

designum 6

2006

emócie sú v nás. Prostredníctvom nich dokážeme prežívať realitu inak, komplexnejšie. Niektorí ich v sebe potláčajú, niektorí im naopak bezhlavo prepadajú. Hovoriť o nich je ťažké, sú neprenosné a individuálne. Vieme pomenovať ich príznaky aj ich fyziologicky definovať, ale to, ako ich reálne prežívame, je už na našom vnútornom svete. Emócie majú moc ovplyvňovať kvalitu našich životov. Vedia to aj dizajnéri a pri svojej práci ich neobchádzajú. Niektorí s nimi narábajú pri navrhovaní svojich produktov cieľne, aby produktu dodali náladu, ktorá sa potom preniesie do života. V autorskom dizajne je zase častá skutočnosť, že dizajnér premieňa do svojich objektov vlastné emócie, ktorými aktuálne žije. Emocionalita sa cení. Aj preto sme sa rozhodli venovať posledné tohtoročné číslo prepojeniu emócií a dizajnu. Pripravili sme pre vás trochu teórie, ale aj fotografie, ktorých cieľom je emócie trochu poodhaliť. Usilovali sme sa zistiť, ako a či vôbec spolu súvisí tvorba písma s emóciami. Okrem toho v rubrike Výkvet predstavujeme tvorbu odevnej dizajnérky Michaely Ľuptákovovej, v rubrike Sentimental zase zaniknutý interiér kina Tatra v Bratislave, boli sme na konferencii Atypi v Lisabone a dozvieme sa aj to, ako vyzerá nová subjektivita v súčasnom anglickom dizajne. Boli ste v poslednom čase na Lomnickom štíte? Nie? Tak sa v rubrike Protest pozrite, čo je tam nové. A na koniec dúfame, že sa vám tento ročník Designumu bude pekne vynímať v knižnici. Želám pekný nový rok.

text Ľubica Hústá

obálka	– 1	
obsah	01	
editoriál	01	
štartér	02	Ako vníma dizajn Marek Vadas
	02	Na čom robí Miroslav Debnár
	03	Čo sa deje Tichá rebélia podľa Borisa Hanečku Jana Oravcová
	06	Výber podľa architekta Stadtlounge Barbara Zavorská
protest	07	Tieň Auparku na Lomnickom štíte Ľubica Hústá
	08	Čo sa deje Ex change Mária Nepšínská
	10	Čo sa deje Kruhy na vode 2006 Viera Kleinová
	12	Čo sa deje Cesty typografie Ján Filípek
výkvet	14	Natural Killers Andrea Kopernická
téma	18	Emocionálny dizajn
	20	Emotívny dizajn Karol Weisslechner
	22	Láska a nenávisť k veciam Jozef Kovalčík
	26	Blízke stretnutia emocionálneho druhu
	32	Čo sú to emócie? Alexander Köver
	36	Kansei engineering – predvídanie emócií Martin Struss
	38	Písmo a emócie – rozhovor s Františkom Štormom Ľubica Hústá
rozhovor	40	Topánky sú architektúra – Rozhovor s Rem D. Koolhaasom Ľubica Hústá
výstava	44	My world – nová subjektivita v dizajne Silvia Lutherová
sentimentál	48	Stratený lesk Kina Tatra Ľubica Hústá
seriál	54	K dejinám grafického dizajnu XXI Zdeno Kolesár
global	60	Sitting on Green Gold Katarína Hrdá
	62	Bienále dizajnu Saint – Etienne Andrea Kopernická
recenzia	66	Slovenská typografia 20. storočia Adriana Čeledová
reál	69	S komentárom Ľubica Hústá
elixír	73	Web tip, Pozvánky
summary	74	
písmo čísla	78	Empirik Michal Tornyai

AKO VNÍMA DIZAJN

spisovateľ

Marek Vadas



Dizajn chápem ako schopnosť vecí prihovoriť sa ku mne, ale aj „predať sa mi“ a zaujať moju pozornosť. Väčšinu voľného času prežívam s knihami. Tie si samozrejme vyberám podľa autora a tematiky, ale na Slovensku sa akoby (až na ojedinelé výnimky) zabudlo na ich vizuálnu stránku, na fakt, že knihy kultivujú a mali by príbehu vytvoriť príjemné prostredie. Ich grafická úprava a obálka je vstupnou bránou a pozvánkou na čítanie a človeka, ktorý ich nepozná, by mali lákať, aby ich otvoril. Mali by prinášať aj zážitok pre zmysly. Ten závisí od grafickej úpravy, ale aj od druhu a kvality papiera. Ozajstný knihomoľ si chce knihu nielen prečítať, ale po čase sa k nej aj vrátiť a poťažkať ju, pohladkať, ovoňať, obdivovať ju vo svojej knižnici. Aby sa u nás na knihách ušetrilo, o ich vizuálny koncept sa starajú rôzni dedkovia a sesternice, a výsledok potom vie byť takmer odpudzujúci. A to nielen pri harlekýnoch a zamilovaných románoch, kde si cieľová skupina priam žiada trocha gýču. Pritom dobrá kniha nepotrebuje veľa, niekedy stačí základná miera vkusu a vznikne z nej dielo. Aj tá však u našich vydavateľstiev často chýba. Nedávno som sa napríklad zľakol a takmer zakotkal pri pohľade na obálku Dahlových poviedok. Na druhej strane sú tu však knihy, ktorými je radosť listovať, a nemusia to byť pritom obrazové publikácie. Edícia mýtov z vydavateľstva Argo alebo Symposium od Volvox Globator sú urobené tak profesionálne, že by som si ich nemohol požičať z knižnice. Bolo by mi ľúto vrátiť ich a rozlúčiť sa s nimi.

NA ČOM ROBÍ

dizajnér, pedagóg

Miroslav Debnár



foto archív Miroslava Debnára

Je toho veľa. Mám rozpracovaný jeden interiér rodinného domu v Čiernej Vode, potom spolu s kolegom sklárom Viktorom Oravcom aktuálne robíme – to znamená navrhujeme aj vyrábame celú novú expozíciu Novohradského múzea v Lučenci. Okrem toho spolu s Oravcom vyrábame sklenené solitéry – jedáľenský stôl, konferenčný stôl a svietidlá do rodinného domu na Kramároch. A aby mi bolo pred Vianocami veselšie mám okrem toho rozpracovanú úpravu exteriéru hotela Danube. Pred nedávnom som skončil pomerne široký rozsah práce pre firmu Cresco. Išlo o nové kancelárske priestory a výrobu solitérov opäť spolu s Viktorom Oravcom – svietidiel, konferenčných stolov, nástenných hodín. Tu musím uviesť, že to bola radosná spolupráca, pretože sa nám s investorom dobre komunikovalo. Na škole riešime so študentmi tému „fajčiarsky kútik“ – a to komplexne – či a ako a kde fajčiť, alebo nefajčiť... Z čoho vznikajú zaujímavé diskusie odporcov, ale aj zástancov fajčenia i čerstvých nefajčiarov.

ČO SA DEJE

Tichá rebélia podľa Borisa Hanečku



text Jana Oravcová

foto **LIFELINE**

Prvý ročník súťaž LIFELINE Fashion Talent '06, ktorú vypísala spoločnosť Lifeline Slovakia – slovenský výrobca módnych odevov pre mladých – pozná svojho víťaza. Na súťažnej prehliadke desiatich úspešných finalistov odborná porota prisúdila víťazstvo Borisovi Hanečkovi – študentovi 6. ročníka odevného dizajnu VŠVU v Bratislave pozri www.lifeline.sk. Napriek vysokej konkurencii a kreativite, akú predviedli všetci desiatich súťažiaci prezentáciou svojich modelov na tému Tichá rebélia, Boris Hanečka presvedčil porotu kolekciou, ktorá možno na prvý pohľad ne-reflektuje každodennú realitu či životný postoj mladých ľudí atakovaných súčasnou vizuálnou kultúrou a médiami. Tichú rebéliu interpretuje skôr z pozície subverzívneho, resp. latentného rebelanta, podkutého intelektuálnym zázemím. Jeho kolekcia ponúkala viac sofistikovaný, konceptuálny smer módy, ako bizarný, uvoľnený či akýkoľvek štýl prislúchajúci súčasnej mladej generácii. Vďaka chvályhodnému počinu firmy Lifeline, ktorý umožnil mladým módnym dizajnérom preukázať nielen svoje schopnosti a talent, ale aj overiť si svoje zručnosti priamo v praxi pri príprave autorskej kolekcie, sú desiatich finalistov bohatší o nové príležitosti a možno aj o ďalšie ponuky. Medzi tie mimoriadne patrí práve spolupráca víťaza na uvedení jeho návrhov do kolekcie značky. ¶ Napriek tomu, že víťazov vďaka rôznym anketám bolo na slávnostnom oceňovaní súčasne niekoľko (víťazkou internetovej súťaže za najpôsobivejšie výtvarné nákresy kolekcie sa stala Lenka Rypáková, divácku cenu získal Martin Hrča), aktuálne prinášame rozhovor s laureátom súťaže Borisom Hanečkom. ¶ **Témou súťaže bola Tichá rebélia. Téma, ktorá istým spôsobom vystihuje mentalitu mladých ľudí, ich revoltu či vzburu voči konvenciám, stereotypom a pod. Ako ste sa s ňou vyrovnali vy?** Keď dostanem akékoľvek zadanie, v prvom rade sa pomocou slovníka pokúsím diagnostikovať, o čo ide a čo chcem ukázať. Tu išlo o ticho a o rebéliu. Sú to vlastne protichodné slová, ktoré sa navzájom bijú. Trochu ma prekvapilo, že vo viacerých modeloch v súťaži prevažovala ukričaná rebélia, tichosť akoby sa tam strácala. Ja som chcel práve robiť niečo, čo vyjadruje rebelantstvo, ale je viditeľné na druhý dojem. Chcel som nájsť niečo veľmi klasické. A nič klasickjšie ako základ pánskeho krajčírstva neexistuje. **Pamätám si z vášho prezentačného dokumentu, mimochodom, dôsledne obsahovo i vizuálne pripraveného, že ste sa inšpirovali fotogra-**



fiami väžňov. Napokon Foucaultova téma väžníc, disciplíny, poriadku rezonuje u mnohých autorov. Prečo práve táto sociálna skupina? Inšpiroval som sa práve tým, že títo ľudia sú fotografovaní z rôznych strán. Na dôkaz svojej identity potrebujú byť zachytení z každej strany – nielen spredu, ale aj en face, z profilu a zozadu. Identitu som hľadal aj v situácii, keď žene zomrie muž a ona si oblieka jeho šaty, ale oblieka si ich naopak. Je to koniec niečoho a žena sa s tým musí vyrovnávať. Je v tom istý fetiš, istý smútok. Celé to bolo umocnené hudbou, nostalgiou a choreografiou. Preto chodili modelky dozadu. Ten podobný pocit je aj u väžňov. **Väzni sú oblečení v identických odevoch, rovnošatách. Nie je tam takmer nijaký rozdiel medzi ženským a mužským oblečením. Akoby mali splynúť do jednej masy. Uvažovali ste aj v tomto duchu?** Myslel som aj na rovnošatu. Preto som si vybral klasiku, pánsky odev. To bol pre mňa základ, muštra ticha. To, že som dával jednotlivé časti naopak, vyjadrovalo pocit inakosti. Niečo, čo je naopak, naruby, niečo protichodné. **Na jednej strane ticho a na druhej povely. Kolekciu ste nazvali Čelom vzad! Dotkli ste sa spomínaných foucaultovských problémov, ako sú moc, disciplína, ktoré existujú v rámci inštitúcií, režimov a pod. Vy ste tiež zdisciplinovali ženské telo. Modelky ste obliekli do klasického odevu, ktorý potláča ženskú sexualitu. Nie je vyzývavý, neodhaľuje takmer kúsok tela. Takže uväznenosť tela v odevu?** Bol to tichý rebel. Bol to väzeň, rebel. Vlastne aj o to išlo. Človek sa môže cítiť v odevu ako rebel, pretože sú jeho jednotlivé časti strihovo naopak. Samozrejme upravil som ich tak, aby modelkám sedeli. Išlo o šesť klasických modelov. Napríklad čierny kabát so saténovými nohavicami pánskeho strihu. Materiál satén modelu dodával ženský pôvab. Boli tam klasické pánske nohavice. Rovným pánskym líniam vtisla žena ženskú krivku. Ďalej pánske košeľe, obrátené dozadu, jedna z košiel bola z bieleho hodvábu a mala dva predné diely. Keď sa košeľa odopne, môže sa žena rozhaliť, nadobudne vlastne dve identity, dve svoje ja, dve svoje prednosti. Kolekcia obsahovala niekoľko vtipných detailov, ktoré sa ťažko dali na prehliadke postrehnúť. Veľmi som na ne nechcel upozorňovať. Myslel som aj na nositeľku, ktorú v obchode čaká ďalšie prekvapenie. Veľmi dbám na to, aby na prehliadke nebolo vypovedané všetko. **Napriek tomu, že sme rozprávali o prevahe pánskych strihov, predsa len ste prezentova-**



li jedny šaty, ktoré boli v kontradikcii s nohavicovými modelmi. Mysleli ste trochu na typicky ženské klientky? V skutočnosti to však bola sukňa na opasok vyplnená korzetom. Zvláštnosťou odevu bolo, že som umiestnil tango nohavičky do dekoltu, medzi prsia. Chcel som upozorniť na istú vulgarizáciu, feminínny i uniformný prvok, ale predovšetkým som ich chcel použiť na inú časť tela. Mal som chuť hovoriť o tom, že je to to isté alebo „pozrite sa na to inde“. Som rád, že po prehliadke práve toto vyvolalo reakcie u mnohých ľudí, a pochopili to ako niečo vtipné, nové, čo ešte nikdy nevideli. **Vráťme sa ešte k názvu vašej prehliadky – Čelom vzad! Bol to povel, metafora?** Mal som na mysli diktát. Diktáty boli rôzne. Celá história módy zažila mnohé diktáty. Posledný, ktorý si ľudia zrejme pamätajú, bol Christian Dior, ktorý nadiktoval osí drienk a tvrdil, že ženský drienk sa má zmestiť medzi dve mužské dlane. Potom prišli ďalší, ktorí nadiktovali minisukne alebo mikromini. Ja som vytvoril týmto povelom skôr masikulínny diktát, pretože je vo vojne, v armáde. **Vy ste vlastne svojimi modelmi popreli ženskosť, vlastnosť, ktorú mnohé ženy používajú ako svoju zbraň voči mužom. Vlastne mnohí módní návrhári s ňou aj pracujú. Myslíte si že, je to len markentigová záležitosť?** Je to záležitosť módneho návrhára a jeho vízie a komunikácie v móde. U Diora a Chanellovej boli tiež názvy mužského, ale prevažovala krehkosť a ženskosť. Mužsko-ženské princípy sa bijú aj u jedného, aj u druhého, len každý to dáva v inom pomere. Myslím si, že aj ženskosť v móde je efemérna. Moje modely boli skôr pre intelektuálov, ktorí sa vedú zasmiať. Chcel som si vyskúšať niečo iné. Pretože v predchádzajúcom období som viac zachádzal do historizmov. Bavia ma príbehy. Nie lyrika, ale epika. Hoci Čelom vzad! je väčšmi lyrika. Niektoré príbehy vyvolávajú vo mne zimomriavky, ktoré sa usilujem pretaviť do tvorby.

VÝBER PODĽA ARCHITEKTA

Stadtlounge



text Barbara Zavorská

foto archív autorky

Z pohľadu architektky z Bratislavy, z mesta, kde sa verejný mestský život postupne vytráca z ulíc a presúva do nákupných centier, ma oslovil projekt Stadtlounge od švajčiarskej umelkyne Pipilotti Rist a architekta Carlosa Martineza. Z iniciatívy mesta St. Gallen (krajské mesto severovýchodného Švajčiarska) a komerčného partnera prebehla súťaž na oživenie neosobnej obchodnej štvrte Bleicheli plnej presklených fasád bánk a poisťovní. Vznikla nová turistická atrakcia, ktorá nie je len skvelým marketingovým ťahom, ale aj ukážkou rozsiahlej mestskej intervencie skutočne skvalitňujúcej životy jej obyvateľov. A nie sú to sochy viac či menej významných osobností histórie mesta, ani palmy v kvetináčoch či sklenené fontány. Nosnou myšlienkou projektu je vytvorenie verejnej obývačky medzi minimrakodrapmi finančného distriktu. Červený „koberec“ doslova zaplavil všetko, čo mu stálo v ceste. Lavičky, kanály, autá, umelecké objekty – skrátka, celý verejný priestor. V oblastiach pre chodcov je použitý na dotyk príjemný a zároveň trvácny materiál, pôvodne určený na parkové úpravy. Cesty sú vyliate svetločerveným asfaltom. Mäkký dojem podvečer dotvorí „planetoidné“ osvetlenie vznášajúce sa medzi budovami.

www.stadtlounge.ch

PROTEST

Tieň Auparku na Lomnickom štíte



text Ľubica Hustá

foto archív

To, čo vidíte, nie je žiadna nová reštauračno-kaviarenská prevádzka v Auparku, Poluse či v inom univerzálnom, nákupno-rekreačnom podnikateľskom centre, ktoré sú podobnými pseudoluxusnými priestormi presiaknuté ako špongia. To, čo vidíte, je nová kaviarnička, ktorá na vás čaká, keď sa vyveziete lanovkou alebo vystúpite pešo na Lomnický štít v Tatrách. Čím sa asi inšpirovali jej zriaďovatelia z radov žraločej firmy J&T, čo ich viedlo k tomuto originálnemu riešeniu? Azda poznanie, že súčasný turista chce od hôr viac. A to viac mu treba dať. Ved' dnešný turista predsa nebude trpieť pri pití svojho „vrcholového“ presíčka či koktejlika nejakým banálne útulným, či nebodaj tradične chatárskym priestorom s akousi gýčovou panorámou hôr pod sebou. Na to pravé vychutnanie svojho nápoja potrebuje svoje prirodzené prostredie a do toho predsa patria sadrokartónové podhlady, dramatické osvetlenie bodových svetiel, sterilné čalúnené klubovky, pekne nakomponované obrázky z hôr na farebných stenách, kamenný obklad asi z Baumaxu a samozrejme, aby to bolo štýlové, LCD obrazovku s prenosom nejakého prírodopisného či športového kanála. Prečo teda protest, keď vlastne ide o blaho a pokoj novodobého návštevníka? Preto, lebo je to zvrátené v tom, aké je to lacné a primitívne. Nič proti vývoju a pokroku, ale v prípade že by tu vzniklo nejaké skutočne progresívne, výnimočné, sofistikované, futuristické, architektonicko-dizajnérske riešenie rešpektujúce výnimočnosť tohto miesta. Toto nech sa radšej rýchlo prepadne do tatranských hlbín.

ČO SA DEJE

ex change



text Mária Nepšinská

foto archív autorky

Pod názvom EX CHANGE sa v októbri v priestoroch bratislavskej Galérie Medium konala medzinárodná kolektívna výstava študentov ateliéru S+M+L_XL kov a šperk na VŠVU v Bratislave a študentov Fachhochschule Edelstein+Schmuckdesign Trier z Nemecka. Jej cieľom bolo prezentovať spoluprácu oboch škôl a dvoch šperkárskych katedier, ktorá sa úspešne rozvíja od roku 1997. Kurátorský tandem prof. Karol Weisslechner a prof. Theo Smeets, obidvaja vedúci spomínaných šperkárskych ateliérov, pripravil koncepciu s finálnym výnimočným zmyslovým a estetickým zážitkom, ktorá prepája dimenziu budovania priateľských aj profesionálnych kontaktov. Výstava prezentovala rôznorodosť kreatívneho myslenia v chápaní a tvorbe súčasného umeleckého šperku a experimentovanie s klasickými i netradičnými materiálmi a technikami, ktoré vedú k extrahovaniu nových foriem, obsahov aj významov. ■ Vystavené šperky a objekty vznikli počas študijných pobytov v rámci medzinárodného výmenného programu. Predstavili individuálne autorské prístupy, konkrétne jedenástich vystavujúcich študentov a absolventov šperkárskych ateliérov a ich profesorov. Nemeckú školu reprezentovali Julia Bocola, Anna Florido, Paul de Haas, Steffi Kalina, Doris Kleinz, Steffi Klemp, Peggy Noack a Hester vonk Noordegraaf a slovenský ateliér Vincent Durbák, Kristína Hrončeková a Bety K. Majerníková. ■ Hneď vo foyeri galerijných priestorov sa nie náhodou vynímali dve vajíčka: jedno visiace na zväzku červených nití a pokryté českými granátmi od Karola Weisslechnera, druhé z perál vsadených do dentálnej hmoty od Thea Smeetsa, čo sa potom v príhovore pri otvorení výstavy odrazilo i v príznačnom výroku: „Nie je vajce ako vajce... nie je šperk ako šperk.“ ■ Tento výrok sa doslova naplnil v rozmanitosti diel študentskej expozície. Steffi Kalina vystavila brošňu vo forme vetvičky, z ktorej vyrastajú drobné kvietky pokryté farebným emailom. Na stáži v bratislavskom ateliéri vytvorila technikou koláže sugestívnu kolekciu náhrdelníka s brošňou evokujúcou historický šperk. Plsténé náhrdelníky v prírodnom odtieni, kombinované so striebornými retiazkami od Steffi Klempovej zaujali svojou príjemnou mäkkou modeláciou a ich aranžovaním v textilných puzdrách šitých na mieru každému zo šperkov. V prácach Anny Floridovej je naopak badať ľahkosť a hravosť, s akou pristupuje k materiálom. Hľadaním skrytých možností výrazu aj pôsobenia pretvára ich prvotnú podstatu do nečakaných spojení. Šperky a miniatúrne objekty Peggy Noack reflektujú konzumnú stránku nášho každodenného života (predovšetkým ženského), keď bežné uzávery z obalov kozmetických prípravkov povyšuje na šperky a mení tak ich estetickú aj obsahovú hodnotu. Námetom troch vystavených diel Julie Bocoliovej je spoločný dekoratívny motív, ktorý má charakter spojenej siluety deviatich stojacich ženských postáv. Opakovane ho aplikuje rôznymi technikami – ako zlatú výšivku, metódou dierkovania na keramickej mise so zlatým lemovaním aj v podobe miniatúrneho šperku. Ďalšiu polohu narábania s materiálmi a ich kombinovaním predstavuje Doris Kleinz. V sérii

a2



a3



a1 Steffi Kalina

a2 Bety K. Majerníková

a3 Hester vonk Noordegraaf

prsteňov spája surové formy len čiastočne opracovaných odliatkov zo striebra rôznych tvarov s akcentom farebných fragmentov z plastu, vytvárajúc tak pôsobivé solitérne kusy. Hester vonk Noordegraaf naopak posúva hranice klasicky vnímaného šperku, keď do prsteňov namiesto kameňov vsádza sladké cukríky, z ktorých obrúb padajú husté retiazkové kaskády. Podobne sa zaoberá novým definovaním komerčného šperku aj Paul de Haas v plošných prierezoch konštrukcií strieborných prsteňov s kameňmi alebo v režazi so siluetami ornamentálnych článkov a veľkými štrasmi. Kolekciu Jewell Tuning Vincenta Durbáka inšpirovalo futuristické tvaroslovie automobilového dizajnu a je vytvorená využitím moderných technológií. Záujmom o sci-fi estetiku tak nadväzuje na skoršiu kolekciu Medicine Future, v ktorej citlivo kombinuje mäkké tvary z bieleho lukoprénu s technickými kovovými súčiastkami. Aj šperky Bety K. Majerníkovovej odrážajú posadnutosť súčasného človeka digitálnou technikou. Jej kolekcia Small Personal Gadgets zosobňuje malé elektronické prístroje, vytvorené z plastov a rôznych technických komponentov, ako intímne osobné talizmany. V inej práci zas excelentne premieňa počítačový hardvér na sofistikované brošne. Pre Kristínu Hrončekovú je charakteristický mnoho poetickjší prístup v kolekcii „NU“, šperkov – nanukov so sladkou zmrzlinovou farebnosťou vo vymeniteľných oblekoch jemne zdobených čipkami. Tvorivú atmosféru diania v oboch ateliéroch na výstave dotvárali fotografické momentky a projekcia prác ďalších nemeckých aj slovenských študentov umeleckého šperku. Ako sprievodné podujatie výstavy sa už pod druhý raz uskutočnil II. Šperk-Stret '06 – stretnutie výtvarníkov šperkárov, teoretikov, študentov a záujemcov o toto médium. Cyklus prednášok a diskusií otvorila PhDr. Ágnes Schramm, teoretička umenia SNG v Bratislave, prednáškou o tvorbe doc. Antona Cepku, zakladateľa ateliéru kov a šperk na Vysokej škole výtvarných umení v Bratislave. Pozvanie predstaviť svoju tvorbu prijali aj súčasní svetoví autori zaoberajúci sa šperkom. Sochár a šperkár Peter Skubic z Rakúska, Theo Smeets z Holandska, vedúci ateliéru Edelstein und Schmuckdesign na Vysokej škole Trier – Idar – Oberstein, výtvarník a šperkár Petr Dvořák pôsobiaci v Rakúsku, Jiří Urban z Českej republiky, výtvarník šperkár, dizajnér a spolujiteľ firmy zameranej na produkciu šperkov z českého granátu, a slovenská šperkárka Jana Machatová, jedna z prvých absolventiek bratislavského šperkárskeho ateliéru. Projekt Ex Change vyvrcholil medzinárodným šperkárskeym workshopom v Kremnici, ktorá sa na týždeň stala miestom komunikácie, tvorivej spolupráce a vzájomnej výmeny skúseností.

ČO SA DEJE

Kruhy na vode 2006

text Viera Kleinová

foto archív autorky

4. ročník súťaže dizajnu orientovaného na remeslo Kruhy na vode 2006 má svojich víťazov. Začiatkom novembra boli v Galérii ÚĽUV v Bratislave oficiálne vyhlásené výsledky súťaže a zároveň otvorená výstava, na ktorej si návštevníci mohli pozrieť všetky ocenené i ďalších vyše 50 vybraných súťažných vecí.

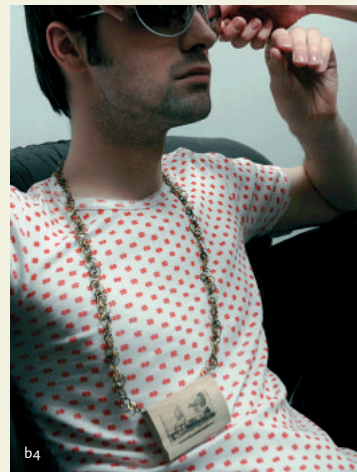


b1



b2

b1 Keramické šperkovnice Zdeňka Hogha dostali 1. cenu v kategórii Interiérový a stolovací prvok. Drobný, do ruky príjemne zapadajúci predmet, má zaujímavé riešenie uzatvárania – keď chcete šperkovnicu otvoriť, stačí jemné zatiahnutie za gumičku. Priateľský k užívateľovi je aj tvar – dve do seba zapadajúce oblé formy. Ako poznamenáva autor – práve v otvorenosti voči tomu, kto ju používa, je podľa neho naznačené spojenie s tradičným ľudovým remeslom. **b2** Kruhy na vode sú rozdelené na sekcie profesionálov a študentov stredných škôl. V tej stredoškolskej sa darilo hlavne dvom ŠUV-kám – bratislavskej a ružomerskej. Zo ŠUV v Ružomberku pochádza kolekcia hojdacích sietí, ocenená na súťaži uznaním. Vytvorili ich študenti odboru textilné výtvarníctvo – tkáčska tvorba, vedení pedagógmi A. Farbákovou a K. Hankom. Riešili ich buď ako samostatný kus (v spojení s prúťím, kovom), ale aj ako piknikový set doplnený vankúšmi, obrusmi, stoličkami. **b3** V kategórii Interiérový a stolovací prvok bola 3. miestom ocenená plstená textília Nikoľety Píšovej. Je vytvorená jednoduchým spôsobom – vystrihovaním a následným otvo-



rením alebo uzavretím plochy, či v tomto prípade skôr priestoru textílie. Navyše, textília sa skladá z dvoch vrstiev (farebne odlíšených), čo prispieva k mimoriadne živému, dalo by sa povedať „zhovorčivému“ dojmu. Vec, ktorá užívateľa nenápadne nabáda na spoluprácu. **b4** V kategórii Odevný doplnok a šperk získali 3. cenu Hana Kašíčková a Barbora Kubániová. Ich reťaze Maťko a Kubko sú impozantné svojou formou, nechýba im však nadhľad a vtip. Na mosadznej reťazi sú zavesené masívne kusy neopracovaného dreva s obrázkami z večerníčkovej rozprávky (či portréty Hany a Barbary). Obrázky, niekedy doplnené aj textami, sú na drevo prenesené fotoemulziou. Maťko a Kubko v drotársko-hiphopperskej verzii. **b5** Z drôtu a dreva sú stojany na fotografie a odkazy Tibora Uhrína. Použitie dreva a drôtu odkazuje na tradičné slovenské remeslá (v tomto prípade súvisiace s opracovaním dreva a drôtu), jednoduchý princíp však umožňuje aj realizáciu v iných materiáloch, napr. v plaste. Autor ich nazýva aj pasce na obrázky a to, že sú štylizované do tvaru motýlika, nie je vraj nijaká náhoda. Motýliky dostali 3. cenu v kategórii Suveníry.

ČO SA DEJE

Cesty typografie

ATYPI (ASSOCIATION TYPOGRAPHIQUE
INTERNATIONALE)
WWW.ATYPI.ORG

Hamburgefons 130km
Hamburgefons 130km
Hamburgefons 130km
Hamburgefons 130km
Hamburgefons 130km
Hamburgefons 130km
Hamburgefons 130km

text Ján Filípek

foto archív

Stáva sa vám, že keď máte v rukách knihu, neprečítate si názov a meno autora, ale usilujete sa pomenovať použitý druh písma? Viete rozlíšiť Myriad od Frutigera a intenzívne vnímate usporiadanie jednotlivých elementov stránok a celkovú kompozíciu? Ak je odpoveď kladná, tak bola medzinárodná konferencia Atypi, ktorej som sa zúčastnil, určená práve vám! Grafickí dizajnéri možno vedia, že konferencia Atypi sa koná každý rok a vždy na inom mieste. Tento rok na jeseň sa konala v bielom Lisabone. Veľký priestor v jej obsahu bol venovaný grafickému dizajnu novín a písmam, ktoré sa používajú alebo boli navrhnuté špeciálne pre noviny. Tieto písma majú svoje špecifiká. Vzhľadom na to, že sú určené na nekvalitnú novinovú tlač a novinový papier, musia byť čitateľné aj pri zhoršených svetelných podmienkach a veľmi malých veľkostiach. Séria pútavých prednášok predviedla, ako môže grafická úprava zmeniť celkový vzhľad novín. Američan Roger Black, ktorý aktuálne redizajnuje Houston Chronicle, rozprával o svojom staršom projekte redizajne novín Los Angeles Times, Mark Porter – aktuálne kreatívny riaditeľ anglického The Guardian, prednášal o redizajne tohto denníka. Naňho nadviazal Paul A. Barnes, ktorý mal navyše prednášku o písmach navrhnutých špeciálne pre tento denník. Holandský grafický dizajnér Gerard Unger vo svojej prednáške zdôrazňoval, prečo majú noviny vyzeráť rozdielne a prečo sa nemajú podobáť. Zároveň ukázal, akým spôsobom sa to dá v „novinovom“ dizajne dosiahnuť. Zaujímavú prednášku o graffiti v Sao Paulo predniesol architekt a grafický dizajnér z Francúzska François Chastanet. Z prezentácie bolo pozoruhodné zistenie, že títo „pouliční typografi“ píšu (resp. maľujú) napríklad písmená s dodržaním účaria, čiže nepíšu náhodne v rôznych smeroch, ale horizontálne a v riadkoch. Používajú pritom špeciálnu techniku maľby valčekom, úplne odlišnú od sprejov používaných v Európe. Filip Blažek z Čiech predstavil svoj projekt Diakritika, v ktorom vysvetľoval správne proporcie diakritických znamienok. S jeho pomocou budú možno aj svetoví predajcovia písma schopní vytvoriť písma vhodné aj pre východnú Európu a národy používajúce aj iné, ako iba základné znaky latinskej abecedy. Je napríklad pozoruhodné, že najrozšírenejšie písma ako Arial a Times new roman majú nevyhovujúco spracovanú diakritiku (čo svedčí o nízkej kvalite týchto písem). Pozri: **diacritics.typo.cz** Erik Spiekerman z Nemecka rozprával o redizajne Nemeckých železníc a písme, ktoré navrhol pre túto



c1 Erik Spiekermann, každej práci väčšinou predchádza výskum. Porovnanie „najčitateľnejších“ písem z rôznych krajín, ktoré sa používajú na dopravnom značení.

c2 Filip Blažek. Nesprávny tvar diakritických znamienok v konkrétnych jazykoch.

c3 Filip Blažek. Správny tvar diakritických znamienok v konkrétnych jazykoch.

spoločnosť. Prednáška bola zameraná (nielen) na správnu aplikáciu a použitie písma v tlačovinách, ktoré železnice používajú. Cielene sa na ne zamerlal aj preto, že väčšinou sa stáva (a to nielen v malých firmách, ktoré nemajú peniaze), že „nepodstatné“ malé tlačoviny, s ktorými sa cestujúci stretávajú každodenne, navrhujú amatéri. Výsledkom je napríklad veľmi neprehľadný cestovný poriadok. Veľmi ťažké je presvedčiť zadávateľa o dôležitosti týchto (ne)malých tlačových výstupov. ¶ Američanka, spisovateľka a grafická dizajnérka Ellen Lupton mala prednášku s názvom *Univers strikes back*, ktorá vyústila do manifestu voľných písiem. Pozor! Voľné písmo neznamená z internetu pirátsky stiahnuté písmo! Obsahuje licenciu rovnako ako písma, ktoré sa bežne predávajú, s tým rozdielom, že je zadarmo a väčšinou sa licencia vzťahuje iba na nekomerčné účely. Čo keby niekoľko predajcov písiem poskytlo zadarmo nejaké dobré písma na humanitárnu pomoc? ¶ http://designwritingresearch.org/free_fonts.html ¶ Témou poslednej z prednášok bol Lisabon Nicolette Grayovej. Nicolette Gray vyfotila v roku 1960 viac ako 70 nápisov nachádzajúcich sa v Lisabone. Prednášajúci Catherine Dixon a Phil Baines hľadali tieto nápisy a porovnávali dobové fotografie so súčasným stavom. Je obdivuhodné, ako veľa nápisov sa zachovalo dodnes. Prednáška potom pokračovala v teréne. Čo bude s nápsmi o ďalších 50 rokov? ¶ Zaujímavým oživením počas konferencie bolo vysielanie typografického rádia (TypeRadio), ktoré ste mohli počúvať v spoločných priestoroch. Znie to na prvý pohľad možno zvláštne, pretože typografia je vizuálne umenie. Rádio však disponuje rozsiahlym archívom rozhovorov s typografmi a typografickými dizajnérmi, ktoré boli zaznamenané počas rôznych dizajnérskejších akcií od roku 2004 ¶ www.typeaudio.org ¶ Na záver kritika. Paradoxne jej podrobím neprehľadne usporiadaný program konferencie, s ktorým malo problémy veľa účastníkov. Pravdepodobne sa v ňom vedel orientovať iba človek, ktorý ho graficky upravil. A možno ani on.

Natural Killers

Kedy sa stáva smrť inšpiratívnou? Keď sa jej fyzicky priblížime tak, až cítime pach zahŕňajúceho, nemocničné prikrývky či rozloženú krv, či odchod a neprítomnosť blízkeho? Alebo je ako memento mori stálym sprievodcom v labyrinte života, a lásku jej vyznávame ako stálej životnej partnerke?

text Andrea Kopernická

foto Lukáš Kimlička

Práve smrť sa stala témou módnej kolekcie Michaely Luptákovovej, ktorá zaujala na poslednom letnom prieskume absolventských prác v ateliéri odevného dizajnu Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave. Natural Killers hovorí o úzkosti, strachu, hneve, bolesti, bezmocnosti, ale aj o prežití a vyrovnaní so zažitou skúsenosťou.

Natural killers je kolekcia, ktorá pracuje s momentmi abjektívneho (J. Kristeva, G. Bataille), akými sú sekrety, jazvy, zrazená krv, či existenciálneho charakteru, akými sú samovražedné myšlienky, otázky o zmysle života, ale aj s momentmi pamäti (autorkin rodný dom, ktorý sa stal majetkom a v súčasnosti jedným z krídel nemocničného traktu). Je výsledkom niekoľkých návrhov v rámci rôznych stupňov a štádií dvojročného priebehu choroby. „V prvom štádiu vznikla kolekcia, z ktorej sa nakoniec realizoval iba jeden model,“ nechá sa presvedčiť o vyzorprávaní

priebehu kolekcie autorka. „Keď som už vedela, čo mi je, vznikla ďalšia kolekcia. Najskôr netušené, drsné, tmavé. Človek to nevedel vypovedať, iba tušil.“ Aj preto je prvá kolekcia iba o tušenom, kým aktuálna prehliadka je „plná rozdrásanosti a nesúhlasu.“ Je mixom starých a nových návrhov s pôsobením času prehodnotením a nadhľadom.

Leitmotívom je rakovinová bunka. Ako solitér, voči ktorému sú namierené zbrane s nábojmi v podobe kreatívnych ideí, návrhov dezénov, materiálov, strihov a samotných modelov. Výsledná prehliadka s expresívnou hudbou je operou v troch dejstvách – život, smrť a niečo medzi nimi – balans na hranici boja a rezignácie.

Napriek tomu, že autorka pracuje s motívmi a farbami blízkymi abjektu – tmavočervená (krv), zelená (hnis), biela (smrť, nemocničné prostriedie), čierna (zrazená krv) – a používa





d2



d3

- d1 Odev: M. Ľuptáková,
šperk: K. Ondreičková
- d2 Odev: M. Ľuptáková, kabelka:
N. Kolčáková-Szákalová
- d3 Odev: M. Ľuptáková, šperk:
K. Ondreičková
- d4 Odev, taška: M. Ľuptáková,
klobúčik: N. Kolčáková-
Szákalová,
šperk: K. Ondreičková
- d5 Svadobné šaty, odev:
M. Ľuptáková,
šperk: M. Nepšinská,
K. Ondreičková
- d6 Logo Natural Killers

symboliku smrti napríklad vo forme zbraní namierených na hlavu, jaziev na bruchu či terčov, je kolekcia ako výsledok estetická, príťažlivá a zvodná. Nenájdeme tu prvky, ktoré sa nám skutočne hnusia, z ktorých človeku prechádza mráz po chrbte. Nie je to grungie ani hybridizácia, okázalé poukázanie na odpad, špinu, rozklad. Je to vysoko luxusná prehliadka, potvrdzujúca princíp duality Erota a Thanata, lásky a bolesti, kde sme tak omámení saténom bielej či mušelinom červenej, ale aj nadýchanosťou čiernej, že pach nemocničných chodieb ani nevnímame.

Sú príliš luxusné, aby sme z nich cítili smrť. Práve luxus a krása je pre tvorbu Ľuptákovovej jedným z kritérií, nepracuje s nájdenými materiálmi, nerecykluje ani v konečnom dôsledku nepracuje s estetikou škaredého. „Tento materiál bežnému človeku dodá pocit luxusu a efemérnosti, ľudia to majú jednoducho

radi. Satén má vlastnosti, pre ktoré som ho veľmi nevyhľadávala, ale pokiaľ sa s ním človek naučí pracovať, je to pekné.“

V kolekcií boli použité dva návrhárske prístupy – ľahké veľké objemy (nekontrolovateľné) a prísne zjednodušené strihy. „Odev musí nadobudnúť pevnú zjednodušenú formu, aby zostal priestor na tlač a nebolo to prekombinované.“ Podobne ako v predchádzajúcich kolekciách Bon jour monsieur Dior¹ a Etno beat² je častá mašľa. „Mašle – áno. Mám to rada, je to pekné, ženské. Nie som typ na korzety a tylové spodničky, no na druhej strane mám rada veci, na ktorých je vidno prácu. Navyše mám rada, keď sa veci z kolekcie dajú aj nosiť.“ Na otázku, či je v tejto kolekcií aj niečo z ľudovej inšpirácie predchádzajúcich návrhov, odpovedá: „Mám humor, ktorý nie vždy všetci chápú. Dosť ironizujem, aj seba. Moja skúsenosť je, že väčšina ľudí, ktorí



d4



d5

nemajú odstup a berú veci, napríklad aj ľudový odev, príliš vážne, často vyprodukujú niečo nie veľmi vkusné, navyše dehonestujúce. Preto som celkom rada, že niektorí ľudia sa necítia až takými veľkými Slovákmi a že nie až tak často zneužívajú slovenský ľudový odev na to, aby vytvorili svoju kolekciu.“

Michaela sa chorobu podarilo prekonať. Proces navrhovania na nemocničnom lôžku jej pomáhal prejať pocity, ktoré inou cestou akosi nešli von. Vlastnoručne šité odevy uzreli svetlo sveta na expresívnej prehliadke ostrej hudby a rozrušených pohybov modeliek. Jej návrhy zaujali aj vypracovanými detailmi, dômyselnými maličkosťami, výberom látok, ale aj doplnkov, vyzývavých a sebavedomých, rovnakých, ako je záverečný pocit z tohto predstavenia – opery v troch dejstvách.

NATURAL KILLERS
Michaela Ľuptáková

d6

Poznámky:

¹ Kolekcia Bon jour monsieur Dior vynikla v roku 2004 ako bakalárska práca na VŠVU (pozri Designum, 5 – 6/2004).

² Kolekcia etno beat vznikla v roku 2005 v spolupráci s Marcelom Holubcom v rámci značky f...ing fashion.

Viac in Designum 6/2005, s. 22 – 24.

Emocionálny dizajn

Máločo tak intenzívne ovplyvňuje život človeka ako emócie. Je to výsada, ale občas aj prekliatie. Je to premenlivý a neuchopiteľný filter, cez ktorý prelievame realitu okolo seba. Cez emocionálny filter vnímame aj dizajn. Z jednej aj z druhej strany. Zo strany spotrebiteľa, užívateľa aj zo strany tvorca. Z hľadiska teórie i praxe sa emócie skloňujú v súvislosti s vývojom nových produktov už dlhodobo. Skúma sa aj ich sekundárne pôsobenie, teda nielen cielené naprogramovanie konkrétnej emócie do 2D alebo 3D produktu, ale aj ich potenciál sprostredkovania iného uchopenia reality, otvárania mysle či prenosu alebo adjustácie nálady tvorca – dizajnéra pri vzniku produktu. Okrem toho má dizajn aj potenciál vytvárať ďalší špecifický druh emócie iba svojou existenciou, čoho príkladom je v našom časopise rubrika Protest o negatívnych pocitoch z vecí okolo nás. Čiže možnosti ako nazerať na vzťah emócií a dizajnu je mnoho. Vybrali sme niekoľko z nich aby vznikla skladačka, po ktorej poskladaní vo vás vznikne možno nejaký názor a dúfame aj nejaká emócia.

Emotívny dizajn

text Karol Weisslechner

foto archív ateliéru S+M+L.XL KOV a ŠPERK, VŠVU

„Forma má byť emóciou, vtedy sa stane pocitom...“ mám poznačené vo svojom starom skicári. A keď som dávnejšie čítal rozhovor so známym dizajnérom, ktorý sa vyjadril, že ho pri tvorbe nezaujímajú primárne funkčnosť, ale tvaroslovie vyvolávajúce pocity, mohol som len súhlasiť. Je to proces prebiehajúci vo všetkých oblastiach, či už vo sfére priemyselného dizajnu, komunikačného dizajnu od tlačенých médií po virtuálne internetové svety. Vzniká vzťah médiá, emócia a moc. ■ Umenie je médiom, prostredníctvom ktorého autori kódujú svoje vlastné emócie – vedome či podvedome, a dávajú im konkrétnu formu v realizovanom výtvarnom diele. ■ Umelecký šperk ako výrazové médium, ktoré je v úzkej interakcii s ľudským telom a osobnosťou nositeľa, je tiež sférou, ktorá pracuje s pocitmi. Nositeľ šperku sa nalaďuje na emóciu autora. Je to často zložitejší jav, pretože ide aj o identifikáciu s fragmentom osobnej autorskej mytológie. Súčasne však je zámerom autora nájsť takú formu, aby sa objekt stal neodolateľným a vyvolal túžbu vlastniť ho. ■ Ak sa zaoberáme napríklad dizajnom fagle olympijského ohňa, musíme si uvedomiť, v čom je primárna vlastnosť tohto špecifického ohňa. Horí a premiestňuje sa... symbolom olympijského ohňa teda nie je fakľa, ale oheň v pohybe, vyvolávajúci silné emócie. ■ O zapálenie tvorivého ohňa a vedomého používania výrazových prostriedkov, ktoré sú podmienené emóciami a ktoré vyvolávajú emócie, mi ide aj pri práci so študentmi v ateliéri S+M+L.XL KOV a ŠPERK na VŠVU. Prostredníctvom procesu tvorby od umeleckého šperku cez sféru dizajnovania predmetov, interiérové objekty až po práce do konkrétnej architektúry sa aj tvorivé snaženie nezaobíde bez vyvolávania širokej palety emócií a zážitkov. Tu je môj výber niekoľkých prác.



Sylvia Jokelová

Téma: Kabelka

Kabelka 1998

600 x 250 mm

králičia kožušina, textil, hliník

autor fotografie: Filip Vančo

Dámska kabelka opradená tajomstvom sa stáva objektom, s ktorým sa možno líškať ako so zvieracím miláčikom. Vyvoláva emócie a skryté zakódované zážitky.



Kristína Hrončeková
 Téma: Autolekárnica
 Náramok 2003
 120 x 50 mm
 textil, lukoprén, vonné bylinky
 autor fotografie: K. Hrončeková

Kristína Hrončeková vytvorila v rámci riešenia projektu Autolekárnica sériu náramkov, náplastí na neviditeľné osobné rany. Vôňa bylín a haptický zážitok so štruktúrou použitých materiálov, ako aj teplo, ktoré vytvárajú v kontakte s pokožkou sa stávajú liekom na ťažko uchopiteľné rany nositeľa.



Alena Timkovičová
 Téma: Horor Vacui
 Brošňa 2005
 120 x 50 mm
 striebro, čipka
 autor fotografie: Marek Horban

Diplomový projekt inšpirovaný pobytom vo Veľkej Británii aj osobnými spomienkami na interiér rodičovského domu. Reaguje na pocity z priestoru a zážitky z prvkov interiéru. Čipka ako symbol je materiálom, ktorým vyjadrila svoje emócie voči pojmom: pravdivé – nepravdivé, vzácne – lacné.



Vincent Durbák
 Téma: Zrkadlenie
 Závies a brošňa 2004
 80 x 30 mm, 75 x 35 mm
 tepaná mosadz, galvanicky poniklov
 autor fotografie: Jakub Klimo

Šperky ako symboly súčasnosti. Túžby, emócie vyvolávajú svojím leskom, tvaroslovím.



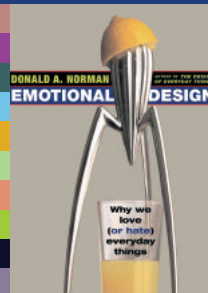
Bety K. Majerníková
 Téma: Small personal gadgets
 Závies a brošňa 2005
 60 x 30 mm
 plast, ready-made
 autor fotografie: Bety Majerníková

Projekt sa opiera o skutočnosť, že emócie dnes často vyvolávajú informácie a obrazy sprostredkované drobnými elektronickými prístrojmi, ktoré sa nosia podobne ako šperky priamo na tele alebo upevnené na odev. Série objektov-šperkov sa stáva individuálnym odkazom na tieto prístroje a emócie, ktoré vyvolávajú.

Láska a nenávisť k veciam

text Jozef Kovalčík

Bežné, ale aj výnimočné predmety, ktorými sme každodenne obklopení, majú pre nás rozličnú hodnotu. Pre niekoho sú náramkové hodinky nenahraditeľnou praktickou súčasťou života, pre iného sú šperkom, ktorý má vhodne dopĺňať oblečenie či predmetom poukazujúcim na spoločenské postavenie. Mnohí z nás si nevedia predstaviť život bez nejakého milovaného kusu nábytku, hoci pre niekoho iného môže byť bezcennou a nepoužiteľnou haraburdou. Z akého dôvodu niektoré veci zbožňujeme a k iným cítime neprekonateľný odpor? Čo nás vedie k uchovávaniu predmetov, hoci nemajú nijakú hodnotu? Prečo k niektorým veciam zahoríme láskou hneď na prvý pohľad a prečo iné nenávidíme už len pri letmom pohľade? Ako si má s týmito zdanlivo jednoduchými skutočnosťami a otázkami poradiť dizajnér? Má zmysel sa nimi vôbec serióznejšie zaoberať? ■ Známy kognitívny vedec a teoretik dizajnu Donald A. Norman týmto problémom a otáznikom venoval celú svoju poslednú knižnú publikáciu *Emocionálny dizajn. Prečo milujeme (alebo nenávidíme) bežné predmety*. Rozdelil ju na dve časti, pričom v prvej z nich približuje svoje teoretické východiská, opisuje a hľadá zdôvodnenia tvrdení, ktoré potom v druhej, obširnejšej časti venovanej praxi dokazuje na mnohých konkrétnych príkladoch. Jeho základnou tézou je to, že emocionálna stránka dizajnu je najdôležitejšou pre úspech produktu, dokonca aj v porovnaní s praktickou či funkčnou stránkou predmetu. Pripúšťa, že všetky tieto komponenty sú veľmi dôležité, a venoval im aj niekoľko predchádzajúcich prác, no rozhodujúca je emocionálna zložka, ktorou produkty disponujú alebo ktorým, naopak, chýba. ■ Kniha sa začína pôsobivým porovnaním troch rozličných čajníkov. Prvý z nich je od francúzskeho dizajnéra Jacqua Carelmana, ktorý je určený masochistom, pretože má dohora vytočené hrdlo umiestnené na tej istej strane ako ucho čajníka, čo ho robí prakticky nepoužiteľným. Druhý čajník „Nanna“ od nemeckého dizajnéra Michaela Gravesa možno síce používať bežným spôsobom, no nad funkčnosťou sa tu jednoznačne vyníma jeho vzhľad. Ved' koho by nechalo chladným šarmantne bacuľaté telo tejto priesačnej nádoby pohodlne usadenej na tri pričepené nôžky? Asi iba toho, kto by dal prednosť tretiemu, nakláňajúcemu sa čajníku od nemeckej firmy Ronnefeldt. Ten sa používa tak, že sa do priehradky v hornej časti vložia čajové lístky, ktoré sa zalejú horúcou vodou, keď je čajník položený horizontálne. Po prvotnom zafarbení vody je potom potrebné dať ho do naklonenej polohy, aby sa proces lúhovania dokončil bez toho, aby lístky plávali v celej nádobe. Čajník treba postaviť vertikálne, keď je proces ukončený, aby sa čajové lístky nedotýkali vody a čaj nezhorkol. ■ Každý z týchto čajníkov podľa Normana reprezentuje jednu zo stránok dizajnu alebo, presnejšie, u každého z nich dominuje iný dizajn. „Nanna“ čajník zaraďuje pod inštinktívny dizajn, keďže tu prevláda vzhľad predmetu a jeho vizuálna príťažlivosť. Za behaviorálny dizajn zas považuje nakláňajúci sa



čajník, keďže mu dominuje funkčnosť a kvalita používania predmetu. Nepoužiteľný čajník pre masochistov určite upúta svojím vonkajškom, no táto jeho stránka zostane v úzadí, keď sa ponoríme do úvah a príbehov, ktoré provokuje a rozpráva; preto aj patrí k reflexívnemu dizajnu. ¶ Norman sa každému z týchto dizajnov podrobne venuje z teoretickej i praktickej stránky, pričom sa nebráni uviesť jeho klady i negatíva. Pri inštinktívnom dizajne dominuje vizuálna stránka, na ktorú ľudia reagujú a ktorú vyhodnocujú ihneď. Podobne to robia aj ostatné živočíchy v prírode, podľa vzhľadu vecí inštinktívne hodnotia, či ide o dobrú, alebo o zlú vec, príjemnú, či odpudivú, užitočnú alebo škodlivú. Inštinktívnu stránku dizajnu budeme mať na mysli vtedy, ak nejaký predmet označíme ako „pekný“, hoci sa pri tomto výroku celkom nezabavíme istých rozpakov. „Vo svete dizajnu sa *pekné* prijíma s nevôľou, odsudzuje ako prízemné, malicherné alebo také, ktorému chýba hĺbka a substancia (...), pretože dizajnéri chcú, aby ich kolegovia považovali za imaginatívnych, kreatívnych a hlbokých; vytvárať niečo *pekné, milé* či *smiešne* sa preto nie veľmi akceptuje. Lenže v našich životoch je predsa dosť miesta pre takéto veci, nezáleží na tom, či sú jednoduché“ (s. 66–67). Podľa Normana tí, čo vytvárajú za každú cenu sofistikovaný dizajn, sú často odsúdení na neúspech a navyše ide o dizajn, ktorý je pochopiteľný iba v rámci určitej kultúry a je závislý od módných trendov. ¶ Pri behaviorálnom dizajne sú dôležité štyri komponenty: funkcia, pochopiteľnosť, použiteľnosť a fyzický dojem. Najdôležitejšia je tu samozrejme funkcia. Ak napríklad pero bude obsahovať všetky ostatné zložky, no nebude písať, je nanič. Produkt musí spĺňať jednak okamžité potreby človeka, no ako Norman podotýka, dizajnér by mal uhádnuť aj neartikulované potreby spotrebiteľa. Ďalej musí byť veľmi ľahko zrozumiteľný, ako s daným produktom narábať a na čo je určený. Dizajnér musí tiež dbať na to, aby produkt ľahko fungoval, aby sa s ním dobre narábalo a zákazník sa pritom cítil príjemne, bez stresu a negatívnych pocitov. Pri behaviorálnom dizajne hrá dôležitú úlohu tiež to, ako pôsobí daný predmet na dotyk, aký má fyzický povrch a aké dojmy táto plocha vyvoláva. Norman si myslí, že tieto nároky možno zosúladiť iba vtedy, ak sa behaviorálny dizajn bude „orientovať na človeka, zameriavať sa na porozumenie a uspokojenie potrieb ľudí, ktorí skutočne produkt používajú.“ Teda to, čo pokladajú dizajnéri za dôležité, by malo byť v úzadí, pretože tí „vedia veľa o technológiách, no veľmi málo o tom, ako ostatní ľudia žijú svoje životy a vykonávajú svoje aktivity“ (s. 81). ¶ Norman napriek veľkému zdôrazňovaniu inštinktívneho a behaviorálneho dizajnu neodmieta ani reflexívny dizajn. Ten nemilujeme pre jeho vzhľad ani pre jeho praktickú stránku, hoci samozrejme ani jednu z nich nevyklucuje. Reflexívny dizajn zbožňujeme kvôli nemu samému. Je bodom, od ktorého sa odvíjajú príbehy a kde sa začínajú úvahy. Dá sa dokonca povedať, že viac ako sám

objekt je tu dôležitejší kontext, ktorý zásadne determinuje to, ako sa daný produkt chápe, prijíma a akým spôsobom sa svojmu majiteľovi či určitej skupine prihovára. Tento dizajn podčiarkuje a zdôrazňuje status človeka, ktorý ním disponuje, je súčasťou jeho imidžu a poukazuje na spoločenské postavenie, ktoré mu prináleží, čo však neznamená, že ide výlučne o exkluzívne výrobky, ručne vytvárané či produkované v limitovaných sériách. Špecifickú hodnotu týmto veciam totiž priznáva jednotlivec, pričom ostatní ich môžu tiež pokladať za bezcenné. Pohľadnice či lacné suveníry nám na to slúžia ako dobrý príklad. Dôvod, pre ktorý niektoré predmety pokladáme za sebareprezentatívne a iné iba za bežné či bezcenné, pokladá Norman za kultúrnu otázku, ktorá je mimo rámca jeho kompetencie. ■ Podľa Normana pre inštinktívny, behaviorálny či reflexívny dizajn hrá veľmi dôležitú úlohu to, ako súvisia s emóciami a poznávaním. Treba však poznamenať, že ich nekladie do protikladov, nechápe logické, objektívne a ľudské poznávanie ako protiklad nevyspytateľných, animálnych a iracionálnych emócií. Práve naopak, Norman tvrdí, že emócie sú súčasťou poznávania, pričom ho výrazne ovplyvňujú. Emócie sú kľúčom k nášmu vzťahu k predmetom, dokonca sú často dôležitejšie ako naše racionálne hodnotenia. Poznávanie nám umožňuje interpretovať svet okolo nás, no emócie nám umožňujú urobiť rýchle rozhodnutia, čo odporuje starému a mylnému presvedčeniu, že proces rozhodovania je výlučne racionálnou aktivitou. ■ Ak budeme emócie chápať týmto spôsobom, stane sa pre nás evidentné, akú úlohu hrajú v každom zo spomínaných typov dizajnu. Pri inštinktívnom dizajne je to asi najzrejmejšie, keďže vzhľad a vizuálna stránka produktu útočia najprv na emocionálnu stránku človeka, ktorá predchádza akémukoľvek vedomému uvažovaniu a mysleniu. Inštinktívna stránka výrobku na nás teda vplyva ako prvá, formuje naše prvé závery a reakcie na artefakt, je teda neprehliadnuteľnou bázou akéhokoľvek úsudku a hodnotenia. ■ Pri behaviorálnom dizajne hrajú emócie trochu odlišnú úlohu. Spájajú sa skôr so skúsenosťami, ktoré má majiteľ s daným produktom. Keďže tu je dôležitá predovšetkým praktická stránka, bude ho zaujímať, aké emócie v ňom zanechalo fungovanie predmetu, ako jednoducho a jasne sa dal používať a čo ho naopak rozladilo, znechutilo či úplne odradilo od používania produktu. Na prvý pohľad by sa mohlo zdať, že tu ide skôr o racionálnu aktivitu, no nie je to celkom tak. Stačí si spomenúť, ako reagujeme, keď nám dobre nefunguje nejaké bezvýznamné tlačidlo na mobile: s nechutou a odporom narábame s celým telefónom napriek tomu, že daný gombík nemusí byť práve tým najdôležitejším a nenahraditeľným. Na druhej strane, ako si ťažko vedia mnohí predstaviť život bez svojho výborne fungujúceho, hoci aj zastaraného či staromódneho telefónu. ■ Emócie sú najviac ovplyvnené poznávaním, racionálnym úsudkom a pomerne nestrannou interpretáciou v prípade reflexívneho dizajnu. Navyše, na

rozdiel od predchádzajúcich dvoch typov, reflexívny dizajn si vyžaduje odstup a uvedomenie si toho, čo daný produkt pre nás predstavuje. „Reflexívny dizajn spočíva v dlhodobých vzťahoch, v pocitoch zadosťučinenia vyplývajúcich z vlastníctva, vystavovania a používania produktu. Sebaidentita osoby je situovaná v reflexívnej úrovni, miesta, kde je interakcia medzi produktom a identitou dôležitá a poukazuje na hrdosť (alebo hanbu) z vlastníctva či používania produktu“ (s. 38). Treba však tiež zdôrazniť, že napriek svojej nadradenosti a odstupu emócie spojené s reflexívnou stránkou dizajnu nemusia vždy zvíťaziť v boji s emóciami, ktoré vzbudia inštinktívny či behaviorálny dizajn. Ved' auto, ktoré po všetkých stránkach vyhovuje našim nárokom a finančným možnostiam, vôbec nemusí byť tým, v ktorom sa odvezieme z predajne. Rozobral som a opísal iba základný rámec, v ktorom sa Donald A. Norman pohybuje pri svojich komplexných úvahách o úlohe emócií v dizajne a o postavení emocionálneho dizajnu. Uviedol som iba malý zlomok z mnohých príkladov, ktorými podopiera svoje argumenty, pričom to robí bez toho, aby fakty prispôboval svojej teórii, ktorej hranice a obmedzenia si uvedomuje a neobáva sa ich zdôrazňovať. Pre dizajnérov môže byť zaujímavá najmä praktická časť, kde veľmi podrobne analyzuje a približuje to, čoho sa treba pri navrhovaní jednotlivých výrobkov pridržovať, čoho sa zas vyvarovať a čo rozhodne treba mať na pamäti bez ohľadu na to, či cieľom tvorby je viac inštinktívny, behaviorálny či reflexívny dizajn. Pre ostatných čitateľov bude asi najzaujímavejší záver knihy, kde Norman konštatuje, že dizajn nie je celkom doménou dizajnérov, pretože všetci si produkty neustále prispôbujeme, uvádzame do iného kontextu, a tým ich vlastne pretvárame a nanovo navrhujeme...

Donald A. Norman: Emocionálny dizajn.

Prečo milujeme (alebo nenávidíme) bežné predmety.

Basic Books, New York, 2004

Blízke stretnutia emocionálneho druhu

koncept Ľubica Hustá
foto Filip Vančo

styling Marcel Holubec W.
vizáž Alena Schulczová
modelka Mirka, agentúra Moode

O emóciách sa ťažko hovorí. Emócie sa prežívajú. Aj tie, ukryté v dizajne, k vám prevrávajú iba svojou tichou vnútornou rečou. Niekedy im nerozumieme podobne ako vlastným náladám. Chceli sme im trochu pomôcť na svetlo, a preto sme zinscenovali a vytvorili sériu fotografií, ktoré vyjadrujú a konfrontujú jednotlivé emócie. Na každej fotografii sme spojili odevný a produktový dizajn, aby spolu vytvorili celok – pocít. Lásku. hnev. strach. radosť a smútok.

Láska

Odev: šaty z kolekcie Love, sex,
fashion – Marcel Holubec W.

Topánky: Fiorangelo

Perly: Dasen

Produkt: zrkadlo – Roman Ficek,
stolička – Marián Laššák

Hnev

Odev: kolekcia Seven – Nina Joklová

Šperk: Barbora Dzuráková

Produkt: svietidlo – Prof. František
Burian

Strach

Odev: kolekcia Viva!

Orlando – Andrea Kvasnicová

Produkt: nočný stolík – Marián Laššák

Radosť

Odev: kolekcia Seven – Nina Joklová

Produkt: polica Žaba – Ondrej Eliáš,

Láska k rodnému

dizajnu – Prof. František Burian

Smútok

Odev: kolekcia Viva! Orlando – Andrea

Kvasnicová

Produkt: stolík – Roman Ficek,

Mačka z kolekcie

Gotik – Sylvia Jokelová





designum 6 – 2006



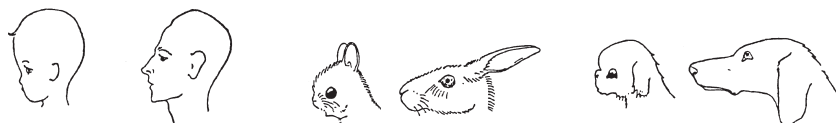


designum 6 – 2006



Čo sú to emócie?

text Alexander Köver



e1 kresby: Konrád Lorenz, 1943

Miesto úvodu

V lete roku 2006 ma požiadali, aby som pre časopis Designum napísal na hore uvedenú tému kratší článok. Pretože na VŠVU učím niekoľko rokov antropológiu, rozhodol som sa napísať tento článok z určitých podnetov, ktoré pri práci so študentmi v podobe určitých otázok a odpovedí na danú tému zažívam. ¶ V jedno letné ráno 2003 mi v ateliéri transport dizajnu jeden zo študentov na úvodnej hodine kurzu antropológie, v ktorej som sa pokúšal zistiť motiváciu študentov absolvovať môj kurz, povedal toto: „Vybral som si kurz antropológie preto, aby som sa dozvedel viac o vlastnostiach človeka, ktoré by mi potom pomohli vo vytváraní mojich objektov preňho, aby tieto objekty boli úspešné.“ Táto jednoduchá, ale geniálna veta ma neskôr inšpirovala k tomu, že som týchto mojich študentov transport dizajnu kvalifikoval ako autorov, ktorí vytvárajú objekty pre ľudí a pre mňa ako učiteľa, ktorý vytvára hovorené a písané slovo pre ľudí. Z naznačenej logiky potom vyplýva, že pri názve Emocionálny dizajn sa budem usilovať kvalifikovať najmä prvé slovo tohto názvu, teda slovo „emócie“. Dizajn prenechám zatiaľ na kvalifikáciu umenovedcom, umelcom. ¶ Otázka teda stojí tak, ako máme vytvárať objekty, ktoré by sa páčili – vyvolávali u človeka (ľudí) predpokladanú emocionálnu odozvu. Učiteľ antropológie pravdepodobne na túto otázku nemôže odpovedať bez vedeckých poznatkov o človeku. Pokúsime sa preto povedať na tejto malej ploche čo najviac o ľudských emóciách. Povieme to, čo sa z vedeckého hľadiska povedať dá, hoci často aj renomované vedecké idey podliehajú starnutiu a správajú sa veľmi podobne ako umelecké smery.

„Baby schéma“ v etológii

(O niektorých ideách, ktoré už dnes nie sú také veľmi kultové.)

Základnou otázkou je „čo sú emócie?“ Namiesto vedeckých definícií z rôznych období dejín psychológie by som s čitateľom hneď skočil rovnými nohami do testu. Skúste si pozorne prezrieť obrázky, ktoré nakreslil v roku 1943 Konrád Lorenz, nositeľ Nobelovej ceny, v zajateckom tábore vo Vitebsku na roztrhané vrečko od cementu. Čo vo vás – aké emócie vo vašej myslí – tieto obrázky vyvolávajú? Samozrejme, že je veľa možností – uhlov pohľadu na tieto obrázky, a tým aj mnoho emócií z toho plynúcich. Možno si vyberiete jednu – jeden uhol pohľadu – a to nasledujúci: „Na obrázku sú zobrazené niektoré (znaky) proporcie tváričiek mláďat, oproti nim stoja tváre dospelých (ich schémy). Tváričky mláďat sú ľuďmi všeobecne preferované a považujú sa za roztomilé. Všeobecne za to zodpovedajú znaky: veľká hlava, veľké oči, skrátený predozadný rozmer lebky.“ Táto schéma znakov spúšťa u ľudí funkciu ochranného a starostlivého správania sa voči mláďatám – rovnako u mužov, žien aj detí“ (obrázok je prevzatý z publikácie Eibl-Eibls-

feldt, 1993, s. 123). ■ Určitou komplikáciou možno je, že ochranné a starostlivé správanie voči mláďatám je vlastne správaním človeka a nie nejakou základnou emóciou, hoci bez emócie by pravdepodobne nevzniklo. Ochranné a starostlivé správanie je takým správaním človeka (správanie sa skladá z určitého vzorca – sekvencie dejov), na začiatku ktorého sú základné emócie, ako napr. radosť, vrelosť atď. V úsilí neodviesť čitateľa od otázky „Čo sú emócie?“ k otázke „Čo je správanie?“ je nutné na tomto mieste podotknúť, že autor tohto článku zastáva radikálne stanovisko, že k mysleniu a cíteniu nemáme priamy prístup. Nemáme on-line prístup ani k svojmu mysleniu a cíteniu a ešte horšie je to s prístupom k týmto dvom fenoménom u ostatných ľudí. O čítaní sa teda vždy dozvedáme na základe určitého správania človeka. ■ Vo vysvetlení dôvodu pôsobenia uvedenej Lorenzovej „Baby schémy“ alebo „Kinder schémy“ môžeme ísť do rôznych oblastí vedy, napr. do gestalspsychológie alebo do oblastí úvah o význame pôsobenia symetrie na človeka (jej preferovania u človeka), pre humánnu etológiu však najzávažnejším vysvetlením zostane, že „Kinder schéma“ vznikla v evolúcii a je výhodná (funkčná) pre deti v komunikácii s okolím (najmä s dospelými) pre ich vlastné prežitie, kvalitu komunikácie atď. Z hľadiska univerzálnych prvkov správania človeka ako druhu, univerzálného pôsobenia symbolov na človeka a predpokladu univerzálného vzniku emócií je zaujímavé, že detské objekty, ako napr. bábiky, od 15. storočia presne dodržiavajú detskú proporčnosť – znaky uvedené v „Kinder schéme“. Sem by sme mohli zaradiť aj napríklad tváre medvedíkov v našej karpatskej oblasti. Môžeme sa spýtať: „Vyrába sa medveď“ – kultové zviera v našej oblasti ako hračka pre deti v detských proporciách preto, aby bol deťom milý, aby v nich vyvolával pocity starostlivosti a ochranného správania?“ ■ Transkultúrnou komparáciou môžeme zistiť zhodu v pôsobení určitých schém cítenia a správania, čo dokazuje spoločný zdedený základ ako súčasť evolúcie človeka. Samozrejme niektoré schémy cítenia a správania majú hlbšie korene. Niektoré výrazy sú jednoducho spoločné všetkým ľudským kultúram. Sem patrí okrem uvedeného vplyvu „Baby schémy“ aj smiech a výrazy prekvapenia, nudy a úžasu. Čo je v súčasnosti takmer neuveriteľné je, že sa podrobne preskúmali neurofyzologické reprezentácie týchto výrazov, o čom sa zmienime ďalej.

Úsmev v etológii

Jednou z emočných univerzálií a vrodenej schém správania človeka je aj úsmev. Patrí k objavom Eibl-Eiblsfeldta, že úsmev človek nenadobúda vo svojom individuálnom vývoji učením, čo si Eibl-Eiblsfeldt všimol u detí s „večnou tmou a večným tichom“ (deti slepohluchonemé od narodenia). Tieto deti prejavujú v rámci neverbálnej komunikácie jasné mimické vzorce úsmevu. ■ Problémom naďalej však zostane modifikácia alebo sociálny kontext automatických vzorcov správania. Množstvo ľudských kultúr totiž modifikuje (zviačovýznamňuje) napr. gestá, mimické vzorce atď. Tento problém spočíva v tom, že univerzálie sú síce geneticky dané, ale môžu sa kultúrne modifikovať (učením, v ontogenéze – vo vývine jedinca počas jeho života, tradíciou v kultúre). ■ Bolo by asi príliš idylické, keby sa podstata ľudského správania dala vysvetliť z genetiky a evolúcie človeka pomocou vrodenej automatizmov. To pochopila asda aj etológia, ktorá sa od 60. rokov 20. storočia vybrala iným smerom.

Je možný genetický determinizmus emócií a správania?

Niektorí kritici obviňujú etológov či evolučných psychológov z prílišného genetického determinizmu. Chcú tým v podstate povedať, že tieto dve vedecké orientácie prikladajú prílišný význam génom a málo dbajú na vplyv prostredia. Kritici evolučnej alebo evolučne psychologickej

orientácie sa domnievajú, že takéto uvažovanie o človeku nakoniec vedie k presvedčeniu o nevyhnutnosti a nemennosti emócií a veľkej časti ľudského správania. Aj v bežných pracovných sporoch so študentmi sa často prejavuje nechuť chápať človeka ako čisto geneticky determinovanú bytosť. Ak sa na problém determinizmu emócií a správania vôbec pozrieme bližšie, zistíme, že obvinenie z genetického determinizmu je celkom nezmyselné z troch nasledujúcich dôvodov: ■ 1. Celých dvesto rokov v západnej filozofii a vo vede sa ľudia dohadujú o tom, či je ľudské správanie, a tým aj emócie dielom prírody, alebo výchovy. V rámci tohto dodnes trvajúceho sporu dominuje na jednej strane barikády Francis Galton, ktorý tvrdil, že osobnostné črty, kognitívne odlišnosti, preferencia základných emócií sú určené už vo chvíli narodenia človeka. Heslo z jeho knihy *Vrodený génius* z roku 1869 znie: „Géniovia a idioti sa rodia a nie vytvárajú.“ S nástupom genetiky v 20. storočí sa však spor medzi prírodou a výchovou zmenil na spor medzi genetickým vybavením na jednej strane a výchovným pôsobením (pôsobením prostredia) na druhej strane. Napriek tomu sa barikády nezmenili. Etológia a genetika správania zo 60. rokov 20. storočia si vytvorili rolu sudcu, ktorý chce rozhodnúť, čo je na každej zo súperiacich teórií pravdivé. Genetici správania dospeli nakoniec k šalamúnskemu výsledku, že sa na vzniku jednotlivých psychologických vlastností (a tým aj emócií) podieľajú v rôznej miere od prípadu k prípadu. Napríklad za autizmus sú najviac zodpovedné gény, za inteligenciu genetické faktory a faktory prostredia zodpovedajú na polovicu (prekvapivo sa zistilo napríklad, že starnutím nadobúdajú gény väčšiu dôležitosť). ■ 2. Ak genetici správania tvrdia, že napr. inteligencia je na polovicu genetická, myslia tým, že za polovicu rozdielov v nameraných hodnotách inteligencie zodpovedajú genetické odlišnosti. Etológia a neskôr evolučná psychológia nepovažuje však tieto rozdiely za príliš významné, pretože obidve tieto oblasti sa zaoberajú skôr spoločnými črtami ľudského správania. Ide im o človeka ako takého. Tieto dve orientácie, argumentácie, školy a teórie poznávajú vlastne vzájomné pôsobenie oboch vplyvov. ■ 3. Je teda ľudské správanie spolu so základnými emóciami nevyhnutné a nemenné? Etológia a evolučná psychológia sa domnievajú, že akékoľvek ľudské správanie je možné vo väčšine prípadov zmeniť. Všetky emócie a každý spôsob správania sú výsledkom pôsobenia našej mysle a prostredia. Výsledkom pôsobenia rôznych prostredí je odlišný vývoj mysle a emócií. Odlišný je potom aj spôsob, akým myseľ a emócie pôsobia na isté správanie. Hlavným heslom ľudskej mysle a emócií je teda pružnosť. Emócie, ako aj správanie sú síce naprogramované, ale naprogramované tak, aby boli závislé od rôznych spúšťacích mechanizmov prostredia.

Čo sú to teda emócie?

V *Emocionálnej inteligencii* Daniela Golemana (Goleman, 1997, s. 273–274) sa dočítame, že sa vedci nezhodli v tom, čo tvorí primárne spektrum citov, ktorých miešaním vznikajú všetky ostatné emócie. Navrhovaná schéma tohto autora uvádza osemmiestnu schému jednotlivých kategórií a podkategórií. Klóni sa spolu s inými autoritami k názoru, že existuje malá hárka základných emócií – hnev, smútok, strach, potešenie, láska a zahanbenie, kombináciou ktorých vzniká nekonečné množstvo odteňov nášho citového života. Niektoré vedecké teórie vysvetľujú pestré odtiene pomocou kategórií temperamentu, teda sklonu k určitým emočným stavom či náladám, ktoré rozhodujú o dlhodobej preferencii toho, či sme melancholickí, alebo zahanbení v určitých situáciách pri určitom pôsobení vonkajších podnetov. Čo je však dôležité na tzv. emocionálnej inteligencii, je to, že ponúka celkom znesiteľný a pomerne odromantizovaný model fungovania emočných a analytických výkonov v mozgu. ■ Ak to zhrnieme, Goleman ukončil jednu dlhotrvajúcu

júcu vedeckú dilemu o tom, či je človek emocionálny, alebo racionálny. Neurofyziológia naozaj dokázala umiestnenie emočných centier v mozgu (amygdala), emočných dráh a fungovanie jednotlivých emócií (aspoň tých niekoľkých základných). Goleman vyriešil dilemu medzi racionálnym a emocionálnym takto: ■ 1. Amygdala ako jedna z najstarších častí mozgu je evolučne staršia ako čelové laloky mozgu. ■ 2. V amygdale na základe určitých podnetov vznikajú emócie, ktoré sú veľmi rýchle a veľmi pohotové. ■ 3. Do výslednej reakcie človeka na podnet sa však zapájajú aj hemisféry (čelová časť mozgu) so svojimi analytickými riešeniami, pomalšími, ale bezpečnejšími. ■ 4. Emocionálne a racionálne kooperuje. Emocionálne môže zaplaviť a potlačiť analytické. ■ 5. Analytická časť mozgu je vývojovo mladšia a rozsiahlejšia. ■ Presunieme sa teraz z oblasti exaktného posudzovania emócií u človeka do oblasti sociálneho kontextu znakov a významov, hoci evolučné a neurofyzilogické prístupy k otázke emócií nás ešte v budúcnosti v mnohých veciach prekvapia.

Druhá personálna a spotrebná revolúcia a Lipovetského éra prázdnoty

Lipovetsky vo svojom predslove ku knihe *Éra prázdnoty* napísal nasledujúcu vetu, ktorú môžeme pochopiť ako motto ku skúmaniu otázky, aký je vlastne človek v súčasnosti, aké spoločenské procesy ho obklopujú a aké emócie ním zmietajú, čo tiež prinesie určité odpovede na otázku, čo sú to emócie. Citát (Lipovetsky, 1998, s. 9): „Zdá sa totiž, že vznik sveta vecí, obrazov, informácií a nástup hedonistických, permissívnych a psychologizujúcich hodnôt, ktoré s tým súvisia, viedli nielen ku vzniku novej formy ovládania ľudského správania, ale zároveň k nebyvalému rozrôzneniu spôsobov života, a k neustálym výkyvom v súkromnom živote, vo viere i v životných rolách.“ ■ Lipovetsky naznačuje, že na pochopenie toho, čo súčasného človeka obklopuje, je potrebná nová logika, ktorá zasahuje všetky spoločenské procesy v pomerne veľkej miere. Tento proces nazýva procesom personalizácie. Z historického pohľadu sa proces personalizácie u autora prezentuje ako hlavná vývojová línia, ktorou sa západné demokracie vymaňujú „z disciplinovane revolučných konvencií“, pričom zmysel tohto vymaňenia je rozchod s fázou modernej spoločnosti, ktorú môžeme charakterizovať ako spoločnosť univerzálna a ideologicky donucovaciu. Kľúčovou myšlienkou je, že tento proces personalizácie vedie k zániku socializácie založenej na disciplíne. Opačne povedané, tento proces vedie k pružnej spoločnosti založenej na informáciách, na stimulovaných potrebách, na sexe, na „kulte“ prirodzenosti, srdečnosti a humoru.

Na záver

Ako sme ukázali, emócie môžeme preskúmať z dvoch zásadných hľadísk. Najsympatickejším pre posolstvo tohto článku bude pravdepodobne prístup analýzy našej skutočnosti, a to skutočnosti sociálno-politickej a individualistickej skutočnosti, k čomu nám Lipovetsky povie aspoň toľko zaujímavého ako etológia, evolučná psychológia, neurofyziológia a emocionálna inteligencia.

Použitá literatúra:

EIBL-EIBLSFELDT, I.: Sein Schlüssel zur Verhaltensforschung. München: Realis Verlags – GmbH., 1993.

GOLEMAN, D.: Emoční inteligence. Praha: Columbus, 1997.

Lipovetsky, G.: Éra prázdnoty. Úvahy o současném individualismu. Praha: Prostor, 1998.

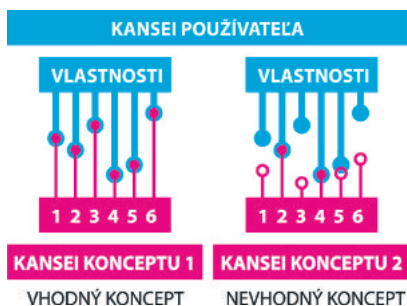
Kansei Engineering – predvídanie emócií

text Martin Struss

foto archív autora

Už v 70. rokoch sa pri vývoji výrobku začali hľadať systematické metódy na adresnejšie stvárnenie výrazu produktu. Cieľom bolo, prirodzene, čo najrýchlejšie upútať, či dokonca „ovládnúť“ spotrebiteľa a zlepšiť dôveru vo výrobok. Do celej skupiny metód analýz funkcií a kvality (Quality Function Deployment) pribudol v 80. rokoch z Japonska Kansei Engineering, ktorý zahŕňa technickú funkčnosť a emotívny výraz, informáciu a inšpiráciu. Objekty nie sú hodnotené v izolácii, ale v kontexte. Pracuje sa s nimi, sú ohmatané, niekedy ich je počuť alebo aj chutia. ■ Cieľom Kansei Engineering je hľadanie štruktúry pocitov, ktoré sú za ľudským správaním. Táto štruktúra sa označuje ako osobné 'kansei'. A Harada vo svojich výskumoch dospel k výsledku, že názor človeka na umelecké dielo či návrh nie je založený na logike, ale na 'kansei'. Slovo 'kansei' v sebe zhŕňa významy takých slov ako zmysel, citlivosť, pocit, estetika, cit, náklonnosť a intuícia. 'Kansei' je osobný, subjektívny účinok, ktorý sa nedá slovami celkom opísať a jeho definícia sa priebežne mení. Je to súhra intuície a rozumovej aktivity, schopnosť intuitívneho porozumenia a racionálneho vnímania – v podstate základný predpoklad dizajnerskej tvorivosti. ■ Jeden z prvých produktov navrhnutých s využitím Kansei Engineering a úspešne uvedených na americký trh bol kabriolet Mazda Miata (u nás MX-5) v roku 1990. Pri jeho návrhu išlo o špecifikáciu športového automobilu pre mladých dospelých klientov a prostredníctvom tejto metódy zodpovedať napríklad na otázku: „Aká veľká radiaca páka najlepšie zodpovedá výrazu 'môj vlastný spôsob ovládania' ?“. Takisto sa zistilo, že cieľová skupina miluje zvláštny druh zvuku motora v zábere. S týmto cieľom bolo upravené výfukové potrubie. Mimochodom, druhá generácia automobilu je aj po 16 rokoch stále v predaji.

Na základe vlastného kontaktu s pedagógom Kansei Engineering pánom Toshimasom Yamanom z univerzity v Tsukube¹ sa pokúsím orientačne priblížiť princípy tejto metódy v rámci vývoja výrobkov: ■ *mapovanie cieľovej skupiny* – v prvej fáze je dôležité vedieť, čo je schopný konečný používateľ prijať. Cieľom je zmapovať jeho osobné (skupinové) 'kansei' pomocou pozorovaní, dotazníkov či rozhovorov s následným vyhodnotením a vzájomným porovnaním viacerých respondentov. ■ *zostavenie produktu 'kansei'* – v tejto fáze je už možné stanoviť čiastkové parametre



niektorých vlastností. Po zostavení skupiny vybraných vlastností konceptu kompatibilných s používateľom je vhodné variantné čiastkové riešenia otestovať na vzorke používateľov. **Špecifikácia vlastností budúceho objektu** – je vlastne posledným krokom v rámci vývoja produktu. Na základe zistených skutočností sa vlastnosti zhrnú do konkrétnej špecifikácie vlastností budúceho výrobku. **Kansei Engineering** sa samozrejme dá používať aj na spätné hodnotenie výrobkov či na analýzu konkurenčných produktov.

Vedci S. Lee, A. Harada a P. J. Stappers² navrhujú používať aj obrazy pri komunikácii s používateľmi či klientmi. Obrazy poskytujú veľa slovne neopísateľných informácií, ako sú tvary, farby, textúry či nálady. Veria, že dizajn založený na Kansei Engineering má moc interpretovať ľudské pocity a dojmy. Takýto dizajn umožňuje vytvárať v živote potešenie z výrobku, pretože sa zameriava na ľudské správanie vrátane citových akcií a reakcií.

Ak by ste sa chceli o problematike dozvedieť viac, máte šancu zúčastniť sa na prvej európskej konferencii o Kansei Engineering:
First European Conference on Affective Design and Kansei Engineering, Helsingborg / Švédsko,
 18. – 20. 6. 2007
 alebo prezrieť webstránky:
www.kansei.eu
www.jske.org

Poznámky:

¹ Prednáška na Université de Technologie de Compiègne, 2003.

² *Pleasure with Products: Beyond Usability*, edited by William S. Green a Patrick W. Jordan, Taylor & Francis, London, 2002, (S. Lee, A. Harada, P. J. Stappers: „Design based on Kansei“), s. 219–228.

Písmo a emócie

text Ľubica Hústá

Pri téme emocionálny dizajn sme nechceli obísť ani grafický dizajn, konkrétne tvorbu písma. Z pohľadu „človeka zvonka“ má v sebe každé písmo zakódovaný aj emocionálny náboj. Spomeniem prívlastky, ktoré sa s písmom občas spájajú, napríklad: „to písmo je také suché, to písmo je príliš optimistické, prečo si zvolil taký expresívny font...“ a pod. Zaujímalo nás, ako vníma prítomnosť emócií v písme jeho tvorca. Oslovili sme teda českého typografa Františka Štorma, zakladateľa Strešovickej písmolejárne, ktorá je zameraná na výrobu pôvodných počítačových fontov. Viac sa o nej dozviete z čísla Designum 4/2006, v ktorom bolo Štormovo autorské písmo Farao písmom čísla.

Helvetica

Garamond

Bodoni

Baskerville

Hiroshige

Zapfino

Všimne si grafický dizajnér pri detailnom pohľade na novú rodinu písma aj jeho „náladu“? **Ako sa to prejavuje?** Asi áno. Typograf sa pozerá na písmo inak ako bežný čitateľ, ja napríklad mám problémy s čítaním, pretože knihu prezerám a hodnotím tvary a medzery písma, to je vážna prekážka. Rovnakým problémom je zvýšená emocionalita niektorých písem. Výtvarné emócie patria do voľného umenia, v typografii ich musíme vážiť na laboratórnych váhach. Náladovosť už vôbec nie: grafický dizajnér je profesionál, ktorý musí odolávať vášňam v profesionálnom živote, ale zároveň jeho práca nesmie byť fádna a nezaujímavá. Preto musí mať všetky emócie pod kontrolou a pokiaľ sa mu to nedarí, nech robí voľné umenie a performanciu, tam to patrí. Ja poznám niekoľkých typografov, ktorí robia divadlo, maľujú a vôbec, vyvádzajú, ale vedľa toho dokážu s chladnou hlavou typograficky vkusne upraviť knihu. **Je možné výberom istého písma zvýrazniť emocionálny náboj, ktorý chceme textom tlmočiť?** Všetko je možné, ale vyzerá to dosť amatérsky a detinsky. Do textu patrí dobrý Baskerville. veľkosť okolo 10 bodov, „vyblbnúť“ sa môžem na obálke a plagáte. Už starnem a nie som ochotný sledovať grafické výstreľky batoliat. **Reaguje vôbec tvorba písma západoeurópskej kultúry na emócie? Ak áno, v ktorých písmach sa dá vystopovať emocionálne pozadie?** Zaiste, no múdri typografi pracujú s emóciami ako s rádioaktívnym materiálom, veľmi opatrne. Každé písmo má svoju dávku a tá je presne odstupňovaná i merateľná. Môžeme si ľahko predstaviť akúsi ukážkovú stupnicu, na ktorej začiatku bude napríklad Helvetica (s 0 % emócií), a na opačnej strane Hiroshige alebo Zapfino (ak mám uviesť tie najodpornejšie 100-percentné emocionálne písma). Približne 15 % má Garamond, Bodoni a Baskerville, ktoré môžeme použiť na knižnú sadzbu, a nad 30-percentné sú iba hlúposti a experimenty.

Topánky sú architektúra

text Ľubica Hustá

foto archív Rema D. Koolhaasa

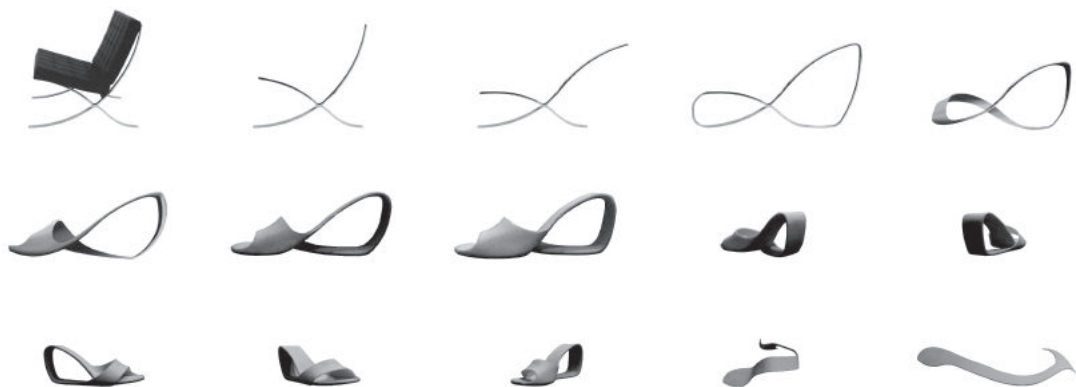
Rem D. Koolhaas je mladý holandský architekt. Verejnosť si ho často mýli s jeho menovcom a strýkom, rešpektovaným architektom Remom Koolhaasom. Nemá to rád. Možno aj preto sa rozhodol opustiť architektúru a presmerovať na dizajn. Konkrétne na dizajn obuvi. Myslenie architekta v sebe, ale nezaprel. Svoje topánky koncipuje ako svojbytné architektonické objekty. Rozdiel je v mierke a vo význame.

V Bratislave sa predstavil v rámci Clubovky. Prednáška bola súčasťou otvorenia jedného obchodného domu s nábytkom. Po nej nasledovala módna prehliadka jeho obuvi spojená s divokým tancom mladých žien, ktoré mali zaujať prítomnú, dosť rôznorodú spoločnosť. Tých, čo prišli „na Koolhaasa“, v nej bolo pomenej, viac ľudí prišlo na nasledujúci raut. Prednáška však pravdepodobne zaujala aj tých druhých. Auditórium bolo celý čas nahustené. Ale dosť o okolnostiach. Zaujímavejší bol obsah. Koolhaas predstavil genézu svojho konceptu aj jeho následné vývojové mutácie a výstupy. Všetko sa začalo počas jeho diplomového projektu. Zaujala ho klasická dizajnérska ikona – stolička Barcelona od Ludwiga Miesa van der Rohe. Vzal si rám stoličky a začal ho transformovať. Pridal tretí rozmer. Tak vznikol Mobius – pás, z ktorého potom vytvoril základ prvej kolekcie svojich topánok. Po Mobiusu prišiel Porn s jasným konceptom. Jedna forma v ňom preniká cez druhú. Potom Šarpej a čižmy, ktoré kopírujú šarpejovskú „deformáciu“. Teda keď má niekto priveľa kože na tele. A za tým nasledovali topánky inšpirované Charlesom Eamesom. Počas prednášky

viackrát zaznelo slovo samplovanie foriem. Aj Koolhaas je dôkazom, že mnohí dizajnéri súčasnosti intenzívne experimentujú v úrovni nazerania na podstatu vecí okolo seba.

Ako sa cíti dizajnér ako vy počas prezentácie v takomto špecifickom prostredí?

Je to zaujímavá skúsenosť. Nemal som s ňou problém, hoci som zvyknutý skôr na iný typ publika aj priestoru. Zatiaľ sme verbálne náš koncept prezentovali skôr medzi odbornou verejnosťou, architektmi a dizajnérmi a súčasťou bola aj odborná diskusia. Toto bol väčší pop, ale tanečnice sa mi páčili, takže som spokojný. **Zaregistrovali ste počas svojho krátkeho pobytu na Slovensku nejakú formu – tvar, ktorý sa vám zdal inšpiratívny?** Áno. Most cez Dunaj, ktorý má hore to elipsoidné teleso pripomínajúce UFO. (Nový most, pozn. red.) **Mohli by ste viac zadefinovať Mobius ako základný stavebný prvok svojho konceptu?** Mobius je v podstate nekonečný pás, ktorý keď rozložíte, stane sa obyčajným pásom. Dá sa s ním však pracovať ako so stavebným materiálom, ktorý má špecifické vlastnosti. Pre mňa bolo potom



f1

dôležité postaviť z neho topánku. Začal som študovať princípy, ako by sa to dalo. Zistil som, že pri klasickom navrhovaní topánok je základ v kopyte, ktoré formuje konečný tvar. Zároveň som v tom období pochopil, prečo nikdy nikto neprišiel na moju koncepciu. Je to preto, že to nie je koncepcia na navrhovanie topánky. Museli sme teda vymyslieť úplne nový spôsob navrhovania. Vtedy prišli na rad výpočty, výskum tvrdosti materiálov, výroba prvých odliatkov aj hľadanie výrobcu. Musím povedať, že nakoniec nám to celé trvalo dva roky. **Východiskom pre výskum bolo okrem iného vaše tvrdenie, že aj topánka môže byť architektúrou.**

Ako podporíte túto svoju tézu? Vychádzal som z mierky. Na začiatku som si zadefinoval architektúru do piatich úrovni mierky. Boli nimi topánka, nábytok, vila, veľká budova, krajina. A potom som aplikoval Mobius ako modul do jednotlivých úrovni mierky. Chcel som ukázať, že je adaptabilný a použiteľný vo všetkých piatich. Fungoval. Potom som sa venoval konštrukcii a správaniu materiálu. V konštrukcii sú samozrejme obmedzenia z hľadiska mierky. Je to podmienené prírodnými zákonmi. Okrem toho je dôležité

aj to, ako sa na veci pozeráme, ako ich vnímame a na záver je tu ešte jedna veľmi dôležitá vec, a tou sú emócie. Mierka výrazne pôsobí na emócie. Inak vnímame veľké a inak malé veci. Myslím, že architektúra spočíva v konštrukcii, priestore a vo funkcii. Zároveň je aj objektom na každodenné používanie a prostriedkom na ochranu života človeka. A to všetko sa podľa mňa hodí aj na topánku. Okrem toho si myslím, že všetko môže byť architektúrou, ak sa to ľudia rozhodnú za architektúru považovať. Je skutočne dôležité, ako nazeráte na veci okolo seba. **Na prednáške ste spomenuli aj nový -izmus, ktorý podľa vás začína byť vo svete čitateľný. Je to hiphopizmus. Mohli by ste ho opísať?** Hip-hop sa stal v hudobnom priemysle jedným z najzaujímavejších žánrov. Je tu už dávno, ale v posledných rokoch sa mu podarilo preraziť do rôznych ďalších žánrov, napríklad do popu, do rocku. Tá spolupráca je inšpiratívna a vznikajú z nej dobré veci. Podľa mňa je hip-hop jedným z najmokratrickejších štýlov alebo, inak povedané, je jednou z najlepších vecí, ktoré so sebou demokracia priniesla. Umožňuje aj ľuďom z geta vyjadriť nahlas svoj názor.



- f1 Genéza Mobiusu
- f2 Genéza Mobiusu (detail)
- f3 Eamz
- f4 Eamz
- f5 Mobius
- f6 Peel
- f7 Porn
- f8 Porn

Vypovedá o slobode slova. **Ked' sme pri slobode slova, osobne mám pocit, že vo vašom koncepte vám ide o oslobodenie formy. Zbavujete ju pôvodného obsahu a potom ju samplujete a využijete na vznik „obalu“ s novým obsahom.** Áno, páčia sa mi princípy tvorby typické v súčasnej hudbe, a tak ich využívam pri svojej práci. **Aktuálne už dlhší čas žijete v Číne. Ako na vás vplýva krajina s takou výraznou kultúrou, ale aj sociálnymi kontrastmi?** V Číne cítim veľa pozitívnej energie. Je to asi niečo podobné ako u vás – ekonomika sa vyvíja veľmi rýchlo, a to sa odráža aj na nálade spoločnosti. Všetko sa rýchlo mení, je to zápas, a ten zápas je veľmi inšpiratívny. **Vo vašich doterajších samploch foriem ste sa rozhodli pre diela architekta Miesa van der Rohe a dizajnéra Charlesa Eamesa. Zdá sa, že je vám teda blízky modernizmus. Neuvažujete siahnuť aj do hlbších dejín architektúry?** Áno, skutočne mám veľmi rád obdobie modernizmu. Ako dieťa som inklinoval k formám predstavujúcim budúcnosť. Nemal som síce rád sci-fi, ktoré sa odohrávalo mimo našej planéty – nepáčili sa mi klaustrofobické vesmírne lode, no mal som rád sci-fi, kto-

ré sa odohrávali na zemi. Z novších filmov spomeniem napríklad Piaty element. Ale inak ma oslovila jednoduchosť modernistických foriem. Navyše, ak si predstavím staršie dejiny – antiku, stredovek a pod., vidím veľa detailov, a to nemám rád. Zároveň vidím vysokú spoločnosť, cisárov, kráľov a ani to ma neoslovuje. Uprednostňujem čisté veci.



f3



f4



f5



f6



f7



f8

My world – nová subjektivita v dizajne

text Silvia Lutherová

foto autorka

V období, keď technológie umožňujú vyrábať dokonalé predmety a globalizácia obchodu i propagácie univerzalizuje vizuálne prostriedky, konzumenti aj dizajnéri začínajú pociťovať stereotyp a absenciu osobitejších riešení. Presýtenosť jednotvárnou produkciou sériovej výroby, spriemerňovaný vkus propagovaný v médiách, uniformné prostredia z katalógových projektov, to všetko je dôvodom postupného miznutia lokálnych špecifik i stôp ľudskej individuality. Tento súčasný trend, typický pre krajiny s výrazne rozvinutým dizajnerským trhom, podnietil sekciu architektúry a dizajnu v organizácii British Council hľadať alternatívu, ktorá by osobitú identitu či tvorivý potenciál pri navrhovaní produktov nepotláčala, ale naopak zdôrazňovala.

Alternatíva sa objavila v podobe tzv. personalizovaného dizajnu, postaveného na osobných kvalitách autora. Dizajnér integruje do svojho návrhu vlastný príbeh alebo motív, čím ho vlastne obohatí o subjektívny rozmer – protikladný voči objektivite komerčného tovaru. Na základe tejto myšlienky British Council skoncipoval putovnú výstavu My world, ktorá predstavuje 7 rôznorodých individuálnych prístupov k dizajnerskej tvorbe. Výsledkom sú dizajnerske objekty s vlastnou identitou, naratívne a emocionálne, zároveň však plne využívajúce sofistikované výrobné technológie, inak typické pre masovú produkciu.

Kombinácia individuálnej kreativity a osobného vzťahu k materiálu či výrobe sa tradične spája s remeselnou tvorbou. Autori výstavy tento moment nielenže vnímajú, ale dokonca ho povyšujú na kľúčovú problematiku projektu, keď tvrdia, že súčasťou individualizácie dizajnu je nové, aktuálne prehodnotenie remeselnej výroby. Dizajnerske produkty môžu popri svojej utilitárnosti obsiahnuť aj estetické alebo výrobné kvality typické pre remeselný produkt, no zároveň môžu obsahovať aj prepracovaný konceptuálny

kontext, čo je výsadným prostriedkom tzv. voľného umenia.

Mladí dizajnéri, vybraní na výstavu My world, pôsobia v rôznych oblastiach dizajnerskej tvorby v Británii – od nábytku cez módu až po multimédiá. Každý z nich sa vyjadruje vlastnou vizuálnou rečou, volí osobitý intelektuálny prístup a tvorivú metódu, inými slovami, každý má vlastný pohľad na svet. Jedno však majú podľa kurátorov výstavy spoločné – všetci prekračujú hranice dizajnerskej tvorby v ústrety remeselným postupom, rešpektíve, redefinované remeslo (v zmysle celého procesu od návrhu po predaj) nachádza v ich dizajnerských stratégiách nové uplatnenie.

Jedným z typických príkladov prepojenia remesla a personalizovaného dizajnu je inštalácia **Daniela Browna**, protagonistu tzv. „generatívnej“ animácie, ktorého londýnske Múzeum dizajnu vyhlásilo za Dizajnéra roka 2004. Hmotnú časť Brownovej inštalácie tvorí jednoduchý, snehobiely porcelánový riad a ustlaná posteľ. Pomocou autorského softvéru sa na povrchu predmetov pred očami divákov animuje dekor – najrozmanitejšie vzory sa neustále menia, vykresľujú a opäť miznú,



g1



g2

akoby maľované neviditeľnou rukou. V jednom okamihu vznikajú na riadoch pestré rokokové obrazce, no vzápätí sa premenia na strohé geometrické tvary modernistického dizajnu. Medzitým sa na posteľných obliečkach formujú bizarné postavičky, rozpínajú sa a zmršťujú v divom tanci. Dizajnér narába s digitálnou technológiou ako s dokonale zvládnutým remeslom. Prostredníctvom nej manipuluje a naoko vylepšuje výsledný produkt. Remeslo je prítomné aj v prenesenom význame ako osobná vízia, dôvtip, výraz, jedinečná výpoveď. Brown sa tu pohráva so symbolickou, magickou hodnotou značkového tovaru – hodnota značky je imaginárna, tak, ako je iluzórny premietaný dekór. Mágia zmizne, len čo sa projektor vypne a ostane iba obyčajný biely porcelán a obliečky s nezmenenými funkčnými kvalitami.

Holandský dizajnér **Peter Traag** (študoval produktový dizajn na Royal College of Art v Londýne) testuje naše vnímanie masovej produkcie prostredníctvom zasahovania do výroby sedacieho nábytku. Zaujímá sa, ako možno pravidlá technických alebo priemyselných procesov zmeniť, aby sa produkty zatriaktívnili,

priblížili spotrebiteľovi. Technologické objavy vo sfére dizajnu umožňujú tvorbou nezúčastňovať sa výroby. Traagovým úsilím je obrátiť tento trend a osobnou intervenciou narušiť zovšeobecnený charakter vyfabrikovaného nábytku.

Pre výstavu *My world* vytvoril kreslo a sofú z materiálov, ktoré sa zvyčajne likvidujú ako vedľajšie produkty industriálnej výroby. Vrstvy LTD potáhu spevňuje polyuretánom do foriem, ktoré vníma ako „kožu“ sedadiel. Výsledkom osobného prístupu k inak značne neprívetivému materiálu je pohodlný, voči ľudskému telu ústretový sedací nábytok. Remeslo prevzalo v tomto prípade úlohu transformácie – recyklácie banálneho, nezaujímavého produktu do výtvarne nového, aktualizovaného dizajnerskeho predmetu. Ako sa vyjadrili autori výstavy, sekundárne využitie materiálu odkazuje na remeselnú metódu produkcie, v rámci ktorej nadobúda predmet vlastnú históriu. Rozprávania príbehu a vkladanie metafor do produktov je ďalším príkladom novej subjektivity v súčasnom dizajne.

Tretím reprezentantom výstavy je spoločnosť **Doshi Levien**, ktorú tvorí Nipa Doshi – nábytková dizajnérka z Indie,

My world – putovná výstava ktorú usporiadala inštitúcia British Council, otvorená v septembri 2005 na Experimente – lisabonskom bienále dizajnu. Doposiaľ posledná reінštalácia sa uskutočnila na Bienále industriálneho dizajnu 2006 v Ľubľane.



g3



g4

Vystavujúci:

Danny Brown, Committee,
Doshi Levien, Neutral, Peter Traag,
WOKmedia, Alison Willoughby.

Kurátorky:

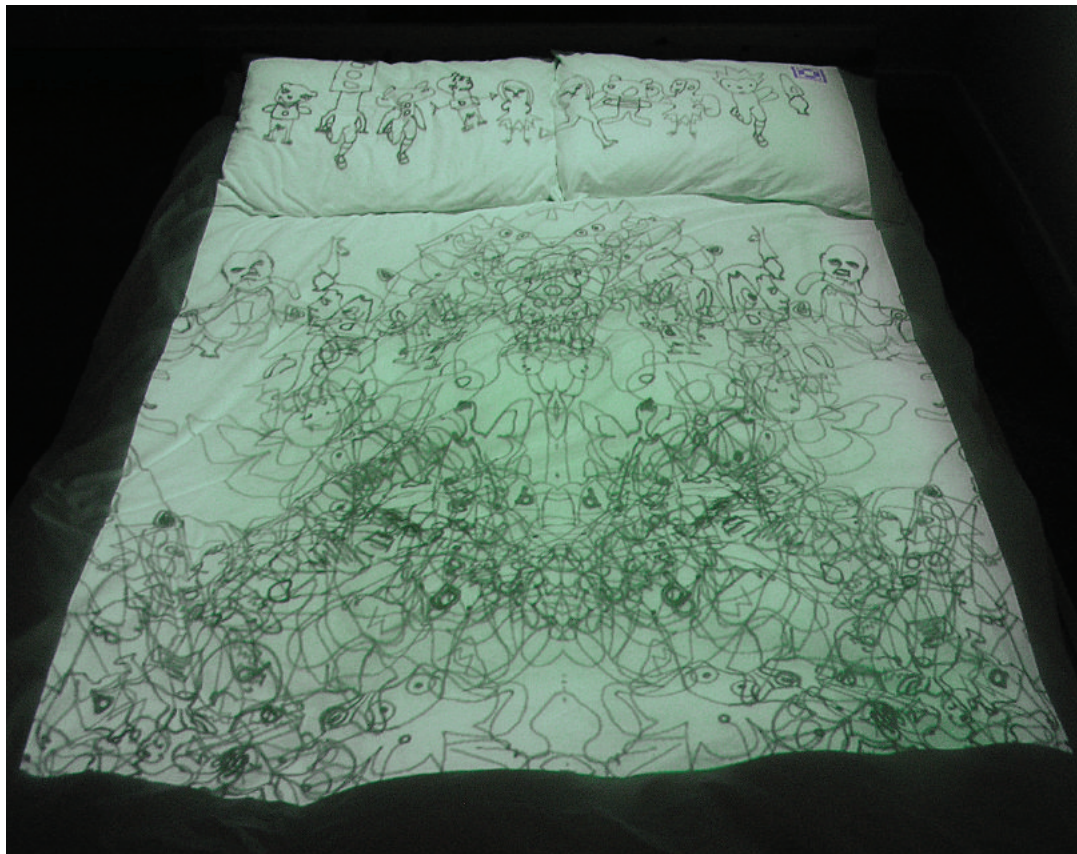
Emily Campbell (vedúca sekcie
architektúry a dizajnu v British
Council) a Andree Cook.

V texte sú použité myšlienky zo
sprievodného textu k výstave.
www.britishcouncil.org

a anglický priemyselný dizajnér Jonathan Levien. Zoznámili sa počas štúdií na Royal College of Art v Londýne a od roku 2000 sa spolu venujú navrhovaniu bytového zariadenia. Odlišné kultúrne prostredia, v ktorých vyrastali, a najmä rozdielne zvyky vo výrobe a predaji ovplyvnili ich inštaláciu pripravenú pre My world. Inštalácia pozostáva z predmetov evokujúcich na prvý pohľad tradičné indické trhy, no v skutočnosti majú tieto predmety všetky predpoklady na priemyselnú výrobu. Napríklad „matlo“ – keramická nádoba prirodzene ochladzujúca vodu, je typickým predmetom indickej domácnosti. Tu je však matlo vyrobené sériovo z formy a dopĺňa ho filtračný systém.

Doshi Levien svojím projektom poukazujú na absenciu experimentu a jedinečnosti v súčasnej masovej produkcii a chcú obnoviť rešpekt k zabudnutým remeselným technikám, ktoré majú potenciál obohatiť dizajnersku tvorbu. Inštalácia, ktorá je vlastne akýmsi idealizovaným štúdiom, kde si môže človek sadnúť a diskutovať o zákazke s remeselníkom, je zároveň zrejmou paralelou medzi osobným kontaktom výrobcu a zákazníka na indickom trhu

a individuálnym predajom produktov malých dizajnerských firiem prostredníctvom internetu. Komentár k výstave nám potvrdzuje, že ide o celosvetový trend – mnohí samostatne fungujúci dizajnéri plnia všetky funkcie súčasne. Popri navrhovaní si produkty aj produkujú, propagujú i predávajú. Tým si udržiavajú vlastnú integritu výrobkov aj zdrojovú i konzumentskú komunitu. Takáto podoba podnikania predstavuje v súčasnosti ďalší variant spomínaného personalizovania dizajnu. Personalizovania alebo iným slovom individualizácie, ktorá je dôkazom, že ešte aj v 21. storočí môže remeslo ovplyvňovať dizajn.



g5



g6

- g1 Inštalácia, Doshi Levien, 2005
- g2 Inštalácia, Doshi Levien, 2005 (detail)
- g3 LTD sofa, Peter Traag
- g4 LTD kreslo, Peter Traag
- g5 Inštalácia s projekciou, Daniel Brown
- g6 Inštalácia, Daniel Brown

Stratený lesk kina Tatra

text Ľubica Hustá

foto archív Olgy Janáčkovej

Bola to jedna z najvýraznejších interiérových realizácií konca 70. rokov 20. storočia na Slovensku. Jej autormi boli architekti Rastislav Janák (1942 – 2002) a Peter Černo.¹ Dnes je už minulosťou. Z pôvodného zariadenia zostali po nedávnej rekonštrukcii len fragmenty. Opäť raz potichu a nenápadne zmizol jeden z najštyľovejších novodobých verejných interiérov v Bratislave.

Na svoju dobu bol veľmi progresívny a nadštandardný. Môžeme ho spokojne zaradiť medzi interiérové realizácie typu Vládný salónik na Letisku M. R. Štefánika (Designum 4/2004) či vedľa interiérov hotela Kyjev (Designum 1/2004). Jeho príbeh sa začal v roku 1976. Vtedy vznikol projekt. Po vynovených interiéroch bratislavských kín Hviezda, Dukla a Mladosť prišla v druhej polovici sedemdesiatych rokov na rad aj rekonštrukcia premiérového kina Tatra. To bolo aj je situované v podzemných priestoroch staršieho objektu hotela Tatra. Vstup do kina sa nachádza v jeho slepej pasáži na prízemí, kde je aj vstup na recepciu hotela, okienko na predaj lístkov a vstup do divadla L&S.

Pôvodný interiér bol riešený komplexne. Už pohľad z pasáže prezrádza, že vstupujete do „vydizajnovaných“ priestorov s výrazným autorským rukopisom.

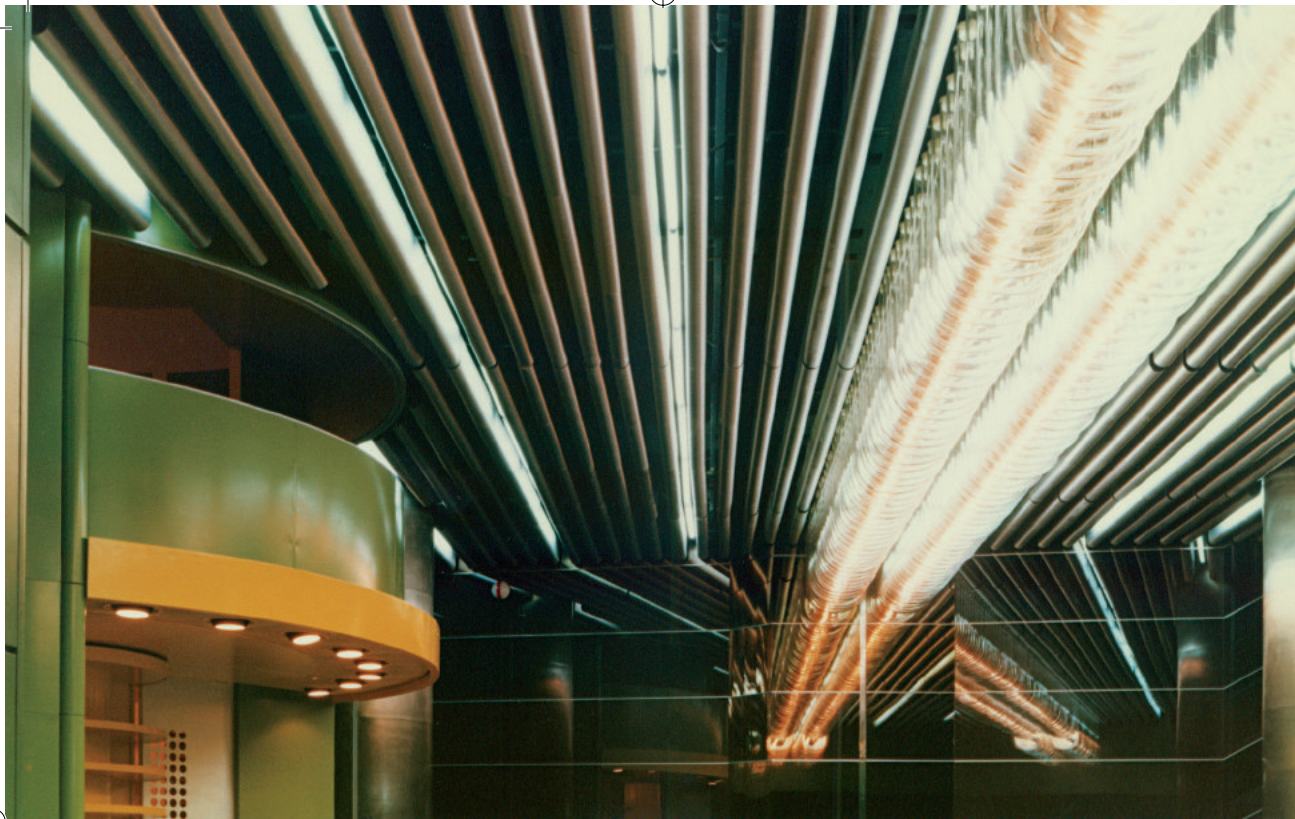
Na svoju dobu sa dá hodnotiť ako exkluzívne riešenie: z hľadiska technických novínok, z hľadiska použitých materiálov, z hľadiska riešenia detailov či spolupráce s výtvarníkom. Hneď vstupný priestor schodišťa za preskleným zasúvacím šesť-dielnym vstupom mal steny okapotované nehrdzavejúcim plechom nastriekaným farebným lakom a strop pokrytý lamelami z prírodne eloxovaného hliníka, v ktorých uložení sa akoby zrkadlilo schodište. Pravidelne umiestnené, v jemnom reliéfe naznačené línie na farebných bočných kovových obkladoch zasa kopírovali spád oblo tvarovaných madiel a vytvárali tak pocit vizuálneho navigátora. Hneď na podeste, v ktorej sa prelamuje schodište, bolo umiestnene výtvarné dielo Vladimíra Popoviča, ktoré vizuálne vypointovalo

pohľad do vstupu kina. Výrazným prvkom v tejto časti bol aj svetelný pútač nad vstupom s nápisom Kino Tatra, ktorý bol vytvorený z originálneho, na mieru robeného písma². Jeho oblé krivky, ale aj znásobenie línií elegantne odkazovali na prevládajúce tvary a princípy v priestore. Písmo ďalej použili aj na označenie šatne a označenie radov sedadiel v premietacej sále. Podme po schodoch dolu. Najvýraznejšie sa autorský dizajn prejavil vo foyeri pred premietacou sálou, do ktorého ste vstúpili zo schodišťa. Tu použili na obklad stien unikátnu techniku, ktorá sa dovtedy na Slovensku neobjavila. Sklenený obklad z číreho skla, pod ktorý umiestnili tmavozelenú tkaninu. Vznikol tak pôsobivý efekt, ktorý priestoru dodal atmosféru, exkluzivitu a typický motív zrkadlenia. Sklenený obklad potom kombinovali s dreveným, s farebným lakom na povrchu. Farebnosť bola v kombinácii tmavo a svetlo zelenej a žltlo-okrovej, teda vo farbách veľmi aktuálnych pre obdobie svojho vzniku. Z výtvarného hľadiska bol veľmi výrazný aj strop a najmä masívne, a pritom dynamické stropné svietidlo z technického skla, konkrétne z ohýbaných sklenených trubiek. Ich multiplikovaním a obtočením okolo osi vytvorili akoby živý „organizmus“, ktorý vytrčal z úzkych polvalcových kovových stropných obkladov. Vo foyeri sa nachádzala šatňa a najmä pôsobivý dvojpodlažný objekt bufetu a kancelárie. Ten akoby samostatne vložili do priestoru. Mal kruhový pôdorys. V jeho dolnej časti sa nachádzal bufet a na poschodí minimalistická otvorená kancelária s balkónom. Horná a dolná časť boli prepojené externým točitým schodištom. Aj šatňa bola









tvorovaná s ohľadom na okolitý priestor, dominovali v nej teda polvalcové objemy a plochy. Počas leta sa dala uzavrieť a oddeliť od ostatného priestoru sklenenými zasúvacími dvermi. Okrem nej tu bola aj nika s pohodlnou čalúnenou koženou sedačkou s vysokou opierkou a s prešitím, ktoré vytváralo horizontálne polvalcové vrstvy. Na zemi bol jednofarebný plyšový koberec okrovej farby. Foyer bol od premietacej sály oddelený tmavozelenými drevenými dvermi s výtvarnou reliéfnou povrchovou úpravou. Mali tvar štvorca a boli z melaminovaných dosiek. Celkový dojem z tohto priestoru bol na jednej strane technicistný, progresívny³ a na druhej strane vďaka použitiu materiálov a tvarovaniu, priateľský a uvoľnený.⁴ Oproti extravagantnému foyeru bol interiér premietacej sály vzhľadom na jeho funkciu skôr upokojujúci a mäkké modelovaný. Mohli za to najmä mäkké čalúnené plyšové sedadlá, veľmi pohodlné a s dostatočným priestorom pre nohy. Pri ich sklopení ste si nemohli nevšimnúť polvalcové tvarovanie rešpektujúce ostatný interiér. Zároveň sa polvalce, ale vo väčšom formáte a s perforáciou premietli aj do stropného obkladu. V strope bolo medzi nimi umiestnené trubkové osvetlenie, ktoré vytváralo rozptýlené svetlo, a v samotných kovových segmentoch aj klimatizácia. Priestor bol kvalitne akusticky riešený – jednak vďaka štvorcovým dreveným obkladom stien so štrbinami, ale aj použitým materiálom na čalúnenie či plyšovým kobercom umiestneným na zemi. Akustiku riešili architekti v spolupráci s dizajnérom a architektom Tiborom Herchlom.

Interiér Kina Tatra sa vysoko cenil hneď po svojom vzniku. Stačí, ak povieť, že ho publikoval prestížny „západný“ architektonický časopis *Domus*. Na Slovensku síce nezískal žiadnu architektonickú cenu, ale zato získal cenu Zväzu výtvarných umelcov, čo sa nepodarilo nijakému dovtedajšiemu architektonickému dielu. Architekt Vojtech Vilhan ho hodnotil takto: „... je to cenný príklad rekonštrukcie, pri ktorej autori rešpektujú pôvodné koncepcie a po obnovení a zdokonalení technického vybavenia priestorov vrátiť interiér do užívania s maximálne súčasným architektonickým výrazom...“⁵ Kedysi bolo Kino Tatra pojem. Dnes je kino Tatra obyčajné a ničím nevyniká. Lacná rekonštrukcia nerešpektovala pôvodné vybavenie. Jeho pôvodný lesk môžete obdivovať iba z fotografií.

¹ Peter Černo (1943–) patrí medzi slovenských exilových architektov. Od roku 1984 pôsobil v Kuvajte a od 1987 v Nemecku.

² Aj písmo je dielom architektov R. Janáka a P. Černa.

³ Rastislav Janák obdivoval najmä diela architektov Hansa Holleina a Hansa Scharouna.

⁴ Všetky na mieru robené prvky vznikli v legendárnych bratislavských Umeleckých remeslách, pre ktoré bola typická vysoká úroveň spracovania.

⁵ Pozri časopis *Projekt 1–2 / 1981*, Rekonštrukcia kina Tatra v Bratislave, Vojtech Vilhan, s. 37.

Použitá literatúra:

Časopis *Projekt 1–2*, 1981, Vojtech Vilhan: Rekonštrukcia kina Tatra v Bratislave, s. 32–37.

Matúš Dulla, Henrieta Moravčíková: *Architektúra Slovenska v 20. storočí*, 2002.

Štefan Šlachta: *Návraty odídených, Slovenská exilová architektúra*, SAS 2005.

Ďakujem Oľge Janáčkovej za odbornú spoluprácu pri príprave článku.

Alternatívy povojnovej modernity 3

text Zdeno Kolesár

foto archív autora



h1 Yoshiro Yamashita: Piktogramy OH 1964 Tokyo, 1964

designum 6 – 2006



h2 Yusaku Kamekura: Plagát pre OH 1964 Tokyo, 1964



h3 Kazumasa Nagai: Plagát pre firmu Nikon, 1962

Japonská výtvarná kultúra od polovice 19. storočia výrazne ovplyvňovala Európu. Presvedčivým dokladom „japonománie“ vrcholiacej okolo prelomu 19. a 20. storočia¹ sú secesné plagáty v príznačnej plošnej štylizácii odvodennej od japonských drevorezov a v prevýšených formátoch inšpirovaných zvítkami kakemono. V novom storočí sa však tok vplyvu obrátil. Medzi dvoma svetovými vojnami mnohí japonskí grafickí dizajnéri získavali skúsenosti v Európe, najmä vo Francúzsku a Nemecku.

Po porážke v 2. svetovej vojne sa japonské hospodárstvo prekvapujúco rýchlo zotavilo a v 50. rokoch sa Japonsko približovalo k najvyspelejším štátom sveta. Grafický dizajn prispieval k posilňovaniu národného sebavedomia i k ekonomickému rastu. Tak ako v priemyselnej výrobe, aj v grafickom dizajne dokázalo Japonsko pragmaticky využiť skúsenosti Západu a pridať k nim vlastné podnety. Západné štandardy grafického dizajnu sa v Japonsku začali udomácňovať už medzi vojnami. 50. roky však priniesli cieľené zhodnocovanie tých princípov, ktoré sa zrodili v centrách európskej a zámorskej moderny. Ich energickým propagátorom sa stal najmä kritik a teoretik dizajnu Masaru Katsumie. Inicioval zriadenie viacerých dizajnerských škôl, čoskoro chrliacich stovky

kvalifikovaných reprezentantov profesie. V roku 1954 založil Spoločnosť vedy o dizajne a zorganizoval výstavu Gropius a Bauhaus v Národnom múzeu moderného umenia v Tokiu. K šíreniu ideí modernizmu prispel v roku 1959 knihou Dobrý dizajn, od toho istého roku vydával časopis Grafický dizajn. Riadil i tím grafických dizajnérov pracujúcich na vizuálnej identite letných Olympijských hier 1964 v Tokiu. Tokijská olympiáda určila grafické štandardy pre neskoršie veľké medzinárodné podujatia. V dejinách grafického dizajnu mali zásadný význam najmä piktogramy, ktoré pod Katsumieho vedením vytvoril Yoshiro Yamashita. Potvrdili aktuálnosť „obrázkového písma“ v modernom svete. Cudzinci, neschopní dešifrovať japonské nápisy, sa práve vďaka piktogramom spoľahlivo orientovali na športoviskách a podujatiach olympiády.

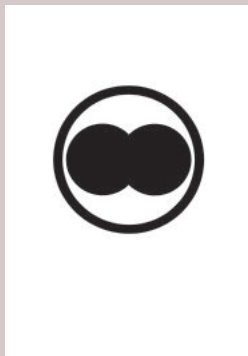
V tíme pracujúcom pre OH 1964 pôsobil i Yusaku Kamekura, ďalšia osobnosť neoddeliteľne spätá s povojnovým boomom japonského grafického dizajnu. Ako zakladateľ Klubu japonských reklamných umelcov (1951) sa Kamekura zasadil o zvýšenie spoločenskej prestíže grafických dizajnérov. Keď sa táto organizácia v roku 1978 premenovala na Japonskú asociáciu grafických



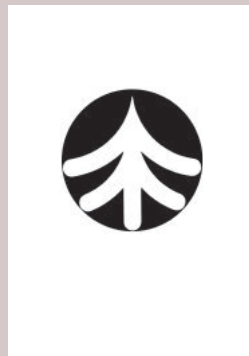
h4 Yusaku Kamekura: Značka pre firmu Taiyo, 60. roky



h5 Yusaku Kamekura: Značka pre ICSID 1973 Nagoya, 1973



h6 Mitsuo Katsui: Značka pre výskumný inštitút, 70. roky



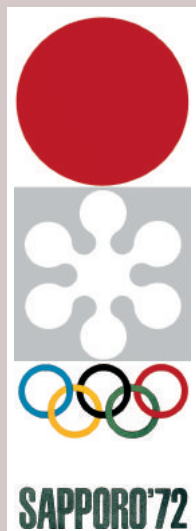
h7 Shigeo Fukuda: Značka pre banku, 70. roky

dizajnérov, opäť sa stal jej predsedom. V postavení riaditeľa Japonského centra dizajnu, založeného v roku 1959, prispel zásadným spôsobom k nadviazaniu kontaktov medzi dizajnérmi a priemyslom.

Už počas štúdií v druhej polovici 30. rokov sa Kamekura stal obdivovateľom Bauhausu a ruského konštruktivismu. Bezpätkové písmo, elementárne geometrické formy a fotografie použil v sérii plagátov na spomínanú tokijskú olympiádu. Vytvoril pre ňu i značku pozostávajúcu z jednoduchého nápisu, olympijských kruhov a národného symbolu – vychádzajúceho slnka. Z nej neskôr vychádzala i značka zimnej olympiády 1972 v Sappore (pribudla štylizovaná snehová vločka, farebnosť písma sa zo zlatej zmenila na striebornú). Počas dlhej aktívnej kariéry vytvoril Kamekura množstvo reklamných materiálov, obalovín, knižného a časopiseckého dizajnu, značiek atď. Potvrdzoval modernistickú oddanosť jasnosti, disciplíny a geometrii, no uprednostňovaním formálnej dokonalosti pred priamočiarym prenosom informácie hyperbolizoval prístup vlastný i časti euro-amerických modernistov. Kamekura napríklad propagoval svetovú výstavu v Ósake 1970 aj elektrotechnickú firmu Onkyo podobným geometrickým obrazom spleťtých línií.

Najčitateľnejšie sa preferovanie formálnych problémov prejavilo v Kamekurových značkách, kde na prvom mieste stojí abstraktná grafická idea a nie podstata činnosti subjektu, pre ktorý je značka vytvorená. Je to nakoniec postup charakteristický pre tvorbu mnohých japonských grafických dizajnérov. V prípade značiek išlo aj o nadviazanie na tradičné japonské rodinné erby mon s približne tisícročnou históriou. V ich centrálnych kompozíciách (najčastejšie kruhových) sú niekedy čitateľné štylizované formy kvetov, živočíchov, rastlín a predmetov rôzneho druhu, často sú však formy celkom abstraktné. Japonský grafický dizajn teda vybočuje z ortodoxného modernizmu nielen spochybnením funkcionalistickej postupnosti od analýzy informácie k jej výtvarnému zhodnoteniu, ale aj nadväzovaním na národné kultúrne tradície, ktoré chcel internacionálny modernizmus eliminovať.

V hľadaní dokonalej harmónie geometrickej formy na Kamekuru nadviazal Kazumasa Nagai. Technická dokonalosť jeho plagátov a ďalších grafických materiálov využíva skutočnosť, že v 60. rokoch 20. storočia sa japonské hi-tech prístroje v mnohých oblastiach (včítane polygrafie) prepracovali na najvyššiu svetovú úroveň. Nagai z geometrických prvkov konštruuje akési fantas-



h8 Kazumasa Nagai: Značka
pre OH 1972 Sapporo, 1972



h9 Ryuichi Yamashiro: Plagát pre Múzeum moderného
umenia v Tokyu, 1960

tické grafické krajiny, ktoré anticipujú formy uplatňované v grafickom dizajne po nástupe počítačovej techniky. Výtvarne presvedčivé práce však dokázal vytvoriť i v celkom elementárnych formách. Spomeňme napríklad značku Japonského centra dizajnu (1960) či vyššie spomínanú značku zimnej Olympiády v Sappore (1972).

Z tých japonských grafických dizajnérov, ktorí do svojej tvorby cielene integrovali prvky národných výtvarných tradícií, treba uviesť Ryuichi Yamashira a Ikka Tanaku. Yamashiro vo svojich plagátoch priamo citoval majstrov japonského farebného drevorezu. Hokusaiho Veľkú vlnu napríklad použil na propagáciu Múzea moderného umenia v Tokiu. Zhodnocoval aj potenciál tradičnej japonskej kaligrafie: v plagáte propagujúcim výsadbu lesov zo znakov pre „strom“, „háj“ a „les“ vytvoril abstrahovaný obraz lesa. Veľké nepotlačené plochy v tom istom plagáte zasa odkazujú na ticho ako rovnoprávnu súčasť japonskej poézie aj na zen-buddhistické mlčanlivé rozjímanie.

Oproti Yamashirovi sa Tanaka tesnejšie napojil na západný modernizmus. Plagát k Svetovej konferencii dizajnu v Tokiu (1960)² napríklad nesie všetky jeho charakteristické znaky. V iných dielach sa však stretávame

s typicky japonskou ikonografiou a s využitím kaligrafie písmových znakov. Motívy masiek z divadla Kanze Noh, krajiny a zvieratá v poetickej štylizácii dotvárajú pre Európana nezvyčajné vertikálne stĺpce písma.

Podobne ako Nagai, Yamashiro a Tanaka, i Shigeo Fukuda patril k dizajnérom narodeným okolo roku 1930, ktorí japonskému grafickému dizajnu zabezpečili v 60. rokoch medzinárodné uznanie. Z neho vyplynuli pozvania na prestížne európske a americké vzdelávacie inštitúcie – Fukuda napríklad pôsobil na univerzite Yale. Jeho tvorba zahrnuje piktogramy a plagáty pre Expo'70 v Osake a zimné Olympijské hry 1972 v Sappore. Pre početnú kolekciu Fukudových značiek je charakteristický racionalistický prístup k zhodnocovaniu vstupných informácií, čím sa odlišuje od Kamekuru i ďalších japonských tvorcov. Fukudova mnoho ráz ocenená plagátová tvorba predstavuje výsostne výtvarné uchopenie reality, ktoré nemožno transformovať do verbálneho vyjadrenia. Civilnými, nepatetickými a jednoduchými prostriedkami dokáže vyjadriť životné paradoxy. Dadaistická hravosť, humor či optické ilúzie odkazujú skôr na západný kultúrny kontext, no Fukudovu výtvarnosť nepochybne sýtia i japonské výtvarné tradície.



h10 Ryūichi Yamashiro: Plagát propagujúci výsadbu
lesov, 1955



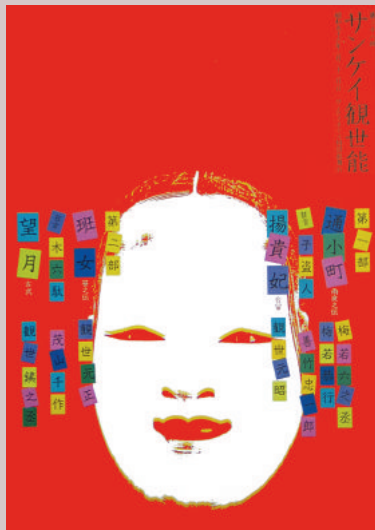
h11 Ikko Tanaka: Plagát pre dizajnerskú
konferenciu, 1960

Ako nespútaný rebel vstupoval do medzinárodného povedomia v 60. rokoch Tadanori Yokoo. Celkom sa vzdialil modernistickému poriadku definovanému prvou povojnovou generáciou japonských grafických dizajnérov a s vitálnou pahltosťou vtiahol do svojej tvorby celkom protikladné inšpirácie z minulosti i zo súčasnosti. Yokoo kombinuje japonské písmo s latinkou, vzájomne zamieňa princípy ich komponovania, blasfemicky spája kultúrne ikony Západu a Východu. V jeho dielach sa vo vizuálnom zahutnení mieša poetika japonských drevorezov s islamskou ornamentikou, prvkami op-artu a psychedelického umenia. Yokooova tvorba je v mnohých ohľadoch paralelou západného pop-artu, vyrástla napokon z podhubia japonskej masmediálnej kultúry silno ovplyvnenej Spojenými štátmi. Najmä v počiatočnom období odvodzoval Yokoo svoje výrazové prostriedky od komiksovej techniky. Postupne ich bez obmedzenia kombinoval s prvkami fotografie a rôznych maliarskych a kresbových techník. Tadanori Yokoo takto eklektizmom v širokom kultúrnom rámci i v užších súvislostiach grafického dizajnu predznamenal postmodernizmus posledných desaťročí 20. storočia.

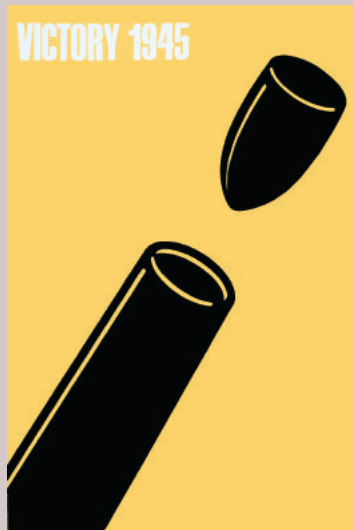
Poznámky:

¹ Pozri 10. časť seriálu.

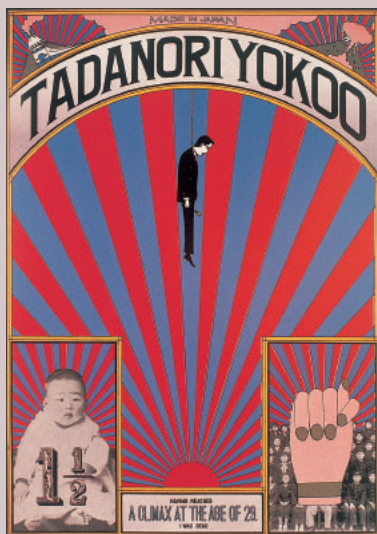
² WoDeCo – World Design Conference v Tokiu v roku 1960 sa zúčastnili napr. Herbert Bayer, Otl Aicher, Tomas Maldonado, Josef Müller-Brockmann, Saul Bass a ďalší. I toto podujatie malo značný význam pri šírení modernistických ideí v Japonsku.



h12 Ikko Tanaka: Plagát pre divadlo Kanze Noh, 1981



h13 Shigeo Fukuda: Plagát k výročiu skončenia
2. svetovej vojny, 1975



h14 Tadanori Yokoo: Výstavný plagát, 1965



h15 Tadanori Yokoo: Plagát pre divadlo Garuda, 1990

Sitting on Green Gold

múdre sedenie

z Fínska



text Katarína Hrdá

foto archív autorky

Počas dvoch septembrových týždňov sa v priestoroch bratislavskej design factory dalo posediť na fínskych stoličkách. Prostredníctvom nich ste mohli spoznávať tradíciu fínskeho sedenia, ale aj aktuálne inšpirácie načerpané z každodenného života. 100 m² inteligentnej inštalácie mapovalo vývoj nezameniteľného stoličkového dizajnu od pôvodných vyrezávaných stoličiek až po inovatívne tvarové experimenty známych fínskych dizajnérov. Tých istých 100 m² zároveň informovalo o širokej využiteľnosti dreva, ktoré je suverénne základným výrobným materiálom fínskeho dizajnu.

Nezaťažená forma sleduje prvoradú funkciu u väčšiny produktov škandinávského dizajnu. Viditeľnou pridanou hodnotou fínskych stoličiek sú aj skúsenosť a zručnosť dizajnérov v ich navrhovaní. Stolička small antique stool je jednou z pôvodných „kúskov“ fínskej stoličkovej kolekcie. Jej ergonomicky tvarovaný sedák s vykrojenou stredovou časťou podstatne uľahčil ručnú výrobu dlhých predmetov, ktorých časť bolo možné prestrčiť stredom a sediaci si ich tak mohol nohami pohodlne stabilizovať.

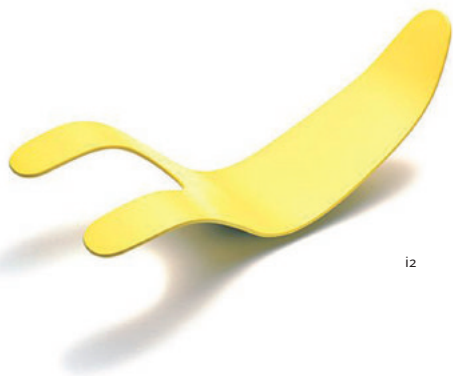
Intenzívne tvorivé uvažovanie a technické inovácie v tvarovaní dreva postupne zvyšovali estetické kvality fínskeho stoličkového dizajnu, čoho príkladom je napríklad prelomová ohýbaná stolička Alvara Aalta X600 chair. Stolička, sériovo vyrábaná od roku 1950 (Artek), spôsobila v tom čase pozitívny rozruch. Mohla za to aj nová technika ohýbania nôh, ktoré sa vejárovým detailom napájajú na sedák.

Fínsky dizajn si získal svojho „konzumenta“ aj vďaka tvarovej roztopašnosti, ktorá v sebe kombinuje vtip a koncepčné rozmýšľanie.

K takým patrí stolička Chip od dvojice dizajnérov Teppo Asikainen a Ilkka Terho, ktorá reprezentuje moderný variant hojdacieho kresla s estetikou výukového trenažéra.

Poučenie z Fínska sa na výstave objavilo aj vo forme textov, ktoré informovali o vlastnostiach a využiteľnosti konkrétnych druhov dreva.

Výchovný zámer bol zvlášť sympatický aj preto, že súčasný dizajn občas trpí zámernou neochotou využívať pôvodné prírodné materiály. Azda to súvisí s nechuťou prezentovať sa v súvislosti s národnou tradíciou. Súčasný fínsky dizajn si zachoval zdravý nadsled a neustále prehodnocuje materiálové vlastnosti dreva. Jedným z pôsobivých experimentov tohoročnej dizajnerskej úrody je netypic-



i2

ká stromová sadenica dizajnéra Joukuho Kärkkäinena. Drevená kocka je vyrobená z rovnakého druhu dreva, z akého je strom, ktorý z nej po čase vyrastie. Kocku si môžete zaobstaráť už od 10 eur, potom treba polievať a trpezlivo čakať!

www.designfactory.sk
www.craftmuseum.fi
www.artek.fi
www.valvomo.com
www.ply.fi



i3

- i1 Ilmari Tapiovara, stolička Mademoiselle, 1958
- i2 Teppo Asikainen, Ilkka Terho / Valvomo Architects, stolička Chip Lounger, 1996
- i3 Alvar Aalto, stolička X600, 1950
- i4 Antti Nurmesniemi, saunová stolička, 1951



i4

Bienále dizajnu Saint-Etienne 2006

text *Andrea Kopernická*

foto *autor + archív BDSE*

Francúzske bienále dizajnu¹ vzniklo pred ôsmimi rokmi vďaka nadšeniu rektora Regionálnej školy umenia a dizajnu² Jacquesa Bonnavala a záujmu mesta Saint-Etienne. Dnes sa táto škola spolupodieľa na organizácii podujatia, ale strechou sa stala ambiciózna inštitúcia La Cité du Design. Po štyri razy sa bienále konalo v Park des expositions a tento rok sa presunulo do veľkolepých priestorov bývalého továrenského komplexu na spracovanie železa a výroby zbraní, v súčasnosti nazvaného Cité Berthié.

Manufacture

Hoci orientačný systém nefungoval tak, ako mal, a návštevníci pobiehali medzi areálom Cité Berthié a jeho pandantom Cité du design ako stratené ovččky, vizuálne zaujal ešte pred začatím bienále. Už základná konštrukcia – hranol vyskladaný z odpadu drevárskej výroby – pôsobil v urbánnom prostredí ako dekonštruktivistická skulptúrna architektúra. Na nej boli umiestnené navigačné tabuľky rôznej farebnosti a veľkosti. Odpad bol použitý aj pri inštalácii v hlavnej hale Manufacture Cité Berthié, kde sa soklíkmi stali veľké kartónové boxy. Scénografi Nadine Cahen a Laurent Grégori vsadili na priznanie pôvodnej funkcie výstavných priestorov – steny, podlaha, okná zostali v originálnom, pracovne zanedbanom stave, s olejovými škvrnami a pachom opracúvaného železa. Ich cieľom bolo vytvoriť akúsi „warehouse-cathedral“ – bez priečok, so širokým

atmosférickým priestorom, voľne ohraničeným bielymi transparentnými závesmi, kde sa dalo slobodne plávať a nasávať atmosféru nabitú nápadmi a výzvami. Okolo centrálnej výstavy Zajtra je dnes³ sa točili prezentácie dizajnerských škôl, workshopy inštitúcií a autorov.⁴ Školy sa tentoraz prezentovali v obmedzenej miere v zmysle výberu produktov. Organizátori bienále totiž určili ako podmienku pri predstavovaní produktov spoluprácu s priemyslom. Slovensko zastupovala len Vysoká škola výtvarných umení v Bratislave s projektom Borisa Belana pet fľaša na minerálku Tatranská voda, výrobca Hendy, s. r. o., čajník z projektu Dizajn do tmy od Petra Koreckého a lampa – váza Petra Vargu.⁵

Preslávený francúzsky vzťah ku kulinárstvu so sklonom k dekorativizmu a dizajnerskemu chápaniu každodenného stravovania sa pretavil do veľkej prezentácie jedla a dizajnu nielen v expozícii, ale



j1

aj vo workshopoch pod názvom Gooood Food. Už pred dvoma rokmi začali organizátori vystavovať spojenie chuti a vône s Bonnavalovou Exposition Café, ktorá predstavila mnohorakosť výroby, ale aj konzumácie kávy v rôznych krajinách či historických obdobiach. Dobré jedlo nereprezentovalo iba gurmánstvo – v továrni sa ocitli prestierania reagujúce na výstavný priestor, systémy na uskladňovanie potravín, ale aj modifikované jedlá, upravované do kozmonautických veľkostí a tvarov. V podobe skomprimovaných chutí a vôní ich mohli diváci priamo ochutnať alebo preskúmať pod mikroskopom v laboratóriu s profesionálnymi šéfkuchármi v bielych čiapkach.

Freestyle bola jedna z najvoľnejších expozícií, v ktorej jednotlivé krajiny vystavovali dizajnérské novinky prostredníctvom nezávislých vystavovateľov, súkromných či štátnych organizácií a agentúr.⁶

Cohabitation

Pod taktovkou dizajnérky, v tomto prípade autorky koncepcie výstavy, scény, grafickej úpravy a kurátorky v jednom, Matali Crasset sa v priestoroch Cité du Design – Fabrique 5000 odohrávala jedna z najväčších výstav podujatia – Cohabitation. Sme spolubývajúcimi, susedmi, obyvateľmi jednej planéty. Mikropříbehy sa stávajú hýbateľmi veľkých rozprávání a veľké rozprávania menia súkromnú históriu. Obývame jeden svet v jeho pevne stanovenej štruktúre. Matali Crasset cez širokospektrálnu expozíciu rozohrala odhaľovanie súčasných vzťahov, viazaných na minulosť a túžiacich po očiste budúcnosťou. Znamená spoložitie stále ešte spoluúčasť, vymieňanie a obohacovanie jeden druhého? Aký je status domova dnes a čo reprezentuje? Čo je susedstvo? Máte nejakých susedov? Sťahujete sa do iného susedstva? Zaujímá nás, aké následky má naše správanie



j2

- j1 Cité Berthiéz
 j2 pohľad do expozície Cohabitation
 j3 expozícia Slovenského centra dizajnu

na životné prostredie, na život našich detí? To sú otázky, na ktoré odpovedajú dizajnéri, sociológovia, umelci, ekológovia, architekti vo veľkom zosieťovanom stane spolu, ale každý sám vo svojej kóji, no aktívne prepojenej so všetkými okolo. Z tridsaťjeden projektov spomenieme aspoň zopár – zbierky kuchynských náradí z rôznych kútov sveta – strúhadlá či lopáre, zaujímavo bola komponovaná zbierka tradičných rúšok na nosenie dojčiat v kóji s maľbami Mathiasa Gaillaqueta. Sociálne vzťahy medzi náhodne sa stretávajúcimi okoloidúcimi, ktorých však spája spoločný záujem, podporili nemeckí dizajnéri Vogt + Weizenegger. V rámci prehliadky ste si mohli vymeniť osobnú vec (akúkoľvek časť vlastného odevu) s iným účastníkom prehliadky.

Idea výstavy sa zároveň stala neviditeľnou niťou, ktorá spájala všetky projekty. „Cohabitation je zjednocujúci koncept, ktorý nám umožňuje nachádzať vzťahy

medzi firmou a kreativitou (projekt Zajtra, to je dnes), medzi dizajnom a jedlom (Good Food), medzi dizajnom a biológiou (Eden, ADN) či medzi umením a dizajnom (It depends... between Art and Design),“ vysvetľuje koncept tohtoročného bienále hlavná komisárka Elsa Francès.

Na pomedzí

Ako spomenula Francès, mnohé z projektov sa pohybovali na hranici. Na pomedzí umenia a dizajnu, zodpovednosti a zisku, prostredníctvom etiky vnímaného dobra a zla. Výrok a zároveň názov výstavy Lólanda Hegyiho It depends... / To záleží... (na uhle pohľadu)⁷ iba potvrdzuje relatívnosť jednookej pravdy a podryva monopohľadovosť. Ak sa živé, geneticky manipulované živočíchy v expozícii EDEN ADN⁸ zdali krásne, inému nahaňali hrôzu a kládli otázku, do akej miery je „pokrok“ ešte znesiteľný a kde sú hranice ľudského baženia po novom, inom, lepšom. Text



j3

by som ukončila pripomienkou, ktorú na jednej z konferencií bienále predniesol Sudipto Dasgupta, profesor indickej Srishti school of art, design and technology. Zdôraznil, ako veľmi sa odkláňa súčasný dizajn od základných ľudských potrieb, ktoré sa posunuli takmer na perifériu dizajnerskeho záujmu. Tohtoročné bienále nebolo o produktoch, ktoré by tvrdili opak, ale o obracaní sa dizajnu ku sebaspytovaniu, reflexii seba samého, jeho zmyslu, historického aj budúceho predmetu záujmu, ktorý sa pomaly obracia od globálneho ku lokálnemu, od lokálneho ku jednotlivcovi, o sociálne komunikácii, o prejave tolerancie, priznávani a uznávaní hodnôt „druhého“ a „iného“ a ich integrácií v rámci rôznorodého multikulúrneho sveta.

¹ Piaty ročník medzinárodného bienále dizajnu Saint-Etienne sa konal od 22. novembra do 3. decembra 2007.

² Dnes Superior School of Art and Design.

³ Výstava je prvou svojho druhu vo Francúzsku, keď sa na jednom mieste stretli návrhy, proces a prototypy výskumu dizajnerských spoločností z rôznych oblastí – automobily, jedlo, domácnosť, elektronika, nábytok, telekomunikácie atď.

⁴ Štefan Klein z ateliéru transport dizajnu Vysokej školy výtvarných umení riešil v tvorbe nazvanej Virtual versus Real otázku sustainability v automobilovom priemysle, ale aj súčasné technické vymoženosti prostredníctvom prezentácie v 3D animáciách.

⁵ Po Francúzsku (jedenásť škôl) sa s ôsmimi školami v najsilnejšom zastúpení predstavilo Poľsko.

⁶ Slovenské centrum dizajnu pripravilo komornú výstavu s názvom On the meadow. Scénografia Karol Weisslechner, realizácia Pavel Choma. Vystavujúci Matej Bezúch, Roman Ficek, Patrik Illo, Sylvia Jokelová, Lukáš Jablonovský, Ľubica Kurhajcová, Bety K. Majerníková, Ivica Markovičová.

⁷ It depends... (between art and design). Kurátori Lórand Hegyi a Marc Partouche, Musée de la Mine, Saint-Etienne.

⁸ EDEN ADN, Kurátor: Anthony Van den Bossche, Bâtiment I, Saint Etienne.

Slovenská typografia 20. storočia

text *Adriana Čeledňová*

foto *archív, Matej Longauer*

Sizyfos grafického dizajnu na Slovensku Ľubomír Longauer je autorom rozsiahleho (zatiaľ) výstavného projektu Slovenská typografia 20. storočia. Jej druhé pokračovanie s názvom Generácia sedemdesiatych a osemdesiatych rokov¹ bolo inštalované na dvoch podlažiach Domu umenia v Bratislave a bolo jednou zo sprievodných akcií Trienále plagátu Trnava 2006.

Mala som šťastie. Keď som si bola výstavu prezrieť, stala som sa svedkom prednášky o zákulisí celého projektu. Grafický dizajnér a zároveň kurátor výstavy Ľubomír Longauer vtedy sprevádzal po výstave študentov grafického dizajnu Katedry vizuálnej komunikácie Univerzity J. E. Purkyně z Ústí nad Labem v spoločnosti vedúceho ateliéru Karla Míška.

Rozprávanie Ľubomíra Longauera máva príchut' nadšenia s nádychom trpkosti, v každom prípade je však autentické.

Výstava prezentovala 25 autorov generácie 70. a 80. rokov 20. storočia, teda autorov, ktorí v tomto období končili štúdium na vysokej škole a vstupovali na profesijnú dráhu. Zoznam autorov² napovedal, že prehliadka poskytne pestrú paletu vizuálneho vnemu, od prezentácie plagátu (Dušan Junek, Tomáš Písecký, Pavel Choma, Stanislav Stankoci) cez knižnú úpravu (Pavel Blažo, Eva Kovačovičová-Fudala) a tvorbu písma (Ľubomír Longauer, Svetozár Mydlo) až po artefakty voľného výtvarného umenia (Monogramista T. D., Rudolf Sikora, Daniel Fischer).

Výstava sa začínala dynamickým nástupom plagátovej tvorby a literovým

cvičením v Abecede grafického dizajnu Dušana Juneka, kde prostredníctvom iniciály vytvoril vizuálny portrét zahraničného grafického dizajnéra, a znovuoobjavila plagát Tomáša Píseckého. Zaujímavé bolo aj poznanie, že prierez vystavených plagátov bol aj prechádzkou históriou kultúrnych udalostí tých dní.

Od plagátu prechádzala výstava ku knihe, a to ku knižnej grafickej úprave Pavla Blaža, ktorý spolupracoval s mnohými ilustrátormi. Samostatnú kapitolu výstavy vytvorilo dielo Monogramistu T. D. s manipulovaním textu, písmen a tvorbou textových objektov (Prenátalné knihy, 1983). Práca s topografickým materiálom, mapami hviezdnej oblohy s použitím textovej výpovede je charakteristická pre Rudolfa Sikoru.

Pokojnú hladinu prehliadky rozčerila tvorba Svetozára Mydla. Divák sa chvíľami strácal v množstve jeho diel. V tomto prípade kurátor udelil zrejme výnimku, pretože v pomere k ostatným autorom tento autor víťazil, možno práve na škodu jeho vystavených diel.

Výraznou bodkou za prvou časťou (prvým podlažím) výstavy je prezentácia tvorby Ľubomíra Longauera s Prísne



k1

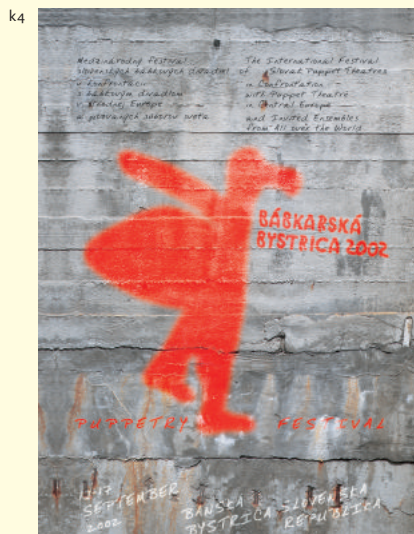


k2

- k1 Zuzana Chmelová, plagát k vydaniu knihy, 2005
- k2 Peter Pisár, EFHILT, tlače k typografickej inštalácii / prints for typographic instalation, 1992–2006
- k3 Stanislav Stankoci, výstavný plagát, 1993
- k4 Ján Novosedliak, divadelné plagát, 2004
- k5 záber z výstavy
- k6 Ľubomír Longauer, Závazok mlčanlivosti stupeň 01, digitálna tlač, 2006



k3



k4



k5

Poznámky:

¹ Prvá časť sa konala v roku 2004 pod názvom *Príbeh slovenskej typografie 1918–1970*. Výstava sa konala v Galérii mesta Bratislavy od 8.10.2004 do 2.1.2005.

² Vystavujúci autori: Dušan Junek, Pavel Blažo, Juraj Žilinčár, Jozef Habadás, Rudolf Sikora, Monogramista T. D., Peter Ďurík, Peter Roller, Ján Zavarský, Svetozár Mydlo, Dušan Kállay, Viktor Hulík, Peter Horváth, Pavel Choma, Daniel Fischer, Eva Kovačevičová-Fudala, Zuzana Chmelová, Stanislav Stankoci, Jozef Dobiš, Ivan Bílý, Pavol Rozložník, Milan Machajdík, Ján Novosedliak, Peter Pisár, Ľubomír Longauer.

tajnými typografiami a maliarsko-literárnymi Obrazobásňami (1985) Daniela Fischera.

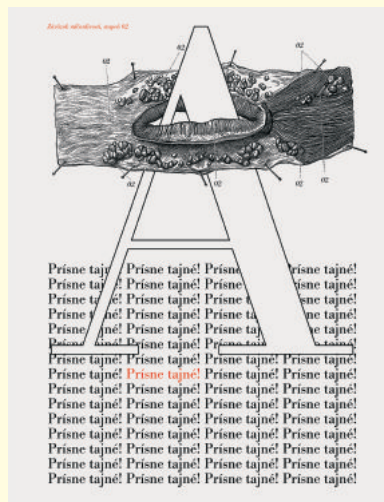
Rozpačitejšie pôsobila druhá časť (druhé podlažie) výstavy, tu sa stráca razancia prvej časti. A to aj napriek tomu, že z hľadiska autorského prejavu prezentovaných artefaktov je druhá časť výstavy druhovo pestrejšia. Do priestoru tu vstúpil typografickou inštaláciou Peter Pisár, vizuálny štýl reklamnej agentúry predstavili Pavol Rozložník a Milan Machajdík – IQ Design.

Hru, vtip a nadhľad vo svojich textových prezentáciách aj pri tvorbe plagátu priniesol Pavel Choma. Jeho kolega z Katedry vizuálnej komunikácie Stanislav Stankoci prezentoval predovšetkým tvorbu úzko prepojenú so školou, grafické úpravy výročných katalógov VŠVU.

Tichým čítaním a príjemnou knižnou grafikou Konfucia sa zase prezentovala tvorba Ewy Kovačevičovej-Fudala.

Z hľadiska zostavenia prezentačnej koncepcie sa javilo toto spojenie rôznych autorských východísk ako vizuálne zaujímavé. Čítanie tejto výstavy predpokladalo trpezlivého percipienta, ktorý dokáže vnímať množstvo textov, znakov

k6

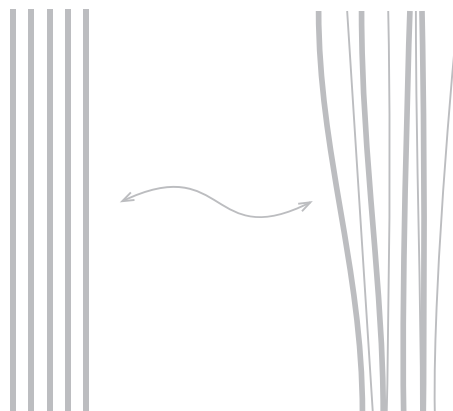


a písmen. Tento dvojdimenzionálny materiál by bolo príjemné vnímať v tlačenej podobe, vo forme rozsiahlej publikácie, ktorú môžem opätovne listovať v nerušenom prostredí. Strategicky dobre umiestnený Dom umenia so svojou rozsiahlou výstavnou plochou bol v tomto projekte nedostatočným komunikačným partnerom práve z hľadiska rozsiahlosti priestorov.

Vystavené diela sa v tomto výstavnom molochu občas strácali, priestoru chýbalo členenie v mierke ľudského rozmeru.

Viac o výstave a zúčastnených autoroch sa dozviete v *Designum* 4/2006

S komentárom



h GEOMETRIC

ORGANIC

text Ľubica Husta

foto Peter Jurkovič

Na Slovensku zatiaľ nie je štandardom, aby pri vytváraní interiéru spolupracovali architekti s grafickým dizajnérom. Pred časom vznikla v Bratislave jedna realizácia, ktorá ukazuje, že takéto spojenie môže priniesť šťavnaté ovocie alebo, ako v tomto prípade, šťavnaté sushi.

Sushibar Rosadol je dielom architektonickej skupiny RAUM a grafického dizajnéra Jána Šicka. Architekti a grafický dizajnérali pracovali na projekte spolu hneď od začiatku a vďaka tomu mohol výsledný interiér vznikať vo vzájomných diskusiách. Je to dôležitá skutočnosť, pretože ak aj architekti oslovia na spoluprácu ľudí z iných kreatívnych odborov, dochádza k tomu skôr vo finále projektu. Takto sa projekt generoval od začiatku interaktívne a je to vidieť. Výsledkom je do detailov prepracovaný a homogénny celok. Zaujímavé je, že v originálnych detailoch je veľmi hravý a pozitívny a ako celok má potom trochu tajomný a meditatívny charakter. Pre architektov bolo na začiatku najdôležitejšie vytvoriť „jednoduchý a čitateľný priestor... dôležitá bola pravostrannosť materiálov a vrstvenie jednotlivých plánov do celku.“ Do najužšieho výberu sa nakoniec dostali tradičné materiály drevo a textil a súčasný materiál, navyše

v Japonsku teraz veľmi obľúbený, pohľadový betón. Okrem toho pri navrhovaní prišli na rad origami a príroda. Z prírody konkrétne voda, rybky koi kapre a bonsaje. Origami sa prevetilo do textilu vypletaného podlahu, tvoreného skladačkou trojuholníkových prvkov a na mieru robených závesných svietidiel. Ako deklarovali vo svojej koncepcii, priestor je výsledkom vrstvenia. V prvej vrstve sushi dobošky zohral najvýznamnejšiu úlohu grafický dizajnéral. Vytvoril vzor – patern, ktorým zjednotil vnútorný priestor aj všetky tlačové výstupy baru. Odvíjal ho od loga, ktoré vzniklo ako prvé. Šicko sa, ako je pre jeho prístup charakteristické, neuspokojuje len s formou. Na začiatku vždy hľadá aj logický a opodstatnený obsah. Forma je potom jeho výslednou abstrakciou. Cesta je cieľ. V sushibare je to zdvojené ii, ktoré pridal do slova sushi. II ako bambusy typické pre zenovú záhradu, II ako paličky, s ktorými sa v Ázii





konzumuje, II ako línie z prelamovaných plôch japonských origami. Úplne jednoduchý motív potom rozohral v rôznych organických aj geometrických variáciách. Od reliéfného vzoru na stenách salónika cez okennú fóliu naznačujúcu delenie interiéru a exteriéru, cez kryty na ventiláciu až po menu či piktogramy na toaletách. Druhým plánom pri vytváraní priestoru bolo sedenie – jednoduché atyp prázdné biele kocky s farebnými vankúšmi a biele stolíky, tretím bola drevená deliaca stena, ktorú vytvára zložitý organizmus skrývajúci rôzne funkcie a dekoratívne situácie – nasvietené výklenky s bonsajmi, akváriá. A nakoniec zázemie alebo, ako to volajú architekti, vnútornosti, v ktorých riešili prevádzku kuchyne, toalety, ale aj špeciálny salónik. Ten je navrhnutý ako samostatný intímny „priestor za akváriom“ s tmavými stenami s frézovaným už spomínaným vzorom a sedením v štýle tatami.

Z pohľadu zvonka aj zvnútra je tento priestor ako celok autentický, kompaktný a môžete ho napríklad vnímať ako originálny slovenský architektonicko-graficko-dizajnerský komentár japonskej kultúry nielen stravovania.

l1 schéma generátora vzorov

l2 detail z potlače paličiek na jedenie

l3 logo



l2

SUSHIROZADOL

l3

GOLD PACK 2006

text Igor Kačeniák



Po pravidelnej dvojročnej prestávke usporiadala v bratislavskej Inchebe Agentúra A21 medzinárodný veľtrh polygrafie, papiera, obalov a baliacej techniky Printing+Packing 2006. V Súčasťou podujatia bol aj 9. ročník prestížnej súťaže o najkrajší obal roka Gold Pack. Súťaž bola určená pre domáce i zahraničné právnické a fyzické osoby, vypísaná v troch kategóriách: obalové prostriedky, prototypy a funkčné modely, baliaca technika a zariadenia. V Tohoročná účasť¹ v súťaži Gold Pack nepriniesla prekvapenie kvalitatívne ani počtom prihlásených exponátov. Aj keď jedenásť z dvadsiatich prihlásených exponátov získalo ocenenie Gold Pack – najlepší obal roka, boli „najlepšími“ len z relatívne malej vzorky prihlásených obalov, čo môže byť na trhu do určitej miery zavádzajúce. Pozitívne však je, že nezávisle od výsledkov tejto súťaže si výrobcovia aj predajcovia v súčasnosti uvedomujú fakt, že obal predáva a na jeho tvorbe sa stále viac podieľajú grafickí dizajnéri. A to nielen na obaloch spotrebiteľských, ale aj prepravných. V kategórii obalové prostriedky získala ocenenie sklenená fľaša Budiš 0,33 a 0,7 l, prihlasovateľ Vetropack Nemšová, s. r. o. Plastové prepravky na plastové fľaše (prihlasovateľ Elektroplast, výrobné družstvo – Prešov) zaujali porotu možnosťou stohovať a ukladať v rôznych polohách a využitie aj pre sklenené fľaše. Výhodou pre užívateľa je nízka hmotnosť a primeraná pevnosť. Ďalším oceneným je Kotva exkluzív – spotrebiteľský obal (prihlasovateľ IQ Design studio, s. r. o., Bratislava). Obal na rybí šalát sa vyznačuje novým grafickým riešením, farebnosťou a spôsobom potlačie. Produkt sa teda aj vizuálne odlišuje od podobných výrobkov na trhu. Obal je v tomto prípade základným prvkom balenia nového radu rybích výrobkov s označením Kotva-exkluzív.

Ocenenie získali aj obaly Milli kúžlo tvarohu (prihlasovateľ Friesland Slovensko, a. s., Nitra), obal na šumivé víno Johan E. Hubert a obal na MP 3 prehrávač (oba od prihlasovateľa Grafobal, a. s. – Skalica). V kategórii Prototypy a funkčné modely zaujala porotu kolekcia Sorgente (prihlasovateľ M&K Consulting – Algayer Marek – Bratislava), prezentačné obaly na med (prihlasovateľ Karol Krčmár, dizajnér – Bratislava), Liga proti rakovine – pokladnička (prihlasovateľ Smurfit Kappa Obaly, a. s., Štúrovo) a kolekcia – darčekový set ku 100. výročiu (prihlasovateľ Grafobal, a. s., Skalica). Set obsahuje dekantačnú nádobu, víno a publikáciu. Odľahčené balenie pocínovaných tabúl plechov (prihlasovateľ Obal-servis, a. s., Košice) získalo ocenenie v kategórii Baliaca technika a zariadenia. Osobitné ocenenie „Zlatý EAN“ získal Grafobal, a. s., Skalica za takmer 100% kvalitu čiarového kódu, správne umiestnenie a veľkosť zodpovedajúcu veľkosti spotrebiteľského obalu na produkt šumivé víno Johan E. Hubert.

Poznámka:

¹ V tomto roku súťažilo dvadsať exponátov, z toho trinásť obalových prostriedkov, šesť prototypov a jeden exponát z oblasti baliacej techniky. Prihlásené exponáty boli na báze papiera, skla, kovov, plastov, dreva atď. prípadne ich vzájomných kombinácií. Prihlásené exponáty posúdila odborná porota, ktorá oceniла bez poradia dôležitosť šesť obalov, štyri prototypy a jedno ocenenie udelila baliacej technike.

WEB TIP

text *Julie Džambazovič*foto *archív*

K aktuálnej téme sme pre vás vybrali aj webtip ladený na rovnakú nôtu. Autormi tohto obsahovo plodného infoserverta sú mladí Holand'ania, združení v Design & Emotion Society. Ich cieľom je priblížiť širokej verejnosti problematiku vzťahu dizajnu a emócií, poskytovať platformu na dialóg medzi dizajnérmi, vedcami a výrobcami o emóciách v dizajne. Ako sami hovoria, robia to preto, že záujem o túto tému stále narastá, a hoci by mali byť pri práci dizajnéra brané do úvahy aj pocity užívateľa produktu, sú tieto dva aspekty od seba často izolované. Stránka poskytuje množstvo informácií o aktuálnom dianí v danej problematike vo svete, ukážky prác, teoretické texty, kalendár udalostí a pod. Aktívni nadšenci sa môžu stať členmi a byť bližšie informovaní a zapojení do aktivít spoločnosti, ktorá okrem iného organizuje každé dva roky konferenciu a workshopy na tému dizajn a emócie. Stránka svojím príjemne jednoduchým vizuálnym spracovaním, prehľadnou štruktúrou a bohatým obsahom ukázkovo naplňa ciele emocionálneho dizajnu.

www.designandemotion.org
Watch design

Výstava slovenského dizajnu
Nitrianska galéria, Nitra
30. 11. – 14. 1. 2006
www.nitrianskagaleria.sk

Sylvia Jokelová

Frau.Haus
Dizajn štúdio ÚĽUV,
Bratislava
12. 12. 2006 – 19. 12. 2007

Kruhy na vode

4. ročník celoslovenskej súťaže
dizajnu orientovaného na
remeslo
Galéria ÚĽUV, Bratislava
7. 11. – 15. 1. 2006

The Touch of Slovakia

Výstava slovenského užitkového umenia a textilnej miniatúry
Site des anciens abattoirs,
Mons, Belgicko
18. 11. 2006 – 6. 1. 2007

Harmónia farieb – odevy a odevné doplnky čínskych národností

SNM-Historické múzeum,
Bratislava
do 25. 2. 2007
www.snm.sk

Paleolit, neolit... bakelit

SNM – Prírodovedné
múzeum Bratislava
28. 11. 2006 – 25. 2. 2007

Vitajte a nevyzúvajte sa, prosím

Naše bývanie v 50. rokoch
Mestské múzeum – Stará
radnica
19. 9. 2006 – 4. 2. 2007
www.muzeum.bratislava.sk

Aleš Votava

Slovenská národná galéria
30. 11. 2006 – 25. 2. 2007

Askold Žáčko – sklárska tvorba

Múzeum mesta Bratislava
30. 11. 2006 – 4. 2. 2007

Životný štýl v plagátovej tvorbe 50. rokov

Súkromná zbierka plagátov
z Brna
23. 11. 2006 – 4. 1. 2007
www.muzeum.bratislava.sk

Funkčná účelnosť a estetický vzhľad

Ústav dizajnu FA STU Bratislava
Galéria M. A. Bazovského
3. 11. – 10. 12. 2006

Študentský design 2006

Design centrum ČR, Brno
6. 12. 2006 – 2. 1. 2007
www.designcentrum.cz

Tone Fink

Textile
Mak, Textiles Study Collection
Viedeň
4. 10. 2006 – 21. 1. 2007
www.mak.at

Prototypes – Next Generation

Industriálny dizajn z Univerzity v Linzi
MAK Design Space,
Viedeň
18. 10. – 18. 2. 2007
www.mak.at



EX CHANGE

text Mária Nepřinská

An international exhibition of students of S+M+L.XL Metal and Jewellery Studio (AFAD, Bratislava) and students of Fachhochschule Edelstein+Schmuckdesign Trier (Germany) was organised under the name EX CHANGE in October 2006 in the Medium Gallery in Bratislava. The purpose of the exhibition was to present the collaboration of both schools and two jewellery departments that started in 1997. Borrowing from friendly and professional contacts, curators prof. Karol Weisslechner and prof. Theo Smeets, both being the heads of jewellery studios, prepared the concept of extraordinary sensual and aesthetic value. The exhibition presented various creative approaches to contemporary jewellery and experiments with traditional and new materials and techniques producing new shapes, contents and meanings. The exhibited jewellery and objects were designed during the international exchange program. The exhibition presented individual creative approaches of eleven students, graduates and teachers. Julia Bocola, Anna Florido, Paul de Haas, Steffi Kalina, Doris Kleinz, Steffi Klemp, Peggy Noack and Hester vonk Noordegraaf represented the German school. Vincent Durbák, Kristína Hrončková and Bety K. Majerníková presented their works on behalf of the Slovak school. The entrance hall showed two eggs, one egg hanging from a bunch of red threads and covered with Czech garnets by Karol Weisslechner and another egg from pearls embedded into dental material by Theo Smeets. The welcoming speech reflected the impression from two eggs in a sentence: „There are neither two similar eggs... nor two similar jewelleryes.“ The statement also reflected the variety of works the students presented. Photographs and projector presentation presenting artworks of other German and Slovak students added to the creative atmosphere the exhibition had



intended to present. The Šperk-Stret '06, the meeting of jewellers, theoreticians, students and jewellery enthusiasts was held as an accompanying event for the second time. Art theoretician PhDr. Ágnes Schramm (SNG, Slovak National Gallery) officially opened the meeting with a lecture on the work of the founder of Metal and Jewellery Studio at the Academy of Fine Arts and Design in Bratislava Anton Cepka. Several recognised jewellery designers attended the meeting, among them the sculptor and jeweller Peter Skubic (Austria), head of Edelstein und Schmuckdesign at Trier–Idar–Oberstein Theo Smeets (the Netherlands), artist and jeweller Petr Dvořák (Austria), Jiří Urban (Czech Republic) – artist, jeweller, designer and co-owner of the Czech garnet jewellery production company and jeweller and graduate of jewellery studio in Bratislava Jana Machatová (Slovakia). The Ex Change project culminated with an international jewellery workshop organised in the town of Kremnica.

NATURAL KILLERS

text Andrea Kopernická

Death is the leitmotif of the fashion collection of Michaela Luptáková that was successfully presented at the latest summer survey of the graduates of fashion design studio at the AFAD. Natural Killers tells a story of anxiety, fear, anger, pain, helplessness as well as survival and coping with what someone must have experienced. Natural killers is the collection disclosing objective terms (J. Kristeva, G. Bataille) such as secretions, scars, blood and existential terms such as suicidal thoughts as well as memories (a house where the author used to live that is now a part of hospital). The collection is the result of several proposals that were being developed during two years of author's disease. „A cancer cell is the leitmotif. The single cell at which guns translated into creative ideas, patterns, materials and models are aiming. The collection with strong

music is an opera in three acts – life, death and something between the two – balancing on the edge of fight and resignation. Despite the fact that the author works with motives and colours reminding of her dreadful experience – dark red (blood), green (pus), white (death, hospital), black (blood clots) and death symbols, for example guns aiming at head, scars on belly and targets, her collection is the combination of elegant, attractive and sexy clothes. Not a single piece of disgusting and horrid components. It is not a showy reference to waste, dirt and decay. It is an extravagant collection supporting the love and pain duality principle. Enchanted with white satin, red muslin and fluffy black, we do not smell the odour of hospital corridors. The clothes are too luxurious to smell death in them. Luxury and beauty are the most important features of her work. Luptáková does not work with lost-and-found materials, does not recycle and does not work with nasty aesthetics. The collection handled two designing approaches – voluminous and light materials (cannot be controlled) and stern and simplified patterns. She often used ribbons in her previous collections Bon your Monsieur and Ethno. „Ribbons – yes. I like them, they are nice and sexy. I am not the type for corsets and tulle underskirts, but I do like things that required work to be done on them. Besides, I like when things from my collections are for wearing.“ When asked if she borrowed from folk inspirations as in her previous collections, she said: „I am a person with a special kind of humour that few people understand. I often make ironic remarks, even toward myself. My personal experience is that people without necessary distance and with too serious approach to folk clothes usually produce not very elegant or even insulting items. I am quite happy that people do not misuse Slovak folk costumes very often to produce own collections.“ Michaela has won her fight over the disease. Do-



ing design on a hospital bed helped her to show feelings that could not go out. Hand-made clothes were presented in a show with expressive music and upset movements of models. Michaela presented thoroughly made details, sophisticated details, well-selected fabrics and sexy and self-confident accessories. Sexy and self-confident – that was the impression from this show, this opera in three acts.

WHAT ARE EMOTIONS?

text Alexander Kövér

Replacing an introduction In summer 2006, I was asked to write a short article on the above-mentioned theme for the Dizajn magazine. Since I have been a lecturer of anthropology at the AFAD (the Academy of Fine Arts and Design, Bratislava)* for several years, I decided to put on paper my experiences from the work with students at the AFAD. One summer morning in 2003, I was questioning the students of transport design studio about their motivation to attend the anthropology lessons I taught. One of them said: „I am here to learn more about a man and their characteristics. I hope anthropology lessons will help me to create objects for people and to create successful objects.“ This simple but ingenious sentence inspired me to define these students of transport design as the authors creating objects for people and me as a teacher creating words, in written or oral form, for people, too. The suggested logic implies that from the Emotional design I will concentrate on defining the first of two words, i.e. „emotions“. I leave „design“ to qualified fine art scholars and artists. The question is how to create objects that people would like and that would raise their emotional response. An anthropology teacher can hardly answer this question without necessary scientific knowledge about a man. Our purpose is to give a brief explanation of human emotions. „Baby scheme“ in ethology (On a few ideas not so popular as before.)



A principal question is „What are emotions?“. Instead of explaining various academic definitions borrowed from different periods of psychology history, a reader and I have jumped into a test. Look carefully at the pictures of Konrád Lorenz, the Nobel Prize winner, who drew them on a bag of cement in a prisoners' camp in 1943. What emotions these drawings raise in you? There are, of course, many ways how to look at the pictures and, many emotions they may raise. You may decide for this: „A picture shows some (marks) proportions of baby animals' and a child's faces and adults' faces. People usually decide for and like young animals and children. In general, they carry these similar marks: a large head, large eyes, a shortened front-to-back skull size.“ This scheme of marks activates protective and careful behaviour in people, both in females, males and children.“ (the picture borrowed from Eibl-Eibesfeldt, 1993, p. 123) ¶ A certain complication may be that protective and careful behaviour towards young animals and children can be translated as behaviour of people and not as a elementary emotion, although such behaviour would have not occurred without this emotion. The protective and careful behaviour is behaviour of a man (behaviour comprises of a sequence of actions – a certain pattern) at the beginning of which are essential emotions such as joy, warmth etc. Aiming at not distracting reader's attention from the question „What are emotions?“ and not redirecting them to the question „What is behaviour?“, it is necessary to emphasize that the author of this article holds a radical opinion that we do not have a direct approach to thoughts and feelings. We do not have an on-line access to our own thoughts and feelings, too. Even worse – we do not have access to thoughts and feelings of other people. We usually learn about feelings from behaviour of a certain person. ¶ Literature: EIBL-EIBESFELDT, I.: Sein

Schlüssel zur Verhaltensforschung. München: Realis Verlags – GmbH., 1993. ¶ GOLEMAN, D.: Emoční inteligence. Praha: Columbus, 1997. ¶ LIPOVETSKY, G.: Éra prázdnoty. Úvahy o současném individualismu. Praha: Prostor, 1998.

KANSEI ENGINEERING – EMOTIONS FORECASTING

text Martin Struss

More systematic methods of designing product's appearance were identified as early as in the 1970s. The purpose was to attract and „gain control“ over customers as quickly as possible and to improve confidence in a product. From the 1980s, the group of methods called Quality Function Deployment included Kansei Engineering, a Japan-based method for technical functionality and emotional expression, information and inspiration. The objects are not assessed in isolation. The objects are touched, heard and tasted. ¶ The purpose of Kansei Engineering is to identify the structure of feelings hidden in human behaviour. This structure is called a personal 'kansei'. Conducting his research, Harada has arrived at a conclusion that a person's opinion at an artwork or design has nothing to do with logic. It is 'kansei'. The word 'kansei' covers several other words and meanings such as sense, sensitivity, feeling, aesthetics, emotion, affection and intuition. 'kansei' is a personal and subjective effect that is not easy to describe in words and its definition is continuously changing. It is a harmony of intuition and mind, intuitive understanding and rational perceiving which is, more or less, an essential qualification for creative designing. ¶ One of the first success stories using Kansei Engineering at the American market was the sports coupe Mazda Miata (in Europe: MX-5) in 1990. Developing the design of the vehicle, designers focused on producing a sports car for young adult clients and answering a qu-

estion: „How big a gear stick must be to reflect the expression 'my way of driving'? Using the Kansei Engineering method, designers found out that respective target group loved a special sound of engine in gear. Taking into account this knowledge, they redesigned the vehicle's exhaust pipe. Now, the second generation of this vehicle has been successfully marketed for 16 years. ¶ Borrowing from a personal contact with the Kansei Engineering lecturer Mr. Toshimasa Yamanako from the University of Tsukuba¹, I will describe the principles of this method used for development of products: *Target group identification* – first, you have to find out what an end user is able to accept. The purpose is to map their personal (group) 'kansei' through observations, questionnaires and interviews, follow-ups and comparing of different respondents. *Building a 'kansei' product* – then, you are ready to specify partial parameters. When a group of concept's characteristics that are user-compatible has been compiled, partial solutions can be tested on a sample of users. *Specification of future object's properties* – the last step in development process. Characteristics are collected to define special characteristics of a future product. ¶ Kansei Engineering is used to evaluate products or analyse competitive products, too. ¶ (concepts evaluation chart) ¶ Scientists Lee, Harada a Stappers' suggest to use images while communicating with users or clients. Images provide information that cannot be described in words – shapes, colours, textures or moods. They believe that design that use the Kansei Engineering method has the power to translate human feelings and impressions. Concentrating on human behaviour, emotions and actions, such design allows having fun with a product because. ¶ To learn more about this issue, attend the first conference on Kansei Engineering: ¶ First European Conference on Affective Design and



Kansei Engineering, Helsingborg / Sweden, 18 – 20 June 2007 or go to: www.kansei.eu, www.jske.org ¶¹ A lecture at Université de Technologie, Compiègne, 2003. ¶² Pleasure with Products: Beyond Usability, edited by William S. Green a Patrick W. Jordan, Taylor & Francis, London, 2002, (S. Lee, A. Harada, P.J. Stappers: „Design based on Kansei“), p. 219–228.

SHOES ARE ARCHITECTURE text Lubica Hustedá

Rem D. Koolhaas is a young Dutch architect. People always confuse him with a person of the same name – his uncle, the renowned architect Rem Koolhaas. He does not like it. It is perhaps the never-ending confusion that helped him to abandon architecture and redirect his career towards design, to the shoes design in particular. ¶ He was invited to present his work at Klubovka, a regular architectural event in Bratislava. The lecture was organised as part of the official opening of a furniture shopping mall. Koolhaas presented the genesis of his creative concept as well as development mutations and outputs of that concept. The process started with his graduation thesis. Koolhaas became interested in classical design icon, the Barcelona chair by Mies Van der Rohe. He took a chair's frame and started to transform it. He added a third dimension to it. That is how Mobius, a band from which he created the essence of his first shoes collection was developed. After Mobius, Koolhaas came with a clear concept of the Porn. This artwork combined several forms into blurred concept. After, Sharpei and boots copying Shar-pei-like „deformation“ were introduced. After, shoes inspired by Charles Eames came. Koolhaas mentioned form sampling several times during his lecture. Koolhaas is an example that many contemporary designers look differently at things around them and experiment with them. **Could you describe Mobius as the basis of your concept? Mobius**



is an endless band which, when unfolded, becomes an ordinary band. However, the band can be used as a construction material with special features. What I found important was to make a shoe from the band. I was compelled to find out how I could do it. First, I realised that what is essential when creating shoes is a shoelast that holds the final shape. Besides, I found out why nobody before me had developed the same concept as me. It is because it is not a shoes designing concept. We had to develop a brand new designing method. At this phase, we made calculations, conducted material hardness research, initial castings production and found a producer. All in all, the whole process ended in two years. **A starting point of your research was your statement that a shoe can be architecture, too. How can you endorse this opinion?** I started with a scale. I divided architecture into five scale levels – a shoe, furniture, a villa, a large building and land. Then, I used Mobius as a module for individual scales. The purpose was to show that Mobius is adjustable to all five levels. It did work well. Later, I focused on construction and behaviour of material. As for scale, the construction has its limits. The laws of nature. It is also important how we look at and perceive things and finally, our emotions. Scale acts on emotions. We see large and small things differently. I think that construction, space and function are the most important elements of architecture. Architecture is an item for daily use and for protection. That all is good for a shoe, too. Besides, I think that if people decide all can be architecture for them. It is very important how you perceive things around you. **When doing form sampling you have decided for the work of architect Mies van der Rohe and designer Charles Eames. It seems that you have affinity for the Modern style. Have you considered going deeper into the history of architecture?** Yes, I like the Modern style

period very much. I used to like forms describing future as a child. Well, I did not like science fiction outside our planet. I did not like claustrophobic spacecraft. But I did like science fiction on the Earth, for example the Fifth element movie. Apart from this, I liked simple modern forms. When I think of the Antiquity, Middle ages and other periods in history I see too many details and I do not like it. Besides, I see high society, emperors and kings and I do not like them, too. I prefer plain things.

THE SLOVAK TYPOGRAPHY IS THE 20TH CENTURY text Adriana Čeledová

Sisyphus of graphic design in Slovakia Ľubomír Longauer is the author of voluminous (for time being) exhibition project *The Slovak typography is the 20th century*. The second exhibition called *The 1970s and 1980s generation*¹ was installed at two storeys of the House of Arts (Dom umenia) in Bratislava as an accompanying event of the 2006 Trnava Poster Triennial. **It was a happy coincidence that coming to visit the exhibition I run across the graphic designer and curator Ľubomír Longauer who was giving a lecture on the exhibition to the students of graphic design at the visual communication department of the J. E. Purkyně University from Ústí nad Labem and the studio head Karel Mišek.** **Stories Ľubomír Longauer tells are usually full of enthusiasm and bitter undertones, however, they certainly are original ones.** **The exhibition displayed the works of 25 artists of the 1970s and 1980s generation, hence the generation that graduated and started their professional careers at that period.** The list of authors² indicated that the exhibition would be a combination of various visual perceptions – posters (Dušan Junek, Tomáš Piasecký, Pavel Choma, Stanislav Stankoci), books (Pavel Blažo, Eva Kovačevićová-Fudala), typefaces (Ľubomír Longauer, Svetozár Mydlo) and fine art artefacts

(Monogramista T. D., Rudolf Sikora, Daniel Fischer). **The exhibition started with dynamic launch of poster art and a typeface lesson in the Graphic design alphabet by Dušan Junek, who produced, using initials, a visual profile of a foreign graphic designer.** The exhibition revived the posters of Tomáš Piasecký. I came to an interesting observation – the exhibited posters allowed to remind of cultural events of that period. **After posters, the exhibition covered books, namely the book design of Pavol Blažo who worked with many book illustrators. The work of Monogramista T. D. was a special part of the exhibition (Prenatal books, 1983).** Rudolf Sikora and his work with topographic material, maps of sky and stars combined with texts was introduced at the exhibition. **The work of Svetozár Mydlo interrupted the calm atmosphere of the exhibition. Visitors may get lost in the quantity of exhibited works.** The curator perhaps made an exception and selected more works from this author than any other author displaying their works at this exhibition. The first part (first storey) of the exhibition ended with the work of Ľubomír Longauer (Confidential typography – Prísne tajné typografie) and Daniel Fischer (Images and Poems – Obrazobásne, 1985). **The second part (second storey) of the exhibition missed the energy of the first storey.** Surprising is that despite missing vigour more types of artworks were selected for the second part. Peter Pisár displayed his typographic installation, Pavol Rozložník and Milan Machajdík from IQ Design presented visual style of their advertising agency. **Pavel Choma came with funny and playful text presentations and posters. His colleague from the visual communication department Stanislav Stankoci presented the graphic layout of AFAD annual catalogues.** **Eva Kovačevićová-Fudala exhibited her book design of Confucius.** **Taking into account the exhibition concept, the combination of various**

types of artworks seems to work well visually. However, a patient visitor able to read numerous texts, symbols and letters was required. The extensive content requires a written form that would allow visitors to get back to the artworks undisturbed. The extensive space of the House of Arts did not work for the exhibition, the artworks got lost there. Even the good location of the exhibition venue in the centre of the city did not help.

¹ The first part held in 2004 and was named The story of Slovak typography 1918 – 1970. The exhibition was held in the Gallery of the City of Bratislava, from 8th October until 2004 until 2nd January 2005.

² Exhibiting authors: Dušan Junek, Pavel Blažo, Juraj Žilincár, Jozef Habodás, Rudolf Sikora, Monogramista T. D., Peter Ďurík, Peter Roller, Ján Zavorský, 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, Ľubomír Longauer.

PREDPLATNÉ DESIGNUM NA ROK 2006

PREDPLAŤTE SI ČASOPIS A UŠETRÍTE.
ROČNÉ PREDPLATNÉ: 330,- SK/KČ.

MOŽNOSTI PLATBY

POŠTOVOU POUKÁŽKOU – BANKOVÉ SPO-
JENIE: ŠTÁTNA POKLADNICA, Č. ÚČTU:
7000070238/8180, VS: 2006123456,
KS: 0308, ADRESA: SLOVENSKÉ CENTRUM
DIZAJNU, JAKUBOVO NÁM. Č. 12, 814 99
BRATISLAVA

BANKOVÝM BEZHOTOVOSTNÝM PREVO-
DOM – BANKOVÉ SPOJENIE: ŠTÁTNA PO-
KLADNICA, Č. ÚČTU: 7000070238/8180,
VS: 2006123456, KS: 0308 – PO ZASLANÍ
ÚHRADY BANKOU JE POTREBNÉ NA IDEN-
TIFIKÁCIU PLATBY NAHLÁSIŤ ADRESU
PREDPLATITEĽA NA HUSTA@SDC.SK,
ALEBO GABRIZOVA@SDC.SK

ŠPECIÁLNA PONUKA!

PONÚKAME ODBERY ČASOPISU
DESIGNUM Z ROKOV 2004/2005
ZA MIMORIADNE VÝHODNÉ CENY

PRI NÁKUPE CELÉHO ROČNÍKA 2004

ZAPLATÍTE LEN 180,- SK

PRI NÁKUPE CELÉHO ROČNÍKA 2005

ZAPLATÍTE LEN 240,- SK

CENA ZA NÁKUP JEDNOTLIVÝCH ČÍSEL
Z ROKU 2004 – 35,- SK

CENA ZA NÁKUP JEDNOTLIVÝCH ČÍSEL
ČÍSEL Z ROKU 2005 – 45,- SK

INFORMÁCIE O PREDAJI STARŠÍCH ČÍSEL A INÝCH PUBLIKÁCIÍ SCD

WWW.SDC.SK, ALEBO SDC@SDC.SK,
HUSTA@SDC.SK

ŠPECIÁLNA PONUKA!

ČASOPISY DESIGNUM Z ROKOV 2004/2005
ZA MIMORIADNE VÝHODNÉ CENY

2004



1



2



3



4



5-6

2005



1



2



3



4

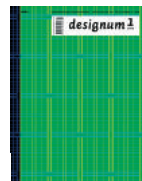


5



6

2006



1



2



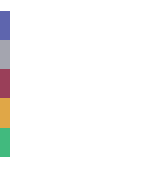
3



4



5



6

designum 5 – 2006

Empirik

text Michal Tornyai

foto archív autora

Názov písma Empirik je odvodený od slova empiria – skúsenosť. Skúsenosť je pri písme veľmi dôležitá. Čítanie a písanie je založené na nadobudnutej skúsenosti. Musíme si tvary znakov zapamätať, aby sme ich vedeli identifikovať alebo reprodukovать. Tvorba písma je tiež vo veľkej miere založená na skúsenosti. Genéza tvarov a vzhľad znakov latinskej abecedy sa nedá racionálne zdôvodniť alebo vysvetliť. Sú produktom stáročného vývoja a postupnej koncentrácie skúsenosti.

Čerpanie zo zdieľanej skúsenosti v dejinách písma (v tomto prípade čiastočne gotika a najmä renesancia) bolo len začiatčným bodom vo vývoji Empiriku. Ďalej to bol proces hľadania toho správneho charakteru celého písma. Všetky hlavné znaky boli najprv ručne naskicované zrezaným pierkom. Potom geometrizáciou a abstrahovaním týchto skíc boli jednotlivé znaky digitálne konštruované s dôrazom na jednotnosť charakteru. Dôležitá bola konfrontácia skúsenosti s kreativitou a inováciou. Po viac ako ročnom vývoji sa mi podarilo vytvoriť písmo zakorenené v tradícii textových písiem, ale súčasne

moderné a originálne. Moja magisterská diplomová práca – písmo Empirik – je výsledok skúsenosti nabranej počas štúdia na Katedre grafického dizajnu Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave.

Vývoj Empiriku ešte nie je dokončený. V blízkej budúcnosti sa Empirik rozrastie do kompletnej písmovej rodiny, ktorá bude okrem tu prezentovaného základu obsahovať ešte malé kapitálky, kompletnú sadu matematických symbolov, sadu ornamentov, ďalších ligatúr a alternatívnych znakov. Všetko v troch stupňoch tmavosti – normal, medium a bold.

Empirik Normal a Empirik Italic je k dispozícii vo formáte OpenType (univerzálny formát použiteľný na Windows aj Mac OS). Tieto dva fonty postačujú na bežnú sadzbu (napríklad text v brožúrach, knihách, časopisoch). Každý font obsahuje kompletnú sadu znakov pre sadzbu latinkou (pre všetky európske a mnohé mimoeurópske jazyky používajúce latinku) a všetky znaky, ktoré má obsahovať štandardný font. Empirik Normal obsahuje 437 a Empirik Italic 452 znakov.

<http://www.typoworker.com>

stuvwxvz\$¢€£¥0123456789\$¢€£¥f0123456789ÆÁÂÃÄÅÀÃÄÅ

A B C D E F G H I J K L M N O

P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o

p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Empirik Normal 30pt

A B C D E F G H I J K L M N O

P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o

p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Empirik Italic 30pt

ll"ññboli,,ččččdđ©vygenerované%náhodne...#©T¥ll"ññGRA^gŴ®³⁴

designum

MAGAZÍN DIZAJNU / DESIGN MAGAZINE

ROČNÍK / VOLUME – XII

VYCHÁDZA 6-KRÁT ROČNE / A BIMONTHLY

ČÍSLO / NUMBER – 4 – 2006

designum 6
2006**VYDÁVA / EDITED BY:**

SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU – BRATISLAVA

SLOVAK DESIGN CENTRE

VEDÚCA REDAKTORKA / EDITOR:

ĽUBICA HUSTÁ – HUSTA@SDC.SK

REDAKTORKY / STAFFERS:

JANA ORAVCOVÁ – ORAVCOVA@SDC.SK

ANDREA KOPERNICKÁ – KOPERNICKA@SDC.SK

JAZYKOVÁ REDAKCIA / PROOF READER:

INGE HRUBANIČOVÁ

REDAKČNÝ KRUH / EDITORIAL COOPERATORS:

DUŠAN BROZMAN – PRAHA

SILVIA FEDOROVÁ

MÁRIA RIŠKOVÁ

LUCIA LUPTÁKOVÁ – AMSTERDAM

LUBICA PEDERSEN – KODANĚ

JIRÍ PELCL – PRAHA

ALAN ZÁRUBA – PRAHA

SYLVIA JOKELOVÁ

MAREK ŠKRIPEŇ

ZDENO KOLESÁR

STANISLAV STANKÓCI

MARTIN STRUSS

SABÍNA JANKOVIČOVÁ

VIZUÁLNA KONCEPCIA, LAYOUT,**GRAFICKÝ DIZAJN / VISUAL****CONCEPT, LAYOUT, GRAPHIC****DESIGN:**

PALO BÁLIK

MARCEL BENČÍK

EMIL DRLIČIAK

JÁN ŠICKO

SADZBA / TYPESETTING:

JÁN ŠICKO

OBÁLKA / COVER:

JÁN ŠICKO

TLAČ / PRINTING:

X LINE, BRATISLAVA

© COPYRIGHT:

SCD, ISSN 1335-034X

REGISTROVANÉ MK SR Č. 889/93

MATERIÁLY PUBLIKOVANÉ

V ČASOPISE DESIGNUM NIE JE

MOŽNÉ UVEREJNIŤ BEZ SÚHLASU

REDAKCIE. NEVYŽIADANÉ RUKO-

PISY, FOTOGRAFIE, DIAPOZITÍVY,

CD SA NEVRACAJÚ

SÍDLO REDAKCIE / HEADQUARTER:

SDC, JAKUBOVO NÁM. 12, 814 99 BRATISLAVA

SLOVAK REPUBLIC

TEL: + 421 (0) 2 5293 1564

FAX: + 421 (0) 2 5293 1838

E-MAIL: HUSTA@SDC.SK, SDC@SDC.SK

WEB: WWW.SDC.SK

DISTRIBÚCIA / DISTRIBUTION:

L.K. PERMANENT, S. R. O., P.O. BOX 4

834 14 BRATISLAVA

TEL.: + 421 (0) 2 4445 3711

FAX: + 421 (0) 2 4437 3311

E-MAIL: LKPERMANENT@LKPERMANENT.SK

OBJEDNÁVKY A PREDPLATNÉ / SUBSCRIPTION**ORDERS** – SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU,

DESIGNUM, JAKUBOVO NÁM. 12, P.O. BOX 131

814 99 BRATISLAVA, SLOVAK REPUBLIC

TEL.: +421/2/5293 1564, FAX: +421/2/5293 1838

E-MAIL: SDC@SDC.SK,

HUSTA@SDC.SK

INZERCIA INFO – WWW.SDC.SK, HUSTA@SDC.SK**INFO O PREDPLATNOM ZO ZAHRANIČIA NA****WEB STRÁNKE / INFO ABOUT ABROAD ANNUAL****SUBSCRIPTION – PRICE FOR ABROAD – 5 € SINGLE**

ISSUE, ANNUAL SUBSCRIPTION – 30 € (INCLUDING POSTAGE) – WWW.SDC.SK.

VOĽNÝ PREDAJ – V STÁNKOCH MEDIAPRESSA MEDIAPRINT KAPA, **KNÍHKUPECTVÁ A GALÉRIE,**

BRATISLAVA – ARTFORUM, PROSPERO, REDUTA,

GALÉRIA MÉDIUM (VŠVU), X GALERY, DIZAJN ŠTÚDIO

ÚĽUV, MIMO BRATISLAVY – ARTFORUM (BANSKÁ

BYSTRICA, ŽILINA, KOŠICE), GALÉRIA J. KONIAR-

KA V TRNAVE, CHRISTIANA (POPRAD, PREŠOV),

KNÍHKUPECTVO POD VŔŠKOM V NITRE, STM KOŠICE |

ČR– KNÍHKUPECTVO FRAKTÁLY PRAHA