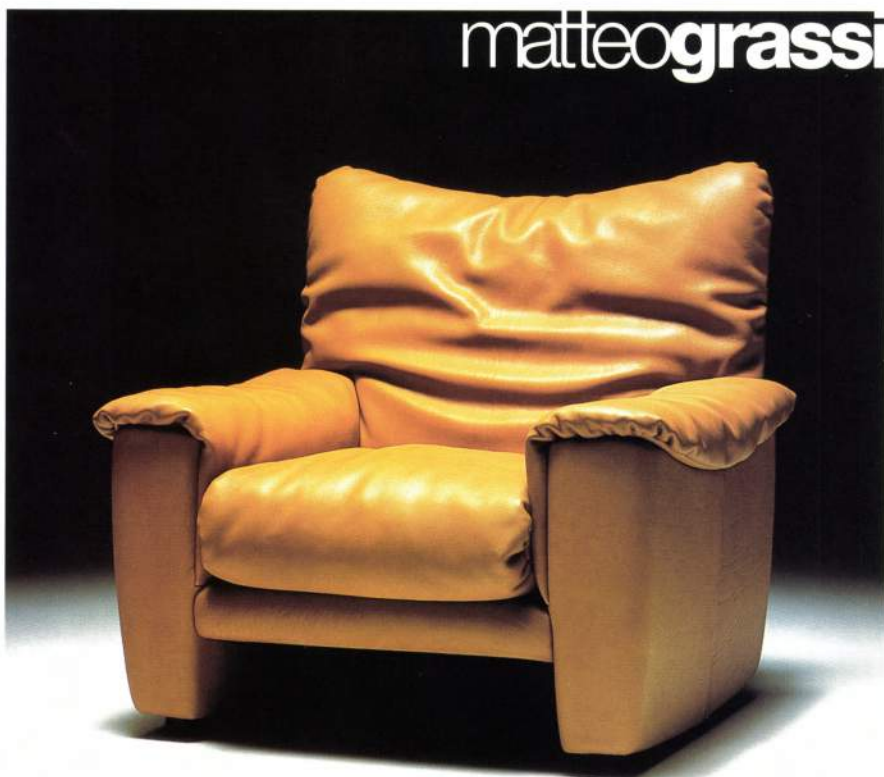
Interiéry výstavnej siene Matteograssi v Miláne.

kovovú konštruktivistickú štruktúru stoličky zjemňujú kožené sedadlo a operadlo, zabezpečujúce pohodlnosť sedenia.

Dvojica dánskych dizajnérov Lars Mathiesen a Niels Gammelgaard, známa ako štúdio Pelikan Design, navrhla pre Matteograssi celokožené otáčacie kreslo s taburetom Ypsilon. Dizajnéri so skúsenosťou v navrhovaní stoličiek pre starších a postihnutých ľudí vyvinuli projekt kresla maximálne pohodlného a s technicky jednoduchým systémom ovládania, ktoré umožňuje zmeny polohy tela. Na potiahnutie mušle kresla a vankúšov bola použitá koža rôznej hrúbky.

Taliansky dizajnér Franco Poli, ktorý sa ešte počas štúdia na U.I.A. v Benátkach zoznámil s vynikajúcim americkým architektom Sirom Richardom B. Fullerom, je autorom série stoličiek a stolov Fullerina. Konštruktivistický koncept stoličky z dreva a kože ju maximálne odľahčuje a zosvetľuje. Variant stoličky s tromi nohami váži len 950 gramov a stolička so štyrmi nohami váži 1,5 kg.

Adriena Pekárová



Kreslo Arpeggio. Dizajn: Tanzi Design.



Pohovka K. O. Dizajn: K. Ošinomi.

nečitateľnosť

Peter Biľak

Termín „čitateľnosť“ je v typografii definovaný ako možnosť optimálneho čítania textu, ktorý možno dosiahnuť správnym typografickým usporiadaním. Faktory, ktoré ovplyvňujú čitateľnosť, sú: charakter písma, veľkosť písma, svetelnosť, správny preklad, dĺžka riadku, zoradenie odstavcov a vzťah medzi farbou textu a pozadia. Ak by sme upravovali text presne podľa odporúčaní typografických manuálov, pravdepodobne by sme používali 3-4 druhy písma (medzi nimi by určite boli Times i Helvetica), s veľkosťou 10 bodov a prekladom 14 bodov. Text by musel byť tlačený čiernou farbou na bielom papieri, bez dekorácie a ostatných rušivých elementov. Dosiahli by sme optimálnu rýchlosť čítania s ideálnou mierou porozumenia.¹ Jan Tschichold, Frederick W. Goudy, Stanley Morison alebo Emil Ruder boli nepochybne vynikajúci typografi. Títo skvelí umelci však nadobudli také hlboké presvedčenie o svojej pravde a neomylnosti, že sa príliš skoro stali dogmatickými. Vo svojich prácach fanaticky kážu o dizajne; prednášajú, čo je dobrý a zlý dizajn. Najväčší nepriateľ typografie pre Jana Tschicholda v roku 1966 bol „osobný výraz“. Vo svojej *Treasury of Alphabets and Lettering* píše:

„Je oveľa lepšie vôbec sa nepúšťať do práce s písmom, ako zísť zo správnej cesty pod domnienkou, že typografia si žiada ‚osobný výraz‘. Tento omyl je zodpovedný za zlú typografiu, ktorá nás obklopuje. Aj niektorí uznávaní majstri typografie podľahli tomuto omylu v poľutovaniahodnom rozsahu. Podstata dobrej typografie je presne v opaku toho, čo bolo doteraz hlásané: nie osobná výpoveď, ale úplná negácia seba, v službe správne pochopenej úlohy.“²

Na výročnej konferencii Type Directors Club v New Yorku v roku 1959 sme mohli počuť:

„Aj nudnosť alebo monotónnosť v typografickom zmysle je oveľa menej rušivá pre čitateľa ako typografická excentričnosť alebo ľúbivosť.“³

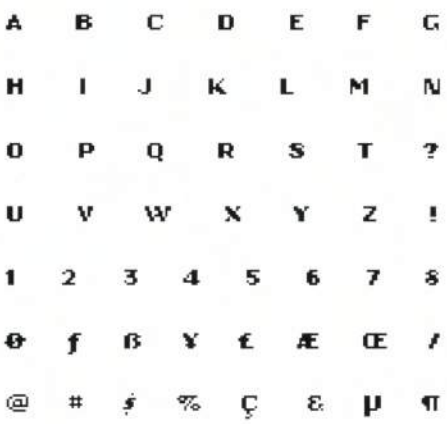
Ak by sme sa riadili týmito odporúčaniami, existovalo by ešte viac nudných imitácií písom ako Helvetica a Times. Prečo by všetky knihy a písma mali vyzeráť rovnako? To by znamenalo pre knihu uniformitu, pre knihu, ktorá stáročia predstavovala niečo cenné a špeciálne. Hľadanie absolútnej čitateľnosti nás nikam neviedlo. A navyše žiadne písmo nemôže vyhovovať všetkým účelom. Absolútna čitateľnosť by mala za dôsledok limitáciu nášho jazyka, mala by za dôsledok jeho štylizáciu v snahe získania jedného univerzálneho modelu. Čítanie je

založené na emócii a emóciu by sme v písme mali cítiť.⁴ Všetky typografické pravidlá, ktoré by sme mali dodržiavať, sú 30 až 400 rokov staré. Boli vyvinuté za čias, keď ľudia ešte ani nesnívali o káblovej televízii, interaktívnych médiách, Internete, CD-ROM a videohrách. Ľudia neboli menej inteligentní ako dnes, no médiá sa dramaticky zmenili. Keď sa médiá menia, človek sa tiež mení. Už nie sme rovnakí ako predtým, a preto nemôžeme dodržiavať rovnaké pravidlá.

„Pôvodne boli písmená adaptácie prírodných foriem v obrázkových znakoch, ale postupne sa vlastným vývojom (degradáciou) z nich stali abstraktné symboly – iba málo podobné znakom, z ktorých boli vyvinuté.“⁵

My sme zabudli, že nie iba písmená sa vyvinuli, ale aj ľudia sa menia tak, ako sú konfrontovaní s novými vynálezmi. Všetky tieto inovácie nás ovplyvnili natoľko, že sme získali schopnosť čítať aj zložité obrazy.⁶ Keď sa ľudia stretávajú s novými problémami, aplikujú svoje získané vedomosti. Vedomosti získané z riešenia problému budú ovplyvňovať naše ďalšie konanie. Veľa problémov, s ktorými sa musíme zaoberať, existuje iba preto, že uplatňujeme naše „včerajšie“ poznatky. Komunikácia už dávno neznamena iba pasívne prenášanie informácie. Naše nesprávne pochopenie zmyslu komunikácie malo za následok prijímanie

archaických pravidiel v grafickom dizajne. ¶ Zásady v grafickom dizajne sú iné ako zásady v architektúre alebo chirurgii. Pri ustavičnom popieraní pravidiel by sme mohli povedať, že zásady v grafickom dizajne vôbec neexistujú. Mladí agresívni dizajnéri odmietajú staré pravidlá, no nikto nevytvára nové. Novými sa pravdepodobne stávajú tie najlepšie a najoriginálnejšie nápady. Samozrejme, že aj tu sa uplatňuje prirodzený selektívny proces. Kreatívni jednotlivci sa vždy snažia odolávať všetkým pravidlám, porušujú ich, vracajú sa naspäť na miesta, kde boli vytvorené, a analyzujú ich. Iba takto môže niekto pravidlá odmietnuť, opraviť, alebo ich prijať a obhajovať. Prijímanie pravidiel bez ich preskúmania znamená stagnovanie. Nikto to nemôže nazývať dizajnérskou rebéliou, pretože prv, ako niekto pravidlá poruší, mal by ich dôkladne poznať. Ale opäť, niektorí ľudia dokážu porušovať pravidlá lepšie ako iní. Grafický dizajn nemusí byť veľmi experimentálny, aby bol dobrý. No je tu aj ďalší aspekt grafického dizajnu – nemožno si nevšimnúť neočakávané. Nové riešenia vždy priťahujú pozornosť čitateľov a získať pozornosť čitateľov bolo cieľom aj Jana Tschicholda. ¶ A navyše nie je to nádherná myšlienka stráviť viac času s knihami? Knihy si zaslúžia viac nášho času. Zámerné spomalenie konzumácie informácií môže pomôcť viac zainteresovať čitateľa v procese čítania. Možno práve to nám pomôže zachrániť zvláštny charakter kníh v tomto hektickom svete a nezhodnotiť ich na úroveň pouličných letákov, ktoré berieme do rúk, i keď vieme, že ich za rohom zahodíme. ¶ „Správne“ a „nesprávne“ v grafickom dizajne neexistuje. Čo existuje, je iba efektívna a neefektívna komunikácia. Každý sa môže sťažovať na reklamy v časopisoch, ale to, čo zaujíma klienta v grafickom dizajne, je iba úspešnosť jeho reklamnej kampane. Typografi majú širokú paletu nástrojov, z ktorej



Obr. 1

si môžu vybrať tie najlepšie pre čo najefektívnejšiu komunikáciu. Tak môžu aplikovať rôzne stratégie pre rôzne cieľové skupiny.

"Súhlasím s faktom, že ak upravujete knihu alebo iné veci, ktoré musia byť ľahko zrozumiteľné, tak by ste mali použiť niečo iné ako Oakland (obr. 1). V týchto prípadoch nepotrebuje nič, čo je viac čitateľné, ale niečo, na čo sú čitatelia viac zvyknutí. Preto je niektoré písmo viac čitateľné alebo príjemné. Čo čítate najviac, to čítate najlepšie. Preferencie na používanie písiem ako Times Roman sú iba zvykom, pretože tieto písmo boli okolo nás najdlhšie. Keď boli tieto písmo prvýkrát predstavené, tiež na ne ľudia neboli zvyknutí. Ale pretože boli často používané, stali sa výnimočne čitateľnými. Možno niektoré z mojich písiem dosiahnu taký bod prijateľnosti, a preto sa vlastne stanú aj viac čitateľnými. Za dvesto rokov, kto vie?"

Tento názor Zuzany Lickovej vyjadruje zároveň postoj Emigre Graphics ku grafickému dizajnu. Zuzana Licková a jej partner Rudi VanderLans založili Emigre Graphics v Kalifornii v roku 1984, v roku nula pre Macintoshovu generáciu. Takto vznikol prvý nezávislý výrobca počítačových písiem. Ich časopis Emigre – „časopis odmietajúci všetky obmedzenia“, získal mnohé dizajnérske ocenenia a sa stal jedným z prvých platforiem „novej“ typografie. Prívlastok „nový“ väčšinou znie ako kliše, ale v tomto prípade je zvlášť pravdivý, „nový“ v zmysle spôsobu výroby písiem. Emigre je teraz pravdepodobne

najviac kontraverzná a ovplyvňujúca publikácia, prezentujúca práce grafikov v USA.

"Písma nie sú prirodzené čitateľné. Skôr je to čitateľova znalosť rôznych druhov písma, ktorá ovplyvňuje ich čitateľnosť. Štúdie ukázali, že čitatelia čítajú najlepšie to, čo čítajú najviac. Čitateľnosť je takisto dynamický proces, tak ako sa zvyky čitateľov menia. Zdá sa to zvláštne, že gotické písmo, ktoré sú nečitateľné dnes, boli v 11. až 15. storočí preferované oproti humanistickým písmam. Tak isto písmo, ktoré sú dnes nečitateľné, sa môžu stať zajtrajšími klasickými písmami."

Zuzana Licková si vybrala nepreskúmanú cestu digitálnej typografie a v nej našla svoju vlastnú estetiku. Rýchlo odhalila limity prvých Macintoshov a začala pracovať s hrubými bitmapovými písmami. O pár rokov neskôr odpovedala svojimi prácami na zlepšenú technológiu a Emigre Graphics vydali sériu svojich prvých PostScriptových písiem. Emigre neboli prví, ktorí vo zvýšenej miere kládli dôraz na expresívnu kvalitu písma. Dlhé roky nudný dizajn kníh nemal nič spoločné s ich obsahom. Guillaume Apollinaire, Lewis Carroll, Charles Baudelaire a ostatní objavili prirodzené expresívne hodnoty písma. Pretože oni sami boli autormi, ako prví spozorovali, že ich diela by mohli byť pôsobivejšie, ak by boli podporované typografiou. Tieto práce priamo vyzývali čitateľov k spoluúčasti. Takto urobili z čitateľov aktívnych participantov.

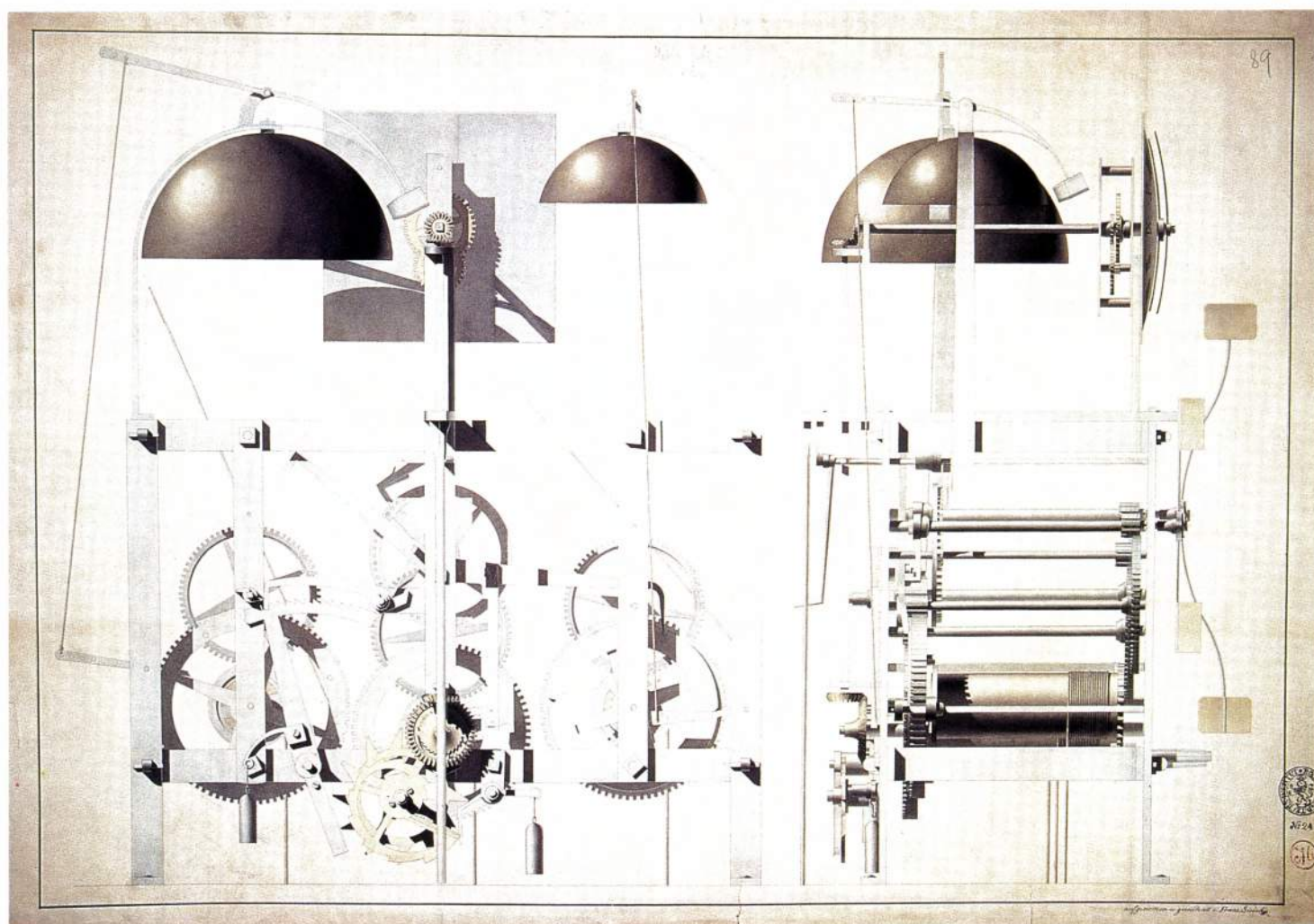
Koniec druhej časti

1. Jan Tschichold, Treasury of Alphabets and Lettering, 1960 Reinhold Publishing Corporation, 2. Časť prednášky Louisa Dorfmana na Type Directors Club konferencii v New Yorku v roku 1959, 3. Frederick W. Goudy, The Alphabet, 1922 Mitchell Kennerley, 4. Zuzana Licková, Emigre (the book) – Graphic Design into Digital Realm, 1993 Van Nostrand Reinhold, 5. Zuzana Licková, Stock, 1994 Emigre, Inc., Obr. 1: Oakland Six, Zuzana Licková 1986, Obr. 2: FF Masterpiece Allegro, Peter Biřák 1995

Obr. 2

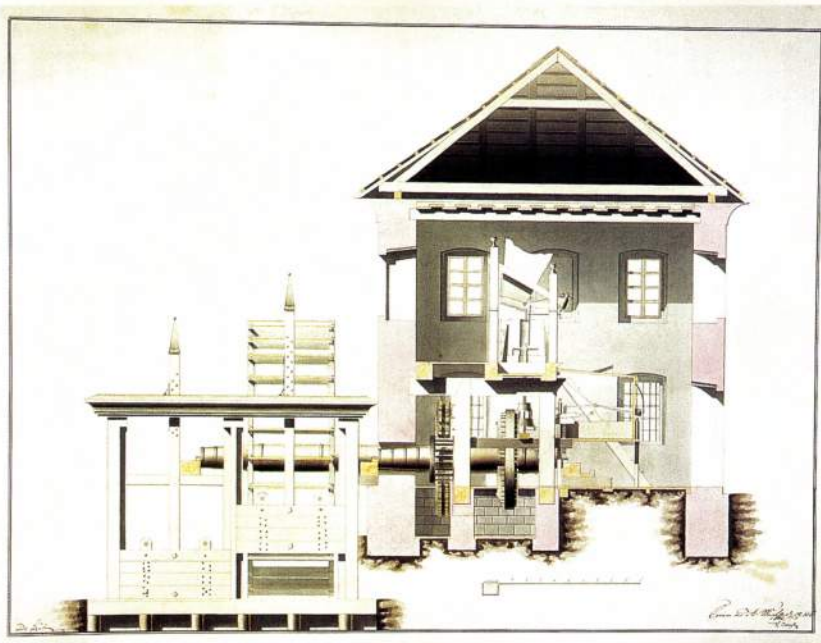


k fenoménu dizajnerskej kresby



a úvod by som rád čitateľovi položil otázku: Kto bol vynálezcom parného stroja? Väčšina odpovedí bude pravdepodobne znieť: James Watt. V skutočnosti však išlo o Thomasa Saveryho. A dôvod, prečo Savery ostal prakticky neznámy a s menom Watt sa dnes stretne každý prinajmenšom pri nákupe žiarovky? Trocha zjednodušene možno povedať: je to preto, že Thomas Savery nekreslila a James Watt kreslil.

2

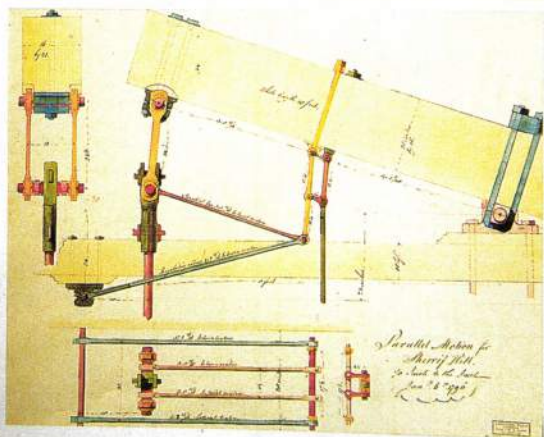
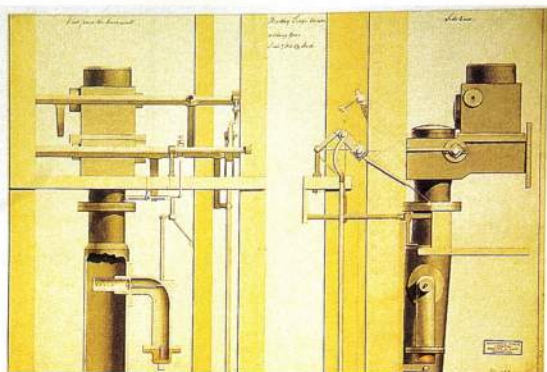


Zdokonalenie parného stroja a jeho všeobecné rozšírenie (a tu je už meno James Watt namiesto) odštartovalo v poslednej tretine 18. storočia vo Veľkej Británii priemyselnú revolúciu. A práve kresba spoluvytvárala nové pracovné vzťahy, ktoré priemyselná revolúcia priniesla.¹ Prispela k zmene väzieb medzi organizovaním výroby a výrobou samotnou, bola priamym nástrojom oddelenia procesu navrhovania, projektovania, dizajnu od procesu produkcie výrobkov. Išlo o uzlový bod emancipácie dizajnu ako špecifickej disciplíny. Domnievam sa, že už od raného obdobia priemyselnej revolúcie disciplíny svojou povahou výtvarnej, hoci práve otázka, či možno Watta a spol. označiť „len“ za konštruktérov, alebo už aj dizajnérov, je predmetom dlhoročných neplodných sporov historikov dizajnu. Adjektívum „výtvarný“ sa pokúsim obhájiť i v tomto článku.

Navrhovanie prostredníctvom kresby zásadným spôsobom prispelo k tomu, že sa prví pionieri dizajnérskej profesie vydali štatutárne aj intelektuálne (a to treba zvlášť zdôrazniť) z rámca tradičných remeselníckych profesií. Hoci určité izolované znaky procesu emancipácie dizajnu možno objaviť i v protoindustriálnom období, a dokonca aj v historických obdobiach pred oddelením remesla, až to, že sa navrhovanie prostredníctvom kresby stalo bežným, znamenalo radikálnu separáciu intelektuálnej činnosti (myslenia a experimentovania materializovaného práve v kresbe) a samotnej výroby (v zmysle konkrétnej produkcie výrobkov). Táto separácia okrem toho, že zrodila novú profesiu dizajnéra, priniesla možnosť delby práce, členenia výrobného procesu na produkciu štandardizovaných súčiastok, a tým v konečnom dôsledku niekoľkonásobne zvýšila efektívnosť výroby. Dnes hovoríme o revolúcii v projektovaní, spôsobenej nástupom počítačov, a zdá sa, že práve počítač ponúkol možnosť manipulovať s dizajnom výrobku ako celkom, možnosť robiť bez veľkých nákladov drastické zmeny jeho celkového usporiadania. Uvedomme si však, že ide principiálne o kvantitatívne rozvíjanie tých impulzov, ktoré ponúkla priemyselná revolúcia pred dvesto rokmi. Už vtedy bol dizajnér na rozdiel od remeselníka schopný prostredníctvom kresby generovať problémy, plánovať a variovat produkty príliš veľké či drahé na prototypovú realizáciu, o úspore času nehovoriac. Nechcem znížovať význam súčasných zmien v dizajnérskej metodike spôsobených rozvojom informatiky, domnievam sa však, že v porovnaní s obdobím globálneho nástupu projektovania prostredníctvom kresby na prelome 18. a 19. storočia, ktoré znamenalo preskupenie štruktúry výroby a jej materiálnych a intelektuálnych súčastí, ide o menej zásadný zlom.

Špecifická dizajnérska kresba sa rodila v posledných dekádach 18. storočia, pritom však využila poznatky pripravené dávnejším vývojom kresby ako takej, či už späté s vývojom vedy, techniky alebo umenia. Embryo dizajnérskej kresby možno už od staroveku hľadať v náčrtoch architektov, ktorých k užívaniu tohto média viedla potreba zachytiť v zodpovedajúcom meradle objekt skladajúci sa z množstva súčastí. Renesancia potom v súvislosti s úsilím o objektívne zachytenie reality formulovala racionálne pravidlá perspektívy, pravidlá iluzívneho zobrazenia

3



1. Franz Seidek: Hodinový stroj Jozefa Božka, okolo 1830.

2. A. W. Coram: Vodné koleso, 1926.

Kresby zachované v Národnom technickom múzeu v Prahe dokumentujú rýchle šírenie kresliarskych konvencií v prvej polovici 19. stor. (Archív NTM v Prahe, Foto: L. Jelínková)

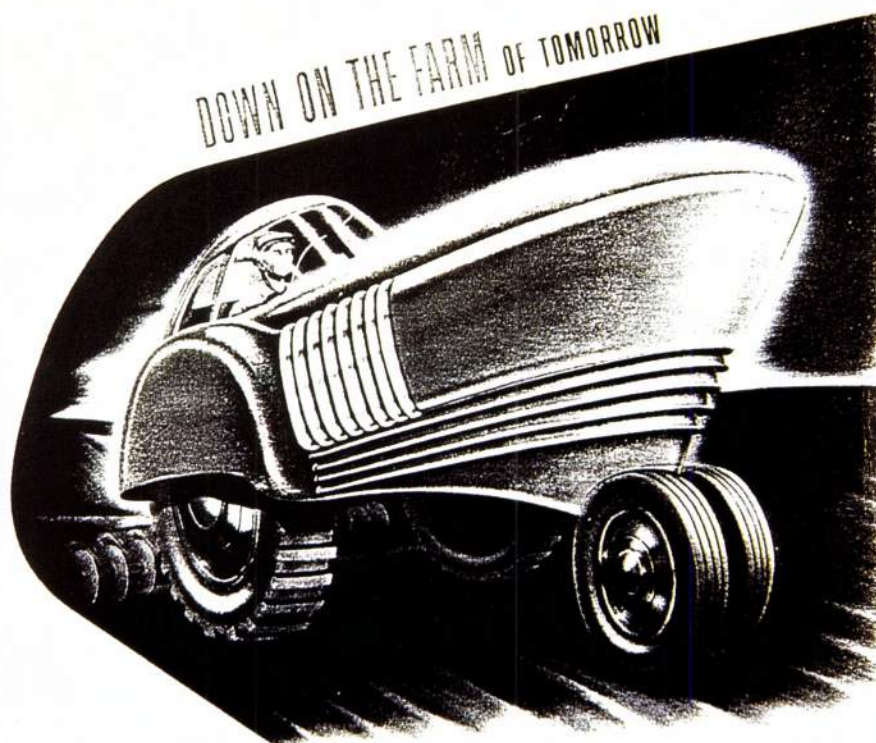
3. James Watt: Návrhy parných strojov, 1782 a 1796.

Projektové kresby tohto typu slúžili v továrni založenej r. 1773 J. Wattom a T. Boultonom v Birminghame ako plne kvalifikovaný prostriedok komunikácie pri výrobe. (Archív Public Library v Birminghame)

4. Neznámy autor: Reklama strojárskkej firmy Bohn, 1943.

5. Raymond Loewy: Taxík budúcnosti, 1938.

Príklady futuristicky orientovaných prezentačných kresieb dopravných prostriedkov budúcnosti. (Foto: R. Kočan)

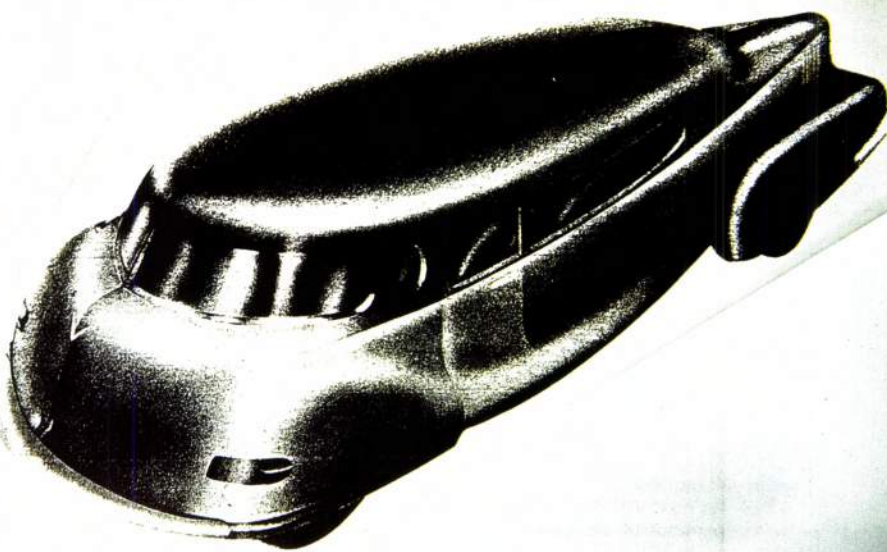


5

4

telines, zaviedla opis objektov prostredníctvom série systematických projekcií. Leonardove vizionárske, no pritom technicky precízne kresby fascinujúcich vynálezov možno označiť za priamych predchodcov modernej dizajnerskej kresby. Ich futuristický rozmer, inšpirujúce prekonávanie reálnych možností doby, sa neskôr stane dôležitou súčasťou dizajnerskej profesie. K abecede dizajnerskej kresby neskôr prispel i René Descartes a jeho súčasníci, ktorí formulovali zákony dodnes platnej projektívnej geometrie, a francúzski encyklopedisti, ktorých ilustrácie pridali k tejto abecede písmená názornosti a vizuálnej presvedčivosti.²

Miestom, kde sa kresba stala komunikačným médiom dizajnu v priamom vzťahu k priemyselnému spôsobu výroby, bola „dielňa sveta“, Veľká Británia. Už koncom 17. storočia tu spomínaný Thomas Savery skonštruoval prvý parný stroj, ale bez širšieho ohlasu. Úspešnejší bol jeho krajan Thomas Newcomen, autor zdokonaleného parostroja, používaného na odvodňovanie baní. Bol však vyrábaný stále ešte v podstate stredovekou metódou priamej remeselnej realizácie. Tým, kto prišiel, kreslil a zvíťazil, bol James Watt - výnimočný konštruktér s nevšedne široko zame-

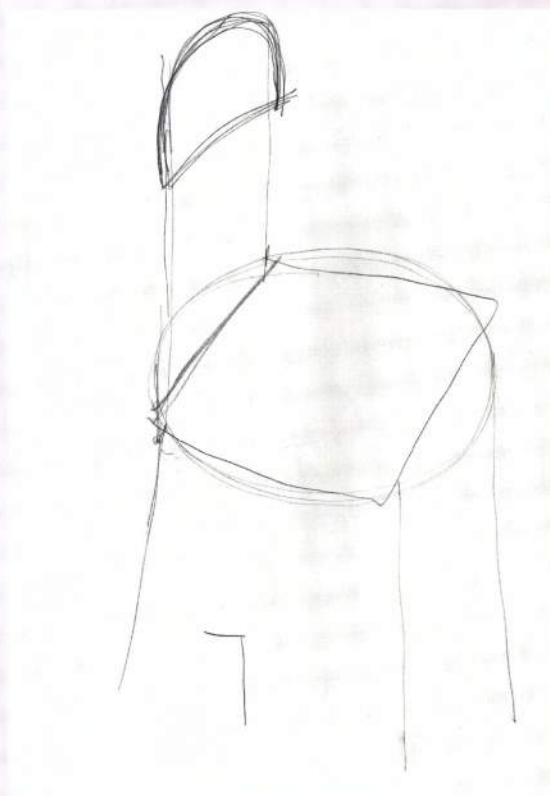


ranými intelektuálnymi schopnosťami.³

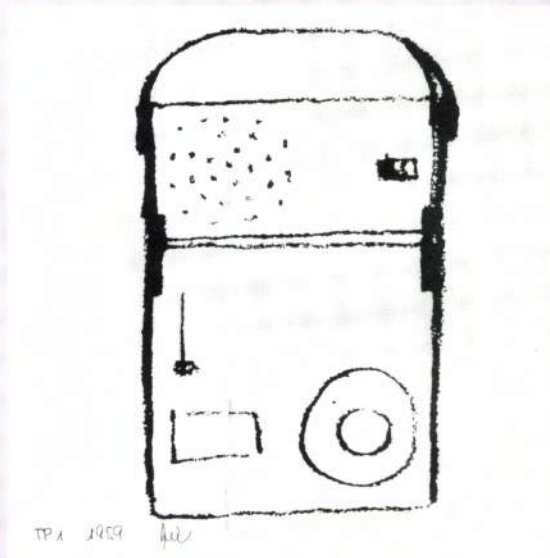
Bolo to azda zázemie presahujúce úzku orientáciu na praktické riešenie konštrukčných problémov, ktoré umožnilo Wattovi urobiť krok do priestoru nedostupného pre jeho predchodcov. A práve navrhovanie prostredníctvom kresby signalizovalo zrod novej profesie dizajnéra, profesie par excellence intelektuálnej, hoci späté s riešením často „prízemných“ praktických problémov. Dekoratívna pôsobivosť a azda aj estetická autonómia Wattových výkresov upúta na prvý pohľad. Dôležitejšie však je, že táto kresba sa stala prostriedkom uvažovania o funkcii úžitkového predmetu v najširších súvislostiach. Iste nemožno klásť ostrú hranicu medzi analytické („čisto technické“) a syntetické (povedzme „dizajnerské“) riešenie úžitkového artefaktu, ale práve približovanie sa k určitému problému od širokého horizontu počiatočného pohľadu patrí podnes k hlavným zbraniam dizajnerskej profesie, hoci jej potenciál ostáva často nevyužitý pri zúženom chápaní dizajnu ako formálneho „skráššovania“ úžitkových predmetov. Vráťme sa však k problematike zrodu dizajnerskej kresby. V súvislosti s výrobnou činnosťou továrne, ktorú James Watt

s Matthewom Boultonom založili roku 1773 v Birminghame, sa dizajnerska kresba prvý raz objavuje ako plne kvalifikovaný prostriedok komunikácie v dizajne. To, čo vychádzalo z Wattovej ruky, boli zárodoky dodnes platného typologického rozvrstvenia tohto média v dizajne: od kresby ako prvotnej skice cez projektové výkresy slúžiace pre riadenie, kontrolu výroby a kompletizáciu výrobku, kresbu ako podklad pre subdodávateľa až po kresbu slúžiacu pre kontrakt s klientom.

Zachované príklady posledne menovaného typu dokumentujú, akú pozornosť venoval Watt pri ponúkaní svojich výrobkov estetickej stránke ich prezentácie. Obdobie prvej polovice 19. storočia je potom príznačné tým, že spolu s rastom priemyslu a jeho organizácie sa ušľachťujú i formálne konvencie dizajnerskej kresby. Bežným sa stalo používanie farby, technika vymývania atď. Dizajnerská kresba mala po Wattovi svojich dôležitých inovátorov (spomeňme aspoň vynálezcu parníka Roberta Fultona, ktorý mimochodom študoval aj portrétné maliarstvo na Akadémii vo Filadelfii). Formálne pravidlá sa šírili prostredníctvom kresliarskych kancelárií, špecializovaného školstva i rôznych príručiek tak, že pred polovicou minulého storočia bola dizajnerská kresba už bežným prostriedkom rozpracovávaní ideí a organizovania výroby.⁴ Vtedy sa v podstate dotvorila i základná typológia dizajnerskej kresby. V nasledujúcich obdobiach síce zaznamenávala určité modifikácie, ktoré však odrážali skôr dobové zmeny vkusu a posuny v organizácii výroby, ekonomickom myslení aj v ontologickej podstate výtvarného umenia (t. j. v oblastiach, s ktorými dizajn vždy tak či onak súvisel) než zásadné zmeny postavenia kresby v štruktúre dizajnerskej profesie. Pokúsme sa teda poukázať na rámcové znaky jednotlivých typov dizajnerskej kresby. Prvý možno nazvať dizajnerskou škicou. Je to ten typ kresby, ktorý nájdeme na útržku papiera či zadnej strane obálky. Zachycuje prvotný nápad a pohybuje sa v intenciách veľmi širokých alternatív - obvykle necháva nejasné tie časti, ktoré dizajnéra momentálne nezaujímajú, zdôrazňuje nové a zložité časti celku. Vyznačuje sa individuálnym štýlom, práve v ňom sa najmenej uplatňujú zavedené konvencie. Umožňuje nám preniknúť do „duše“ dizajnéra a má neraz autentickú výtvarnú hodnotu, podobne ako spontánne kresby maliarov či sochárov. V historických prameňoch sa, žiaľ, zachovalo málo príkladov tohto typu kresby. Chápal sa pragmaticky ako medzistupeň k dosiahnutiu základného cieľa - presného technického výkresu - a skončil obvykle



6



7

v smetnom koši. Až relatívne nedávny záujem o autonómne hodnoty dizajnerskej kresby (spomeňme napr. 13. medzinárodné bienále kresby v Rijeke v roku 1994, zamerané na oblasť dizajnu) ukazuje, že práve kresba dokumentujúca okamih „zostupovania múz“ na dizajnéra má mimoriadnu hodnotu. Treba však upozorniť na to, že mnohé zo súčasných „skíc“ určených pre výstavy v skutočnosti vznikli ex post ako estetizovaná podoba už realizovaného produktu, a teda druhovo náležia skôr k prezentačným kresbám, o ktorých ešte budeme hovoriť. Projektová kresba je ďalším typom dizajnerskej kresby. Zvykne sa tiež nazývať inžinierskou kresbou. Na rozdiel od dizajnerskej skice je minimálne personalizovaná, tvorí sa podľa akceptovaných pravidiel a konvencií, neraz ju nerobí dizajnér sám, ale špecializovaná kresliarska kancelária. Obvykle ide o celú sériu kresieb od celku až k najposlednejším detailom a takáto kresba (projektový výkres) slúži výrobcovi k príprave a kontrole výroby. Tretí základný typ možno označiť ako prezentačnú kresbu. Prezentačné kresby najčastejšie prežili v historických materiáloch. Uplatňujú sa vo veľmi rozdielnych súvislostiach (v tomto zmysle by sme mohli vyčleniť niekoľko podtypov), ale spoločným znakom je to, že vznikajú až po tom, čo je dizajnerský problém vy-

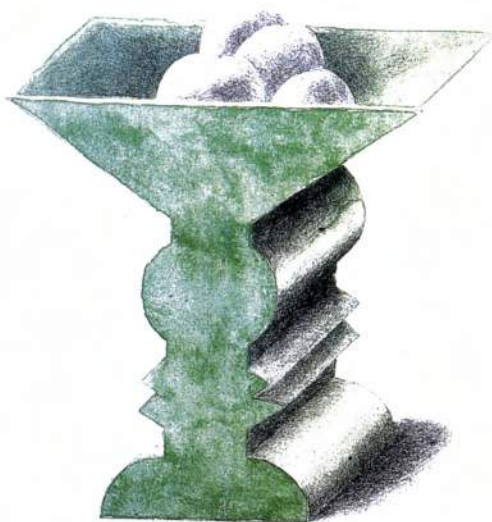
riešený, často až po výrobnej realizácii navrhovaného produktu. Po technickej stránke bývajú najprepracovanejšie, keďže slúžia na získavanie výrobcu a na komunikáciu s potenciálnym kupcom, prípadne s tým, ktorý si už výrobok kúpil. Zdôrazňujú pozítiva výrobku, objasňujú jeho funkcie, manipuláciu, údržbu a pod. Z určenia týchto kresieb vyplýva, že ich atraktivnosť môže významným spôsobom prispieť k úspechu v komunikácii či už s výrobcom alebo zákazníkom. Pri získavaní zákaziek dnes čoraz viac dizajnérov uprednostňuje komputrovú kresbu pred prácnou výrobou modelov. Aj keď možno diskutovať o tom, či sa tento spôsob zobrazovania nevymyká z druhového vymedzenia kresby, domnievam sa, že ho sem v podstate možno zaradiť. Spomenúť treba i prípady (a tu si pripomeňme Leonardov odkaz), keď prezentačná kresba nesúvisí s produktom zamýšľaným pre bezprostrednú výrobu, ale s futurolo-

6. Enzo Mari: Stolička Tonietta, nedat. Dizajnerská skica zachytáva základné koncepčné riešenie. Neveľmi atraktívny, no o to „pravdivejší“ obraz činnosti dizajnéra.
7. Dieter Rams: Rádioprijímač TP 1, 1959. Prekvapujúco „výtvarná“ skica dizajnéra, ktorému mnohí vyčítajú výrazovú sterilitu.

gickým výhľadom do budúcnosti, v ktorom nám dizajnér predstavuje svoju víziu zajtrajška. Utopické projekty amerického dizajnéra Normana Bel-Geddesa, publikované v jeho knihe *Horizons* (1932), sú azda najpresvedčivejším dôkazom o inšpiratívnej sile tohto druhu dizajnerskej kresby. Sú v princípe výrazom tej istej ideológie, viery v nevyhnutný civilizačný pokrok zabezpečovaný priemyslom a technikou, ktorá stála už pri zrode priemyselnej revolúcie. V tomto smere majú podnes mnohých nasledovníkov.

Nedávna minulosť však priniesla i celkom odlišnú polohu toho, čo možno ešte stále nazvať prezentačnou kresbou.

Tento typ kresby azda najlepšie napĺňa charakteristiku „vizuálneho testu idey v jej ideálnej podobe“.⁵ V intenciách postfunkcionalistických prúdov v dizajne, akcentujúcich prevahu idey nad vecou v jej hmotnej podobe, časť dizajnérov opúšťa tradičné metódy práce, prestáva sa orientovať na dizajn konkrétnych produktov súčasnosti či budúcnosti a orientuje sa na „dizajn ideí“, t. j. dizajn toho, čo v hmotnej podobe programovo neexistuje a ani nemá existovať. Aktuálna materializácia je nahradzovaná imagináciou a fikciou. Hoci takto orientovaný „dizajn“ niekedy celkom rezignuje na vizuálnu prezentáciu⁶, obvykle býva materializovaný práve v kresbe. Je zrejmé, že takto potvrdzuje svoju príslušnosť k vizuálnym médiám, k výtvarnému umeniu, no zároveň prispieva k erózii tradičných druhových postulátov „voľného“ a „úžitkového“ umenia. Motivácie takto orientovanej tvorby sú rôzne: od ekológie cez politiku až po väzbu na antropológiu. Sú presvedčivým svedectvom o tom, že dizajnerska kresba, podobne ako kresba maliarov či sochárov, vypovedá o atmosfére doby. Hoci jej utilitárny aspekt v nej i v tých najextrémnejších polohách prinajmenšom v náznačku pretrváva, i dizajnerska kresba je výrazom ideálov, záujmov, ideológie a estetickej citlivosti svojej doby.



8

Článok je upraveným textom príspevku na seminári „Kresba ako súčasť tvorivého procesu, kresba ako samostatný umelecký prejav“, ktorý sa uskutočnil 13. 10. 1994 na Vysokéj škole výtvarných umení v Bratislave.

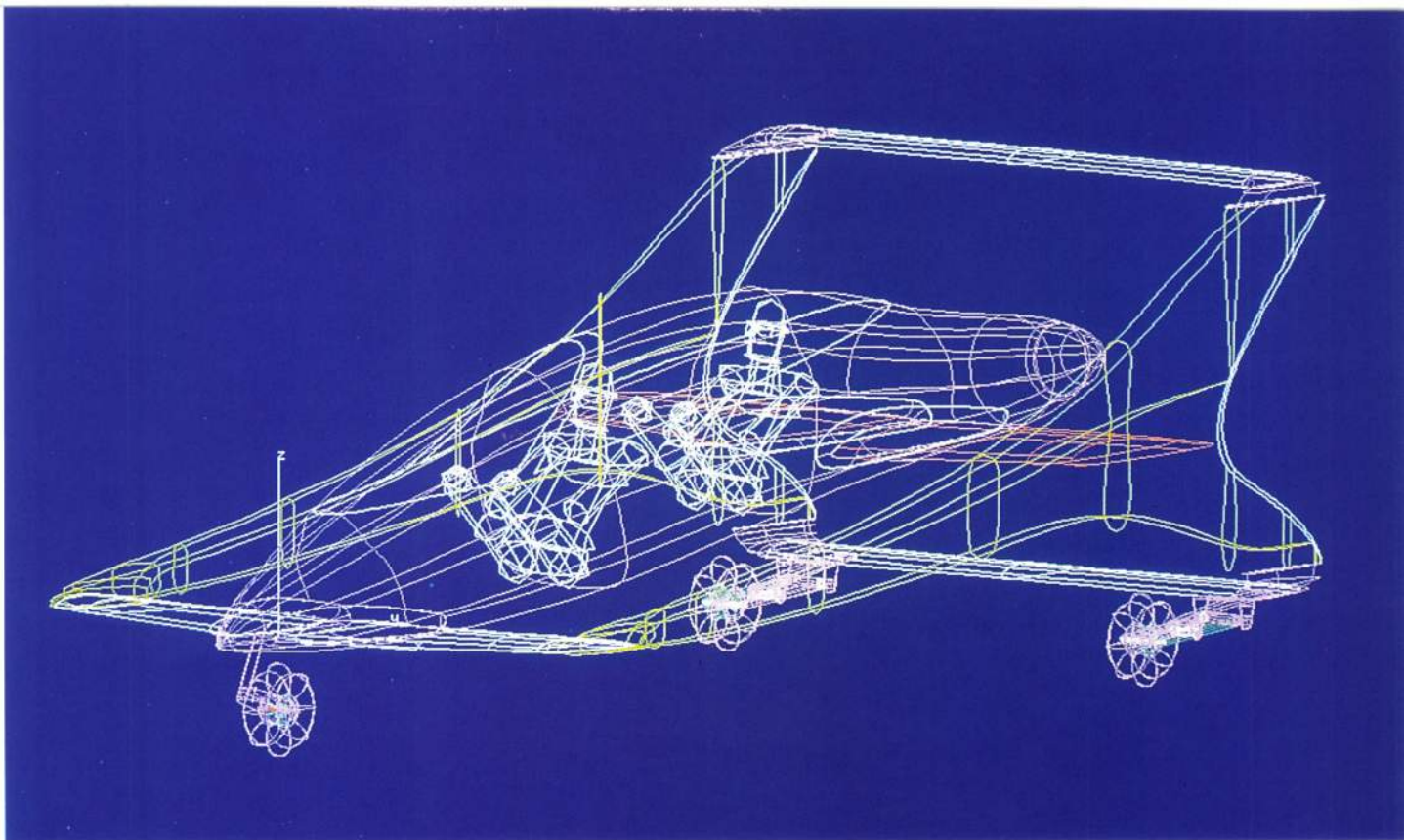
Poznámky:

1. Týmto problémom sa zaoberá napr. Jones, J. Ch.: *Design Methods: seeds of human futures*. Chichester 1970; Baynes, K.: *Forms of Representation*. In: *History of Industrial Design 1750-1850*. Milan 1990, a iné.
2. Baynes, K.: c. d., s. 109-110.
3. James Watt bol vyučeným nástrojárom, študoval však aj filozofiu na glasgowskej univerzite. Birmingham, kde neskôr žil, bol nielen dynamicky sa rozvíjajúcim centrom priemyslu a obchodu, ale aj centrom intelektuálneho života. Watt bol členom Lunar Society, prestížneho filozofického klubu (členmi boli napr. aj Erasmus, Darwin i ďalší z „otcov“ dizajnu Josiah Wedgwood), kde sa diskutovalo o filozofii, prograse spoločnosti, o praktickej aplikácii teoretických vedomostí.
4. Svedčí o tom napr. zbierka kresieb Národného technického múzea v Prahe. V nej sa o. i. zachoval výkres parného stroja firmy Eduard Thomas z roku 1824 (kreslil Gustav Löffler) a ďalšie výkresy dokumentujúce šírenie formálnych konvencií dizajnerskej kresby v prvej polovici 19. storočia. Vďaka za možnosť ich publikovania patrí NTM a osobitne Dr. Jane Pauly a Dr. Janovi Hozákovi.
5. Bernik, S.: *Designer's drawing*. In: *13th International Biennial of Drawings*. Rijeka 1995, s. 26.
6. Dona, C.: *Invisible design*. In: *Design After Modernism*. London 1988.

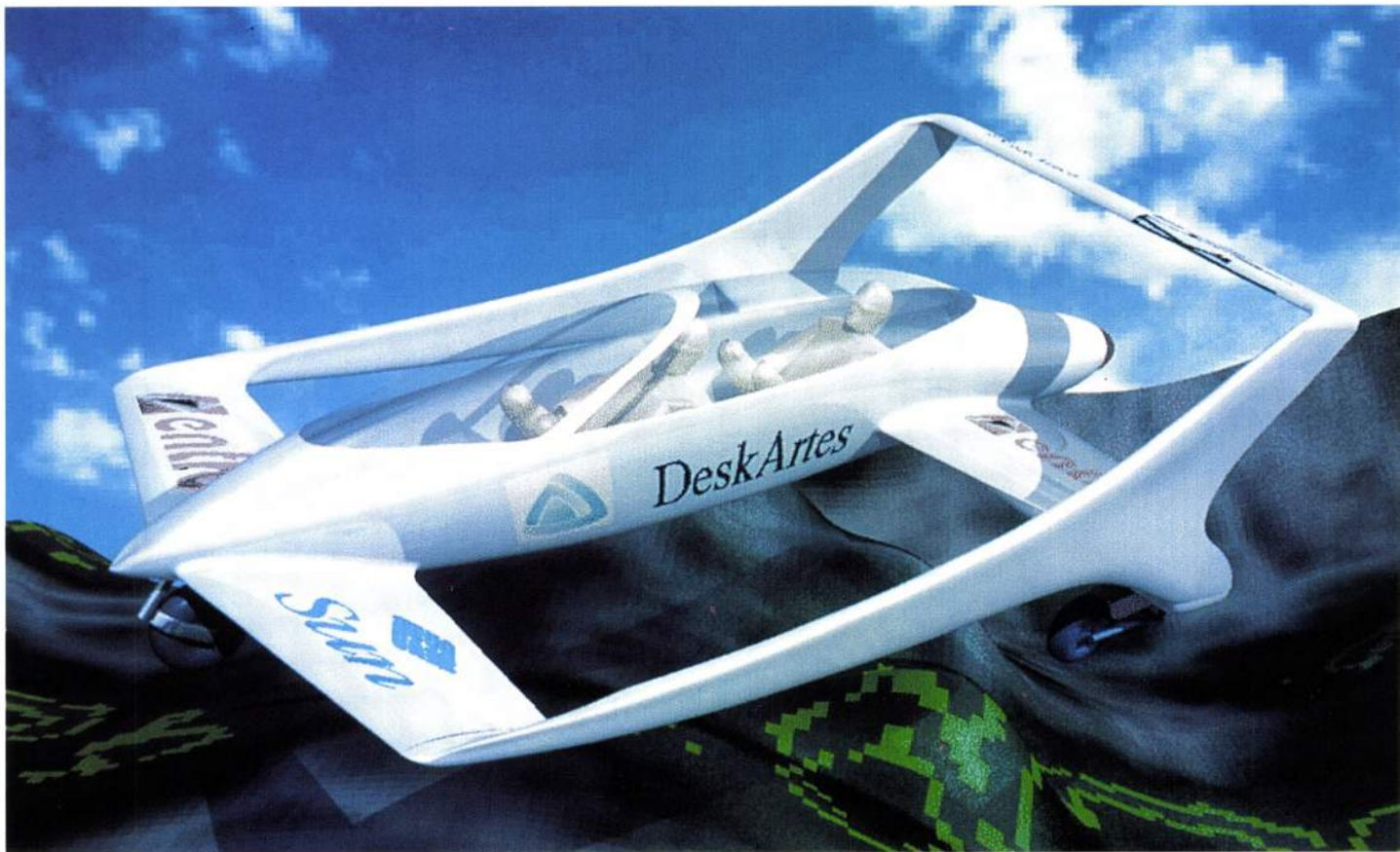
8. Ettore Sottsass:
Misa na ovocie, 1991.

Dizajnerska kresba, ktorá je svojbytným výtvarným dielom, dokumentuje postindustriálne smerovanie časti dizajnerskej tvorby 80. a 90. rokov.

9



10



9. - 10. Štefan Klein: Dizajn aeromobilu,
počítačová vizualizácia, 1995.

Počítač je ako výkonný nástroj dizajnéra použiteľný na rôzne
typy dizajnerskej kresby. (Archív autora)

Obr. č. 6, 7, 8 sú reprodukované z katalógu
„Dizajnerské crtež 94/95“, ktoré vydala Moderna galerija Rijeka,
Chorvátsko, k 13. medzinárodnému bienále
dizajnerskej kresby.
Ďakujeme galérii za súhlas s ich publikovaním.



1

predná maska - TVÁR AUTOMOBILU tvár automobilu

Cdkedy je automobil automobilom, je predná maska jeho najvýraznejšou časťou. To platí dodnes. Skupina funkčných prvkov (svetlomety, mriežka chladiča, nárazník) dáva automobilu doslova tvár, ktorá môže byť usmiata, zamračená alebo napríklad zamyslená. Predná maska je priestor pre dizajnéra na vyjadrenie charakteru automobilu.

V poslednom čase badať u automobilových štylistov snahu o prezentáciu automobilu nie ako technicky vyspelého a užitočného stroja, ale ako predmet každodennej potreby oslovujúci nielen svojho majiteľa, ale aj okolie. Automobil sa stal súčasťou toho najintímnejšieho prostredia človeka. Stal sa - takpovediac - členom rodiny. A tejto funkcii ho musia dizajnéri prispôbiť. Dnes už je technika tak ďaleko vpred, že takmer nemožno deliť autá na zlé a dobré. Azda len na lacnejšie a drahšie alebo viac či menej vybavené. Do tvarovania karosérie zasiahol neosobný počítač a v začiatkoch využívania jeho predností dospel dizajn až takmer k sterilnej uniformite. Profil karosérie sa pretiahol do klinovitého tvaru, ustálil sa sklon prednej a zadnej kapoty, skiel, hrany sa zaoblili. Autá rôznych značiek začínali byť nerozlišiteľné. Jedným z mála miest, ktorými sa autá od seba výraznej-

šie odlišovali, bola - a stále je - predná maska. Umenie dizajnéra spočíva aj v tom, ako sa mu podarí automobilu doslova „vdýchnuť dušu“. Má na to množstvo prostriedkov, ale len niekoľko správnych usporiadaní prvkov prednej masky dáva ten správny výsledok. Jedným z nich je aj základný tvar prednej kapoty, jej sklon a výška v mieste pripojenia alebo prechodu do mriežky chladiča. Tá je u mnohých automobiliek s dlhou tradíciou tou najcharakteristickejšou časťou jej automobilov. Typickým príkladom sú Bugatti, BMW alebo Mercedes. Mriežky chladiča automobilov týchto značiek počas dlhého vývoja zaznamenali podstatné zmeny. Nie však natoľko, aby ani dnes nebolo na prvý pohľad jasné, o akú značku ide. Tvar akejkoľvek časti automobilu podlieha a je prispôbený technickému pokroku a na druhej strane žiadaná zmena tvarovania niektorých súčastí automobilu je hybnou silou technického napredovania. Oba fenomény idú ruka v ruku s objavovaním a výskumom vlastností nových materiálov a ich možností využitia v automobilovej výrobe. Svetlomety sa za posledných niekoľko rokov zúžili na neuveriteľnú mieru, nová optika umožnila ich niekedy až fantastické tvary. Najnovšie konštrukčné riešenia, moderné technológie a nové materiály, ktoré sa používajú pri stavbe motorov,

umožnili ešte výraznejšie skloniť prednú kapotu, a tým znížiť celú prednú masku. U mnohých nových značiek, ktoré si image ešte len budujú, sa podstatná časť otvoru pre privod chladiaceho vzduchu k motoru presunula pod predný nárazník, alebo priamo doňho. Vznikla tak generácia vozidiel s tzv. „rybou papulou“. To však neplatí len o nových značkách. V prípade prednej masky amerického Chryslera Cirrus (európska verzia má názov Stratus) je dokonca nápadná podoba s veľrybou.

V každom prípade tvar mriežky chladiča svetlomety v nadväznosti na nárazník a hornú časť prednej kapoty dávajú ako celok automobilu charakteristický výraz. Štylistické strediská sa dnes snažia o vytvorenie takých výrazových prostriedkov, ktoré jednoznačne začleňujú automobily jednej značky do vlastnej rodiny. Trh je rozdelený, každá automobilka si vybrala tú svoju prednú masku, príbuznú s jej inými modelmi. Prirodzene, čím ich má v ponuke viac, tým ťažšie je pre ňu jednotlivé modelové rady navzájom odlišovať. Dizajnéri vynakladajú preto maximálne úsilie, aby sa im pri každom automobile podarilo zachovať tvár značky. Súčasne chcú použiť nový, omladzujúci „make-up“. Nie vždy sa to musí podariť.

Tomáš Hladný, Média B.O.A.T.

1. Aj bez neodmysliteľných štyroch spojených kruhov je na prvý pohľad jasné, že automobilka Audi dokázala zachovať rodovú príbuznosť. Štúdia agresívneho coupé Audi TT.

2. Trochu iná situácia je u Forda. Po dlhšom hľadaní vlastnej identity s nie práve najpodarenejším tvarom oválneho otvoru pre prístup chladiaceho vzduchu k motoru pri posledných modeloch sa dizajnérom podaril nezvyčajný úlet. Predná maska modelového radu Ford Scorpio vyvolala v čase svojej prezentácie vlnu protichodných názorov, až ostrých polemik o estetike tohto riešenia. S odstupom času však nemožno netradične tvarovaným svetlomietom v kombinácii s veľkou oválnou mriežkou chladiča uprieť nadčasovú eleganciu a majestátnosť. Veď ide o vlajkovú loď značky. Chrómované lemovanie mriežky zvýrazňuje jej základný tvar a spolu s reflektormi vytvára harmonický, štýlisticky čistý celok. Možno práve toto odvážne riešenie by mohlo byť tou správnou cestou aj pre ostatné modelové rady Forda.

3. Snahu o zachovanie rodovej príbuznosti badať aj v prípade tohto minivozidla. Malý elektromobil určený na jazdu najmä

v meste má dve charakteristické obličky, a preto jednoznačne patrí do rodiny vozidiel BMW. Ani v takej malej triede automobilov, hoci ide iba o štúdiu, sa mnichovská automobilka nevzdáva tradičných identifikačných prvkov.

4. Výrazný U-tvar mriežky chladiča pretiahnutej do nárazníka, dominantný znak automobilky v strede - typická predná maska automobilky Opel, v tomto prípade modelového radu Omega.

5. Posledná generácia Hondy Civic sa trochu vzdialila svojim predchodcom. Najmä tvar reflektorov trochu mýli pri identifikácii automobilu. Dopredu vystúpená charakteristická mriežka chladiča však ostala. Vďaka priveľkým reflektorm zduženým s bočnými ukazovateľmi smeru sa predná maska dostala až „za roh“ a zasahuje do blatníkov. Celok nepôsobí vyvážené, ale možno práve to bude v budúcnosti jeho prednosťou v porovnaní s konkurenciou.

6. Vyzdvihnute okraje prednej, dopredu prudko sa zvažujúcej kapoty, nechajte vyniknúť jej strednému vyvýšenému prelisu prechádzajúcemu do charakteristickej mriežky chladiča (americká

obdoba európskych obličiek), zvýraznite ďalšími otvormi pre privod vzduchu k motoru priamo v prednej kapote športový charakter vozidla a máte dravo, až agresívne sa tváriaci športový automobil. Pontiac Grand 300 GPX má navyše dozadu pretiahnuté úzke predné reflektory, akoby v dôsledku prírýchlej jazdy. Tých 300 koní výkonu ani nemuselo byť v názve štúdie.

7. Ďalšia z automobilových značiek, ktorá tradične už roky zachováva základný tvar mriežky chladiča, je Alfa Romeo. Prelis v prednej kapote sa dopredu zužuje do charakteristického trojuholníka, ktorý evokuje predstavu zatvoreného vtáčieho zobáka.

8. A na záver trochu úsmevu. Renault Twingo je typickým príkladom toho, že aj auto môže byť veselé. A nielen ono. Pri pohľade na prednú masku, ktorá sa inak vymyká s nastúpeného trendu automobilov značky Renault, človek nevdokaj očakáva, že Twingo naňho každú chvíľu žmurkne prednými reflektormi. Ukazovatele zmeny smeru jazdy (blinkre) v spodnej časti reflektorov sú zapustené do nárazníka a svetlomety vyvolávajú dojem „privretých viečok“. Chýbajú už len mihalnice.



2



3



4



7

5



6



8



FUSE



3



1



2

1. Plagát pre F Can you...?, FUSE 1, Phil Baines, 1991
2. Plagát pre F State, FUSE 1, Neville Brody, 1991
3. Neville Brody (foto Peter Bilal)
4. F Code, Neville Brody, 1993
(FUSE 6: o ochrane a ukryvaní informácií)
5. F Crash, Neville Brody, 1993
(FUSE 7: o odhaľovaní vzťahov medzi násilím a jeho obrazom)
6. F Freeform, Neville Brody, 1995
(FUSE 10: o typografickom expresionizme)



4

Fórum experimentálnej typografie v Berlíne

David Grossman ■ Berlín je mesto, ktoré sa znova definuje. Pred 50 rokmi spojenecské bombardéry zničili centrum mesta, srdca nacistickej Ríše. Sovietske delostrelectvo túto prácu završilo. Studená vojna urobila z mesta konfrontačný bod medzi Východom a Západom. Berlínčania rozdelení Múrom akoby existovali na rôznych planétach. Na západe veľkoryso dotovaný ostrov, predsunutá stráž západnej konzumnej spoločnosti, kultúrna rozmanitosť a politický liberalizmus. Na východe sedý a restriktívny diktátorský režim.

Múr zmizol, až na niekoľko fragmentov ponechaných pre turistov. Tam, kde bola betónová bariéra prechádzajúca centrom mesta, je teraz les žeriavov, pretože nová výstavba sa pokúša zlepí východ a západ. No s odchodom Múru odišli aj dotácie a Berlín dnes stojí pred nesmiernymi problémami. Na západe nie sú k dispozícii fondy pre kultúrne a vzdelávacie inštitúcie. A na východe hektáre subštandardnej zástavby a infraštruktúra vyžadujú obrovské investície.

Odborníci sa v Berlíne majú dobre a pozdĺž Oranienburger Strasse na východe vyrastajú štýlové kaviarne a reštaurácie. Sťahujú sa sem Západniari a ulice sú plné nových audi a volkswagenov. Intelektuálov trápi nová doba. Na západe snívajú o Berlíne dvadsiatych rokov. Na východe, stojac pred hrubou ekonomickou realitou kapitalizmu, si nostalgicky spomínajú na štátom dotovanú kultúru, celoživotné zamestnanie a pocit, že kým niekto nemal nič, stáli proti štátu spoločne.

To bolo pozadie 2. medzinárodnej konferencie FUSE, ktorú zorganizovali zakladatelia FontShopu Neville Brody a Erik Spiekermann. Táto trojdňová konferencia, na plagátoch označovaná ako Fórum experimentálnej typografie, bola nabitá intenzívnym programom, ktorý predstavil tridsať svetových typografických superhviezd. Vyše 900 dizajnérov zväčša z Nemecka, ale aj mnohí zástupcovia z Európy, Izraela, Turecka

6

FUSE



THE FORUM FOR EXPERIMENTAL TYPOGRAPHY

Fórum experimentálnej typografie v Berlíne

David Grossman ■ Berlín je mesto, ktoré sa znova definuje. Pred 50 rokmi spojenecské bombardéry zničili centrum mesta, srdca nacistickej Ríše. Sovietske delostrelectvo túto prácu završilo. Studená vojna urobila z mesta konfrontačný bod medzi Východom a Západom. Berlínčania rozdelení Múrom akoby existovali na rôznych planétach. Na západe veľkoryso dotovaný ostrov, predsunutá stráž západnej konzumnej spoločnosti, kultúrna rozmanitosť a politický liberalizmus. Na východe sedý a restriktívny diktátorský režim.

Múr zmizol, až na niekoľko fragmentov ponechaných pre turistov. Tam, kde bola betónová bariéra prechádzajúca centrom mesta, je teraz les žeriavov, pretože nová výstavba sa pokúša zlepí východ a západ. No s odchodom Múru odišli aj dotácie a Berlín dnes stojí pred nesmiernymi problémami. Na západe nie sú k dispozícii fondy pre kultúrne a vzdelávacie inštitúcie. A na východe hektáre subštandardnej zástavby a infraštruktúra vyžadujú obrovské investície.

Odborníci sa v Berlíne majú dobre a pozdĺž Oranienburger Strasse na východe vyrastajú štýlové kaviarne a reštaurácie. Sťahujú sa sem Západniari a ulice sú plné nových audi a volkswagenov. Intelektuálov trápi nová doba. Na západe snívajú o Berlíne dvadsiatych rokov. Na východe, stojac pred hrubou ekonomickou realitou kapitalizmu, si nostalgicky spomínajú na štátom dotovanú kultúru, celoživotné zamestnanie a pocit, že kým niekto nemal nič, stáli proti štátu spoločne.

To bolo pozadie 2. medzinárodnej konferencie FUSE, ktorú zorganizovali zakladatelia FontShopu Neville Brody a Erik Spiekermann. Táto trojdňová konferencia, na plagátoch označovaná ako Fórum experimentálnej typografie, bola nabitá intenzívnym programom, ktorý predstavil tridsať svetových typografických superhviezd. Vyše 900 dizajnérov zväčša z Nemecka, ale aj mnohí zástupcovia z Európy, Izraela, Turecka



7

8. a

8. b

8. c

Peter Bilák Experiment FUSE

FUSE je interaktívny experimentálny typografický časopis, vytvorený britským grafikom Nevillom Brodym a distribuovaný firmou FontShop. Časopis, ktorý je prezentovaný na počítačovej diskete, je fórom experimentálnej typografie a zaoberá sa možnosťami počítačovej grafiky súčasnosti. Tento časopis, často nazývaný aj „časopisom budúcnosti“, nezapadá do žiadnej kategórie existujúcich periodík. Dôraz projektu FUSE je v jeho experimentálnosti. Pre každé číslo časopisu si londýnski redaktori Neville Brody, Jon Wozencroft a John Critchey pozývajú štyroch medzinárodne renomovaných grafikov, aby pre FUSE navrhli exkluzívne písmo a plagát s jeho použitím. Témy projektu FUSE sa vždy menia. Doteraz sa grafici zaoberali takými námetmi, ako napr. dezinformácia, virtuálna realita, pornografia, náboženstvo, automatizácia atď. Návrhy písma, ktoré sú realizované pre FUSE, nemajú tradičné copyrightové obmedzenia a čitatelia alebo užívatelia FUSE sú nabádaní k vlastným zásahom do práce grafika. Tvorcovia očakávajú reinterpretácie vlastných diel, aby tak videli, či sa ich nápady dajú posunúť ďalej. To nezodpovedá klasickej predstave typografie ako veci danej a nemeniteľnej. Písmo, ktoré je vytlačené, sa zvyklo považovať za nedotknuteľné, no dnešný štátut typografie je úplne iný. Každá informácia môže byť manipulovaná a grafickí dizajnéri teraz dokazujú, že písmo je iba kód, ktorý potrebuje byť dešifrovaný. Jon Wozencroft o tomto projekte hovorí: „FUSE je projektom výskumu jazyka. FUSE sa ne snaží dezintegrovať jazyk. Jazyk už je dezintegrovaný a FUSE sa snaží na to iba poukázať. FUSE je snahou o zblíženie grafického dizajnu, populárnych kultúr a filozofie.“ Dostupnosť počítačov oslobodila dizajnérov od prácnych realizácií, no táto sloboda neznamena lepšie porozumenie typografie. Pravidlá typografie, ktoré vznikli pred desiatkami rokov, neboli predefinované a digitálny dizajnér má iba málo možnosti prejavu zmeny doby. Preto roku 1991 vznikol projekt FUSE ako miesto dialógu tvorcov typografie. Odvtedy sa FUSE stal synonymom inovatívnych tendencií v grafickom dizajne. Časopis bol doteraz publikovaný 12 krát. „V týchto číslach FUSE demonštruje rozsiahle zmeny, ktoré zasiahli vizuálne slovo, a spôsob, ktorým je uplatňované. Informačný proces bude ešte viac urýchľovaný,“ vysvetlil Jon Wozencroft. Celosvetový záujem o tento projekt viedol ku každoročným sympóziám. Prvá medzinárodná konferencia FUSE sa uskutočnila v Londýne roku 1994 a obrovský záujem verejnosti potvrdil správnosť projektu. FUSE je dnes už súčasťou zbierok mnohých svetových múzeí dizajnu, okrem iných je časťou stálej expozície vo Victoria & Albert Museum v Londýne. Konferencia FUSE '95 bola s vyše 1000 zaregistrovanými účastníkmi najväčšou dizajnérskou udalosťou roka v Európe. Dizajnéri, typografi, novinári a študenti z celého sveta sa koncom novembra

minulého roka zišli v bývalej východoberlínskej štvrti Mitte, na mieste, kde sa prelína história a budúcnosť mesta. V samom strede dnes už zjednoteného Berlína vyše 30 medzinárodne uznávaných grafikov prezentovalo svoje práce a rozprávalo o svojich víziách budúcnosti v dizajne. Konferenciu otvoril Günter Gerhard Lange, bývalý riaditeľ známej nemeckej firmy Berthold AG, prednáškou „Tradícia a experiment“. Potom prevzali slovo mladší grafici: zakladateľ firmy FontShop a najväčšieho grafického štúdia v Európe Meta Design Erik Spiekermann („Viditeľné versus vizuálne“), ďalej David Crow („Lokálny jazyk“), Luc(as) de Groot („Forma nasleduje funkciu“), Teal Triggs („Forma nasleduje motív“), Petr van Blokland („TypeLab 95“), Jeff Keedy („Všetko sa zmenilo, nič nie je rozdielne“) a dvojica Alex Branczyk/Thomas Nagel („Zvuky podzemia“). V prvý deň podujatia upútal hlavne David Crow. Podľa tohto Angličana je graffiti označovaním teritória rovnako, ako je použitie logotypu identifikáciou podniku. Toto konštatovanie je podčiarknuté faktom, že ľudia nie sú schopní oddeliť obrazy od svojho kontextu. Luc(as) de Groot je mladý dizajnér pracujúci pre Meta Design Berlin. Ako sa sám priznal, je „typo-maniak“ a strávil päť rokov navrhovaním písma FF Thesis. Toto písmo je podľa neho najkompletnejším návrhom písma na svete a obsahuje vyše 140 variácií. Luc(as) de Groot si svoju ťažkú prácu na FF Thesis kompenzoval aj rýchlym programovaním menej komplexných písiem publikovaných firmou FontShop International. Zaujímavú prednášku si pripravil aj Američan Jeffrey Keedy. Keedy je známy nielen svojou grafickou prácou, ale hlavne svojimi esejami. „Zlé druhy písma neexistujú, existuje iba ich zlé použitie“, je citát jednej z nich. O tvorbe písma povedal: „Vždy, keď začnem pracovať na novom projekte a skúšam vybrať preň písmo, uvedomím si, že existujúce druhy písma mi neposkytujú hlas, ktorý potrebujem. Nevzťahujú sa k mojim osobným skúsenostiam. Sú to skúsenosti niekoho iného, a tie mi nepatria. Preto si navrhujem písmo sám.“ Keedy hovorí, že navrhuje veľmi špecifické, personalizované písmo, ktoré svojou intimitou uľahčujú komunikáciu. Keedy predstavil v Berlíne aj práce svojich študentov z CalArt. Piatkový večer ukončila strhujúcim multimediálnym predstavením berlínska dvojica Branczyk, Nagel. Použitím piatich projektorov, mixážnych pultov a špeciálnych zvukových efektov dosiahli intenzívny zážitok divákov. Druhý deň konferencie otvoril známy holandský typograf Gerard Unger. Unger je jeden z mála ľudí, ktorí sa živia výhradne navrhovaním písma. Je autorom mnohých známych písiem, ako je napr. Amerigo, Hollander, Flora či Swift. Jeho prednáška mala názov „26 variácií na tému“ a rozprával v nej o svojej predstave grafického dizajnu budúcnosti. „Predpovedá sa, že v blízkej budúcnosti, asi za 15-20 rokov, budeme mať ploché, prenosné obrazovky, ktorých

minulého roka zišli v bývalej východoberlínskej štvrti Mitte, na mieste, kde sa prelína história a budúcnosť mesta. V samom strede dnes už zjednoteného Berlína vyše 30 medzinárodne uznávaných grafikov prezentovalo svoje práce a rozprávalo o svojich víziách budúcnosti v dizajne. Konferenciu otvoril Günter Gerhard Lange, bývalý riaditeľ známej nemeckej firmy Berthold AG, prednáškou „Tradícia a experiment“. Potom prevzali slovo mladší grafici: zakladateľ firmy FontShop a najväčšieho grafického štúdia v Európe Meta Design Erik Spiekermann („Viditeľné versus vizuálne“), ďalej David Crow („Lokálny jazyk“), Luc(as) de Groot („Forma nasleduje funkciu“), Teal Triggs („Forma nasleduje motív“), Petr van Blokland („TypeLab 95“), Jeff Keedy („Všetko sa zmenilo, nič nie je rozdielne“) a dvojica Alex Branczyk/Thomas Nagel („Zvuky podzemia“). V prvý deň podujatia upútal hlavne David Crow. Podľa tohto Angličana je graffiti označovaním teritória rovnako, ako je použitie logotypu identifikáciou podniku. Toto konštatovanie je podčiarknuté faktom, že ľudia nie sú schopní oddeliť obrazy od svojho kontextu. Luc(as) de Groot je mladý dizajnér pracujúci pre Meta Design Berlin. Ako sa sám priznal, je „typo-maniak“ a strávil päť rokov navrhovaním písma FF Thesis. Toto písmo je podľa neho najkompletnejším návrhom písma na svete a obsahuje vyše 140 variácií. Luc(as) de Groot si svoju ťažkú prácu na FF Thesis kompenzoval aj rýchlym programovaním menej komplexných písiem publikovaných firmou FontShop International. Zaujímavú prednášku si pripravil aj Američan Jeffrey Keedy. Keedy je známy nielen svojou grafickou prácou, ale hlavne svojimi esejami. „Zlé druhy písma neexistujú, existuje iba ich zlé použitie“, je citát jednej z nich. O tvorbe písma povedal: „Vždy, keď začnem pracovať na novom projekte a skúšam vybrať preň písmo, uvedomím si, že existujúce druhy písma mi neposkytujú hlas, ktorý potrebujem. Nevzťahujú sa k mojim osobným skúsenostiam. Sú to skúsenosti niekoho iného, a tie mi nepatria. Preto si navrhujem písmo sám.“ Keedy hovorí, že navrhuje veľmi špecifické, personalizované písmo, ktoré svojou intimitou uľahčujú komunikáciu. Keedy predstavil v Berlíne aj práce svojich študentov z CalArt. Piatkový večer ukončila strhujúcim multimediálnym predstavením berlínska dvojica Branczyk, Nagel. Použitím piatich projektorov, mixážnych pultov a špeciálnych zvukových efektov dosiahli intenzívny zážitok divákov. Druhý deň konferencie otvoril známy holandský typograf Gerard Unger. Unger je jeden z mála ľudí, ktorí sa živia výhradne navrhovaním písma. Je autorom mnohých známych písiem, ako je napr. Amerigo, Hollander, Flora či Swift. Jeho prednáška mala názov „26 variácií na tému“ a rozprával v nej o svojej predstave grafického dizajnu budúcnosti. „Predpovedá sa, že v blízkej budúcnosti, asi za 15-20 rokov, budeme mať ploché, prenosné obrazovky, ktorých

a Spojených štátov, sa venovalo prednáškam, videoprojekciám, tvorivým dielňam a večierkom.

V úvodnom príhovore vyslovil Günther Gerhard Lange, bývalý riaditeľ Berthold Type Founders, obavu z hrozby, ktorá visí nad klasikmi i experimentátormi: túžia po emotívnom používaní tlačeného písma pre každú špeciálnu situáciu.

Organizátor konferencie Erik Spiekermann porovnal Viditeľné (vyrobené - snímané očami) s Vizuálnym (dizajn - videný srdcom). Položil otázku: komu slúži dizajn, zaujíma sa dizajnér len sám o seba, je forma kľúčom k pochopeniu?

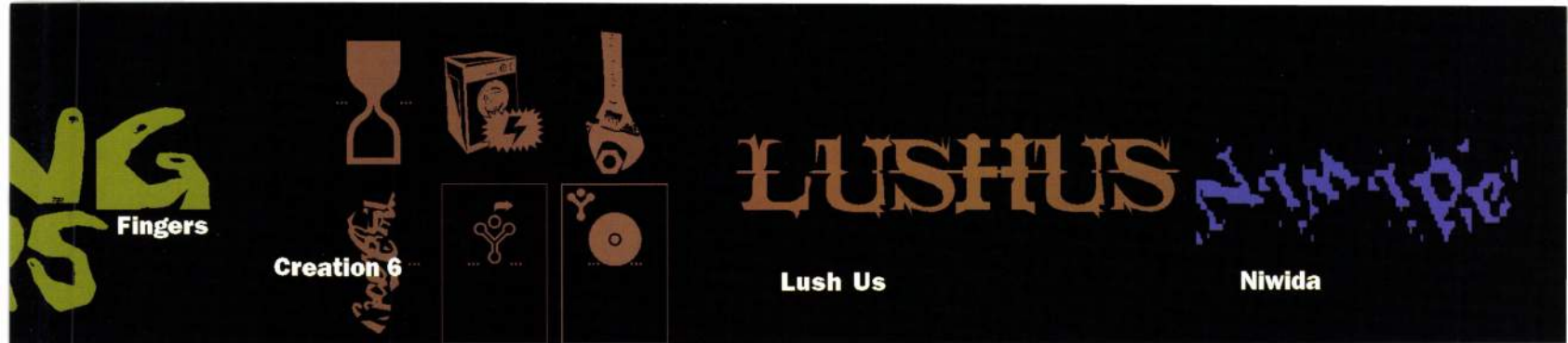
David Crow z Liverpoolu experimentuje s typografiou cez graffiti - oficiálne a neoficiálne jazyky, moderné mestské kódy, ktoré sa učíme dešifrovať a komunikovať s nimi.

Neville Brody, nestor FUSE, uznávaný ako priekopník novej typografie, dumať o budúcnosti FUSE a našiel ju v samotnej konferencii. Potvrdil, že záujem sa preorientoval z tlače na elektroniku.

Práve tak, ako počítače vyslobodili tlačené písmo z kovu, štandardných medzier a prísnej čitateľnosti, súčasná technológia pri naša revolúciu. Nové počítačové typy písma nie sú navrhnuté pre tlač, ale pre počítačové prostredia. Nové fonty sú často trojdimenzionálne, čo je však dôležitejšie, nie sú statické a sú aktívne v štvrti, časovej dimenzii. Pohybujú sa, menia a reagujú na to, že sú „čítané“. Sú aktívne, reaktívne a interaktívne. Majú významové vrstvy.

Najzaujímavejšiu prezentáciu urobil Matthew Butterick z USA, ktorý sa venoval účinku digitálnych technológií na dizajnérsku profesiu. Interaktivite neprikladá väčší význam. Ľudia nemajú záujem, hovorí. Digitálna technológia rozširuje doménu dizajnéra. Informácie zostávajú dlhšie „tekuté“ (ľahko navrhnutelné), čo mení rolu a zodpovednosť dizajnéra.

Butterick demonštroval zmeny na dvoch grafoch. V technológii tlače sa fakty prezentujú tak, ako by boli počas edičnej fázy v plynnom stave. Počas fázy dizajnu sú informácie tekuté, až kým ich dizajnér „nezlepi“. V tomto bode stuhnú, vytlačia sa pred vstupom do etapy odovzdania. V digitálnom svete fakty



8. d
7. Multimedialné show
Maxa Kismana (foto Peter Bilák)
8. Ukážky z digitálnej prezentácie FUSE 1-10
- a) F Scratched Out,
Pierre de Sciullo
- b) F Decoder, Gerard Unger
- c) F Fingers, David Carson
- d) F Creation 6, David Crow
- e) F Lush Us, Jeffrey Keedy
- f) F Niwiida, Erik van Blokland

obsah budeme môcť naplniť obsahom karty alebo inej záznamovej jednotky. Ak sa toto zmateri-
lizuje, tak sa dnešná grafická rozmanitosť [rôzne druhy formátov alebo papiera] úplne vytráti.
Noviny, časopisy, knihy budú rovnaké, rovnakej formy, rovnakej veľkosti - ako obrazovka. Ak sa to
stane, a zdá sa to veľmi pravdepodobné, tak to, čo je na obrazovke, musí dať vizuálnu identitu
obsahu. Preto si myslím, že formy písma budú hrať čoraz dôležitejšiu úlohu a že expresivita pís-
ma bude viac žiadaná."

S veľkým záujmom sa čakalo na prednášku Nevilla Brodyho. Tridsaťdeväťročný Brody získal veľkú reputáciu ešte v osemdesiatych rokoch svojou dramatickou
typografiou, koncepčnými reklamnými kampaňami a svojími pohľadmi na históriu dizajnu. Keď mal Brody tridsať, vyšla o ňom kniha, z ktorej sa doteraz predalo 60 000 exemplárov.

(V súčasnosti je na predaj aj rozsiahla druhá časť "The Graphic Language of Neville Brody 2".) Neville Brody vo svojej prezentácii vysvetlil dôvody existencie FUSE. Rýchle technologické zmeny
(predovšetkým vo vývoji počítačov a software) si vyžadujú reformu aj v dizajne. "Typografia, podob-
ne ako maľba, tanec či hudba, získava svoje abstraktné podoby." O počítači sa vyjadril ako o u-
meleckom médiu, pomocou ktorého môže posúvať limity v grafickom dizajne.

Posledný deň konferencie sa publiku predstavili Ian Anderson z londýnskeho štúdia Designers Republic, Pierre di Sciullo, David Berlow z Font Bureau a trio Heike Nehl/Sibylle Schlaich/Heidi Specker.

Štúdio Designers Republic navrhuje obaly platní pre anglickú nezávislú scénu. Ian Anderson o prá-
ci štúdia povedal: "My nenavrhujeme obaly platní, my navrhujeme veci, ktoré dávame na obaly
platní. Možno sa vám to bude zdať ako slovná hračka, ale je to obrovský rozdiel." Pierre di Sciullo
bol jediný Francúz na tomto podujatí. Sám o sebe hovorí, že nie je ani umelcom, ani typografom. Od roku 1983 sám vydáva časopis Qui Résiste? Samouk di Sciullo sa vo svojej práci pohybuje na
hranici čitateľnosti. Za jeho inovatívnu prácu mu bola minulého roku udelená Cena Akadémie
Jana van Eycka v Maastrichte.

Vrcholom a zároveň záverom konferencie bolo vystúpenie Davida Carsona a holandského dua Letterror. Carson je jeden z najvplyvnejších grafikov v USA. Získal mnohé významné ocenenia za grafickú úpravu časopisu RayGun, časopisu, ktorý nemá
žiadnu koncepciu, žiaden stanovený lay-out ani pravidlá opravy. Jeho multimedialnú putovnú
výstavu môžu záujemcovia vidieť aj vo viacerých mestách v Európe. Zatiaľ čo Carson rozprával
o zániku tlače, Erik van Blokland a Just van Rossum (Letterror) ponúkli optimistickjšiu predstavu
budúcnosti typografie. Blokland a Rossum sú už pár rokov známi ako predstavitelia humanizácie
grafického dizajnu. Táto dvojica mladíkov z holandského Haagu pred pár rokmi vymyslela "náhod-
né písmo", digitálne písmo, ktoré náhod-
ne generuje svoje tvary. "Je to ironické, že
práve počítače spôsobili návrat jemnosti
typografie, ktoré sa vytratil rozvojom kníh-
tlače. "Erik van Blokland uzavrel cyklus
prednášok vyslovením presvedčenia, že
v typografii nastanú aj ďalšie pozitívne
zmeny.

Desiate číslo časopisu FUSE (FREEFORM) s podtitulom
Typografická expresia za hranicami latin-
ky bolo pre časopis prelomové, a zároveň
veľmi vhodné na ukončenie série. Po pr-
výkrát tvorcovia priamo čelili problému,
ktorý musel nevyhnutne prísť: limitovanie
možností v tvorbe písma. Tvorba nového
písma je vždy formálne obmedzená, jed-
notlivé znaky nemôžu byť znovu objave-
né, môžu byť iba nekonečne opakované.
Keďže typografi pracujú s už existujúcimi
formami, snažia sa do nich vložiť prvok
"expresivity v rámci písma". "Dá sa z per-
sonalizovaných druhov písma vytvoriť es-
te niečo viac osobné ako vlastné prsty?",
pýta sa sám seba David Carson. Digitálne
písmo sa stalo podpisom svojho tvorca.

Autori písma sa v ňom snažia zanechať
určitú stopu, ktorá by viedla k ich odha-
lieniu. Tvorba písma je tým najintímnejším
a zároveň najabstraktnejším druhom
dizajnu. Projekt FUSE pokračuje. Neskôr sa uvidí, s akým úspechom.
Konferencia FUSE '96 sa uskutoční
v novembri v Chicagu.

8. e

ostávajú plynné v etape redakčnej prípravy. Dôležité zmeny sa uskutočňujú v etape di-
zajnu a odovzdania. Informácie ostávajú te-
kuté počas celého procesu dizajnu a priamo
sa odovzdávajú na obrazovku domáceho po-
čítača. Dizajnér ich môže naďalej meniť
a stále s nimi pracovať. Jeho zodpovednosť
sa rozšírila ďaleko za tradičnú etapu "zlepe-
nia".

David Carson z Kalifornie, dizajnér časopisu RayGun, mal rozsiahly vplyv na mladých di-
zajnérov na celom svete. Predviedol vyni-
kajúcu prezentáciu svojej práce. "Nedá sa
nekomunikovať. Všetko, čo robíte, vysielá
posolstvo." Jeho dielo, prezentované v ne-
dávno publikovanej knihe The End of Print
(Koniec tlače), je originálne, provokatívne
a fascinujúce. Rovnako zbožňované a hano-
bené, Carsonovo dielo vyžaduje intenzívnu
účasť čitateľa, aby dešifroval zdanlivo "nečí-
tateľné" typografické kompozície. Táto in-
vestícia však stojí za umožnenie novej a e-
motívnej komunikácie.

Ak spočiatku RayGun čitateľov šokoval, roz-
šírenie Carsonovho štýlu po celom svete ho
viedlo "späť" k solídnejšej, kontrolovanejšej,
estetickejšej a krajšej práci. Má vynikajúci
zmysel pre kompozíciu, textúru a kontrast.
To, čo nazýva koncom tlače, je súčasne jej
znovuzrodením.

Konferencia FUSE je významným zdrojom in-
špirácie pre dizajnérov, pedagógov a štu-
dentov. Organizátorom treba blahoželať za
uskutočnenie takého obsiahleho stretnutia.
Sme zvedaví, či dokážu udržať takú kvalitu
na každoročnej báze.

P. S. : Pri návšteve Berlína by ste nemali pre-
meškať príležitosť navštíviť dve výnimočné
budovy. Nové múzeum Daniela Libeskinda
na Lindenstrasse je skutočným príkladom
experimentálneho dizajnu. Budova, blesko-
vé osvetlenie umiestnené okolo koncepčne
prázdneho miesta, vytvára sériu asymetric-
kých priestorov. Nepravidelné zárezy v ste-
nách budovy tvoria okná, ktoré nemajú zjav-
ný vzťah s vnútornými úrovňami. V Grün-
walde zasa izraelský architekt Zvi Hecker vy-
tvoril nádhernú školu v tvare slnečnice.
Budova je plná svetla, pohybu a radosti.
Treba to vidieť.

FUSE Expo Počas troch dní konferencie organizátori FUSE predstavili históriu a koncepciu FUSE.
Návštevníci výstavy mohli vidieť všetky návrhy písma a ich spravidelné plagáty. Navyše študenti z Berlína,
Düsseldorfu, Londýna a Viedne predstavili svoje vlastné projekty.

FUSE Lab Nemali záujem bol aj o FUSE laboratórium s 30 počítačmi a konferenčnou sálou pre 200 ľudí. Mnohí z rečníkov FUSE tu aktívne
prispievali svojimi prácami a diskusiami. Pomocou internetu sa laboratória zúčastňovali ľudia z celého sve-
ta. FUSE Lab, ktorého pôvodnú koncepciu vymyslel Petr van Blokland, bolo miestom zrodu mnohých zauji-
mavých nepublikovaných projektov.

FUSE Night V sobotu v noci sa v známom berlínskom taneč-
nom klube WNF Club konala "typografická party". Všetci rečníci mohli vychutnať výnimočné vizuálno-akus-
tické efekty. Do neskorých nocí sa dizajnéri zabávali pri zvukoch budúcnosti a obrazoch posledných čísiel FU-
SE.

FUSE Net Výňatky z prednášok a výsledky FUSE Lab sú dostupné cez Internet.
Počas konferencie rečníci odpovedali na otázky z celého sveta vo svojom elektronickom bulletinu. Grafici,
ktorí mali prístup k Internetu, mohli prispievať svojimi prácami počas konferencie. Vyše 5000 ľudí počas
troch dní využilo služby serveru FUSE Net.

Internet: <http://www.contrib.net/fuse95>

8. f

ostávajú plynné v etape redakčnej prípravy. Dôležité zmeny sa uskutočňujú v etape di-
zajnu a odovzdania. Informácie ostávajú te-
kuté počas celého procesu dizajnu a priamo
sa odovzdávajú na obrazovku domáceho po-
čítača. Dizajnér ich môže naďalej meniť
a stále s nimi pracovať. Jeho zodpovednosť
sa rozšírila ďaleko za tradičnú etapu "zlepe-
nia".

David Carson z Kalifornie, dizajnér časopisu RayGun, mal rozsiahly vplyv na mladých di-
zajnérov na celom svete. Predviedol vyni-
kajúcu prezentáciu svojej práce. "Nedá sa
nekomunikovať. Všetko, čo robíte, vysielá
posolstvo." Jeho dielo, prezentované v ne-
dávno publikovanej knihe The End of Print
(Koniec tlače), je originálne, provokatívne
a fascinujúce. Rovnako zbožňované a hano-
bené, Carsonovo dielo vyžaduje intenzívnu
účasť čitateľa, aby dešifroval zdanlivo "nečí-
tateľné" typografické kompozície. Táto in-
vestícia však stojí za umožnenie novej a e-
motívnej komunikácie.

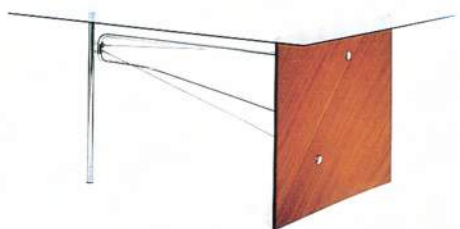
Ak spočiatku RayGun čitateľov šokoval, roz-
šírenie Carsonovho štýlu po celom svete ho
viedlo "späť" k solídnejšej, kontrolovanejšej,
estetickejšej a krajšej práci. Má vynikajúci
zmysel pre kompozíciu, textúru a kontrast.
To, čo nazýva koncom tlače, je súčasne jej
znovuzrodením.

Konferencia FUSE je významným zdrojom in-
špirácie pre dizajnérov, pedagógov a štu-
dentov. Organizátorom treba blahoželať za
uskutočnenie takého obsiahleho stretnutia.
Sme zvedaví, či dokážu udržať takú kvalitu
na každoročnej báze.

P. S. : Pri návšteve Berlína by ste nemali pre-
meškať príležitosť navštíviť dve výnimočné
budovy. Nové múzeum Daniela Libeskinda
na Lindenstrasse je skutočným príkladom
experimentálneho dizajnu. Budova, blesko-
vé osvetlenie umiestnené okolo koncepčne
prázdneho miesta, vytvára sériu asymetric-
kých priestorov. Nepravidelné zárezy v ste-
nách budovy tvoria okná, ktoré nemajú zjav-
ný vzťah s vnútornými úrovňami. V Grün-
walde zasa izraelský architekt Zvi Hecker vy-
tvoril nádhernú školu v tvare slnečnice.
Budova je plná svetla, pohybu a radosti.
Treba to vidieť.



1



2

3

PARÍŽSKY SALÓN

Viera Struhařová

Výstavnisko v parížskej štvrti Porte de Versailles, ktoré je doslova vrastené do okolitej hustej zástavby, bolo už po 39. raz miestom konania Salónu nábytku. Tohoročných návštevníkov veľtrhu vítal slnkom zaliaty januárový Paríž so zelenými trávnikmi, čo milo kontrastovalo s vianočnou svetelnou výzdobou stromov v nástupnom priestore do výstavných hál.

Parížska výstava nábytku sa v porovnaní s medzinárodným veľtrhom nábytku v Kolíne nad Rýnom zameriava predovšetkým na francúzsky nábytok, v menšej miere na taliansky, španielsky, švajčiarsky a holandský. Isté privilegované miesto medzi veľtrhmi v celej Európe má nielen kvôli termínu (prvá polovica januára), ale hlavne preto, že v časti avantgardného

nábytku sa zdôrazňuje forma, ktorá je zrozumiteľná pre odborníkov i obchodníkov, aj pre laickú verejnosť. Charakterizuje ju však i nezbuditeľná atmosféra založená na konfrontácii s francúzskou históriou a tradíciou. Hneď po vstupe bol návštevník vtiahnutý do Village (dediny) s uličkami, námestiami s fontánami, hodinami, lavičkami, lampami a kvetinovými záhonmi. Jednotlivé výstavné kóje sú imitáciami starých domov so starožitným nábytkom v podobe dokonalých kópií či menej vydarených imitácií.

Tendencie '96 boli na Salóne nábytku rozdelené do 4 tematických okruhov: mémoire (pamäť), voyages (cesty), actuel (súčasnosť), avenir (budúcnosť).

Pamäť (spomienka?)

Sem patrí veľká rodina historizujúcich nábytkov. Tento druh nábytku sa profiluje na fenoméne, ako je návrat k tradičným hodnotám, hľadanie autenticity, znovuoobjavovanie kultúrnych koreňov, ktoré akoby sa v súčasnosti vytrácali.

Cesty

Ide o tendenciu súčasného avantgardného nábytku, ktorá na jednej strane zodpovedá myšlienke vzájomného prenikania kultúr a na druhej strane nostalgii po vzdialených krajinách (Afrika, Ázia). Tento druh nábytku sa svojimi formami a proporciami prispôbuje modernému štýlu bývania, ale aj tak prináša závan exotiky používaním exotických drevín, tmavých farieb korenia a etnických motívov.

Súčasnosť

Ide o nábytok určený pre mladé domácnosti - od sedacieho nábytku až po kompletne zariadenie. Prakticky je jadrom trhu s nábytkom (vo Francúzsku predstavuje

1. Philippe Chaix a Jean-Paul Morel: Stôl, 1995. Stôl sa skladá z troch samostatných častí (v tvare mosta), ktoré sú spojené sendvičovým spôsobom (viacnásobná mahagónová dyha + jadro z plastového kartónu a hliníkovej fólie). Tieto tri materiály sú zglejené vákuovým spôsobom. Stôl je mimoriadne pevný.

Foto: M. Pignata-Monti

2. Philippe Chaix a Jean-Paul Morel: Kancelársky stôl, 1995.

Foto: M. Pignata-Monti

3. Philippe Chaix a Jean-Paul Morel: Stolička, 1995. Pri tejto stohovateľnej stoličke bol použitý moderný materiál - uhľovodíkové vlákna.

asi 65 % z celkovej produkcie a na trhu sa ponúka vo všetkých cenových reláciách).

Budúcnosť

Významné miesto na parížskom veľtrhu nábytku má expozícia avantgardného nábytku s názvom *La Métropole* (scénografia Christopha Pilleta.) Oslovuje tých, ktorí si potrpia nielen na modernosť a kvalitu, ale aj na úroveň dizajnu a meno dizajnéra, ako aj na funkčnosť. Tento na budúcnosť o-

rientovaný nábytok láka stredné a vyššie sociálne kategórie, dokonca aj starších ľudí. Námetovo, materiálovo a spracovateľskými technikami pripomína 50. a 60. roky, ale väčšinou ide o novodobé materiály a techniky.

Kvantitatívne rastie nový druh spotrebiteľa, ktorý uprednostňuje jednoduché, tzv. základné zariadenie. Nenakupuje kvôli zvýšeniu spoločenskej prestíže, ale oveľa uvážlivejšie a tak, aby sa funkčnosť výrobku vyrovnala cene. Je tenden-

cia uprednostňovať nábytok z prírodných materiálov a odmietať všetko, čo je umelé, pokiaľ to nemá špeciálnu funkciu. Nové druhy recyklovateľných plastov však ponúkajú dizajnérom ďalšie možnosti tvarovania vďaka dokonalému systému vstrekovacích foriém. Ľudia začínajú čoraz väčšími inklinovať k rodinnému prostrediu a byť, resp. dom, sa stáva pre nich akousi „kuklou“, kde je všetko orientované na komfort. Tak napríklad sú to mäkké formy zariadenia



(skôr oblín ako rohy), pohodlné sedačky so širokými područkami a malými mäkkými vankúšmi, sofy. Ľudia majú väčšiu potrebu stretávať sa, čomu zodpovedá flexibilná geometria nábytku, tzv. „dom v pohybe“. Preto rastie popularita malých kusov nábytku, ktoré sa dajú rôzne rozostaviť, sklopiť, roztiahnuť, odsunúť na kolieskach z izby do izby.

TENDENCIE '96

Materiál:

- mnohoraké použitie čoraz svetlejších drevín (breza, buk, pínia),
- dreveniny dožita ladené, resp. do-

ružova sfarbené bukové drevo dostáva svoje uplatnenie ako obkladová štruktúra,

- exotické dreveniny svetlé alebo mierne tmavé (figovník, palisander),
- naďalej zostávajú ovocné dreveniny, ako napr. hruška, citrónovník,
- morenie na rôzne sýte farby ustupuje do úzadia, zostáva morenie na prírodné farby,
- povrchová úprava - matná so saténovým nádychom, alebo protiklady (vysoký lesk + matnosť ap.),
- kovy: mosadz, zinok (hit), pôsobia zamiatovým dojmom, resp. štetcom natierané s viditeľnou stopou,

- sklo: biele, pieskované, žliabkované, katedrálne, resp. škoricovej farby,

- kameň: všetky druhy kamenných materiálov navyše granit, bridlica, biele kamene v matnom alebo hrubom opracovaní,
- pri podstavcoch sa používajú odliatky z hliníka alebo neopracovanej ocele,
- plastické látky sú transparentné, matné, nepriehľadné alebo granulované, v pastelových farbách.

Látky:

- jednofarebné hladké alebo vrúbkované zamaty,
- spevnené a sprané bavlnené látky,

4. Jan Armgardt: Kreslá Echnaton.
Foto: Leolux B. V.

■ minimálne používanie kože.

Farby:

► široký výber sivastých pastelových farieb (napr. vodovozelená, béžovoružovkastá a pod.),

► všetky svetlé farby - od žltej cez odtiene oranžovej po červenú, biela, citrónovozelená,

► tmavogaštanová, šedohnedá,

► svetlá a tmavšia modrošedá.

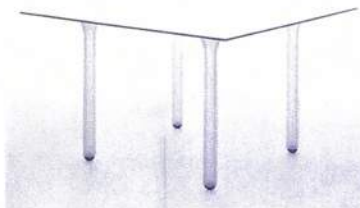
V časti La Métropole - súčasný životný štýl bolo možné vidieť i exponáty ocenené na tohtoročnom Salóne nábytku.

Cena „Zlaté číslo '96“ bola udelená dizajnérovi HIROJUKI JAMAKADOVI a firme JAMAKADO za vynikajúce výsledky v podpore súčasnej bytovej kultúry prostredníctvom návrhu a realizácie nábytku.

Cenu „Tvorcovia roka '96“ dostali architekti PHILIPPE CHAIX a JEAN-PAUL MOREL, ktorých východiskovým bodom pri tvorbe je väčšinou štruktúra. Konštrukcia objektu, štúdia materiálov a možnosti ich využitia sú tri prvky, na ktoré kladú dôraz. Súčasne prebiehala aj ich autorská výstava vo výstavnej sieni PLAN VENIS v Paríži, ktorej cieľom je oboznamovať verejnosť s výnimočnými dizajnerskými dielami. Súbežne so Salónom nábytku na parížskom výstavisku prebiehali sprievodné výstavy: TAPIS '96 (koberce a tapisérie), PARIS SÉLECTION DÉCO (dekorácia domu), LUMIÈRE '96 - Salon International du Luminaire (medzinárodný salón osvetlenia), ENCADREMENT et IMAGE (rámy a obrazy), APPROFAL (salón veľkorybcoch nábytku).



5



6



7



8



9



10



11

5. **Philippe Starck:** Kolekcia stolíkov a kresielka Lord VI. Příklad použitia plastu (doska) a hliníka (podnožie).

6. **Philippe Chaix a Jean-Paul Morel:** Sklenený stolík, 1995.

Návrh pre Rímsko-galské archeologické múzeum na brehu Rhône, ktoré sa práve dokončuje. Pieskové sklo vytvára efekt priehľadnej masy, ktorá akoby absorbovala na ňu dopadajúce svetlo.

Foto: M. Pignata-Monti

7. **Sophie Roberta a Cristophe Beauséjour:** Kreslo Fantôme.

Kreslo z kaučuku a peny pripravené pre sériovú výrobu.

Foto: Dominique Feintrenie

8. **Pascal Mourgue:** Pohovka Dolce vita.

9. **Jean-Marie Massaud:** Kreslo Ghosthome.

Stohovateľné kreslo z impregnovaného polypropylénu pripravené na sériovú výrobu. Ocenené cenou „Carte Blanche“, ktorú udeľuje VIA (združenie producentov nábytku). Foto: Dominique Feintrenie

10. **Pierre Charpin:** Stolička Jobré.

Polyuretánová pena a kov.

Cena „Carte Blanche“.

11. **Zébrano:** Stolička Anémone.

Stolička z lisovanej brezy s tromi posuvnými doskami. Podnožie tvoria pochromované oceľové rúrky.



3



1



2

zlaté číslo 1996



4

ZLATÉ ČÍSLO 1996: JAMAKADO & JAMAKADO

Od roku 1990 je vo Francúzsku udeľovaná cena „Zlaté číslo“, ktorou sa oceňujú vynikajúce výsledky v dizajne a výrobe nábytku a interiérových prvkov. Toho roku cenu udelili Hirojukimu Jamakadovi a firme Jamakado pri príležitosti otvorenia 39. Salónu nábytku v Paríži.

Hirojuki Jamakado, stavebný inžinier z Tokia, sa roku 1983 usadil vo Francúzsku. O dva roky neskôr vystavoval v expozícii Spoločnosti výtvarných umelcov (SAD) lamelové hojdiacie kreslo Jam, ktoré neskôr zakúpil Fond National d'Art Contemporain a prezentoval ho vo viacerých múzeách a galériách po celom svete.

Roku 1986 založil spolu s manželkou vlastnú firmu Jamakado, ktorá je členom klubu výrobcov nábytku Via. Spočiatku sa prezentovala malými nábytkovými kolekciami - úspešná bola stohovateľná stolička Cinderella (1986), sklápacia stolička Arima (1988) alebo barová stolička s nastaviteľnou výškou Jacob (1990). Roku 1989 dostal Hirojuki Jamakado Veľkú cenu kritiky na Salóne nábytku v Paríži v kategórii mladých tvorcov a o štyri roky neskôr mu tá istá porota udelila zvláštne vyznamenanie za stoličku Cocotte.

Firma Jamakado svoje sídlo v regióne Anjou, ktorý si zvolila kvôli priaznivému prepojeniu viacerých dodávateľských firiem zabezpečujúcich výrobu jednotlivých častí nábytku. Výhodou je použitie širokej škály surovín a skladovanie minimálnych zásob v materskej fabrike. Tá sa venuje prakticky len zostavovaniu segmentov do celkov, finálnemu opracovaniu a baleniu.

Firma každoročne rozširuje svoju produkciu vďaka dizajnerskej invencii Hirojukiho Jamakada a maľarským schopnostiam jeho manželky. V súčasnosti exportuje 30 % celkového objemu výroby, väčšinou do Švajčiarska, Nemecka, krajín Beneluxu, ale aj do Kanady, USA a Japonska.

Kolekciu '96 charakterizuje zjednotenie protikladov, kombinovanie materiálov (drevo- kov) a foriem (okrúhly- hranatý), krása formy a funkčnosť. Jamakado sa snaží svojou tvorbou kompenzovať nedostatok nežnosti v medziľudských vzťahoch.

1. Clam. Séria stoličiek na bývanie a spoločenské účely. Operadlo je z ohýbaného lisovaného buku a mriežkového polyuretánu. Sedadlo je z tvarovaného buku alebo čalúnené, podnožie z pochrómovaných rúrok. Vyrába sa ako stohovateľná stolička, stolička s područkami alebo barová stolička.

2. Cyklone. Kolekcia kruhových stolíkov (konferenčného a barového) prevažne na spoločenské účely. Noha z prírodného lakovaného buku je osadená do kruhového odliatku z hliníka. Vrchná doska stoličky je dyhovaná bukom alebo čerešňou s matnou povrchovou úpravou.

3. Dalya. Kresielko s nosnou kostrou z pochrómovaných oceľových rúrok čalúnené kožou.

4. Caroline. Skladací stolík s nohami z točeného lakovaného buku, do ktorých sú vsadené oceľové pochrómované rúrky. Vrchná doska stolika s rímsami je z laminovaného hruškového dreva s matnou povrchovou úpravou.



Nový dizajn P. Starcka

Prvou novinkou, ktorú firma Alessi predstavila v tomto roku, je analógové rádio s budíkom Coo Coo podľa návrhu Philippha Starcka. Vyrobili ho v spolupráci s francúzskou skupinou Thomson Multimedia a je pokračovaním radu Alessitronik. Rovnako ako všetky Starckove malé i veľké diela, aj Coo Coo nesie výrazné stopy jeho senzualnosti. Ironickou interpretáciou témy je misa Les Ministres (Ministri) z nerezú s termoplastickým podstavcom.

1. Rádio s budíkom Coo Coo. Dizajn: Philippe Starck.
2. Misa Les Ministres. Dizajn: Philippe Starck.



1

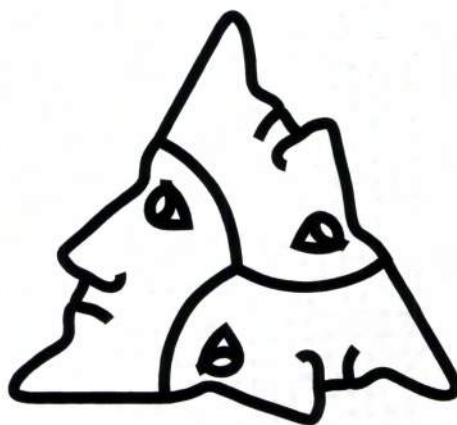
2



GRAPHIC DESIGN STUDIO



KAROL ROSMÁNY ST.



ILONA NÉMETH

LOGO '95

Prvý ročník medzinárodnej súťaže a výstavy LOGO '95, ktorý vyhlásila Visegrádska Databanka v Prešove, sa konal v dňoch 20. - 22. 10. 1995 v Divadle Jonáša Záborského. Deväťčlenná porota, zložená z domácich a zahraničných odborníkov z oblasti grafiky, architektúry, práva a reklamy, posudzovala prihlásené projekty, z ktorých vybrala desať najlepších a určila ich konečné poradie. V súťaži LOGO'95 sa oceňovala originalita, grafické stvárnenie, estetická stránka a marketingové kritériá. Súťaže sa zúčastnilo 106 autorov s 232 exponátmi z 11 krajín. Okrem domácich súťažiacich sa o umiestnenie uchádzali tvorcovia z Čiech, Fínska, Francúzska, Chorvátska, Indie, Izraela, Nemecka, Senegalu, Švédska a Ukrajiny.

„Dizajnéri zo strednej Európy sú rovnako nadaní a majú rovnocenné vzdelanie ako hociktorí iní, no majú málo možnosti prezentovať svoj talent. Aj najväčšie schopnosti a talent zostávajú iba príslušným, ak o nich svet nevie“, konštatoval zahraničný člen poroty György Lissák z Maďarského centra dizajnu. Porota vysoko hodnotila aj profesionalitu Ateliéru reklamy, ktorý pomocou počítača postavila na objektívnu štartovaciu čiaru návrhy rôznej mierky a akosti. Keďže súťaž spojená s výstavou bola po prvý raz úspešná, bude sa organizovať každoročne vždy v inej krajine členských štátov visegrádskej štvorky. Roku 1996 sa bude konať v dňoch 25. - 27. 10. v Českej republike. Sprievodnou akciou výstavy bol odborný seminár o ochrane duševného vlastníctva podnikateľských a

nepodnikateľských subjektov, autorských právach, priemyselnej špionáži a počítačovom pirátstve. Usporiadateľ súťaže, Visegrádska Databanka v Prešove, vydal katalóg výstavy LOGO '95, ktorý si možno objednať na adrese: Visegrádska Databanka, s. r. o., Švermova 31, 080 01 Prešov, alebo faxom na čísle 091/734 307.

1. Logo Archa. Dizajn: Karol Rosmány st., Bratislava. **1. miesto.**
2. Logo Jerusalem. Dizajn: Graphic Design Studio, Izrael. **2. miesto.**
3. Logo Jókaiho divadlo. Dizajn: Ilona Németh, Dunajská Streda. **3. miesto.**

Présences Slovaques

V novembri 1995 sa konalo vyhodnotenie študentskej súťaže z ateliérov grafického dizajnu Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave. Študenti z ateliérov L. Longauera a S. Stankociho predložili okolo 100 návrhov riešenia značky - loga pre kultúrny festival pod názvom Présence Slovaque - Podoby Slovenska, ktorý sa uskutoční vo Francúzsku od februára do decembra 1996 a ktorý organizuje Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky a Francúzska.

Porota zložená z novinárov významných francúzskych kultúrnych časopisov, denníkov, grafických dizajnérov, zástupcov MK SR a Slovenského centra dizajnu vybrala 8 značiek autorov M. Mikulu, J. Balogha, N. Veselej, J. Dejlovej, O. Slepceva, V. Hartmanovej, M. Markovej a Johany Balušikovej, študentky 4. ročníka, ktorej logo získalo najviac hlasov. Víťazka súťaže pôjde na dvojtyždenný študijný pobyt do Paríža, financovaný MK Francúzskej republiky.

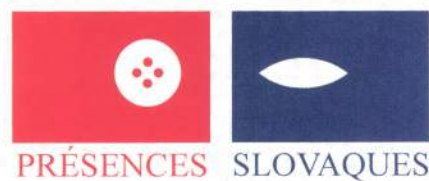
K. H.



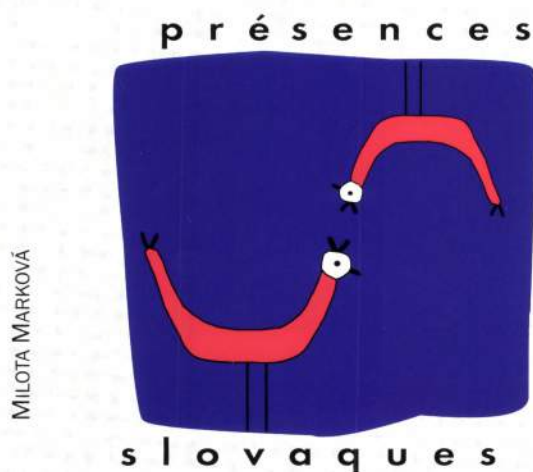
OLEG SLEPCOV



JOHANA BALUŠIKOVÁ



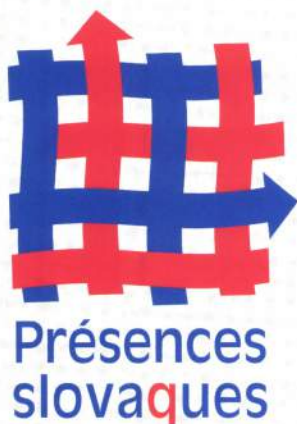
JURAJ BALOGH



MILOTA MARKOVÁ



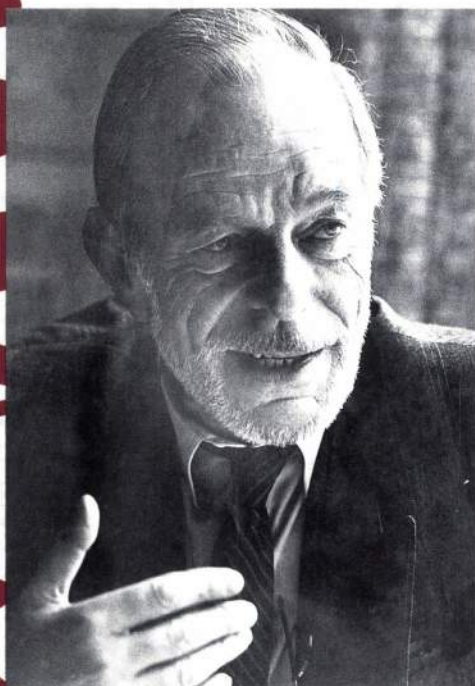
slovaques



MILAN MIKULA

JINDŘIŠKA DEJLOVÁ





Uwe Bahnsen v Bratislave

Na pozvanie Slovenského centra dizajnu prišiel 15. januára 1996 do Bratislavy Uwe Bahnsen, bývalý viceprezident automobilky Ford pre Európu a bývalý šéfdizajnér firmy, ktorý sa v 70. a 80. rokoch podieľal na vývoji úspešných typov Ford Cortina, Escort, Fiesta, Granada, Sierra, Mondeo. Na sklonku minulého roku bol zvolený za prezidenta Medzinárodnej rady spoločností pre priemyselný dizajn (ICSID). Počas poldňového pobytu v Bratislave navštívil katedru dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení, kde vrcholili prípravy na prieskum semestrálnych prác. Inapriek krátkosti času poskytol Uwe Bahnsen pre náš časopis exkluzívny rozhovor.

Aký ste mali dojem z návštevy katedry dizajnu na Vysokej škole výtvarných umení?

■ „V Bratislave som po prvýkrát, no počas necelého dňa sa toho nedá veľa stihnúť. Preto som ju ako mesto spoznal len letmo z auta. Som však rád, že som si aspoň trochu mohol pohovoriť s pedagógmi a študentmi na VŠVU, pretože ich dizajnérske výsledky sú z hľadiska ICSID-u veľmi zaujímavé.“

Mohli by ste porovnať jej úroveň so švajčiarskou Art Center College of Design, kde v súčasnosti pôsobíte?

■ „Pre krátkosť času je to veľmi ťažké, no z prvých kontaktov viem, že štruktúra štúdia je rôzna. Čo ma však príjemne prekvapilo, úroveň poznatkov i myšlienkových nápadov z VŠVU je porovnateľná so školami zo Západu.“

V minulosti ste sa mali veľký podiel na dizajne áut značky Ford. Čo robí z auta komerčne úspešný výrobok?

■ „Ford je obrovskou, dynamicky sa rozvíjajúcou spoločnosťou, kde sa súčasne pracuje na viacerých

projektoch či vývinových radoch. Práca šéfdizajnéra musí preto zohľadňovať stratégiu značky a zároveň zdôrazniť špecifiká daného modelu. Špičková technológia je pritom vždy úzko zviazaná s individuálnou kreativitou daného zamestnanca. Pre konečný úspech musí každý urobiť všetko - od prezidenta firmy až po robotníka na linke.“

Ako sa zohľadňovali rozdiely amerického a európskeho automobilového trhu?

■ „Cieľ bol jasný - predaj čo najviac áut v čo možno najviac krajinách sveta. V čase, keď som bol vo Forde, tak značka prežívala európsku konjunktúru, ktorú zabezpečovali Fordove spoločnosti vo Veľkej Británii a Nemecku. Zdalo sa mi, že Európania boli náročnejší na tvar auta a jeho technické parametre, Američania zasa vyžadovali pohodlie a veľkorysý priestor... V minulom roku začal Ford s reštrukturalizáciou svojich európskych dcérskych spoločností s tým, že za danú oblasť sú v plnom rozsahu zodpovedné práve ony. Pokiaľ viem, stratégia je do budúcnosti taká, že v Európe sa budú presadzovať najmä autá stredných a nižších kubatúr (Fiesta, Escort, Mondeo), aby mohli konkurovať Fiatom či Opelom. Pre zvyšok sveta zostáva centrum v Spojených štátoch, ktoré zase operatívne, v zohľadnení prírodných aj spoločenských podmienok, nasadzuje väčšie osobné autá, transity alebo veľké kamióny.“

V súčasnosti už pre Ford nepracujete?

■ „Už pred desiatimi rokmi, keď som sa rozhodol pre Art Center College of Design, som skončil všetky pracovné vzťahy s Fordom. Táto škola vyžaduje absolútne sústredenie, čo by v tandeme s Fordom bolo vylúčené.“

Na sklonku minulého roka ste boli zvolený za prezidenta medzinárodnej dizajnérskej organizácie International Council of Societies for Industrial Design (ICSID). Nastanú po vašom príchode v organizácii nejaké zmeny?

■ „Členom ICSID-u môžu byť národné centrá dizajnu, ako je to napríklad v prípade Slovenska, alebo asociácie profesionálnych dizajnérov. ICSID je strešnou organizáciou, akýmsi centrálnym centrom dizajnu, ktoré koordinuje vzájomnú súčinnosť pri spoločných projektoch. K tomuto cieľu slúžia pravidelné stretnutia a kontakty, kde sa prerokovávajú spoločné aktivity. To znamená, že ICSID, ktorý v súčasnosti združuje 122 krajín sveta, je platformou pre vzájomnú komunikáciu. Každé dva roky sa koná generálny kongres, na ktorom sa vytyčuje najbližšia stratégia. Objektívny podiel v participácii na medzinárodných projektoch zaručuje jedenásťčlenný výbor (zložený zo zástupcov rôznych krajín sveta), ktorý sa pravidelne obmieňa. Pomoc ICSID-u krajinám tretieho sveta nie je len pri finalizácii ich výrobkov, ale aj pri rozvíjaní ich priemyselnej štruktúry, čím sa zároveň vytvárajú nové pracovné príležitosti. Kvôli tomuto sa usporadúvajú medzinárodné workshopy nazvané Interdesign, vždy na určitú tému, odkiaľ pochádzajú tvorivé myšlienky na efektívne využitie prirodzených zdrojov daných krajín.“

L'udo Petránsky ml,

Foto: Pavel Majer

Produkty s prvkom hry

Manu, Alexander:

ToolToys. Tools with an element of play.
Danish Design Centre, 1995

Alexander Manu (1954), priemyselný dizajnér, zakladateľ a prezident The Axis Group Inc. v Toronte, bývalý prezident Asociácie ontarijských priemyselných dizajnérov ACIDO (1988-92), poradca kanadského ministerstva kultúry a komunikácií v oblasti dizajnérskej stratégie a člen výboru ICSID v rokoch 1992-95, je aj vynikajúcim pedagógom pôsobiacim na mnohých svetových dizajnérskejších školách.

Alexander Manu

ToolToys

Redskaber med et element af leg



ToolToys

Tools with an element of play

Dansk Design Center

R. 1995 mu Dánske centrum dizajnu v Kodani vydalo útlú knižku *ToolToys. Tools with an element of play* (Nástroje-hračky. Nástroje s prvkom hry), ktorá na 120 stranách vreckového formátu v dvojazyčnej dánsko-anglickej mutácii názorne prezentuje teóriu, že úspešný bude v budúcnosti len ten dizajn, ktorý okrem užitočnosti uspokojí užívateľa aj svojou hravosťou. Psychosociálne parametre hry obohacujú dizajn o emocionálnu zložku a naopak, hra ako súčasť užitočnosti zbavujú tak trochu pejoratívnej infantilnosti. Autor sa zaoberá niektorými príkladmi produktov-hračiek, ako sú hodinky Swatch, hra Lego, skladací nábytok Montana a iné. Mimochoďom, hra sa po dánsky povie leg. Prvok hry je významnou pridanou hodnotou moderných priemyselných produktov. Výrobky, s ktorými sa konzument dokáže racionálne aj citovo identifikovať, slúžia dlhšie a sú charakteristickým prvkom ľudskej civilizácie.

Foto: Róbert Kočan

Kniha je k dispozícii čitateľom v knižnici Slovenského centra dizajnu.

Sprievodné výstavy parížskeho Salónu nábytku

Na parížskom výstavisku Porte de Versailles prebiehali v januári 1996 súbežne so Salónom nábytku (píšeme o ňom v tomto čísle DE SIGN UM, s. 60-63, pozn. red.) komplementárne výstavy Lumiere '96 (salón osvetlenia), Paris Sélection Déco (výstava bytových doplnkov a dekorácií), Tapis '96 (výstava kobercov a tapisérií), Encadrement et Image (výstava rámov a obrazov) a Approfal (salón veľkovýrobcov nábytku).

Mottom Lumiere '96 bolo spojiť všetky profesie, ktoré sa podieľajú na inovácii a výrobe osvetľovacích telies. Zdôrazňovala sa zásada, že dizajn a technológia sú nerozdeliteľné, pričom bola evidentná snaha zvýšiť bezpečnosť svietidiel zjednodušením ich formy. Prednáškové fórum k tejto výstave vytýčilo hlavné trendy v dizajne svietidiel, ako sú úspora energie, automatizácia a bezpečnosť v domácnosti, návrat k prírode.

Témou tohtoročnej výstavy bytových doplnkov a dekorácií bola Slávnosť. Každý z 22 vystavovateľov mal k dispozícii plochu 22 m² so základným mobiliárom. V danom priestore mal možnosť vytvoriť dekoráciu z látok, obrusov, riadu, príborov, svietnikov a lúčok v štýle antika a súčasná klasika.

Koberce a tapisérie ako symbol elegancie a životného štýlu majú svoje špecifické miesto pri zariaďovaní interiérov. **Tapis '96** charakterizovala veľká ponuka týchto produktov podľa geografického rozdelenia a rozmanitosti materiálu (najviac vlna a hodváb), v ktorých sa ukázala šírka dizajnerskej kreativity.

Viera Struhařová

1, 2 - Ukážky produkcie anglickej firmy Aero: nástenné osvetľovacie telesá s papierovým tienidlom. Dizajn: Nazanin Kamali.

3 - Stolová lampa firmy Aero. Ľahká kovová konštrukcia a papierové tienidlo. Dizajn: Nazanin Kamali.

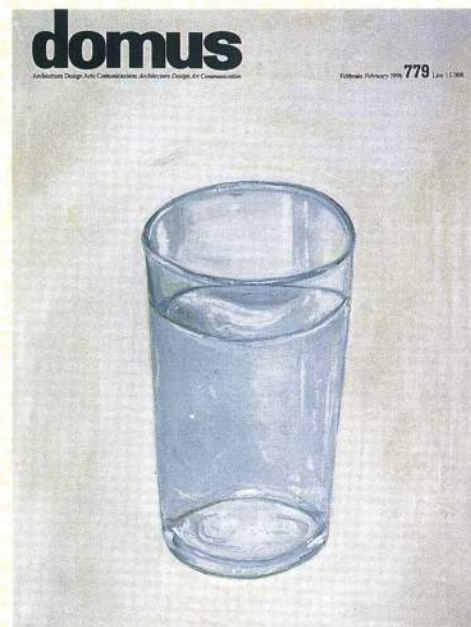
Domus ako medzinárodný koncept

Popredný taliansky dizajnerský časopis Domus, založený Giom Pontim r. 1928, ohlasuje od februárového čísla (779) radikálne zmeny. Po prvýkrát v histórii ho zostavuje medzinárodný redakčný tím na čele so Švajčiarom Francoisom Burkhardtom, špičkovým teoretikom dizajnu a jedným zo zakladateľov Centre Georges Pompidou v Paríži. Mení sa najmä obsahová stránka časopisu, pretože vizuálny štýl posledných ročníkov, ktorý významne ovplyvnil grafický konzultant Alan Fletcher, získal vynikajúcu reputáciu a nie je dôvod nepokračovať v nastúpenom trende.

Snahou nového vedenia redakcie je etablovať sa ako medzinárodné dizajnerské periodikum. Zahraniční redaktori z Francúzska, Španielska a Rakúska spolu s množstvom dopisovateľov z celého sveta (o. i. Maďarska a Slovinska) prinášajú aj viac tém z oblasti umenia, architektúry, komunikácie a dizajnu, čím podčiarkujú snahu o multidisciplinárny prístup k problematike. Viaceré témy sú natoľko závažné, že redakcia avizuje vydanie monotematických zborníkov teoretických prác. Náklonnosť k novým technológiám je evidentná v snahe vychádzať v krátkom čase aj v podobe CD-ROM.

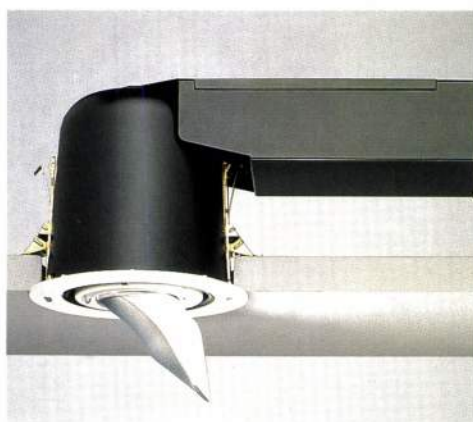
Domus, ako tvrdí nový šéfredaktor, je časopisom nových trendov. Chce dať čo najväčší priestor mladým talentom, a v tomto zmysle na seba vedome berie spoluzodpovednosť za mnohé inovácie, ktoré spopularizuje na svojich stránkach.

Foto: Róbert Kočan

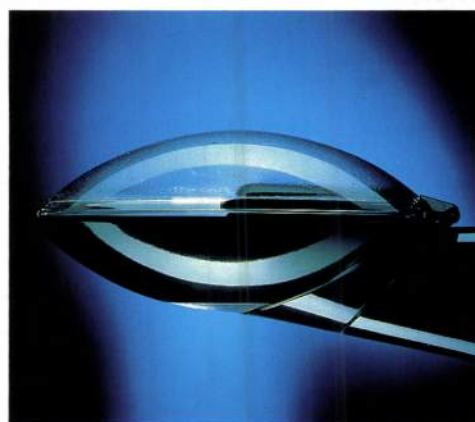




1



2



3

Dizajn Reggiani

Taliansky dizajnér Fabio Reggiani uviedol na trh nové série osvetľovacích telies využívajúcich najnovšie technológie v oblasti elektrického osvetlenia. Krédom firmy je vysoká kultúra a estetika lúčov v špičkovom technickom prevedení. Firma Reggiani vydala aj niekoľko odborných brožúr a aktívne sa podieľa na mnohých kultúrnych aktivitách, ktoré rozširujú jej pôsobenie aj mimo štandardných výstavných podujatí.

Séria zabudovaných hliníkových svietidiel **Splash** sa vyrába v dvoch veľkostiach a rôznych farbách hlavného telesa s použitím halogénových žiaroviek nižšej intenzity. Svietidlá sú vzhľadom na vysoký stupeň bezpečnosti použiteľné aj vo vlhkom prostredí, napr. v kúpeľniach.

Séria **Executive** bola vyvinutá na základe niekoľko-ročných skúseností s výrobou lúčov s nízkou spotrebou elektrickej energie. Variabilita predného dielu lampy z hliníka je znásobená možnosťou vysunutia malého otočného tienidla o 360° okolo osi.

Séria **Scoop** s asymetrickým rozdelením svetla sa vyrába v nástennej a podlahovej verzii. Otočný reflektor umožňuje nasmerovanie svetla bez manipulácie s hlavným telesom. Vyrába sa z ušľachtileho materiálu, vysoko odolného voči korózii, na ktorý sa poskytuje 10 ročná záruka pri použití v interiéri aj exteriéri.

1. Svietidlo **Splash**. Dizajn: Fabio Reggiani.

2. Svietidlo **Executive**. Dizajn: Fabio Reggiani.

3. Svietidlo **Scoop**. Dizajn: Fabio Reggiani. Získalo cenu Industrie Forum Design Hannover 1995.

Dizajn pre kúpeľne

Talianska firma Colombo, ktorá začala svoju činnosť roku 1991 výrobou kľučiek, rozšírila svoj program o kúpeľňové doplnky. Nie je to len klasický inventár ako sú nádoby na kozmetické potreby, ale predovšetkým doplnkový nábytok - taburetky špeciálne do kúpeľní - a rad stojanov Isola (Ostrov). Autor tohto radu Carlo Bartoli, art director firmy, použil ušľachtilé a trvácne materiály - chrómovanú mosadz, čerešňové drevo a keramiku. Jednotlivé časti stojana sú nastaviteľné a ich kombinovaním sa dá vytvoriť päť rôznych variantov s rôznymi funkciami a odlišným výrazom.

1. Sada nádobiek **Terrae**. Dizajn: Antonio Bullo.
2. Kúpeľňová tabureтка **Arco**. Dizajn: Anna Bartoli.
3. Stojany **Isole**. Dizajn: Carlo Bartoli.



1



2



3



Čitateľom časopisu DE SIGN UM

ROČNÍK 1995

Štvrťročník DE SIGN UM priniesol na 264 stranách mnoho zaujímavých materiálov a informácií o domácom i zahraničnom dizajne a dizajnéroch. Aby sme vám uľahčili orientáciu v doteraz publikovaných témach, pripomínáme minuloročné čísla:



1/95

z obsahu:

Dnešné vízie budúcich kancelárií
(L. Fábri)
Portrét Jána Čalovku (A. Žáčková)
Múzeum umenia v Groningene
(A. Macdonald)
Blok materiálov na tému ekológia, dizajn a automobilizmus (H. Leschke, T. Hladný, M. Huba)



2/95

z obsahu:

Služba dizajnu (ukončenie ankety o grafickom dizajne v časopise)
Grafický ateliér L. Longauera na VŠVU v Bratislave
Návrh manuálu pre STV (I. Stadtdrucker, I. Vaško)
Eurotunel (S. Moody)



3/95

z obsahu:

Pohyblivé hranice - kongres ICOGRADA '95 v Lisabone (Z. Burianová)
Transport design na VŠVU v Bratislave
Dizajn a rýchla výroba prototypov
O novej funkcii, novom médiu a novej non-reality (D. Grossman)



4/95

z obsahu:

Dizajn v meniacom sa svete - kongres ICSID v Taipei (Z. Burianová)
Malé a špeciálne - študentský projekt (A. Grant)
Dizajn a komunikácia (S. Gregorietti)
Nečitateľnosť I. (P. Biľák)
Cena jedného čísla je 60,- Sk. Objednať si ich môžete na adrese redakcie - využite objednávkový lístok!

ROČNÍK 1996

Využite možnosť predplatného na celý ročník! Ušetríte minimálne 20,- Sk na každom čísle, ak si ho predplatíte!

DE SIGN UM 1996 vychádza v novej grafickej úprave s rozšíreným počtom strán na 72 za rovnakú cenu!

Cena jedného čísla je 60,- Sk, celoročné predplatné 240,- Sk.

Pripomíname, že každý predplatiteľ dostáva zdarma dvojmesačník Bulletin SCD - najaktuálnejšie informácie o výstavách, veľtrhoch, súťažiach, kongresoch a sympóziách, publikáciách a pod.

Slovenské centrum dizajnu
redakcia **DE SIGN UM**

P. O. Box 131

814 99 Bratislava

DE SIGN[®]UM

Objednávka časopisu DE SIGN UM

Meno a priezvisko alebo názov firmy

Adresa

Objednávam si záväzne DE SIGN UM

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 Ročník 1996

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 Ročník 1995

Časopis zasielajte poštou:

☐ obyčajne (240,- Sk)

☐ doporučene (268,- Sk)

Predplatné uhradím:

☐ zloženkou

☐ z účtu

☐ žiadam vystaviť faktúru

dátum a podpis

Objednávka inzercie

Názov firmy

Kontaktná osoba

Adresa, telefón

Mám záujem o inzerciu v čísle:

Rozsah:

- ☐ celostranová
- ☐ polstranová
- ☐ iná forma (navrhnite)

dátum a podpis

DE SIGN[®]UM

814 99 Bratislava

P. O. Box 131

Slovenské centrum dizajnu
redakcia **DE SIGN[®]UM**

INZERCIA V DE SIGN[®]UM

Firmám, ktoré vyrábajú výrobky s dobrým dizajnom, reklamným agentúram, grafickým a architektonickým ateliérom ponúkame možnosť inzerovať v časopise DE SIGN UM.

Využite možnosť informovať o svojich službách a produktoch široký okruh odborníkov a záujemcov o kvalitný dizajn doma i v zahraničí! **Vaše meno sa ocitne v dobrej spoločnosti, kde je kritériom kvalita dizajnu!**

Cenník

Priama inzercia	Obálka celofarebná 4. strana	20 000,- Sk..
	Vnútorné strany (celofarebné)	
	 formát 1/1	15 000,- Sk..
Nepriama inzercia	 formát 1/2	7 500,- Sk..
	1. strana časopisu	15 000,- Sk..
	Za každú ďalšiu stranu	7 000,- Sk..

Iná forma inzercie dohodou.

Podklady: litografie, príp. texty na diskete + obrazový materiál. Ponúkame možnosť vyriešenia grafickej úpravy stránky.

Po obdržaní vašej objednávky s vami dohodneme podrobné podmienky uverejnenia inzercie.

Kontakt:

Slovenské centrum dizajnu

redakcia DE SIGN UM

P. O. Box 131, 814 99 Bratislava

tel.: 07/ 5334 161, 5331 371

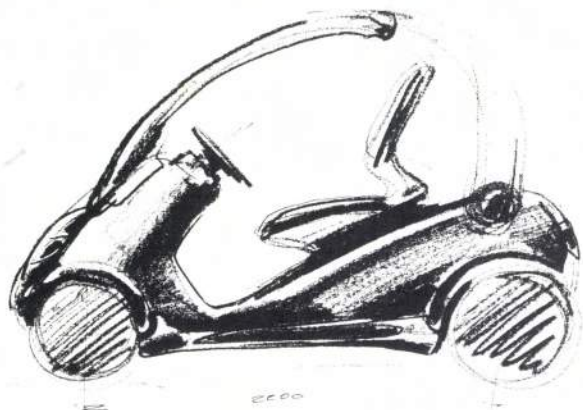
fax: 07/5331 389

KATALÓG DIZAJNÉROV

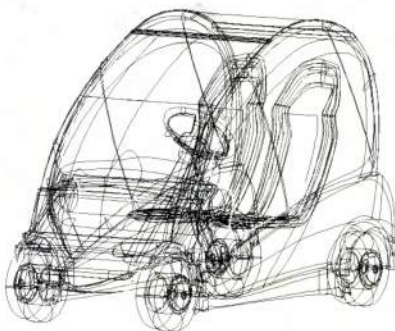
SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU PRIPRAVUJE V II. POLROKU 1996 VYDANIE KATALÓGU, V KTOROM SA PREDSTAVÍ 54 SLOVENSKÝCH DIZAJNÉROV PÔSOBIACICH V RÔZNYCH OBLASTIACH (OKREM GRAFICKÉHO DIZAJNU, KTORÉMU BUDE VENOVANÝ OSOBITNÝ KATALÓG, VYJDE ROKU 1997).

KATALÓG BUDE CELOFAREBNÝ, S TEXTAMI V SLOVENČINE A ANGLIČTINE.

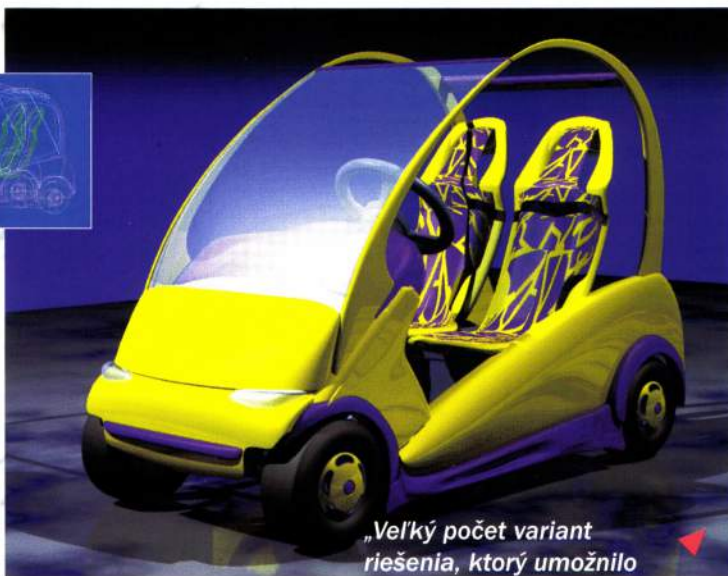
KATALÓG BUDE VO VOĽNOM PREDAJI.



Takto sa to začína ...



Tu pokračuje DeskArtes...



*"Veľký počet variant
riešení, ktorý umožnilo
použitie systému
DeskArtes, urýchlilo
výrobu prototypu tohto
golfového vozidla
o niekoľko mesiacov.
DeskArtes poskytol
dôležité informácie
pre výrobu modelov."*

Štefan Klein



Všetky obrázky predstavujú
výrobky modelované a vizualizované
systémom DeskArtes.
Ďakujeme autorom
(Štefan Klein, Peter Baiko)
za ich poskytnutie.

Systém pre priemyselného dizajnéra

DeskArtes je počítačový systém podpory priemyselného dizajnu (CAID), vďaka ktorému rýchlo a jednoducho navrhnete výrobky zložitých tvarov. DeskArtes bol vyvinutý špeciálne podľa požiadaviek a za metodického vedenia popredných priemyselných dizajnérov pre potreby návrhu, stylingu a vizualizácie.

Tvorivosť

Nemusíte byť expertom na CAD, aby ste vytvorili zložité modely so systémom DeskArtes.

Môžete začať pracovať veľmi jednoducho od počiatočných náčrtov až k výslednému tvaru bez presných geometrických alebo mechanických obmedzení. Viac sa venujete tvorivým fázam dizajnu, pripravíte viac alternatív, budete produktívnejší.



Intuitivnosť

Metodológia modelovania zodpovedá tradičným metódam práce dizajnéra. Povrchy definujete pomocou 2D projekcií a premenlivých prierezových krieviek. Môžete ich následne upravovať a vytvarovať zložité modely rezaním, spájaním a zhladzovaním.



Rýchlo a efektívne navrhnete jednoduché šálky, interiéry vybavené nábytkom, i konštrukčne náročné automobily.

Integrácia údajov

Presnú geometriu dielcov vytvoríte v systéme DeskArtes, alebo ju načítate z iných systémov. Po dokončení ju môžete odoslať naspäť do CAD alebo CAD/CAM systémov na ďalšie analýzy alebo vygenerovanie NC programov. CAD/CAM systémy, ktoré teraz používate, takto budú naplno využité. Celý proces vývoja sa zrýchľuje.

Fotorealizmus

Fotorealistické zobrazenia zo systému DeskArtes môžu byť použité na prezentačné a marketingové účely - ešte pred výrobou prototypu ukážu, ako bude výsledný produkt vyzerať.

Zbavíte sa nepochopenia, ktoré v komunikácii medzi účastníkmi vývoja, pracujúcimi doterajšími spôsobmi, ešte stále pretrváva.

Je čas ísť do toho

Fujitsu, Honda, Mercedes-Benz, SAAB, Wedgwood, Royal Doulton, Electrolux, FRIČ a OTF, takisto ako vedúce dizajnérske a návrhárske firmy, architektonické ateliéry a významné univerzity sú užívateľmi programových riešení pre návrh a modelovanie, vizualizáciu, prenos dát, či nástrojov pre rapid prototyping spoločnosti DeskArtes. DeskArtes na grafických pracovných staniciach ponúka priemyselným dizajnérom vynikajúce parametre cena/výkon. Najlepšie sa prejaví keď ste pod tlakom nákladov a času. Z dobrých myšlienok robí úspešný výrobok.

Chcel by som sa viac dozvedieť o systéme DeskArtes.

Prosim:

- ☐ Pošlite mi materiály o systéme DeskArtes
- ☐ Pošlite mi informáciu o pracovných staniaciach
- ☐ Pošlite mi informáciu o ďalšom vybavení dizajnérskeho pracoviska

Meno

Spoločnosť

Adresa

Mesto

PSČ

Tel.:

Fax:

Tento kupón odošlite alebo odfaxujte na adresu:

entro

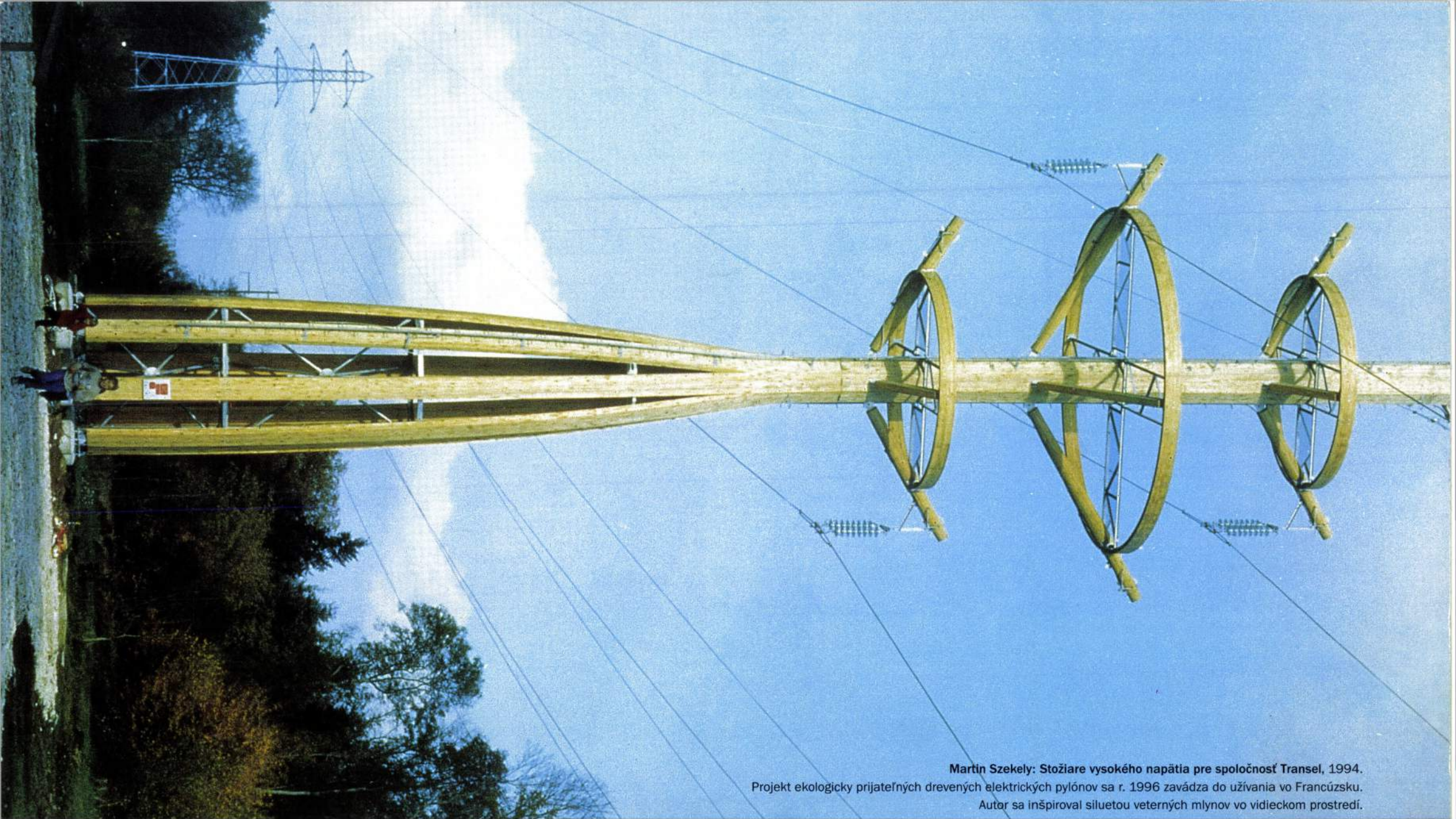
Systémy počítačovej grafiky
Nevädzová 5, 821 01 Bratislava
tel.: +42 7 291 860, 293 584, 291 884
fax: +42 7 291 884
e-mail: da@entro.sk
Autorizovaný distribútor systémov

DESKARTES
Industrial Design Systems



DESKARTES

NAJRÝCHLEJŠIA CESTA
OD MYŠLIENKY K VÝROBKU.



Martin Szekely: Stožiare vysokého napätia pre spoločnosť Transel, 1994.
Projekt ekologicky prijateľných drevených elektrických pylónov sa r. 1996 zavádza do užívania vo Francúzsku.
Autor sa inšpiroval siluetou veterných mlynov vo vidieckom prostredí.

DESIGN[®]UM