

001 obsah

designum⁵⁺⁶2007



časopis o dizajne / design magazine

ročník / volume XIII

cena / price 130 SK/Kč 10 €

003 spektrum

- 004 **profil**
massimo pitis:
mám stále pochybnosti,
či je to skutočná práca
Lucia Gavulová
- 012 **udalosť**
konferencia cumulus 2007
- 016 **uhol pohľadu**
dizajn z inej perspektívy
Soňa Lutherová v rozhovore s Alison Clarke
- 020 **výstava**
my world: dráma všedného dňa
- 024 **dizajn môjho sveta**
- 028 **workshop so skirtgirl**
Silvia Lutherová
- 030 **mladý talent**
na móle s eleganciou koní:
marcel holubec
Mária Nepšinská
- 036 **profil**
matali crasset:
nechcem meniť svet
Lucia Gavulová
- 048 **projekt.cz**
designblok 2007
týždenný sviatok dizajnu
Zdeno Kolesár

- 056 **rozhovor**
jan čtvrtník: docílil jsem toho,
že design je pro mě hobby
Ondřej Elfmark
- 060 **projekt.at**
švihácka bielizeň
Lucia Gavulová
- 064 **projekt.fr**
francúzska cesta
Michal Lalinský
- 068 **festival.uk**
stopercentný londýn
Michal Lalinský
- 072 **profil**
návraty do detstva
alfreda häberliho
Verena Huber
- 078 **reflexia**
tak to zverejní,
a do pekla s tebou!
Mária Rišková
- 082 **servis**
dizajn na webe
redakcia

084 **téma: ncd 2007**

084 **úvaha**
akú má dizajn cenu?
Silvia Lutherová a Lucia Gavulová

086 **reflexia**
rozhovory s víťazmi ncd 2007
Peter Juščák a Jozef Kurila,
Ondrej Gavalda, Pavla Tobková,
Peter Varga, Ľubomír Longauer
Daniel Blonski a Martin V. Lipták

102 **rozhovory s porotcami**
Stanislav Stankoci, Massimo Pitis,
Peter Paliatka, Björn Kierulf,
Zdeno Kolesár, Tibor Uhrín,
Júlia Kunovská, Lenka Žižková,
Martin Struss, Katarína Hubová

110 **uznania**
Jozef Kurila, Peter Juščák,
Tibor Uhrín, Patrik Illo, Juraj Ondreáš,
Martin Šuchan, Peter Bohuš,
Martin Mistrík, Rastislav Jurcík,
Ján Turzo, Marián Vano,
Karol Prudil, Monika Murínová

114 **anketa**
ocenení v minulosti
Anton Bendis, Ivan Čobej, Ján Šicko

116 **report**
index:award kodaň 2007
Lubica Pedersen

121 **história**

122 **profil**
václav kautman (1920–1981)
Nada Kančeva

130 **recenzia**
husákov 3+1
Daniela Karasová

138 **záver farby**

138 knižnica
design 21. století
art school šur, šup, šuv
kamenné námestie

142 akcia
pecha kucha night
Barbara Zavaršká

145 **monochróm**

146 projekt.ke
platforma -
priestor komunikácie
Martin Uhrík

150 projekt.scd
adresár scd
iii. časť
Martin Longa

152 právn
duševné vlastníctvo
dobré treba chrániť!
Július Šipoš

156 infobox
súťaže, výstavy, veľtrhy
Silvia Lutherová

164 summary

176 tiráž



massimo pitis

mám stále pochybnosti, či je to skutočná práca

text *Lucia Gavulová* preklad *Matej Gyárfáš* foto *archív pitis*

spoločnosť **pitis** so sídlom v miláne sa pod vedením grafického dizajnéra massima pitisa (1964) orientuje na konzultačné poradenstvo so záberom na branding a vizuálnu komunikáciu, teda na kľúčové profesijné oblasti súčasnosti. **pitis** je novou aktivitou, grafickým štúdiom, ktoré massimo pitis otvoril v roku 2007. už v roku 1995 však s aldom buscalferrim (taktiež grafickým dizajnérom) založil spoločnosť **vitamina**, ktorá sa okrem grafického dizajnu venovala aj kaligrafii, fotografii a ilustráciám pre rôznych klientov z oblasti hudobného a zábavného priemyslu. radili sa k nim napríklad disney channel, emi music, heineken, mediaset, onyx, radio dee-jay, wrangler a ďalší v roku 2001 prešiel pitis na pozíciu kreatívneho riaditeľa milánskej spoločnosti landor associates. ¶ od roku 2000 pôsobí pitis aj ako pedagóg. vyučuje na laboratory of visual communication na milánskej polytechnike a vedie kurz „prostriedky a techniky grafického dizajnu“ na fakulte architektúry univerzity la sapienza v ríme. ¶ vlastné grafické štúdio pitis charakterizuje ako otvorenú a flexibilnú štruktúru, kooperujúcu s profesionálmi z rôznych oblastí. spolupracuje s mnohými dizajnerskými firmami, ako aj s architektmi, akými sú napríklad migliore + servetto, matteo thun, mirko zardini... pre posledne menovaného vytvoril dizajn katalógu k výstave sorry out of gas, ktorá sa konala v kanadskom centre architektúry v montreale, katalóg vydal corranini a zostavili ho kurátori výstavy giovanni borasi a mirko zardini. okrem iného obsahuje aj reakcie niektorých odborníkov a súčasných architektov na ropnú krízu v roku 1973. ¶ pitis je zástancom názoru, že podstatou čara európskeho dizajnu je práve kultúrna rôznorodosť európy. každá krajina má svoje osobitosti, ktoré sa v jej dizajne svojsky odzrkadľujú. aspoň by sa mali... na stránkach designumu prezentujeme massima pitisa aj z dôvodu jeho účasti v porote slovenskej národnej ceny za dizajn pre rok 2007.



o



*



*



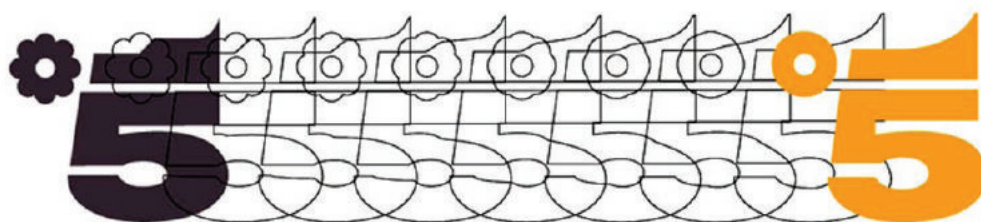
§



*



#



redizajn canale 5, klient: mediaset/direzione creativa, 2001

Pamätáte si svoju prvú vizuálnu skúsenosť? Aká bola?

Nepamätám si presne, ktorá bola prvá, ale zato si pamätám tú najsilnejšiu. Bol to optik, ktorý ma cvičil, aby som vedel čo najlepšie využívať moje oči. Bola to taká očná gymnastika, ktorá mi pomohla pochopiť, že vizuálne schopnosti sa dajú naučiť.

Ako ste sa dostali ku grafickému dizajnu? Čím všetkým ste prešli?

Začal som skicami do denníkov a pamätníkov spolužiakov na základnej škole. Vždy sa mi páčila typografia a grafický dizajn, ale môj otec si v tom čase myslel, že to nie je skutočná práca. Keď som si vyberal štúdium na univerzite, vybral som si právo. Trvalo skoro tri roky, kým som si uvedomil, že tam strácam

čas a že si môžem vybrať prácu na základe mojej vášne pre dizajn. Napriek tomu mám stále pochybnosti, či je to skutočná práca.

Aká je vaša skúsenosť s prácou v reklamných agentúrach?

V rámci mojich profesných skúseností určite nepatrí k najlepším.

Je možné nájsť v oblasti grafického dizajnu kompromis medzi hektickou realitou trhu, požiadavkami klienta a kreativitou grafického dizajnéra? Sám ste na základe vzhliadnutia prihlásených prác v kategórii profesionálneho grafického dizajnu na NCD 2007 konštatovali, že je z neho cítiť veľa stresu spojeného s reálnym prostredím. Reálne prostredie je však v tejto bran-

dži stresujúce spravidla všade.

Ako sa potom grafický dizajn môže vyhnúť hrozbe, že ním bude ovplyvnený?

Charles Schulz vložil svojej komixovej postavičke Charliemu Brownovi do úst tieto slová: „Mám novú filozofiu. Rozhodol som sa, že odteraz sa budem obávať iba jednej veci.“ Ale žarty bokom. Nie som človek, ktorý by mal stres z profesných dôvodov. Netvrdím, že prostredie je samo osebe stresujúce. Naopak, myslím si, že výzva vytvoriť značku či dizajn v rôznorodých prostrediach je vzrušujúca. Bol som veľmi spokojný s projektom Ondreja Gavaldu s názvom „A“, ktorým konfrontuje naše vizuálne prostredie s hlbokým porozumením slabín systému vedeného korporátnymi značkami.



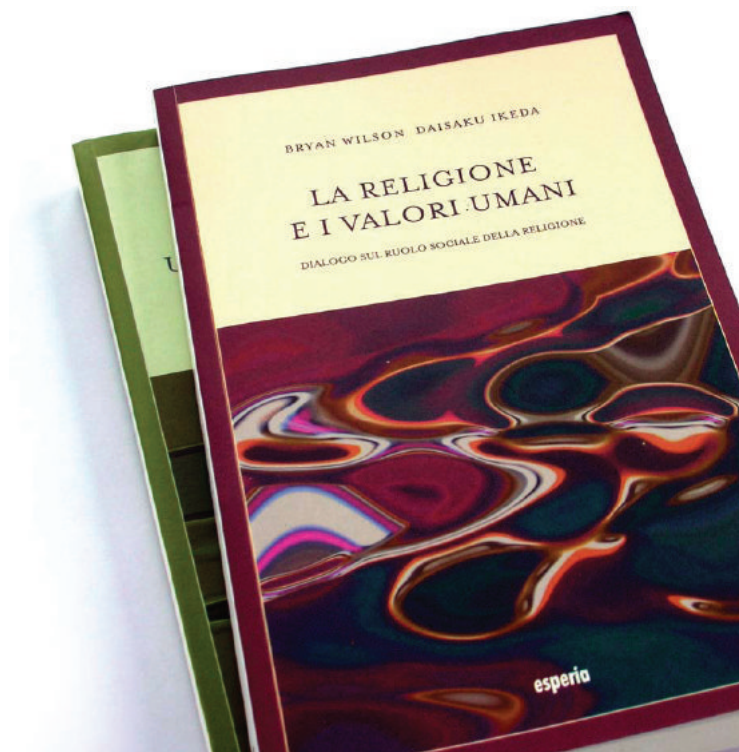
S Adolfo Buscalferri ste založili spoločnosť Vitamina v Miláne. Mohli by ste čitateľom priblížiť jej históriu, počiatky, aktivity? Funguje ešte?
 So zakladaním spoločností mám dosť skúseností. Vitaminu som robil s Aldom (neskôr sa stal umeleckým riaditeľom v rôznych časopisoch, od Rolling Stone až po GQ) a bola to pre mňa skvelá profesná, ako aj ľudská skúsenosť. Vitamina bola veľkým rizikom v období, keď sa každý bál s niečím začínať, keďže ekonomika v Taliansku bola v roku 1994 dosť slabá. Rozhodli sme sa profilovať ako agentúra pre hudobný priemysel. V priebehu jedného týždňa sme zmenili naše portfólio, a hneď sme vyhrali konkurz na prácu pre MTV Italy. Potom sme

robili veľa obalov hudobných nahrávok... Až do roku 1999, keď hudobný priemysel začal rapidne znižovať svoje investície. Aká bola vaša prvá zákazka? Moje prvé zadanie (teda prvé „vážne“) bolo od Mirka Pajého zo spoločnosti Mediaset. Požiadal ma, aby som mu pomohol navrhnuť vizuálnu identitu karnevalu v Benátkach v roku 1992. Bolo to úžasné, aj kvôli tomu prostrediu. Čo pre vás predstavovalo najväčší prínos v rámci pôsobenia na poste kreatívneho riaditeľa Landor Associates? Pracovať pre najväčšie značky v Taliansku. Od korporátnych až po maloobchodné. Robil som banky, cestoviny, hodinky, medicínsku technológiu, módu a doplnky...

V čom spočívala vaša činnosť ako prezidenta BEDA (Buro European Design Associations)?
 Bolo to dosť náročné, pretože robiť prezidenta BEDA mi zobralo veľkú časť z môjho pracovného času. Ale bola to skvelá príležitosť na pracovný rast a pochopenie komplexnosti či rozmerov dizajnu v Európe. Malo to tiež veľký dopad na môj profesný život. Dnes vidím projekty, klientov a trhy v širšej perspektíve než pred piatimi rokmi. Tvrdíte, že štúdio pitis je otvorenou a flexibilnou štruktúrou, spolupracujúcou s profesionálmi z rôznych oblastí. Ako takáto spolupráca vyzerá v praxi? V našom štúdiu staviame tím pri každom dizajnerskom projekte,



008 profil



edícia prózy 2003-2005

pri menších projektoch som to ja a môj asistent, pri väčších sú to štyria až piati ľudia. Tím sa potom formuje v závislosti od špecifických potrieb zadania a klienta. Takýto voľný prístup sa osvedčil ako veľmi efektívny pre štúdio aj klienta.

V rámci svojej spoločnosti pracujete tímovo, vo väčšom kolektíve. Prednášate a sprostredkujete konzultácie a poradenstvo v oblasti projektov týkajúcich sa grafického dizajnu, vizuálnej komunikácie a brandingu. Dostanete sa ešte niekedy k sebarealizácii ako grafický dizajnér, v zmysle práce na vlastných projektoch?

Áno. No stojí ma to veľa námahy a bez pomoci mojej rodiny by to bolo ťažké. No všetky aktivity, ktoré ste spomenuli – teda učenie, dizajn aj poradenstvo, sú mojimi projektmi a predstavujú pre mňa spôsob sebarealizácie.

Ako by ste charakterizoval svoj grafický rukopis?

Usilujem sa robiť dizajn, ktorý má zmysel. Konzistentne spojený s cieľmi firiem, pre ktoré pracujem. Ak máte na mysli estetické definície, potom asi nie som tou správnu osobou na zodpovedanie tejto otázky. Väčšinou majú kritici dizajnu lepšie postavenie na to, aby definovali vizuálny štýl dizajnéra. Čo si myslíte vy?

Neviem, až toľko kritikov v oblasti dizajnu nepoznám, u nás je odbor teórie dizajnu zatiaľ v plienkach. V zásade si však myslím, že vizuálny štýl dizajnéra dokáže zhodnotiť rovnako dobre ako kritik aj samotný dizajnér. Aký druh práce v rámci grafického dizajnu vás najviac baví a naplňa?

Robievam korporátnu identitu, časopisecký a výstavný dizajn s konzistentným prepojením na strategické ciele spoločnosti, autora či vydavateľa. V súčasnosti tiež často robím poradcu pri rôznych dizajnerských projektoch, súvisiacich s otázkami vizuality a značiek.

Máte vzory, authority, ktoré



konkurz na pozvánku na Trecentenario Goldoniano
v Benátkach, klient: Regione Veneto, 2007



uznávate, ktoré vás inšpirujú a motivujú? Aké?

Z môjho dlhého zoznamu spomeniem niekoľkých: Paul Rand, Pino Tovaglia, Bruno Munari, Ladislav Sutnar, Alan Fletcher, Stephen Saigmeister, Kenya Hara. Nebudem vysvetľovať dôvody, prečo som si ich vybral, pretože by to zabralo príliš veľa strán vášho časopisu (ale rád vám to vysvetlím nabudúce, ak budete chcieť).

Považujete globalizačné tendencie v oblasti dizajnu, keď sú produkcie rôznych krajín v mnohom podobné, ich scény značne prepojené a vývoj nasleduje spravidla rovnaké trendy, za pozitívum, alebo

skôr negatívum pre formovanie dizajnu v jednotlivých krajinách?

Principiálne nemám nič proti tomu byť globálny. Ale... dnešný svet je v zásade svet mužov a muži zlyhávajú. Čiže takzvané voľné trhy nie sú až také voľné. A sloboda pohybu ľudí je iba zdanlivá. Dizajn je kŕmený nápadmi a nápady nikdy neboli uzavreté v rámci jednej krajiny. Myslím si, že Munari či Tovaglia boli pravdepodobne ovplyvnení francúzskymi básnikmi, nemeckými a maďarskými architektmi (napr. Moholy-Nagy), ako aj holandskými typografmi, talianskymi maliarmi, japonskými kaligrafmi. Európa a celý svet

boli prostredníctvom voľného a úžitkového umenia prepojené už oveľa skôr, než sa politici začali baviť o globalizácii. Keď vidím, ako napríklad Estónsko či Kórea rastú v rámci dizajnu, vidím, aké nápady môžu vzniknúť, keď si vytvorí jasný strategický postup (a budú konzistentne investovať). Problémom zostáva, že krajiny ako napríklad Taliansko majú veľmi slabú stratégiu, napríklad v tom, ako použiť dizajn na rozvoj svojej národnej ekonomiky z globálneho hľadiska.

Ktorá krajina v rámci Európy je vám svojím ponímaním grafického dizajnu najbližšia a čím?

Môžem spomenúť napríklad



výstava dizajnu v talianskom pavilóne na bienále architektúry v benátkach, klient: la biennale, kurátor: mirko zardini, 2004

skvelú prácu Rady Dizajnu (Design Council) a v poslednom čase aj DBA vo Veľkej Británii a neustále previtajúcu kultúru dizajnu v Holandsku. V týchto krajinách sú veľmi efektne prepojené aktivity škôl, organizácií a agentúr zaoberajúcich sa dizajnom, spolu s verejnými a súkromnými podnikmi, čo vytvára výbornú živnú pôdu pre mladých dizajnérov.

Čo treba podniknúť, aby sa dizajnéri - napríklad na voľnej nohe - dostali do kontaktu s výrobcami, upozornili na svoj potenciál a ponúkli svoje schopnosti?

Žiaľ, odpoveď na túto otázku

nie je jednoduchá. Ako som už spomenul, je to otázka vytvorenia podmienok na zmenu. Nie je jednoduché dať dokopy klientov s dizajnérmi, vždy to závisí od ich podnikavosti. Je to o vytváraní spojení medzi rôznymi hráčmi vo svete dizajnu. O vytvorení iného prostredia, kde by kvety mohli kvitnúť.

Ako by ste definovali úlohou dizajnu ako takého?

Na to sa treba vrátiť až k úplným základom - k odkazu Bauhausu. Dizajn by mal pomáhať vytvoriť pre ľudí lepšie podmienky na život, učenie, prácu, zábavu. Zdravšie domy, lacnejšie a bezpečnejšie zariadenie, lepšie

komunikačné siete. Dizajn je tu stále práve kvôli týmto dôvodom. Dnes však dizajn funguje tiež ako kľúčový nástroj na víťazstvo v rámci konkurencie na trhu, na diferenciáciu, zvýšenie významnosti, zviditeľnenie kvalít. Múdre spoločnosti toto veľmi dobre vedia.

Čo si myslíte o presahoch grafického dizajnu a voľného umenia? Dajú sa tieto dve veci od seba separovať?

Hovoríte o voľnom umení. Ja si napríklad nemyslím, že grafický dizajn nie je voľný. Rozdiel je iba v cieľoch. Ak sa vrátime do roku 1919, Gropius v svojom manifeste Bauhausu hovorí, že nee-



„asfalto“ na milánskom trienále, výstava dizajnu a vizuálnej identity, klient: milánske trienále, kurátor: mirko zardini, 2002

kampaň mobilného operátora, gold medal art directors' club italia 2001 – korporátna identita, klient: leo burnett italia / blu

xistuje rozdiel medzi „umelcom a remeselníkom“. V tom čase označenie dizajnér ani neexistovalo. Bolo jasné, že umenie nie je profesia. Mohli by sme povedať, že dizajnér je umelec, ktorý vyrástol ako profesionál. Cieľom dizajnéra je splniť požiadavky klienta vo svetle spoločenského rastu, nielen kvôli ekonomickým pohnútkam. V tomto zmysle teda nie je obchodníkom ani kresličom.

Vnímate v posledných rokoch nejaký zásadný posun vo svete dizajnu?

Určite, bolo ich viacero.

Vezmime si len technologické zmeny, ktoré nastali za posled-

ných niekoľko rokov. Od vysokorýchlostného internetu cez nový System X od firmy Apple, nový dizajn typov písma až po Open Type. Fenomén blogov a vývoj v rámci kritiky grafického dizajnu a písania o ňom. Ďalej spomeniem Erasmus, výmenný program, ktorý umožňuje študentom študovať jeden rok v zahraničí. Vidím výsledky tohto masívneho pohybu študentov v našich dizajnerských agentúrach – je tam viac otvorených myslí, a tým pádom viac miesta pre kritiku a porozumenie. ■





012 udalosť



konferencia **cumulus 2007** v bratislave

text Silvia Lutherová foto Marko Horbán



1 Medzinárodnú konferenciu Cumulus v Bratislave otvorili svojimi príhovormi prof. Karol Weisslechner, rektor hostiteľskej inštitúcie – Vysoké školy výtvarných umení, ďalej Ján Mikolaj – podpredseda vlády SR a minister školstva SR, a napokon Christian Guellerin – prezident asociácie Cumulus.

2 Prvý deň konferencie sa venoval téme Design + Art. V rámci tejto sekcie vystúpili so svojimi prednáškami historik a teoretik dizajnu Jan Michl (na obrázku prvý sprava), historička dizajnu a antropologička Alison Clarke (druhá sprava), architektka Eva Jiříčná (v strede) a dizajnér a teoretik dizajnu Koen de Winter (druhý zľava). Diskusiu, ktorá nasledovala, viedol Michael Krohn (prvý sprava) zo Školy umenia a dizajnu vo švajčiarskom Zürichu.

3 V sobotu 13. októbra sa konali dva paralelné cykly prednášok v rámci spoločnej sekcie Design + Society. Prvá séria prednášok sa orientovala na problematiku dizajnu a produkcie na Slovensku. Prednášateľmi boli: historik a teoretik dizajnu Zdeno Kolesár (prvý sprava), dizajnér Bjorn Kierulf (druhý sprava), odevná dizajnérka Liběna Rochová (prvá zľava) a Katarína Hubová, riaditeľka Slovenského centra dizajnu (druhá zľava). Diskusiu moderovala Zdenka Burianová, regional advisor ISCID (v strede). Paralelne prebiehala séria prednášok na tému architektúry a urbanizmu v strednej Európe. Vystupovali: Jan Tabor, Univerzita výtvarných umení, Viedeň; Vít Halada, Katedra architektúry, VŠVU; Karin Raith, Univerzita výtvarných umení Viedeň a Klaus Stattman, Büro für Architektur und Forschung, Viedeň. Diskusiu viedla Monika Mitášová, ktorá pôsobí na VŠVU, v SNG a na AVU v Prahe.

4 Sobotné poobedie bolo venované téme Dizajnu a politike produkcie. Svoje projekty a názory prezentovali: Klemens Rosnagel – vedúci dizajnérskeho oddelenia AUDI, Mníchov (prvý sprava), riaditeľ dizajnu značky FORD, Christopher Bird (druhý sprava) a Štefan Klein – vedúci Ateliéru transport dizajnu na VŠVU (druhý zľava). Momentka zachycuje panelovú diskusiu, na ktorej práve hovorí Per Gyllenspetz z Yacht & Car Design/Innovation vo Švédsku. Vedľa Štefana Kleina sedí Anna Daučíková, prorektorka VŠVU pre zahraničné vzťahy.



014 udalosť



5 Prednáška Christophera Birda z dizajnerskeho oddelenia FORD-u.

6 Tvorivá atmosféra medzi jednotlivými prednáškami.

7 Konferenciu zavŕšila nekonvenčná recepcia pre hostí Cumulusu, ktorá sa konala v unikátnych priestoroch Múzea dopravy v Bratislave. Súčasťou programu bola aj prehliadka modelov študentov z VŠVU, kombinovaná s projekciou z Ateliéru transport design VŠVU.

8 Pútač konferencie Cumulus 2007 v Bratislave, umiestnený na fasáde Vysokej školy múzických umení, v ktorej prebiehali prednášky.

9 Michele Capuani z Domus Academy, Milano diskutuje s Klemensom Rossnagelom z dizajnerskeho oddelenia AUDI.

10 Spokojní organizátori konferencie – Karol Weisslechner, rektor VŠVU, a Anna Daučíková, prorektorka VŠVU pre zahraničné vzťahy. V pozadí sedí Jan Michl zo školy architektúry a dizajnu v nórskom Oslo.

11 Vizualný štýl a orientačný systém pre konferenciu vytvoril Palo Bálik



11



015



016 uhol pohľadu



dizajn z inej perspektívy

rozhovor s historičkou dizajnu a sociálnou antropologičkou

alison clarke sa uskutočnil pri príležitosti jej prednášky na medzinárodnej konferencii cumulus v bratislave.

text Soňa Lutherová foto Marko Horbán

Od histórie dizajnu k sociálnej antropológii

Čo vás motivovalo k štúdiu histórie dizajnu?

Keď som bola na škole, mala som dve možnosti univerzitného štúdia – jednou boli tzv. mierové štúdiá, politický odbor, ktorý sa, stručne povedané, zaoberal mierotvorcami. A to ma zaujímal. Druhá možnosť – história dizajnu – na počudovanie vyzerala tiež dosť politicky, no nie až tak „prvoplánovo“. Keď som študovala, história dizajnu bola formovaná marxistickou a sociálnou históriou – do veľkej miery sa bral ohľad na iné skupiny, než „veľkých umelcov“, ženy a robotnícku triedu... Takže som skončila s prihláškou na históriu dizajnu, pretože sa mi zdalo, že v sebe zahŕňa politiku, no je zároveň o každodenných

predmetoch. Zaujímal ma budovanie životného prostredia a prečo veci vyzerajú tak, ako vyzerajú. Túto otázku stále vnímam ako aktuálnu a dôležitú v rámci dizajnu – ako vnímame estetiku. V tom čase bola história dizajnu skutočne jediným študijným odborom, ktorý problematiku skúmal hlbšie ako tradičná história umenia.

Neskôr ste sa posunuli k štúdiu sociálnej antropológie. Spolupracovali ste so známym sociálnym antropológom, profesorom Danielom Millerom. Ako vás ovplyvnil?

Pamätám si, ako som prvý raz prečítala jeho knihu Materiálna kultúra a konzum. Robila som výskum o použití technológie v 60-tych rokoch. Môj výskum mal do veľkej miery historický charakter a preštudovala som veľa teórie v snahe kontextualizovať skúmaný problém. Potom



som natrafila na Materiálnu kultúru a konzum a skutočne ma zaujala. Táto kniha sa zaoberá otázkou, ktorú história dizajnu rieši prakticky počas celej svojej existencie: „Prečo ľudia využívajú práve tieto konkrétne veci v tomto konkrétnom historickom období?“

Používali ste už počas štúdia antropologické výskumné metódy, napríklad metódu orálnej histórie?¹

Jednoznačne. Vtedy bola história dizajnu veľmi pozitívne orientovaná voči metóde orálnej histórie. Bolo jednoduché nájsť dokumentáciu napríklad o Bauhause, rovnako ako o akomkoľvek inom dizajnerskom hnutí, ktoré sa rado samodokumentuje. Ale do akej miery to skutočne reprezentuje „žité“ predmety a kultúru? Robila som veľmi veľa orálnej histórie a niekoľko zúčastnených pozorovaní vtedajšej kultúry Tupperware – išlo o etnografický výskum kultúry istej korporácie, prostredníctvom ktorého som sa snažila porozumieť histórii dizajnu.

Porozumieť histórii dizajnu cez produkt

Mohli by ste nám priblížiť vašu knihu o Tupperware?²

Bola to intervencia do debaty o technológii, do diskusie o tom, ako chápeme estetiku a ako každodenné objekty a technológia získavajú významy mimo modernistického diskurzu. Výrobky Tupperware ste mohli nájsť v múzeách po celom svete – vrátane Museum of Modern Art v New Yorku a Design Museum v Londýne – prakticky každá zbierka dizajnu 20. storočia obsahuje Tupperware. A vysvetlenie bolo vždy modernistické – dôvodom je to, že ide o čistý, funkčný, modernistický objekt s nádherným aerodynamickým tvarom a že jeho dizajn zodpovedá produkčnému zámeru. Pripadalo mi neuveriteľné, že v neskorých 80-tych rokoch sme stále používali toto isté vysvetlenie vo väčšine literatúry o histórii dizajnu. Pritom v čase, keď som začínala s výskumom, vychádzalo mnoho kníh o konzume a materiálnej kultúre, čiže v nazeraní na „veci“ nastal jednoznačný posun k pohľadu z perspektívy konzumu... Tak som si pomyslela: „Ako vysvetlíme, že tento produkt je taký signifikantný a dostupný v 42 krajinách



sveta?“ Tupperware má svoj ikonický status, čo bolo pre mňa hlavným impulzom. Výsledky môjho výskumu ukazujú Tupperware ako výborný príklad produktu, v súvislosti s ktorým sa nesprávne interpretuje história dizajnu a mechanizmy populárnej materiálnej kultúry. **Vo vašich štúdiách je zjavný rodovo senzitívny prístup. Definujete samu seba ako feministku?** Jednoznačne áno. Nikdy by som sa nemohla ne-definovať ako feministka. Pamätám si, ako som v začiatkoch kariéry prvý raz prednášala študentkám a viaceré z nich povedali: „Nie sme feministky.“ Bolo pre mňa skutočne šokujúcim zistením, že na univerzite je generácia žien, pre ktoré bol feminizmus irelevantný. No zároveň sa mi zo strany feministiek ušlo veľa kritiky – moja kniha o Tupperware spočiatku vyprovokovala dosť extrémne reakcie zo strany feministických historičiek, pretože môj výskum podľa nich nebol správny z feministického hľadiska. Rozprávať o ženách ako o konzumentkách bolo v tom čase ako zľahčovať históriu žien. Podľa nich by sme sa mali zaoberať napríklad ženami političkami alebo spisovateľkami, čo považujem však za niečo ako znovuvytváranie dejín buržoázie. Veď kto sú ženy, ktoré sa stali političkami alebo osobnosťami v kultúre? Určite to nie sú tie bežné ženy, ktoré som chcela zachytiť v mojej práci o Tupperware.



Každodennosť

Ako vnímate vzťah dizajnu a umenia?

Počas mojej kariéry na univerzite som neraz prednášala v interdisciplinárnych kontextoch sochárom, výtvarníkom a dizajnérom. Zistila som, že najmä sochári veľmi dobre reagujú na moju prácu. Môže to byť špecifikum Veľkej Británie, no mnohí umelci sa tu zaujímajú o každodennosť – o žité obrady a materiálnu kultúru každodennosti. V Británii je mnoho umelcov, ktorí sa zaoberajú problematikou domácnosti, domova a materiálnej kultúry. Napríklad na Royal College of Art v Londýne som prednášala s Michaelom Landym, ktorý urobil skvelý projekt o tom, ako sa zbavil všetkých svojich vecí. Ide v zásade o projekt typický pre štúdiá materiálnej kultúry, ktorým spochybňuje rolu vecí v konštruovaní sociálneho a materiálneho sveta. Moja práca teda niekedy lepšie zodpovedá špecificky britskej kultúre voľného umenia. V Británii totiž nie je problém s témou každodenných predmetov, o ktorú sa

naopak niektorí ľudia na konferencii Cumulus príliš nezaujímajú. Oni si skutočne stále myslia, že „dobrý“ dizajn je o novom kávovare.

Na jednej strane prednášate o dizajne na univerzite, na strane druhej ste spolupracovali na programe televízneho kanálu BBC Home. Myslíte si, že je dôležité šíriť medzi laickou verejnosťou znalosti o dizajne?

Nie, obávam sa, že nie. Viaceré dôležité osobnosti histórie dizajnu sa usilovali reformovať verejnosť počnúc Williamom Morrisom. Úsilie dosiahnuť, aby mali masy lepší nábytok, lepšie životy... lepší vkus, je súčasťou modernizujúcej tradície. Myslím si, že moja pozícia a môj posun od histórie k antropológii predstavuje generačný posun k pomerne populistickému postoju. Väčšina súčasníkov na Royal College of Art, kde som bola na magisterskom štúdiu, sa viac zaujímala o každodennosť ako o vysoký vkus a kultúrne objekty. V skutočnosti ma vôbec nezaujíma otázka v intenciách hnutia Arts & Crafts, či majú ľudia pekné domovy s pekným nábytkom. V televíznom programe BBC Home som skúmala antropológiu dizajnu – ako žijeme životy, vzťahy a históriu cez veci. Ak niečo, tak program prezentoval skôr anti-vkus. Bol o zastavení obsesie vo vzťahu ku „kultúre vyhadzovania predmetov“. Nevie, či je to na Slovensku tiež aktuálne, ale v Západnej Európe a Severnej Amerike je najrýchlejšie rastúcim odvetvím v rámci dizajnu oblasť úložných priestorov a riešenie problému s nimi. Ľudia majú toľko vecí – čo s nimi urobia? Zoradia ich podľa priority. Tým skôr, že takzvaný „dobrý dizajn“ sa stal v Západnej Európe a Severnej Amerike prístupným. Produkty sú lacnejšie – nemusíte sporiť päť rokov na to, aby ste si kúpili sedačku, a interiérový dizajn funguje v rovnakých cykloch zmien ako módnny priemysel. Čiže si nakúpite všetky tie populárne časopisy a knihy, ktoré vám poradia, ako sa máte zbaviť vecí. Nemali by ste si odkladať blúzku alebo porcelán vašej starej mamy – zbavte sa ich! Predajte ich! Uvoľnite sa, oslobodte sa od vecí... Program Home vlastne komunikoval úplný opak: „Tieto predmety nie sú len o estetike. Sú o histórii vašej rodiny a predkov. Sú o vašej budúcnosti, vašej minulosti... majú význam, ktorý ďaleko presahuje módu alebo štýl.“ To znie veľmi konzervatívne, ale myslím si, že ide o veľmi zaujímavý kultúrny moment pre



dizajn a materiálnu kultúru, keď sa zbavovanie sa predmetov stalo takmer náboženstvom. Nieкто by mohol namietaf, že ide o úplne prirodzenú reakciu na fakt, že domy sa zmenšujú, že sú omnoho drahšie a že ľudia sa častejšie sťahujú a nemajú kam ukladať svoje veci. Toto je určite jeden z faktorov, no myslím si, že ide najmä o kultúrnu dispozíciu hodnú ďalšieho zamyslenia sa.

Dizajn ako kritická intervencia

Čo si myslíte o fenoméne dizajnérov posúvajúcich sa do roly voľných umelcov?

O tomto probléme som sa usilovala rozprávať počas mojej prednášky na konferencii Cumulus. Je veľmi zaujímavé, že dva predmety na Royal College v Londýne vyučujú dizajnéri, ktorých tvorbu mnohí ľudia z dizajnérskeho prostredia „odsudzujú“ ako umenie. Pre nich to nie je dizajn, ale umenie, pretože sa zaoberá skôr hypotetickým, ako funkčným či želateľným. Ľudia ako napríklad Noam Toran, ktorý tvorí objekty vzťahujúce sa na rodinný život alebo sexuálnu disfunkciu – sú veľmi provokatívni a kladú širšie otázky o úlohe dizajnu vo svete saturovanom vecami. Všetci vieme, že umenie sa posunulo do módy, dizajnu a architektúry už veľmi dávno... Nevidím žiadny problém v tom, aby sa dizajnéri oslobodili a mohli kriticky myslieť tak, ako to smú umelci, a aby sa rozmýšľalo o dizajne ako o činnosti kritickej intervencie.

Ako je to teda – dizajn sa vzďaľuje od spotrebiteľov, alebo voľné umenie sa k nim približuje?

Myslím, že oboje. Pred pár rokmi som na Royal College zorganizovala sympóziu Interior insights: Design, Ethnography and the Home, kde sa stretli zástupcovia firmy Intel, jednej z najväčších technologických korporácií, a ľudia ako Fiona Raby, Tony Dunne, Noam Toran. Bola to veľmi plodná diskusia. Odvtedy Intel urobil aspoň dva projekty s Tonym Dunneom a Fionou Raby. Jedným z nich boli takzvané Evidence Dolls. Išlo o bábiky, ktoré zbierali DNA na to, aby si ženy mohli dlhodobo vyberať svojich partnerov, a to tak, že si ich DNA tajne uchovávajú – čo je podľa mňa skvelý komentár vzťahujúci sa k dizajnu a bio-technológii. Spoločnosti ako Intel používajú

antropológov a kritických dizajnérov, aby sa pozreli na už existujúce produkty a hypoteticky rozmýšľali nad budúcnosťami. Myslím si, že tieto dva svety – svet konceptuálneho umenia a svet konzumentov – majú spoločného oveľa viac než navrhovanie novej šálky na čaj.

Vo vašej prednáške na Cumuluse v Bratislave ste spomenuli potrebu konfrontovať stereotypný spôsob nazerania na históriu dizajnu. Antropológia je istým spôsobom tiež o konfrontovaní mýtov. Dá sa to povedať aj o vašej práci?

V súčasnosti sa usilujem chápať dizajn z inej perspektívy. Daniel Miller a ďalší ľudia, ktorí píšú o konzume z pohľadu spoločenských vied, vedia veľmi dobre hovoriť o predmetoch a súvisiacich sociálnych vzťahoch. No nemusia sa zaoberať tým, ako veci „vyzerajú“. V projekte, na ktorom momentálne pracujem, sa usilujem skúmať mýty vo vzťahu ku konzumu dizajnu. Chcem zistiť, čo sa deje, keď ľudia investujú do dizajnu. A to sa týka lacného, ako aj drahého dizajnu – od výrobkov Tesco vyššie. Jedným z hlavných problémov, ktoré obnáša vyučovanie na starej európskej univerzite špecializovanej na úžitkové umenie, je fakt, že tu stále existuje očakávanie, že sa budete venovať iba jednému odboru. Buď ste historik produktového dizajnu, alebo ste historik grafického dizajnu ponúkajúci prehľad o dobrom dizajne v tomto odvetví. Samozrejme, všetky tieto odbory majú svoju vlastnú históriu a mali by mať svojich špecialistov, no keď príde na teoretizovanie, ako môžete tieto oblasti od seba oddeliť? Potrebujete teoreticky fundovaný prístup. Nikdy by som nemohla porozumieť domovom ľuďom bez toho, aby som nechápala problematiku časovej podmienenosti alebo mechanizmy súčasného módného priemyslu. Znalosť histórie nábytku od modernizmu k postmodernizmu v tomto zmysle asi nie je dostačujúca na porozumenie súčasného materiálneho sveta, v ktorom všetci žijeme. ■

1 Orálna história je termín označujúci vedeckú výskumnú metódu pozostávajúcu zo zaznamenávania osobných životných príbehov informátorov prostredníctvom rozhovorov. (pozn. S. L.)

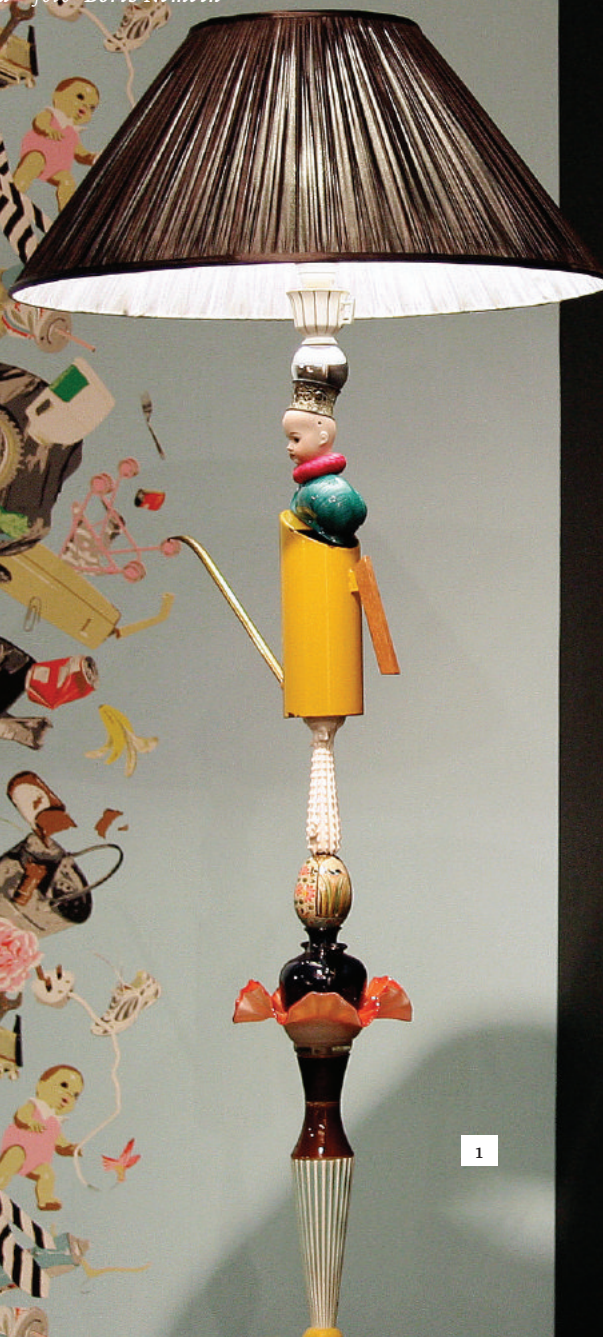
2 Tupperware je svetoznáma značka výrobkov do domácnosti – najmä plastových nádob určených na servírovanie a uschovávanie potravín. (pozn. S. L.)

020 výstava

my world

drama všedného života

text *Silvia Lutherová* foto *Boris Németh*



committee – čiže manželia harry richardson (1975) a clare page (1975) sa stretli ešte ako študenti umenia na liverpoole art school. narastajúca nespokojnosť so separáciou umenia od každodenného života ich viedla k spoločnému odhodlaniu skúmať bežnosť a banálnosť prostredníctvom dizajnerskej tvorby. v roku 2001 vytvorili dizajnerske duo committee a tri roky na to sa celosvetovo preslávili svojimi „kebab lampami“.

Projekt Kebab lamp predstavuje sériu lamp vytvorených technikou asambláže, ktorá spája zdanlivo ľubovoľné, no v skutočnosti starostlivo vyselektované kolekcie odhodených, nepotrebných predmetov. Každá lampa pozostáva z jedinečnej kombinácie porcelánových zvieratiek a ľudských figúrok, sklenených váz, škatuliek a ďalších bizarných objektov, ako napríklad rukavíc, fajok či dokonca topánok. Committee sa pritom neusilujú o sociálnu kritiku či satiru, ale, ako sami hovoria, zaujíma ich téma „drámy každodennosti“ či „hľadanie kvalít a atraktivity v zdanlivo obyčajných a nepodstatných veciach“.

V roku 2005 boli Committee prizvaní k účasti na výstave My World – nová subjektivita v dizajne, ktorú usporiadala sekcia architektúry a dizajnu organizácie British Council pri príležitosti lisabonského bienále dizajnu Experimenta. Projekt spojil tvorbu siedmich mladých britských dizajnérov, ktorí svojím individuálnym prístupom k dizajnerskej tvorbe reagujú na uniformitu a stereotypnosť globalizovanej produkcie. Vytvárajú tzv. personalizovaný dizajn, pre ktorý je príznačná vlastná identita, naratívnosť a emocionálnosť vychádzajúca zo subjektívneho vnímania tvorcu (viac o výstave My World nájdete v designum 6/2006, alebo na www.sdc.sk, pozn. red.). Committee navrhli pre My World intímnu inštaláciu pozostávajúcu z Kebab lampy, skladacieho stolíka Origami a ručne i digitálne tlačených interiérových tapiet.

Výstava bola koncipovaná ako putovná a v priebehu dvoch rokov navštívila viacero európskych krajín. Vďaka jedinečnej spolupráci British Councilu a Slovenského centra dizajnu sa v novembri 2007 podarilo výstavu priviesť aj do Bratislavy. Ďalším mestom v poradí je New York, takže Bratislava sa stala posledným miestom jej prezentácie v Európe.

Na otvorení výstavy v design factory sa osobne zúčastnil a o svojej tvorbe prednášal aj Harry Richardson z Committee. Pri tejto jedinečnej príležitosti sme sa s ním porozprávali nielen o príbehu slávnej Kebab lampy, ale aj o projekte pre My World.





2

Čo tvorí ideu vášho projektu vytvoreného pre výstavu My World?

Obe časti inštalácie pre My World – tapety aj lampa – sú inšpirované jednou a tou istou bezprostrednou skúsenosťou z prostredia, ktoré obklopuje naše bydlisko v južnom Londýne. Konkrétne sú to hĺbky odpadkov nachádzajúce sa v okolí domu, v ktorom bývame. Tapeta s názvom Flytip (ilegálna skládka) zobrazuje akt vyhodenia odpadkov kdekoľvek na ulici. Keď sme tento projekt vymýšľali, páčila sa nám predstava, že dáme smetiu dôležitosť, vezmeme ho z ulice a zvýznamníme ho. Usilovali sme sa zobraziť akýsi posledný tanec vyradených predmetov. Zostavili sme z nich určitú kolekciu prvkov, ktorá poskytne radosť ešte pred tým, než upadne do zabudnutia. Keď sa bližšie pozriete na tieto vznášajúce sa veci, nie je vám úplne jasné, či sú hodnotné a pekné. Po odslúžení letia do nebeskej skládky, alebo padnú

naspäť na zem.

Ako je tento koncept stvárnený v prípade lampy?

Koncept je podobný, ale v prípade Kebab lampy už ide viac o formu, vlastne o dizajn. Lampa je akousi postmodernou dilemou medzi účelnosťou a dekoratívnosťou. Navyše každá takáto lampa je jedinečná. V našom ateliéri máme tisícky objektov, z ktorých môžeme lampy skladať.

Variabilita je v tomto prípade nekonečná.

Chcete inšpirovať ľudí k recyklovaniu odpadu kreatívnym spôsobom, aby z neho sami vytvárali nové predmety?

Často dostávame otázku, či ide o ekologický dizajn. Skutočne by sme radi priviedli ľudí k tomu, aby sa na staré veci znovu a pozornejšie pozreli. Keď sú veci odhodnené na smetisku, nepôsobia atraktívne. Ale keď ich od seba pooddeľujete, môžu ponúkať nové využitie a znovu získať význam.

Kebab lampa vzbudila v čase svojho vzniku veľkú

pozornosť. V súčasnosti je už zaradená do reprezentatívnych knižných výberov dizajnerských počínov 21. storočia.

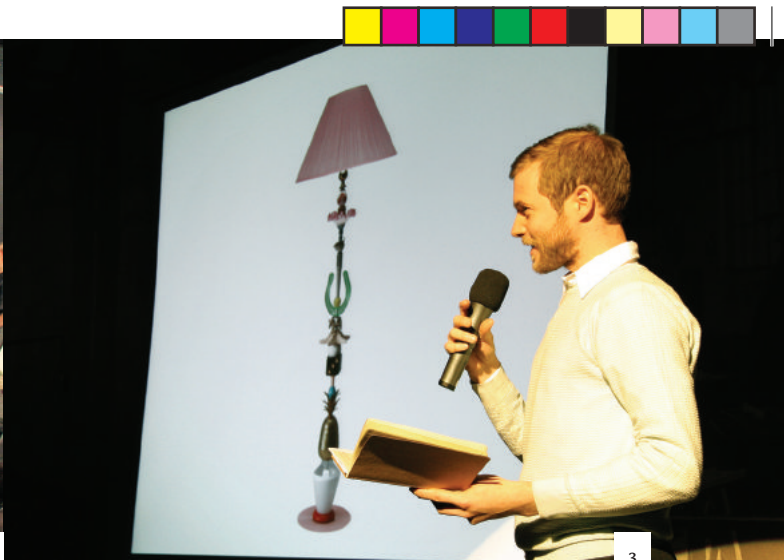
Pokračujete ešte v rozvíjaní tohto projektu?

Po prvýkrát sme takúto lampu vytvorili v roku 2004 a odvtedy ich pribudlo okolo štyridsaťpäť. Ich výroba nie je jednoduchá, pretože vždy ide o novú formu, tvary, farebnosť. Usilujeme sa hľadať predmety – prvky, ktoré sa k sebe navzájom hodia. Keďže sme lampy vytvárali vlastnoručne, môže ísť jedine o limitovanú produkciu, pretože v súčasnosti sa už s Clare orientujeme na nové projekty a nemáme na výrobu lúč toľko času. Navyše, v tomto projekte je dôležitým činiteľom vkus – každý z nás má individuálny vkus, a preto vlastne nemá význam, aby takúto lampu vyrábala niekto za nás pre nás. Preto každému odporúčam vyskúšať si výrobu Kebab lampy, keď sa chce doma zabaviť.

Považujete tento projekt za



2



3

svoj doposiaľ najúspešnejší?

Áno, bol to neuveriteľne úspešný projekt. Bolo úžasné, že zaujal toľkých ľudí. Lampy nás spropagovali po celom svete, precestovali sme s nimi pätnásť krajín a vďaka nim sme robili s viacerými výrobcami na rôznych interiérových projektoch.

Výstava My World má podtitul „Nová subjektivita v dizajne“.

Myslíte si, že súčasný dizajn skutočne potrebuje individualizovať? Akú úlohu v tom môže zohrať remeslo?

Domnievam sa, že je to reakcia na dlhé obdobie pôsobenia mainstreamovej strojovej výroby predmetov. V súčasnosti začína byť atraktívne ozvlášťňovať veci osobnou skúsenosťou. Myslím si, že sa pri tom dá uplatniť predovšetkým ručná výroba, ako jeden z aspektov remesla, čiže dotyk rúk konkrétneho človeka, ktorý na predmete zanechá stopu. Práve osobným, špecifickým vstupom človeka do výroby môže remeslo inšpirovať dizajn. Tento

rozmer chýba najmä v prípade masovo vyrábaného dizajnu.

Vy ste však neštudovali dizajn, ale maliarstvo. Ako zúročujete svoje štúdium vo svojej dizajnerskej praxi?

Nielen ja, ale aj Clare študovala maliarstvo. Dlhو sme sa napríklad zaujímali o maľbu na tapetách v 19. storočí. Boli to neuveriteľné diela, ktoré nás fascinovali svojou detailnou prepracovanosťou. Boli geniálnou alternatívou voči nástennej maľbe a ovplyvnili nás pri vytváraní nášho projektu s tapetami Flytip. Užívali sme si prácu na dvojdimenzionálnom projekte a radi by sme v ňom aj pokračovali, nebyť iných prác, ktorým sa momentálne venujeme.

Čo vás priviedlo od voľného umenia k dizajnu?

Ako študent som mal predstavu slobodného výskumu vizuálneho jazyka nezaťaženého nejakým konkrétnym záujmom alebo zameraním. Ale vždy som sa zaujímal aj o dizajn, aj keď ide o natoľko odlišné sféry

vyjadrovania. No keď som mal možnosť cestovať s dizajnom po celom svete, stal sa odrazu pre mňa hrou a ja som sa stal jej súčasťou. A to ma zaujalo viac ako voľné umenie.

Myslíte si teda, že prostredníctvom dizajnu možno jednoduchšie komunikovať?

Myslím si, že ide o čosi podvedomé. Na veci okolo seba reagujeme automaticky, deje sa to z našej prirodzenosti. Preto sa aj spätne, s odstupom času, stávajú bežné predmety svedectvom ľudských životov. ■

- 1 inštalácia Committee, tapety Flytip, Kebab lampy, 2004
- 2 pohľad do inštalácie My World v design factory v Bratislave
- 3 prednáška Harry Richardsona

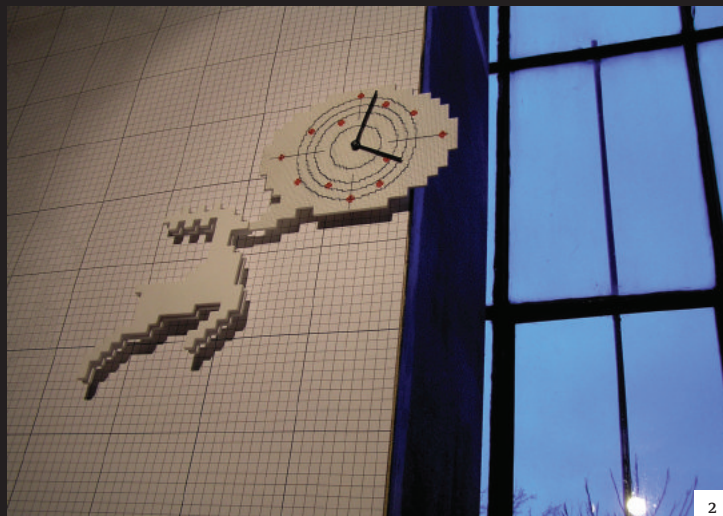


025 výstava



dizajn môjho sveta

text a foto *Silvia Lutherová*



po prvýkrát som sa s výstavou britského dizajnu my world – nová subjektivita v dizajne stretla pred rokom, keď bola prezentovaná v rámci bienále dizajnu bio v Ľubľane, a zaujala ma natoľko, že som sa rozhodla vyskúšať priviesť ju aj na slovensko. na moje prekvapenie sa tento nápad ukázal ako reálny, rozvinula sa jedinečná spolupráca medzi british councilom a slovenským centrom dizajnu, prípravy nabrali rýchly spád a 30. októbra 2007 sme výstavu otvorili v priestoroch design factory.

Kľúčovou témou projektu My World, ktorý pripravila Sekcia dizajnu a architektúry v organizácii British Council ešte v roku 2005, je hľadanie a iniciovanie individuálnych tvorivých alternatív ku monotónnej podobe sériovej dizajnerskej produkcie. Téma negatívneho dopadu unifikovanej masovej výroby a technologického rozvoja na estetické a obsahové kvality dizajnu je stará ako dizajnerský odbor sám. Kritika obsahovej i formálnej povrchnosti, banálnosti či stereotypnosti masovo produkováných predmetov ide ruka v ruku so snahou o obrodu dizajnerskej tvorby, zdôrazňovanie sociálnych či psychologických významov a úloh dizajnu, a takisto väčšiu mieru zodpovednosti a zaangažovanosti dizajnérov. Líšia sa len spôsoby, akými sa tieto ciele majú dosiahnuť. Aj v našej súčasnosti rezonujú podobné úvahy, vyvolané tentoraz všeobecne komentovaným problémom globalizácie a kultúry

konzumu, a takisto rapídny napredovaním vo vývoji technológií. Ako dôsledok tohto procesu sa zvykne označovať tzv. „spriemerovanie vkusu“, strata lokálnych či národných špecifik v produkcii, stereotyp vo využívaných vizuálnych prostriedkoch a v neposlednom rade rezignácia na presadzovanie osobitého prejavu či názoru. „Znamená to, že v čase, keď technológie umožňujú vyrábať dokonalé a všeobecne dostupné predmety a globalizácia obchodu a komunikácie z univerzálnila vizuálny jazyk, dizajnéri, ale rovnako aj konzumenti začínajú pociťovať nudu?“ uvažujú autori koncepcie My World. Je pozoruhodné, že aj na začiatku 21. storočia, podobne ako mnohokrát v minulosti, vzniká úsilie hľadať riešenie týchto problémov v sofistikovanej remeselnej tvorbe a väčších nárokoch na výrobcov. Kurátori My World hovoria o „zrode nového remesla v dizajne“, ktoré môže mať niekoľko podob. Na jednej strane to môže byť uplatnenie



digitálnej technológie v dizajne, ktorá poskytne nové prostriedky na sebaujavenie. Alebo sa do medzinárodného dizajnu a systému produkcie môžu vkladať lokálne remeselné tradície. Inou možnosťou je využitie metód recyklovania či manipulovania banálnych priemyselných produktov do nových zmysluplných objektov. A napokon, perspektívu ponúka aj evolúcia novej distribučnej siete mimo konvenčných komerčných kanálov. Všetky tieto eventuality propagujú a uplatňujú diela v kolekcii My World.

Nájdeme tu však ešte čosi viac, čo výrazne odlišuje súčasné zvyčajňovanie remeselných postupov od predchádzajúcich období – tentoraz je východisko skryté priamo v subjekte dizajnéra, čiže autora. Dizajnér má sám hľadať spôsob, ako dosiahnuť jedinečnosť v procese mohutnej produkcie. Túto

tendenciu reprezentujú aj diela pre My World, autori zdôrazňujú vo svojich produktoch vlastné kvality, osobný motív alebo príbeh, privátnu mytológiu. No netreba zabúdať, že My World reaguje na situáciu v krajinách s výrazne rozvinutým trhom a dizajnérskou produkciou. Preto je zaujímavé, keď sa tieto diela vystavujú v štátoch s inou úrovňou postavenia dizajnárskej tvorby. V kontexte každej navštívenej krajiny nadobúdajú odlišné významy. Niekde môžu pôsobiť inšpiratívne, inde naopak provokatívne. Výstavu sme teda priviezli na Slovensko, kde je stav dizajnárskej produkcie, povedzme „v procese pomalého, ale istého progresu“. Tradícia zdôrazňovania subjektívneho autorského rozmeru, kreativity či osobného vzťahu k materiálu a výrobe dizajnérského produktu je tu však dlhodobo silná. Dizajn na Slovensku sa často vyznačuje

kvalitami remeselnej výroby, alebo obsahuje prepracovaný konceptuálny kontext, čo ho zasa približuje k prostriedkom tzv. voľného umenia.

Preto som sa rozhodla povzbudiť dialóg medzi britským a slovenským dizajnom nového typu, a to prostredníctvom doplnenia siedmich britských autorov o jedného slovenského dizajnéra. Respektíve dizajnérku Sylviu Jokelovú, ktorá sa tak stala slovenským hosťom výstavy My World.

Výber Sylvie Jokelovej nebol náhodný. Sylviinu tvorbu charakterizuje prepájanie prístupov tradičnej domácej rukodielnej výroby a sofistikovaných technológií súčasnej sériovej produkcie, a navyše patrí medzi najvýraznejších predstaviteľov generácie mladých slovenských dizajnérov, ktorí sa svojou tvorbou usilujú prehodnocovať význam a vnímanie predmetov

tvoriacich životné prostredie našej spoločnosti. Sylvia vytvorila pre výstavu My World v Bratislave špecifickú inštaláciu, ktorá reprezentuje a zároveň kritizuje predstavu privátneho pracovného kútika pre ženu 21. storočia. Inštaláciu „Dizajn podľa vzoru“ tvoria tri samostatné kolekcie spojené ideou, ktorá provokuje k novému pohľadu na bežné predmety a k porušeniu konvenčných predstáv o postavení a práci dizajnéra ako tvorcu a udržiavateľa „dobrého vkusu“. Sylvia v projekte nadväzuje na svoj predchádzajúci tvorivý výskum na tému sociálnej a psychologické funkcie dizajnu na pozadí gendrových súvislostí. V inštalácii spája zdanlivo protikladné oblasti: tradíciu domácej rukodielnej výroby a ľudového umenia s vlastnosťami sériovej produkcie priemyselných výrobkov, estetiku braku a gýča

či citácie populárnych trendov s konceptuálnym kontextom. Východisko jej dizajnerskej tvorby tvoria ručné ženské práce, čo odporuje zaužíwanej predstave o vznešenom pôvode umeleckej inšpirácie. Produkty Sylvie Jokelovej ironizujú obľubu typických ženských hobby – časopisov, ktoré majú „formovať“ ženskú kreativitu. Sú vlastne priemyselnými polotovarmi, ktoré si má užívateľ, nielen ženského pohlavia, samostatne dotvoriť. Spochybňovaním rodových stereotypov nadobúdajú známe znaky, tradície a mýty nové, nekonvenčné významy.

My World / Môj svet – názov výstavy a zároveň označenie pre tento nový, zatiaľ ťažko predvídateľný fenomén vzťahu dizajnu a remesla. Autori pôvodného projektu ho považujú za veľmi výstižný,

pretože každý významný čin alebo posun, a to nielen v dizajne, ale v ktorejkoľvek sfére života, vždy vychádza z intenzívneho osobného vzťahu a angažovanosti. Zdá sa, že môže ísť o dôležitú zmenu, ak sa dizajnéri, výrobcovia i konzumenti dožadujú prejavov individuálneho zásahu do dizajnu. Slovom kurátorky Emily Campbell: „Subjektivita má novú silu – nová generácia dizajnérov vytvára svet podľa vlastnej predstavy a pozýva ostatných ľudí, aby doň vstúpili.“ ■

Inštalácia Dizajn podľa vzoru vznikla vďaka podpore občianskeho združenia ARTMISIA.

- 1 inštalácia Dizajn podľa vzoru, Sylvia Jokelová, 2007
- 2 detail inštalácie Dizajn podľa vzoru, Sylvia Jokelová
- 3 pohľad do inštalácie výstavy My World v Bratislave

workshop so skirtgirl

pri príležitosti výstavy my world pozvali british council a slovenské centrum dizajnu do bratislavy aj ďalšieho zo zúčastnených autorov – textilnú dizajnerku alison willoughby, aby usporiadala niekoľkodňový workshop na vysokej škole výtvarných umení v bratislave. alison na výstave participuje sériou suknií, na ktorých uplatňuje rozmanité autorské metódy zdobenia a techniky práce s textilným materiálom.

Hoci sa venuje aj navrhovaniu pánskeho a dámskeho oblečenia a občas i navrhovaniu inštalácií pre obchody a galérie, medzinárodne sa etablovala práve svojimi osobitými, ručne robenými sukňami, kvôli ktorým zvykne byť označovaná ako „skirtgirl“ (sukňové dievča). Tvorivý seminár bol určený predovšetkým študentom z nižších ročníkov, ktorí si mali pod dohľadom Alison Willoughby osvojiť nové techniky a aplikovať ich pri výrobe vlastných modelov suknií.

Alison Willoughby sa začala zaujímať o textil počas štúdia na Foundation Art and Design Trowbridge College vo Wiltshire. Experimentovala s dezénmi, s rôznymi druhmi papiera, farbivami, tlačou. Čoskoro začalo byť zjavné, že textil je sférou, v ktorej sa Alison našla. Neskôr bola prijatá na Glasgow School of Art na oddelenie tlačných a pletených textílií a práve tu vyvinula vlastnú metódu narábania s textíliami, kombinovania



galantérneho materiálu a vytvárania zvláštnych vzorov a vrstvení. V roku 2001 pokračovala Alison na Royal College of Art – na magisterskom štúdiu Constructed Textile Mixed Media.

V tomto období sa začala zaujímať o špecifický typ sukne – kilt. Navštívila Škótsko, kde si na špecializovaných kurzoch osvojila ich výrobu. Alison vníma sukňu ako čistý, nestrojený, až nadčasový priestor – plochu na tvorbu, ktorá poskytuje nekonečné možnosti zdobenia ako trojdimenzionálnymi objektmi, tak drobnými plošnými prvkami. Alison experimentuje s rôznymi technikami: vystrihovaním, maľovaním, tlačením, značkováním, vyšívaním, prešívaním, trhaním, vytvára trhané, krájané, cizelované a modelované tvary.

Alison získala prestížnu cenu Craft Council Developent v roku 2002 a v roku 2004 bola vybraná k účasti na Chelsea Craft Fair, čo je najdôležitejšie profesionálne podujatie týkajúce sa remesiel vo všetkých podobách v Európe.

„Potešilo ma, že práve v našom Ateliéri odevného dizajnu na VŠVU v Bratislave sme mohli absolvovať workshop vedený Alison Willoughby. Táto mladá kreatívna textilná výtvarníčka z Veľkej Británie priniesla iný pohľad na tvorbu sukne – sukne ako výtvarného artefaktu.“

Potlačila strih a vyzdvihla materiál, štruktúru, vzor. Keďže sa tejto problematike intenzívne a dlhšie venuje, má bohaté skúsenosti a zručnosti. Pootvorila nové možnosti a pohľady na odevný dizajn. Zameranie nášho ateliéru je orientované aj na využitie autorských textilných techník, takže workshop sa hodil do programu a obohatil našu prácu o medzinárodnú skúsenosť. Alison svojou bezprostrednosťou a otvorenosťou inšpirovala študentov a vytvorila kreatívnu atmosféru. Hľadanie nových, netradičných štruktúr bude pre študentov určite poučením, ale aj posunom v myslení a tvorbe. Práve takéto medzinárodné konfrontácie sú pre študentov veľmi obohacujúce a prospešné. Budem veľmi rada, keď aj v budúcnosti budeme môcť absolvovať podobné aktivity organizované SCD.” ■

Júlia Sabová, vedúca Ateliéru odevného dizajnu VŠVU

- 1 sukňa, Alison Willoughby
- 2 sukne A. Willoughby na výstave My World v Bratislave
- 3, 4 workshop
- 5 Alison Willoughby na workshope v Ateliéri odevného dizajnu





030 mladý talent



na móle s eleganciou koní

text **Mária Nepšinská**

foto **Branislav Šimončík Martin Vratko**

marcel holubec w. (1980) je úspešný absolvent vysokej školy výtvarných umení v Bratislave. študoval na oddelení textilného dizajnu v ateliéri u silvie fedorovej akad. mal. a neskôr asistentky márie fulkovej mgr. art. cestu si však našiel aj do blízkeho ateliéru módného dizajnu, ktorý vedie doc. júlia sabová mgr. art. jeho talent sa preto prejavuje nielen v oblasti originálnych textilných produktov, šperkov, doplnkov, ale aj v tvorbe

módnych kolekcií.
rovnako intenzívne
pri nich spolupracuje
s autormi z rôznych
odvetví, ako sú
návrhári, šperkári,
fotografi a pod.

PEPINIÈR

foto - Branislav Šimončík

styling - M. H. W.

šperky - Bety K. Majerníková

topánky - Fiorangelo

vlasy - Janko Molnár

make-up - Lukáš Kimlička

modelky -

Martina / Cardem J Models,

Nikola B / Exit Model Management

Marcelovým ostatným úspechom na poli módného návrhárstva je získanie prestížneho ocenenia v súťaži Top Styl Designer 2007 na jubilejných 30. medzinárodných veľtrhoch módy Styl a Kabo v Brne. Zaujímavým faktom je, že je už štvrtým Slovákom, ktorému sa podarilo uspieť v medzinárodnej konkurencii (v minulých ročníkoch si víťazstvo vychutnávali Lukáš Kimlička, Andrea Kvasnicová a Mária Štranečková). Ako najnovšieho držiteľa titulu Marcela čaká okrem profesionálneho zviditeľnenia sa aj vytvorenie novej kolekcie odevov, ktorou sa predstaví vo februári nasledujúceho roka na International Fashion Show Styl a Kabo.

Kolekcia PEPINIÈR, inšpirovaná eleganciou a krásou koní, oslovila nielen porotu, ale aj publikum. Možno i preto, že v tomto predstavení bol dotiahnutý každý detail - od účesov modeliek od Janka Molnára cez doplnky až po pozadie módnjej prehliadky, dotvorené videoprojekciou Branislava Vinczeho s motívom bežiacich koní. O víťaznej prezentácii sa predseda poroty Josef Ťapfuch vyjadril slovami: „Holubcova

kolekcia mala nápad - v koncepte, v realizácii a v show, ktorá nebola samoúčelná. Na jeho prehliadku ľudia celkom určite nezabudnú.“

Hlavným motívom kolekcie PEPINIÈR sú kone, ktorým je venovaná: kobyľám Jasnej, Fany a Lady. Pri tvorbe sa Marcel inšpiroval samotným životom koní, ich čistotou, úprimnosťou a krásou. „Môj otec ma od malička viedol k vzťahu ku zvieratám. Raz môjmu bratovi kúpil dva kone, a keď som po prvý raz vysadol na konský chrbát, vtedy sa to vo mne zlomilo. A tak je to so mnou dodnes. Mám svoju kobyľu, ktorá bola inšpiráciou tejto kolekcie. Predtým som mal dve kobyly, ale zahynuli. Čerpal som zo svojich zážitkov s nimi. Inšpiráciou sú práve preto, že ich mám rád a ku všetkým trom som mal silný vzťah. Fascínuje ma komunikácia



032 mladý talent





marcel holubec

medzi nimi samotnými - komunikujú len pohybom, očami. A samozrejme, je to aj samotné jazdenie, tá rýchlosť, keď sa vám obrazy okolo striedajú tak rýchlo, že ich niekedy nestačíte ani vnímať... to je úžasné." (M. H. W.)

V rovnakej miere ako zo života koní sa Marcel inšpiroval aj jazdeckou módou, šermom či kovovým brnením pre rytierov a kone. Kolekcia mapuje život človeka a zvierata, ich neverbálne spojenie duší prostredníctvom dotykov, zvukov, pohybov, vôní a pohľadov bez jediného slova. Ako materiály zvolil hodvábný elastický satén, hodvábnu organzu, hodváb, bavlnu a tyl v jemných pleťových a bielych odtieňoch. Na docielenie žiadaných foriem dámskych odevov použil plisovanie. Kolekciu dopĺňajú šperky Betty K. Majerníkovej a doplnky Noémi Kolčákovej-Szakállovej.

Aj fotodokumentácia ku kolekcií sa nesie v duchu kontrastov, ktoré k Marcelovej tvorbe neodmysliteľne patria. Modelky odeté v ľahkých, jemných a čistých róbach pózovali tentoraz v priestoroch konských stajní a spoločnosť im robili práve kone.

Kolekcia PEPINIÉR nie je Marcelovou prvou sólovou kolekciou. Predchádzala jej kolekcia LOVE SEX FASHION, v ktorej sa symbolicky prelínajú dva životy: muža a ženy.

Kolekcia je ladená v dominantnej bielej, doplnkovej červenej a čiernej farebnosti. V materiáloch prevláda satén, plavkovina, elastický tyl a klasický tyl, ktoré dotvárajú florálne a náboženské

PEPINIÉR

foto - Branislav Šimončík

styling - M. H. W.

šperky - Bety K. Majerníková

topánky - Fiorangelo

vlasy - Janko Molnár

make-up - Lukáš Kimlička

modelky -

Martina / Cardem J Models,

Nikola B / Exit Model Management



FOLK COUTURE

Handbags,

foto - Martin Vratko,

kabelka - M. H. W.

hodvábne bolierko a body

- Janka Kuzmová

náhrdelník so srdcami

- Bety K. Majerníková

make-up & vlasy - Semi

modelka - Martina T / Shot

Model Management

motívy aplikované sublimačnou tlačou. Odevy dopĺňajú šperky Barbory Dzurákovkej a kabelky Noémi Kolčákovkej-Szakállovej. Kolekcia bola predstavená na brnianskom Styl a Kabo v roku 2006.

Kolekciu ETNO BEAT, ktorá sa inšpirovala slovenským ľudovým odevom pretaveným do súčasného štýlu v duchu módnych trendov, vytvoril Marcel spolu s dizajnérkou Michaelou Luptákovou. Predstavili ju na brnianskom Kabo a Styl v roku 2005. Odevy vychádzali z dekoratívnych motívov, farebnosti a strihu tradičných krojov a uplatnila sa v nich silná symbolika regionalizmu, prežívajúca najmä vo vidieckom prostredí (pozri designum č. 6/2005, str. 22-24).



K ďalším Marcelovým úspechom sa radí medzi inými aj účasť na Fashion show FOLK COUTURE v New Yorku (2006), kde sa predstavili mladí slovenskí dizajnéri. Pri tejto príležitosti vytvoril kolekciu Love Sex Fashion a kolekciu kabeliek ku kolekcií odevov dizajnérky Jany Kuzmovej. Kabelky sú zdobené kovovými srdiečkami od Betty K. Majerníkovej. Za túto sériu získal 1. miesto v súťaži Kruhy na vode v kategórii Odevný doplnok a šperk. V tom istom roku Marcel Holubec zaujal aj na Medzinárodnom veľtrhu remesiel TALENTE 2006 v Mníchove, kde sa prezentoval kobercom Story of Teddy-bear (interiér pre známu osobnosť), pričom ako inšpirácia mu slúžili maľby známeho slovenského maliara Ivana Csudaia. „Tvaroslovie jeho obrazov a filozofia naratívnych bublín boli hlavnými bodmi pre moju prácu, spracovanú kombináciou kelimovej techniky a viazaného perzského uzla. Pod odnímateľnými polguľami je vytkaný comics, ktorý rozpráva o mne. Sú to malé tajomstvá, ktoré v sebe ukrýva.“ (M. H. W.) Koberec bol následne odkúpený do súkromnej zbierky.

Jedna etapa tvorby sa pre Marcela Holubca uzavrela impozantnou prehliadkou na brnianskom veľtrhu, no čaká ho ešte dlhá cesta za ďalšími úspechmi v nastúpenej kariére módného návrhára. Jeho kreatívny duch je zárukou, že o ňom ešte budeme počuť. ■



praktický a svojrázny – aj tak by sa dal charakterizovať dizajn poprednej francúzskej dizajnerky matali crasset. narodila sa v roku 1965 v châlons-en-champagne, vyrastala na vidieckom statku. bezprostredne po škole začala študovať marketing, čoskoro sa však preorientovala na produktový dizajn na parížskej école nationale supérieure de création industrielle. po štúdiu sa zamestnala u denisa santachiara v miláne, kde pôsobila rok. po návrate do paríža v roku 1993 získala miesto u philippa starcka. starck jej prenechal crasset pozíciu tvorkyne nového dizajnu pre celý produktový rad elektrospotrebičov firmy thomson, na ktorom pracovala päť rokov. na pôsobení v jeho štúdiu crassetová nedá dopustiť a nemá problém ani s večnými otázkami novinárov pýtajúcich sa na túto skúsenosť. ako sama vraví: „starck mne a mnohým mladým dizajnérom pomohol



matali crasset nechcem meniť svet

text Lucia Gavulová

foto press CD Matali Crasset

preklad Matej Gyárfás a Lucia Gavulová

v začiatkoch kariéry. otvoril nám dvere do sveta profesionálneho dizajnu. bez neho by to moja generácia mala omnoho ťažšie. mnoho mojich súčasných objednávateľov sa k dizajnu dostalo práve cez jeho osobu. za to by sme mu mali byť vďační...” ¶ po tejto skúsenosti si crasset v paríži založila vlastné štúdio (1998). jej tvorba zasahuje do interiérov, priemyselnej výroby a nábytku. jedným z jej najznámejších návrhov je digestion – sedadlo vyrobené z lacných kockovaných plastových kubických tašiek na bielizeň, naplnených molitanom a voľne kombinovateľných. dosiaľ najväčším projektom matali crasset je hotel hi v nice, ktorého interiér navrhla v roku 2003. je autorkou takmer všetkých prvkov hotela s 38 miestnosťami. navrhla interiéry, nábytok, zariadenie, grafiku aj koncept služieb. hotel je koncipovaný ako miesto, kde si hostia počas



krátkeho pobytu môžu vyskúšať nové možnosti bývania, v zásade sa vyhýbajúce konvenčnému luxusu a servilným službám, charakteristickým pre väčšinu klasických hotelových zariadení. interiárom hotela sa pokúsila vytvoriť štýlové zázemie, ktoré dáva hosťom voľnosť v sebauvoľnení. crasset je presvedčená, že pohodlie je podmienené slobodou, preto navrhla interiér tak, aby maximalizoval pocit kontroly nad okolím. vo svojej tvorbe sa zaoberá kritickým rozborom doterajšej typológie dizajnu. ¶ crasset štúdio sa nachádza priamo pod jej bytom, v starej tlačiarňi v parížskej čínskej štvrti belleville. štúdio samo osebe nie je veľké, zato svetlé, farebné s rodinnou atmosférou. príjemné, ako samotná dizajnérka. s matali crasset som sa stretla začiatkom októbra na akcii clubovka, v rámci ktorej okrem iného odprezentovala vyčerpávajúci prierez svojou tvorbou.







040 profil



4



5

Onedlho na to, ako ste začali študovať marketing, ste sa preorientovali na produktový dizajn. V krátkom čase ste pomerne radikálne zmenili orientáciu štúdia. Čo bolo hlavným impulzom, resp. na základe čoho ste si uvedomili, že sa chcete venovať práve dizajnu?

Bolo to veľmi jednoduché. Na škole sme robili cvičenie o uvedení parfumu na trh. Spomínam si, ako som vtedy prišla domov a začala uvažovať nad tým, čo by ľudia chceli držať v ruke. Chceli by mať voňavku vo svojom obale. Tak som si začala predstavovať, ako



matali craset

by sa marketingové momenty dali transformovať do tvaru a materiálu. Uvedomila som si, že ide o veľmi komplexnú záležitosť. Začala som zhromažďovať informácie a v procese toho všetkého som prišla na to, že to je presne to, čomu sa chcem venovať. Skončila som teda štúdium marketingu a pokúsila sa dostať na školu v Paríži. V tom čase vo Francúzsku ešte nefungovalo veľa škôl tohto zamerania. Keď som čítala o École Nationale Supérieure de Création Industrielle, okamžite som vedela, že je to moja škola. A tak som do toho šla. Otvorili sa pred mnou nové obzory. **Váš dizajn predpokladá u svojho konzumenta – užívateľa – určitý model správania, postoj, vyhranený životný štýl. Ako by ste definovali charakteristickú cieľovú skupinu, ktorej sú vaše produkty určené?** Nerada ľudí vnímam a hodnotím ako „cieľovú skupinu“. Pracujem na samostatných projektoch, oddelene. Nie je mojím zámerom robiť objekty, ktoré by sa páčili každému. Nechcem ani meniť svet. Verím v rozmanitosť dizajnu. Ak každý dizajnér produkuje rôzne návrhy, potom konzument je ten, kto má na výber. Nemám rada, keď sa

dizajn produkuje v intenciách napríklad iba jedného prúdu, ako napríklad minimalizmus. Mám rada, keď sú užívatelia zrelí, vedia selektovať a odlišiť, čo sa im páči a čo nie. Keď spomíname cieľ – v zásade netvorím pre nejakú cieľovú skupinu... V prípade hotela Hi som však napríklad chcela vytvoriť miesto pre zvedavých ľudí. Ak nie ste zvedaví a nechcete objavovať, ostanete vonku, ak ste, pôjdete dnu. Budete to chcieť vyskúšať, získať nový zážitok. **Vo vašej práci reagujete na témy ako pohostinnosť, familiárnosť, zdieľanie, komunikácia. Prečo sú tieto komodity pre vašu tvorbu také inšpiratívne? Súvisí to nejako s vašim vyrastaním na vidieku, kde sú vzájomné rodinné a sociálne väzby predsa len pevnejšie než v mestskom prostredí?** Celkom určite. Keď ako dieťa vyrastáte v prírode, tá potom sprevádza všetko vo vašom myslení. Máte všetko, čo potrebujete k hre, môžete sa v nej realizovať, zažívať rôzne príbehy, vždy niečo iné... Príroda predstavuje veľmi veľkorysé prostredie. Tieto väzby som si neuvedomovala celkom od začiatku – začala som ich vnímať až približne desať rokov po tom, ako som sa aktívne

začala zaoberať dizajnom. My dizajnéri sme kreatívni a každý iný. V zásade si však myslím, že detstvo je pre formovanie osobnosti veľmi dôležité. **Vyznávate experiment. Máte pocit, že sú dnešní konzumenti – užívatelia dizajnu konzervatívni? Prečo by mali podľa vás viac experimentovať?** Nemyslím si, že by priamo konzumenti boli konzervatívni – to by sa skôr dalo vztiahnuť na distribúciu (smiech). Ale viete, ono sa to mení... Každý deň prídu do môjho štúdia ľudia a zaujímajú sa o rôzne fungovanie rôznych vecí. Áno, ako dizajnérka možno idem v niektorých prípadoch trochu „ďalej“ – pokiaľ mi to dovoľí konštrukcia, materiál a podobne – no myslím si, že v zásade ľudia preferujú kombinácie v súzvuku s logikou života, žitia a podobne. Práve v súčasnosti máme my dizajnéri veľkorysé možnosti na rozvoj invencie, nie však v zmysle tej materiálnej stránky, ale v zmysle nachádzania „inej logiky“. Napríklad aj v rámci spolupráce s iným pracovným partnerom alebo spoločnosťami. Dá sa robiť množstvo vecí. **Pre vašu tvorbu je evidentne dôležité, aby ľudia vo svojich hlavách prekonávali zažitých stereotypy, objavovali**



042 profil





matali craset





nové rozmery či iné spôsoby využitia objektov, objavovali nové formy bývania... Dizajnom chcete sprostredkovať hlbšie odkazy. V projekte Phytolab (súčasť triptychu Update/3 – pozn. redakcie) ste napríklad v kúpeľňovom priestore nepoužili zrkadlo, pretože chcete jej užívateľa nabádať, aby viac než odraz svojho fyzického zjavu vnímal kontemplatívnosť aktu kúpeľa a vlastné vnútro. Dalo by sa povedať, že vaše projekty sú svojím spôsobom didaktické? Keď chcete niekoho uviesť do súčasného myslenia, nemali by ste byť uzavretý, ale otvorený, prístupný, dosiahnuteľný. Byť didaktický môže byť aj spôsob, ako ľuďom vysvetliť, čo robíte. Keď pracujem s priestorom, rada v rámci neho napríklad aplikujem rôzne výšky a úrovne – sedenia, ležania a podobne. Aby to pre užívateľa bolo zrozumiteľné, mala by som byť didaktická, rovnako ako aj pragmatická, poskytnúť užívateľom akýsi kľúč k tomu, aby pochopili, o čo mi ide. Myslím, že je to veľmi zaujímavé. A taktiež mám v dizajne rada experiment. Život rýchlo napreduje. Formou experimentovania môžeme byť s týmto progresom v súlade.

Na ktorom mieste v procese vašej práce je formálne riešenie produktu, forma? Existuje v rámci vášho dizajnérskeho procesu nejaká hierarchia postupov – čo a v akej postupnosti pri tvorbe najviac zohľadňujete (napríklad forma – funkcia – farebnosť – účel atď.)?

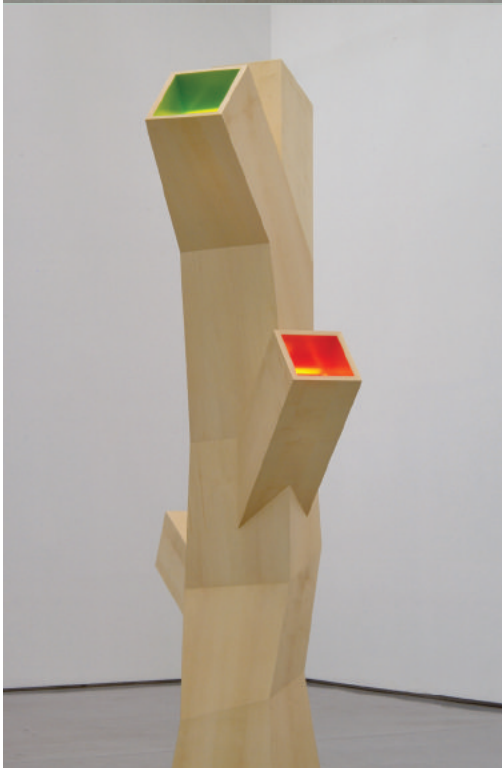
V prvom rade premýšľam nad zámerom – čo idem do toho ktorého projektu dať. Nemám v úmysle prinášať vyslovene niečo nové, alebo odlišné – žiadne senzácie. Najskôr si musím ujasniť, čo chcem, aby ľudia pociťovali, čo im chcem sprostredkovať, priniesť. Potom prichádza na rad tvar, a materiál je už iba dôsledkom. Nikdy nie východiskom. Materiál používam skôr pragmaticky – kvôli jeho vlastnostiam, kvôli tomu, čo prináša.

Aký mávate vzťah s objednávatelmi svojich realizácií? Zvyknete robiť kompromisy?

Nenazvala by som to kompromismi... Takmer vždy s niekým spolupracujem. Najskôr sa usilujem zistiť, či zdieľame podobné hodnoty. Pri tvorení totiž, ako som už spomínala, dávate veľa sám zo seba, zo svojho vnútra. Preto je dôležité byť pri práci s dotyčným pracovným partnerom v súlade

s jeho zámermi. Jednoducho nepociťovať stres, ale naopak, byť v pohode. Ak by som nemala tento pocit, rozhodne by som do spolupráce nešla. Preferujem radšej menej projektov, ale obohacujúcejších, no predovšetkým, aby som mala istotu, že daný projekt je naozaj dobrý. Nejde o kvantitu, ale o kvalitu... A je to aj záležitosť vzťahov, medziľudských vzťahov. Som presvedčená o tom, že to z výsledku cítiť. Moja metodológia je taká, že bežne tvorím viacerými smermi, a aj so spolupracovníkmi uprednostňujem tento model. Zo začiatku sa usilujem nechať projekt čo najotvorenejší, chcem uchopiť know-how dotyčnej osoby. Ako dizajnéri sme v podstate v centre rôznych know-how a mali by sme rôzne prístupy zbierať, analyzovať a definovať. Rada pracujem s inými profesionálmi. Vtedy neriešime ani tak konkrétny projekt, ako skôr ideu, myšlienku.

Elegancia, štýl, proporcie sú stále najdôležitejšími štandardmi, ktoré rozhodujú pri zariaďovaní interiérov mestskými ľuďmi. Váš prístup je iný, svojím spôsobom možno revolučný. Akú úlohu v tomto prístupe podľa vás zohráva váš vidiecky pôvod?





046 profil



9



10



matali craset

Niekedy, keď dosiahnete nejaké vzdelanie, chcete v tom ísť ďalej, rozvíjať sa. Ja som naopak prišla s veľmi jednoduchými ideami, ako žiť, a tomu zodpovedá aj môj dizajn.

Vaše štúdio oslávi na budúci rok desaťročie existencie.

Koľké??? To ani neviem, zabudla som na to (veľký smiech).

Ako by ste zbilancovali tento čas?

Čo mám skutočne rada, je fakt, že moje štúdio je maličké. Sme tam len štyria. Veľmi dobre sa mi pracuje s mojím manželom Francisom, ktorý sa stará najmä o organizačné záležitosti, výstavy, vydavateľskú činnosť... Funguje to výborne. Ja mám tým pádom voľnosť, pretože som oslobodená od administratívnej práce a môžem sa venovať výlučne kreatívnej činnosti. Túto slobodu si veľmi cením. To je jediná vec, ktorá by som chcela, aby takto fungovala ďalej – aby som mala možnosť vyjadrovať svoje idey a nachádzala pracovných partnerov otvorených mojim myšlienkam. V podstate žijem svoj sen a chcem ho žiť naďalej – a tým snom je dávať ľuďom radosť, jednoduchú radosť. Najmä tým, ktorí chcú zažiť niečo iné.

Matali Craset je značka.

Spolupracujete na množstve

projektov, navrhujete produkty pre množstvo veľkých firiem. Ste ešte stále sama predovšetkým dizajnérka, alebo už skôr obchodníčka a manažérka?

O biznis som sa nikdy nestarala, našťastie, túto oblasť – ako som už spomínala – zvláda môj manžel. Robila som však množstvo vecí. V Paríži som napríklad spolu s dizajnérmi Ericom Morandom, Laurentom Garnierom a stylistom Ronom Orbom založila obchod lieu commun. Chceli sme skombinovať našu prácu a koncentrovať jej produkty na jedno miesto, ktoré by zároveň bolo priestorom na vzájomné tenzie a motivácie k rozvoju projektov medzi nami. Ďalším z dôvodov otvorenia obchodu bola podľa nás neefektívna distribúcia. Myslím, že je to predovšetkým o vôli nachádzať nové kombinácie vecí, ako – konkrétne v prípade spomínaného obchodu – môžete robiť a prezentovať dizajn, ale aj módu a hudbu zároveň. Tých ľudí som stretla pri projekte hotela Hi v Nice, takže ide o svojím spôsobom kontinuálne sa rozvíjajúci proces spolupráce. Pre mňa je zaujímavé aj to formovanie akejsi siete – networku... Uvediem príklad: počas desiatich rokov som veľa

urobila pre to, aby som našla svoju vlastnú cestu. V súčasnosti sa však paradoxne oveľa viac orientujem na kolaboráciu, spoluprácu, zdieľanie projektov. Nedávno som ukončila veľmi zaujímavú spoluprácu s Petrom Halleyom, americkým maliarom. Robili sme výstavu v Paríži v Galerie Thaddaeus Ropac, aj v Salzburgu. Bolo veľmi zaujímavé pracovať v tomto kontexte. Mám rada projekty tohto druhu, spoluprácu. Prináša a dáva mi to veľmi veľa. ■

- 1 Portrét - © Mrzyk & Moriceau
- 2 City Brunch - foto © Patrick Gries
- 3 Hi Hotel Nice, Happy bar
foto © Uwe Spoering
- 4 Capsule, holubník
- 5 Transplant, nábytok
foto © Patrick Gries
- 6 Artemide, Lampa Lerace
- 7 Danese, Lampy Evolute
- 8 Nature morte, 2007
- 9 Stedelijk, exteriér
- 10 Stedelijk, interiér
foto © Patrick Gries



designblok 07

týždenný sviatok dizajnu

text Zdeno Kolesár text k obrázkom Silvia Lutherová foto Press centrum Designblok 07

v tradičnom termíne, začiatkom jesene, sa v prahe uskutočnil už deviaty ročník dizajnerskeho týždňa designblok. ako sa stalo zvykom, ostatný ročník prekonal tie predchádzajúce rozsahom aj kvalitou. od prvej vernisáže v pondelok 2. októbra po záverečnú módnú prehliadku v nedeľu 7. októbra prebehol maratón podujatí, v rámci ktorého sa vytrvalí návštevníci (prím medzi nimi mali študenti dizajnerských škôl z celej európy) presúvali po rôznych končinách prahe. k oblastiam, kde sa dizajnerske aktivity koncentrujú v najväčšej miere, patria popri historickom centre najmä štvrte karlín, holešovice a vinohrady.



designblok 2007



Hlavným miestom konania tohtoročného Designbloku s témou Cesta dizajnu (Tour de Design) bolo Superstudio v karlínskych továrenských halách. Zastrešilo niekoľko projektov koordinovaných dlhoročnými organizátormi Designbloku Janou Zielinski a Jiřím Macekom. Niektoré z nich boli vymedzené retrospektívne, iné sa sústredili len na súčasnú tvorbu. K tým, ktoré sa obracali do minulosti, patrila výstava dizajnerskej skupiny Atika pripravená pri príležitosti dvadsiateho výročia jej založenia. Atika bola pred pádom železnej opony dobre známa aj na Západe a jej tvorba potvrdzovala autenticnosť východného variantu postmodernizmu. Spomedzi jej niekdajších členov je dnes najznámejší Jiří Pelcl, ktorý sa na Designbloku predstavil aj individuálnou expozíciou.

Do značnej miery retrospektívne bol zameraný tiež projekt Krehké mapujúci slávne české diela zo skla a porcelánu. Napríklad sklený servis Ladislava Sutnara, ktorý patrí ku kľúčovým dielam českej medzivojnovkej moderny. Štyridsať rokov výroby Corianu symbolicky oslávili diela štyridsiatich dizajnérov z tohto materiálu. Tridsaťpäť rokov existencie zasa oslávila výstavou venovanou histórii svojej značky firma Nike.

Spomedzi tých vystavujúcich, ktorí svoju prezentáciu postavili na historickom ukotvení súčasnej produkcie, spomeňme aj firmu UP, snažiacu sa oživiť slávu rovnomenného medzivojnového výrobcu nábytku. Pod mierne redizajnovanou značkou bolo okrem súčasného nábytku možné vidieť aj stoličku z ohýbanej oceľovej rúrky, ktorou sa medzi kmeňové osobnosti medzivojnového funkcionalizmu zaradil český dizajnér Jindřich Halabala.

K výrobcom s bohatou históriou možno zaradiť aj skláreň v Květné, s ktorou spolupracovali aj mnohí slovenskí sklárski výtvarníci. Dynamika jej aktivít kontrastuje s letargiou podobne zameraných podnikov v Čechách aj na Slovensku, z ktorých v nedávnom čase mnohé zanikli. Najnovšiu kolekciu pripravila skláreň Květná v spolupráci so špičkovými zahraničnými dizajnérmi ako Jean-Marie Massaud či Arik Levy.

Veľtrh tvorby súčasných dizajnérov a dizajnerských štúdií pripravili organizátori ako designer's catwalk. Návštevník sa ako po „lávke“ pohyboval medzi bunkami s jednotnými rozmermi

1, 2 Odborná konferencia
Deň profesionálov sa konala na Designbloku už po tretíkrát a zúčastnilo sa jej viacero známych osobností z oblasti dizajnu. Napríklad Alberto Perazza – majiteľ renomovanej talianskej nábytkárskej značky Magis, svetoznámi dizajnéri Konstantin Grcic a Werner Aisslinger, David Řezníček z firmy UP závody, českí dizajnéri Jiří Pelcl, Michal Froňek (Olgoj Chorchoj), Jan Čtvrtník a Maxim Velčovský (Qubus) a ďalší. Diskutovalo sa o súčasnom stave trhu dizajnu v tomto regióne v porovnaní so situáciou v iných európskych krajinách. Hostia konferencie hovorili o procese, ktorým musí určitá značka prejsť, než sa etabluje na domácom, alebo aj globálnom trhu. Teoretické uvažovanie doplnili prípadové štúdie konkrétnych úspešných značiek Magis a Boffi.

3 Jeden z prestížnych hostí Designbloku – dizajnér Konstantin Grcic pri rozhovore s dizajnérom Maximom Velčovským.



050 projekt.cz



4

4 Mníchovský dizajnér Konstantín Grcic, autor jednej z ikon súčasného dizajnu – Chair One z produkcie Magis, sa Designbloku osobne zúčastnil. V rámci večera firmy 3D H prednášal o príbehu vzniku slávnej stoličky. Návštevníci mohli vidieť inštaláciu vytvorenú z variácií na túto stoličku kubizujúcich tvarov.



4 x 2,5 metra. Medzi šiestimi desiatkami vystavujúcich bolo možné nájsť renomované mená ako Rony Plesl, Jerry Koza, Olgoj Chorchoj alebo Qubus design studio. Náležitost k nim potvrdil slovenský sklár a dizajnér Patrik Illo. Prevažne mladé publikum iste potešili neopozierané nápady nastupujúcej generácie dizajnérov. Spomeňme napríklad štúdio Vohoz, zamerané na tvorbu interiérových doplnkov a odevného dizajnu v najširšom rozpätí. Distribúcia jeho produktov cez internet by mohla byť inšpiráciou aj pre slovenských dizajnérov. Štúdio Ecco vystavovalo výrobky ohľaduplné k životnému prostrediu. Okrem papierových lúčov tiež misky, ktoré je možné zjesť zároveň s ich obsahom. Úctu k prírode podčiarkol aj stan Ondreja Václavíka vychádzajúci z rastlinných štruktúr. Lucie Marešová a Marie Silondiová predstavili „psie kabelky“, ktoré určite oslovili chovateľov zvierat. Mladí dizajnéri sa stávajú už aj súčasťou „kamenných“ inštitúcií – René Šulc sa napríklad predstavil ako kmeňový dizajnér výrobcu čalúneného nábytku mminterier.

Designblok už niekoľko rokov prezentuje projekt Mliečna dráha stredoeurópskeho dizajnu zameraný na výrazné dizajnérske talenty. Do tohtoročnej päťčlennej zostavy organizátori vybrali aj slovenského dizajnéra Radovana Martinčeka, ktorý sa predstavil diplomovou prácou z Vysokiej školy výtvarných umení v Bratislave – kolekciou nábytku voľne interpretujúcou tradičnú techniku



designblok 2007



6

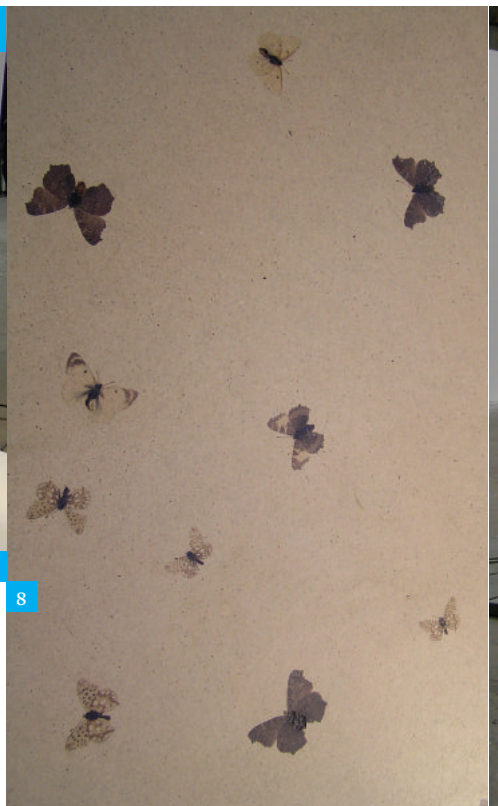
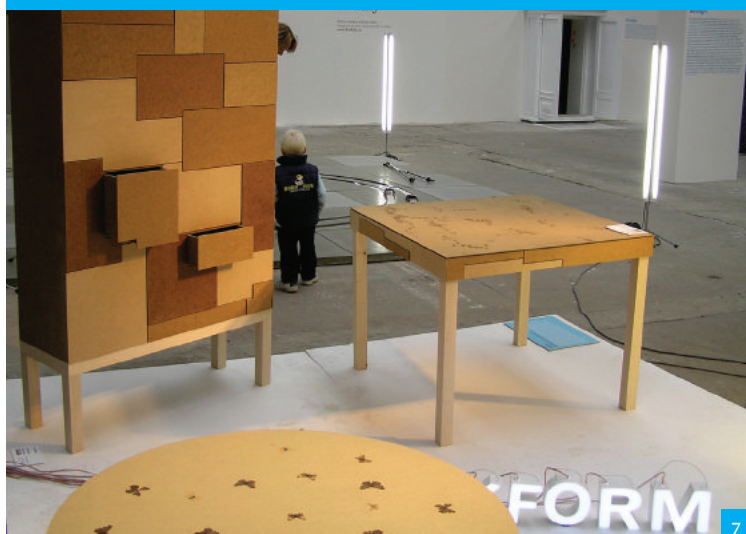


5

5, 6 Kurátori Jana Zielinski a Jiří Macek (organizátori Designbloku) pripravili výstavu toho najlepšieho z českého dizajnu, podľa ich vlastného výberu. Ako sami hovoria: „Sústredili sme se na predmety, ktoré sú z nášho pohľadu výnimočné a majú šancu zaujať aj ľudí mimo Českej republiky. Najviac ich je zo skla a porcelánu, čiže z materiálov, ktoré už tradične patria k českému priemyslu. Krehkosť v názve však nie je len o krehkom materiáli, ďaleko viac je možno o emócií, ktorú v sebe nosia.“ Výstava zaujala aj výnimočnou inštaláciou od M. Velčovského, ktorá evokovala zasnenú zimnú krajinu.



052 projekt.cz



intarzie. Spomedzi jeho kolegov z Mliečnej dráhy spomeňme aj inštaláciu Formford berlínskej trojice Wald, Baumann, Hoffmann. Kruhová bežecká dráha s lyžami patrila k najobľúbenejším exponátom Designbloku, návštevníci stáli v rade na možnosť vyskúšať si bežkovanie bez snehu.

Pri vstupe do priestoru Superstudia sa v typizovaných bunkách predstavilo päť vzdelávacích inštitúcií zameraných na výuku dizajnu. Štvoricu domácich stredných a vysokých škôl dopĺňala expozícia ateliéru transport dizajn bratislavskej Vysokej školy výtvarných umení. Spomedzi vystavujúcich škôl bola expozícia ateliéru docenta Ferdinanda Chrenku nesporne najatraktívnejšia.

Veľký priestor venoval tohtoročný Designblok móde. Okrem stabilne vystavených exponátov ju prezentoval na rade módnych prehliadok v karlínskych halách aj na ďalších miestach Prahy. Naopak, grafický dizajn bol len Popoluškou, kde tu ostýchavo dopĺňajúcou sebavedomé inštalácie ostatných dizajnerských disciplín. Zmienku si určite zaslúžia projekcie digitálnych filmov z najväčšieho svetového festivalu tohto žánru v Londýne – po štyri dni pravidelne prebiehali v karlínskych halách. K sprievodným akciám patrila aj konferencia na tému Dizajn ako nástroj rastu a úspechu, na ktorej sa zúčastnili dizajnéri, priemyselníci a marketingoví odborníci. Na propagáciu dizajnu v Českej republike bola založená Akadémia dizajnu ČR, ktorá v tomto roku prvý raz udeľovala výročné ceny Czech Grand Design. Potešíť nás môže skutočnosť, že medzi ôsmimi nominovanými sa objavil ako „talent roku“ Petr Korecký, študent už spomínaného ateliéru industrial design bratislavskej VŠVU. V jej výstavnom priestore bolo možno vidieť kanvicu, ktorou Korecký zvíťazil v súťaži Dizajn do tmy, zameranej na dizajn pre nevidiacich.

Spomedzi podujatí extra muros mimo karlínskych hál spomeňme dve výstavy zorganizované Design centrom Českej

7, 8 Mliečna dráha európskeho dizajnu každoročne prezentuje výrazné mladé talenty. V tomto roku medzi nimi bola aj švédka dvojica dizajnérov Folkform (Chandra Ahlsell a Anna Holmquist), ktorá sa predstavila novým projektom „Masonryte“. Autorky sa zamýšľali na možnosti ozvláštnenia obyčajného materiálu, ako je drevotrieska, a vytvorili nový dekoračný organický motív, za ktorý získali švédsku výročnú cenu za dizajn. Do vrchnej plochy stolovej dosky „zapustili“ telá motýľov či úponky rastlín, čím dosiahli decentný, jemný a veľmi sugestívny efekt.



9

9 Další mladí dizajnéri, kteří sa prezentovali v rámci Mliečnej dráhy, pochádzajú z Berlína. Andrea Wald, Fabian Baumann a Saenke Hoff vytvorili absurdnú inštaláciu „Laufbahn“, evokujúcu nikdy nekončiacu bežkovú dráhu. Projekt vyvolal mimoriadnu pozornosť na poslednom berlínskom Designmai a takisto na pražskom Designbloku.



10

10 Medzi vizuálne najatraktívnejšie inštalácie v karlínskom Superstudio patrilo interaktívne prostredie značky Nike, ktorá slávi 35 rokov od vytvorenia prvej bežeckej tenisky.



11

11 Pri príležitosti 20. výročia od založenia skupiny Atika, orientujúcej sa na postmodernu v nábytkovej tvorbe, bola vytvorená reprezentačná kolekcia dizajnu od Víta Cimburu, Jiřího Javurka, Bohuslava Horáka, Jiřího Pelcla a Jaroslava Šusta jr. V prostredí Superstudia, hýriaceho najnovšími dizajnerskými počinmi od rôznych autorov a výrobcov, predstavovala táto expozícia nostalgický exkurz do nedávnej a pritom takej vzdialenej minulosti.

republiky. Vo chvíli ich otvárania, žiaľ, už bolo známe, že ide o labutiu pieseň, keďže rozhodnutím štátnych orgánov táto inštitúcia končí svoju činnosť. Prvou výstavou DC ČR bola Národná cena za študentský dizajn. Príznačne sa odohrávala v temných podzemných priestoroch Veľtržného paláca. Diváci si na exponáty museli posvietiť baterkami visiacimi zo stropu. Ďalšiu expozíciu DC ČR pripravilo vo svojej galérii na Jungmannovej ulici. CI. CZ 1990 – 2007 bol titul výstavy prezentujúcej najvýraznejšie realizácie corporate identity za uvedené obdobie.

V galérii Vysokej školy umeleckopriemyselnej predstavili svoj pozoruhodný projekt študenti nedávno zriadeného odboru dejiny dizajnu a intermédií. S titulom Husákovo 3+1 vybavili autentickým zariadením zo 70. rokov priestor

na pôdoryse panelákového trojizbového bytu z čias reálneho socializmu. Atmosféru bývania spred tridsiatich rokov dokonale dokreslovala dobová televízna relácia o návšteve našej straníckej delegácie vo Vietnamskej socialistickej republike či práce prášky s príznačne sivými „socialistickými“ obalmi.





12

Diskutabilným aspektom Designbloku je zreteľne komerčný charakter viacerých jeho podujatí, ale aj v predajných priestoroch showroomov bolo možné vidieť okrem bežných produktov firiem ako Artemide, Kartell, Moroso, Vitra, Sony či Samsung inovácie popredných dizajnerských osobností – Wernera Aisslingera, ktorý sa prezentácie svojich prác osobne zúčastnil, Konstantina Grcica a ďalších.

Na záver zhrňme, že v Prahe sa bolo začiatkom októbra na čo pozerat a zástupy návštevníkov svedčili o tom, že české publikum sa o dizajn zaujíma. Na rozdiel od slovenského, keďže pokusy zorganizovať u nás podujatie charakteru Designbloku doteraz narážali na nezáujem širokej laickej verejnosti. ■

12 Firma Vitra vytvorila pre tohtoročný Designblok originálny projekt odpočinkovej zóny „Emotional Landscape“. Monumentálna priestorová inštalácia meditatívnej krajiny obsahovala aj niekoľko originálnych historických kusov nábytku z produkcie Vitra.



056 rozhovor
s Janem Čtvrtníkem

docílil jsem toho, že design je pro mě hobby

text Ondřej Elfmark foto archiv J. Čtvrtníka

Jan Čtvrtník je absolvent ateliéru design výrobků na vysoké škole uměleckoprůmyslové v Praze. Je jedním z zakládajících členů File studia (www.file-studio.com), které vzniklo v roce 2002, a projektu Tactoo o rok neskôr. Dva roky stážoval v Designcentre Ingvara Kamprada vo švédskom Lunde. V roce 2005 sa zúčastnil stáže v Design centre Ikea v Almhultě. Nasledujúci rozhovor vznikol pri príležitosti čtvrtníkovej prezentácie vývoju produktu vo farbách Ikea v Superstudiu Designbloku 2007.

Jak vnímáš funkci Designcentra České republiky, jeho případné zrušení?

Slyšel jsem, že to „případné zrušení“ je už skoro jisté. Celá organizace byla založená dost chaoticky a v takovémž velkém zmatku, ale v důsledku plnila to, co měla. Ale teď, když se má zrušit, jsem zásadně proti tomu, přestože jsem byl jejím velkým

kritikem. Protože mi přijde, že stejně tak, jako neprofesionálně působil vznik DC, přesně tak působí i jeho zánik, který způsobila nějaká skupinka lidí, kteří z ničeho nic dostali moc něco zrušit, tak ji využili. Když si představím fungování designu v této republice, co bude vlastně dál? Nikdo nebude organizovat výstavy ohledně

designu, nebude osvěta, kontakt designérů s firmami, kontakt firem s designéry, bude chybět onen neziskový komunikační uzel, protože nějaká akciovka se na tuto práci vykašle...

DC má být údajně přesunuto pod Czech Trade...

Tím, že bydlím v Itálii, mám styk jen s internetovými médii, a ty už o problému moc nepíší. To je další problém, rozhoduje se o tak důležité věci a nikdo vlastně nic neví! Všichni jen mluví o tom, co, kde, kdy, kdo možná řekl či naznačil, ale nikdo nic oficiálně neví?! Chybí tu ona proklamovaná diskuse s odbornou veřejností. Přijde mi, že vlna ohlasů, která se zvedla, spíš naznačuje, že tu je „bezmocná odborná veřejnost“, která zrušení nechce, a pak pár





mocných, kteří nejsou odbornou veřejností a rušit chtějí.

DC by mělo být centrum, které zprostředkovává kontakt mezi designéry a průmyslem (a naopak), což tu nikdo jiný dělat nebude. Jak DC běželo, mělo „mouchy“, ale třeba Program podpory malých a středních podniků docela fungoval. Přijde mi, že už se zbavil všech začátečnických chyb, a teď se má vymýšlet a zavádět jiný? Je to totálně nesmyslné, jak to celé probíhá! **Jak jsi se dostal k navrhování čajového setu pro IKEA, který prezentuješ na letošním Designbloku 07?**

V IKEA to vůbec nefunguje tak, že by sis něco mohl vybrat sám. Když jsem tam pracoval, tak jsme každý dostávali zadání.

Je pravda, že vedení hledalo něco zajímavého, abychom jen neinovovali technické řešení nohy od stolů. Jediná volba IKEA byla v tom, že vybrali mě, abych tam byl na stáži, ale to, co budu dělat, jsem si vybírat nemohl. Naopak, bral jsem a „musel brát“, co mi zadali, ale musel je v uvozovkách, protože to člověk dělá rád, protože ví, že to má nějaký výsledek (úsměv). Moje kolegyně Litevka dělala druhý set, určený pro pijáky kávy, takže jsme každý dělali jiný. Sety ale dohromady měly být estetickým celkem.

Každopádně projekt dopadl dobře, v Česku je tvůj čajový set stále vyprodaný. Na svém stánku máš vystavený celý designérský proces setu, od skici přes vzorované

prototypy až po prodejní výrobek. To je dost netradiční pojetí, ale návštěvníkům se tvá koncepce líbí. Na jednotlivých panelech vidí „cestu“ – tu nejnáročnější část celé designérový práce...

Jsem moc rád za tyto ohlasy, to byl v podstatě záměr, udělat to tak, jak ten proces funguje, spíš než jen exhibitovat s výsledkem. Mně je na tom sympatické to, že na plakátech jdou vidět i slepé uličky vývoje, možnosti řešení, které se pak z nějakého důvodu, ať už ekonomického, či estetického, zavrhl. Vývoj je ještě mnohem komplikovanější, ale vše jsem tam prostě dát nemohl. Většinou se ještě vypracovávají imageboardy a moodboardy, kdy se prohledávají tisíce fotek,



a pak najdeš fotku člověka, která přesně vystihuje cílovou skupinu, pro kterou je výrobek určen. Moodboardy by zase měly vyjadřovat náladu, estetiku a kulturu, do které by ten výrobek měl patřit. Nejenom věková, ale i kulturní skupina musí být zohledněna, na výrobcích by neměly být raději žádné symboly, pak výrobek nefunguje po celém světě, atd. IKEA se snaží dělat jednoduché věci, musí navrhovat „unisex“, být pro všechny přijatelná, zkrátka nesmí jít moc do extrému.

Jaký postoj zastáváš k problematice „sustainability“ / „trvale udržitelného rozvoje“ ve světě?

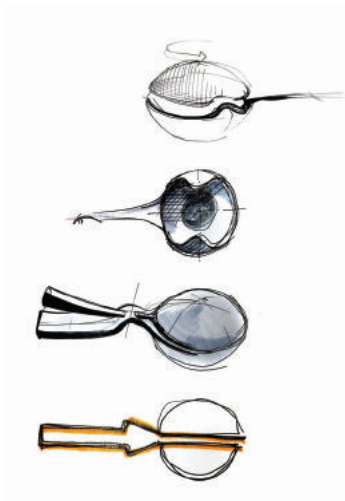
Myslím si, že by měl být víc a víc kladený důraz na trvale udržitelný rozvoj, a to hlavně prostřednictvím designérů. Když tady na Designbloku byla úvodní debata profesionálů, úplně mě mrazilo, když vystoupil majitel jednoho nejmenovaného luxusního časopisu a řekl něco ve smyslu: „Co je na tom špatného, vydávat takový časopis, který se lidem

líbí, ve kterém vidí krásné a luxusní věci...“ Ale na tom je právě špatné to, že lidi vidí krásné věci, a tak je chtějí mít a chtějí stále nové a nové a krásnější a lepší. Nestačí jim, že tu krásnou věc už mají rok, už jim nepřipadá krásná, a chtějí zase novou, jinou krásnou a drahou věc, kterou budou mít další rok. Tím se roztáčí kola masové produkce a konzumu. Přejídáme se a konzumujeme víc, než potřebujeme. Stejně jako zástupce MAGIS-u prohlásil, že dělá krásné a kvalitní židle. Nejspíš myslel v porovnání s čínskými kopiemi. Ale asi nejsou tak kvalitní, jak je uměli dělat naši prapředci, kteří si dědily stůl z otce na syna. I když se přestěhovali, ponechali si židle na celý život, a ani by je nenapadlo, aby si koupili nové jen proto, že je jinde viděli jinak vyřezávané. A u nás, po desíti letech se řekne „to je už nuda“, tak je vyhodím a koupím si nové. MAGIS dělá kvalitní věci, ale ne tak kvalitní, aby když si je koupím, měl je až do smrti a pak si je vzal můj syn nebo vnuk a měl radost, že jsou krásné a stále slouží. Obávám se, že tak

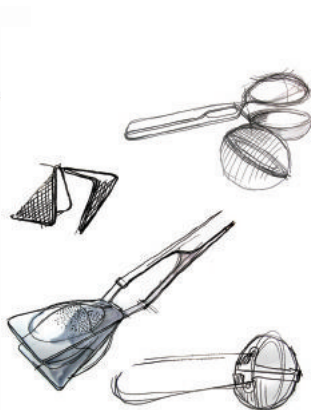
to opravdu není. Není to vina MAGIS-u, ani jiné společnosti, ale našeho konzumního stylu života. Nadprodukce se bohužel hlásí o slovo i u nás a velkou měrou se na tom podílejí designéři, kteří vytvářejí ty nové a krásné věci, ruku v ruce s médii, která umocňují ten pocit, že ty věci nutně potřebujeme k tomu, abychom žili dál. To je velký morální problém pro každého designéra, jak se s tím vyrovnat. Já o tom pořád přemýšlím a stále nevím, jak to sám pro sebe vyřešit. Baví mě se designem živit a věci vymýšlet, ale chci také dělat věci víc šetrné k přírodě a zohledňovat otázky trvale udržitelného života.

Dnes si můžeš koupit finskou židli certifikovanou tím, že byla od A do Z vyrobena principem „sustainability“, ale je dvakrát dražší než stejně kvalitní, vyrobená tradiční technologií.

Nemusí být dražší; samotné slovo „sustainability“ je zaklínadlo, které všichni začínají používat, a někdy i nesmyslně. Např. když je recyklace papíru daleko dražší



než vysázení nového lesa a pokácení vzrostlého, tak to není efektivní. V tu chvíli se spotřebuje více energie na to, že znovu použijeme starý papír, který by bylo daleko lepší nechat řízeně rozložit, což je ekonomicky, energeticky i ekologicky šetrnější. Vždy to všechno ale závisí na konkrétní kalkulaci. Pokud jde o plasty, které jsou vyrobeny z ropy, která tady už znovu nikdy nebude, tak tam je to něco jiného. V ceně lahví by měly být automaticky započítány i náklady na recyklaci. Trochu mi vadí, že to u nás vymizelo. Asi do roku 1995 byly v prodeji PET lahve na sodovky, které se používaly několikrát, vracely se a záloha byla 10 Kč. Fungovalo to! Běžně to funguje na lahve skleněné, proč to nefunguje i na PET lahve? Ve Švédsku jsou PET lahve běžně zálohované stejně jako skleněné. Je to ošetřeno tak, aby se všechny lahve vracely. Nemusejí být zálohované v tom smyslu, že se budou po vymytí znovu plnit a používat, ale jdou přímo do recyklace, a neskončí někde odhozené v přírodě. Je to



podloženo ekonomicky, aby je lidé vracely, což je jediný možný tlak, jak donutit společnost se ekologicky chovat.

Jaké jsou tvé preference „dobrého designu“?

Abych pravdu řekl, já jsem extrémně nerozhodný člověk a těžko si vybírám (smích). A teď mě to teda straší, protože jsem už výdělečně činný, takže si můžu dovolit vybírat, ale stejně člověk vždy počítá. Pro mě je asi důležitý poměr cena – výkon. Poměr ceny a toho, co mi ten výrobek přinese. Je fakt, že bych si často rád koupil věc, které se mi „jenom“ líbí, kde nezvažuji její cenu, ale jen „výkon“. Umění například není spotřební věc, je to něco, co mě musí oslovovat ať už esotericky, nebo esteticky, to je jeho „výkon“. Mám rád malby, ať už od studentů, či hotových výtvarníků, a rád si je budu kupovat.

Na jakých projektech právě pracuješ, pokud to není tajné?

Na volné noze, nebo v zaměstnání? Tak v zaměstnání (Electrolux, Itálie) dělám na nových mikrovlnkách a na úpravách platform sporáků, které jsou už na světě. Ve volné

branži dodělávám sklo pro Moser a dokončuji projekt nábytku pro veřejné prostory pro firmu Polstrin Hradec Králové.

To by mělo přijít do pár měsíců na výstavu a odprezentovat se jako novinka. Dále bych měl dělat na nějakém dalším skle a mám rozjednanou zakázku polstrovaného nábytku.

Tak toho máš požehnané!

Práce, které dělám na volné noze, dělám, protože mě baví. Docílil jsem toho, že design je pro mě hobby, a ne nutnost se uživit (úsměv). Je to příjemné, protože si můžu vybírat, co chci dělat a co ne. Když mi klient není sympatický, nebo se nedomluvíme na finančních podmínkách, tak můžu říct, že do toho prostě nejdu, a nějak mě netrápí, že mi nedá peníze, které bych jinak nutně potřeboval.

A rada pro začínající designéry?

Je hrozně důležité, aby studenti pracovali a bylo za nimi vidět kus práce. Prací a novými projekty získávají cenné zkušenosti. Čím víc projektů v různých oblastech, tím lépe. Pak nabyté zkušenosti mohou snadno zúročit, protože budou umět postavit produkt od A do Z. Musí však v sobě najít i to, v čem jsou lepší než ostatní, a dát to firmě jasně najevo. Ta si je pak může najmout a oni jí přinesou přesně to, co potřebuje.

Děkuji ti za čas, který jsi věnoval našemu rozhovoru, ať se ti nadále práce daří a můžeš tvořit s radostí. ■



060 projekt.at

švihácka bielizeň

text Lucia Gavulová foto TimTom, Laura Tomicek

vo viedenskom obchodíku so zákazkovým šitím košiel' wäscheflott, založenom ešte v roku 1948, sa dodnes šijú pánske košele, pyžamy a nočné košele (tie aj v dámskom prevedení), počas plesovej sezóny najmä smokingy. v malej predajni neďaleko známej albertiny sa od čias jej vzniku mnoho nezmenilo: steny zdobia signované portréty známych hercov či hudobníkov, ktorí si tu nechali šiť odevy, k nahliadnutiu je originálny vzorkovník či bezchybne naškrobené výstavné kusy na figurínach. názov obchodu vo fonte rukou písanej kurzívy evokuje aj nám dôverne známe nápisy v mestských exteriéroch z čias minulých - ešte s nádychom akceleračnej rétoriky povojnových budovateľských generácií.





062 projekt.at



Dizajnérske duo DANKLHAMPEL – Kathrina Dankl a Lisa Hampel, obe z radu „generácie H&M“ – bolo oslovené organizátormi Vienna Design Weeks, ktoré sa vo Viedni konali 3. až 21. októbra 2007, k účasti na projekte Passionswege. V rámci neho chceli jeho autori – Thomas Geisler, Lilli Hollein a Tulga Beyerle – pripomenúť fakt, že dizajn je súčasťou našej každodennosti a nepatrí prednostne do špecializovaných obchodov alebo múzeí, ale nám – užívateľom.

Passionswege v duchu tejto koncepcie situovali prvý ročník podujatia do 1. Bezirk, teda oblasti, ktorá na prvý pohľad nejaké závažnejšie prepojenie s dizajnom nevykazuje. V rámci projektu bolo oslovených desať dizajnérskeho tímov z Viedne, aby sa po svojom vysporiadali s touto „konzumnou“ oblasťou plnou obchodov alebo menších prevádzok s vlastnou produkciou. Výzva znela: „Reagujte, intervenujte!“

Noví zákazníci, štyria mladí ľudia oslovení dizajnérskou skupinou Dankhampel pri príležitosti projektu Passionswege vo Viedni.



Kathrina Dankl a Lisa Hampel si pre svoj projekt pre Wäscheflott zvolili experimentálny prístup. Do obchodu poslali štyroch zákazníkov, mladých ľudí, ktorí by sa tam spontánne pravdepodobne nikdy nevybrali. **Následne mali navrhnúť štyri košeľe, ktoré by si určite kúpili, ak by sa nachádzali v ponuke predajne.** Zámerom bolo iniciovať hľadanie príčin, prečo dvere tohto obchodu ostávajú mladým ľuďom zatvorené. Súvislosti s marketingom sú na mieste, rovnako ako aj podnietenie premýšľať o veľkoprodukcii, masovej výrobe, jej klientoch a celkovo – konzumnom štýle života.

Výsledkom citlivého a súčasne hravého, sviežeho a invenčného projektu však nie sú len samotné košeľe, ale aj fotodokumentácia od Timothea Tomiceka (TimTom), ktorá zdobí výklad obchodu, ktorý okamžite pôsobí atraktívnejšie. Možnosť vidieť ho však bola, žiaľ, len v čase trvania festivalu, teda do 20. októbra 2007.

viac na

www.waescheflott.at

www.danklhampel.com

www.viennadesignweek.at



064 projekt.fr

francúzska cesta

oficiálna podpora dizajnu vo francúzsku

text Michal Lalinský foto Copyright Fillioux&Fillioux © VIA 20007



dizajn je z určitého hľadiska, podobne ako väčšina tvorivých disciplín, krehký a citlivý organizmus. trpí, ak je ponechaný tvrdým podmienkam komerčného diktátu bez vonkajších zásahov. preto je žiaduce (ak nie nutné) materiálne, morálne či intelektuálne ho dotovať. je mnoho spôsobov, ako taká kultivačná podpora prebieha – v podobe inštitúcií, súťaží, ocenení, grantov či asistovanej komunikácie sa dizajnérom, ale aj výrobcom dostáva cennej pozornosti, ktorá stimuluje ich rozvoj a podieľa sa tak aj na vývoji a formovaní dizajnu daného regiónu.



2

Valorizovanie nábytkového dizajnu

Príkladom organizácie, ktorá oficiálne podporuje priemyselný dizajn (predovšetkým jeho nábytkový segment), je VIA (Valorisation de l'Innovation dans l'Ameublement) vo Francúzsku. Bola založená v roku 1979 niekoľkými vybranými nábytkovými výrobcami a francúzskym ministerstvom priemyslu, aby zhodnocovala inovatívne myšlienky dizajnérov v oblasti životného priestoru. Dnes je jej činnosť zameraná na zlepšovanie (inováciu) nielen konečných výrobkov, ale aj samotného procesu ich navrhovania. V tomto kontexte VIA zdôrazňuje tri hlavné motívy: rozvoj spoločenských otázok súvisiacich s meniacim sa ľudským správaním v individuálnom, ako aj kolektívnom zmysle, zásadné uplatnenie nových materiálov a technológií či kultúrne faktory, ktoré zohrávajú významnú úlohu v kontinuálnom vývoji dizajnu. Pri činnosti VIA, prinášajúcej objektívne pozitívne výsledky, treba zdôrazniť vyváženú súčinnosť štátneho sektora s komerčnou, obchodno-výrobnou sférou. Hoci táto synergická spolupráca prináša očividné výhody oboj zúčastneným stranám, najväčší prínos z nej majú predovšetkým samotní dizajnéri, ktorým je umožnené naplniť svoj tvorivý potenciál. Bolo by príjemné predstaviť si podobnú spoluprácu aj v našom regióne, aj keď treba podotknúť, že zrejmý úspech organizácie VIA treba chápať



3

v širších súvislostiach: je jasné, že nábytkový dizajn a umelecké remeslá majú vo Francúzsku celospoločensky celkom inú (intenzívnejšiu) pozíciu než u nás.

Grant „Carte Blanche“

Jedným z nástrojov, ktoré organizácia VIA uplatňuje pri valorizácii dizajnu, je udeľovanie výskumných grantov Carte Blanche. Jeho komisia, zložená zo známych predstaviteľov tak výrobnej, ako aj výskumnej, vzdelávacej či mediálnej oblasti dizajnu, vyberá spomedzi návrhárov, ktorých jedinečnosť a určitá vyspelosť v prístupe k tvorbe predpokladajú kvalitatívne naplnenie inovatívnych cieľov. Grant umožňuje dizajnérovi rozpracovať svoj osobný projekt bez akýchkoľvek obmedzení či limitujúcich požiadaviek. Zároveň sprostredkúva skutočným výrobcam možnosť spolupracovať s talentovanými autormi a zhmotniť tak vízie produktov predpokladaných pre budúcnosť. Tento rok boli výskumným grantom ocenení dvaja autori: Inga Sempél rozpracovala tému jednoduchých objektov a ich účelového vyťaženia nenápadnými „vylepšujúcimi“ detailmi. Matt Sindall zasa v projekte „W (Double You)“ podrobil skúmaniu samotnú formu navrhnutého objektu – s počítačovou podporou digitálne manipulovaných objektov vytvoril nábytkovú sériu využívajúcu presný rytmus kruhov na vytváranie ornamentov či iluzórnych efektov.



o66 projekt.fr



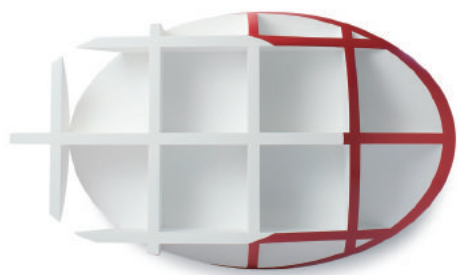
Projekty asistujúcich grantov

VIA si získala renomé aj vďaka masívnej podpore začínajúcich návrhárov, ktorých tvorivý talent deteguje ešte počas ich štúdií na dizajnerských školách. Spomedzi prihlásených projektov vyberá špecializovaná komisia tie, ktoré najvýraznejšie uplatňujú inovatívne myšlienky, či už v rovine konceptuálnej, formálnej, alebo v relevantnom použití nových materiálov a výrobných postupov. VIA potom financuje prácu na prototypu a rozpracovanie danej témy do podoby adekvátnej reálnej trhovej produkcie. Mnoho z výrobkov z predchádzajúcich ročníkov grantovej činnosti sa skutočne dostalo do výroby a dnes je možné zakúpiť si ich od renomovaných francúzskych značiek.

Ostatné aktivity

Popri výskumných a asistujúcich grantoch sa VIA intenzívne venuje komunikácii dizajnu – či už smerom k širšej verejnosti, alebo v rámci odborných kruhov: úzko spolupracuje s obchodnými školami, konzultuje stratégie pre jednotlivé firmy, usporadúva konferencie a vzdelávacie kurzy. V centre Agora des créateurs vytvára databázu európskych dizajnérov





7



8

a sprostredkúva prácu v projekte Designjob.fr. Každoročne udeľuje ceny VIA Label produktom, ktoré odzrkadľujú plodnú spoluprácu medzi francúzskym výrobcom a nezávislým dizajnérom. „Za posledných 27 rokov si VIA vybudovala slušné meno; stala sa povestnou objavovaním mladých talentov a podporovaním dnes už celosvetovo slávnych dizajnérov v ich práci v oblasti nábytkovej produkcie. Táto stimulujúca činnosť je otvorená všetkým tvorcom bez ohľadu na ich pôvod či kultúrne pozadie. Prispieva k tomu, aby sa Francúzsko a najmä Paríž stal platformou na vyjadrenie medzinárodnej tvorby v dizajne.“ Philippe Mayer, prezident VIA. ■

Počas 27-ročnej existencie VIA financovala 403 projektov a udelila 64 výskumných grantov.

Medzi autormi pracujúcimi pod hlavičkou Carte Blanche boli medzi inými Philippe Starck, Andrée Putman, Jean Nouvel, Jean-Paul Gaultier či Jean-Charles de Castelbajac.

V roku 2007 boli udelené 2 výskumné granty, podporených 12 projektov - prototypov a ocenených 29 reálnych výrobkov od známych nábytkových spoločností, napríklad Christofle, Ligne Roset či Roche Bobois.

www.via.fr



9



10

- 1 Ammar Eloueini & François Brument: Stolička Chair 71
- 2 Philippe Nigro: Skladobný systém úložných políc
- 3 5.5 designers: Lampa štyroch podob Stype IV.
- 4 projekt Carte Blanche - Matt Sindall: Stolička
- 5 projekt Carte Blanche - Matt Sindall: Stôl
- 6 projekt Carte Blanche - Inga Sempé: Držiak
- 7 projekt Carte Blanche - Matt Sindall: W / Double You
- 8 Anthoine Phelouzat: Stolička Corky
- 9 Pierre-León Luneau: Konferenčný stôlik Miss Folding
- 10 projekt Carte Blanche - Inga Sempé: Lampa



067

stopercentný londýn

londýnske septembre nie sú symptomatické len zvýšeným vyťažením dáždnikov, ale aj všetkých, ktorí nachádzajú záľúbenie v dizajnerskej produkcii. *text Michal Lalinský foto archív 100% design*

Sled významných svetových podujatí zameraných na interiérový dizajn (s presahmi do všetkých oblastí životného štýlu) má logicky vyváženú dramaturgiu s dvoma vrcholmi: jarným salónom v Miláne a „komornejšou“, zato však vizionársky šťavnatejšou show 100% Design v Londýne. Zatiaľ čo prvé podujatie, pravidelne organizované v apríli, dosahuje obrie rozmery a odohráva sa predovšetkým v kontraktovej rovine, londýnska septembrová show je zameraná na mladý, dravý dizajn. Energiou nabitá atmosféra strhne (ako to pri takýchto akciách býva) celé mesto – od Earls Court, ktoré je výstavníckym domovom 100% Design, až po vychytenú hip zónu Brick Lane. Podľa Petera Massey, riaditeľa show 100% Design, bol „ročník 2007 najvzrušujúcejším v doterajšej histórii; so stúpajúcim počtom návštevníkov aj vystavujúcich. Novinky, ktoré sme pridali k show, dali celej akcii nové dimenzie: so 100% Futures sme sa dostali do víru inovácií a slávnosťou 100% Design London Award sme dostali šancu oceniť to najlepšie v súčasnom dizajne“.



Show, rozdelená do niekoľkých tematických rámcov, zahŕňala okrem pôvodného 100% Design a 100% Detail ešte aj 100% Light, 100% Materials, 100% Futures a 100% Sustainable; vždy s príslušným žánrovým spektrom. Kreatívnym riaditeľom festivalu 100% Design London bol v roku 2007 britský top dizajnér Tom Dixon. Okrem inovovania výstavníckeho dizajnu na Earls Court a obrovskej svetelnej inštalácie v centre Londýna predviedol aj novú kolekciu, v ktorej rozpracoval svoju obľúbenú tému práce s kovmi.

Ťažiskovou témou festivalu, okolo ktorej sa krútilo množstvo diskusií, bola páľčivá otázka trvalej udržateľnosti a environmentálnej angažovanosti v dizajne. Príkladom môže byť inštalácia nízkoenergetického verejného osvetlenia od Toma Dixona na Trafalgar Square. Vôbec po prvýkrát boli udelené festivalové ocenenia 100% Design London Award. Pod patronátom Deyana Sudjica, riaditeľa londýnskeho Design Museum, boli udelené ceny za najlepšie dizajn, interiér a produkt festivalu. Najžiadanejšou postavou sa stal Španiel Jaime Hayon, ktorý získal cenu developerov Londonewcastle a magazínu Wallpaper*; najlepším nováčikom show bol podľa časopisov Blueprint a The Daily Telegraph Matthew Hilton.

Organizátorom 100% Design London je výstavnícky gigant Reed Exhibitions, ktorému vďaka viac než 420 podujatiam zabezpečovaným v 32 krajinách patrí svetové prvenstvo.

Festival 100% Design sa najbližšie uskutoční v šanghajskej výstavníckom centre 26. – 28. júna 2008. Nasledovať budú prehliadky v Londýne (18. – 21. september 2008) a v Tokiu (31. október – 4. november 2008).

www.100percentdesign.co.uk
www.100percentdetail.co.uk

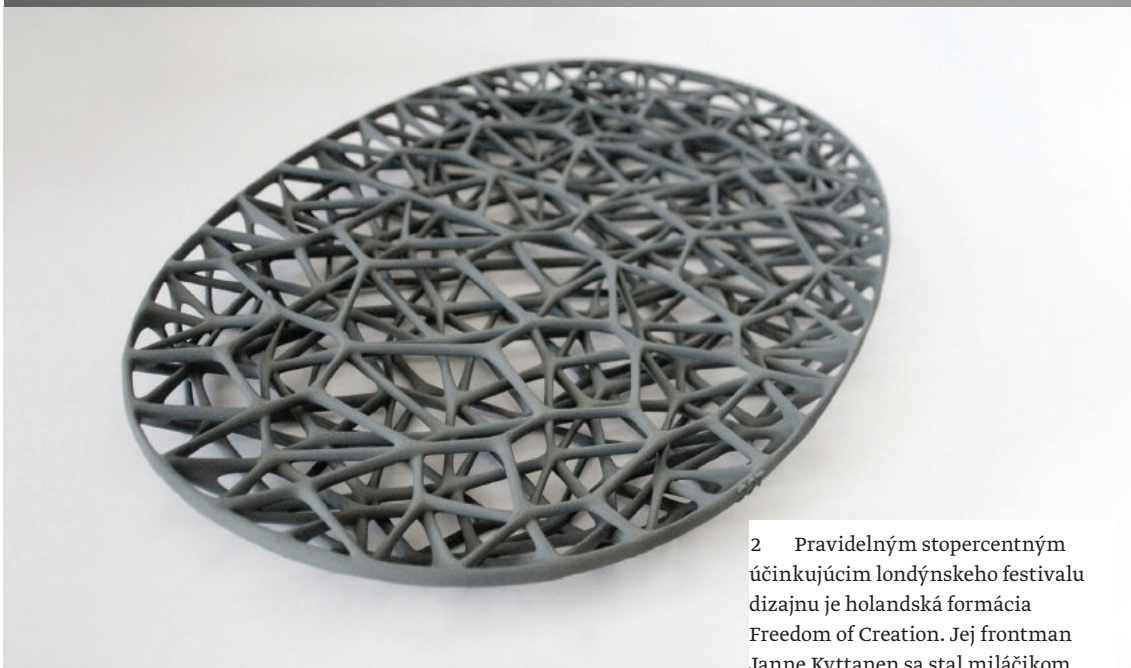
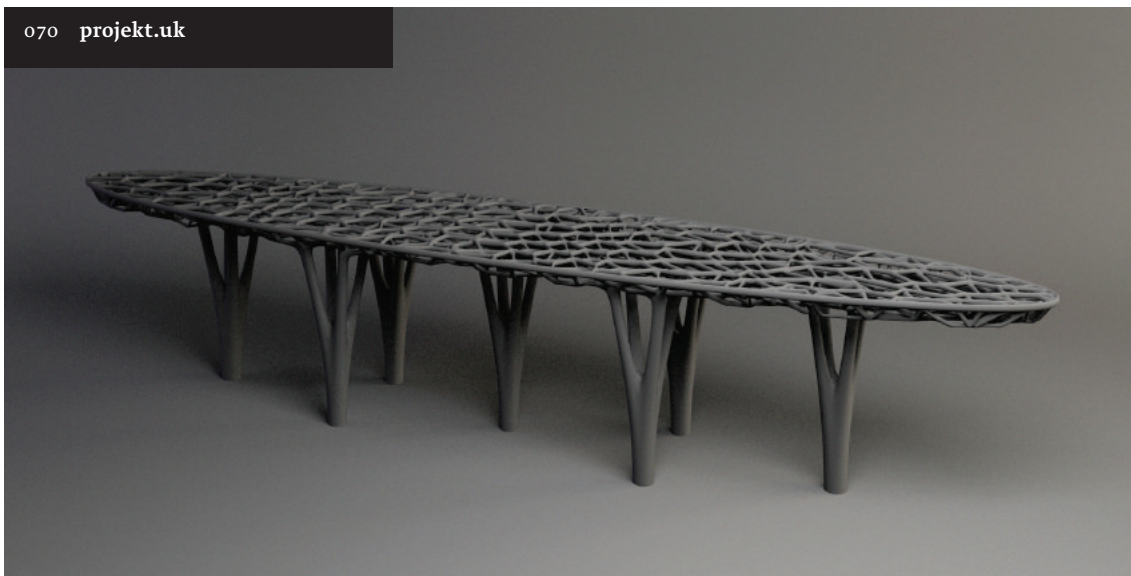


1 V spolupráci s Energy Saving Trust a s Glowb sa Tom Dixon nechal uniesť strhujúcim environmentálnym gestom: na Trafalgar Square totiž rozvešal 500 úsporných CFL žiaroviek a vytvaroval tak mohutný luster. Po skončení show sa vytavené žiarovky, ktorých dizajnérom bol sám Tom Dixon rozdali, spolu s ďalšími 3 000 kusmi verejnosti. Ak ich obdarovaní použijú, ušetrí sa až 754 ton CO₂, množstvo, ktoré by naplnilo 4 300 londýnskych double-deckerov...

www.tomdixon.net



070 projekt.uk



2 Pravidelným stopercentným účinkujúcim londýnskeho festivalu dizajnu je holandská formácia Freedom of Creation. Jej frontman Janne Kyttanen sa stal miláčikom obecnstva vďaka sofistikovanému využitiu radikálnych technológií Rapid Prototyping v oblasti životného štýlu. V aktuálnej kolekcii sa blysol stolom a misou Trabecula – estetickým cvičením na tému poréznych kostí vtákov; rozšírením aplikácií laserom spekaných tkanín o vrecúško Cardbag či ďalšou várkou krehkých tienidiel. www.freedomofcreation.com





3 V rámci inovatívnych aktivít sa predviedli aj ženské autorky: architektka Zaha Hadid rozpracovala svoju strategickú tému zaobľovania ostrých dekonštruktivistických hrán a Amanda Leveté, spolupracovníčka Jana Kaplického z Future Systems, zasa vytvorila digitálne manipulovanú inštaláciu vo verejnom priestranstve. One-off kúsky oboch autoriek, vytvorené v rámci Size+Matter boli umiestnené pred Royal Festival Hall.
www.londondesignfestival.com



072 profil

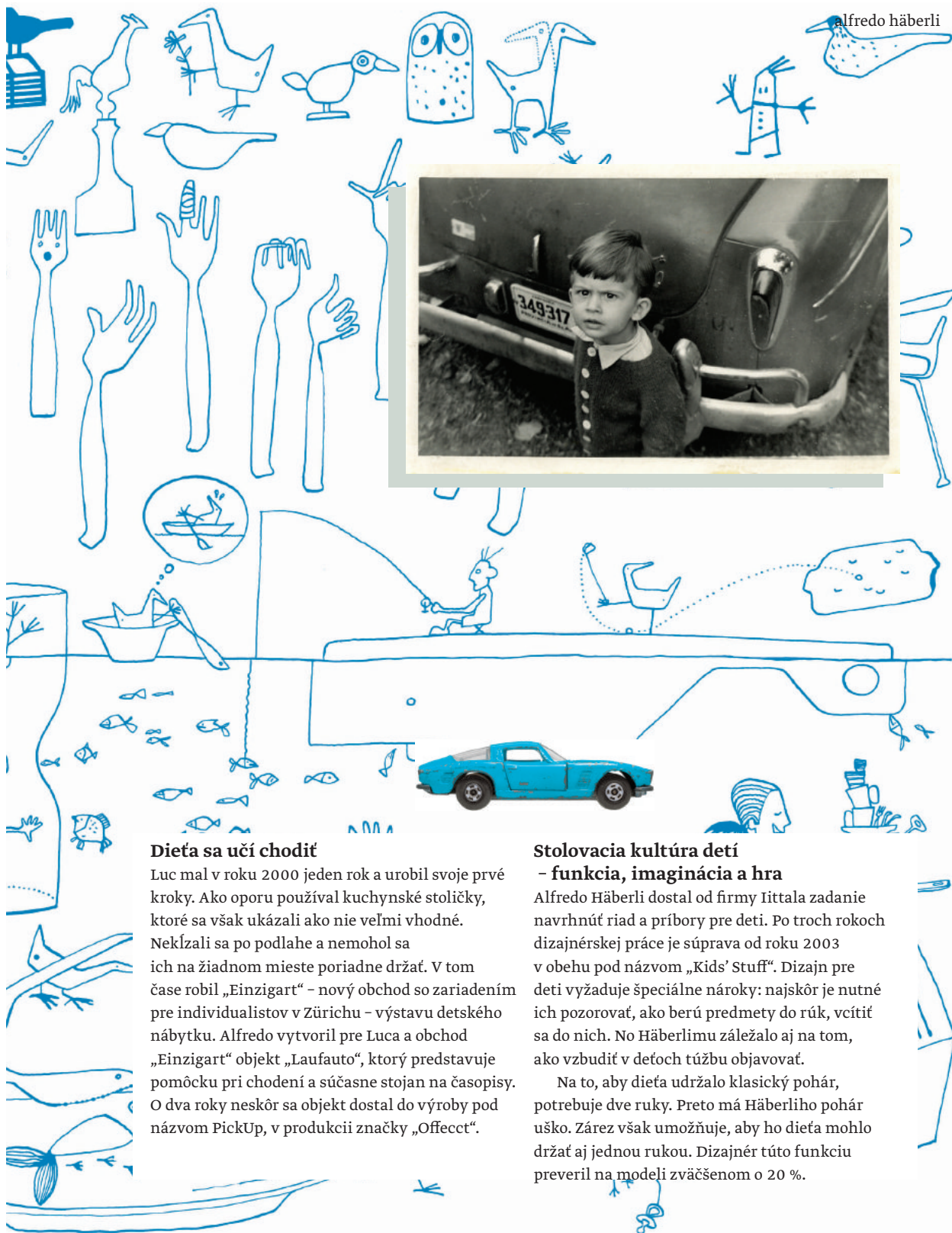


návraty do detstva alfreda häberliho

text Verena Huber foto archív Alfreda Häberliho

švajčiarsky dizajnér alfredo häberli robí okrem iného návrhy pre deti. je otcom dvoch detí. berie ich rovnako vážne ako dospelých. do svojej dizajnerskej činnosti zapojil celú rodinu. tú najbližšiu - svoju ženu stefanie häberli-bachmann ako grafičku a deti luca a aline ako kritických užívateľov -, ale aj vzdialenejšiu. pracovným motorom alfreda häberliho je jeho vášeň a radosť z práce, kreatívnym priestorom každodenné okolie, inšpiráciou pozorovanie a cieľom dať objektom, ktoré vytvára, dušu. návrhy sú ovplyvnené spomienkami na vlastné detstvo a každý z nich má svoj osobitý príbeh.





Dieťa sa učí chodiť

Luc mal v roku 2000 jeden rok a urobil svoje prvé kroky. Ako oporu používal kuchynské stoličky, ktoré sa však ukázali ako nie veľmi vhodné. Neklzáli sa po podlahe a nemohol sa ich na žiadnom mieste poriadne držať. V tom čase robil „Einzigart“ – nový obchod so zariadením pre individualistov v Zürichu – výstavu detského nábytku. Alfredo vytvoril pre Luca a obchod „Einzigart“ objekt „Laufauto“, ktorý predstavuje pomôcku pri chodení a súčasne stojan na časopisy. O dva roky neskôr sa objekt dostal do výroby pod názvom PickUp, v produkcii značky „Offecct“.

Stolovacia kultúra detí

– funkcia, imaginácia a hra

Alfredo Häberli dostal od firmy Iittala zadanie navrhnuť riad a príbory pre deti. Po troch rokoch dizajnerskej práce je súprava od roku 2003 v obehu pod názvom „Kids' Stuff“. Dizajn pre deti vyžaduje špeciálne nároky: najskôr je nutné ich pozorovať, ako berú predmety do rúk, vcítiť sa do nich. No Häberlimu záležalo aj na tom, ako vzbudiť v deťoch túžbu objavovať.

Na to, aby dieťa udržalo klasický pohár, potrebuje dve ruky. Preto má Häberliho pohár uško. Zárez však umožňuje, aby ho dieťa mohlo držať aj jednou rukou. Dizajnér túto funkciu preveril na modeli zväčšenom o 20 %.



074 profil



Miska a tanier majú dvojité okraj, aby sa jedlo či polievka nemohli len tak jednoducho vyliat na stôl. Vedome nie je použitý detský vzor – deti oveľa viac oslovujú silné farby ako napr. modrá a žltá. Príbor je prispôbený ergonómii detskej ruky, najmä s ohľadom na jemnú motoriku dieťaťa. S lyžicou, ktorá má plochú prednú časť, môžu deti lepšie naberať jedlo z taniera. Vďaka dlhej rukoväti sú detské ruky v menšom kontakte než pri klasickej dĺžke.

Vidlička má ostré zuby, preto stačí na napichnutie jedla vyvinúť menšiu silu, čím sa zároveň menej opotrebováva. Nôž má lomené ostrie. Zuby uľahčujú krájanie, no sú usporiadané tak, aby neboli nebezpečné. Vďaka precízne umiestnenej dierke na čepeli môže nožík dieťaťa pripomenúť známe zvieratká ako rybu či vtáčika. Tak si dieťa vytvára vzťah k „svojmu“ predmetu. Na tento účel slúži aj lopárik na krájanie vo forme veľryby. Nožík na nátierky z cédrového dreva vytvoril Alfredo inšpirovaný svojimi spomienkami na detstvo v Argentíne. K detskému príboru patrí aj farebný stolík na

nožičkách s nepravidelnými priehlbami, ktoré slúžia na hranie sa so sklenenými guľôčkami. Plánovaný bol aj kreslený návod bez slov, ktorý však nebol zrealizovaný. Rôzne sady sa predávajú v kartónovom kufríku, ktorý sa podľa potreby dá využiť aj na iné účely.

Häberli svojimi nápadmi akoby provokuje užívateľov k hľadaniu ďalších funkcií predmetov, stimuluje ich schopnosti. Úžitkové objekty sa stávajú hrou. Deti nie sú oslovené prostredníctvom dekorácií, ale prostredníctvom laserom vyrytých obrázkov z čiar, ktoré prebúdajú ich fantáziu. Na dne pohárov letí malý vták; spojením dvoch pohárov vznikne ďalekohľad. Na miske je vták umiestnený na spodnej strane dna, na tanieri sú zobrazené stopy vtáka v piesku alebo v snehu.

Za „Kids’ Stuff“ získal Häberli v roku 2005 cenu Švajčiarsky dizajn. Špeciálnym úspechom sú v súvislosti s touto kolekciou marketingovo ladené akcie. Deti zakladajú fankluby, komponujú piesne, tvoria obrusy a šijú šaty pre vtáčiky. Vytvárajú si svoj vlastný svet fantázie.

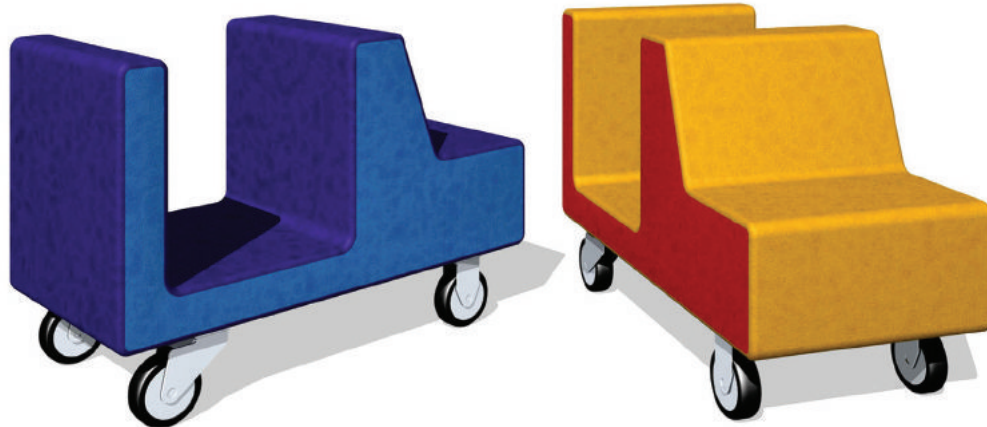


alfredo häberli





076 profil



Úspešný dizajnér ostal dieťaťom

Alfredo prišiel do Švajčiarska z Argentíny, keď mal dvanásť rokov, ako zahraničný Švajčiar. Väčšinu svojich hračiek si do nového domova nemohol priniesť, s výnimkou vlastnej zbierky autíčok Matchbox. Medzi nimi bol pod číslom 14 model legendárneho športového auta „Iso Grifo“, ktorý má odložený dodnes. Práve kvôli nemu sa chcel stať dizajnérom. Po ukončení vzdelania stavebného kresliča Häberli vyštudoval dizajn na Schule für Gestaltung v Zürichu. Jeho vzormi boli

Achille Castiglioni a Bruno Munari.

Keď sa uchádzal o miesto u Castiglioniho, ten mu odporučil, aby si otvoril vlastné štúdio. V roku 1993 si s Christophom Marchandom otvoril spoločný ateliér, v roku 2000 už svoje vlastné štúdio, v ktorom momentálne zamestnáva šesť spolupracovníkov.

Jeho portfólio je pestré. Návrhy zväčša predstavujú úžitkové nápady a rôzne vynálezy produktov. Názvy produktov sprostredkujú zvláštnu poetiku. Alfredovi, ktorý vyrástol



alfredo häberli

v Argentíne, chýbala vo Švajčiarsku družná atmosféra, ktorú však neskôr našiel v Taliansku. Jeho produkty pre Alias, Danese, Driade, Moroso, Zanotta, Edra, Cappellini a Luceplan siahajú od čalúneného nábytku a regálových systémov cez podpery na knihy až po popolníky.

Ak sa Taliani vedia do dizajnu zamilovať, Škandinávci ho zasa dokážu domyslieť do dokonalosti. V roku 2000 začal Alfredo Häberli spolupracovať s výrobcami v Škandinávii. Prostredníctvom jeho riadu pre Rörstrand – a neskôr Iittala – a taktiež nábytku pre Offecct sa mu otvorili dvere do úplne nového sveta. Medzičasom sa stal známym v medzinárodnom meradle.

Medzitým má stále dostatok priestoru na vývojové novinky. Zaoberá sa dokonca textilom. Filc bol v roku 1995 materiálom jeho diplomovej práce, pre Ruckstuhl navrhol v roku 2005 filcové koberce. V príprave sú kolekcie pre Kvadrat aj špeciálne druhy textilu pre deti. Nedávno dokončil showroom pre Kvadrat v Miláne. Motiváciou pre jeho povolanie

bola vášeň k autám. Prednedačnom začal spolupracovať s automobilkou Volvo. Cieľom spolupráce má byť vytvorenie nového typu vozidla, pričom Häberli sa zaoberá jeho interiérom. Deti v aute je dobré „zamestnať“. Hračkárske skladacie auto a inštrukcie na hry súvisiace s cestou autom má zatiaľ iba v hlave, no čoskoro sa stanú novými produktmi určenými deťom. ■

Chlapčenská izba.

Inštalácia na výstave „Neue Räume“
v Zürichu, november 2005,
spolu s Konstantinom Gricom

078 reflexia

témy, o ktorých sa dobre rozpráva

tak to zverejní, a

vráťme sa k projektu, ktorý sa konal na prelome marca a apríla 2007
v bratislave. na konci roka rekapitulujeme a talk/show
- výstava a cyklus prednášok - bol jednou z „udalostí tohto roka“
na scéne súčasnej kultúry u nás.

text Mária Rišková foto Lukáš Teren

Jej organizátorom bola bratislavská iniciatíva tranzit a mníchovská galéria Kunstverein München v spolupráci s Goethe inštitútom v Bratislave. Projekt bol pomerne málo reflektovaný v médiách, hoci by si zaslúžil publicitu minimálne kvôli svetovým menám, ktoré sem priviedol - svoje profesionálne záujmy prezentovali slovenskej verejnosti výtvarníci vrátane dizajnérov (napríklad Scott King, bývalý šéfredaktor časopisu I.D. Magazine a autor vizuálov pre populárnu kapelu Pet Shop Boys).

designum5+62007



hudobníci, performeri, teoretici aj kurátori.

Pre mňa bol jedným z vrcholov projektu londýnsky archív Publish and Be Damned, prezentovaný na výstave v dielňach tranzit.sk. Archív vzniká postupne, na základe každoročných „veľtrhov“ pravidelne usporadúvaných v Londýne od roku 2004. Jeho základ tvoria publikácie, ktoré vydali ich autori sami. Autori projektu Publish and Be Damned ich definujú ako „nezávislé publikácie“, „nekomerčné“, „vydané mimo inštitúcií“.

diela prenasledovaní, ale chcú ich šíriť ďalej, aj mimo oficiálnej distribučnej siete. Pripomína to už veľmi súčasnú situáciu, keď prístupnosť technológií určených na spracovanie a tlač publikácií spôsobuje nebývalý boom samopublikovania (čo je nie veľmi vydarený preklad anglického self-publishing) mimo registrovaných vydavateľstiev.

Publikácie, ktoré zbiera archív Publish and Be Damned, sú možno – pokiaľ ide o spracovanie dizajnu – čerešňou na koláči samizdatovej literatúry. Ak ich porovnáme s pôvodným

do pekla s tebou!

Kedysi by sme hovorili skôr o publikáciách vydaných vlastným nákladom, alebo jednoducho – o samizdatoch.

Termín samizdat sa prvotne spája s disentom z čias socializmu a má politický podtón, pretože je jedným zo symbolov odporu voči režimu – etymologický pôvod v ruštine je tiež zrejмый. Charakter publikácie vytvorenej v menšom náklade a dostupnou technikou však spôsobil prenos tohto termínu i do sféry mimo politických konotácií. Samizdatmi sú totiž aj rôzne záujmové časopisy, ktoré môžu prinášať napríklad literárne diela – väčšinou neetablovaných autorov. Častejšie sme sa s nimi mohli stretnúť po roku 1989 – spomeňme časopis Maternica, ktorý vychádzal na FFUK v Bratislave, alebo produkciu (často ešte strojopisnú, ako sa na pravý samizdat patrí) kultového samizdatového vydavateľstva ff.facultatif zo Senice (viac k tejto téme môžete nájsť na literárnom serveri www.literatlik.sk). Tento druh publikácií mi v porovnaní s politicky potláčanými publikáciami evokuje spojenie ekonomický samizdat – autori nie sú za svoje

„politickým“ samizdatom a záujmovými zinmi (skratka zo slova magazine – časopis), grafická podoba výrazne vynikne – v prvom prípade bolo dokonca v záujme ich autorov a šíriteľov, aby boli publikácie nenápadné a unikli tak pozornosti zo strany zástupcov režimu. Publish and Be Damned vystavuje hlavne časopisy robené umelcami a umelecké projekty v podobe rôznych publikácií – jednou z podmienok je, že by to nemali byť propagačné materiály k akciám. Tieto publikácie sa zaoberajú nielen umením, kultúrou, architektúrou, ale často filozofiou, politikou, rodovými otázkami, sociológiou atď. Autori ich prezentujú na spomínaných výstavách – „veľtrhoch“ a potom cestujú na ďalšie miesta vo forme unikátneho archívu. Na konci roka 2006 archív vystavila aj česká galéria Display. Práve táto výstava „vygenerovala“ pojem NEOSAMIZDAT, označujúci práve spomínaný druh literatúry. Počas každej zastávky sa archív obohacuje o miestne príspevky – u nás pribudla napríklad publikácia výtvarníka Erika Bindera či samizdat Blondiak z okruhu rovnomennej



umeleckej skupiny z počiatku 90. rokov. Archív určite videli študenti z Katedry vizuálnej komunikácie Vysokej školy výtvarných umení, takže je možné, že pridali niečo zo svojej tvorby.

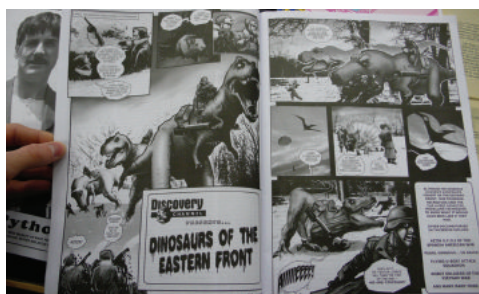
Podobné publikácie sa, prirodzene, dajú nájsť aj u nás. U Ľubomíra Longauera som zazrela časopis skupiny 29, mnohí mladí dizajnéri robia svoje knižky (Vladimíra Pčolová a iní). Napadá mi, že aj autorský plagát, ktorý bol donedávna u nás rozšírený, je formou samizdatu.

Súčasná podoba samizdatu (samo-vydávania, nezávislého publikovania) je, samozrejme, neoddeliteľná od digitálnej kultúry. Všadeprítomné blogy, denníky a podobne tiež spadajú do tejto kategórie, aj keď sú samostatným fenoménom s vlastnými pravidlami.

Ďalšou významnou oblasťou je rastúca požiadavka na služby „print on demand“ (tlač podľa požiadavky), čo je technická záležitosť: ide o tlač malých nákladov publikácií, umožňujúcu publikovať autorom, ktorí nechcú alebo si nemôžu dovoliť tlač veľkých nákladov a komerčnú distribúciu. Tieto fenomény so sebou prirodzene nesú aj riziká spriemerňovania kvality dizajnu, ale podľa mnohých neohrozia kvalitnú dizajnérsku tvorbu. Pravdou však je, že môžu výrazne vplývať na formovanie čitateľovho vkusu.

Inšpirovaná archívom Publish and Be Damned som tento článok plánovala napísať v oveľa rozsiahlejšej podobe, venujúc sa viac typológii a súčasným formám samizdatu a publikovania. Táto téma je však momentálne taká rozsiahla, že by si vyžiadala špecializované štúdium a určite by si zaslúžila detailnejší výskum. *(Ak má niekto záujem venovať sa bližšie tejto téme, kontaktujte ma na adrese: maria@nada.sk, alebo gavulová@sdc.sk)*

Na záver som si odložila vysvetlenie významu spojenia Publish and Be Damned – je to idióm, s ktorým sa často stretnete v anglofónnych textoch o publikovaní vďaka jeho expresívnosti a pikantnej histórii. Údajným autorom tohto spojenia je britský aristokrat Arthur Wellesley. Vraj odpovedal na vydieranie bývalej milienky, ktorá chcela zverejniť svoje pamäte s detailmi ich vzťahu: „Tak to zverejni, a do pekla s tebou!“ ■



Autormi londýnskeho projektu Publish and Be Damned sú Kit Hammonds, kurátor South London Gallery, a Emily Pathick, riaditeľka švajčiarskeho priestoru Casco; informácie nájdete na stránke www.publishandbedamned.org

dizajn na webe

výber naj web stránok
o súčasnom dizajne

text *Lucia Gavulová*



MoCo Loco

O zábere stránky napovedá už jej podtitul, ktorý znie The Modern & Contemporary Design Blog. MoCo Loco je on-line magazín venovaný všetkému, čo sa týka moderného a súčasného dizajnu a architektúry vrátane bývania (obytnéj architektúry), interiérového dizajnu, nábytku, doplnkov, osvetlenia, podlahových krytín, tapiet, grafického dizajnu publikácií, web dizajnu, on-line a maloobchodného predaja. U pravidelných návštevníkov stránky sa predpokladá dôvtip, inteligencia a zvedavosť. Ak chcete checknúť posledné novinky, trendy, reviews a odporúčania na produkty či služby, ste na správnej adrese.

www.mocoloco.com



Designobserver

Ak vás dizajn zaujíma nielen po vizuálnej a praktickej stránke, ale aj po teoretickej a odbornej, natukajte si do lišty v internetovom vyhľadávачi adresu <http://www.designobserver.com>. Ide o o jedinečnú stránku prinášajúcu vyčerpávajúce texty o dizajne a kultúre, tematicky zasadené do širšieho kontextu. Stránka ako stvorená na dlhé zimné večery, prešpikovaná inšpiratívnymi myšlienkami etablovaných prispievateľov (teoretikov dizajnu a umenia, sociológov či samotných dizajnérov). Odporúčame!

www.designobserver.com



designboom

Oblíbená a hojne navštevovaná stránka každého čo i len minimálne zainteresovaného sympatizanta fenoménu s názvom dizajn. Ak ju náhodou z neznámych príčin ešte nepoznáte, treba len uviesť, že je to skutočná studnica širokého spektra informácií: on-line vzdelávacie kurzy v oblasti dizajnu, v rámci ktorých sa môžete zdokonaľovať z vlastného záujmu a pre vlastnú potrebu; zoznam všetkých súťaží, ktoré v súčasnej dobe na poli dizajnu prebiehajú; vyčerpávajúce rozhovory s fundovanými svetoznámymi dizajnérmi; podnetné štúdie z histórie dizajnu; aktuality so širokým záberom od nových produktov, vývojových technológií až po najnovšie publikácie, týkajúce sa tejto problematiky; a napokon veľmi záslužná činnosť – dokumentácia fotografického materiálu vo veľkom rozlíšení z najzásadnejších svetových dizajnerských aj umeleckých podujatí (Bienále Benátky, Designblok Praha atď.).

www.designboom.com

DesignAddict

Web je zdrojom prehľadných informácií o modernom, postmodernom a súčasnom dizajne a nájdete v ňom kadečo o dizajnéroch a výrobcach nábytku, osvetlenia, dizajnu stolovania a doplnkov. Web má svojím zameraním dosah na medzinárodnú komunitu dizajnérov profesionálov aj súkromných užívateľov. Od roku 1998, keď stránka vznikla, prešla vo svojom vývoji kus cesty. V oblasti produktového dizajnu takmer nemá konkurenciu.

www.designaddict.com

Czechdesign.cz

Nemenej fundovaná a informačne výživná je aj stránka našich susedov za riekou Moravou – Czechdesign.cz. Rovnomenné občianske združenie bolo založené v roku 2003 s cieľom podporiť český dizajn. Okrem pozvánok na akcie a recenzií tu môžete nájsť informácie o projektoch, trendoch, technológiách, teórii a histórii dizajnu. Portál sa síce prednostne zameriava na český dizajn – a to najmä na oblasť študentskú, ktorá stojí trochu mimo záujmu médií, no dá sa tu nájsť aj množstvo užitočných informácií všeobecnejšieho záberu, ako aj užitočný adresár.

www.czechdesign.cz

akú má dizajn cenu?

texty Lucia Gavulová a Silvia Lutherová foto Boris Németh a archív autorov

Význam ocenenia ako takého snád' nepotrebuje analýzu. Ceny sa v kultúrnej obci zvyknú udeľovať za prínos, ktorý môže istým spôsobom korešpondovať s profesionalitou a kvalitou, ako ju vníma okruh zasvätených, ale aj širšia verejnosť. Prestížna cena, udelená odbornou porotou na základe stanovených kritérií, je všeobecne prijímaná ako akýsi „ukazovateľ kvality“, určuje, alebo by mala určovať, čo je „najlepšie z najlepšieho“ v konkrétnej hodnotenej oblasti. ¶ Pri udeľovaní takýchto cien treba prirodzene zohľadňovať fakt, že výber sa môže uskutočniť iba z prihlásených prác, a teda i oceňovanie kvality prebieha len na limitovanej úrovni. Kvalita a rozsah prihlásených diel však v konečnom dôsledku sami o sebe tlmochia úroveň samotného ocenenia a jeho vážnosť v povedomí súťažiacich. ¶ Význam akéhokoľvek ocenenia však spočíva predovšetkým v jeho pôsobení na verejnosť. Upozorňuje na kvalitu v neprehľadom mori produkcie a cibí schopnosť ľudí rozlíšiť a uvedomiť si hodnoty, ktoré majú potenciál obstáť v konkurencii aj skúške času. Ocenenie má tú silu pozitívne ovplyvňovať hodnotové kritériá spoločnosti a dokonca i čiastočne kultivovať alebo aspoň usmerňovať vkus a kultúrne povedomie širšej verejnosti. ¶ Hlas ocenenia je však o to silnejší, o čo je rešpektovanejší ten, kto cenu udeľuje. Preto by tie najprestížnejšie ceny mali udeľovať vrcholové inštitúcie, ktoré v danej oblasti pôsobia a vedia zaručiť objektivnosť, smerodajnosť, nadhľad i profesionalitu a, čo je dôležité, ktorých aktivita je v podnecovaní a podporovaní danej oblasti dlhodobá a dôveryhodná. ¶ Národná cena za dizajn je na Slovensku udeľovaná každý druhý rok už od roku 1993. Pre tých, čo sledujú dianie v slovenskom dizajne, predstavuje najprestížnejšie ocenenie, ktoré môže dizajnerský produkt či jeho autor získať. Slovenské centrum dizajnu je presne tým typom inštitúcie, ktorá je poverená formovať povedomie verejnosti o dizajne, napomáhať lepšej a plynulejšej infiltrácii dizajnu do každodenného života,



učiť ľudí súžitiu s vecami nielen esteticky príťažlivými, ale aj kvalitatívne na primeranej úrovni, a to všetko na domácej pôde a od domácich tvorcov, návrhárov a výrobcov. ¶ Práve Národná cena za dizajn má tento štatút SCD napĺňať a jej vážnosť je o to väčšia, že spomedzi všetkých aktivít inštitúcie je tou najprestížnejšou a verejnosťou najviac vnímanou udalosťou. Súťaž má však popri verejnom ohodnotení a zvýznamnení samotných tvorcov – dizajnérov aj iné poslanie, na ktorom si zakladá. Ako hovorí riaditeľka Slovenského centra dizajnu Katarína Hubová: „Cieľom súťaže bolo a stále zostáva podporovať firmy, ktoré v inovačnom procese uplatňujú vznik domáceho produktu s pridanou hodnotou dizajnu, a tiež vyzdvihnúť klientov, ktorí uprednostňujú prácu s profesionálnym grafickým dizajnérom, či štúdiom. ¶ Je určite mnoho dôvodov, prečo je dôležité podporovať rozvoj kvalitného dizajnu – či už produktového, alebo komunikačného aj prostredníctvom udeľovania ceny. Dobrý dizajn totiž kultivuje nielen naše každodenné životné, ale aj podnikateľské prostredie, je pridanou hodnotou, pod ktorú sa podpisujú nielen tvorcovia, ale aj technológie a informovaní, vzdelaní odborníci, ktorých poslaním by malo byť pomáhať dizajnu presadiť sa. ¶ Ôsmy ročník odovzdávania Národnej ceny za dizajn sa konal v bratislavskej PKO v 12. októbri 2007, v prvý deň medzinárodnej konferencie Cumulus, ktorú pripravila Vysoká škola výtvarných umení v spolupráci so Slovenským centrom dizajnu. Publikum slávnostného ceremoniálu sa tak popri domácich osobnostiach rozšírilo aj o medzinárodne uznávaných odborníkov či pedagógov z rôznych kútov sveta, ktorí dôležitú chvíľu v živote slovenského dizajnu ešte o čosi zvýznamnili, ale zároveň vyvolali aj silnejší pocit zodpovednosti nielen za samotné ocenené práce, ale aj za záujem, aký vzbudia a dopad, aký budú mať. ¶ Preto si myslíme, že je dôležité venovať pozornosť tejto dôležitej udalosti v slovenskom dizajne a ponúkame vám tematický blok približujúci priebeh a výsledky Národnej ceny za dizajn 2007. Predstavíme vám víťazné práce prostredníctvom komentárov samotných autorov, sprostredkujeme názory odbornej poroty na tohtoročnú súťaž ale aj na situáciu v súčasnom dizajne a obzrieme sa aj za niektorými úspešnými účastníkmi minulých ročníkov. Súčasne vám prinášame aj prehľad produktov a prác, ktoré tento rok získali uznanie poroty. ▀

rozhovor s víťazom národnej ceny za dizajn
v kategórii produktový dizajn

profi-format, formátovacia pila

dizajn **Peter Juščák a Jozef Kurila** výrobca **Kusing, Huncovce**

Čím je podľa vás váš produkt výnimočný?

Výnimočný je v inováciách, ktoré vedia osloviť. PROFI-FORMAT prináša predovšetkým nový pohľad na spôsob práce pri delení materiálu. V porovnaní s klasickým riešením formátovacej pily má tento koncept mnohé výhody: nepohybuje sa materiál voči pile, ale pila voči materiálu, čo eliminuje jeho posuv pri rezaní, počas rezania nemusí pracovník manipulovať s materiálom v blízkosti pily, čo zvyšuje bezpečnosť a pohodlie pri práci a stroj vyžaduje menej miesta v dielni. Zároveň sa vytvára vysoká variabilita práce.

Aký je jeho príbeh, resp. ako vznikol?

Jeho počiatky nie sú presne časovo ohraničené. Moja spolupráca s firmou Kusing začala v čase riešenia mojej diplomovej práce. Dobre zladená spolupráca s Ing. Jozefom Kurilom viedla k inovácii dizajnu celého radu strojov a PROFI-FORMAT bol tým, dá sa povedať, najodvážnejším projektom, ktorý sa rodil v niekoľkých etapách, kým

nadobudol svoju podobu. Veľkú zásluhu na jeho vývoji a samotnej výrobe má práve Jozef.

Akú vlastnosť alebo kritérium považujete za dôležité / dominantné v rámci vášho produktu?

Tu by som vyzdvihol vyšší štandard pri práci, ktorý tento stroj poskytuje.

Aká budúcnosť čaká váš produkt? Plánujete pokračovať v jeho vývoji?

PROFI-FORMAT bol v tomto roku predstavený na kontraktčných výstavách v Poznani, Prahe a naposledy u nás v Nitre, kde vzbudil záujem mnohých návštevníkov. Predovšetkým prostredníctvom nášho poľského partnera sa vytvára predpoklad, že pila zavŕši svoj osud u zahraničných zákazníkov. Tento prvý vyrobený kus bude v prevádzke na Slovensku, kde si bude budovať svoje renomé. Osobné referencie užívateľa sú tou najlepšou cestou k získaniu ďalších zákazníkov a ja verím, že budú dobré.

Čo pre vás znamená víťazstvo v Národnej cene za dizajn? Vystávajú z neho pre vás nejaké záväzky?

Určite to znamená dobrý pocit. Naše úprimné úsilie v oblasti strojov, ale aj v oblasti drevených stavebníc, ktoré získali uznanie, malo v tomto smere šťastný medzník. Slovo záväzok by som zamenil za zodpovednosť, ktorú som vždy pri práci pociťoval, a myslím si, že v tomto smere sa ani po udelení ceny nič nezmení.

Ako hodnotíte kvalitu a úroveň NCD? Keby to bolo vo vašich kompetenciách, zmenili by ste niečo?

Ako „účastník zvonku“ som mal dobrý dojem. A ako nezasvätený porotca som si kladol otázku – akým kritériám boli podrobené zúčastnené práce. Hodnotenie takých rôznorodých výrobkov určite nie je jednoduché. Možno by sa tieto univerzálne kritériá s prideleným počtom bodov mohli objaviť v katalógu NCD. Za pozitívum považujem aj vznik študentskej kategórie v roku 2005. K tomu, čo by som zmenil, by mi asi nestačili žiadne kompetencie, preto to vyslovím ako prianie. Želám budúcim porotcom množstvo kvalitných prác, z ktorých by sa im robili krásy na čele z dôvodu výberu toho naj. Aby to mohli každý raz zhodnotiť slovami: „Tento ročník bol lepší

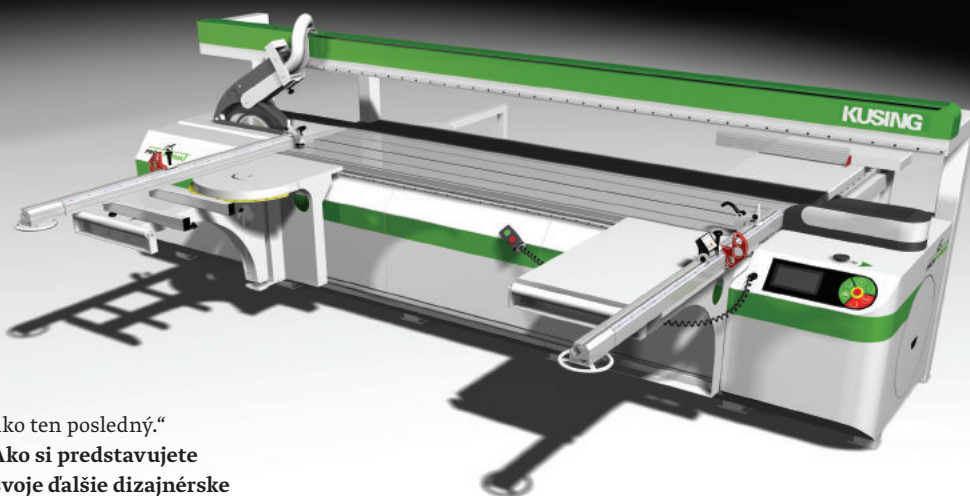
ako ten posledný.“

**Ako si predstavujete
svoje ďalšie dizajnérske
smerovanie?**

Vždy ma priťahovala väčšia
technika, ktorú som vedel
lepšie precítiť ako to ostatné.
Takže určite sa nevydám
cestou napríklad módneho
návrhárstva.

**Ako hodnotíte súčasnú scénu
grafického / priemyselného
/ odevného dizajnu na
Slovensku?**

Z grafického dizajnu vnímam
najväčšmi web dizajn,
ktorému sa v rámci svojej
práce trochu venujem.
Myslím, že sa tu vytvára dosť
silná, široká komunita, ktorá
ponúka zákazníkom kvalitné
spracovanie ich prezentácie,
čo dokazuje aj ocenená stránka
SND. Túto oblasť vnímam
– pri stále silnejúcom trende
digitalizácie – pre budúcnosť
ako dominantnú. Verím, že 3D
internet prinesie nový boom.
V priemyselnom dizajne si želám
viac investorov v segmente
produktov, ktorí budú na
Slovensku nielen vyrábať,
ale aj vyvíjať. V opačnom
prípade sa potenciál, ktorý
sa na vysokých školách
produkuje, minie účinku. ■



www.snd.sk

Daniel Blonski, Martin V. Lipták

Čím je podľa vás váš víťazný produkt výnimočný?

Martin V. Lipták: Prístupom k téme. Vytvorili sme dizajn pre divadlo a úspešne sme sa vyhli použitiu „divadelného“ a „teatrálneho“ klišé. Pri vytváraní dizajnu sme si nepredstavovali divadelné plagáty, oponu, hľadisko... ale návštevníka webu, ktorý hľadá informácie o programe divadla, fotografie z predstavenia, obsadenie a podobne. Jednoduchou kompozíciou sme rozdelili web na vizuálnu a obsahovú časť a každej sme ponechali priestor na vyniknutie. V obsahovej a navigačnej časti sme sa pridržiavali štandardných riešení, aby sme návštevníkom webu SND zjednodušili a urýchlili prístup k informáciám.

Aký je jeho príbeh, resp. ako vznikol?

Martin V. Lipták: Pri spätnom pohľade si vybavujem dva obrazy: prvý, ako sa mi triasli kolena pri uvedení pri prípravu webu pre SND, a druhý, postupne narastajúci pocit radosti, keď sme vytvorili základné princípy dizajnu a aplikovali ich na kľúčové typy stránok. Spolupráca so SND bola vynikajúca, nechali nám voľnú ruku pri tvorbe

dizajnu a plne nám dôverovali.

Daniel Blonski: Uvedenie stránky bolo naplánované k otvoreniu novej budovy SND. Boli to hektické chvíle pre SND a aj pre nás. Dosiahnuť tento cieľ pomohla aj vzájomná dôvera, ktorá urýchlila niektoré fázy prípravy projektu.

Akú vlastnosť alebo kritérium považujete za dôležité / dominantné v rámci vášho produktu?

Martin V. Lipták: Prehľadnosť, funkčnosť, nadčasovosť. Neaplikovali sme žiadne módne alebo trendové prvky. Sústredili sme sa na informácie ako také. Pre niekoho môže byť web SND nudný a jednoduchý. Životnosť trendových webov je však v dnešnej dobe krátka, veľmi rýchlo sa „opozerajú“.

Daniel Blonski: Nechceli sme upozorniť na seba, ale na divadlo. Dôležité sú informácie o divadle – nie náš dizajn. Samozrejme, s dôrazom na vizuálnu atraktivitu.

Aká budúcnosť čaká váš produkt? Plánujete pokračovať v jeho vývoji?

Martin V. Lipták: Postupom času sa ukážu určité funkčné a informatívne chyby alebo nedostatky. Prídu nové požiadavky od návštevníkov alebo z divadla, a aj naše návrhy na vylepšenia. V krátkom čase

bude treba vytvoriť archív, videosekciu... Nespomínam si, že by nejaký náš väčší projekt po vytvorení a spustení vydržal bez zmien dlhšie ako jeden rok.

Daniel Blonski: Neskôr sa môžu doplniť nové funkcie, môže dôjsť k zmenám aj v dizajne alebo úprave tých častí, ktoré podľahli nesprávnemu použitiu zo strany editorov. Je to bežná súčasť práce na weboch, ktoré majú väčší rozsah a množstvo aktualizácií.

Čo pre vás znamená víťazstvo v Národnej cene za dizajn?

Vystávajú z neho pre vás nejaké záväzky?

Martin V. Lipták: Prekvapenie, radosť, zodpovednosť. Víťazstvo v NCD je s odstupom času záväzok a povinnosť nepoľaviť, dokázať, že to nebola náhoda, ale výsledok viacročného postupného vývoja, vzdelávania sa a práce.

Ako hodnotíte kvalitu a úroveň NCD? Keby to bolo vo vašich kompetenciách – zmenili by ste niečo?

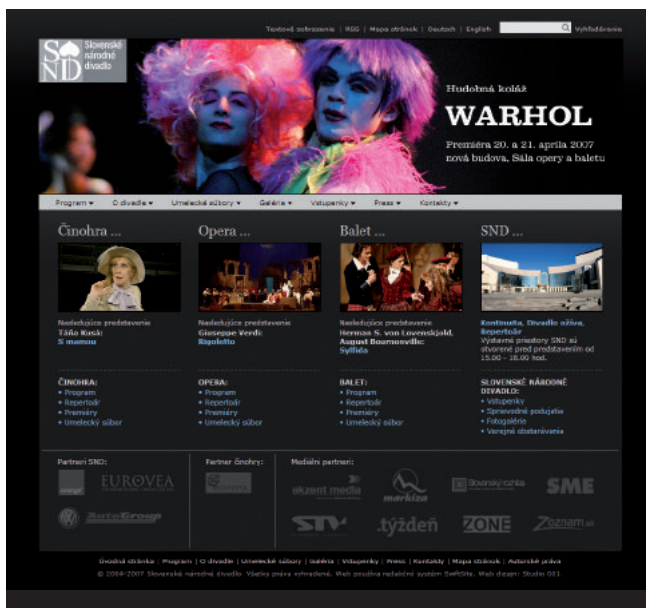
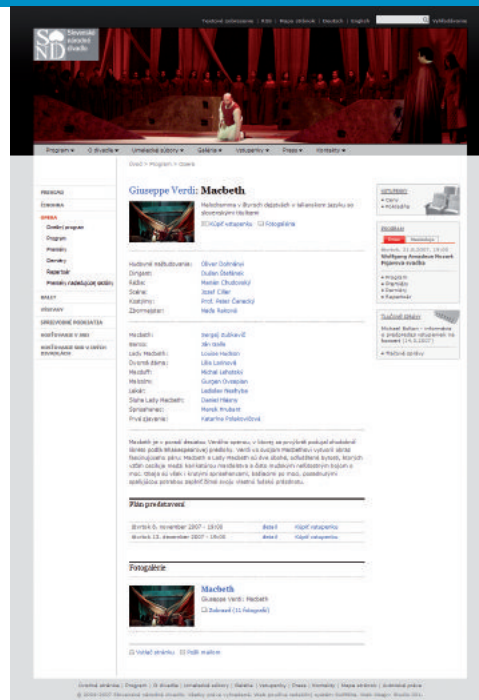
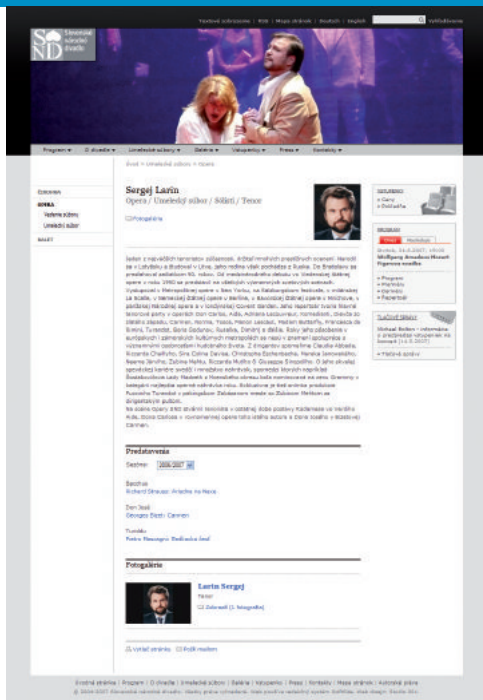
Martin V. Lipták: Netrúfam si hodnotiť. Myslím si, že moje informácie a znalosti mi neumožňujú objektívne hodnotiť.

Daniel Blonski: Do súťaže sa tento rok prihlásilo najviac dizajnérov. Kvalita každým ďalším ročníkom rastie.

Ak to takto pôjde ďalej, máme sa na čo tešiť.

Ako si predstavujete svoje ďalšie dizajnérske smerovanie?

Martin V. Lipták: Pokračovať v tom, čo sme robili posledné roky a čo nás zaujíma, teší, a aj živí.



informácií“ narastať. Bude tiež potrebné prehodnotiť súčasnú prístupnosť a nahradiť ich novými s ohľadom na nové technológie a potreby komunikácie. Veľkou úlohou dizajnu bude tiež jednoducho filtrovať užitočné informácie od „balastu“. Veľmi rád by som viac času venoval dizajnu aplikácií: vytváraniu používateľského rozhrania (GUI) pre počítačové aplikácie. Ako hodnotíte súčasnú scénu grafického dizajnu na Slovensku? **Daniel Blonski:** Máme u nás veľa dobrých grafických dizajnérov – niektorí z nich sa úspešne dokázali presadiť aj v zahraničí. ■

Daniel Blonski: Robiť dobrý dizajn nás baví a to chceme robiť aj naďalej. **Martin V. Lipták:** Osobne ma zaujíma spojenie logického myslenia a dizajnu. Sám pre

seba si navrávam, že upratujem informácie do logického a prehľadného celku. Pri súčasnom trende zväčšovania objemu informácií na webe bude potreba „upratovania



rozhovor s vítazkou
ceny ministerstva školstva sr 2007

cestovný odev

pavla tobková

dizajn *Pavla Tobková*
škola *ateliér odevného dizajnu,*
VŠVU Bratislava
pedagóg *Júlia Sabová*

Čím je podľa vás váš víťazný produkt výnimočný?

Moje kolekce cestovních oděvů je výsledkem úsilí propojit sportovní oděv, založený na funkci a variabilitě, a módní artefakt, který řeší komunikaci těla s oděvem vizuálně.

Aký je jeho příběh, resp. ako vznikol?

Jednotlivé oděvy vznikaly přímo na figuríně s pomocí pocitové kresby nebo prvotního nápadu v náčrtku. I když tato cesta se ukázala být daleko složitější, umožňovala pracovat bezprostředně a nově s prostorem v oděvu, s jeho střihem.

Akú vlastnosť alebo kritérium považujete za dôležité / dominantné v rámci vášho produktu?

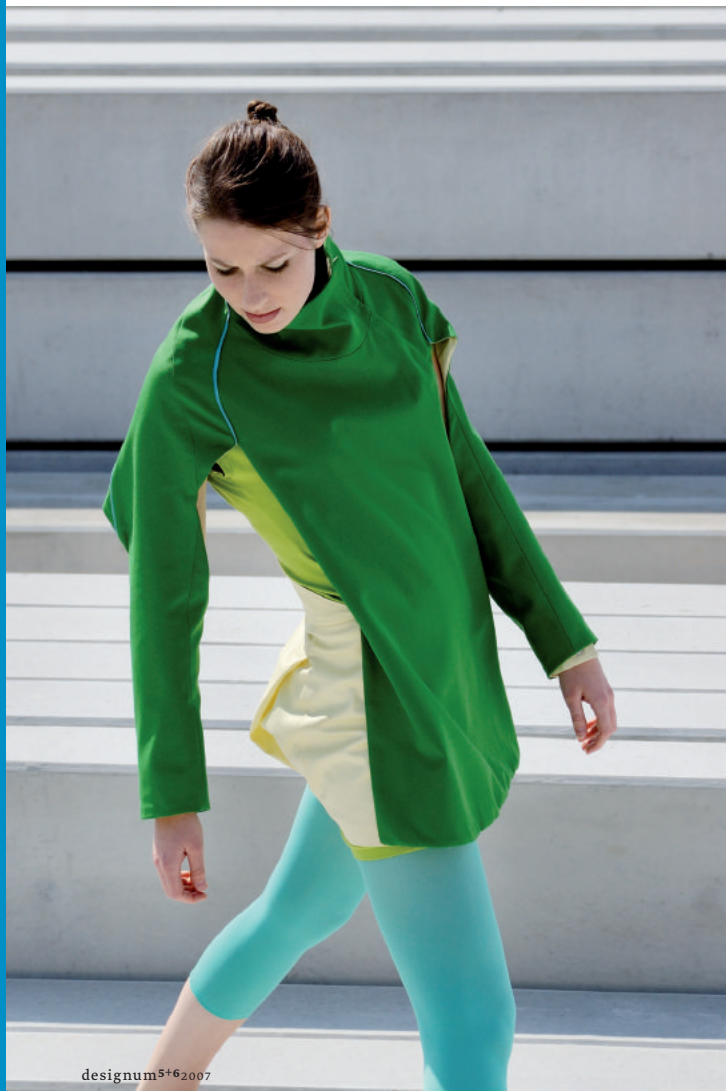
Z hlediska funkčnosti jsem do popředí kladla nositele, který bude moci snadno manipulovat se svým oděvem. Jednoduše vytvoří přímo v rámci oděvu úložný prostor a tím zároveň i zajímavě změni jeho tvar. To bylo pro mě určující a dostatečně lákavé myšlenkové východisko.

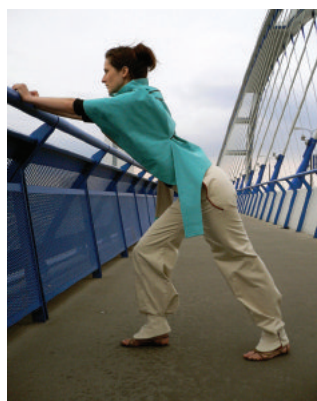
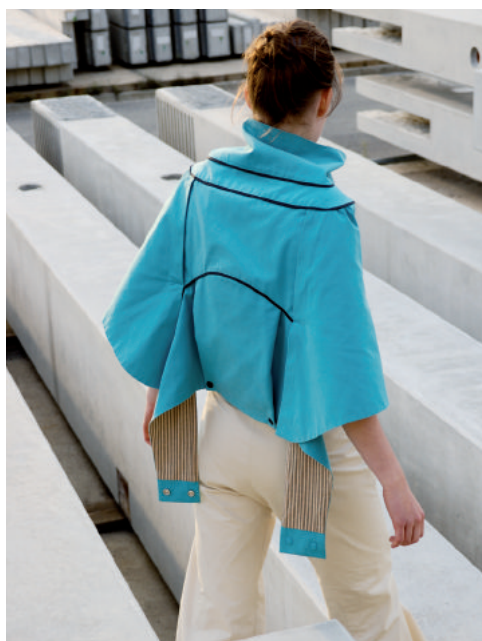
Aká budúcnosť čaká váš produkt? Plánujete pokračovať v jeho vývoji?

Jsem si vědoma toho, že oděvy by mohly být vyráběné sériově, i když v této věci jsem zatím žádné kroky nepodnikla. Jejich další vývoj je otevřený, ale protože ještě studuji, chci věnovat svůj čas spíše hledání nových přístupů a řešení v oděvním designu.

Čo pre vás znamená víťazstvo v Národnej cene za dizajn? Vystavajú z neho pre vás nejaké záväzky?

Ocenění mě velmi potěšilo a vážím si toho, že porota





vybrala právě mou kolekci oděvů. Má to pro mě velký význam i z toho pohledu, že moje vynaložené úsilí nebylo marné, oslovilo odborníky a to je příjemný pocit.

Ako hodnotíte kvalitu a úroveň NCD? Keby to bolo vo vašich kompetenciách – zmenili by ste niečo?

Národní cena za design je významné ocenění a má pro Slovensko velký kulturní a společenský význam. Přála bych si, aby se více upevnila pozice NCD na úrovni státu.

Ako si predstavujete svoje ďalšie dizajnérske smerovanie?

Inovativně. Ať už se to týká střihu, potisku, nebo řešení celé siluety. Chtěla bych vytvořit alternativu k masovému proudu valící se konfekce, která orazítkuje člověka jasně určeným stylem obchodní značky. Člověk je individualita a má proměnlivou náladu.

Oděv vnímám výrazově i významově jako velmi bohatý a objevování jeho různých podob je jako proplouvat nádhernou a stále novou krajinou.

Ako hodnotíte současnou scénu grafického / priemyselného / odevného dizajnu na Slovensku?

Slovensko má úžasné bohatství v lidovém umění, objevuji v něm velký smysl pro stylizovaný tvar, ornament, barvu a jakýsi „lidský rozměr“. Myslím, že má v sobě silný potenciál, který stále čeká na své využití a další rozvíjení ve slovenském designu. ■



rozhovor s víťazom
ceny ministerstva školstva sr 2007

„a“ ondrej gavalda

dizajn Ondrej Gavalda
škola ateliér 303, VŠVU Bratislava
pedagóg Stanislav Stankoci, Palo Bálik



Čím je podľa vás váš víťazný produkt výnimočný?

Osobne ho za výnimočný nepovažujem, ale jeho spracovanie je svojím spôsobom nové. Moje osobné logo „a“ som použil ako zástupcu reprezentujúceho všetky logá, reklamy a mediálne kampane. Dokumentujem dej, v ktorom sa z počiatočného nenápadného loga postupne stane absolútny monopol pokrývajúci úplne všetko a nenechávajúci žiadny voľný priestor. Žijeme vo svete tvorenom reklamou. Platí, že čím viac je reklamy, tým agresívnejšie sa musí značka presadzovať.

Aký je jeho príbeh, resp. ako vznikol?

Materiál použitý v projekte

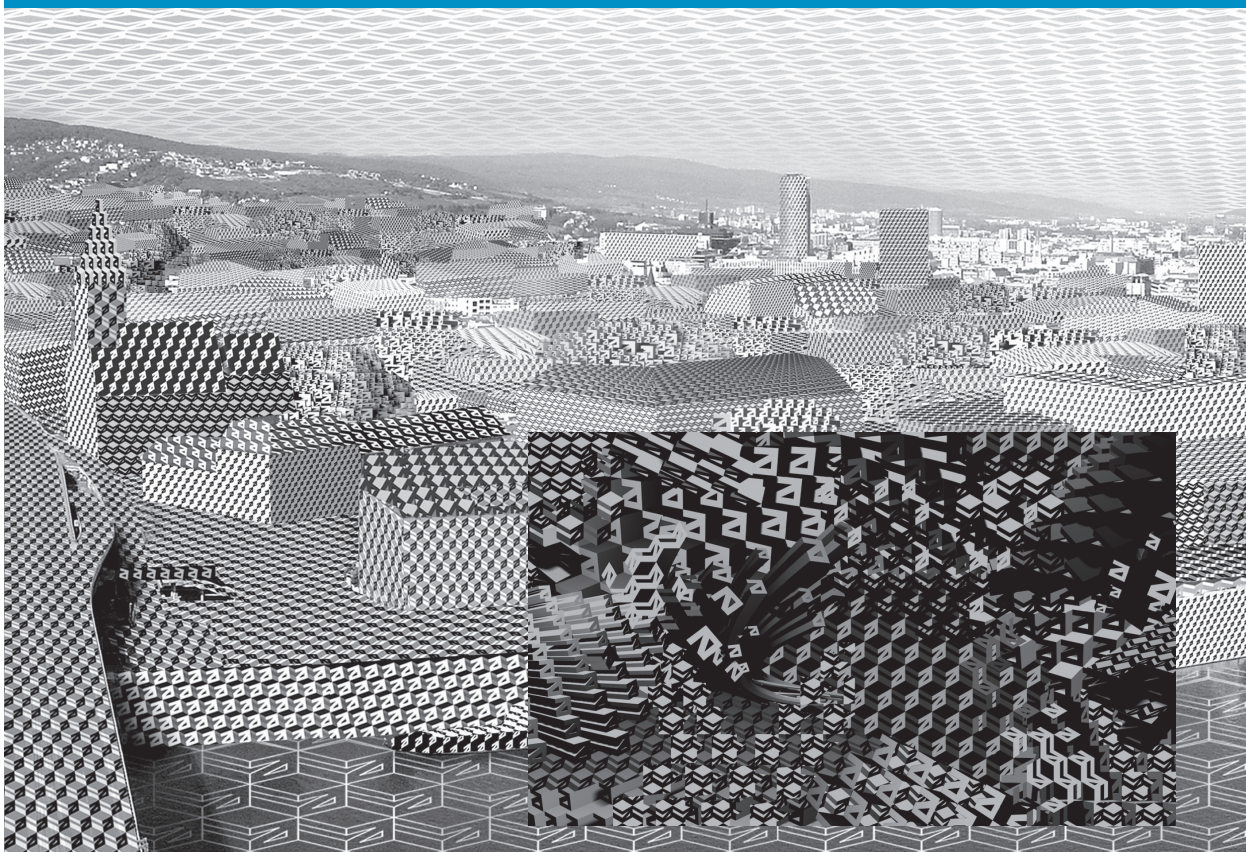
som vytváral niekoľko rokov. Vývojom a rozširovaním loga „a“ sa s malými prestávkami zaoberám približne od maturity. Nemôžem ale povedať, že od týchto čias mám v hlave ten istý koncept, ktorý je nosnou časťou finálneho projektu. Tieto materiály vznikali s iným, aj keď podobným zámerom. Na začiatku práce som mal dostatok dôverne známeho materiálu, ale koncept bolo treba ešte dopracovať. Priznávam, že tento postup práce sa môže zdať absurdný. Koncept nakoniec dostal svoju pevnú podobu až po dočítaní knihy No Logo od Naomi Kleinovej.

Akú vlastnosť alebo kritérium považujete za dôležité / dominantné v rámci vášho

produktu?

Aj keď ide o noviny, je potrebné vedieť, že každý výtlačok je originál. Ako tlačovú techniku som si vybral sieťotlač, ktorá mi dovolila vyťažiť maximum z jej možností. Noviny sú tlačené približne ôsmimi farbami na štyroch rôznych typoch papierov. Obsahujú rôzne farebné iris, farebné kombinácie, dokonca dokreslenia niektorých hotových výtlačkov signálnymi fixami. Ako jeden z typov papiera je použitý aj billboardový papier,





presnejšie rozrezané,
už vytlačené a nepoužité
billboardy.

**Aká budúcnosť čaká váš
produkt?**

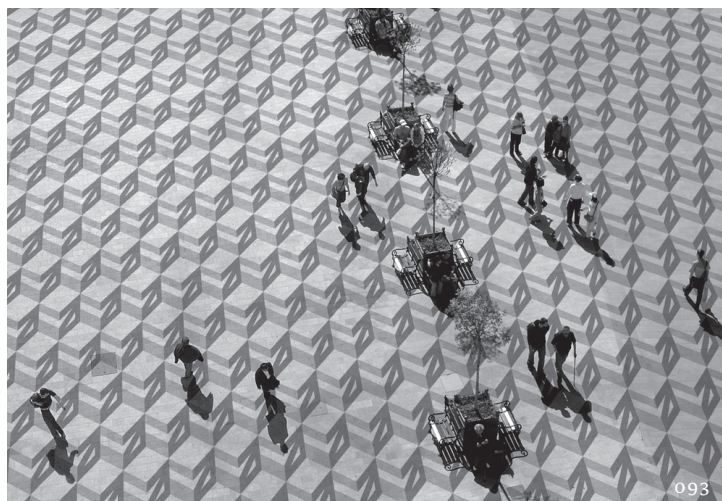
Noviny sú na to, aby odovzdávali
ľuďom informácie. Aby moje
noviny splnili svoj účel,
je potrebné ich rozdať a posunúť
ďalej do sveta.

**Ako hodnotíte kvalitu
a úroveň Národnej ceny
za dizajn? Keby to bolo
vo vašich kompetenciách
– zmenili by ste niečo?**

Určite by som zmenil spôsob
inštalácie a prezentácie
grafického dizajnu. Nápad
uskutočniť výstavu v Apollo
Business Centre sa mi páčil
a veľa som od neho očakával.
Realita bola však úplne iná.

Nálepka Národná cena za
dizajn pôsobí pri inštalácii
skôr komicky, alebo smutne
upozorňuje na úroveň
prezentácie dizajnu na
Slovensku. Jednou vetou:
Nechať z rozpočtu usporiadateľa
väčšiu časť na inštaláciu

a menšiu na chlebičky na
slávnostnom galavečere.
Nepáčil sa mi ani spôsob
organizácie galavečera, ktorý
bol určený len pre pozvaných
hostí. Študenti a širšia odborná
verejnosť nemali prístup
na túto udalosť. ■



rozhovor s víťazom ceny audi

skladací mestský bicykel fajnyje²

dizajn **Peter Varga**škola **VŠVU Bratislava**pedagóg **Ferdinand Chrenka**

Čím je podľa vás váš produkt výnimočný?

Je ťažké z pohľadu autora objektívne zhodnotiť vlastný produkt. Myslím si, že je zaujímavý spôsobom skladania, jednoduchosťou a celkovým tvarom. Tešia ma však najmä pozitívne reakcie nezainteresovaných ľudí, ktorí bicykel zhliadli na ulici, keď som napr. počul: „... hm, aj ja by som chcel taký bicykel...“ To je pre mňa najvýnimočnejšie.

Aký je jeho príbeh, resp. ako vznikol?

Vznikal dosť dlho, s prestávkami a množstvom zmien. Odvíjal sa od rôznych iných návrhov spred niekoľkých rokov, pričom myšlienka tejto prezentovanej verzie vznikla asi pred rokom. Akú vlastnosť alebo kritérium považujete za dôležitú / dominantnú v rámci vášho produktu?

Počas celej tvorby bola hlavným kritériom moja spokojnosť, resp. nespokojnosť ;-).

Aká budúcnosť čaká váš produkt? Plánujete pokračovať v jeho vývoji?

Samozrejme, bol by som rád,

ak by sa podarilo tento produkt posunúť do výroby a predaja, čo však nie je také jednoduché. Prebiehajú rozhovory o realizácii, uvidíme, ako to dopadne.

Čo pre vás znamená víťazstvo v Národnej cene za dizajn? Vystávajú z neho pre vás nejaké záväzky?

Ocenenie v Národnej cene za dizajn, z ktorého sa veľmi teším, podobne ako aj iné ocenenia majú pre každého tvorca veľký význam a dodávajú motiváciu do ďalšej práce.

Ako hodnotíte kvalitu

a úroveň NCD? Keby to bolo vo vašich kompetenciách – zmenili by ste niečo?

Myslím si, že úroveň prihlásených prác je dobrá, aj keď stále je čo zlepšovať, samozrejme. Je tiež otáznе, ako by súťaž vyzerala, keby sa prihlásili všetky práce, ktoré na Slovensku vznikli počas tých dvoch rokov. Napriek tomu je to vhodný reprezentatívny prehľad toho, čo tu vzniklo.

Ako si predstavujete svoje ďalšie dizajnérske smerovanie?

Stále nad tým rozmýšľam...

A kým na to prídem, budem pokračovať v tom, čo v dizajne robím teraz, t. j. v snahe robiť „fajne“ veci ;-).

Ako hodnotíte súčasnú scénu grafického / priemyselného / odevného dizajnu na Slovensku?

Myslím si, že v grafickom dizajne je roboty dosť, problémom je tlak komercie a nedostatok času, v ktorom práce vznikajú. V priemyselnom dizajne je to ťažšie, je tam omnoho viac komplikácií ako pri 2D veciach. Celkovo si však myslím, že na Slovensku





máme kvalitných dizajnérov, ktorí dokážu robiť kvalitné veci porovnateľné so svetom. Ak sa pri tvorbe nejakého produktu stretnú rovnako naladení ľudia, t. j. klient, dizajnér, konštruktér atď., a základom je dobrá myšlienka, tak vzniknú super veci.

S ocenením AUDI je spojená aj atraktívna finančná odmena. Máte v úmysle investovať ju sčasti aj do dizajnu?

Táto odmena ma, samozrejme, teší, vráti sa mi tým časť nákladov vynaložených pri tvorbe bicykla ;-). ■



rozhovor s víťazom
zvláštnej ceny ministra kultúry 2007

prof. Ľubomír longauer akad. mal.

**za vynikajúcu úroveň grafickej tvorby, kontinuálnu
výskumnú činnosť, profesionálne a morálne postoje,
ktoré zaujima v prospech ochrany kultúrneho
dedičstva slovenska**

otázky *Lucia Gavulová a Silvia Lutherová*

**Jedným z dôvodov, pre ktorý
vám bola udelená Zvláštna
cena ministra kultúry, bola
vynikajúca úroveň vašej
grafickej tvorby. Ktoré
obdobie, projekt alebo dielo
si v rámci svojho tvorivého
vývoja najviac ceníte a prečo?**

Občas sa vyskytol klient,
s ktorým sa mi robilo dobre,
občas to bolo utrpenie. Bolo
to obdobie v treťom ročníku
na VŠVU (1971–1972), obdobie
okolo roku 1986 a okolo
roku 2003. Z hľadiska môjho
osobného vývoja šlo o prácu,
v ktorých som sa ako výtvarník
pohol dopredu. Vtedy sa mi pri
práci darilo, to človek cíti.
Ale mal som aj zlé obdobia.
**V 90. rokoch ste výrazne
ovplyvnili celú generáciu
študentov grafického dizajnu.
Ako s odstupom**

**času hodnotíte profesijný
vývoj svojich študentov?**

Najlepšie dopadli tí, ktorí išli
za svojím cieľom a nevzali
každú zákazku, ale vyberali
si. Nie vždy sa to však dá, medzi
mojimi absolventmi sú niektorí
komerčne veľmi úspešní.

Nevediem štatistiku, ale takmer
všetci sa uplatnili v odbore,
ktorý vyštudovali.

**Dlhodobu a systematicky
sa venujete výskumnej
činnosti v oblasti slovenskej
typografie. Aký by mal byť
ideálny výstup vášho úsilia?
Čo všetko by ste v ňom chceli
zúročiť a aký dopad by mal
podľa vás mať?**

Dobrá a aktuálna otázka.
Výskumu sa venujem
programovo a systematicky
sedem rokov. Som už pamätník,
mám ešte dobrú pamäť

a orientujem sa podľa nej.

Vo fachu sa pohybujem od roku
1963 a overujem si znova,
čo sa mi páčilo za mlada.

Zúročiť by bolo treba všetko.

Doteraz som urobil osem
retrospektívnych výstav,
z toho tri veľké. Mám archív
v digitálnej podobe, ktorý má
už možno aj 10 000 položiek.
Výstavná finalizácia výskumu
je namáhavá, nákladná
a pominuteľná. Chcem

vydať knihy. Zhromažďujem
všetko, čo bolo o slovenskom
grafickom dizajne, typografii
a knihe napísané. Mámim
od autorov ich vlastné texty,
zhromažďujem všetok dostupný
materiál. Prednášam o dejinách
grafického dizajnu. Publikujem
články.

**V akom štádiu „výskumnej
cesty“ sa nachádzate?**



To je neukončiteľný proces. Začal som to robiť preto, že sa nikto k tomu nemal. Kontext národnej kultúry sme zdedili. Uvažujem však o národnej kultúre v rámci širšieho kontextu. Darma sa pechoríme a vypínáme na špičky, nariekajúc, že každý vo svete na nás kašle. Ako chceme, aby si nás vážili iní, keď si nevážime vlastnú tradíciu? Samozrejme, že máme dejiny, len sú nespracované. Že máme menej zachovaných artefaktov a chudobnejšie dejiny, je fakt. O to viac sa im treba venovať, lebo aj zdanlivo malá strata môže byť pre nás veľkou. Treba začať a pokúsiť sa o základné a orientačné zmapovanie stavu. Venujem sa 20. storočiu. Od dvadsiatych rokov sa dá hovoriť už o autonómnom slovenskom

vývoji aj v tejto oblasti.

Ktorý z vašich výskumných „objavov“ si najviac ceníte?

Slovo objav zavrúha megalomániou. Keď je to v archíve, akýže tam objav? Objavy urobili Newton či Einstein, nie ten, čo vytiahne starý plagát z police a dá ho na výstavu, alebo identifikuje jeho autora. Viem však, čo chcete počuť. Tak napríklad identifikoval som plagát Ľudovíta Fullu z roku 1925. Je to volebný politický plagát a podľa spôsobu rezania do lina sa takmer s istotou dá tvrdiť, že autor je on. Nie je to však práca signovaná a on sám ju nespomínal. Veď túto oblasť zaradil už v roku 1942 pri súpise grafických prác do kategórie: „... a mnoho ďalších prác, na ktoré si už nepamätám.“

Po vytrvalom hľadaní s Annou Oláhovou sme našli náčrtový zošit Benkových písiem, ktorý urobil on sám v roku 1959 a v ktorom sumarizoval svoju písmaryskú tvorbu a datoval ju do rozmedzia 1928 – 1959. Hľadal som ho päť rokov. Keď sme otvorili zložku, vydali sme víťazný výkrik ako na futbale. Veľmi zaujímavý bol nález šiestich surrealistických Benkových uhľokresieb s názvom „Vidiny“ z roku 1932, jeho návrhy na štátny znak, atď., atď. Verte mi, je to pekná práca, dáva mi viac zmyslu, ako presvedčať klienta, že môj nápad je lepší ako ten jeho.

V priebehu výskumu ste sa dostali do osobnej konfrontácie so súčasným stavom a úrovňou zbierania, archivovania



!

2 3

a dokumentovania diel grafického dizajnu v slovenských kultúrnych inštitúciách. Aká to bola skúsenosť?

V slovenských archívoch je zlé, že často treba najväčšiu energiu vyvinúť na to, aby sa človek dostal k prameňu. Tam leží naša bieda. Mám na to svoje metódy. Používam metódu „buldog“: nepustím, otravujem, presviedčam, prosím, znovu otravujem, až kým nedosiahnem svoj cieľ. Inak sa to nedá. Usilujem sa ľudí nakaziť, pobláznit a presvedčiť ich, že to, čo robím, je dôležité, a keď mi pomôžu, urobia dobrú vec. Tých, čo mi najviac pomohli, vymenujem, aby som im dal najavo vďačnosť. Porozumel mi riaditeľ Dušan Katuščák z Národnej knižnice

v Martine. Nakriatol som aj Annu Oláhovú z Benkovho múzea v Martine, Dušana Lechnera z Univerzitnej knižnice v Bratislave. K ruke mi idú aj v knižnici VŠVU. Najnovšie mi veľmi pomáha pani Nina Lalíková zo SNM v Bratislave. Cením si aj pomoc pani Hrtánkovej z archívu SNG. Na veľké ťažkosti som narazil v štátnom archíve, kde majú čudný predpis, že za povolenie zreprodukovať plagát mám zaplatiť 6 000 Sk. Preboha, kto si to môže dovoliť! Myslím si však, že aj toto sa poddá. Horší je stav papierových pamiatok. Ak vôbec sú v knižniciach knižné obálky, sú z nich takmer zdrapy, alebo sú zviazané do pevnej väzby, orezané a podobne. Mnoho plagátov je obzratých myšami,

často sú to franforce, papier je krehký. V čase vzniku mali tieto veci len podenkovú hodnotu aktuálnej informácie. Pri archivácii sa paberkovalo v zvyškoch, často náhodne. Najhoršie však je, že trebárs väčšina plagátovej produkcie je stratená, jednoducho nie je. Je to hanba našej kultúry, ale beriem ju aj na seba, teraz si uvedomujem, že som s touto aktivitou mal začať skôr.

Patríte medzi zástancov a propagátorov idey vytvorenia umeleckopriemyselného múzea na Slovensku. Prečo je jeho existencia podľa vás dôležitá a potrebná?

V čom vidíte najzásadnejšie prekážky, ktoré doposiaľ bránia jeho zriadeniu? Umeleckopriemyselné

Slovak

TYPOGRAPHY

graphy

in the 20th Century
Generation of the 70' and 80'

Slovenská

TYPOGRAFIA

20. storočia
Generácia 70. a 80'

Slovak Typography in the 20th Century
Generation of the 70' and 80'

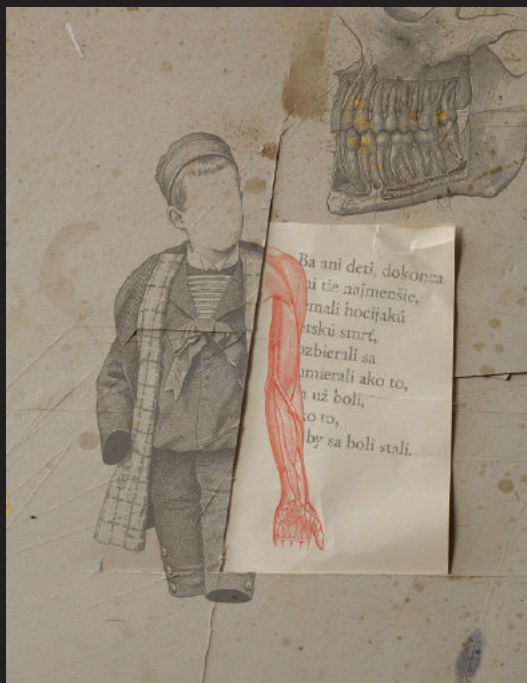
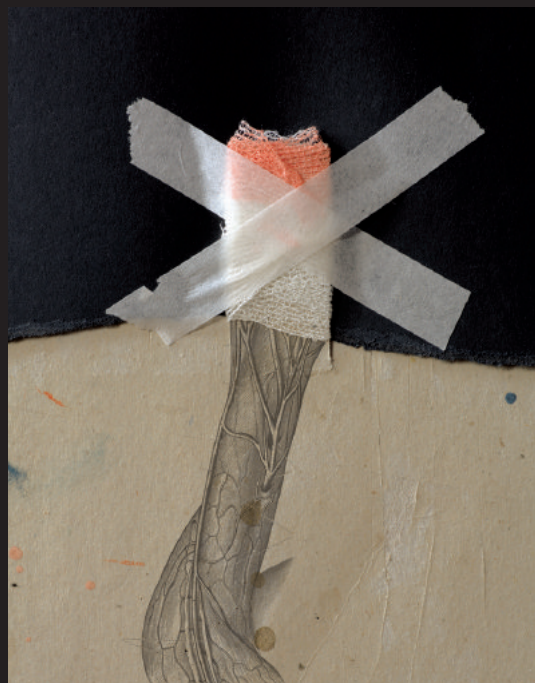
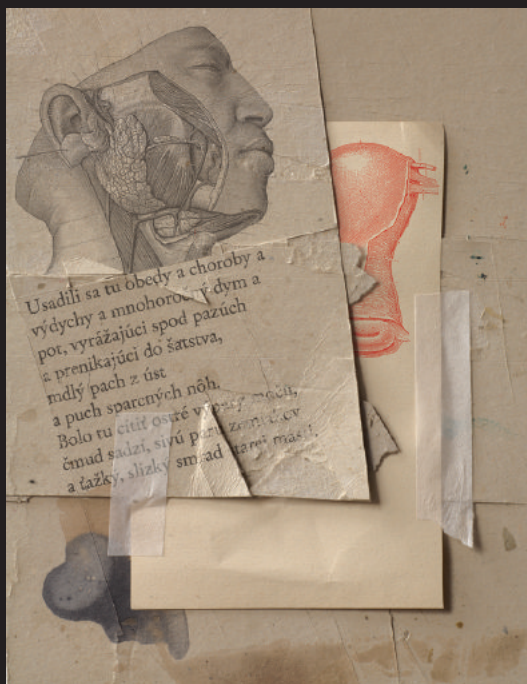
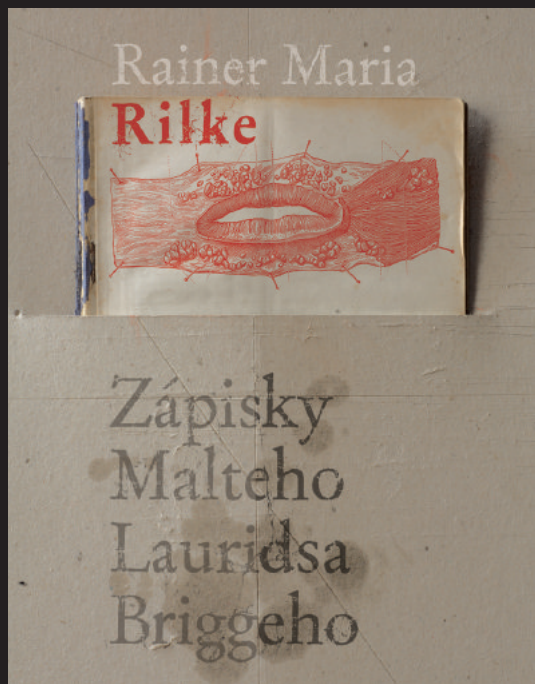
Slovenská typografia 20. storočia
Generácia 70. a 80. rokov

Dušan Junek
Tomáš Pisecký
Pavel Blažo
Jozef Habodasz
Juraj Zilincár
Rudolf Sikora
Dezider Tóth (Monogramista TD)
Peter Durík
Peter Roller
Vladislav Rostoka
Svetozár Mydlo
Lubomír Longauer
Ján Zavarský
Dušan Kállay
Jozef Doka
Viktor Hulík
Peter Horváth
Daniel Fischer
Pavel Choma
Zuzana Chmelová
Eva Kovačevićová-Fudala
Stanislav Stankoci
Ivan Bílý
Ján Novosedliak
Jozef Dobis
Pavol Rozložník
Milan Machajdik
Peter Pisár

Travelling exhibition prepared
for Slovak institutions abroad

Putovní výstava pripravená
pre slovenské inštitúty v zahraničí

November 2007 - December 2008
© SCD 2007



múzeum bolo v Bratislave založené už v roku 1928 a malo už aj menovaného riaditeľa. Nevzniklo, lebo prišla hospodárska kríza, neboli peniaze. V dlhodobých koncepčných náčrtoch rozvoja slovenskej kultúry sa o jeho založení hovorí už niekoľko desaťročí. Nikto sa však k niečomu podobnému konkrétne nemal. Nespojil svoj osobný záujem so záujmom verejnoprospešným. SNG vykryva malý segment činností, ktoré by malo nové múzeum vykonávať. Jej činnosť v tomto smere je však naprosto nedostatočná. To je téma na celú odbornú štúdiu. Čas dramaticky pracuje proti nám, lebo nielenže nezbierame staré produkty, ale katastrofálne zanedbávame aj výberové archivovanie súčasnej produkcie. To nemusia byť nákupy cez umeleckú komisiu, na začiatok stačia aj dary a nákupy v bežných obchodoch. Treba vymedziť okruhy zberateľského záujmu a začať. Včera bolo neskoro. Od pádu komunizmu uplynulo osemnásť rokov, je čas sa pohnúť. Netreba na začiatok veľké peniaze, stačí pár ľudí, zásuvkové skrine, regály a sklad. A hlavne chuť. Zabudnime na chvíľu na odporné, predtým sotva vídané sebeckto, aké súčasne na Slovensku vládne! Urobme niečo, čo aspoň trochu presahuje náš sebecký záujem! Toto je predsa budovanie

národného majetku, a to nielen kultúrneho!

Myslíte si, že vám udelenie spoločensky prestížnej ceny ministrom kultúry môže otvoriť cestu k zrealizovaniu idey o umeleckopriemyselnom múzeu?

Snáď. Oficiálne miesta sa nestavajú k tejto myšlienke nepriateľsky.

Je pre vás toto ocenenie motiváciou k zhodnoteniu minulosti, ale aj budúcnosti vášho profesionálneho úsilia?

Možno mi zlepší pozíciu, ale či je motiváciou? Tá je predsa z iných zdrojov! Hlavné je, ako ma ocení ten najväčší šéf, šéf všetkých šéfov.

V akom štádiu je váš ojedinelý výskum o Martinovi Benkovi?

Prvou vydanou knihou by mala byť dvojdielna publikácia o Martinovi Benkovi. Prvý diel bude mať podtitul: Prvý dizajnér slovenského národného mýtu. Druhý diel sa bude venovať jeho knižnej tvorbe. Kniha je v štádiu redakčného doťahovania a mal by ju vydať Slovart. Benku nepredstavíme len ako úžitkového grafika, ale pozrieme sa na jeho tvorbu z hľadiska jeho programu služby. Spoluautorka je Anna Oláhová, riaditeľka Benkovho múzea. Prizval som ju k spolupráci. Je autorkou kapitol o Benkovej známkovej tvorbe, návrhoch na bankovky, sakrálnych motívoch v jeho tvorbe

a dielach pre architektúru.

Predbežne prezradím, že prvý diel sa bude venovať rozboru Benkovho chápania a stvárnenia slovenskej mytológie a rozboru formálnych prostriedkov, ktoré k spomínanému stvárneniu použil. Pozrieme sa detailne na jeho písma, figurálny kánon, spôsob práce so slovenským znakom, krajinou a ornamentom. Budeme reflektovať bipolárny vzťah špecifického slovenského konzervativizmu a slovenského variantu moderny.

Predstavíme veľké množstvo nepublikovaného materiálu.

Dúfam, že kniha zaujme. ■

1 Martin Benka:

nerealizovaný návrh na knižnú obálku
A. Plávka: Tri prúty
Liptova, pero, tuš, 1941,
z majetku Múzea
M. Benku SNM v Martine

2 Ľubomír Longauer:

Aha, Typografia
z cyklu Mechanizované
citoslovcia, 2006

3 Ľubomír Longauer:

Plagát, Slovenská
typografia 20. storočia,
Generácia 70. a 80. rokov,
2007

4 Ľubomír Longauer:

Obálka a ilustrácie knihy,
Rainer Maria Rilke:
Zápisky Maltheo Lauridsa
Brígeho, 2007

rozhovory s porotcami

Doc. Peter Paliatka, Akad. soch., mimoriadny profesor, Ústav dizajnu FA

Doc. Stanislav Stankoci, Akad. mal., vedúci Katedry grafického dizajnu na VŠVU

Ing. Arch. Júlia Kunovská, interiérová architektka, dizajnérka

Ing. Martin Struss, produktový dizajnér

PhDr. Lenka Žižková, teoretická dizajnu a kurátorka z Prahy

Mgr. Art. Bjørn Kierulf, produktový dizajnér

PhDr. Zdeno Kolesár, PhD., teoretik / historik dizajnu

Ing. Tibor Uhrín, produktový dizajn, Košice

Massimo Pitis, dizajnér a pedagóg vizuálnej komunikácie, Miláno

Mgr. Katarína Hubová, riaditeľka Slovenského centra dizajnu

Reflektujú podľa vás prihlásené diela súčasný stav dizajnu na Slovensku? Je možné hovoriť o reprezentatívnej vzorke slovenského dizajnu?

S. Stankoci: Určite ide len o zlomok. Objavujú sa tu však veci, ktoré ma veľmi príjemne prekvapili, a ich koncentrácia v tejto súťaži zároveň vyvoláva pocit pestrosti v mediálnom rozsahu a kategorizácii prihlásených exponátov. Vo všeobecnosti mi však chýba na takejto súťaži väčšia miera demonštrácie tvorivej odvahy autorov.

P. Paliatka: Nemyslím, že by sme diela mohli v plnom rozsahu vnímať ako reprezentatívnu vzorku. Určite by sa ešte našlo niečo, čo by scénu doplnilo, dopovedalo... Hľadanie pravdy je však trochu zdĺhavejšie.

J. Kunovská: Všetko je vždy veľmi relatívne, pri každej súťaži, hodnotení... Posudzovať

objektívne je takmer nemožné. Dá sa narábať jedine s tým, čo je prihlásené.

B. Kierulf: Bohužiaľ áno. Nezdá sa mi, že by sa tu nachádzalo niečo kvalitatívne na takej úrovni, že by sme sa tým mohli hrdiť. Na druhej strane však treba dodať, že je tu prierez všetkého, čo sa na Slovensku robí. Aj zopár svetlých momentov.

M. Struss: V podstate áno. Súťaž ponúka dobrý prierez toho, čo na Slovensku vzniká, aj keď nepochybne existujú vynikajúce veci, ktoré nie sú prihlásené.

Z. Kolesár: Myslím si, že prihlásené produkty sa dajú považovať za reprezentatívnu vzorku, aj keď tu určite nie je zastúpené všetko, čo vzniká, dokonca ani všetky odbory.

T. Uhrín: Vzhľadom na to, ako bola súťaž propagovaná, áno. Dokonca som ani nepredpokladal, že bude

prihlásených toľko produktov – viac ako v minulosti. Z väčšieho množstva dobrých výrobkov sa dajú vybrať tie najlepšie a výsledky súťaže potom nepôsobia rozpačitým dojmom.

K. Hubová: Áno, reflektujú. Či sú však reprezentatívnu vzorkou, to už je trochu iná vec. Reflektujú napríklad situáciu, ktorá je v priemysle. V tomto ročníku sa stretli výrobcovia aj dizajni na dobrej úrovni. Ťažko však povedať, či je to reprezentatívna vzorka, lebo predstava firmy o dobrých produktoch môže byť iná a nemusia do súťaže prihlásiť to najlepšie, čo vyrábajú.

Otázka pre zahraničného účastníka poroty:
Pán Pitis, je účasť v porote NCD vaším prvým stretnutím so slovenskou dizajnérskou scénou?

M. Pitis: Nie je to moja prvá skúsenosť. Svojho času som bol prezidentom Buro European



Design Associations BEDA (www.beda.org), kde som sa asi pred dvoma rokmi dozvedel o Slovenskom centre dizajnu. SCD vtedy kontaktovalo BEDA kvôli problémom s financiami. Bolo to v období, keď hrozilo, že vláda SCD zruší. Ako inštitúcia potrebovala našu podporu, ktorú sme jej aj vyjadrili. To bol môj prvý osobný kontakt so slovenskou dizajnérskou scénou. Potom sme sa stretli ešte niekoľkokrát. V BEDA sa spája veľké množstvo dizajnérskych organizácií z celého sveta, no ja som nemal šancu prísť do kontaktu so všetkými. Neskôr som sem prišiel ako kreatívny riaditeľ Lander Associates (www.lander.com) a na minuloročné brnenské bienále som priťahol viacero dizajnérskych skupín. Rozhodol som sa zastaviť aj v Bratislave a navštívil som aj SCD, kde sme uskutočnili jednodňový workshop a pokračovali v Brne. Čiže slovenský dizajn čiastočne poznám.

Ako by ste porovnali úroveň jednotlivých kategórií?

S. Stankoci: Obe študentské sekcie sú nesmierne silné, alebo aspoň silnejšie než sekcia A a B, teda sekcia profesionálov a ich návrhov, ktoré sú sériovo produkované. Študentské sekcie sú príťažlivé práve tým, že v nich zastúpených veľa vizionárskych projektov, veľa experimentu a tvorivého hľadania, čo je veľmi pozitívny jav. Študentské návrhy vo svojom praktickom určení nie sú natoľko jednoznačné ako sériovo vyrábané produkty, vo svojom poslanstve sú však rozmanité. Možno aj preto sa sekcia študentských projektov hodnotí ťažšie, pretože merateľnosť kritérií nie je natoľko jednoznačná ako v kategórii A a B. No určite je možné aj voči nim zaujať kritický postoj a podriaďiť ich hodnotiacemu systému.

L. Žižková: Myslím, že je veľmi zaujímavá časť profesionálov

– produktového dizajnu. Aj tým, že sa tam objavila istá diverzifikácia vecí, bolo ich veľa zaujímavých a ťažko sa nám rozhodovalo. Pokiaľ ide o grafický dizajn profesionálov, myslím, že problém bol v tom, že sa neprihlásilo dosť prác. Tak sa stalo, že vyhralo niečo, čo je veľmi príjemné, priateľské, zrozumiteľné, viem sa v tom orientovať, ale rozhodne to nie je niečo, čo by žiarilo nad všetkým. Pokiaľ ide o študentský dizajn, ten je presne taký, aký študentský dizajn zvyčajne býva. V zásade je to vždy taká tvorivá radosť z práce, ktorá často upúšťa od nejakých striktných kritérií... Boli tam zastúpené veľmi zaujímavé práce a veľmi ťažko sa porovnávali.

B. Kierulf: Čo ma trochu sklamlalo, je grafický dizajn. Firemný bol dokonca na takmer horšej úrovni ako študentský. Je vidieť, že firmy sú v súčasnosti pod tlakom, a môže za to nielen samotný grafický dizajnér, ale aj objednávateľ. V budúcnosti by

sa teda mali usilovať nechávať si väčší priestor, vôľu na kreativitu. Tento problém by zároveň mohol byť výzvou firmám venujúcim sa grafickému dizajnu, aby sa viac orientovali na kvalitu než na kvantitu. Čo sa týka priemyselného dizajnu, zdá sa mi, že došlo k pozitívnemu posunu. Aj študentské návrhy sú lepšie.

Z. Kolesár: Myslím si, že ocenenia vo všetkých kategóriách získali kvalitné práce, aj keď v jednom-dvoch prípadoch sa môj osobný názor líšil od spriemerovaného hodnotenia poroty. Taký je však mechanizmus fungovania demokracie. Viackrát som vyzdvihoval práce študentov. Je mi jasné, že školské prostredie je niečo iné ako realita praxe, ale verím, že v budúcnosti si dokáže viac „zavedených“ dizajnérov udržať študentskú mentalitu.

T. Uhrín: Profesionálny produktový dizajn mi zväčša pripadá menej tvorivý než študentský. V kategórii študentského dizajnu sú nápady, sviežosť... Napriek tomu

sa ale aj u profesionálov našli výrobky, ktoré majú vtip.

V čom vidíte príčiny slabého zastúpenia grafického dizajnu na tomto ročníku NCD (ak môžeme stále uvažovať o boome grafického dizajnu)?

S. Stankoci: Ak mám byť úprimný, nejako som sa sústredenejším spôsobom nezamýšľal nad tým, čo spôsobuje nižšiu účasť v tejto kategórii. Vychádzam z predpokladu, že grafickí dizajnéri (a to hovorím aj o študentoch) sú takí vyťažení prácou a povinnosťami, že v tom každodennom zhone im organizovanie účasti na takomto súťažnom podujatí uniká. Možno je to iba nezáujem o túto súťaž. Alebo je to aj absencia odvahy ísť do určitej konfrontácie. Pokles je však citelný aj v oblasti sériovo vyrábaných produktov. Čo sa týka kvantitatívnych ukazovateľov, oblasť grafického dizajnu, resp. vizuálnej komunikácie, vždy zaostávala za priemyselným dizajnom. Prekvapivo je však pre mňa táto sekcia silnejšia. Nehovorím to preto, že sám som grafický

dizajnér, ale mám pocit, že je na o čosi lepšej úrovni ako napríklad produkty z oblasti priemyselného, odevného či nábytkárskeho dizajnu.

M. Struss: Grafickí dizajnéri robia veľa vecí naraz a rýchlo, nestíhajú a súťaž pre nich nie je prioritou. Určite sú študenti, ktorí robia len konceptuálne veci, ktoré nemusia byť zlé, ale jednoducho ich neprihlásia. Nemusi to byť len tým, že všetci robia komerciu, alebo sa dopredu vyradia sami. Možno majú jednoducho pocit, že nemá zmysel sa prihlásiť, nie je to pre nich dôležité.

Z. Kolesár: Renomované agentúry sa takmer výhradne sústreďujú na rýchle riešenie komerčných zákaziek, často sa z ich práce vytráca tvorivosť. Zákaziek je veľa, ale robia sa rutinne. Skutočnosť, že sa tak málo grafických dizajnérov a firiem prihlásilo do tejto súťaže, vyplýva asi z toho, že ani nemali čo prihlásiť. Študentské veci sú zaujímavé, ale keď mladí ľudia nastúpia do agentúr, prijímú ich hru. Stále to vyzerá tak, že agentúry do Národnej



ceny veci neprihlasujú, lebo súťaž im za to nestojí. Môže to však byť aj tak, že realizujú len také zákazky, ktoré by bolo trápne prihlásiť do súťaže kvalitného dizajnu. Myslím si, že aj komercia sa dá robiť inteligentne, nemožno sa večne vyhovárať, že klient by odvážnejšie riešenie neodsúhlasil. Práve silné agentúry by v tomto smere mali razíť cestu.

K. Hubová: Naša predstava je už tradične taká, že grafický dizajn má lepšie podmienky na rozvoj. Predstava je to reálna, lebo vieme, že väčšina dizajnérov, sochárov, maliarov, ľudí z rôznych odborov umenia sa grafickým dizajnom živí. V súťaži to však paradoxne vôbec necítiť. Mnohí grafici pri našom oslovení nemali takú prácu, ktorú by chceli prihlásiť do Národnej ceny. Osobne tomu príliš nerozumiem, lebo keď sú prihlásené sériovo vyrábané produkty, platí tam presne ten istý princíp spolupráce ako v oblasti komunikačného dizajnu: klient má nejaké požiadavky a štúdio, resp. grafik, sa ich snaží rešpektovať

a reagovať na zákazku najlepšie, ako vie. Takže v tomto prípade mám pocit, že prihlásené práce z komunikačného dizajnu neodzrkadľujú skutočný stav v tejto oblasti na Slovensku.

Je podľa vás potrebná súťaž tohto druhu? V čom vidíte jej najväčší zmysel?

M. Pitis: Súťaž má niekoľko významov. V prvom rade stimuluje dizajnérov k tvorbe a okrem toho dáva signál trhu, resp. výrobcovi a firmám, že môžu byť za svoju prácu a prínos aj ohodnotení. Markantné je to najmä v produktovom dizajne. Pretože dizajn nie je len povrch, vonkajší vzhľad. Je to aj tvorba objektu do hĺbky. Na to môže takáto súťaž poukázať. Keď firmy pristúpia na túto hru, pochopia, že dizajn je silný nástroj a prostriedok stratégie, ktorý môže obohatiť krajinu nielen ekonomicky. Takže takáto súťaž vlastne podporuje samotný vznik a tvorbu dizajnu. A to veľmi vhodným spôsobom.

P. Paliatha: O tom netreba ani diskutovať. Pre profesionálov je to jediná možná prezentácia,

satisfakcia, odmena, možnosť, ako svoju prácu dostať do povedomia.

S. Stanhoci: Určite má význam. Je to do istej miery topografia terénu, ktorá skúma, v akej kondícii je daná scéna, a hodnotí ju. Môžu z toho vziať isté ambície alebo snaha dostať slovenský dizajn a širšie súvislosti s ním spojené do konfrontácie s produkciou a dianím v ostatných európskych krajinách. Nemalý efekt plní aj katalóg – výstup z každého ročníka súťaže. Ak je súťaž dostatočne medializovaná, má význam minimálne v tom, že sa problematika súčasného slovenského dizajnu dostáva medzi širšiu odbornú aj laickú verejnosť.

J. Kunovská: Ja osobne si túto súťaž mimoriadne cením. Len mám pocit, že jej dôležitosť nie je do dnešného dňa dostatočne docenená. Je to v podstate najvyššie štátne vyznamenanie v kategórii dizajnu, ktoré by sa malo premietnuť do všetkých sfér. Teda od spoločenského ocenenia až po vplyv na predaj, publicitu a podobne. U nás



stále ešte neplatí spoločenské ocenenie skutočných hodnôt. A to sa dotýka rovnako dizajnu, ako aj iných sfér.

L. Žížková: Súťaže majú niekoľko úrovní. Jednak sa mapuje terén, vyhľadávajú sa výrobcovia, u ktorých je potencionálna šanca, že by mohli využiť dizajn. Majú napríklad dobrý produkt, dobrý nápad, ale nenašli cestu k dizajnérovi. Teda jedna vec je mapovanie terénu a tlačenie výrobcov k tomu, aby si uvedomili, že dizajn má marketingovú hodnotu. Všetky štátne dizajn centrá v Európe hodnotia produkty na súťažiach podľa takmer jednotných európskych kritérií. V Čechách sa už nositelia Českej národnej ceny za dizajn prihlasujú do medzinárodných súťaží ako napr. RedDot. Medzinárodní porotcovia vedia, že produkt prešiel určitým sitom a má známku kvality. A keď daný produkt získa aj medzinárodnú značku, tak ho dizajnér či firma môžu predať kdekoľvek.

B. Kierulf: Súťaž tohto druhu je určite dôležitá. Predovšetkým

motivuje dizajnéra a vytvára priestor, prostredníctvom ktorého sa dá verejnosti naznačiť, ako sa majú veci robiť. Určite to nie je na škodu ani pre výrobcov.

Z. Kolesár: Nerobil by som si veľké ilúzie, že súťaž môže ovplyvniť priemysel. Je skôr zadosťučinením pre dizajnérov, keď dostanú ocenenie. Mohla by tiež pozitívne zapôsobiť na kompetentné štátne orgány. Tie by sa mohli dizajnom intenzívnejšie zaoberať. Nie z nejakej platonickej lásky k umeniu, ale z pragmatického dôvodu. Je pokrytectvo hovoriť o „vzdelanostnej ekonomike“, a pritom nevedieť, že práve dizajn je vo vyspelých krajinách jej dôležitým pilierom.

T. Uhrín: Organizácia takejto súťaže má byť jedným z poslání inštitúcie, ako je Slovenské centrum dizajnu. K tomu má patriť aj prieskum oblasti. Výsledky by sa mali viac verejne propagovať. Zvyšuje sa tým motivácia pre výrobcov investovať do dizajnu a prihlasovať výrobky do súťaže. Investícia do dizajnéra nie je

v porovnaní s nákladnosťou výroby produktu predsa natoľko vysoká, aby sa ukázala ako stratová. Aj taký stroj musí mať nejakú estetickú úroveň a ja cítim, že tí pokrokovejší výrobcovia si to už začali uvedomovať.

Ako hodnotíte kvalitu a úroveň prihlásených prác v tomto ročníku?

S. Stankoci: Priznám sa, že predchádzajúci ročník sa mi zdal byť o niečo lepší. Bolo tam prihlásených viac exponátov s lepším dizajnom. Uplynutie dvoch rokov nemusí byť vždy zárukou toho, že sa kvalitatívna úroveň dizajnu posunie dopredu. Myslím si však, že aj keď úroveň tohto ročníka súťaže nie je lepšia, neznamená to ešte, že by nebola dobrá. Je slušná.

M. Pitis: Zhodujem sa s porotou v názore, že veľmi silný je grafický dizajn študentskej kategórie. Je naozaj inovatívny a perspektívny. Menej vydarený je profesionálny grafický dizajn. Nepoznám síce tunajší trh, ale je z neho cítiť omnoho viac stresu spojeného s reálnym

prostredím. Za tým môže byť problematická komunikácia s klientom alebo nedostatok času. Dizajnéri aj firmy strácajú slobodu presadzovať svoj autorský a originálny prejav. Niektorí zo zúčastnených študentov majú skvelé idey a je možné, že si kreativitu ponесú aj do profesionálneho života. Sám však poznám náročné pravidlá profesionálneho prostredia a viem, že niekedy je to naozaj ťažké.

**Prekvapilo vás niečo?
Idea, použitie materiálu,
technológia, novátorský
prístup...**

P. Paliatka: Nie. Naopak, mám pocit, že boli aj lepšie ročníky.

S. Stankoci: V poslednom kole hodnotíme exponáty, ktoré sú už doslova akoby vo finále. Hodnotenie prebieha na štyroch úrovniach. Na prvej je pôvodnosť, originalita a inovácia, na druhej technologická a technická vyspelosť, na tretej úrovni estetika, funkčnosť a ergonómia a na štvrtej úrovni sú etické, sociálne a ekologické aspekty. Nevnímam žiaden prihlásený produkt, ktorý by v každej z daných úrovní dosahoval maximálnu kvalitu. Pri niektorých vyčnieva alebo prečnieva skôr aspekt technologického spracovania, iné projekty dokážu osloviť najmä estetickým výrazom, ale zároveň aj funkčnosťou atď. Najväčší dôraz je, prirodzene, kladený na prvú požiadavku – pôvodnosť, originalitu a inováciu. A túto úroveň

spĺňa naozaj len veľmi málo exponátov.

J. Kunovská: Zdá sa mi dosť špecifické, že súťažil jediný návrh na hračku – stavebnicu z dreva. Myslím, že v iných krajinách má táto sféra podstatne výraznejší rozsah a silnejšiu podporu. Osobne ma výrazne oslovili študentské práce, ktoré väčšinou spájali základný princíp hľadania podstaty. Citeľný bol hlbavý prístup k riešeniam. Čo sa týka priemyselného, produktového dizajnu, tu akoby sme dobiehali iné krajiny v Európskej únii. Páčil sa mi cestovný odev, ktorý taktiež získal cenu, s čím sa plne stotožňujem. Nejednalo sa len o nejaké dekoratívne poňatie témy, ale o opodstatnený koncept. Mojmimi osobnými kritériami, ktoré v týchto prípadoch boli zohľadnené, bola avantgardnosť, netradičnosť a odvážnosť...

L. Žížková: Zdá sa mi, že úroveň sa celkovo veľmi zlepšila. Napríklad píla Profi-Format dokazuje, že sa priemysel – alebo aspoň jedna firma – dostáva z problematického rozvíjania čisto len vlastnej funkcie a speje k rešpektovaniu nielen estetických aspektov, ktoré v tomto prípade nie sú najvýznamnejšie, ale aj hygienických, ergonomických, ekologických, ekonomických. Je to zaujímavý posun.

Z. Kolesár: Neustále pretrvávajú rovnaký problém, že sa toho málo realizuje. Napríklad produktový dizajn odzrkadľuje súčasný reálny stav. Ale

favorizoval som pílu Profi-Format. Viem si predstaviť, aký náročný musel byť v našich pomeroch vývoj takého zložitého mechanizmu, a myslím, že to dopadlo prekvapujúco dobre. Okrem toho si ma získali drevené stavebnice vďaka svojej jednoduchosti, kultivovanosti, ale aj „vôni“ domácich výrobných tradícií.

T. Uhrin: Napríklad produkt Polienko – cítiť v ňom niečo tradičné, zároveň je tá lavica súčasná. Píla Profi-Format je výrobok, ktorý je skutočne dotiahnutý do detailov a porovnateľný s ktorýmkoľvek strojom vyrábaným vo svete. Výrobca dokonca upozorňuje, že je jediný svojho druhu v použití určitého typu konštrukcie. Tradične je dobre zastúpené sklo – na prvý pohľad ma svojím výrazom a jednoduchým nápadom zaujali misky Patrika Illa Sunny day.

M. Struss: K mojim favoritom patrili detské drevené hračky. Táto vec celosvetovo mizne.

M. Pitis: Ako grafický dizajnér dokážem najlepšie posúdiť grafický dizajn. Najľahšie sa mi vyjadriť k študentskej kategórii – jedna z prác je vyslovene profesionálna – prostredie tvorené logom „a“ od Ondreja Gavaldu.

Vnímate v slovenskom dizajne nejaké špecifiká, ktoré ho odlišujú od súčasných dizajnerských tendencií napríklad v iných európskych krajinách?



P. Paliatka: Často kladená otázka. Ľudia tak veľmi pátrajú po týchto informáciách, ako teoretická, tak odborná verejnosť... Máme skôr tendenciu ku globalizácii. Nie je tu nejaký národný prvok, ktorý by bol vždy bezpečne čitateľný a dal by sa z neho identifikovať zdroj. Zrejme je to téma na dlhšiu diskusiu.

S. Stankoci: U niektorých exponátov sa možno dajú objaviť určité špecifiká, ktoré sa nedajú vidieť v inom prostredí. Premýšľam však skôr o nejakom výraze, ktorý by komplexnejšie charakterizoval znaky, ktorými sa náš dizajn všeobecne odlišuje od produkcie v iných krajinách – aj keď nie som zástancom názoru, aby sme za každú cenu boli nejakým spôsobom iní, pokiaľ k tomu nedôjde prirodzenou a sústredenou tvorbou zohľadňujúcou kultúrno-spoločenskú kontinuitu, profesionálny prehľad a súčasné spoločenské požiadavky. Mnohé z vecí sa však vyznačujú hravosťou, určitým intelektuálnym a emotívnym šantením, ktoré mnohokrát

vyústi do prekvapujúceho výsledku. Tento jav je najviac prítomný v študentských súťažných kategóriách, menej však v sekciách profesionálov. Tam ho asi ťažko možno očakávať, ak berieme do úvahy skutočnosť, že vo všeobecnosti sú limity a kritériá zo strany klientov či výrobcov často veľmi okliešťujúce a mnohokrát aj ťažko pochopiteľné.

M. Pitis: Pre nás grafických dizajnérov je vo veľkej miere typické, že pozorne sledujeme medzinárodnú scénu, čiže aj dizajn, ktorý robíme, má v podstate medzinárodný charakter. Výsledkom je potom strata národných tradícií a špecifik. Z času na čas však vidím niečo, čo sa vzťahuje napríklad k tradícii východnej plagátovej kultúry. Ale väčšinou, keď sa pozriem na tvorbu študentov, vidím veci, ktoré by pokojne mohli vzniknúť aj v Dubline, Portugalsku alebo aj v USA, pretože v súčasnosti sú krajiny a ich scény značne prepojené. Čo ja osobne nepovažujem za zlé. Myslím si, že medzi hlavné úlohy centier dizajnu patrí

aj sledovanie toho, či daná krajina nestráca vzťah ku svojej tradícii. Nemyslím si, že by ju mala nasilu obnovovať, ale mala by sa snažiť ju uchovať, udržať pri živote.

L. Žižková: Myslím, že nie. Ťažko zdefinovať niečo, čím by sa odlišoval. Študenti už dostávajú medzinárodné vzdelanie, môžu cestovať na veľtrhy a výstavy, učitelia ich môžu týmto smerom podporovať. Medzi Českom a Slovenskom by som rozdiely vôbec nehľadala, je to možno iba vec iných materiálov, technológií, niekedy lepšieho alebo precíznejšieho spracovania.

Z. Kolesár: Nevieť, či to je možné považovať za špecifikum, ale už opakovane je u nás silná študentská tvorba. Zdá sa mi, že je oveľa zaujímavejšia než práce v profesionálnych kategóriách. Z toho vyplýva, že reálne prostredie u nás pravdepodobne utlmuje kreativitu. Keď to porovnám napríklad s francúzskym prostredím, ktoré pomerne poznám, zdá sa mi, že tam



priemysel alebo agentúry dizajnérov v takej miere neobmedzujú. Technológovia sa všemožne usilujú návrh dizajnéra zrealizovať, výroba sa stará o to, ako ho umiestniť na trhu. Mám pocit, že u nás je dizajnér na poslednom mieste. Pripomína mi to obdobie socializmu, keď boli návrhárom diktované materiály aj technológie a boli vnímaní ako umeleckí huncúti bez schopnosti uvažovať o skutočných potrebách ľudí.

T. Uhrin: Čoraz menej, ak vôbec... Kedysi to bola nízka kvalita. Je to problém, lebo napríklad pri strojoch sa veľa komponentov dováža. Smerodajné sú aj aktuálne zahraničné trendy, ktorým sa nedá vyhnúť. V priemyselnom dizajne sa národné prvky príliš neobjavujú. To skôr v oblasti úžitkového umenia a remesla.

Napokon, aj naše tradičné ľudové umenie bolo do značnej miery internacionálne.

K. Hubová: Špecifickosť Slovenska do veľkej miery určuje jeho rozloha. Slovensko je malá krajina, čo znamená, že priemysel tu nikdy nebude dostatočne rôznorodý. Ak to porovnáam s okolitými krajinami - Poľskom alebo Maďarskom, nachádzam veľmi veľa spoločných prvkov. Dizajn sa tu často pohybuje na hranici medzi remeslom a dizajnom, je tu veľa unikátnych dizajnov, z ktorých existuje iba počtom obmedzená kolekcia. Alebo existuje firma, ktorá produkuje len veľmi malé série... Na tejto úrovni je to porovnateľné. Keď však porovnáme štruktúru dizajnu napríklad s Českou republikou, je to opäť iné, pretože spotrebný priemysel bol u nich vyvinutejší už pred rokom 1989. Majú

oveľa viac firiem, viac možností výberu, o čom vypovedajú už len štatistiky s počtom prihlásených prác do ich Národnej ceny. Som však optimista - situácia v oblasti dizajnu na Slovensku sa stále zlepšuje. Neočakávam, že o dva roky bude situácia diametrálne odlišná. Dizajn smeruje viac k profesionálnej aktivite a čoraz výraznejšie sa diferencuje od remesla. V čom by mohol byť špecifický? Každá krajina má svoje špecifikum. Za všetky uvediem jeden príklad - nábytok. V porovnaní s Poľskom či Maďarskom máme určite lepši sériovo vyrábaný nábytok. ■

uznania

Drevené stavebnice

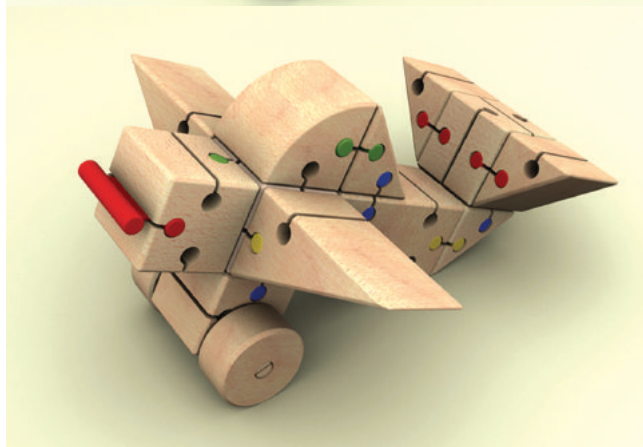
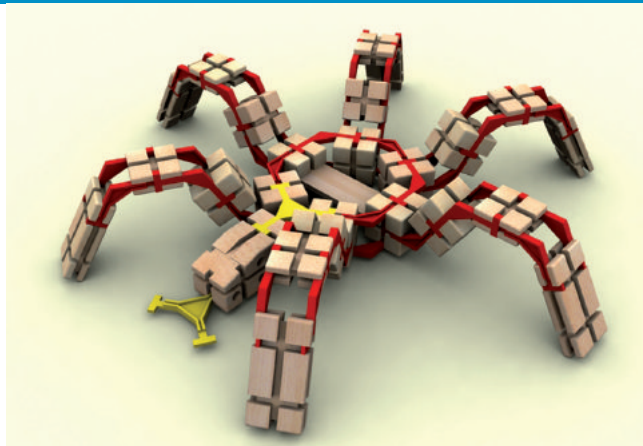
Brico, Pedro, Gringo

dizajn Jozef Kurila, Peter Juščák

výrobca IDS, s.r.o.,

Veva Product, Huncovce

Drevená stavebnica zložená z jednoduchých prvkov, ktoré rozvíjajú jemnú motoriku, technické myslenie a duševné schopnosti detí od troch rokov, je hodnotná svojím konceptom návratu k výrobe drevenej hračky.



Sunny Day,isky

dizajn Patrik Illo

výrobca Rona, a.s.,

Leďnické Rovne

Kolekcia sklenených misiek symbolizuje pomocou kombinácie troch farieb a veľkostí tri fázy dňa: ráno, popoludnie a večer. Cenná je kvôli maximálne estetickému pôsobeniu, dosiahnutému využitím minimálnych výtvarných prostriedkov.



Archa, čalúnená systémová sedacia súprava

dizajn Peter Bohuš

výrobca Domark, s.r.o., Žilina

Firma Domark je na Slovensku v oblasti nábytkárskeho dizajnu etablovaným výrobcom. Archa je nová sada čalúneného sedacieho nábytku z jej produkcie. Porotu zaujal kompaktný tvar, príjemné proporcie a súlad dizajnu s výberom potahovej látky.



Agrotraktor

dizajn Rastislav Jurčík

škola TU Košice

pedagóg Peter Wohlfahrt

Návrh vznikol v spolupráci študenta s firmou Zetor v Brne. Porota ocenila komplexný inovatívny prístup, precíznosť a systematickosť práce.



Kolekcia batohov

Trek Sport 06/07

dizajn Juraj Ondreáš a Martin Šucháň

výrobca Trek Sport Trade, s.r.o., Žilina

Nová kolekcia batohov od renomovaného výrobcu športových doplnkov a odevov sa vyznačuje funkčnosťou, dobrým výberom materiálu a dôkladnosťou detailného riešenia.



MASKA – umelecký časopisdizajn *Martin Mistrík*klient *Maska, Lublana, Slovinsko*

Slovinský časopis o divadle a tanci vychádza od roku 2006 v novej grafickej úprave. Jej autor Martin Mistrík dosiahol rôznorodosť úpravy jednotlivých čísel pri zachovaní jednotného charakteru, ktorý drží formátom, umiestnením loga a farebnosťou.

**Šlabikár**dizajn *Monika Murínová*škola *TU Košice*pedagóg *Jozef Haščák*

Spôsob väzby šlabikára, riešenie predsádky spolu s výtvarným spracovaním predstavuje nové ponímanie prvej najdôležitejšej detskej učebnice.

**ABECEDA**

Á bé cé dé, á bé cé dé,
učíme sa v prvej triede.

Ě ej gé há i jé ká,
objavujem písmenká.

El em en ó pé er es:
pod oblokom breše pes.

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!

Tě ú vě iks zet:
objavil som svet!



Želka a Ružena idú večer k jazeru.

Žaby tumajú koncert.

Každá žabka ináč vyhráva.

Jedna žabka bola na skalke.

Želka ju zdraví: „Dobrý večer,

žabka milá, akože si v zime žila?“

Vtom sa Želka pošmykla a padla

do vody.

Žaby sa

muškali

spievom!



film kufor farba fújaruje

fabrika figa fúzy zafarbím

futbal nafuť farby fujavica

futbal nafuť farby fujavica

futbal nafuť farby fujavica

futbal nafuť farby fujavica

futbal nafuť farby fujavica

futbal nafuť farby fujavica



„Dobrý deň, vlčík!“

„Dobrý deň, červená čiapočka!“

Kdeže ideš?“

„Ochorela nám stará mama,

nuž nesiem jej obed, jabĺčka.“

„A ty, kde ideš, vlčíko?“

„Ja sa idem kľzať.“

„Vlčíko, vlčíko, neklameš?“

„Klamem! Všetku idem

remkovať do svojho jabĺčka!“

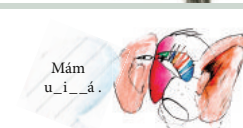
„Klamem! Všetku idem

remkovať do svojho jabĺčka!“

„Klamem! Všetku idem

remkovať do svojho jabĺčka!“

„Klamem! Všetku idem



u _ a _ u _ o

i u u u u u

i ú m m m m

u I U e Ó Ů i a í o

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l

o O á u o ú E a i l



Lie – Stand, interaktívna kniha

dizajn **Karol Prudil**
škola **VŠVU Bratislava**
pedagóg **Pavel Choma**

Neobvyklá hra bez vekového obmedzenia posúva formou „vylomiteľných“ ilustrácií možnosti grafického dizajnu, ktorý je vnímaný predovšetkým ako 2D disciplína, do priestoru.



Viacúčelové interiérové stolčky

dizajn **Marián Vaňo**
škola **VŠVU Bratislava**
pedagóg **František Burian**

Viacúčelové interiérové stolíky umožňujú svojím tvarom a dekorom umiestnenie v akejkoľvek type interiéru. K ich devízam navyše patrí aj možnosť jednoduchej sériovej výroby.



Kotva – viacnásobne použiteľná hmoždinka

dizajn **Ján Turzo**
škola **VŠVU Bratislava**
pedagóg **Björn Kierulf**

Inovatívny spôsob ukotvenia, možnosť opakovaného použitia a takmer neobmedzená životnosť komponentov tvoria spolu s jednoduchou obsluhou praktický prvok, ktorý nájde uplatnenie v každej domácnosti.



ocenění v minulosti

Anton Bendis » MORA 6121, MORA 6131 – plynové vykurovacie telesá
dizajn Anton Bendis, BENDIS & KIERULF, v.o.s., Bratislava výrobca *MORA SLOVAKIA, s. r. o., Bratislava* Národná cena za dizajn 2001

Bolo pre vás víťazstvo v NCD prínosné v niečom konkrétnom? Napríklad vo zvýšení počtu nových pracovných príležitostí, prípadne kontaktov? Myslím si, že nové príležitosti to neprinieslo, nie je to spojené s veľkou publicitou – ale to som ani nečakal. Pociťovali ste ocenenie skôr ako záväzok, alebo motiváciu? Aj, aj. V čom konkrétne vidíte význam ceny tohto druhu? Zatiaľ asi v tom, že sa mapuje dianie v oblastiach, ktoré súvisia z dizajnom. Bol by som tiež rád, keby to bola motivácia pre výrobcov – to by určite zvýšilo kredit ceny. Zúčastnili ste sa aj tohtoročnej súťaže NCD? Prečo áno? Prečo nie? Nie. Veci, ktoré som prihlásiť chcel, sú zatiaľ len v štádiu prototypov – radšej počkám, kým dospejú.



Ivan Čobej » KNIŽNICA X
dizajn Ivan Čobej výrobca *Firma BRIK, a. s., Kremnica* Zvláštna cena ministra hospodárstva SR v NCD 2005

Bolo pre vás víťazstvo v NCD prínosné v niečom konkrétnom? Napríklad vo zvýšení počtu nových pracovných príležitostí, prípadne kontaktov? Neviem to celkom vyhodnotiť, fungujeme ako firma už trinásť rokov a sme pomerne známi vďaka výstavám, inzerátom a podobne. Pre začínajúcu firmu alebo autora je medializácia spojená s ocenením určite významná a príjemná. Ale samozrejme, príjemné to bolo aj pre nás. Pociťovali ste ocenenie skôr



ako záväzok, alebo motiváciu? Potešilo ma, že naša každodenná, často komplikovaná a nevďačná práca je vnímaná aj v odborných kruhoch ako kvalitná. A to naozaj zaväzuje. **V čom konkrétne vidíte význam ceny tohto druhu?**

Je to asi jedna z mála možností, ako mapovať, čo sa v tejto oblasti deje. A hlavne ako udržať vôbec nejakú komunikáciu medzi firmami, dizajnérmi, Slovenským centrom dizajnu a odbornou verejnosťou. Je to náročné, ale nutné. **Zúčastnili ste sa aj tohtoročnej súťaže NCD? Prečo áno?**

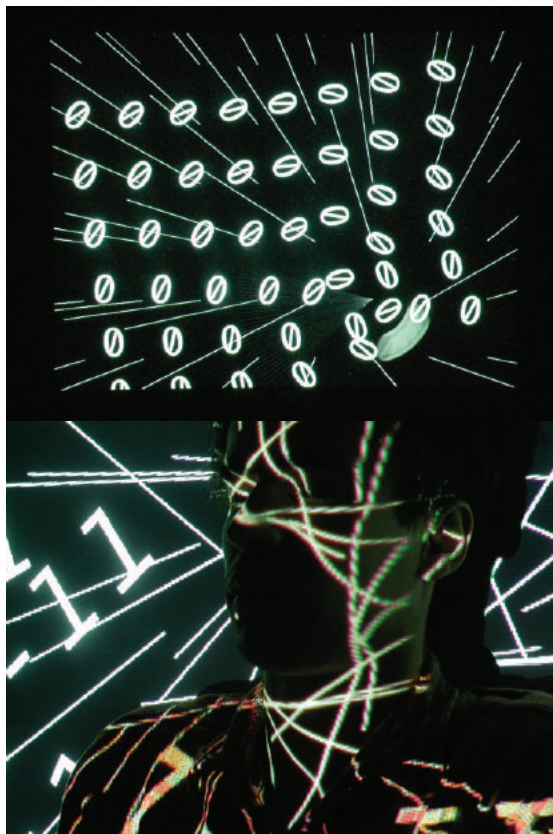
Prečo nie? Zúčastnil som sa. Pretože aj keď je veľmi pohodlné sa nezúčastniť, usilujem sa to stále nevzdať. Moja životná skúsenosť mi jednoznačne hovorí, že robiť čokoľvek je vždy lepšie, ako nerobiť nič.

Ján Šicko » POKUSY O JEJ ŽIVOT, interaktívna dataprojekcia

dizajn Ján Šicko, jr. klient Divadlo M. U. T., Praha, ČR Národná cena za dizajn 2003

Bolo pre vás víťazstvo v NCD prínosné v niečom konkrétnom? Napríklad v prínose nových pracovných príležitostí, prípadne kontaktov? Nemám pocit, že by mi víťazstvo v NCD prinieslo nové pracovné príležitosti. Na druhej strane musím priznať, že táto referencia pozitívne ovplyvnila vzťah niektorých nových klientov a viedla hneď od začiatku k maximálnej slobode a dôvere pri realizácii projektu. **Pocítovali ste ocenenie skôr ako záväzok, alebo motiváciu?** Cenu som získal tesne po ukončení štúdia na VŠVU, vnímal som to ako dobrý začiatok svojej profesionálnej kariéry. So záväzkami (voči sebe alebo klientovi) vstupujem do riešenia každého projektu, bez ohľadu na okolnosti. **V čom konkrétne vidíte význam ceny tohto druhu?** Cena tohto druhu by mala podporovať profesionalitu a kvalitu nielen v okruhu odborníkov, ale najmä budovať povedomie odboru u širšej verejnosti. Mala by tak zvyšovať schopnosť laikov rozlišovať kvalitu a pozitívne tak ovplyvňovať kultúrnosť všeobecne. **Zúčastnili ste sa aj tohtoročnej súťaže NCD? Prečo áno? Prečo nie?**

Nie. V danom termíne som nemal čas na prípravu prezentácie.





INDEX:AWARD

text *Lubica Pedersen / Kodaň* foto www.indexaward.dk Press

index:award sa za krátky čas svojej existencie zaradila k významným dizajnerským oceneniam. každému z piatich držiteľov okrem prestíže prináša najvyššie finančné ocenenie za dizajn, a to rovných stotisíc eur. cenu udeľuje každý druhý rok (prvýkrát v roku 2005) organizácia index: so sídlom v kodani, ktorej ambíciou je stať sa pre dizajn tým, čím je pre film cannes.



Ide o neziskovú globálnu „networkovú“ organizáciu iniciovanú skupinkou nadšencov, ktorá má dnes po celom svete niekoľko stoviek ľudí rozvíjajúcich projekty INDEX-u. Mottom je pracovať v prospech dizajnu určeného na skvalitnenie života. Uskutočňuje sa to budovaním siete dizajnérov, podnikov a inštitúcií pracujúcich na vývoji a aplikácii najnovších poznatkov v oblasti dizajnu, ich následnom zhromažďovaní, propagácii a distribúcii. K aktivitám iniciatívy ďalej patria výstavy, summity vedúcich osobností a publikačná činnosť. Štruktúra sa rozvíja z tzv. salónov (strategický, operatívny, finančný, inšpiratívny, porotný a iné, vznikajúce podľa potreby), ktoré organizujú širokú networkovú komunitu. Ich činnosť je závislá od finančných a organizačných partnerov, ktorými je celý rad popredných dánskych podnikov, nadácií a verejných inštitúcií vrátane ministerstva hospodárstva.

Vrcholným podujatím je udeľovanie spomínanej ceny. Udeľuje sa v piatich kategóriách: Telo, Domácnosť, Pracovisko, Hra a Spoločnosť. Nie sú to klasické dizajnérske žánre a neposudzujú sa len forma (materiál, farby, funkčnosť a estetickosť), ale aj dopad (environmentálny, ekonomický, inovatívny, koľkým ľuďom a na koľko akútne projekt môže pomôcť) a v neposlednom rade kontext produktu, teda jeho miera zohľadňovania kultúry, hodnôt, geografického prostredia či etiky. Myšlienkou INDEX:AWARD je práve moderné ponímanie dizajnu v širších súvislostiach, t. j. pri hľadaní riešení a odpovedí na výzvy súčasného sveta. Bez ohľadu na to, či ide o aktuálne úlohy vyspelej priemyselnej spoločnosti, alebo chudobných rozvojových krajín, ktoré zápasia so základnými nedostatkami. Podstatný je podiel konkrétneho produktu a jeho dizajnu na zvýšení kvality života, životnej úrovne. Nejde len o originalnosť priemyselného či grafického dizajnu, ale o inovatívne riešenia, ktoré spĺňajú všetky horeuvedené kritériá.

Udeľovaniu ceny predchádza oslovenie niekoľkých stoviek inštitúcií na celom svete, následné zúženie prihlásených projektov na približne stovku nominácií a výber víťazov medzinárodnou porotou. Okrem nej má slovo aj verejnosť, ktorá rozhoduje o cene publika. V auguste boli vyhlásení víťazi 2. ročníka INDEX:

AWARD. Víťazom kategórie Telo sa stal Kanadan Sébastien Dubois – vyvinul prototyp protézy nohy, ktorá sa za približne osem dolárov dá ľahko vyrobiť z miestnych materiálov. Vyjadril nádej, že finančné ocenenie mu pomôže pri realizácii projektu a pri pomoci obetiam mín, ktorých je ročne okolo 25-tisíc. V kategórii Domácnosť zvíťazil taliansko-argentínsky projekt solárnej fľaše (Alberto Medi a Francisco Gomez), ktorá zdokonaľuje tzv. SODIS metódu na dezinfekciu vody v domácnosti a zároveň rieši otázku jej prepravy. V kategórii Práca bola najvyšším uznaním ocenená skupina štyroch študentov z londýnskych dizajnérskejších škôl. Teroristický útok v Londýne im vnukol myšlienku vyvinúť prostriedok prvej pomoci, a to prísavný kolík na jazyk, ktorý zabraňuje jeho zapadnutiu v stave bezvedomia, pričom jeho obsluhu i aplikáciu zvládne aj absolútny laik. Autori dúfajú, že odmena im pomôže pri realizácii vízie, aby sa pomôcka stala štandardnou výbavou lekárníček. V kategórii Hra zvíťazil americký automobilový producent Tesla Motors so svojím športovým vozidlom výlučne na elektrický pohon. Tento



„roadster“ má pritom nielen vynikajúce jazdné a environmentálne kvality, ale svojím dizajnom apeluje na uvedomelé a kúpyschopné vrstvy spoločnosti. Prvá séria Tesla Roadster bola vypredaná (objednávko) za štyri mesiace a na cesty sa dostane v októbri. Lacnejší model sedanu by mal byť dokončený v roku 2010. V piatej kategórii Spoločnosť bol držiteľom ceny dizajnérskejší tím OLPC – táto skratka (One Laptop



Per Child) označuje víťazný projekt skupiny na prenosné počítače pre deti v rozvojových krajinách sveta, t. j. s obmedzenými finančnými a energetickými zdrojmi. Celý rad krajín (napr. Argentína, Brazília, Rwanda, Uruguaj) sa zaviazal k zavádzaniu týchto počítačov pre školákov už od tohtoročnej jesene. Cena jedného z nich je momentálne okolo 150 dolárov, pričom cieľom je znížiť ju na budúci rok na 100 dolárov. Počítač s veľkosti učebnice má manuálne nabíjateľnú batériu a možnosť internetového pripojenia.

Cenu publika získala dánska dizajnérka vietnamského pôvodu Han Pham za umelohmotný kryt s názvom Antivirus, určený na permanentnú izoláciu použitých injekčných striekačiek, a to do prázdnych plechoviek od nápojov. Ide o jej absolventskú prácu, ktorá sa už dostala do výroby. Použité ihly majú každoročne na svedomí milióny druhotných infekcií závažnými chorobami – odhaduje sa, že v rozvojových krajinách je každá druhá injekcia spojená s rizikom, ktoré bude možné znížiť nenákladným spôsobom a využitím prístupného materiálu.

Mnohé projekty sa zaoberali práve dizajnom potrieb zdravotníckeho personálu alebo rôznych skupín fyzicky postihnutých osôb. Iné riešili pomôcky na manipuláciu s bremenami, otázky využitia solárnej a veternej energie, obalového materiálu, rastlinných vlákien alebo problému núdzového bývania pre bezdomovcov či pri prírodných katastrofách. Medzi nominovanými návrhmi boli napríklad projekty vizuálnej identity, náučných počítačových programov pre deti, internetového terminálu pre Afriku, kampane na separáciu odpadu alebo výstavby núdzového vidieckeho mostu.

Udeľovanie ceny sprevádzajú niekoľkodňové semináre a workshopy v dánskej metropole. Najdôležitejším podujatím je však výstava stovky nominovaných projektov, ktorá sa umiestňuje do verejných priestranstiev v centre Kodane a trvá mesiac. Tento rok boli projekty vystavené na nádhernom námestí zo 17. storočia priamo pred Kráľovským divadlom a malebným morským kanálom Nyhavn. Boli nápadito umiestnené do 106 veľkých, takmer dvojmetrových „bublín“ z plastu. Boli prístupné nepretržite a zdarma,



pričom služby v informačnom stánku, ako aj prehliadky zabezpečovalo vyše sedemdesiat dobrovoľníkov (v seniorskom veku, tzv. „design grannies“). Kým výstavu prvého ročníka v roku 2005 videlo okolo 170-tisíc ľudí, počet tohtoročných návštevníkov sa odhaduje najmenej na dvojnásobok.

Aký význam má INDEX:AWARD pre svojich držiteľov – okrem uznania a spomínanej nemalej sumy? Najlepšie to ilustrujú držiteľia prvého ročníka (keď bolo oslovených 188 inštitúcií v 45 krajinách, 538 prihlásených projektov a nominovaných 118). „Ocenenie takou vysokou čiastkou urobí dojem na organizácie núdzovej pomoci a WHO. Dodáva prestíž a malému hráčovi uľahčí otváranie dverí k tým, čo sa majú o projekt zaujímať a pomôcť pri jeho rozšírení,“ uviedol Torben Vestergaard-Frandsen, jeden z členov z víťazného tímu projektu LifeStraw. LifeStraw predstavuje prenosný prístroj na čistenie vody, ktorý sa používa ako obyčajná slamka a dokáže prefiltrovať 7 000 l vody tak, aby bola pitná. Využíva len energiu vytvorenú saním a jeho cena sú len dva doláre. Predbežne sa rozdelilo

asi 100-tisíc kusov, prevažne po zemetraseniach v Pakistane.

Všetci víťazi zhodne uvádzajú, že cena pre nich znamenala nárast publicity, ale aj vlastného sebavedomia, a zároveň pomohla pri hľadaní sponzorov a výrobcov. Platí to pre víťazný projekt futbalového štadióna v chudobnej juhoafrickej provincii, ktorý bude zároveň rámcom pre zdravotné a osvetové aktivity v oblasti AIDS a HIV (iniciátorom je nadácia Architecture for Humanity). Platí to pre projekt webovej stránky určenej miliónom po španielsky hovoriacich remeselníkov, ktorých súčasná existencia je ohrozená globalizáciou. Stránka Fundación Española para la Innovación obsahuje poznatky o nových dizajnerských metódach, technológiách a výrobkoch a uľahčuje užívateľom vstup na nové trhy. Každý rok sa volí nový partner spolupráce (naposledy Čile) a najnovšie sa rozbehla aj publikačná činnosť (prvý zväzok sa zaoberá Fair Trade). Autori ocenennej Softwall (flexibilná priestorová priečka) následne založili firmu Molo Design a rozvinuli širší koncept produktov, ktoré dnes využíva o. i. aj MoMA v New Yorku.



120 report





121 história

história história história história



122 profil

122 profil

václav kautman

(1922–1981)

text **Naďa Kančevová**

foto **archiv Václava Kautmana ml.**

designum5*62007



„dobře spracovať drevo – ako prírodný materiál – znamená v každom okamihu tvorivého procesu znova sa rozhodovať, dávať ho na seba pôsobiť objavenou krásou rozkálaného kláta, plochou štiepu, zvlnením hrče; znamená to tieto javy zhodnotiť, alebo ich poprieť so zreteľom na zámer diela, a tak v spolupráci so spracúvaným materiálom usilovať sa o nové vyjadrenie. je to otázka bezprostrednej orientácie v každom tvorivom okamihu vzniku diela. viac než súperom má byť materiál spolupracovníkom a prostredníkom.“ václav kautman



124 profil



Václav Kautman, ktorého dielo predstavuje dnes už zásadný príspevok do dejín slovenského sochárstva a užitočného umenia 20. storočia, vyvolal od počiatku svojho pôsobenia pozornosť predovšetkým dvoma kvalitami: v spolupráci s početnými ľudovými umelcami prispel k obnove mnohých „zabudnutých“ – už nepoužívaných – rezbárskych technológií a ako dlhoročný pracovník ÚLUV-u mal zásluhy na záchrane viacerých

výnimočných artefaktov slovenského ľudového umenia.

Na Slovensku Kautman stál viac-menej mimo prúdu aktuálnych dobových tendencií. Bol skôr solitérom, ktorý tu nemal priameho predchodcu ani nasledovníka, hoci ako pedagóg zákonite ovplyvnil viacerých priemyselných výtvarníkov, ktorí počas jeho pôsobenia študovali na Katedre užitého umenia na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave.

Už pri prvom zbežnejšom

pohľade na Kautmanovo dielo je zrejmé, že základným zdrojom inšpirácie bola preňho predovšetkým príroda, ktorá rezonovala v celej jeho tvorbe. Jeho umelecké smerovanie však určovalo aj niekoľko dôležitých vonkajších faktorov. Preto skôr než sa pokúsime načrtnúť kontúry jeho bohatého diela, pokúsme sa aspoň v stručnosti priblížiť aj dobový kontext, do ktorého vstupoval.

V prvom rade treba spomenúť atmosféru medzivojnového



Brna, kam sa jeho otec – ekonóm a pedagóg – prisťahoval z juhočeského Protivína a kde sa Václav Kautmann 28. septembra 1922 narodil a prežil svoje detstvo a mladosť. Spočiatku ho lákali prírodné vedy, no po zatvorení vysokých škôl počas nacistickej okupácie sa rozhodol pre štúdium rezbárstva na brnianskej ŠUR-ke – škole umeleckých remesiel. V tejto súvislosti len pripomeňme, že v sústave škôl umeleckého smeru mala táto inštitúcia mimoriadne

postavenie, a to najmä pokiaľ išlo o kvalitu učiteľského zboru. Tá ešte vzrástla, keď sa v roku 1939 ujal vedenia školy prof. Josef Vydra, ktorý mal v tom čase za sebou už bohatú prax s budovaním a organizáciou podobných škôl na Slovensku. Vydra bol nielen významným teoretikom výtvarnej výchovy, ale aj milovníkom a znalcom ľudového umenia, umeleckých remesiel a celej širokej oblasti kultúry Slovenska, kde pôsobil od roku 1919 a kde v roku

1930 založil a viedol i známu bratislavskú ŠUR-ku. Ako pedagóg kládol vysoké nároky jednak na výtvarnú úroveň a estetické cítenie študentov, ale vyžadoval tiež schopnosť dosiahnuť prepojenie estetickej stránky diela s požiadavkou funkčnosti. V tomto zmysle Vydra patril k hlavným, hoci nepriamym učiteľom Václava Kautmana. Jeho priamym učiteľom sa stal Heřman Kotrba, u ktorého študoval odbor umeleckého rezbárstva.



126 profil



Výrazný vplyv na Kautmanovo smerovanie počas jeho štúdia na brnianskej ŠUR-ke mali najmä úzke vzťahy tejto školy s Moravským zemským ústavom pre zvelebovanie živností, ktorého aktívnou zložkou bol i odbor pre domáci priemysel. Pre Kautmana to znamenalo predovšetkým zoznámenie sa so životom a praxou domácej výroby a tradíciou prapôvodného remesla, ale aj s rodiacim sa priemyselným výtvarníctvom.

Oslobodenie v roku 1945 otvorilo možnosti ďalšieho vyššieho vzdelávania. Kautman sa rozhodol pokračovať v štúdiu na pražskej Umeleckopriemyselnej škole (neskôr povýšenej na vysokú školu), kde si u profesora Karola Dvořáka zvolil odbor sochárstvo. Popri štúdiu na vysokej škole sa tiež pripravoval na učiteľstvo na pražskom Pedagogickom inštitúte. Po skončení štúdia v roku 1950 sa mu však namiesto učiteľskej

kariéry naskytla iná možnosť: pracovať ako výtvarník v odbore pre spracovanie dreva na bratislavskom Ústredí ľudovej a umeleckej tvorby (ÚĽUV).

V čase, keď Kautman nastúpil do ÚĽUV-u, bola už pozícia tejto inštitúcie pomerne jasne vyprofilovaná. Pracovné úlohy, ktoré sa tu riešili, sa týkali predovšetkým výskumu súčasného stavu v rozličných krajoch a disciplínach, zberu, triedenia, dokumentovania a hodnotenia. Počas týchto



štúdií a prieskumu priamo v teréne Kautman spoznával nielen ľudových výrobcov, ale aj prehľboval svoje znalosti o slovenskej krajine a postupne tak spoznával potreby tých, pre ktorých svoje diela tvoril.

V umeleckých dielňach ÚĽUV-u sa uplatnil predovšetkým ako tvorca prototypov. Začal so sústružovaním a vyrezávaním úžitkových predmetov pre každodenný život: mís, nádobiek na korenie, rôznych

dóz, stolovacích súprav a pod. Pritom ho nikdy neprestali zaujímať pôvodné rezbárske pracovné postupy a metódy – najrôznejšie zaobchádzanie s materiálmi, ich štruktúrou, farebnosťou: hlavičkou klinca vypaľuje jednoduchý ornament, používa leptanie kyselinou (tak ako ho používali výrobcovia fujár), využíva vybijanie a vylievanie kovom, vruborez, intarziu a iné ľudové techniky. Pritom je dôležité zdôrazniť, že všetky predmety tejto kategórie vychádzali z autorovho citlivého prispôsobenia sa potrebám, na ktoré mali slúžiť, boli tvorené v súlade s ľudskou anatómiou, fyziognómiou i psychikou.

Ako sochár Kautman začínal s hračkami. Spočiatku bol inšpirovaný najmä svetom svojho detstva – uzlovitými kúskami dreva a „kamienkami“, ktoré pridaním detailov

a prirezaním niekoľkých rytých čiar premieňal na zvieratá. Bohatá zbierka jeho zvierat sa nachádza i v depozitoch SNG. Predstavuje dekoratívne plastiky rýb, vtákov, torz, ale aj drobné pamiatkové predmety a prototypy, ktoré pripravil pre ZOO v bývalej NDR. Dokumentuje vývin autorovho výtvarného názoru od mimetických figuratívnych námetov až k polohe znaku, ktorým v skratkovej podobe vyjadruje rybu, vtáka či štvornožca. Neskôr vytváral celé tematické kompozície takýchto zvierat, slúžiace zväčša ako





návrhy pre monumentálnejšie realizácie.

Pri hľadaní štýlových východísk Kautmanovho diela v európskom umení sa niekedy spomína abstrahovaná poloha tvorby Constantina Brancusiho, ktorá však, ako upozornil I. Jančár, patrí do iného myšlienkového prúdu. „Zatiaľ čo Brancusi hľadá ideálny čistý abstrahovaný tvar a jeho plastiky sú pôsobivé rovnako v dreve, ako aj v bronzе či iných materiáloch, Kautman pracuje takmer výlučne s drevom, pričom rešpektuje a využíva jeho prirodzený tvar.“

Ako sám konštatuje: „Základní vlastností, která odlišuje dřevo od jiných výtvarných materiálů – hlíny, kovu, plastických hmot –, je, že je to hmota organická.“ V zoznamoch jeho prác sa objavujú názvy

drevín, lesných stromov listnatých aj ihličnatých – buk, dub, jaseň, čerešňa, orech, rôzne samorasty, tis, tuja, limba, oliva a iné. Drevo v Kautmanovom poňatí teda nebolo len mŕtvou hmotou, ale malo svoj vlastný „život“, svoj charakter a mnohé, vždy odlišné vlastnosti, ktoré sa pri práci usiloval zohľadniť. Viac než o úžitkových predmetoch to platí o plastikách, kde mimoriadne citlivo rešpektoval špecifické vlastnosti tohto materiálu a podrobne ich vlastným sochárskym zámerom. V podobnej polohe narábal aj s rezbárskym umením „slovenských pastierov“. Ako sme už naznačili, uvedomoval si, že popri základných nástrojoch, ako je nožík či dláto, môže využívať i moderné technické

prostriedky (frézu, brúsku či pásovú pílu...), a to bez toho, aby svoje práce „zmechanizoval“, alebo ich pozbavil ich prirodzeného pôvabu.

Pokiaľ ide o autorovu výstavnícku činnosť, len v rokoch 1956–1961, keď pracoval ako hlavný výtvarník ÚĽUV-u, zorganizoval niekoľko desiatok výstav, ktoré väčšinou aj sám koncepčne spracoval, zostavil výber exponátov a navrhol výtvarné riešenie. Boli to výstavy nielen na území našej republiky, ale aj v zahraničí. Pod jeho vedením sa pripravili projekty, ktoré reprezentovali naše ľudové umenie, ale i úžitkovú tvorbu v Bruseli, Liége, Londýne, Berlíne, Štokholme, Antverpách, Florencii,



Budapešti atď. Vystavoval tu rozličné súpravy na prestretý stôl, lampy, návrhy na tvarované mydlá najrôznejších geometrických a z prírody prevzatých foriem, drobné pamiatkové predmety, hračky, dekoratívne plastiky, intarzie zakomponované v interiéri a mnohé iné. Absolvoval tiež viacero samostatných výstav a zúčastnil sa mnohých medzinárodných prehliadok. Túto pomernú „voľnosť“ na poli vystavovateľstva mu v zložitých podmienkach počas bývalého režimu umožňovala najmä jeho orientácia na úžitkovú tvorbu, ktorá sa až v takej miere nemusela podvoľovať doktrínam oficiálneho umenia. To isté platilo i o jeho voľnej tvorbe, ktorá tým, že motivicky čerpala

predovšetkým z prírodných inšpirácií, nepodliehala natoľko dobovým ideologickým tlakom.

Významnú zložku Kautmanovej mnohotvárnej aktivity predstavovala i jeho publikačná činnosť. Ako hlavný výtvarník ÚLUV-u cítil potrebu koncentrovať a publikovať svoje skúsenosti v článkoch uverejňovaných v odborných časopisoch. Tieto práce sú cenné predovšetkým tým, že vychádzali z autorových vlastných poznatkov získaných dlhoročnou prácou v teréne (podal napr. „vedecký základ“ k typológii slovenských črpákov, zohľadňujúc najmä technický princíp ich zhotovenia).

Na záver ešte pripomeňme Kautmanovo pedagogické pôsobenie. V roku 1959 sa

stal odborným asistentom na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave, kde v rokoch 1968–1976 pôsobil ako docent a vedúci Katedry úžitkového umenia – tvarovania. Od roku 1961 sa pedagogickej činnosti venoval už ako hlavnému povolaniu a všetky svoje bohaté skúsenosti dával k dispozícii nastupujúcej generácii. ■



Husákovo 3+1

text Daniela Karasová foto Press centrum Designbloku 07

ve výstavní síni všup v praze byla nedávno otevřena stejnojmenná výstava. v nevelkém prostoru výstavního sálu se jejím autorům podařilo nainstalovat maketu sídlištního bytu t08 b 1:1 kompletně zařízeného dobovým nábytkem včetně doplňků, jakoby obyvatelé právě někam odešli...

Zajímavého úkolu se ujali studenti oboru Dějiny a teorie designu a nových médií v rámci seminářů Lady Hubatové- Vackové, k výstavě byla vydána skládačka a stejnojmenná publikace dotovaná grantem MK ČR a Centrem pro teoretická studia. Akce je součástí triptychu o životě v sedmdesátých letech, který tvoří výstava fotografií Pavla Vančáta a Jana Freiberga v Galerii v Klatovech (září - říjen) a výstava módy stejného období Konstantiny Hlaváčkové v Uměleckoprůmyslovém muzeu v Praze (prosinec 2007 - únor 2008).

Je potěšující, že zhodnocení významného fenoménu výstavby sídlišť a bydlení v nich se ujala mladá generace dětí rodičů, případně prarodičů, které v těchto bytech vyrůstaly (dětí) a žily (rodiče a prarodiče). Jejich pohled lze tedy považovat za víceméně nezaújatý, objektivně kritický i humorný. Odsuzující postoj k této době zazněl snad pouze při zahájení z úst rektora VŠUP Dr. Lišky, který však v inkriminované době pobýval v emigraci.

Přes poměrně nedávnou minulost nebylo snadné sehnat dohromady typické zařizovací



předměty i doplňky, ale osobním nasazením členů autorského kolektivu při vyhledávání doma, u známých, ve vetešnictvích i v popelnicích se věc podařila a sešlo se dostatek běžných předmětů i kuriozit. Proč se neobrátili také na muzejní instituce, které v nedávné době obdobné výstavy pořádaly nebo takové předměty sbírají, není jasné (muzeum v Litomyšli, Roztokách, Dobříši, UPM).

Výstava, resp. interiér sídlištního bytu hýří barvami, vzory i materiály, které jakoby záměrně kontrastovaly s šedí a jednotvárností exteriérů sídlišť (tapety různé barevnosti i desěnu pokud možno v každé místnosti jiné, podobně jako podlahové krytiny). V dětském pokoji a v předsíni není opovrhovaný Universal kromě patrových postelí, ale jeho nástupce sektor Monticolor od předčasně zesnulého architekta Karla Mrkvy, vyráběný od poloviny 70. let, který typologickou skladbou, umožňující četné varianty sestav, a barevnými mutacemi patřil ve své době ke špičce v tomto oboru a nevím, byl-li dosud překonán. Výhody možnosti dokupování dílců za účelem modifikací a narůstání sestav anulovali prodejci, pro které bylo jednodušší nabízet ucelené sestavy, nežli dodávat jednotlivé dílce.

Zařízení kuchyně tvoří Asta z n. p. Jitona Soběslav, která rovněž ve své době splňovala vysoké nároky na kuchyňský interiér. V příborníku kříženém s knihovnou jako součást bytové, resp. „obytné“ stěny z některého družstevního podniku je nádobí z lisovaného skla a keramiky od dobrých podnikových designérů. Zbytek je dotvořen z iniciativy obyvatel – svařovaná kovová

stěna s úchytkami na květináče dělicí kuchyni od jídelního koutu (velmi oblíbené řešení) a další roztomilé drobnosti.

Možná by bylo zajímavé sestavit podobný prototyp sídlištního bytu ze stejné doby v západním Německu nebo v jiné západoevropské zemi včetně zařízení a doplňků, který by asi nebyl tak prostorově stísněný, ale samotné zařízení a doplňky by možná z hlediska estetiky a vkusu dopadly mnohem hůře. Vzpomínám na naše cesty na nábytkářské veletrhy v západních zemích, kdy dobré dvě třetiny nabízeného sortimentu byly pseudohistorické kýče a dobrý moderní design byl v drtivé menšině, což se jistě promítalo i do spotřebitelských skupin (většina kupovala kýče).

Nepochybuji, že tato výstava, na rozdíl od jiných na VŠUP, bude mít velkou návštěvnost i ohlas.

Publikace je sestavena z autorských statí věnovaných logicky řazeným tématům od vzniku a charakteru panelových sídlišť, včetně podrobných statistik, někdy nesnadno srozumitelných pro běžného čtenáře (Říha), přes pohled sociologickým prizmatem v historickém kontextu, opírajícím se o vyčerpávající výčet literatury (Zadrazilová), zkoumání estetických kvalit prostředí sídlišť (Hnídková), exaktní definice, vývoj a porovnání používaných panelových soustav (Smíšek), vynikající sonda do nejproblematictější oblasti zásahu sídlišť do historického jádra měst a vesnic v severozápadních Čechách a jeho zpětné působení na život obyvatelstva (Koukalová), až po zkoumání estetických kvalit a nekvalit interiéru panelákového bytu vedoucí k individuální lidové tvořivosti v jeho



Husákovo 3+1





134 presenza





Husákovo 3+1

zlepšování (Hubatová). Poněkud nelogicky navazuje Jeden den v jedné kuchyni (Franc), který předchází analýze vzniku a vývoje sektorového nábytku (Tichá) a navazující stati o sektoru Universal (Špičáková), které jsou víceméně kompiláty známých a publikovaných informací, ale je dobře, že se s nimi mladí seznamují.

Publikace zachycuje pouze část produkce úložného nábytku vyráběného v té době v Československu a opomíjí rozsáhlou produkci družstevních a komunálních podniků, kde vznikala nábytek funkčně i esteticky velmi kvalitní, který byl spotřebiteli vyhledáván (viz fronty na brněnském výstavišti před otevřením veletrhů), jakým se rovněž zařizovaly byty na sídlištích. Pochopitelně přelidněnost těchto miniaturních prostorů omezovala jejich zařaditelnost jakýmkoli nábytkem.

Příspěvek o lisovaném skle (Zajícová) právem připomíná slavnou éru českého užitkového skla, nejen lisovaného, včetně podmínek výroby a jeho tvůrců, českých sklářů-designérů světového kalibru. Charakteristika dětského prostoru uvnitř i vně sídlištního domu v souvislosti s Husákovými hračkami (nejen kachničkami) (Salák) s vlastními vzpomínkovými ilustracemi potěší pamětníky i mládež. Dosud vnímajícímu pamětníkovi se vybaví popěvek Jarka Nohavici: Za komunistů se špatně nežilo... to jste milé děti přišli o hodně.

Vedle poetických záběrů z Husákova interiéru (Příbyl) tvoří druhou část publikace rozhovory s různě významnými pamětníky a odborníky, které vysoce odborně a v celoevropských - neřkuli světových - souvislostech komentují zápory i klady sídlišť na základě vhodně formulovaných dotazů



(Musil, Witzany), výstižně a vtipně glosují situaci z vlastní zkušenosti (Kouba a Míšek, Čapková), nebo na příkladu vlastní profese charakterizují pozici českého sklářství (Zajíc).

Vedle zmíněných fotografií publikaci ilustruje výběr dobových fotografií s podrobnými popisky.

Skládačka formátu A3, složeného na A5, která doprovází výstavu, obsahuje 10 statí věnovaných různým aspektům panelákového bydlení, od sídliště přes byt a jednotlivé místnosti až po nádobí, spotřebiče a módu včetně propagace socialistického způsobu života, vesměs od stejných autorů jako publikace, až na několik výjimek (Janečková-Jehlíková – Panelák, Hozáková – Dětský pokoj, Vančát – Elektro, Freiberg – Propagační fotografie). Poslední zmíněná stať dle mého názoru lépe koresponduje s tématem panelákového bydlení, nežli Analýza

grafického designu denního tisku 70. let (Čumlivski) zařazená do publikace. Skládačka ilustrovaná vhodně volenými fotografiemi a vytištěná na nelesklém papíru evokujícím Husákovu éru je cenným zhuštěným doplňkem výstavy.

Přála bych si více takových výstav a badatelského nadšení mladých lidí, ochotných systematicky hledat prameny, dívat se na nedávnou minulost objektivně, brzdit oblíbené české odezdi ke zdi, hledat poučení v chybách minulosti, ale také umět objevit pozitivní ostrůvky tam, kde se zdá jen moře negace. ■

PhDr. Daniela Karasová CSc.

teoretička odboru bytové kultury ÚBOK (Ústav bytové a oděvní kultury v Praze) do r. 1990, v současnosti kurátorka sbírky nábytku, kovov a dizajnu UPM (Umeleckopriemyselného múzea v Prahe)



Husákovo 3+1





138 knižnica



art school

šur+šup+šúv=75

Začiatkom októbra sa v areáli školy úžitkového výtvarníctva Josefa Vydru konal krst dlho očakávanej publikácie ŠUR + ŠUP + ŠÚV = 75. Kniha je súčasťou projektu súvisiaceho s jubilejným 75. výročím založenia školy (2005), ktorého prvým výstupom bola pred dvoma rokmi rovnomenná výstava. Reprezentatívny, takmer 500-stranový titul mapuje chronológiu vývoja školy a ponúka sumárny prehľad jej dejín. Približuje historické okolnosti a podmienky vzniku inštitúcie, motivácie zakladateľa Josefa Vydru, koncepciu štruktúry vzdelávacieho procesu, jednotlivých pedagógov, výstavnú činnosť, ako aj súčasný stav vzdelávania na jednotlivých odboroch školy. Predstavuje aktuálny pedagogický zbor, ako aj profesorov pôsobiach na škole v érach minulých. O subjektívny charakter autentických výpovedí knihu obohacujú rozhovory s pedagógmi a študentmi. Pozoruhodné a cenné sú viaceré unikátne, doposiaľ nepublikované dokumenty z čias ŠUR a spomienky pamätníkov. Kvalitu publikácie zvyšuje bohatý obrazový materiál. O grafický vizuál publikácie sa postaral Vladislav Rostoka.

knižnica

design 21. století

nové ikony dizajnu.
od masového trhu k avantgarde

autor *Marcus Fairs*

predhovor *Marcel Wanders*

vydalo *Nakladatelství Slovart, s. r. o.,*

Praha 2007

Kniha **Design 21. století**, ktorú slovenským čitateľom prináša vydavateľstvo Slovart, je vyčerpávajúcím sprievodcom súčasnej produkcie svetového dizajnu. Autor publikácie, vydavateľ časopisu o architektúre a dizajne icon a žurnalista Marcus Fairs, svojím výberom publikovaných objektov trefne reflektuje vznikajúce trendy, dizajnérov a kľúčové projekty, definujúce okolitý svet a náš životný štýl. Prehľadné delenie na časti Architektúra, Interiéry, Nábytok, Svietidlá, Bytové doplnky, Produkty, Oblečenie a doplnky, Vizualna komunikácia, Mesto a krajina umožňuje dobrú orientáciu a jednoduchšiu zapamätateľnosť publikovaných produktov a súčasne napovedá širokému záberu publikácie. Vizualne atraktívna kniha zrozumiteľným a pútavým spôsobom nazerá na celé spektrum dizajnu: od jeho avantgardnej tváre až k masovej výrobe. Farebné fotografie vo veľkej kvalite ilustrujú vyše 200 najpopulárnejších a prelomových nadčasových dizajnerských počínov. Predhovor ku knihe pochádza z pera umelca a dizajnéra Marcela Wandersa. Časopis designum publikáciu vrelo odporúča.





knižnica



kamenné námestie

autor **Ivan Matušík**

vydalo **A/21 s.r.o., Bratislava 2007**

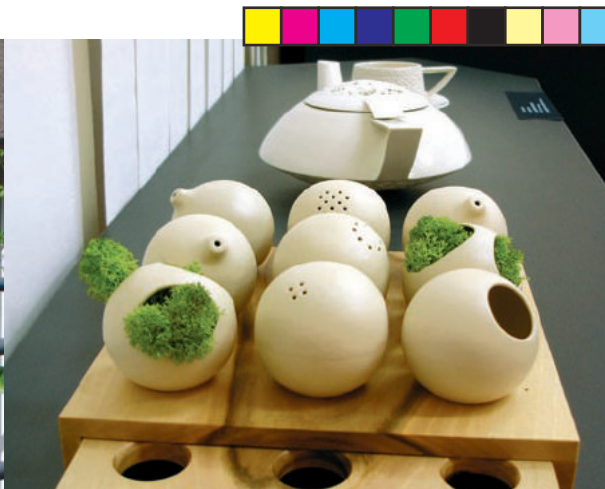
text **Andrej Jaroš**

V októbri tohto roku vyšla autorská publikácia architekta Ivana Matušíka s názvom **Kamenné námestie**. Aktuálnosť témy vyplýva zo súčasných tendencií devastovať a likvidovať významné architektonické diela z 50. až 80. rokov minulého storočia. Výstižne sa k tejto problematike vyjadril profesor Ľudovít Petránsky, dekan Fakulty architektúry Slovenskej technickej univerzity: „Komplex budov na kamennom námestí v Bratislave patrí nielen k najdôležitejším dielam architekta Ivana Matušíka, ale aj k najvýznamnejším reprezentantom modernej slovenskej architektúry. Celkovou koncepciou a rešpektovaním kontextu prostredia priniesol syntetické dielo, ktoré sa stalo neoddeliteľnou súčasťou kultúrneho povedomia našich ľudí.“

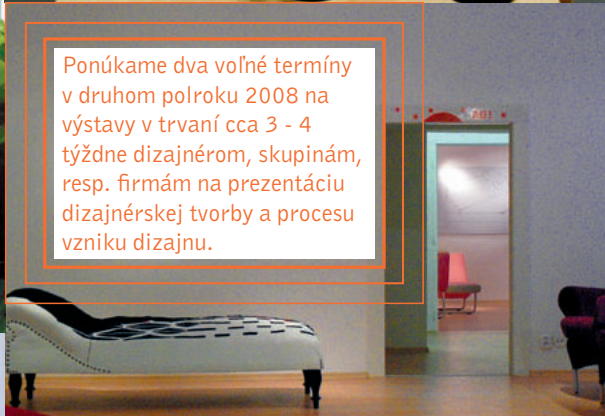
Téma teda viac než aktuálna, dielo obdivované i hanobené a zaznávané. Ideológia peňazí a zisku sa dnes neraz dostáva do rozporu so základným poslaním architektúry. V demokratickej spoločnosti, založenej na rešpekte vlastného kultúrneho dedičstva, ide o javy cudzie, vlastné skôr totalitárnemu fanatizmu, ktorý sa riadi princípmi diktatúry moci a kapitálu. Publikácia je rozvrhnutá do šiestich kapitol, obsahujúcich prípravnú fázu vzniku, významné odborné ocenenia, grafickú dokumentáciu, fotografie z exteriéru aj interiérov, až po výtvarné diela a dizajn. Obsah knihy charakterizujú početné, erudované posudky ďalších recenzentov, akými sú napríklad riaditeľ Slovenského národného múzea Peter Marák, historička umenia Eva Križanová, profesor Imrich Tužinský a mnohí iní. Posledný spomínaný na adresu architekta Matušíka okrem iného napísal: „Symbióza architektonického konceptu a detailu je taká zreteľná, že je priam učebnicovou ukážkou tvorby. Architektúra bola asi jeho milenkou a podľa jeho posledných tvorivých výsledkov asi aj jeho snúbenicou.“

Kniha v pevnej väzbe formátu A5 obsahuje 168 strán, z toho 111 fotografií, 35 grafických príloh a 22 strán textu. V predaji je v kníhkupectve Artbooks na Fakulte architektúry STU (info@artbooks.sk, www.archinet.sk), v predajniach Slovenskej národnej galérie a v Galérii spolku architektov Slovenska. Kniha je napísaná v slovenskom jazyku s anglickou mutáciou.

Publikácie nájdete v knižnici scd.



Ponúkame dva voľné termíny
v druhom polroku 2008 na
výstavy v trvaní cca 3 - 4
týždne dizajnérom, skupinám,
resp. firmám na prezentáciu
dizajnerskej tvorby a procesu
vzniku dizajnu.



Výstavný a informačný bod SCD
SATELIT
Dobrovičova 3
Bratislava

predstaví v prvom polroku 2008 výstavy

**Súkromná stredná umelecká škola
Bratislava, 10. výročie**
30. január – 22. február 2008

**Stredná škola úžitkového
výtvarníctva Josefa Vydru**
25. február – 16. marec 2008

Jofi Gašparík – nábytkový dizajn
19. marec – 13. apríl 2008

Študentský salón 2008
16. apríl – 20. apríl 2008

Ateliér Júlie Sabovej, VŠVU
23. apríl – 18. máj 2008

Ľubomír Longauer: Nápisy a písmená
21. máj – 22. jún 2008

Otvorené denne (okrem pondelka) 13,00 - 18,00
Kontakt: Daša Dúbravová, tel. 02 5292 0184,
dubravova@scd.sk, www.scd.sk





141 odkaz

designum¹⁻⁶2008



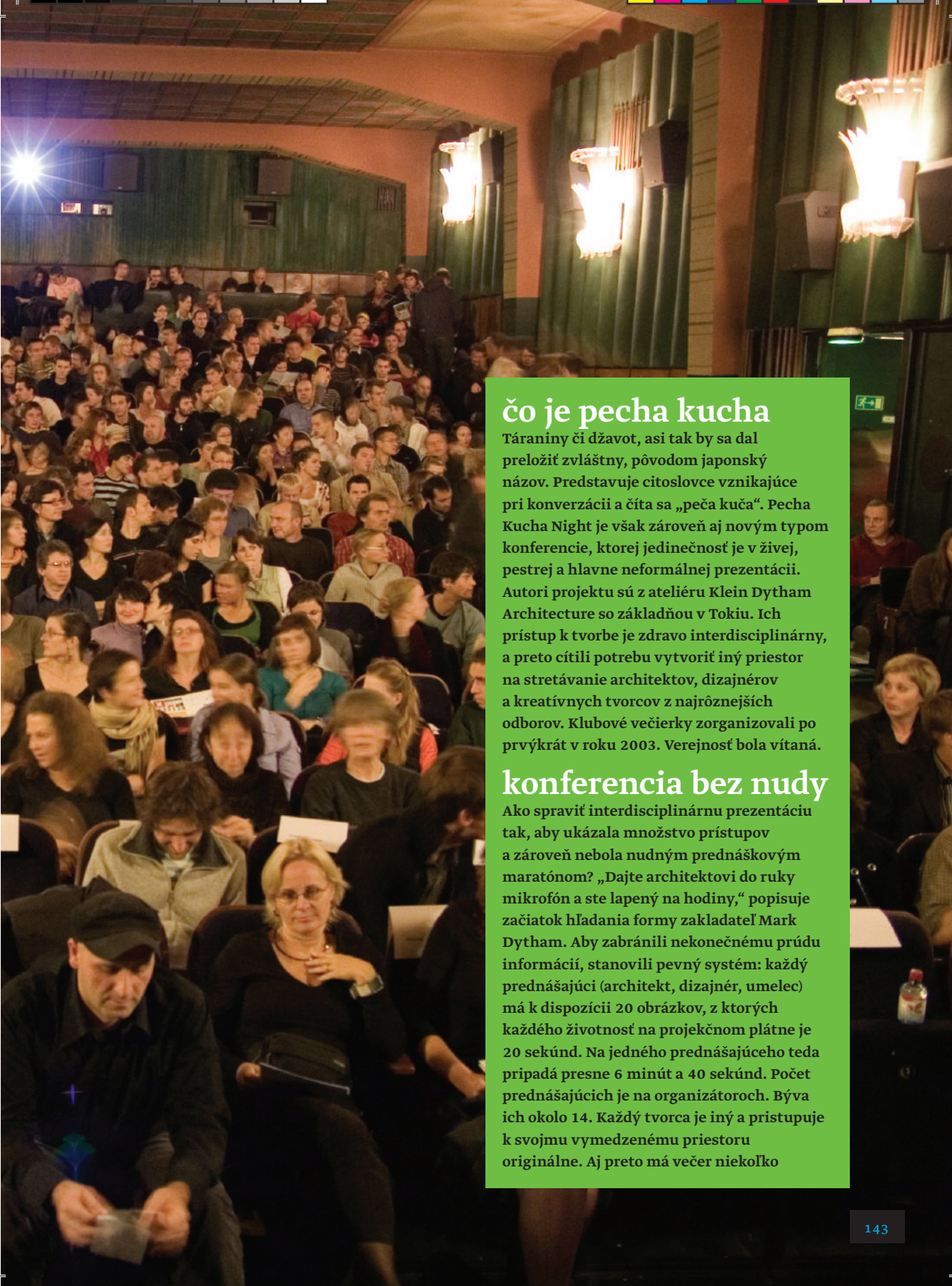
časopis o dizajne *design magazine* vychádza 6-krát ročne *a bimonthly* ročník *volume XIV*
to všetko aj po celý rok 2008, využite možnosť zvýhodneného predplatného!

pecha kucha night architekti, dizajnéri, grafici, výtvarní umelci a teoretici naživo!

text *Barbara Zavarská*

foto *Petr Krejčí, Hynek Pliešník*

tokio, sydney, san francisco,
mexiko, new york, buenos aires,
londýn, amsterdam, berlín, tel
aviv, lagos, dillí, šanghaj. to je len
hrstka zo stovky veľkomiest, kde
sa pravidelne koná projekt pecha
kucha night. za necelé štyri roky
sa vyprofiloval na originálne
podujatie pre všetkých, ktorých
zaujíma súčasná architektúra,
dizajn a umenie. nezaostávajú
ani susedné metropoly ako praha,
viedeň či budapešť. začiatkom
roka 2008 zavíta pecha kucha
night aj do bratislavy.



čo je pecha kucha

Táraniny či džavot, asi tak by sa dal preložiť zvláštny, pôvodom japonský názov. Predstavuje citoslovce vznikajúce pri konverzácii a číta sa „peča kuča“. Pecha Kucha Night je však zároveň aj novým typom konferencie, ktorej jedinečnosť je v živej, pestrej a hlavne neformálnej prezentácii. Autori projektu sú z ateliéru Klein Dytham Architecture so základňou v Tokiu. Ich prístup k tvorbe je zdravo interdisciplinárny, a preto cítili potrebu vytvoriť iný priestor na stretávanie architektov, dizajnérov a kreatívnych tvorcov z najrôznejších odborov. Klubové večierky zorganizovali po prvýkrát v roku 2003. Verejnosť bola vítaná.

konferencia bez nudy

Ako spraviť interdisciplinárnu prezentáciu tak, aby ukázala množstvo prístupov a zároveň nebola nudným prednáškovým maratónom? „Dajte architektovi do ruky mikrofón a ste lapení na hodiny,“ popisuje začiatok hľadania formy zakladateľ Mark Dytham. Aby zabránili nekonečnému prúdu informácií, stanovili pevný systém: každý prednášajúci (architekt, dizajnér, umelec) má k dispozícii 20 obrázkov, z ktorých každého životnosť na projekčnom plátne je 20 sekúnd. Na jedného prednášajúceho teda pripadá presne 6 minút a 40 sekúnd. Počet prednášajúcich je na organizátoroch. Býva ich okolo 14. Každý tvorca je iný a pristupuje k svojmu vymedzenému priestoru originálne. Aj preto má večer niekoľko

144 akcia



Olgoj Chorchoi



Jan Kaplický



zerozero™

vrcholov. Strieda sa tu show s drámou či s intímnu spoveďou. Spontánne vzniká pestré predstavenie nabité informáciami, s rýchlym spádom. To všetko stimuluje neviazanú debatu, ktorá prichádza bezprostredne po prezentáciách.

pecha kucha night okolo sveta

Formát zožal v Tokiu veľký úspech a vďaka ohromnému dopytu po skutočne živom fóre sa dnes rozšíril na všetky kontinenty. Klubovú akciu priemerne navštevuje okolo 5000 divákov, ale napríklad pri príležitosti ukončenia Bienále architektúry v Londýne v roku 2006 zaplavilo divadlo Sadler's Wells až 1 500 divákov. V Prahe si treba rezervovať lístky v predstihu. Kino Aero praská vo švíkoch každý druhý mesiac. „Je tu hrozný hlad po prednáškach. Ukazuje sa, že ľudia sú lační a chcú vedieť, čo sa v tejto sfére deje,“ hovorí organizátorka pražskej akcie Jana Kostecká. Od začiatku tohto roka uviedla široké spektrum tvorcov, začínajúcich či renomovaných, pričom výber smeruje k vzájomnej konfrontácii prístupov. Predstavenie vždy spestrí aj nejaký hosť zo Slovenska. Doteraz nimi boli: architektonický ateliér zerozero™, nezávislé kultúrne centrum Stanica Žilina Záriečie a projekt Dizajn na kolesách. V Bratislave sa Pecha Kucha Night uskutoční v roku 2008 štyrikrát. Buďte v strehu.

www.pecha-kucha.org



145

monochróm



146 projekt.ke



platforma – priestor komunikácie

text a foto Martin Uhrík



Na začiatku treba zdôrazniť, že projekt s pracovným názvom Platforma mal niekoľko fáz. Prvou časťou bol workshop, ďalšou navrhovanie dizajnu, projekt a realizácia. No a poslednou fázou je samotné používanie Platformy.

Dizajn z hľadiska programu

Workshop sa konal od 25. 4. do 29. 4. 2007 v priestoroch IC Culture Train, Košice pod vedením britských lektorov Justina Cartera a Roberta Mantho z Glasgow School of Art.

Rozpracovaním témy workshopu - „Site of Autonomous Connection“ (voľne preložiteľnej ako „Priestor otvorenej komunikácie“), sme sa

dopracovali ku skonkrétneniu zadania zrealizovať platformu pre rôzne druhy komunikácie. Idea projektu bola definovaná v priebehu rozhovorov s britskými lektormi o téme workshopu. Všetci sme sa chceli venovať architektúre a dizajnu z pohľadu ich programu. Teda funkcia nasledovala formu, a ani forma funkciu. Tieto zažitá a pomaly už aj odžité kategórie mal pri utváraní dizajnu nahradiť program. Je asi potrebné vysvetliť rozdiel medzi programom a funkciou. Funkcia určuje isté priestorové usporiadania vhodné na istú činnosť, program sú samotné aktivity, ktoré nemusia mať, a väčšinou ani nemajú, architektonický charakter. Programom, ktorý sme si vybrali na výskum, bola

experimentálny projekt platforma vznikol z mnohých podnetov a za príspevku viacerých ľudí. ideovo bol postavený na predchádzajúcich aktivitách nášho združenia kod. spolu s braňom škopekem a v spolupráci s ďalšími inštitúciami a organizáciami prinášame už niekoľko rokov na slovenskú architektonickú scénu projekty teoretického charakteru. snažíme sa propagovať iný druh vnímania architektúry a to prostredníctvom filmového festivalu, prednášok aj výstavných aktivít. platforma je našou predstavou o experimente v architektúre, začínajúcou myšlienkovými experimentmi a končiacou reálnou vecou s konkrétnym fyzickým výstupom.



komunikácia medzi obyvateľmi mesta o meste a s mestom samotným.

Pri rozhovoroch a hľadaní príkladov k tomuto problému sa vynorila téma „Speaker's Corner“. Pre nás je to miesto priamej demokracie, kde si občan môže povedať, čo si myslí, ale zároveň ho niekto iný vypočuje. Témou workshopu sa tak stalo skúmanie určitého fenoménu a pokus o jeho architektonicko-dizajnersku definíciu. Samozrejme, k tomu sme potrebovali konkrétne miesto, a stretli sme sa s ochotou mesta Košíc podieľať sa na projekte. Rovnako dôležitý bol náš lokálny partner IC Culture Train, inštitúcia zaoberajúca sa prezentovaním súčasného umenia, ktorá spoluvytvárala program košického Speaker's Corner. Všetky tieto aktivity zosúladiť a hlavne vyfinancovať British Council na Slovensku. Jedine vďaka jeho prínosu mohol vzniknúť raritný projekt pretvárajúci výskum na realitu.

Platforma ako multifunkčný priestor

Fyzická a konkrétnejšia programová forma priestoru na komunikáciu sa vykryštalizovala na základe výskumov účastníkov a diskusií s ľuďmi z ICCT a so zastupiteľmi mesta počas workshopu. V rámci našej témy architektúry a dizajnu ako práce s programom sa workshop stal novým nástrojom dizajnu.

Hlavným problémom sa stala otázka, ako môže jednotlivec navrhnuť tie správne aktivity do programu. Ako má prebiehať v takomto priestore komunikácia a akým spôsobom zdefinovať priestor, kde sa odohráva? Náš workshop mal výhodu v zapojení rôznych skupín do navrhovania programu

– zúčastnili sa ho Košičania, ale aj ľudia nežijúci v Košiciach, participovala i organizácia spolupodielajúca sa na vytváraní kultúrneho života v meste. Preto je výsledok skupinovým autorstvom všetkých, ktorí sa podieľali na celom projekte.

Prvou podmienkou zohľadnenou pri dizajne platformy je umožniť prezentáciu viacerých médií. To znamená multifunkčný priestor. Komunikovať je možné nielen prostredníctvom slov, ale rovnako aj pomocou obrazov alebo zvuku. Riešenie v rámci komunikácie sa teda ustálilo na multimediálnej platforme, ktorá má slúžiť ako galéria, koncertné pódium, nosič multimediálnych prezentácií či diskusné fórum. Nedizajnovali sme iba formu alebo len program, ale museli sme analyzovať aj konkrétne aktivity, ktoré podporujú daný druh komunikácie.

Ďalším problémom bol spôsob fyzického zadenfinovania priestoru. Hoci ťažisko nášho riešenia bolo v práci s programom, aktivity sa musia aj niekde odohrávať. Hlavná ulica v Košiciach, známa svojím extrémne eklektickým a prehusteným vzhľadom, bola vytipovaná ako miesto, kde bude objekt Platformy pôsobiť väčšinu času. Problémom sa stalo samotné zasadenie objektu do takéhoto priestoru. Všetky návrhy smerovali k vytvoreniu špecifického prostredia istým spôsobom vyčleneného z kontextu Hlavnej ulice. Kreslili sme akúsi dieru, iný priestor, kde sa odohrávajú iné aktivity. Problematická bola aj mierka. Návrhy oscilovali od prenosného kontajnera na podvozku až po rozkladací povrch prikrývajúci celú šírku námestia. Keď navrhujete so zreteľom na program, nie ste vždy nútený použiť dizajnersku formu. Ani Speaker's



Corner v Londýne nie je výnimočný konkrétnym dizajnom. Jeho výnimočnosť tvorí práve nehmotný program. Naše rozhodnutie však smerovalo k vytvoreniu dizajnu tvoriaceho jednoznačného nositeľa významu. Objekt sa identifikuje s programom, ktorý sa v ňom odohráva a táto vlastnosť dáva riešeniu jeho jedinečný charakter.

Všetky tieto problémy vytvorili rámec k vypracovaniu konkrétneho architektonicko-dizajnerskeho návrhu. Ten musel okrem vyššie uvedených ideových nárokov spĺňať aj technické požiadavky súvisiace s umiestnením objektu na verejnom priestranstve. A samozrejme, musel sa zmestiť do rozpočtu. Z tvarového a vizuálneho hľadiska sme sa usilovali dosiahnuť svojbytnú štruktúru jednoznačne vyčlenenú z prostredia. Naším ideálom bola biela kocka. Kdekoľvek ju umiestnite, jej tvar a povrch ostáva svojbytný. Aj napriek svojej agresívnosti dokáže komunikovať s okolitým prostredím a vytvárať nové kontexty. Bielych kociek však bolo navrhnutých už dosť. Aj požiadavka multifunkčnosti sa v prípade kocky dá realizovať len pomocou nie úplne ideálnych rozkladaní jej strán do priestoru. Ideu jednoduchého tvaru sme akceptovali ako základ.

Druhou výzvou bolo vytvorenie multifunkčného charakteru. Rozkladacie systémy sú náročné na obsluhu aj konštrukciu. Iný prístup je skladanie častí do rôznych konštelácií. Tento postup sa nám zdal schodnejší. Vytvorili sme systém troch prvkov - dva rovnaké kónické tvary a jedno pojazdné pódium. Kónusy môžu byť orientované horizontálne, vtedy vytvárajú akési malé pódium, alebo vertikálne, v takom prípade sú prístupné cez dvere v bočnej stene a môžeme ich interpretovať ako výstavný priestor. Ich skladaním sa vytvárajú rôzne zoskupenia. Po rozobratí bočných stien vznikne veľké pódium. Iným zoskupením objektov vzniká galerijný priestor.

Druhým elementom je pojazdné pódium vytvorené na základe rozmerov kolajnic prechádzajúcich Hlavnou ulicou. Slúži na podporu malých kultúrnych aktivít, definuje sa ním centrum podujatia. Rovnako je ho možné použiť spolu s kónusmi. V jeho útrobach je možné skladovať technické vybavenie nutné pre zaistenie rôznych aktivít.

Samotné objekty sú zhotovené z preglejky potiahnutej fenolickým filmom a povrch je doplnený

detailmi z nehrdzavejúcej ocele. Juraj Novotný so svojím tímom odviezol perfektnú prácu nielen remeselne a logisticky, ale aj pri riešení konštrukčných a estetických detailov. Konečný produkt vyznieva profesionálne aj vďaka nemu.

Ďalším rozšírením objektov je multifunkčný inštalčný systém. Pre objekty je možné vytvoriť nový plášť, inštalovať na ne billboardy, pripieňovať projekčné plátna a rôzne iné technické vybavenie. Týmto spôsobom sa prispôbujú rôznym účelom, menia svoj výzor a tým aj kontext odohrávajúcich sa aktivít.

Prenosnosť Platformy a jej prispôbovanie sa rôznym aktivitám vytvára urbánny kontext miesta. Platforma tak nereaguje na okolité architektonické prostredie, ale na aktivity ľudí ktorí ju používajú. Pri jej sťahovaní sa zdôrazňuje jej význam kultúrneho a sociálneho bodu. Nové umiestnenie vytvára nové vzťahy v prostredí. A keď Platforma získa popularitu svojimi aktivitami, už jej samotné premiestnenie vytvorí u obyvateľov danej lokality očakávanie zaujímavého diania.

Platforma by sa mala zaužívať ako miesto alternatívnych aktivít v oblasti kultúry i života Košíc. O program sa stará združenie ICCT a mesto Košice. Projekt, ktorý uskutočnila naša organizácia KOD v spolupráci s British Council, však nie je ukončený. Momentálne pripravujeme publikáciu mapujúcu celý proces: od vytvorenia témy cez workshop, výskumnú prácu, projekt a realizáciu až po aktivity, ktoré sa odohrávajú na už existujúcej Platforme. Usilujeme sa rozvíjať myšlienky a koncepty nastolené počas celého procesu navrhovania. Z nášho pohľadu architektov a dizajnérov sa problém komunikácie na verejnom priestranstve otvoril novým témam, ktoré posúvajú hranice našej profesie ďalej, ako sme zvyknutí. ■



ADRESÁR SCD

text Martin Longa

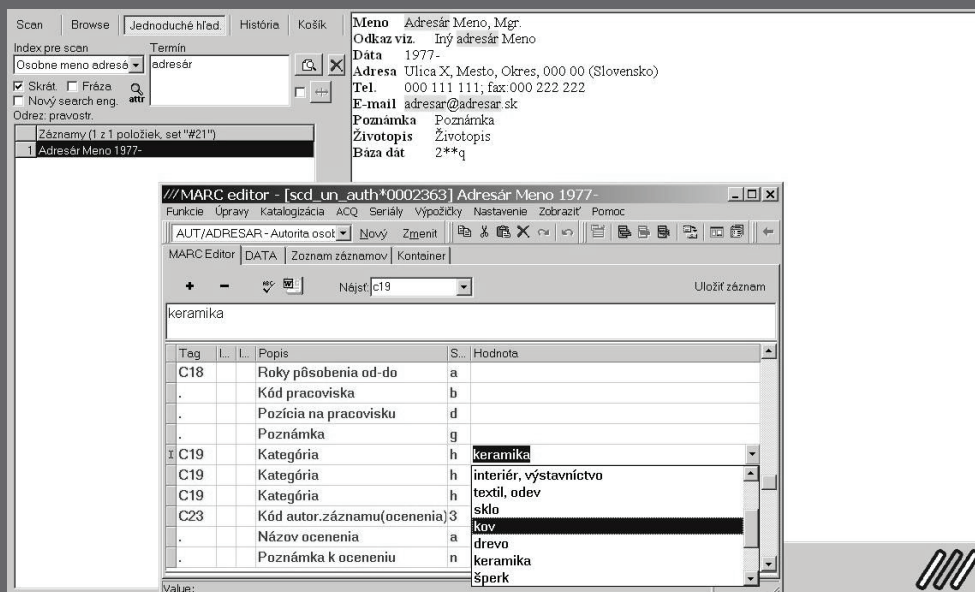
AK V POSLEDNOM OBDOBÍ
SLEDUJETE MONOCHROMATICKÚ
ČASŤ ČASOPISU DESIGNUM, ASI
STE NEPREHLIADLI MINISERIÁL,
V KTOROM VÁS POSTUPNE
OBOZNAMUJEME S MOŽNOSŤAMI
VYUŽITIA JEDNODUCHÉHO
A EFEKTÍVNEHO INFORMAČNÉHO
SYSTÉMU SLOVENSKEHO
CENTRA DIZAJNU S NÁZVOM IS
DIZAJN. AKO SME UVIEDLI UŽ
V PREDOSHÝCH VYDANIACH,
SCD OPERUJE OKREM VYSOKO
ETABLOVANEJ KNIŽNICE AJ
INÝMI INFORMAČNÝMI ZDROJMI,
KTORÉ PROGRAMOVO FORMUJE
DO PODOBY DÔMYSELNÉHO
INFORMAČNÉHO SYSTÉMU.
JEHO AMBÍCIU JE POSKYTNÚŤ
ZÁUJEMCOM MOŽNOSTI
EFEKTÍVNEHO PRÍSTUPU
K INFORMÁCIÁM Z OBLASTI
DIZAJNU NA SLOVENSKU.

III. ČASŤ

Jednou z aktivít v rámci budovania informačného systému je systematické vytváranie adresára osôb a inštitúcií v elektronickej podobe. Spôsob vytvárania a zobrazovania záznamov je v princípe rovnaký ako v prípade katalógu dokumentov v knižnici a databázy autorít.

Záznamy možno deliť na osoby a inštitúcie. Ku každému menu osoby, alebo názvu inštitúcie je možné priradiť rôzne údaje – od adresy a iných kontaktných údajov cez odkaz na internetovú stránku až po biografické údaje. Pre lepšiu prehľadnosť sa záznamy triedia podľa kategórií a skupín – jednotlivým kontaktom v adresári je možné priradiť určitú triedu, ktorá danú osobu, či inštitúciu bližšie charakterizuje. Dizajnérov možno členiť napríklad na základe toho, či sa venujú grafickému, produktovému, alebo transport dizajnu, prípadne podľa toho, aký materiál pri tvorbe využívajú (napr. sklo, drevo, textil...). Samostatnú kategóriu majú aj mediálne kontakty, školy, teoretici, kultúrne inštitúcie a pod.

Súčasťou adresára sú aj údaje o ľuďoch, ktorí sú zaradení do databázy dizajnérov a teoretikov dizajnu na Slovensku. Systém ARL umožňuje pripojiť k jednotlivým dizajnérom napríklad aj odkazy na ich webové prezentácie, prípadne na súbory, ktoré priložili spolu s vyplneným dotazníkom. Podobne ako v prípade iných aplikácií tohto softvéru (databáza autorít, katalóg dokumentov) aj tu sa využíva možnosť prepájania jednotlivých záznamov navzájom – ku konkrétnemu dizajnérovi tak možno priradiť odkazy na firmy, prípadne školy alebo aj dokumenty, ktoré sa nachádzajú vo fonde knižnice, či ocenenia.



Adresy dizajnérov sprístupňuje SCD na požiadanie aj tretím osobám (napr. kultúrne inštitúty v zahraničí, jednotlivci, veľvyslanectvá, ministerstvá, firmy, agentúry, organizácie a pod.) len v prípade, že máme písomný súhlas dizajnéra na poskytovanie adresy tretej osobe. Zverejňovaniu adries dizajnérov na webovej stránke SCD bráni paragraf 7 zákona, ktorý hovorí o písomnom súhlase dotknutej osoby na zhromažďovanie, spracovanie, sprístupnenie a zverejnenie jej osobných údajov.

Záujemcom z externého prostredia poskytuje SCD len adresy dizajnérov, ktoré sú verejne dostupné, t. z. prebrané z internetu, z ich osobných web stránok a zverejnené v iných médiách - napr. katalógy, tlačené adresáre a tie, kde má písomný súhlas. Jednotlivcom môže Slovenské centrum dizajnu sprostredkovať požadované údaje na základe osobného stretnutia. Nutnosť dodržiavať spomínaný zákon

má vplyv na celú administráciu a organizačné zvládnutie tejto agendy - písomný súhlas dotknutej osoby kontrastuje s cieľom adresára SCD - t. z. poskytnúť rýchle, relevantné a aktuálne informácie o kontakte telefonickou, emailovou, prípadne o súkromnej adrese dizajnéra.

Adresár je budovaný ako kontaktná databáza pre spolupracovníkov doma i v zahraničí a má slúžiť ako zdroj informácií pre výstavy, semináre, súťaže, konferencie a iné aktivity SCD. V súčasnosti tvorí túto databázu vyše 1 300 záznamov, z týchto sa robia pravidelné zálohy a informácie v systéme sa aktualizujú tak, aby mohli byť kedykoľvek v prípade potreby efektívne využité. ■



duševné vlastníctvo dobré treba chrániť!

tak ako prostredie, v ktorom
človek žije, formuje jeho osobnosť,
aj človek si prispôsobuje prostredie
svojim vlastnostiam, názorom
a životnému štýlu.

vy, ktorí sa zaujímate o dizajn
nábytku a interiérový dizajn,
ste od 5. septembra
do 26. novembra v úrade
priemyselného vlastníctva sr
v banskej bystrici mali možnosť
navštíviť výstavu prác študentov
katedry dizajnu nábytku
a drevárskych výrobkov
drevárskej fakulty technickej
univerzity vo zvolene.

text PhDr. Július Šípoš

zdroj časopis *Duševné vlastníctvo*
č. 3/2007, vydávaný ÚPV SR
alebo e-mailový časopis *E-zine*,
ÚPV SR č. 9/2007

foto Emil Žatkuliak

**Myšlienka pripraviť
takúto výstavu práve
v ÚPV SR sa zrodila v rámci
tohtoročného Svetového
dňa duševného vlastníctva
a súvisiacej siedmej
konferencie o duševnom
vlastníctve na Slovensku,
ktorá bola zameraná práve
na problematiku tvorby
a ochrany dizajnov.**

*Som veľmi rada, že náš úrad
našiel spoločnú reč aj s Technickou
univerzitou vo Zvolene a že
produkty, ktoré sú dielom šikovných
rúk študentov Katedry dizajnu
nábytku a drevárskych výrobkov,
si budú môcť záujemcovia pozrieť
práve v našom úrade, ktorý právne
chráni dobré a realizovateľné
nápad, tzn. i dizajny, – povedala
okrem iného na vernisáži
predsedníčka ÚPV SR
Ing. Darina Kyliánová.*

Za dizajn sa považujú
ornamentálne alebo estetické
prvky výrobku, ktoré ho robia
príťažlivejším a vizuálne
zaujímavejším, čím sa zvyšuje
i jeho komerčná hodnota. Vo
všeobecnosti platí, že všetko, čo
je jedinečné svojím tvarom, má
predpoklad byť registrovaným
dizajnom. Výhoda chráneného
dizajnu spočíva v tom, že
jeho majiteľ je v dôsledku
práv vyplývajúcich zo zápisu
do registra chránený proti
neoprávnenému kopírovaniu
a imitácii dizajnu, čiže z jeho
tvorivej činnosti nemôže nikto
profitovať. V reprezentačných
vstupných priestoroch ÚPV
SR v rámci výstavy Dizajn
nábytku, interiérový dizajn
bolo možné vidieť diela
kombinujúce funkčnosť, estetiku
a dekoratívnosť, produkty najmä



z dreva, ktoré v sebe spájajú umeleckú a tvorivú zložku s funkčnosťou a účelovosťou praktických predmetov. Spolu s vedúcim Katedry dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov PaedDr. Petrom Kožuškom, ArtD. sme sa na výstave pristavili napríklad pri čalúnenom solitéri:

Jeho autorom je Martin Bajo, ktorý absolvoval štúdium na našej katedre pred rokom a predtým chodil na priemyslovku, odbor dizajn. V tomto prípade ide o prototyp oddychového, relaxačného a imidžového kresla. Pôvodne boli obavy, že napríklad starší človek sa z neho nedokáže zodvihnúť, ale viacerí, ktorí si kreslo odskúšali, boli spokojní.

PaedDr. Kožuško zároveň upriamil našu pozornosť aj na sprievodný plagát, z ktorého bolo zrejmé, že autor sa pri tomto prototypu inšpiroval kokosovou škrupinou.

Výtvarné prvky väčšiny prác našich študentov sú svojím spôsobom návratom k prírode. Často inšpiruje dizajnérov. Napríklad zdravé sedenie, to nie sú len neškodlivé materiály, ale aj vhodne navrhnutý tvar, ktorý musí vychádzať z ergonomických požiadaviek ľudského tela. Každý z nás denne bojuje s bolesťami chrbta, krížov a stuhnutým svalstvom. Spočívnutie na sedačke či v kresle podoprením a fixovaním príslušných častí tela napomôže rýchlejšiemu uvoľneniu a rýchlejšej relaxácii.

Zaujala nás aj stolička pripomínajúca tvarom i ornamentálnymi prvkami včelu, resp. osu alebo tiež pracovný stôl pre



hendikepovaných. Ten je už chránený aj úžitkovým vzorom a tohto roku získal čestné uznanie na veľtrhu Nábytok a bývanie v Nitre.

Stôl je výnimočný tým, že jeho jednotlivé časti sú hydraulicky nastaviteľné, je možné ich prispôbiť do rôznej výšky, otáčať ich a pod., – vysvetľuje PaedDr. Kožuško. Pred tým, ako vznikol uvedený prototyp, stôl sme testovali aj v Národnom rehabilitačnom ústave v Kováčovej.

PaedDr. Kožuška sme sa opýtali, akú majú podľa neho vystavené exponáty šancu dostať sa aj do výroby. Treba si totiž uvedomiť, že aj dizajn nábytku sa rodí v období, keď spotrebiteľ na malom a konzervatívnom slovenskom trhu sa zatiaľ orientuje predovšetkým na cenu a estetika výrobku je až na druhom mieste. Naopak, vo vyspelých štátoch zákazníci pri nákupe zvyknú uprednostňovať dizajn, nasleduje cena, kvalita a úžitková hodnota nábytku.

S potešením môžem konštatovať, že spolupracujeme s domácimi

i zahraničnými firmami. A veľkým pozitívom je pre nás najmä to, že v slovenských firmách už pôsobia aj naši absolventi, ktorí veľmi dobre vedia, čo znamená dizajn výrobku. Napokon ani prototypy vystavené v ÚPV SR by nemohli vzniknúť bez pomoci výrobných firiem. Od našich absolventov máme spätnú väzbu, včas nás informujú, či sú naše projekty prechodné a či je možné ich aj realizovať.

Vystavené prototypy dizajnu nábytku a interiérového dizajnu zaujali aj riaditeľku odboru známk a dizajnov ÚPV SR Ing. Zdenú Hajnalovú, a ako inak, všimla si ich aj z pohľadu experta na prieskum.

Dá sa predpokladať, že ide o originálne produkty, a je zjavné, že je v nich pridaná hodnota docielená tvorivosťou. Ale, samozrejme, každý tento produkt, ak by išlo napríklad aj o prihlášky dizajnu, by musel prejsť prieskumom. Pri stoličkách je prieskum ešte zložitejší, pretože vo svete je v tejto triede zapísaných nesmierne veľa dizajnov, a preto je rešerš na novosť náročnejšia.

A v čom vidí Ing. Hajnalová hlavné problémy stagnovania



154 právn



prihlášok dizajnov od slovenských subjektov?

Dizajn je veľmi špecifický predmet priemyselného vlastníctva. Vzhľad akéhokoľvek výrobku podlieha módnym trendom a vývoj v oblasti vonkajšieho vzhľadu ide rýchlo dopredu, čiže nie vždy je päťročná a dlhšia ochrana až taká potrebná. Ale pri naozaj prevratnom dizajne právna ochrana zaručuje pôvodcovi konkurencieschopnosť na trhu. Dizajn je špecifický i tým, že má duálnu povahu. Vyplýva z toho, že vo všeobecnosti cieľom dizajnéra nie je vytvoriť len estetický produkt, ale hľadá tiež možnosti, aby konkrétny produkt bol čo najpraktickejší a dokonale funkčný. A práve ochrana dizajnom nezabezpečuje ochranu funkčnej, technickej stránky produktu. V dnešných digitálnych a pretechnizovaných časoch je niekedy veľmi ťažké odlišiť funkčnosť a vzhľad výrobku. Ďalej najmä menšie podniky sú opatrné v prihlasovaní dizajnov, akoby mali obavy, či ich výrobok spĺňa kritériá na priemyselnoprávnu ochranu, neporadia sa s odborníkmi. Škoda len, že vymožitelnosť práv

v tejto oblasti ešte stále nie je na takej úrovni, ako by sa žiadalo. Je potrebná užšia spolupráca medzi orgánmi činnými v trestnom konaní, tzn. políciou, súdmi, prokuratúrou, colníkmi atď., aby sa zamedzilo parazitovaniu na dobrých a kvalitných výrobkoch, k čomu dochádza najmä pri tovaroch, ktoré sa na náš trh dostávajú z Ázie. Avšak myšlienky sa kradnú, žiaľ, aj u nás na Slovensku, dokonca i medzi samotnými dizajnérm.

Na vernisáži prác študentov Katedry dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov Drevárskej fakulty Technickej univerzity vo Zvolene sa zúčastnil aj rektor univerzity prof. Ing. Ján Tuček, CSc.: Otvorenie výstavy v ÚPV SR hodnotím ako veľmi vydarené podujatie a verím, že s úradom budeme ďalej spolupracovať, aj čo sa týka napríklad prihlášok dizajnov na ochranu. V tomto smere má naša univerzita trochu resty. Ale vzhľadom na to, že naši študenti majú viacero dobrých a realizovateľných nápadov, zrejme už nadišiel čas, aby sme na univerzite, napríklad vnútornou

smernicou alebo nejakými inými konkrétnymi opatreniami, podporili ochranu duševného vlastníctva.

Áno, právna ochrana určitých produktov je veľmi dôležitá, – podotkol gestor štúdia dizajnu na Katedre dizajnu nábytku a drevárskych výrobkov Drevárskej fakulty Technickej univerzity vo Zvolene prof. Ing. Štefan Schneider, PhD.

Napokon už aj pri habilitačnom konaní na získanie docentúry musí dotyčná osoba predložiť doklad o tom, že má niečo priemyselnoprávne chránené v odbore dizajnu, čiže ak je pedagóg v nejakom riešiteľskom tíme, môže mu to len pomôcť k postupu v akademickej hodnosti. ■





Informačné multimediálne

DVD

Súčasťou vernisáže výstavy Dizajn nábytku, interiérový dizajn bol aj krst nového informačného multimediálneho DVD Duševné vlastníctvo – dobré treba chrániť!, ktoré vydal ÚPV SR.

DVD je určené pre širokú verejnosť s cieľom poskytnúť jej komplexné informácie o možnostiach priemyselnoprávnej ochrany a súvisiacich službách úradu. Je distribuované bezplatne všetkým záujemcom a napríklad v školách môže byť dobrou učebnou pomôckou.

DVD je jedinečné nielen svojím obsahom, ale aj zaujímavým grafickým stvárnením. Jeho obsah je tematicky rozdelený na jednotlivé sekcie, z ktorých je možné dozvedieť sa o všetkých prostriedkoch ochrany predmetov priemyselných práv, o ochrane priemyselného vlastníctva aj v zahraničí, o súvislostiach medzi podnikaním a priemyselnoprávnou ochranou, o slávnych slovenských vynálezcoch a určite poteší i hra a vedomostný kvíz na overenie poznatkov nadobudnutých z DVD. Jednotlivé časti sú doplnené o zaujímavé videoklipy nakrútené s patentovým zástupcom a úspešnými slovenskými vynálezcami, ktorí prezradia, ako sa im podarilo zo svojich nápadov realizovať na trhu úspešné produkty a aké prekážky museli pri tom prekonávať. ■



infobox

podujatia

Design Match 2008

Po úspešnom prvom ročníku výstavy Design Match 2006 CZE:SVK prichádza ďalšie pokračovanie priateľského medzinárodného zápasu medzi dizajnérmi rôznych krajín - Design Match 2008.

Nezameniteľný štýl projektu je ľahko rozpoznateľný a zapamätateľný. Ambíciou organizátorov je vytvoriť tradíciu výstav, ktoré zoznamujú širokú verejnosť s kvalitným súčasným dizajnom zrozumiteľnou a atraktívnou formou. Pre druhý ročník výstavy Design Match bola zvolená téma „odkaz spoločnej tradície výroby Rakúska - Uhorska“, a tak sa na výstave stretnú dizajnéri štyroch krajín bývalej monarchie: z Čiech, Slovenska, Maďarska a Rakúska. Výstava bude mať tradične premiéru vo Veľtržnom paláci Národnej Galérie v Prahe v marci 2008 a postupne sa premiestni do Bratislavy, Košíc, Budapešti a Viedne. Exponáty budú spoločne putovať takmer jeden rok a mali by ich vidieť tisíce návštevníkov.

Impulzy Výstava je rozdelená do hlavných častí Dizajn, Móda a Grafika. Pre Dizajn určujú témy tzv. „impulzy“, vždy konkrétne produkty doby Rakúska-Uhorska. Vystavené tak budú skupiny štyroch exponátov, každý z jednej krajiny, ktoré budú súčasným spracovaním reagovať na dobové „impulzy“. Zastúpená bude samozrejme aj grafika a typografia, do výberu výstavy sa hľadajú knihy a tlačoviny s originálnym grafickým vizuálom. Móda a grafika bude prezentovaná na obrazovkách a plátnach pomocou fotografií. Záver výstavy bude venovaný téme, ktorá bola a je v oblube na celom území bývalej monarchie, a tou je kúpeľníctvo. Kúpeľníctvo v sebe spája zdravotníctvo, cestovný

ruch, relax, odpočinok. Aj tu budú vedľa seba konfrontované produkty súčasné a produkty overené históriou.

Design Match – Zápas v dizajne

Na „impulz“ historického objektu reagujú štyri vízie vybraných zástupcov spomínaných krajín. Tí, respektíve ich diela, spolu metaforicky hrajú priateľský zápas. Výstava Design Match je o priateľskom zápase nápadov a inšpirácií, je arénou konfrontácii rôznych poňatí jednotlivých historických atribútov. Umenie však nie je šport. Design Match zostáva bez víťazov – je prehliadkou procesov tvorby študentov a profesionálov štyroch susediacich krajín.

organizátori výstavy: CZECHDESIGN.CZ, Ferdinand Chrenka (SVK), Národní galerie v Prahe (CZE), Moholy-Nagy University of Art and Design, Ponton Gallery (HUN)

viac info: 2008.designmatch.cz, www.sdc.sk

výstava

„Voda v dizajne“

v Satellite SCD

Výstava Voda v dizajne, ktorá sa uskutočnila v Satellite SCD v závere roka 2007, predstavila projekt vytvorenia nových návrhov PET fliaš pre firmu Absopure. Americká firma Plastipak, ktorá oslovila Ateliér industrial designu VŠVU v Bratislave, zadala tému s hlavnou ideou – 100 rokov firmy Absopure. Študenti mali za úlohu vytvoriť produkt, ktorý by niesol isté špecifické znaky popisujúce storočnú históriu firmy. Druhým aspektom pri tvorbe návrhu bolo „skúmanie“ vody, ako základnej podstaty prežitia. Výstava ukázala proces tvorby a vzniku nového vizuálu fliaš, od prvotných ideí cez pracovné modely až po finálne modely, ktoré boli vyrobené



v štúdiách Plastipaku.

Projekt odborne viedli vedúci Ateliéru industrial designu Mgr. art. Björn Kierulf s asistentom Mgr. art. Rastislavom Čeledom. Na záver projektu zástupcovia firmy vyhodnotili celú súťaž, pričom tri najúspešnejšie študentské návrhy vyvzorovali a študentom ponúkli možnosť ďalšej individuálnej spolupráce.

Projekt mal charakter súťaže, pričom navrhnuté modely konzultovali a hodnotili dizajnéri, obchodníci a manažéri v Plastipaku.

Tri najlepšie návrhy predviedli

Milan Novosedliak – 4. roč.,

Michal Pažitný – 3. roč.,

Ján Turzo – 2. roč.

organizátor výstavy:

Slovenské centrum dizajnu

spoluorganizátor: Ateliér Industrial design

VŠVU, Plastipak, s. r. o.

termín: 21.11. 2007 – 5. 1. 2008

miesto: Satelit, výstavnoinformačný bod SCD,
Dobrovičova 3, Bratislava

putovná výstava

Slovenská typografia

generácia 70. – 80. rokov

Slovenské centrum dizajnu pripravilo pre slovenské inštitúty v zahraničí putovnú výstavu Slovenská typografia, ktorá predstavuje tvorbu generácie grafických dizajnérov 70. a 80. rokov vo výbere profesora Ľubomíra Longauera. Prvým predstavením v zahraničí bol viedenský Slovenský inštitút, kde sa výstava otvorila 14. novembra 2007. Výstava predstavuje výber z tvorby 28 popredných slovenských umelcov z dvoch generácií, ktorých aktivita začala v zložitom období normalizácie v 70. a 80. rokoch. Popri dielach z tohto obdobia má však návštevník možnosť zoznámiť sa predovšetkým s ich súčasnou tvorbou. Tematicky je výstava prehliadkou možností vzťahu písma, znaku a obrazu v širokej škále jeho vyjadrovacích možností. Na výstave sú ukážky značiek, vizuálneho štýlu, plagátov, knižnej grafiky, no aj voľná tvorba, ktorá využíva prvky typografie.

Nasledujúcou zastávkou Slovenskej typografie bude Varšava, kde sa výstava otvorí

v polovici januára 2008. Kultúrna verejnosť v zahraničí dostáva touto prezentáciou príležitosť spoznať neznáme, ale aktuálne a výnimočné hodnoty slovenského výtvarného umenia.

vystavujúci autori: Dušan Junek, Tomáš Písecký, Pavel Blažo, Juraj Žilinčár, Jozef Habodász, Rudolf Sikora, Dezider Tóth, (Monogramista), Jozef Dóka, Peter Ďurík, Peter Roller, Ján Zavarský, Svetozár Mydlo, Dušan Kállay, Viktor Hulík, Peter Horváth, Pavel Choma, Daniel Fischer, Eva Kovačevićová-Fudala, Zuzana Chmelová, Stanislav Stankoci, Jozef Dobiš, Ivan Bílý, Pavol Rozložník, Milan Machajdík, Ján Novosedliak, Peter Pisár, Vladislav Rostoka, Ľubomír Longauer.

konferencia

Kupe 3

Už po tretí krát sa uskutočnila v Žiline konferencia grafických dizajnérov Kupé, na ktorej vybraní prednášajúci priblížili dianie a vlastné praktické a teoretické skúsenosti z oblasti profesionálneho grafického dizajnu

Čo je Kupe? Grafickí dizajnéri zo šiestich krajín stredoeurópskeho priestoru (CE) sa každoročne stretávajú na konferencii, kde leitmotívom je skupinová výmena pracovných skúseností, ústiaca do vytvárania spoločného odborového povedomia, s odkazom na tradície cechov, združení a spolkov. Tieto inštitúcie v minulosti zabezpečovali zdravé profesijné prostredie, na jednej strane korektné pracovné podmienky a adekvátne ohodnotenie. Na druhej strane garantovali dostatočnú kvalitu ich produkcie pre trh. V súčasných podmienkach síce podobné štruktúry existujú, ale väčšinou sa sústreďujú na propagáciu profesie samotnej a neriešia konkrétne problémy grafického dizajnéra v praxi.

O čom bolo Kupe3? Komerčný a sociálny dizajn sú dve zdanlivo odlišné polohy grafického dizajnu. V oboch polohách musia dizajnéri riešiť ekonomické a morálne aspekty svojej existencie. Fungujú vedľa seba, vzájomne sa dopĺňajú a prelínajú. V tejto synergii spoluvytvárajú súčasnú vizuálnu kultúru. Konferencia sa snažila nájsť odpovede na otázky: Čo je komerčný a čo



sociálny grafický dizajn a v čom sa od seba odlišujú? Vznikol sociálny (angažovaný) dizajn z dôvodu obmedzených možností sebarealizácie v komerčnom svete? Je možné, aby grafický dizajnér mohol paralelne pôsobiť v oblasti komerčného a sociálneho dizajnu? Dopláca komerčný dizajn na sociálny dizajn, resp. je sociálny dizajn dotovaný komerčným dizajnom? Prečo potrebuje spoločnosť sociálny dizajn? Je komerčný dizajn v našich podmienkach odsúdený len na „montáž“ globálnych kampaní podľa z vonku dodaných inštrukcií? Bol v každej CE krajine podobný vývoj komerčného dizajnu -- od chaosu, cez lokalizáciu globálneho dizajnu, k súčasnej potrebe identifikácie domácich firiem? A aký bol vývoj sociálneho dizajnu -- od vlastnej prezentácie, cez stagnáciu, až po cieleň zameranie sa na jednotlivé sociálno-kultúrne skupiny spoločnosti?

viac informácií: Marcel Benčík
organizátori: Občianske združenie 1977,
Stanica Žilina-Záriečie - kultúrny uzol + DEPO
dizajn Stanica Katedra vizuálnej
komunikácie VŠVU

Utrecht Manifest

2. medzinárodné bienále sociálneho dizajnu

V holandskom Utrechte sa v termíne od 24. 11. 2007 do 11. 2. 2008 po druhýkrát uskutoční medzinárodné bienále sociálneho dizajnu na tému Dedičstvo modernizmu. Podujatie je širokou platformou na reflexiu súčasnej architektúry a dizajnu zo sociálneho hľadiska. Inovácie, kvalita a udržateľnosť výrobkov sú konfrontované so spoločenskou realitou, a to formou výstav, pódiových diskusií, workshopov, prednášok a satelitných programov. Z akcií v Centraal Museum Utrecht treba spomenúť výstavu piktogramov *Nádherný jazyk* s podtitulom *Slová rozdeľujú - obrazy spájajú*, ktorá prezentuje teóriu medzinárodného vizuálneho jazyka rakúskeho sociológa Otta Neuratha (1882 - 1945) transformovanú nemeckým grafikom Gerdom Arntzom (1900 - 1988) do viac ako 4 000 informačných znakov a nastoľuje otázku, či je Neurathov a Arntzov systém ISOTYPE (International System of Typographic Picture

Education) aktuálny aj v 21. storočí. Výstava *Bezpečné miesto* zasa ukazuje potrebu jasného informačného dizajnu v oblastiach postihnutých katastrofami.

informácie: www.utrechtmanifest.nl

Signály výstava Borisa Kudličku

miesto: Galéria Petra Michala Bohúňa,
Liptovský Mikuláš

termín: 16. 11. 2007 - 2. 3. 2008

V roku 2007 zastupoval Boris Kudlička Slovensko na pražskom Quadrienále, kde za svoju inštaláciu *Signály* získal Zlatú medailu PQ '07 za najlepšie použitie divadelnej technológie. Pre výstavu autor navrhol netradičnú prezentáciu svojich prác v rámci uzatvoreného veľkého kubusu 10 x 15 x 4,5 m s navodením magickej atmosféry divadla. Na priestorovej realizácii spolupracoval Doc. Pavol Choma. Výstava v GPMB je, aj vzhľadom na priestorové možnosti veľkej siene, v nadväznosti na PQ'07 pravdepodobne jedinou veľkou prezentáciou autora na Slovensku.

Boris Kudlička (*5.12. 1972 *Ružomberok*) je absolventom scénografie na Vysokej škole múzických umení v Bratislave. Aktuálne žije v Poľsku a poľské médiá a odborné časopisy ho označujú ako „mladého boha“, „najväčší talent medzi mladými scénografmi“.

Je nositeľom ocenenia *Dosky 2003*, *Ceny Norwid* (Poľský divadelný inštitút) a *Ceny ministra kultúry PR*. Inscenáciu opery *Madame Butterfly* vo Washingtonskej Opere vyhlásil riaditeľ Plácido Domingo za najkrajšiu v histórii.

Kudličkove scény sú svojou formou moderné a niekedy bývajú vnímané a charakterizované ako kontroverzné. Autor v nich používa moderné materiály ako alumínium, plast, laser, pracuje so skratkou, s odvážnou farebnou schémou - výraznou a kontrastnou - a svetlom. Paradoxne autor práve takýmito technickými a zdanlivo neosobnými prvkami majstrovsky narába so zmyslami a emóciami diváka. V jeho imaginatívnych scénach nič nie je samoúčelné, všetko je použité v prospech definovania a charakterizovania prostredia, navodenia atmosféry. Vo svojom prístupe je Kudlička moderný, ale uznáva, ctí si a počíta aj s klasickými



princípami napríklad renesančných proporcií. Využívajúc reč symbolov dômyselne spája súčasnosť so starými technikami a postupmi. V prostredí Kudličkových moderných scén sa mení historický kontext diela a tento spôsob práce dáva možnosť posunu inak archaických, zabudnutých a na čas možno aj mŕtvych tém a mýtov v prospech ich znovuoživenia. Kudlička má za sebou množstvo realizácií s významnými režisérmi v divadlách na Slovensku (SND; Stoka; Astorka/Korzo; Bábkové divadlo v Žiline), v Poľsku (Teatr Wielki, Varšava; Teatr Powszechny, Varšava; Teatr Komedia, Varšava; Teatr Wielki, Poznań), v Čechách (ND, Praha, Francúzsku (Centre G. Pompidou), Taliansku (Gran Teatro La Fenice, Benátky), Rusku (Bolšoj teatr, Moskva; Petrohrad), USA (Washington, Los Angeles). Bol spoluautorom poľského pavilónu na EXPO 2000 v Hanoveri. Kudlička je autorom scénografie pre niekoľko filmov, napr: *Between Strangers* režiséra Eduarda Pontiho. Spolupracuje aj s režisérom Romanom Polanským, s operným spevákom a riaditeľom operných scén v USA Placidom Domingom a i..

Nový koncept kancelárskych prvkov **DuPont™ Corian®** v ére informačných technológií

Zahájenie akademického roku na Masarykovej univerzite v Brne bolo právom slávnostné.

Bola totiž dokončená Modrá etapa výstavby univerzitného kampusu. Trvala necelé dva roky a predstavuje investíciu 1,56 miliardy českých korún. Tato časť zahŕňa tiež knižnicu, v ktorej sa uplatnil materiál DuPont™ Corian®.

Centrálny bod knižnice

Známa brnenská firma A.M.O.S. DESIGN, zaoberajúca sa realizáciou špičkových interiérov, vytvorila vizuálne i technicky atraktívny pult centra informácií v knižnici Masarykovej univerzity. Je pomerne veľký, jeho rozmery sú 9,3 x 3,5 metra. „Ako materiál som zvolil Corian® vo farbe Ice White firmy DuPont,“ hovorí Ing. arch. Vladimír Ambroz. „Na jednej strane s ním mám dobrú skúsenosť z iných realizácií, ale hlavne preto, že sa dá slabo podsvietiť. Celý objekt sa vďaka tomuto presvetleniu stal najzreteľnejším centrálnym bodom interiéru knižnice. Pri realizácii bolo najťažšie docieľiť, aby sa pri miernom presvetlení materiálu Corian® minimalizovala viditeľnosť nosnej konštrukcie. Rovnomerné presvetlenie sme dosiahli použitím neónovej trubice.“

foto: DuPont

Imm Cologne 2008

Medzinárodná prehliadka nábytkárstva
privíta v roku 2008 viac ako 1300 vystavujúcich zo 60 krajín. Na Imm Cologne môžete získať prehľad aktuálnych trendov v zariaďovaní a dizajne do interiéru, vidieť prehliadky tvorby



súťaže

dizajnerských hviezd a zoznámiť sa s novými ideami mladých dizajnérov. Prebehne v Kolíne nad Rýnom medzi 14. a 20. januárom 2008.

Na úspech minulého roka nadviaže aj akcia Architecture Code Cologne – dizajnovaný priestor slúžiaci ako oáza zmyslových zážitkov predvádzajúca architektúru, dizajn a kulinársku kultúru. V tomto roku bude hostiteľskou krajinou Holandsko a pripraví špecifický koncept pre viaceré podujatia, ako napríklad Fórum architektov.

Medzi hlavné témy prehliadok na imm cologne 2008 patrí „Dizajn z Nemecka“, „Výlet do Talianska“, „Umenie kuchyne“, „Svet snov“ a samozrejme „Týždeň dizajnu“, v rámci ktorého sa po celom Kolíne uskutoční celý rad podujatí a prezentácií.

www.imm-cologne.de

Marksman Design Award 2007–2008

Firma Marksman, zaoberajúca sa produkciou luxusných darčkových predmetov v biznise, organizuje po piaty krát medzinárodnú študentskú súťaž Marksman Design Award na akademický rok 2007 – 2008. Témou ročníka sú písacie nástroje, pričom je dôležité rešpektovať stále platné centrálné postavenie klasického pera a papiera v každodennej obchodnej korešpondencii. Účastníci súťaže môžu poslať inovatívne návrhy pier, ceruziek a písacích súprav, prípadne písacích doplnkov použiteľných v praktickom chode kancelárie. Najlepšie návrhy budú ocenené celkovou sumou 16 000 USD a zaradené do produkcie firmy v budúcnosti.

uzávierka registrácie: 31. 1. 2008

informácie: www.marksmansdesignaward.com

ED – Awards 2008

European Design Award je pravidelná prestížna súťaž grafického dizajnu, ilustrácie a multimediálneho dizajnu v Európe. Zašitá je organizáciou ICOGRADA a porotu tvoria zástupcovia renomovaných magazínov zameraných na vizuálnu komunikáciu. Súťaž je rozdelená na 27 kategórií, okrem iného je tam korporátna identita, knižný dizajn, ilustrácie, obalový dizajn, typografia, webdizajn a animácia.

uzávierka: 15. 2. 2008

viac info: www.ed-awards.com

Chaumont 2008

**Medzinárodný festival plagátu
a grafického dizajnu**

Renomované podujatie grafického dizajnu

– Festival international de l’affiche et du

graphisme vo francúzskom Chaumont vyzýva

záujemcov o zasielanie prihlášok do ročníka 2008.



Súťaže sa môžu zúčastniť jednotlivci aj skupiny s projektmi realizovanými po 1. 1. 2005 s rôznou tematikou, propagujúce verejné i súkromné aktivity. Medzinárodná porota vyberie najlepšie práce, ktoré budú prezentované na v poradí už 19. medzinárodnej prehliadke plagátov a úžitkovej grafiky v dňoch 24. 5. – 6. 7. 2008. Vyhlásenie výsledkov sa uskutoční na vernisáži podujatia. Ocenenia: prvá cena 7 500 Eur, druhá cena 4 500 Eur, tretia cena 3 000 Eur. Porota môže udeliť aj špeciálnu cenu a rozhodne aj o pridelení tzv. Excellence Award Medzinárodnej rady organizácií grafického dizajnu ICOGRADA.

uzávierka: 18. 1. 2008

informácie a prihlášky:

www.ville-chaumont.fr/festival-affiches

red dot award:

product design 2008

Pečať red dot je medzinárodne uznávaným atribútom vynikajúcej kvality dizajnu. Organizátori jednej z najstarších medzinárodných súťaží produktového dizajnu red dot award vyzývajú na zasielanie prihlášok na rok 2008. Do súťaže sa môžu prihlásiť dizajnéri a firmy z celého sveta s produktmi zaradenými do 16 kategórií: Bývanie, Kuchyňa, Domácnosť, Kúpeľňa, Osvetlenie, Záhrada, Šport a voľný čas, Šperky a móda, Architektúra a interiérový dizajn, Kancelária, Priemysel a remeslo, Medicína, Automobily a transport, Zábavná elektronika, Komunikácia, Počítače. Registračný poplatok: 190 Eur (do 7. 12. 2007 170 Eur). Ocenenia budú odovzdané 23. 6. 2008 v Aalto Theatre v Essene, Nemecko. Výstava v tamojšom red dot design museum potrvá od 24. 6. do 27. 7. 2008.

uzávierka registrácie: 18. 1. 2008

informácie: www.red-dot.de

Mladý obal 2008

Pod záštitou ICOGRADA vypisujú Design centrum ČR a Model obaly, a.s. v spolupráci so Slovenským centrom dizajnu, Instytutom Wzornictwa Przemysłowego vo Varšave, Úniou výtvarných umelcov ČR a ďalšími inštitúciami v organizácii reklamnej agentúry Antipol Brno 13. ročník medzinárodnej súťaže Mladý obal. Jej predmetom je návrh obalu alebo predmetov dennej spotreby z papiera (lepenky) alebo voľná tvorba z týchto materiálov. Súťaže sa môžu zúčastniť mladí dizajnéri do 30 rokov a študenti vysokých a stredných škôl. Vyplnenú prihlášku a súťažné práce dokumentované modelom (preferovaná forma dokumentácie), výkresmi, verbálnou formou, resp. v elektronickej podobe na CD ROM treba zaslať (slovenskí účastníci) do Slovenského centra dizajnu. Materiál na výrobu súťažných prác je k dispozícii bezplatne v spoločnosti Model Obaly a. s..

uzávierka: 31. 3. 2008

vernissáž výstavy: jún 2008

informácie: www.sdc.sk alebo sdcsdc@sdcsdc.sk



výstavy

Bratislava

Ford

ako vzniká interiér

Saletit SCD

23. 1. – 19. 2. 2008

www.sdc.sk

Smalty jak je neznáte

Olina Francová – Alexandra Horová

Galéria Guba

do 14. 3. 2008

COOP Himmelb(l)au

Beyond the Blue

MAK

do 11. 5. 2008

www.mak.at

Šperky z chrómu

kultové autá

Technické múzeum

do 2. 3. 2008

www.technischesmuseum.at

Praha

Kytky v popelnici:

společnost a móda v 70. letech

v Československu

UPM

do 18. 2. 2008

www.upm.cz

Šperk a кроj

NM – Musaion

do 3. 2. 2008

www.nm.cz

Viedeň

Od grotesky ku groteske

aktualita ornamentu

MAK

do 2. 3. 2008

www.mak.at



veľtrhy

GASTROPACK

7. výstava obalových materiálov
a baliacej techniky
17. – 20. 1. 2008, Bratislava
www.incheba.sk

INDUSTRY EXPO

2. medzinárodný veľtrh priemyselných
technológií, materiálov a zariadení
20. – 22. 2. 2008, Bratislava
www.incheba.sk

TRENČÍN MESTO MÓDY

41. ročník medzinárodného veľtrhu módy
a odievania (jarná časť)
28. – 29. 2. 2008, Trenčín
www.tmm.sk

PRAGOINTERIER NEW DESIGN / PRAGOOFFICE / BYDLENÍ

medzinárodný veľtrh nábytku
a interiérového vybavenia bytu a kancelárie
31. 1. – 1. 2. 2008, Praha
www.incheba.cz

LEDERMODE / INTERMODA / WEDDING

medzinárodná výstava módy (jarná časť),
obuvi, koženého tovaru a svadobných
doplnkov
27. – 29. 2. 2008
www.incheba.sk

NÁBYTOK A BÝVANIE / SVETLO DOMOVA / BYTEX

medzinárodný veľtrh nábytku
a bytových doplnkov, interiérových
a exteriérových svetidiel,
bytových textílií a kobercov
11. – 16. 3. 2008
11. 3. pre odborníkov a novinárov
Agrokomplex Nitra
www.agrokomplex.sk

FÓRUM DIZAJNU

11. medzinárodná výstava
nábytkového dizajnu
11. – 16. 3. 2008
11. 3. pre odborníkov a novinárov
Agrokomplex Nitra
www.agrokomplex.sk

DOMOTECHNICA

medzinárodný odborný veľtrh
produktov pre domácnosť
18. – 21. 2. 2008, Kolín
www.domotechnica.de



summary

004

Massimo Pitis graphic designer

The company pitis, residing in Milan, led by the graphic designer Massimo Pitis (1964) is focused on consulting, with direct scope on branding and visual communication – the key professional areas of today. pitis is a graphic studio – a new activity of Massimo Pitis, founded in 2007. As soon as in 1995 though, together with Aldo Buscalferri (a graphic designer as well) he has founded the company Vitamina, which – aside from graphic design – also focuses on calligraphy, photography and illustration for various clients from the field of music and entertainment industry, including Disney Channel, EMI Music, Heineken, Mediaset, Onyx, Radio Dee-Jay, Wrangler... In 2001, Pitis became the creative director of the Landor Associates company in Milan. From the year 2000, Massimo Pitis also works as a pedagogue. He lectures at the Laboratory

of Visual Communication, polytechnic school in Milan and he also has a course entitled „Instruments and techniques of graphic design“, at the faculty of architecture, university La Sapienza in Rome. Pitis characterizes his own graphic studio as an open and flexible structure, cooperating with professionals from various fields. The studio cooperates with numerous designer companies as well as architects such as Migliore + Servetto, Matteo Thun, Mirko Zardini... For the latter, Pitis has created the design of the catalogue for the exhibition „Sorry Out of Gas“, held in Montreal by the Canadian Centre for Architecture. The book, published by Corraini, is curated by Giovanna Borasi and Mirko Zardini, and features some of the responses to the 1973 oil crisis offered by contemporary architects, engineers and thinkers. Pitis thinks that the essence of the charm of European design is the cultural diversity of Europe. Every country has

its specifics, which are being reflected through design in a peculiar way. Or at least they should be... We present Massimo Pitis on the pages of our magazine also because of his participation in the jury of the Slovak National Prize for Design for the year 2007.

Do you remember your first visual experience? What was it?

I don't quite remember my first one but I do recall the strongest. It was at an optician who was training me to get the best from my eyes. A It was that kind of ocular gymnastic that helped me understand later on that visual abilities could be thought.

How was your path to graphic design? What did you go through?

I started sketching letters for my schoolmates' notebooks and diaries when I was at the primary school. Then I've always loved type and graphic design but my father use to think it was something different from really working. So when I was up to choose the University I went to a Law School. It took me almost three years to understand I was loosing my time there and that I could get a job out of my passion for design. Although



I still have doubts this is really working.

What is your experience with the work in advertising agencies? Definitely not the nicest between my different professional experiences. Is it possible to find a compromise within the area of graphic design between the hectic reality of the market, the demands of the client and the creativity of the graphic designer? Based on the entries in the professional graphic design category at the NPD 2007, you have stated that you can feel a lot of stress related with the „real environment“. But the fact is that the „real environment“ is stressful in this branch practically everywhere. How can graphic design then avoid the dread of being influenced by this? Charles Schulz put in Charlie Brown's mouth this words: I have a new philosophy. I'm only going to dread one day at a time. A part from jokes I don't think I'm a person who could panic or stress for professional reasons. I didn't say the environment is particularly stressful in itself. To the contrary I think that the challenge to make a brand or a design living in different environments is an exciting one. I was very much pleased by the project of Ondrej Gavalda called „A“ who is challenging our visual environment with a deep understanding of the weaknesses of a system managed by Corporate Brands. **You have based the Vitamina company in Milan together with Aldo Buscalferri. Could you tell the readers more**

about its history, beginnings, activities? Is it still working?

I have grown a profound experience in start-ups. I did it at Vitamina with Aldo (later a magazine art-director, from Rolling Stone to GQ) and it has been a wonderful professional and human experience. Vitamina was a bet in a moment everyone was in fear of starting something since the economy in 1994 was still quite weak in Italy. We decided to position ourselves as an agency for the Music Business. We re-designed our portfolio in one week and started by winning a pitch for a job for MTV Italy. Then we did lot of record sleeves... until 1999 when the records market started to reduce investments quite heavily.

What was your first order (commission)?

My first commission (the first serious one) was from Mirko Pajè at Mediaset. He asked me to join him and designing the visual communication of the Venice Carnival in 1992. It was amazing. Also for the environment. What was the biggest benefit of your work as the creative director of Landor Associates? Working for the biggest Brands in Italy. From Corporate to Retail. I did Banks, Pasta, Watches, Medical Technology, Fashion and Accessories among other goods.

What were your activities like when you were the president of BEDA (Buro European Design Associations)?

Quite hard because serving as the President of the Bureau of the European Design Associations is taking a big

part of time off the professional side. But it has been an amazing opportunity for growth and understanding the complexity and the dimension of design in Europe. This has also had an impact on my professional life. Today, I could say I see projects, clients and markets on a wider perspective than five years ago. **You say that the pitis studio is an open and flexible structure, cooperating with professionals from various areas. How does this cooperation work practically?**

At Pitis we build the working group by any design project, starting from a small basis including myself and an assistant to a maximum of 4-5 people. The group is then formed depending from the specific needs of the job and the client. This free approach has proved to be quite effective from both the studio and the client.

In your company, you work as a team in a larger collective. You give lectures and counseling in the area of projects connected with graphic design, visual communication and branding. Do you have time for self-realization as a graphic designer – in terms of work on your own projects?

I do. Not without efforts, and with a great help from my family. But in any case all the things you've mentioned: teaching, designing, consulting, ARE my own project and a mean of self-realization.

How would you characterize your personal graphic style?

I'm trying and do design which make sense. Consistently linked



to the goals of the firms I'm working for. If you talk about aesthetic definitions I guess I'm not the right person to ask that about. Normally design critics are better positioned to define the visual style of a designer. What do you think? What kind of work in the area of graphic design entertains and fulfills you most? I do Corporate Identity, Editorial and Exhibition Design, with a consistent connection to the strategic goals of the Company, the Author or the Publisher. I'm also asked, very often nowadays, to act as an advisor for different projects within the design field, always related to Visual and Brand issues.

Do you have any idols or authorities that you acknowledge, who inspire and motivate you? Who are they?

I can mention some among my long list: Paul Rand, Pino Tovaglia, Bruno Munari, Ladislav Sutnar, Alan Fletcher, Stephen Saigmeister, Kenya Hara. I don't start explaining the reasons why is it so because I will occupy too many pages of your magazine (but I'm ready to do it next time if you like).

Do you consider the globalization tendencies in the area of design - when the productions of different countries are similar, their scenes strongly interconnected and the development follows the same trends - as a positive or a negative fact for the forming of design in these countries?

I don't think there's anything wrong in principle with getting global. But... This is a men's

world, and men do fail. So the so-called free-markets are not so free. And people are free to move only apparently. Design is fed by ideas and ideas have never been closed in one country. I guess Munari or Tovaglia, have probably been influenced by French poets, German and Hungarian Architects (like Moholy-Nagy) as well as from Dutch typographers, Italian painters, Japanese calligraphers. Europe, and the world were open through Arts and Applied arts a long time before policy makers started the debate on globalization. When I see how Estonia or Korea are growing in terms of design I can see what ideas can create when they join a clear strategic policy (and consistent investments). The problem is now that countries like Italy have very weak policies, and a loss of strategic approach on how using design to develop their national Economy in a Global perspective.

Which European country's view on graphic design is the closest to your own and by what means?

I can mention the incredible job made by the Design Council and lately by the DBA in Britain, and the continuously blossoming design culture of The Netherlands. There's, in these Countries, a net linking together the work of Schools, Design Associations and Design Agencies, Public and Private Enterprises which is the best "humus" for young designers. **What do you think should be done so that designers - for example freelancers - get in touch with the producers,**

draw attention to their potential and offer their skills?

Unfortunately the answer is not easy or simple. As I mentioned before, it's a matter of create the pre-conditions to change. There's no easy way to get Clients and designers together if not throughout single entrepreneurial abilities. It's about creating connections between the different players in the design world. Build a different environment where flowers could blossom.

How would you define the objective of design yourself?

I must go back to basics. To the message of the Bauhaus School. Design should help create better conditions for people to live, learn, work, have fun. Healthier houses, cheaper and safer hardware, better communications. Design is still there for those reasons. What we can notice today is that design is also a key tool for winning the competition on the markets, to create differentiation, improve relevance, make qualities visible. Smart companies know this very well.

What do you think about the overlapping of graphic design and free art? Can these two things be separated from each other?

You talk about free-art. I don't think graphic design is not free. The difference is on the goals. Let's go back again to 1919, with Gropius and his Bauhaus Manifesto, he says that there's no difference between "dem Künstler und der Handwerker". There was no such title as "designer" at that time. They said Art is not a profession.



We could say that a designer is a the Artist who grew as a Professional. The goal of the designer is to fulfill the client needs in the light of Society growth, not just for the good of the Economy. In this terms he is not a marketer or an advertiser. **Do you feel any significant shift in the last years within the world of design?**

There's been many. Let's just consider the technological changes happened in the last few years. From the hi-speed connections to the new System X of Apple, from New typeface design to Open Type. The phenomenon of the Blogs and the development of Graphic Design Criticism and writing. The Then Erasmus, the exchange program which enables students to study one year abroad. I can see today the result of this massive movement of students in our design agencies today. More open minds and more room for criticism and understanding.

016

design from the other perspective

*text Soňa Lutherová
Interview with the design historian and social anthropologist Alison Clarke, which took place at the Cumulus conference.*

From history of design to social anthropology

What has motivated you to study history of design? When I was at school I had two university choices. The first was to do peace studies, it was a political degree which was basically looking at the operators of peace. And I was interested in that. And design history seemed strangely enough also political but slightly less overtly political. Because at that time design history was informed by lots of Marxist or social history, that was about taking other people in consideration; other than great artists - women and working class people... So I ended up opting for design history, because it seemed to somehow incorporate politics but also be about everyday objects. I was interested in built environment, I was interested in why the things look the way they do, which I think is still a really important design history question - how we understand the aesthetics. And at that time the design history was really the only area of study that explored that beyond traditional art history. **Then you moved to studying social anthropology and you worked with well known social anthropologist professor Daniel Miller.**

How did he influence you? I remember when I picked up his book Material culture and Mass consumption for the first time. I was researching about the introduction of contemporary technology in the 60s. I was doing a very straight historical piece of research and I was going through loads of theory to try to contextualise it. Then I came across Material

culture and Mass consumption and I thought: „Yeah, this is really interesting“. And it is actually helpful in really dealing with the question that design history raises all the time: „Why did people consume these things at this particular historical point? **Have you been using anthropological research methods, for example oral history, at the time of your studies?** Absolutely. The thing about design history at that time was that it was very pro-oral history. It was easy to find documentation about Bauhaus just as in the future and same would be about any of these design movements that are very good at self documenting - but how representative is that of lived object and culture? So I have done lots and lots of oral history and some participant observation in contemporary Tupperware culture - I've also carried out ethnography of corporate culture as a means of understanding design history.

Understanding history of design through a product

Could you introduce your work on Tupperware? It was about making an intervention into the debate about technology, a debate about how we understand the aesthetic and how everyday objects and technology acquire meaning beyond the Modernist discourse. So Tupperware was this object that appeared in design museums around the world - Museum of Modern Art, New York and the Design Museum



in London - actually nearly every 20th century design collection contains Tupperware. And the explanation was always a Modernist one. It is because it is a clear functional Modernist object with beautiful streamlined design and that its design matches its motive of production. It seemed to me incredible that we were still using this explanation in the late 1980s within much of design historical literature. If you imagine that when I began my research, literature about mass consumption and material culture just emerging there was a definite move towards looking at "things" from a consumption perspective. So I just thought: "How can we explain why this object is so significant and is available in 42 countries worldwide..." And it has this iconic status. So that was the impetus behind the study. It was saying that this is a good example of an object that misrepresents design history and the mechanisms of popular material culture. **There is a clear gender sensitive approach in your studies. Do you define yourself as a feminist?** Absolutely yes. I could never fail to define myself as a feminist. I remember the first time I taught undergraduates early on in my teaching career and several of them said: "We are not feminists." It was a really shocking revelation that there was a generation of women at university who thought feminism was entirely irrelevant to them. But I think my work has been criticized

a lot - doing a Tupperware book has initially provoked some extreme reaction from feminist historians because it was not considered as "proper" feminist research. To talk about women as consumers at that time was to somehow belittle women's history. You should look at women politicians or writers - for me it is basically recreating a kind of bourgeois history there. Because who are these women who got to be politicians or cultural figures? They are certainly not everyday women. I tried to acknowledge in the Tupperware study.

Everydayness

Is there any relationship between your view of design and art? Quite often in the history of my teaching career I have taught sculptors, fine artists and designers in an interdisciplinary context. And what I have tended to find is, that sculptors in particular respond to my work. Now this may be a British thing but there is a different kind of public art practice that is very interested in the everyday; the lived rituals and material culture of everyday life. Like issues about the domestic - there are many British artists, who work on the notion of the domestic, home and material culture. There is for example someone I lectured together with called Michael Landy - at the Royal College of Art. He did a great project about disposing of all of his things - which was essentially a material culture project asking the public to question the role of things in

the construction of their social and material worlds. In a way, my work sometimes does more comfortably respond to certainly British fine art culture. Because there is not this problem with everyday stuff, which I would say probably appeals less to some of the people in the Cumulus audience I lectured to today who really still believe that "good" design is about a new coffee machine. **On one hand you teach about design at a university, on the other hand you participated on the BBC program Home. Do you think it is important to educate public about design?** No, I am afraid not. Most of the major figures of design history have been involved in public reform program from William Morris onwards. Making the masses have better furniture, better lives... better taste is part of the modernising tradition. I think my position in the field - and my move from history to anthropology - marks a generational move to a fairly populist position. Most of contemporaries at the Royal College of Art, where I did my Masters, were interested in the everyday rather than high taste and culture objects. I am not really bothered, in a very liberal Arts & Crafts way - if people have nice homes with nice furniture. In the BBC TV Home program I explored the anthropology of design; how we live of lives, relationships and histories through things. If anything it was anti-taste. It was more about calling a halt to the obsession we have with de-cluttering culture. I don't know



whether in Slovakia there is an obsession with deacquisition, but in Western Europe and North America, the biggest growing industry in design is storage and the problem of storage solving. People have so much stuff - what do they do with it? They prioritize it. The more that the so called "good design" has been democratized in Western Europe and North America and things are cheaper - you do not have to save for five years to buy a sofa and home furnishing now has similar cycles of change to that of fashion industry. So you get all these popular magazines and programs and books that tell you how to "rid" yourself of things as part of a modernizing process. That you should not keep your grandmothers blouse or china - get rid off of it! Sell it! Free yourself, liberate yourself from things... Whereas the Home thing I did was actually saying: "These objects quite simply are not just about aesthetics. They are about the history of your family and your ancestors. They are about your future, your past...they are meaningful in a way that far exceeds fashion or style. That sounds very conservative, but I think it is a very interesting cultural point for design and material culture when de-cluttering has become a kind of semi-religion. It is arguable that it is an entirely rational response to the fact that houses are smaller, homes are so much more expansive and people are much more transient. They have nowhere to store their stuff. I think that it is one factor

but it is much more a cultural disposition worth of further consideration.

Design as a critical intervention

What do you think about the phenomenon of designers nowadays moving into the role of free artists?

I was trying to talk about this in my Cumulus lecture. I think it is really interesting that two design courses at the Royal College of Art in London have design tutors on them, who make stuff that some design people "condemn" as art. That is not design for them, that's art because it is dealing with hypothetical rather than the functional or desirable. People like Noam Toran who makes objects which make interventions in family life or sexual dysfunction - they are very provocative and ask broader questions about the role of design in a world saturated with things. We all know that art practice moved into fashion, design and architecture a long time ago...I don't see any problem with design being freed up to be critically thinking in a way that artists are allowed to be, and to think of design as a critical practice of intervention. **So is it that design nowadays moves away from consumers or that free art is coming closer to them?** I think that possibly both. I did this symposium called Interior insights: Design, Ethnography and the Home a couple of years ago at the Royal College and brought together Intel - one of the greatest technological

corporations and people like Fiona Raby, Tony Dunne, Noam Toran... It was a really fruitful discussion. There are at least two projects that Intel has now done with Tony Dune and Fiona Raby. One of them has been the Evidence Dolls. These dolls collect DNA, so that women can choose their partners in a long-term, non-pressured way by surreptitiously storing their DNA, which is a great comment on design and biotechnology. Companies like Intel use anthropologists and critical designers to look at preexisting things and hypothesize about future relations. And so I think that these two worlds - this art conceptual world and the consumer world have much more in common than designing the new teacup. **In your Cumulus lecture you have mentioned the need to confront the stereotypical way of looking at design history. In a way, anthropology is also about confronting myths. How does this imply to your work?** What I am working on at the moment is trying to understand design from a different perspective. People like Daniel Miller as well as other people writing on consumption from social sciences are very good at talking about the objects and social relations. But they still do not have to deal with the way things "look". The project I am working on at the moment is a kind of myth of design consumption. Basically I just want to know what is going on when people do invest in design. And that can be from low end design to high end



design - from Tesco upwards. One of the problems that I have when teaching in an old European university of applied arts is, that there is still this expectation that you specialize in a discipline - that you are a product design historian or a graphic design historian offering the survey of good design in that area. Of course, those different subjects have their own valid historiographies and they should have their own specialists, but when it comes to theorizing, how can you separate these practices? You need a theoretically informed approach. I could not understand people's homes without understanding issues of temporality or the mechanisms of the present fashion industry. Understanding furniture history from Modernism to Post-Modernism is not sufficient to understand the material world as we presently live it. ■

o86

An interview with the winner of the National prize for design in the product design category

profi-format, wood-processing saw

*design: Peter Juščák,
Jozef Kurila
producer: Kusing, Huncovce*

What is special about your winning product, in your opinion? It's special in its innovations, which are quite attractive. Foremost, PROFI-FORMAT brings a new view on the working process of material

splitting. In comparison to the classic design of the wood-processing saw, the new concept has several advantages: the material doesn't move towards the saw, but the saw moves towards the material, which eliminates its moving when sawing. Furthermore, during the sawing process, the worker doesn't have to manipulate with the material close to the saw, which heightens the level of safety as well as comfort during work and the machine requires less space in the workroom. Simultaneously, it creates a higher variability of work. **What is the story behind the creation of your product?** Its origins are not strictly defined in terms of time. My cooperation with the Kusing company began when I was working on my thesis. The good cooperation with Ing. Jozef Kurila has led to the innovation of design of various machines and PROFI-FORMAT was the most courageous project of them all, which was created in several phases, until it got its final shape. Jozef has had a great credit on its development and production.

Which attribute or criteria do you consider as the most important / dominant with regard to your product? I would say a better working standard, which is enabled by this machine. **What is the future of your product? Do you plan to continue in its development?**

PROFI-FORMAT was introduced this year on contracting exhibitions in Poznań, Prague and more recently in Nitra,

where it caught the attention of many visitors. We assume, that the saw will also be available for foreign customers, mainly with the help of our Polish partner. The first piece produced will stay here in Slovakia and it will build its reputation. Personal preferences of the user are the best way to gain more customers and I believe that they will be good. **What does award at the National prize for design mean to you? Are there any obligations connected to it?** In the first place, it's a good feeling. Our effort in the areas of machines as well as wooden construction kits (which were awarded), had reached a turning point. I would change the term obligation to responsibility, which I have always felt during my work and I think regarding this topic, nothing has changed after we received the award. **How do you judge the quality and level of the NPD? If it was in your competencies, would you change anything?** As an "outside participant", I had a good impression. And as a non-devoted juror, I was asking myself a question - what criteria were used by the judging of the entries? The evaluation of such varied products is very complicated for sure. Maybe these universal criteria, together with the total points, could be published in the NCD catalogue. The emergence of the student category in 2005 was a very positive thing too. Probably no competencies would be enough to change what I would like to change, so I will only say it as a wish. I wish the future jurors



a lot of high-quality entries, which would make their faces wrinkle, because they would have a hard time deciding which product is the best. And I also wish them that they could evaluate every year with the words: „This year was better than the last one“. **How do you see your further direction in the area of design?** I was always more attracted to engineering, because I could experience it better than the rest. So I will definitely not take the path of a fashion designer for example. **How do you view the current graphic / industrial / textile design scene in Slovakia?** From the area of graphic design, I mostly perceive the web-design, which I also partially do in my work. I think that a strong and wide community is developing here, which will offer the customer good processing of their presentation, which has also been proven by the website of the Slovak National Theater. I perceive this area – with the constantly growing trend of digitalization – as the most dominant for the future. I believe that the 3D internet will bring a new boom. In the area of industrial design, I wish for more investors in the segment of products, which will not only be produced but also developed in Slovakia. In the opposite case, the potential that is being created at our universities will be wasted. ■

088

An interview with the winner of National Prize for Design in the graphic design category

www.snd.sk

Daniel Blonski,

Martin V. Lipták

producer: Slovak National Theatre

What is special about your winning product, in your opinion? **Martin V. Lipták:** It's special because of the approach to the theme. We have created a design for a theatre and successfully avoided the use of the typical "theatrical" clichés. When creating the design, we did not have in mind the posters, the drop curtain or the seats in the theatre... instead, we were thinking of the website visitor who seeks information about the programme of the theatre, photographs from the plays, cast etc. By using a simple composition, we have divided the website in two parts – a visual and a contentual part – and we gave both of them enough space. In the contentual and navigational part we were following standard solutions, so that we could make the whole process of getting information easier and faster for the visitors of the website. **What is the story behind the creation of the website?** **Martin V. Lipták:** When I look back, I recall two images: the first one is how my knees were shaking when I fully understood the responsibility of creating the website of the Slovak National Theatre (SND), and the second one, a slowly

growing feeling of joy when we created the basic principles of the design and applied them on several key website types. The cooperation with SND was great, they gave us total freedom considering the creation of the design and they had complete trust in us.

Daniel Blonski: The launching of the website was scheduled to accompany the opening of the new building of the SND.

These were very hectic times for us, as well as for SND. The goal was reached also because of mutual trust, which has accelerated some of the phases of the project. **Which attribute or criteria do you consider as the most important / dominant with regard to your product?** **Martin V. Lipták:** Lucidity, functionality, timelessness. We didn't apply any fashionable or trendy elements. We focused on information itself. For some people, the SND website may seem boring and simple. But today, the durability of trendy websites is very short, they start to be boring really fast. **Daniel**

Blonski: We didn't want to draw attention to ourselves, but to the theatre. The important thing is the information about the theatre, not our design. Of course, with an emphasis on visual attractiveness. **What is the future of your product?**

Do you plan to continue in its development? **Martin**

V. Lipták: Time will tell all the small functional errors, informative mistakes or deficiencies. New demands will emerge from side of the visitors and the theatre, as well



as our ideas and improvements. In a short time we will have to create an archive, a video-section... I don't recall any of our bigger projects that would last longer than a year without changes. **Daniel Blonski:** Later, new functions can be added, there might be some design changes or modifications in sections, which are being used by the editors in a wrong way. It's a common type of work, when you create websites with a larger scale and a lot of actualizations. **What does award at the National prize for design mean to you? Are there any obligations connected to it?**

Martin V. Lipták: Surprise, joy, responsibility. The award in the NPĐ is an obligation in the sense that we can not relent. We have to prove, that this was no coincidence, but a result of long-lasting and successive development, self-education and work. **How do you judge the quality and level of the NPĐ?**

If it was in your competencies, would you change anything?

Martin V. Lipták: I don't dare to judge this. I think that my information and knowledge in this area do not allow me to do any objective judgments. **Daniel**

Blonski: This year, there were the most design entries ever in the competition. The quality grows every year. If this trend persists, we have a lot of good things ahead of us. **How do you see your further direction in the area of design?** **Martin V. Lipták:** We want to continue doing what we did the last few years and what we are interested in, what

makes us happy and from what we make our living. **Daniel Blonski:** We like to create good design and we want to continue doing this. **Martin V. Lipták:** Personally, I am interested in connecting logical thought and design. I try to believe that I "tidy-up" information into a logical and well-arranged whole. Regarding the contemporary trend of increasing the amount of information, the need for "tidying-up" will grow. There will also be a need for reevaluating the contemporary approaches and replacing them by new ones, with regard to new technologies and needs of communication. A great errand for design will also be to filter the useful information from the "ballast". I would like to spend more time on the design of applications: creating the graphic user interface (GUI) for computer applications. **How do you view the current graphic design scene in Slovakia?** **Daniel Blonski:** We have a lot of good graphic designers in our country – some of them have also managed to achieve success abroad as well. ■

084

An interview with the winner of Prize of the Slovak minister of education in the graphic design category

„a“

*design: Ondrej Gavalda
school: department of visual communication, AFAD Bratislava
pedagogue: S. Stankoci, P. Bálík*

What is special about your winning product, in your opinion?

Personally, I don't consider it special, but its processing is kind of innovative. I used my personal logo „a“ as a representative for all logos, commercials and media campaigns. I am documenting a story, where an originally inconspicuous logo slowly becomes a total monopoly, covering absolutely everything and leaving no free space. We are living in a world created by advertisement. The more advertisement there is the more aggressively has a brand have to push ahead. **2. What is the story behind the creation of your product?** I was creating the material used in the project for several years. I am working with the development and spreading of the "a" logo since my graduation. But I couldn't say that I have had the concept of the final project in my head for the whole time. These materials were created with a different, but similar intention. At the beginning of my work, I had enough material which I knew very well, but the concept had to be finished. I know that this course work might seem absurd. The concept got its final shape only after I finished reading the book No Logo, written by Naomi Klein. **3. Which attribute or criteria do you consider as the most important / dominant with regard to your product?**

Even if it's a newspaper, you need to know that every print is original. I have chosen the serigraphic technique, which enabled me to use the maximum of its possibilities.



The newspaper is printed in eight colours on four different types of paper. They contain various colourful irises, colour combinations, even after-print sketches made with signal markers. One of the papers that I have used is billboard paper – or more precisely – printed and unused billboards that were re-cut. **What is the future of your product?** The aim of the newspaper is to give information to people. To fulfill the aim of my newspaper, it needs to be spread into the world. **How do you judge the quality and level of the NPD? If it was in your competencies, would you change anything?** I would change the way graphic design is installed and presented. I liked the idea of doing the exhibition in the Apollo Business Centre and my expectations were very high. But reality was completely different. The National prize for design sticker in the installation looks rather funny, or maybe even sad – it shows the level of design presentation in Slovakia. To put it directly: more money from the budget should be spent on the installation and less on the catering at the awarding ceremony. I also didn't like the organization of the awarding ceremony, which was open only for invited guests. Students and a larger professional public didn't have access to this event at all. ■

090

An interview with the winner of the Prize of the Slovak minister of education 2007 in the product design category

traveling apparel

*design: Pavla Tobková
school: department of textile design, AFAD Bratislava
pedagogue: Júlia Sabová*

What is special about your winning product, in your opinion? My collection of traveling apparel is the result of my effort to interconnect sports apparel which is based on functionality and variability, with a fashion artifact which is focused on the communication of the body with the garment in a visual way. **What is the story behind the creation of your products?** The individual garments were being created directly on the figurine, with the help of a primary sketch based on my feelings and ideas. Although this path has proven to be more complicated, it has enabled me to work spontaneously and originally with the space in a garment, as well as with its cut. **Which attribute or criteria do you consider as the most important / dominant with regard to your product?** From the functional perspective, I have always put the wearer into the foreground, who should have the possibility to easily manipulate with his/her garment. The

wearer simply creates a space directly in the garment, simultaneously changing its shape in an interesting way. This was the main objective and a very intriguing starting point as well. **What is the future of your product? Do you plan to continue in its development?** I am aware of the fact that the garments could be produced in mass production, but I did not do any activity in this area yet. Their next development is open, but because I am still a student, I want to dedicate my time to the search for new approaches in textile design. **What does award at the National prize for design mean to you? Are there any obligations connected to it?** The award pleased me very much and I appreciate the decision of the jury to award my collection of clothes. It has also a deep meaning for me in another way – my effort wasn't for nothing and it addressed professionals, which gives me a great feeling. **How do you judge the quality and level of the NPD? If it was in your competencies, would you change anything?** The National prize for design is a prestigious award and has a great cultural as well as social impact for Slovakia. I wish that the position of the NPD becomes stronger on the state level. **How do you see your further direction in the area of design?** Innovatively – regarding the cut, print, or the solution of the whole silhouette. I'd like to create an alternative to the mass production overflow of ready-made clothing, which



“stamps” the wearer with a strictly defined style of the brand. People are individuals and the individual has changing moods. I perceive the garment as a very rich both connotatively and expressively, and the uncovering of its many different forms is like swimming in a beautiful and always new landscape. **How do you view the current graphic / industrial / textile design scene in Slovakia?** Slovakia has a great richness in its folk art, I have found a great sense of stylized shape, ornament, colour and a “human aspect” in it. I think that it has a great potential, which is still waiting for its use and integration into Slovak design. ■

024

design of my world

text *Silvia Lutherová*

The first time that I have seen the exhibition of British design entitled *My World* – new subjectivity in design was a year ago, when it was presented at the biennial of design BIO in Ljubljana. It has impressed me so much, that I’ve decided to try to bring it to Slovakia. To my own surprise, this idea became real and a unique cooperation has unfolded between the British Council and the Slovak Design Centre. The preparations ran through very quickly and on the 30th of October this year, we have opened the exhibition in the space of Design factory.

The key theme of the *My World* project, which was put together by the Section of design and architecture of the British Council in 2005, is the search and initiation of individual creative alternatives to the monotonous form of mass production in design. The theme of the negative impact of unified mass production and technological development on the esthetic and contentual qualities of design is as old as the field of design itself. The critique of contentual and formal superficiality, banality and stereotypicality of mass produced objects goes hand in hand with the endeavour for a revival of designer work, emphasizing of social or psychological meanings and objectives of design, and a greater amount of responsibility and engagement of designers as well. Only the ways to achieve these goals differ.

Similar reflections also resound in our present, this time caused by the generally commented problem of globalization and the consumer culture, as well as the rapid growth in the development of technologies. Several consequences of this process are usually named, such as the “averaging of taste”, the loss of local or national specifics in production, stereotypes in the used visual media and last but not least the resignation on individual discourse or opinion. The authors of the conception of *My World* contemplate: „Does it mean that in a time, when technologies enable to produce perfect and available objects

and the globalization of the market and communication has universalized the visual language, the designers, but also the consumers are beginning to feel bored?“.

It is striking, that in the beginning of the 21st century, similarly as many times in the past, a need for the search of resolving these problems emerges in the sophisticated handcraft production, as well as in greater demands on the producers. The curators of *My World* speak about the „birth of a new craft in design“, which can have several forms. On one hand, it can be the use of digital technology in design, which will enable new instruments for self-expression. Or local handcraft traditions can be applied in international design and the system of production. Another option is the use of recycling methods, or possibly methods of manipulating banal industrial products into new, purposeful objects. And finally, a perspective is also being offered with the evolution of a new distribution network, outside of the conventional commercial channels. All of these eventualities are propagated by the artworks within the collection of *My World*.

We can find here something more though, which distinguishes the contemporary emphasizing of craft processes from the past periods – this time, the resource is hidden inside of the subject of the designer, or author. The designer has to search a way to achieve originality in the



process of great production for himself. This tendency is being represented also within the artworks for My World. The authors emphasize their own qualities, their personal motive, story or mythology in their products. We must not forget though, that My World reacts on a situation in countries with a significantly developed market and designer production. Therefore it is very interesting when these works are exhibited in countries with a different level of design status. In the context of every country visited, they acquire different meanings. Somewhere, they might work as an inspiration, in another place the opposite – as a provocation. Thus, we have brought the exhibition to Slovakia, where the state of designer production is in a let's say "process of a slow, but certain progress". The tradition of emphasizing the subjective dimension of the author, the creativity and personal relationship to the material and production of the designer product is overall very strong though. Design in Slovakia is often significant by the quality of craft production, or it contains a precise conceptual context, which brings it closer to the forms of expression of fine art. Therefore, I have decided to encourage the dialogue between the new British and Slovak design by adding one Slovak designer to the seven British designers. Or better say a "designeress" – Sylvia Jokelová, who became the Slovak guest of the My World exhibiton. The choice of Sylvia Jokelová

wasn't coincidental. Sylvia's work is characterized by the blending of traditional handcraft processes and the sophisticated technologies of contemporary serial production. Moreover, she counts as one of the most prominent representatives of a generation of Slovak designers who, with their work, try to reappraise the meaning and perception of objects which form the environment of our society. For the My World exhibition in Bratislava, Sylvia has created a specific installation, which represents and at the same time criticizes the image of the private working corner for the woman of the 21st century. The installation „Design according to a pattern" is made of three separate collections bound by a common idea which provokes to a new view on common objects and the breaking of conventional ideas about the status and work of the designer as an author and "keeper of good taste". In the project, Sylvia takes up on her preceding creative research in the theme of social and psychological function of design with a background in gender discourse. Within her installation, she connects seemingly contrary areas: the tradition of handcraft production and folk art with the attributes of serial production of industrial objects, the esthetics of braque and kitsch, or citations of popular trends with a conceptual context. The starting point of her designer work is the women's handwork, which is in opposition to the traditional

idea of a noble origin of artistic inspiration.

The products of Sylvia Jokelová ironize the popularity of typical hobby-magazines for women, which are supposed to "form" women's creativity. They are a kind of industrial intermediate-products, which the users (not only of the feminine gender) are supposed to finish by themselves. By impeaching the gender stereotypes, the well-known symbols, traditions and myths gain new, unconventional meanings.

My World – is the title of the exhibition and it also expresses a new, yet hard to anticipate phenomenon of the relationship of design and craft. The authors of the original project consider it to be very apt, because every important action or movement – not only in design, but in any sphere of life – always emanates from an intensive personal relationship and engagement. It seems to be an important change when designers, producers and consumers demand the manifestations of individual interventions in design. With the words of the curator Emily Campbell: „Subjectivity has a new strength – a new generation of designers creates the world according to their own ideas and invites other people to enter it". ■

176 **tiráž**

designum⁵⁺⁶ 2007



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

číslo / number: 5, 6 rok / year: 2007 ročník / volume: XIII

cena / price: 130 SK / Kč / 10 €

vydáva / edited by:

Slovenské centrum dizajnu /
Slovak Design Centre

redaktorky / contributing editors:

Silvia Lutherová - lutherova@sdc.sk

Lucia Gavulová - gavulova@sdc.sk

jazyková redakcia / proof reader:

Katarína Weisssová

redakčný kruh

/ editorial cooperators:

Silvia Fedorová

Mária Rišková

Lucia Luptáková - *Amsterdam*

Lubica Pedersen - *Kodaň*

Jiří Pelcl - *Praha*

Alan Záruba - *Praha*

Sylvia Jokelová

Marek Škripeň

Zdeno Kolesár

Stanislav Stankoci

Martin Struss

Sabína Jankovičová

vizuálna koncepcia, layout,

obálka / cover: Emil Drličiak

Committee, Tapety,

foto: Boris Németh

tlač / printing: x line, Bratislava

© **copyright:** SCD

ISSN 1335-034X

registrované MK SR č. 889/93

sídlo redakcie / headquarter:

SDC - designum, Jakubovo nám. 12, 814 99 Bratislava, Slovak Republic,

tel.: + 421 (0) 2 5293 1564, fax: + 421 (0) 2 5293 1838,

e-mail: sdc@sdc.sk, web: www.sdc.sk

objednávky a predplatné / subscription orders:

SDC - designum, Jakubovo nám. 12, P.O.BOX 131, 814 99 Bratislava,

Slovak republic, tel.: + 421 (0) 2 5293 1564, fax: + 421 (0) 2 5293 1838

e-mail: sdc@sdc.sk, dolnikova@sdc.sk

www.predplatne.net, **inzercia info:** www.sdc.sk,

gavulova@sdc.sk, lutherova@sdc.sk

informácie o predaji starších čísel a iných publikácií SCD:

www.sdc.sk, **voľný predaj:** v stánkoch Mediapress a Mediaprint Kapa,

v kníhkupectvách a galériách: **v Bratislave:** Artforum, Prospero,

Reduta, Galéria Medium (všv), Dizajn štúdio ÚLUV, ArtBooks, SNG,

mimo Bratislavu: Artforum (*Banská Bystrica, Žilina, Košice, Trnava*),

Kníhkupectvo pod vrškom, v Nitre, GMB Trenčín, Truc Sphérique > Stania

Žilina-Záriečie, **v Českej Republike:** kníhkupectvo Fraktály Praha,

Moravská Galerie v Brně

distribúcia / distribution:

L.K. Permanent, s. r. o., P.O. Box 4, 834 14 Bratislava

tel.: + 421 (0) 2 4445 3711, fax: + 421 (0) 2 4437 3311

e-mail: lkpermanent@lkpermanent.sk

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