

designum 5

2006

Domov je magické slovo. Pre väčšinu z ľudí je strechou, úkrytom aj „generátorom“ zmyslu života. To znamená, že patrí do kategórie najcennejších ľudských hodnôt. Reálne je domov priestor vymedzujúci sa voči vonkajšiemu okoliu, v ktorom sa vytvárajú podmienky na plnenie najzákladnejších ľudských potrieb. Pre väčšinu z nás sa s týmto slovom spájajú automaticky aj slová ako architektúra a dizajn. V tomto čísle sme sa preto rozhodli vyvetrať domov cez viaceré okná. Hľadali sme ideálny domov a našli reálny. Obraz, pocit, presvedčenie, víziu, sen. Zaujímalo nás, ako ho vnímame a ako vnímame pozíciu dizajnu počas jeho budovania a pri jeho fungovaní. Aby sme neboli zahľadení len do úzkej komunity dizajnérov, oslovili sme aj ľudí z iných odborov – sociológa, sociálnu antropologičku, výtvarníka, filozofa, fotografa. V rubrike Sentimentál sme navštívili vlastný dom – domov popredného slovenského architekta Ivana Matušíka. Vznikla z toho skladačka, ktorá vo vás azda vyprovokuje uvažovanie o podstate tohto pojmu. Okrem domova viedli cesty našich autorov aj na Bienále architektúry v Benátkach či na Bio v Ľubľane. Predstavujeme aj nádejnú dizajnérsku skupinu Trihand, ale aj jeden polemický názor na Trienále plagátu v Trnave.

text Ľubica Hušá

obálka	– 1	
obsah	01	
editoriál	01	
štartér	02	Ako vníma dizajn Roman Džambazovič
	02	Na čom práve robí Peter Huba
	03	Čo sa deje Vtedy na BIO <i>Silvia Lutherová</i>
	06	Peknô.sk <i>Viera Kleinová</i>
	08	Bienále architektúry <i>Aleš Šedivec</i>
protest	11	Hľadá sa „architectureguard“
výkvet	12	Ready-waste-nájsť zmysel v nepotrebnom <i>Andrea Kopernická</i>
téma	16	Ideálny domov
	18	anketa Miroslav Tížik, Sylvia Jokolevá, Bjørn Kierulf, Erik Binder
	24	Zavri oči a budeš doma <i>Ľubica Hušá</i>
	28	Identity Petržalky <i>Barbara Gindlová</i>
	34	Priestor sebayjadrenia <i>Soňa Lutherová</i>
	36	Domov je interpretácia domu <i>Fedor Blaščák</i>
	40	Nostalgická spomienka na akúsi domácnosť <i>Silvia Lutherová</i>
reál	44	Patrik Illo: „Dizajn odzrkadľuje čas“ <i>Jana Oravcová</i>
recenzia	48	Tabu trienále plagátu Trnava <i>Mária Rišková</i>
	52	Ak sa vás opýtajú na bicykel, nebojte sa predať Rolls Royce <i>Alain Le Quernec</i>
rozhovor	54	Diverzita je našou identitou <i>Jana Oravcová</i>
sentimentál	56	Dom na rohu <i>Ľubica Hušá</i>
seriál	62	seriál K dejinám GRD. Alternatívy povojnovej moderny 2 <i>Zdeno Kolesár</i>
global	68	Mliečna dráha
elixír	70	Písmenká, ktoré pomáhajú
	72	Nové logo STU, Nové logo VŠVU
summary	74	
písmo čísla	78	Komplik <i>Martin Šútovec</i>

AKO VNÍMA DIZAJN

sociológ

ROMAN DĚAMBAZOVIC

foto archiv autora

Dizajn?... Spája sa mi s priestorom, tak verejným, ako aj súkromným, s rôznymi predmetmi, ale aj s ľuďmi. Všade ho reflektujem, ale možno menej často sa nad ním zamýšľam. Ak o ňom premýšľam, tak je to najmä vtedy, keď ma rozčúli a urazí. Nemám rád veci, ktoré sú samoučelné. Aj preto u mňa „dobrý dizajn“, hoci si uvedomujem veľkú dávku subjektivity, znamenajú priestory, v ktorých sa cítim dobre, pohodlne. Také, ktoré mi umožnia stráviť s ľuďmi alebo len sám so sebou príjemné chvíle, poskytnú podnety na zamyslenie. Podobne sa mi dobrý dizajn spája s vecami, ktoré, ak využívam, sú pre mňa „pomocníkom“. Sú príjemné, cítim sa pri nich, v nich, prostredníctvom nich, a keď ich mám na sebe, príjemne. Ak ich použijem, uľahčia mi situáciu, a často si ani neuvedomujem, koľko invencie a snaženia v sebe obsahujú. No a dizajn sa mi v súčasnosti asociuje stále častejšie aj s ľuďmi. Napriek tomu, že je dnes na jednej strane väčšia sloboda vybrať si z množstva vecí, prostredníctvom ktorých môžeme prejaviť svoju osobnosť či osobitosť, na druhej strane vidíme všade podobne „vydizajnované“ postavičky alebo „plastic people“ bez duše.

NA ČOM ROBÍ

výtvarník a webdizajnér

PETER HUBA

foto archiv autora

Práve sme vypustili do swwweta nové stránky knižného vydavateľstva. Mám z toho veľkú radosť hneď z viacerých dôvodov: Nezlomný vydavateľ za roky vybudoval početné HTML stránky svojej literárnej flotily a bolo načase pre ne ušitý systém a držať ich správu pekne pod kontrolu. Spolupracujem s viacerými programátormi, pre tento projekt nastavili majstri svoj kapacitne ťažkotonážny, a pritom neuveriteľne rýchly systém, takže slovenská literatúra má zrazu obrovský priestor na rozmach!?! Zo systému je vyťahnutých pár stránok pre dizajn plus súbor pre CSS, pomocou ktorých sa dá kompletne meniť vzhľad nastavenej štruktúry s nahodenými dátami. Práca webdizajnéra sa z veľkej časti presúva do písania riadkov kódu, výzvu vidím v možnostiach zmeny vzhľadu bežiaceho systému vždy podľa potreby bez nutnosti zasahovania do samotného systému. Oddelenie vizuálnej a obsahovej časti webu od seba je u mňa asi to najpozitívnejšie, čo doba priniesla pre internet. Ešte keby programátori (myslím tí najlepší) neboli neustále vyťažení, našťastie, existujú skvelé free CMS systémy, teším sa na ďalšiu stránku v Joomla!.

<http://www.lca.sk>, www.rgb.sk

ČO SA DEJE

VTEDEY V LUBLANE...



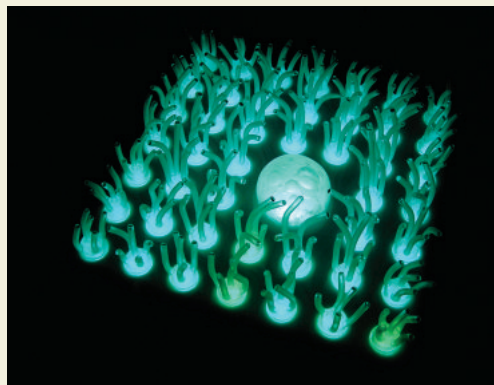
text Silvia Lutherová

foto autorka

Piaty októbrový večer slávila slovinská Ľubľana 20. výročie prestížneho medzinárodného podujatia Bienále industriálneho dizajnu (BIO). Slávnostné otvorenie prehliadky sledoval na nádvorí hradu Fužine dav dizajnérov, študentov, odborníkov, porotcov, VIP hostí, organizátorov a zvedavcov z rôznych krajín Európy a medzi nimi aj my, ako oficiálni delegáti slovenskej expozície. Jednou z našich úloh totiž bolo prevziať čestné ocenenie tohtoročnej súťaže, ktoré získal Martin Žilinský za celkovú vizuálnu identitu mesta Bratislava. Keďže organizátori informovali o výsledkoch hodnotenia poroty len niekoľko hodín vopred, ani M. Žilinský ani mnohí ďalší ocenení dizajnéri zo vzdialenejších krajín si svoju slávu na odovzdávaní cien osobne nezažili. Stovky prítomných hostí v Ľubľane však veľmi dobre počuli dôvod udelenia čestnej ceny propagačným predmetom Bratislavy - „za brilantné, veselé a variabilne využiteľné riešenie vizuálnej stránky, zachytávajúce typický charakter a identitu mesta, za koncepciu, ktorá vychádza z hrdosti obyvateľov na svoje mesto, za inovatívny navigačný systém, ktorý sprevádza turistov po jednotlivých zaujímavostiach a službách mesta“. ■ Bienále dizajnu v Ľubľane patrí medzi niekoľko málo podujatí, ktoré pravidelne prezentujú výber toho najlepšieho, čo sa vytvorilo na poli industriálneho dizajnu, vizuálnej komunikácie a dizajnérskeho konceptu nielen v Európe. Už od roku 1960 sústreďuje na jednom mieste najúspešnejšie produkty a najperspektívnejšie prototypy z viacerých európskych krajín, z času na čas i zo vzdialenejších centier svetového dizajnu. Prostredníctvom reprezentatívnej výstavy BIO zároveň dáva firmám aj výrobcam možnosť udržať si prehľad v aktuálnej tvorbe jednotlivých dizajnérov a vystavujúci profesionálni dizajnéri či študenti majú zase na slávnostnom otvorení jedinečnú príležitosť nadviazať dôležité kontakty. A že skutočne ide o výnimočnú udalosť vo svete dizajnu, potvrdzuje nielen množstvo návštevníkov na vernisáži, ale i účasť prominentných osobností, pozornosť miestnych médií, a v neposlednom rade aj udeľovanie mimoriadnych cien medzinárodných organizácií industriálneho a grafického dizajnu (ICOGRADA, BEDA, ISCID). ■ Cien bolo rozdáných viacero, mnohé dizajnom s výnimočným tvarovým riešením či nekonvenčným uplatnením materiálu, ďalšie sofistikovaným inováciám bežne používaných predmetov alebo kombináciám moderných technológií a tradičných, ručne vyrábaných prvkov. Za všetky spomeňme aspoň absolútneho víťaza 20. ročníka BIO Ľubľana – okuliare „me Markus T“ od nemeckého dizajnéra Markusa Temminga. Napohľad krehký a decentný predmet získal pozornosť do detailu premysleným systémom titánovej kostry, fixujúcej sklá v polyamidovom ráme bez jedinej šraubičky. ■ Súťaže, rozdelené na 3 kategórie: A/ produkty, B/ vizuálna komunikácia, C/ dizajnérske návrhy, sa spolu zúčastnilo 350 exponátov zo 17 krajín: Rakúska, Belgicka, Chorvátska, Českej republiky, Dánska, Estónska, Francúzska, Nemecka, Maďarska, Talianska, Poľska, Srbska, Švédsko, Švajčiarska, Slovinska, Slovenska



a2



a3

a USA ako jediného mimoeurópskeho zástupcu. Väčšinu participujúcich krajín zastupovali vo výbere exponátov odborné dizajnérske organizácie (u nás Slovenské centrum dizajnu), ktoré mali profesionálnymi kritériami selekcie zaručiť vysokú úroveň kvality prehliadky. Jednotlivé inštitúcie dizajnu sa zhostili svojej úlohy skutočne zodpovedne, vysoká úroveň prehliadky však, paradoxne, zlyhala na samotnej inštalácii pod taktovkou slovin-ských organizátorov. ■ Ceremoniál odovzdávania cien vyvrcholil slávnostným sprístupnením súťažnej expozície v priestoroch hradu Fužine (sídla Múzea architektúry Ľubľany i sekretariátu BIO). Pohľad z dvora na vysvietené okná miestností sľuboval príjemný zmyslový zážitok, a nešlo pritom len o primárny cieľ zahriať sa po hodinovom stáťi na chladnom vzduchu. Ihneď po vstupe do prvej miestnosti nás však zarazil spôsob inštalácie objektov. Neprehľadné množstvo nahusto poukladaných predmetov najrôznejších veľkostí, kolekcie prepletajúce sa jedna cez druhú, plagáty nelogicky vystavené na opačnom konci priestoru ako objekty, ku ktorým patria, to všetko v mdlom a rozptýlenom osvetlení, znemožňujúcom nielen pozornejšie študovanie detailov, ale aj neodmysliteľné fotenie. Fotografovaniu navyše bránil aj nedostatok priestoru a všadeprítomné párujúce sa záclony, zapletajúce sa do nábytkových kusov. Akoby toho nebolo dosť, mnohé dizajnérske objekty (okrem iných aj zo slovenskej expozície) boli umiestnené nelogicky, prípadne boli očividne chybne poskladané! Nehovoriac o drobnejších dielach grafického dizajnu umiestnených v nezasklených vitrínach – nijako neochraňujúcich pred dlhoprstými návštevníkmi. ■ Ťažko povedať, čo mohlo byť dôvodom takého nedôstojného prezentovania diel, ktoré ako najlepšie prešli pozorným výberom jednotlivých štátnych dizajnérske organizácií a potom aj organizačného výboru bienále. Nevedno, či išlo o zámernú koncepciu architektov inštalácie, ktorú sme nepochopili, či o necitlivosť narábania s objektmi, alebo skrátka len o priestorové limity. Pohľad na stiesnené exponáty nás mrzel o to viac, že samotná historická stavba bola pomerne rozľahlá, zatiaľ čo výstava pokrývala len zlomok jej interiérov. Na určitú obhajobu kompetentných však treba doložiť, že nám po našom proteste voči nesprávne zloženému objektu zo slovenskej kolekcie ochotne vyšli v ústrety a problém sme vyriešili. ■ Odhliadnuc od spomenutých nedostatkov inštalácie, jubilejné BIO 20 ponúko veľa pozoruhodných dizajnérskech produktov i prototypov, z ktorých viaceré by stáli za podrobnejšou zmienkou. Pre mnohé prototypy aj študentské projekty bude účasť na tejto známej medzinárodnej prehliadke dozaista znamenať začiatok života vo svete spotreby a Ľubľana pre ne ostane miestom, kde boli ako umelecké diela mesiac vystavené na obdiv divákovi z rôznych kútov Európy.



a4



a5

a1 Oe 102 - modulární výstavní systém, Peter Pavšič, Robert Klun, Klunambienti d.o.o., Ljubljana 2005-6

a2 Okuliare Markus T, Markus Temming, Markus T GmbH, Německo 2004

a3 Osvetlovací systém, Arcus Muhely, Arcadom Rt. Budapešť 2005

a4 Pohľad na inštaláciu slovenských dizajnérov

a5 Lampa Jurtina, Rok Kuhar, Sijaj Hrastnik 2006

ČO SA DEJE

PEKNÔ.SK

*text Viera Kleinová**foto Tomáš Tokarčík*

Viac ako rok bude po Fínsku putovať výstava slovenského úžitkového umenia peknô.sk, ktorú pripravilo Ústredie ľudovej umeleckej výroby v Bratislave na podnet fínskeho združenia remesiel Taito Group. S Taito, ktoré sa venuje okrem iného výučbe remesiel, podpore remeselného podnikania, vydáva časopis, organizuje výstavy, spolupracuje ÚĽUV už viacero rokov. Jednou z foriem vzájomnej komunikácie sú aj výmenné stretnutia – na ich základe mali Fíni možnosť získať priame a detailnejšie informácie o slovenskom remesle, dizajne, úžitkovom umení. Zaujali ich viaceré remeslá či techniky, ktoré majú na Slovensku špecifickú podobu (napr. drotárstvo, paličkovaná čipka, tvorba zo šúpolia), i súčasné reakcie na slovenské remeslo a umenie minulosti. ■ A čo teda uvidia návštevníci v Helsinkách, Tampere, Vaase, Jyväskylä a v ďalších (dovedna sedemnást) mestách? Uvidia študentský dizajn, úspešné realizácie návrhárov a remeselníkov ÚĽUV-u, diela známych i začínajúcich slovenských dizajnérov a výtvarníkov. Všetci majú spoločné predovšetkým to, že ide o diela rozmanitým spôsobom interpretujúce pôvodné domáce zdroje, tradičnú ľudovú kultúru, využívajúce prírodné materiály a klasické remeselné technológie. Záber produktov na výstave sa pohybuje od interiérových doplnkov cez nábytok až po šperk a odev. ■ Výber má ambíciu poskytnúť divákovi malú retrospektívu – ako sa vyvíjalo remeslo nadväzujúce na tradície za ostatné polstoročie cez tvorbu v ÚĽUV-e i celkom aktuálnu situáciu a najnovšie tendencie na slovenskej dizajnerskej scéne. ■ Na výstave sa vedľa seba stretnú tradičné, konzervatívne remeslo i extravagantný, nonkonformný dizajn a úžitkové umenie. Prezentovaný výber nie je a ani nemôže byť úplný. Ovplyvnila ho najmä snaha predstaviť zahraničnému divákovi výnimočnosť, inakosť a kreativitu slovenského modelu. Tak sa tu objavia napríklad diela súčasného drotárstva (prelamované misy Sláva Pecúcha, svietidlá Šimona Mišurdu), študentská kolekcia odevov motivovaná slovenským krojom (modely z ateliéru odevného dizajnu VŠVU) alebo napr. „hip-hopové“ reťaze Hany Kašíckovej z mosadze a dreva s obrázkami kultových rozprávkových postavičiek Maťka a Kubka. ■ Vizual výstavy vrátane katalógu navrhoval študent grafického dizajnu VŠVU Nikola Latkovič. Pod architektonickým návrhom inštalácie je podpísaný ďalší poslucháč VŠVU – Tomáš Tokarčík z Katedry architektúry. Aby výstava zostala „peknô“ po celý čas svojej vyše ročnej cesty a aby sa jej putovalo príjemne i pohodlne, zvolil pre ňu ako inštaláčne prvky drevoštiepkové boxy, ktoré sú zároveň i prepravnými debnami.



b1



b2

b1 pohľad do inštalácie, v poradí misy S. Pecúcha

b2 pohľad do inštalácie, drevený kôň, 1986

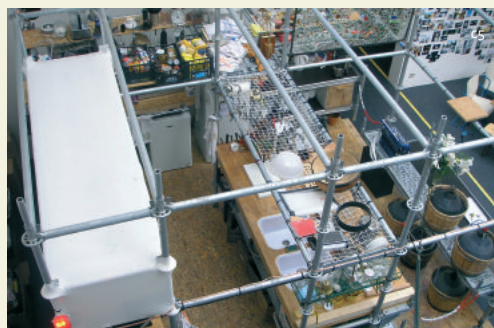
ČO SA DEJE

BIENÁLE ARCHITEKTÚRY
BENÁTKY 2006

text Aleš Šedivec

foto archív autora

Posledný septembrový víkend sme sa v konvoji piatich áut zaplnených architektmi a grafickými dizajnérmi vydali do Benátok. Cieľom cesty bolo desiate Bienále architektúry, ktoré je vôbec najväčšou architektonickou výstavou na svete. Témou tohto ročníka boli Cities. Architecture and society. ■ Z obrovského množstva prác pre čitateľov selektujeme projekty, ktoré nás oslovili. Začali sme v sobotu ráno v areáli Giardini s národnými pavilónmi. Odporúčanie navštíviť „najsôr taliansky pavilón“ bolo správne. Tento pavilón je najväčší, preto poskytol priestor aj organizáciám, školám, alebo krajinám, ktoré nemajú vlastný pavilón. Tému mestskej mobility v španielskej Zaragoze tu riešili študenti MIT. Ich odpoveďou na problém parkovania boli mestské automobily, ktoré sa dajú zaparkovať ako nákupné vozíky v supermarketoch. ■ Na problém hustoty Londýna vtupne reagoval Tomas Klassnik. V projekte Desktopolis hľadal voľné stavebné priestory nad londýnskymi kostolmi (Klassnik.com). ■ Prvýkrát sa na bienále v pozícii kurátora zúčastnil Rem Koolhaas, čo sa vzhľadom na „koolhaasovskú“ tému dalo očakávať. Jeho združenie AMO/OMA v spolupráci s „American university of Sharjah“ sa tu venovalo problémom Golfského zálivu. Zo stavebného boomu a s ním súvisiacej finančnej sily tohto regiónu behá mráz po chrbte. V úvodnom texte sa Koolhaas opäť venoval významu „Disneylandu“. Jedna z najsilnejších inštalácií. ■ Silnou a smutnou bola aj projekcia tajne natočených filmov zo Severnej Kórey v miestnosti s dokonale tvarovateľnými „kresležiadlami“. Zaujímavé video tu predstavili Chorváti, ktorí si na paškál zobrali stavebný ruch na jadranskom pobreží. Len 20 % stavieb, ktoré tam od balkánskeho konfliktu vzniklo, je legálnych! Herzogovo & de Meuronovo Studio Basel z ETH v Zürichu mapovalo urbanitu Švajčiarska. Stovky fotografií a videoinštalácie ste mohli študovať a pritom sedieť na stoličkách navrhnutých pre Vitru práve od dvojice H&deM. ■ Španielsky pavilón bol plný žien (a displejov)! O súčasnej španielskej architektúre tu rozprávali ženy, ktoré v nej žijú, pracujú. Upratovačky, kurátorky, architektky, predavačky, matky... Zaujímavé reflexie z druhej strany. ■ Holandský pavilón netradične prezentoval tradičné originálne kresby, škie a návrhy urbanizmov a mestských štruktúr zo 60. rokov, teda z obdobia, keď sa veľkorozmerné utópie často stávali (stavali) realitou. ■ Venezuela vsadila na veľkoplošnú tlač svojich jestvujúcich obytných štruktúr. O podobné priestorové štruktúry sa snažia architektonické laboratóriá na všetkých súčasných renomovaných školách architektúry za výdatnej podpory A-life aplikácií. Dánsko rieši Čínu! Malé Dánsko ponúklo niekoľko megaprojektov veľkej Číny. Atraktívne riešenia, sexi modely, trvalo udržateľný rozvoj. ■ Eliptické mestá pre Dominikánsku republiku od Bernarda Tschumiho vkusne prezentované vo švajčiarskom pavilóne potom zaujali len málokoho. Pavilón severských krajín od Svere Fehna bol už tradične zaujímavejší ako inštalácia. Naozaj skvelá stavba. Francúzsko prezentovalo životný štýl. Skupina francúzskych architektov nechala samotný pavilón



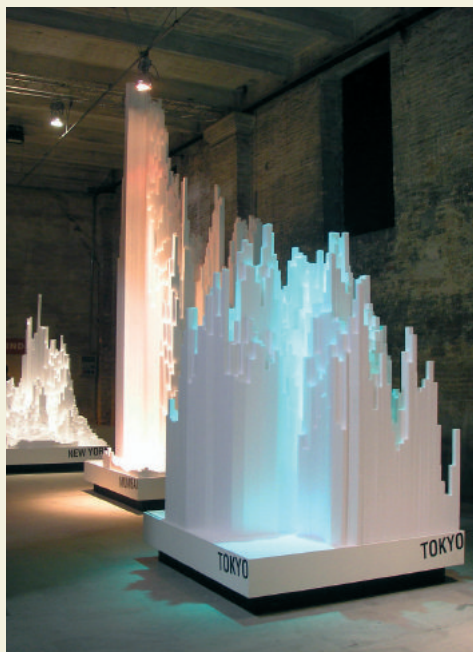
navrhnutý v klasicizujúcom štýle prerásť konštrukciou z lešenia a vinylovej plachty. Sauna, hygiena, vyhládka na streche pavilónu, obývačka pod stropom, spanie, kuchyňa, práca a výstava na prízemí. Všetko sa neustále menilo. Mladí Francúzi tu žijú, pracujú, tvoria alebo pestujú hlivu ustricovú možno ešte dnes. Ich „Metavilla“ nebola najoriginálnejšou, ale zrejme najúspešnejšou expozíciou tohto ročníka. ■ Aj susediaci nemecký pavilón použil lešenie na vertikálnu prechádzku a vyhládku. Jediný jeho nedostatok bol, že susediaca francúzska prechádzka bola oveľa živšia. ■ Japonsko vystavovalo neznáme drevené projekty neznámych architektov v drevenej expozícii. Rusko sa pohybovalo na rozhraní umenia a architektúry. Prijemný zážitok. ■ Američania majú často silné témy. V nedávnej minulosti to bol teroristický útok na dvojčky, teraz sa zamerali na prírodnú katastrofu spôsobenú hurikánom Katrina. Americký pavilón predstavil zaujímavé riešenia „vodných“ architektúr. Bol to jeden z mála pavilónov, ktorý vôbec nejaké riešenia ponúkal. ■ Rakúsko reprezentovali manifesty a modely Kieslera a Holleina, no najviac zaujala skvelá inštalácia s výborným videom od Eichingera. ■ Maďarsko je Čína, všetko je Čína. Opäť umelecky poňatá expozícia navodzujúca pocit záhrady, kde šum fauny a flóry nahradil šum lacných čínskych elektronických hračiek dômyselne poprepájaných do sietí a rastrov reagujúcich na návštevníka. Autíčka na stene, mačky zaliate v epoxide... ■ česko-slovenský pavilón, ktorý vystavoval študentské práce z ateliéru ČVUT Ivana Kroupu, sa umiestnil v rebríčku návštevníkov na predposlednom mieste, horšie na tom bol len pavilón Srbska. Evidentné odbočenie od témy v našom pavilóne nepôsobilo práve ako konceptuálny zámer. Vyzerá to tak, že si budeme musieť zvyknúť. Idea prezentovať v Česko-slovenskom pavilóne práce popredných českých a slovenských architektonických škôl na tému „Meta City“ nebola zlá, konštruktívnejšia by však bola napríklad konfrontácia všetkých škôl zároveň. Aspoň toľko z Giardini. ■ V nedeľu bol na rade komplex starých prístavných hál Arsenale. Národnostné výpovede nahradili mestá. Dominovali témy ako hustota, mobilita, rast, kapacita, ekológia. Grafy, analýzy, fotografie, zvuky, letecké snímky, videá. 16 dôležitých svetových metropolí: Tokio, Mexico City, Bombaj, New York, Sao Paolo, Šanghaj, Los Angeles, Káhira, Istanbul, Londýn, Bogota, Berlín, Barcelona, Caracas,



c6



c7



c8

Johannesburg a prekvapivo aj dvoj mesto Turín-Miláno. Každá metropola mala svoju kóju nabitú množstvom informácií vytlačených na veľkorozmerných formátoch s jednotným dizajnom. Nad každou kójou visela kupola s reproduktorom, ktorá simulovala charakteristické zvuky práve prezentovaného mesta. ¶ Zaujímavé boli aj ostatné haly v Arsenele. Kamenné mestá, štúdie talianskych futuristov alebo projekty staníc od autorov ako Zaha Hadid, Dominique Perrault alebo Karim Rashid určite stáli za povšimnutie. ¶ Niekoľko expozícií bolo nainštalovaných aj priamo v uličkách Benátok. Spomedzi nich zožal najväčší úspech projekt Litvy. Kartónové mestské stoličky, ktoré ponúkali Litovci zdarma v kartónovom domčeku, doslova zaplavili uličky Benátok. Ocenili sme ich najmä v preplnenej MHD. ¶ Komisařom desiateho ročníka bol Richard Burdett, britský ekonóm, architekt, urbanista, publicista a expert na problematiku súčasných miest. Varovania niekoľkých známych, ktorí už tohtoročné bienále navštívili („tento rok to nie je atraktívne, samé diagramy a grafy, nijaké modely, takmer nijaké superstars...“), sa ukázali ako neopodstatnené. Tohtoročné Bienále architektúry skôr vyzývalo k riešeniam, ako ich ponúkalo a s tvrdením R. Burdetta, že vybudovať kanalizáciu je oveľa dôležitejšie ako postaviť krásne múzeum môžem len súhlasiť. Architektonický diskurz v Benátkach sa po čase nezaoberal šokujúcou originalitou foriem, ale naozajstnými problémami naozajstného sveta.

c1 fasáda talianskeho pavilónu

c2 výskum AMO/OMA

c3 nemecký pavilón

c4 model v pavilóne USA

c5 interiér francúzskeho pavilónu

c6 Maďarsko je Čína

c7 mestský mobiliár z dielne Litvy

c8 3d grafy mestskej hustoty v Arsenele

PROTEST

HĽADÁ SA SLOVENSKÝ „ARCHITECTUREGUARD“ ZN. POCTIVÝ A SILNÝ



text Ľubica Hustá

foto Patrik Kovačovský

Pred troma rokmi, keď sme v časopise Designum začínali s rubrikou Sentimental, (Designum 1/2004), rozhodli sme sa ako prvé predstaviť interiéry Hotela Kyjev v Bratislave. Výber bol jednoznačný. Tieto interiéry patria v novších dejinách slovenskej architektúry a dizajnu medzi to najlepšie, čo doma máme. Stavba (od architekta Ivana Matušíka), ktorá tvorí spolu s obchodným domom (kedysi Priorom, dnes Tescom) spoločný komplex, je však zaujímavá aj z hľadiska exteriéru. Výrazne definované a elegantne sa prelínajúce hmoty, skvelé kamenárske vypracovanie jeho „obalu“ spolu s prepracovanými detailmi, zaujali už mnohých zahraničných architektov, dizajnérov a teoretikov (nielen architektúry). Áno, samozrejme, stavba má aj svoje nedostatky. Hotel už jednoznačne a nevyhnutne potrebuje zrevitalizovať exteriér aj interiér. Oku nelahodí, naopak mučí ho, aj nevyhovujúce tesné okolie stavby. Je nereprezentatívne. Na rozbitom a zvltnom asfalte tu vyrástla celá suita lacných a pofiderných satelitných podnikateľských prevádzok, ktoré sa v žiadnom prípade nedajú nazývať architektúrou. Výhrady sú na mieste aj z urbanistického hľadiska. Stavba príliš definuje spodnú časť námestia, ktorá má podľa rôznych štúdií iný rastový potenciál. Ako vyriešiť túto situáciu? Zrazu sa tu objavil takýto scenár. Jeho autorom je chrabrý developér s impozantným menom Lordship estates. Pointa príbehu je 7 miliárd eur, ktoré majú nezištne zachrániť centrum Bratislavy. Chce iba maličkosť. Zbúrať celý komplex a na jeho mieste postaviť nový a hneď najväčší obchodný komplex na Slovensku. Aká to bude architektúra, neuvádza, ale podľa kvality jeho doterajších realizácií možno čakať niečo pekne prefabrikované. Táto skutočnosť sa objavila v Bratislavských novinách ako hotová vec. V nás vzbudila obavy, rozhorčenie aj otázky. Napríklad. Aká je moc peňazí v hlavnom meste Slovenska? Kedy sa začne verejná a odborná diskusia na tému likvidácie významných dominánt a výrazných architektonických zásahov do podoby slovenských miest? Čo je to súčasná metropola? Kto ochráni novšiu slovenskú architektúru?

READY-WASTE – NÁJSŤ ZMYSEL V NEPOTREBNOM

text *Andrea Kopernická*

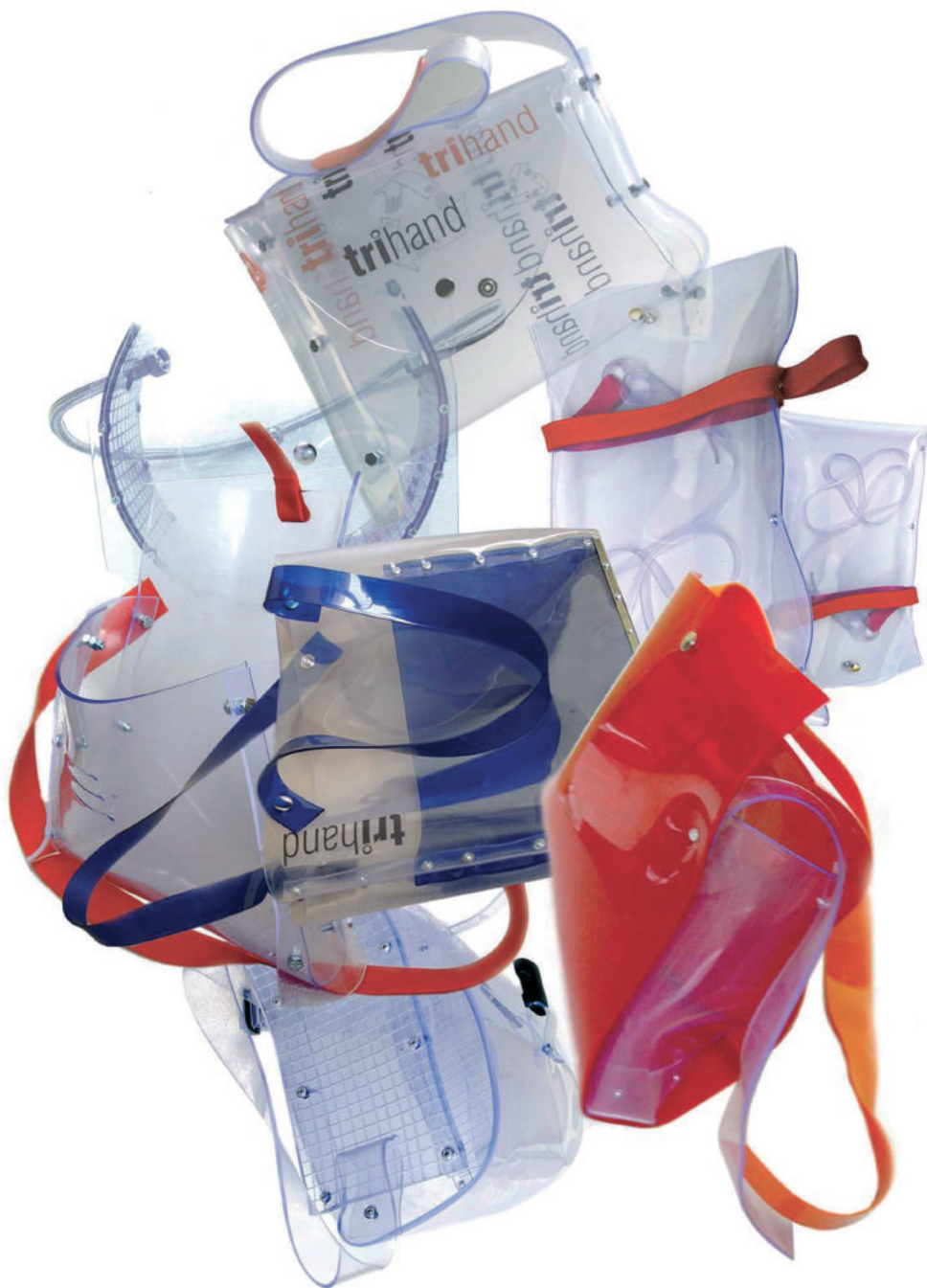
foto *Martin Varholík*

Dizajnéri Monika Balagová a Jozef Fugger ukončili štúdiá na Slovenskej technickej univerzite v Bratislave pred dvoma rokmi. Odvtedy sa usilujú presadiť nezávislou cestou vo vlastnom štúdiu. TriHand je značka, ktorej už názov prezrádza, o čo jej nositeľom ide. Nájsť materiál, ktorý už nikto nepotrebuje, nie je ťažké. Desiatky rokov chodia umelci na smetiská a vyťahujú materiály, ktoré spoločnosť odvrhla, aby ich vrátili späť a dali im nový význam. TriHand štúdio robí niečo podobné – hľadá materiály, ktorým dáva novú funkciu, a tým aj šancu na ďalší život.

Prvá otázka, možno banálna – od čoho sa odvinul názov? Nie second hand, ale TriHand, teda z tretej ruky? Tretia ruka pracuje s materiálmi z druhej ruky. TriHand je filozofia nízkoeenergetických produktov, niečo ako ready-made alebo, lepšie, ready-waste, hľadá alternatívy k existujúcim spôsobom recyklácie. Hovový čistý odpad z priemyselnej výroby stačí len dobre zakomponovať do iného materiálu a má to svoju novú hodnotu. Netradičné postupy dávajú dizajnu svojský prejav. **Vaše produkty formovo oscilujú medzi sochou a dizajnom. Či už sú to police na knihy a časopisy, svietidlá. Zjavná je hra s hmotou, so svetlom a tieňom, je v nich aj prvok času a pohybu. Je to program alebo to vyplynulo z procesu tvorby?** Proces našej tvorby spočíva v chaose a v improvizácii v čase a priestore. Je nám blízka každá tvorivá akcia, výtvarné umenie, architektúra a hlavne ich prieniky. Nie

je to tak dávno, keď sme objavovali starý svet v priestoroch Katedry dizajnu na Vazovovej ulici v Bratislave. Dvor s odpadmi ako vyhodенý nábytok bol otvorený ateliér, a nie jediný. Robili sme vorkšopy všade, kde to zaváňalo inšpirujúcim materiálom, a odhaľovali sme spôsoby, ako najjednoduchšie oživiť jeho novú formu a funkciu. **Vaším nosným materiálom je tzv. waste materiál. Akým spôsobom recyklujete umelú hmotu?** Chceme spolupracovať priamo s výrobcami tohto odpadu a ponúknuť im náš dizajn na ich recykláciu. Napríklad objekt mutant je predierovaná PVC fólia z firmy, ktorá vyrába termozávesy, a PET predlisky sú nepodarky z plničky minerálky. Takto vznikli aj transparentné tašky, opasky a svietidlá. **Myslíte si, že módné doplnky a obuv z plastu je najvhodnejším materiálom na nosenie?** Najvhodnejší určite nie, ale o to atraktívnejší a je zdravotne neškodný.

d1

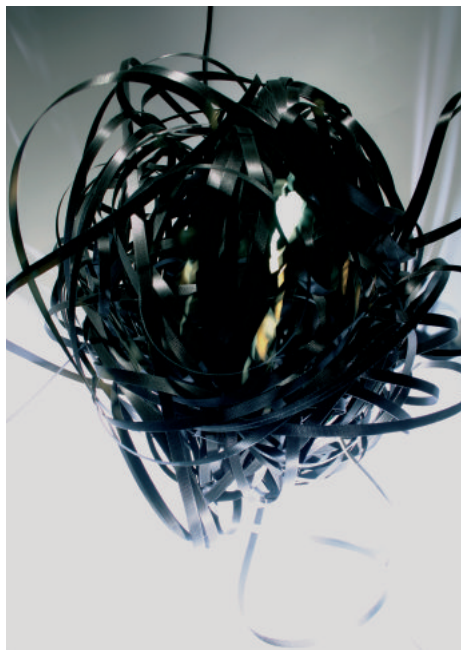




d2

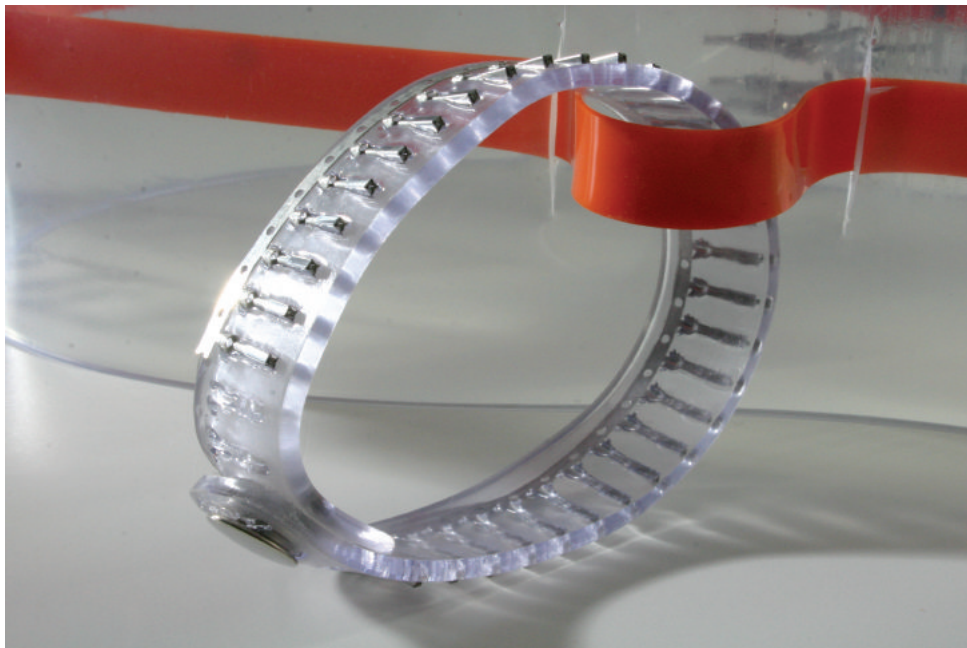


d3



d4

- d1 Tašky
- d2 Deforma
- d3 Polica
- d4 Endless
- d5 Flex



d5

Darí sa vášmu štúdiu presadiť produktmi na trhu? TriHand výstavy sú jeden zo spôsobov, ako odprezentovať alebo spropagovať značku našich objektov, produktov, myšlienok, materiálov. Objekty sú funkčné prototypy, jednoduché technológie, lacná výroba a materiál. Majú široké využitie ako interiérové objekty, ľahký nábytok, svietidlá, módne doplnky. Zatiaľ sú dostupné v malých sériách na objednávku cez mail. Do budúcnosti chceme uviesť na trh ucelenú kolekciu produktov do obchodov s dizajnom. Naším snom je galéria recyklovaného umenia In Visible, v ktorej by sa pravidelne konali tvorivé dielne a výstavy. Bola by postavená z rôznych odpadov vyskladaných do stien, každá z iného materiálu, aby z nej bolo cítiť inšpiráciu z recyklovania. **Prezentovali ste sa na tohtoročnom pražskom Designbloku. Môžete priblížiť kolekciu a aké boli reakcie na ňu?** Vystavili sme

nové veci, ale aj niektoré staršie nápady. Zaujímali nás reakcie ľudí na odpad zmutovaný do predmetov a na to, do akej miery súvisí so súčasným svetom. Mali sme z nich radosť. Designblok nám ponúkol zaujímavý priestor na inštaláciu objektov, dal im nové rozmery a súvislosti, odhalil ich reálne použitie. Počas inštalácie vznikol aj nový produkt-gauč z lisovanej recyklovanej peny, materiálu zo stavby pražského „superstudia“.

www.triand.com



ZAČNÍME TVRDENÍM. JE TOČKO DOMOVU, KOĽKO JE ĽUDÍ. A TO AJ NAPRIEK TOMU, ŽE DOMOV V TOM ZMYSLE SLOVA, AKO HO ŠTANDARDNE DEFINUJEME, OBÝVA ZVYČAJNE VIAC ĽUDÍ SÚČASNE. ALE PREDSA LEN NIEKDE V NÁS EXISTUJE POZNANIE, ŽE DOMOV SA RODÍ ASI V HLAVE. JE TO V PRVOM RADE POCIT. AŽDA NAJJEDNODUCHŠIE A NAJPRIRODZENEJŠIE JE PRIKOVNAŤ POCIT DOMOVA K POCITU BEZPEČIA. TENTO KONKRÉTNY POCIT JE VŠAK V KAŽDOM ČLOVEKU ULOŽENÝ V INEJ PODOBE A KVALITE. JE INDIVIDUÁLNY, JEDINEČNÝ A NEPRENOSNÝ. ROVNAKO AKO TO, AKO HO VIEME REÁLNE PREŽÍVAŤ. VÄČŠINA ĽUDÍ HĽADÁ IDEÁLNY DOMOV ALEBO O TAKOM DOMOVE SNÍVA. TO MÁME SPOLOČNÉ. PREDSTAVY POTOM DOSTÁVAJÚ AJ KONKRÉTNU HMOTNÚ PODOBU. KAŽDÝ SI HO VŠAK PREDSTAVUJE INAK. ROZHODLI SME SA TIETO PREDSTAVY OBJAVOVAŤ. VITAJTE NA CESTE ZA ICH HĽADANÍM.

MIROSLAV TIŽIK

text Miroslav Tižik

foto Ľubica Hústá

Ako si pre seba definujete pojem ideálny domov? Existuje vôbec ideálny domov? Nie je to len dobre živý spoločenský mýtus?

Z pohľadu sociológa je ideálny domov spoločenský konštrukt – mýtus, ktorý sa môže využívať napríklad na to, aby sa ľudia ľahšie disciplinovali a ovládali. Je to umelo vytváraná hodnota. Ľudia sú ňou zastrašovaní preto, aby viacej konzumovali, aby si kupovali nábytok, veci, a tak si vytvárali umelé raje, aby som parafrázoval Baudelaira. Dobré to môžete pozorovať na príklade amerického mýtu domova, ktorý sa aktuálne šíri prostredníctvom populárnej kultúry a filmov. V americkej strednej vrstve, v tej takmer malomeštiackej, si ľudia zakladajú práve na hodnotách domova. Domov znamená stabilnú rodinu a poriadok. Chápe sa ako útočisko pred nebezpečenstvami sveta. Paradoxne v inom prípade o ideálnom domove ako najvyššej hodnote uvažuje človek práve vtedy, keď ho nemá. Tým pádom môže byť deštruovaná predstava bezpečnosti domova. Domov je zrejme ten priestor, nad ktorým človek nemusí premýšľať, či je to jeho domov. Nemusí sa zaoberať riešením problémov. Je to sféra samozrejmosti, ustáleného poriadku. Je to univerzálny fenomén, ktorý priťahuje ľudí všetkých vekových kategórií.

Máte osobnú skúsenosť s budovaním vlastného ideálneho domova? Môžete ju konkretizovať?

Myslím, že táto otázka je veľmi osobná a určitým spôsobom aj nekorektná. Nekorektná v tom zmysle, že narušá osobnú intimitu. Odpovedať na osobnú otázku je ťažké, človek ťažko hľadá slová. A aj keď odpovie, môže mať pocit, že to nie je dostatočné a môže sa cítiť neisto v tom, ako to opísal. Pocit bezpečia a pohody prežívam napríklad ja v momente, keď vidím okolo seba stromy, zeleň. To je pre mňa priestor, ktorý mi dáva pocity, aké človek vníma, keď je doma. Napríklad ja také pocity prežívam v Sade Janka Kráľa. Mám rád, keď vidím okolo seba ľudí a cítim tu ambivalentnosť medzi súkromným a verejným. Je tam zeleň, ktorá ma upokojuje, cítim pohodu, cítim aj inšpiráciu – mám sa o čo oprieť zrakom a na druhej strane, nie som tam sám a nemám pocit izolácie.

Významný americký teoretik architektúry a dizajnu Reyner Banham tvrdil, že domov neznamená dom. Čo si o tom myslíte?

Domov neznamená dom. To je samozrejmé. Mnohí ľudia žijú v garzónkach, v bytoch. Čo je v podstate určitý typ karikatúry domu. Zároveň aj byt môže dávať pocit domova, ale ani to nemusí byť pravda. Byt môže byť napríklad pre ženy, ktoré sú obeť domáceho násillia, iba miestom plnenia základných potrieb, z ktorého utekajú preč. Alebo sú ľudia, ktorí nachádzajú domov v kaviarni. Tam majú svoju komunitu ľudí, s ktorými sa cítia dobre. Tam majú skutočný domov. Tam majú pocit emocionálneho bezpečia.

MIROSLAV TIŽIK (1973) SOCIOLOG. ODBORNÝ ASISTENT NA KATEDRE SOCIOLOGIE FILOZOFIE A EXTERNÝ PEDAGÓG NA VŠSV. VENUJE SA SOCIOLOGICKEJ TEÓRII A SOCIOLOGII NÁBOŽENSTVA.



Do akej miery a v čom podľa vás ovplyvňujú ľudí pri vytváraní vlastného domova, ale aj pri vnímaní pojmu domov vzory – médiá, reklama, bezprostredné okolie, rodina?

Je to pomerne ťažká otázka. Domov súvisí so všetkými týmito vplyvmi. Nedá sa povedať, čo je prioritné. Samozrejme, médiá hrajú veľkú úlohu práve pri vytváraní ideálov, pri vytváraní snov. Hmotných snov o tom, ako by mal domov vyzerieť. Ale na druhej strane – čo je možno dôležitejšie, je osobná skúsenosť. Ak ľudia poznajú prostredie, v ktorom sa cítili dobre, tak sa pokúšajú využívať prvky z neho pri vytváraní vlastného domova. Inšpirovať môže aj návšteva u neznámych ľudí. Je zaujímavé, že domácnosti ľudí, ktorí sa často stretávajú, sa často podobajú. Tým, že sa cítia spolu dobre, preberajú si vzájomne aj časť životného štýlu. To potom ovplyvňuje aj výber dizajnu. Napríklad do kancelárskych priestorov sa hodí typ dizajnu, ktorý si dá záležať na materiáloch, farbách. V domácnosti naopak inklinujeme k tomu, aby sme dizajn nemuseli vnímať. Akoby bol neviditeľný. Je to dobré pre intimitu domova. Človek sa nemusí fixovať na nábytok. Pretože ho to môže odpútať a môže mať pocit, že nie je doma, ale na výstave nábytku. Pri zariaďovaní domova sa často vyhýbame emócii, že sa nám niečo veľmi páči. Radšej zvolíme neutrálnosť. Jedným z dôležitých prvkov sú samozrejme zdroje, ktorými ľudia disponujú. Z dôvodu ušetriť si ľudia často vytvárajú dizajn sami doma – svojpomocne. Takže pri tom, ako to nakoniec vyzerá, môžu byť dôležité aj financie.

Akú rolu v tomto procese hrá podľa vás v súčasnosti dizajn, dizajnér, architektúra, architekt? A akú by podľa vás mali hrať, povedzme, v tom ideálnom prípade?

Podľa mňa dvojakú úlohu. Na jednej strane do 50. rokov bol dizajn na západe výsadou bohatších ľudí. Od 50. rokov sa to mení. Dizajn začal byť všednou záležitosťou nás. Výrobcovia pochopili, že bude dobré sústrediť sa na bežného spotrebiteľa. Západné spoločnosti sú dosť homogénne a aj chudobnejšia časť si môže dovoliť výrobky, ktoré spĺňajú parametre dizajnu. U nás ešte spoločnosť nie je dostatočne homogénna a je oproti vyspelejším krajinám väčšmi fragmentovaná. U nich výrobcovia oslovujú oveľa viac dizajnérov a aj vyrábajú viac typov produktov. Ponúkajú dizajn primeraný rôznym životným štýlom, rôznym ľuďom, vrstvám. U nás je výrazný ekonomický nedostatok, a to vytvára pre dizajnérov ambivalentnú situáciu. Síce produkujú veci podobné tým zo Západu, ale u nás si ich málokto môže dovoliť. Tým pádom vlastne dizajnéri vytvárajú istý typ symbolického násilia na ľuďoch, ktorí chcú napodobňovať životný štýl solventnejších, ale nemajú na to. Dizajnéri vytvárajú ideály, ktoré sú pre väčšinu ľudí neprirodzené, a tak vzniká tlak na jednotlivca. Ten musí vynaložiť veľké úsilie, aby mohol žiť, ako mu to ukazujú na ideálnych vzoroch. Dôsledkom tejto situácie v dizajne je, že úzka skupina ľudí – vyššia stredná trieda – si to môže dovoliť, môže sa obklopovať príjemnými vecami, cítiť sa príjemne, zatiaľ čo nižšia trieda musí vynaložiť toľko energie, aby takú vec získala, že sa jej životný štýl stáva nepríjemný. V tom je táto ilúzia znásilňujúca, znižuje kvalitu života. A navyše dizajnéri akoby nevedeli ani odhadnúť životných štýl nižších vrstiev. Možno je to tým, že dizajn nie je súčasťou populárnej – ľudovej kultúry, ktorá je u nás archaická, nesystematická, náhodná. Ak ju niektorí dizajnéri reflektujú, je to iba individuálna reflexia – je to skôr dizajn na úrovni umenia.

Ako bude podľa vás vyzerieť ľudský domov v budúcnosti?

To má dve možné základné cesty: buď sa bude ekonomická situácia zlepšovať a vtedy bude ľudský domov v budúcnosti miestom, kde sa budú ľudia cítiť príjemne. Ak sa bude zhoršovať – dizajn stratí pre ľudí význam, pretože dôležitejšie budú iné problémy. Nedá sa však odhadnúť, ako bude vyzerieť, lebo je v tom veľká miera spontánnosti jednotlivca. Ten je oveľa viac tvorcom domova ako dizajnér. Dizajnér môže pracovať len s tým, čo je. Ak je spoločnosť veľmi diverzifikovaná, chudobná, tak majú dizajnéri veľmi malý priestor na uplatnenie, ak je bohatá, situácia sa obracia.

SYLVIA JOKELOVÁ

text Sylvia Jokelová

foto Ľubica Hústá

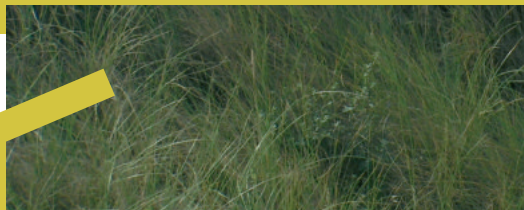
Ako si pre seba definujete pojem ideálny domov? Existuje vôbec ideálny domov? Nie je to len dobre živený spoločenský mýtus?

Domov je pre mňa zrkadlom jeho obyvateľov. Nie je statický, ale žije a mení sa podľa momentálnych potrieb. Keby som mala voľne interpretovať výrok Premeň Podlahu z Receptára „Zahrada není nikdy hotová“ – povedala by som, že domov je skôr cesta, ako cieľ. Možno práve preto, že nikdy nie je úplne ideálny. Chcem však zdôrazniť, že toto je moja predstava o ideálnom domove. Niekomu naopak vyhovuje, keď je domov nemenný a oproti vonkajšiemu životu, ktorý sa ženie veľkou rýchlosťou, je konštantou, záchytným bodom, oázou pokoja, kde je všetko také ako pred rokmi.

Čo sa týka ideálneho domova ako spoločenského mýtu, napadá mi hneď niekoľko asociácií: „V dolinách... Dedinka v údolí, biele domčeky a reklama na Mr. Proper“. Pri všetkých ma trochu mrazí.

Máte osobnú skúsenosť s budovaním vlastného ideálneho domova? Môžete ju konkretizovať?

Chvalabohu nemám. Bývam v prenajatej izbe v trojizbovom byte spolu s ďalšími rovnako šťastnými spolubývajúcimi. Naučila som sa totiž niekoľko dôležitých vecí: že šťastie človeka nezávisí od hmotných statkov a obklopanie sa predmetmi nie je zmyslom života. Naučila som sa tolerancii, ohľaduplnosti, empatii, vnímavosti voči potrebám blízkych, skromnosti a vládnuť sa každej okolnosti. Síce mám pár žltých kameňov, ale aj tak ďakujem vyššiemu celku za príležitosť pracovať na svojom duchovnom rozvoji.



Do akej miery a v čom podľa vás ovplyvňujú ľudia pri vytváraní vlastného domova, ale aj pri vnímaní pojmu domov vzory – médiá, reklama, bezprostredné okolie, rodina?

To je otázka, ktorá sa dá ťažko zodpovedať niekoľkými vetami bez toho, aby neboli príliš všeobecné. Je to skôr téma na vedeckú štúdiu. Ale skúsím aspoň niekoľko príkladov. Myslím, že to súvisí s osobnosťou človeka. Sú ľudia, ktorí si budujú svoj domov zásadne len podľa vlastných predstáv a potrieb a nenechajú sa ovplyvňovať tým, čo má sused, nejaká celebrita alebo tým, čo im vnucuje reklama. Nezáleží im na tom, že sú považovaní za čudákov, lebo nemajú záclony a zbierku porcelánových miniatúr. Na druhej strane sú ľudia s trojposchodovým barákom „na ukazovanie“ so všetkými atribútmi „slušnej rodiny“, ktoré sú čitateľné v rámci určitej komunity (rodina, susedia, priatelia), a pritom žijú celý rok v pivnici. To sú dva extrémny, medzi ktorými sa to pohybuje. Myslím si, že každý si, vedome alebo podvedome, buduje domov aj pre „tých zvonka“. A aj prostredníctvom domova štylizuje sám seba tak, ako by chcel, aby ho videli iní. Samozrejme, miera tejto štylizácie ie u každého iná.



Akú rolu v tomto procese hrá podľa vás v súčasnosti dizajn, dizajnér, architektúra, architekt? A akú by podľa vás mali hrať, povedzte, v tom ideálnom prípade?

Nechať si zariadiť domov architektom či dizajnérom sa zatiaľ (aspoň na Slovensku) považuje za „panské huncútstvo“. Na druhej strane by ma celkom zaujímalo, ako vyzerajú interiéry prezentované v časopisoch o bývaní po niekoľkých rokoch. Možno by to bola zaujímavá téma na výskum. Podľa môjho názoru totiž dizajnér nemá absolútny patent na vkus a čo vyzerá dobre na fotografii, nemusí byť vždy obývateľné. Pri vytváraní interiéru by mal byť dizajnér v ideálnom prípade skôr poradcom, mal by poznať životný štýl, záujmy a rituály rodiny alebo jednotlivca, pre ktorého pracuje, a mal by hlavne pamätať na to, že ide o niečí domov, a nie o vlastnú exhibíciu. Niektorým dizajnérom by som celkom želala obývať domov, ktorý vytvorili pre niekoho iného.

Ako bude podľa vás vyzerieť ľudský domov v budúcnosti?

Dúfam, že sa nedomýšľam toho, že mi moja chladnička pri dotyku zmeria hladinu cholesterolu a za nič na svete mi nevydá obľúbenú bravčovú masť.

SYLVIA JOKELOVÁ (1974) DIZAJNÉRKA, ŠPERÁRKA. ASISTENTKA V ATELIERI PRODUKT DIZAJNU NA VŠVU. VO SVOJEJ DIZAJNÉRSKEJ TVORBE SA INTENZÍVNE VENUJE POKÚŠANIU STEREOTYPOV UMIENIA ŽENSKÝCH RUČNÝCH PRÁC A ICH IMPLIKÁCIÍ DO SÚČASNÉHO DIZAJNÉRSKEHO PRODUKTU.

BJØRN KIERULF

text Bjørn Kierulf

foto Dominika Horáková

Ako si pre seba definujete pojem ideálny domov? Existuje vôbec ideálny domov? Nie je to len dobre živený spoločenský mýtus?

Ideály sú vždy subjektívne – niekomu treba vilu, druhému spĺňa ideálny domov chalupa. Dôležité je, aby ten ideálny domov vychádzal z vlastného JA a nebol kópiou toho, čo si myslí sused. K ideálnemu domovu sa dostanete iba vtedy, ak budete k sebe úprimný.

Máte osobnú skúsenosť s budovaním vlastného ideálneho domova? Môžete ju konkretizovať?

Rozhodli sme sa prestavať starý mlyn, ktorý bol už vo veľmi zlom stave, na rodinný dom. Vznikol príjemný, netradičný, pritom rozumný priestor na bývanie. Naš ideál splnil.

Významný americký teoretik architektúry a dizajnu Reyner Banham tvrdil, že domov neznamená dom. Čo si o tom myslíte?

Samozrejme k domovu potrebujete aj nejaký obsah – bez rodiny, kultúrnych väzieb, drobností a množstva spomienok bude aj ten najkrajší dom len prázdny obalom. Každý dom treba zabývať.



BJØRN KIERULF (1968)
DIZAJNÉR. PŮVODNĚ ŠVÉD,
ŽIJE NA SLOVENSKU. PŮ-
SOBIL V DVADICI S DIZAJ-
NĚRDM ANTONDM BENDISDM.
V POSLEDNOM ČASE SA
VENUJE AJ INDIVIDUÁLNÝM
PROJEKTOM. ORIENTUJE SA
NA PRIEMYSELNÝ A PRODUK-
TOVÝ DIZAJN.

Do akej miery a v čom podľa vás ovplyvňujú ľudí pri vytváraní vlastného domova, ale aj pri vnímaní pojmu domov vzory – médiá, reklama, bezprostredné okolie, rodina?

Veľmi záleží na sile osobnosti – silný jednotlivec si nechá poradiť, vie sa ale rozhodnúť na základe vlastných skúseností. Nezasahuje však do vecí, ktoré neovláda. Dobrý výsledok v architektúre a v dizajne vzniká len pri kvalitnej vzájomnej komunikácii a dôvere medzi tvorcom a staviteľom.

Akú rolu v tomto procese hrá podľa vás v súčasnosti dizajn, dizajnér, architektúra, architekt? A akú by podľa vás mali hrať, povedzme, v tom ideálnom prípade?

Pokiaľ snaha bude len vyhovieť požiadavkám objednávateľa, ani on nebude spokojný s výsledkom. Chýba odvaha prekročiť hranice toho, čo sa považuje za normálne – aj zo strany tvorcu. Skutočný tvorca vie sklbiť rôzne pohľady na vec do ucelenej vízie, ktorá ňou ostane aj po skúške časom.

Ako bude podľa vás vyzeráť ľudský domov v budúcnosti?

Nové technológie umožňujú robiť domy efektívnejšie a šetrnejšie k okoliu. Pevne verím, že tvorcovia a investori pristúpia k tvorbe zodpovedne. Tak, aby paleta domov v budúcnosti bola čo najpestrejšia. Po sivej realite si to zaslúžia nielen tvorcovia, ale aj investori.

ERIK BINDER

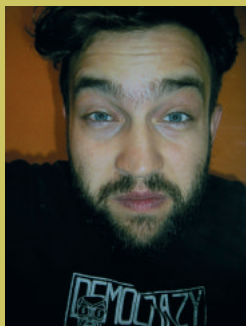
ERIK BINDER (1974) VÝTVARNÍK. PRACUJE S RÔZNYMI MÉDIAMI. ZNÁMY AJ POD PÁZVOM KUNST FU. V TVORBE PRÁČEJTOSTNE SPOLUPRACUJE AJ S ČLEMI SVOJEJ RODINY, S MANŽELKOU GABIKOU A S DEŤMI DVOJIČKAMI MAXOM A ALEXOM. ŽIJE V BRATISLAVE.

text Erik Binder

foto Dominika Horáková

Ako si pre seba definujete pojem ideálny domov? Existuje vôbec ideálny domov? Nie je to len dobre živený spoločenský mýtus?

Ideálny domov má pre mňa veľa rovín. Materiálnu, teda to, ako by mal vyzerieť, čo by malo v ňom byť a kde by mal byť... Dôležité je však to, ako by som sa v ňom chcel cítiť, a čo by som v ňom chcel robiť... Na materiálnu strunu sa hrá veľa a hlasno, a intenzívne, v tomto zmysle je to dobre živený mýtus, ďalej živiaci široké „architektonicko-stavebno-dizajnérsko-marketingové“ spektrum od predajcov sanity až po predajcov domácich zvierat.



Významný americký teoretik architektúry a dizajnu Reyner Banham tvrdil, že domov neznamená dom. Čo si o tom myslíte?

Nech ste kdekoľvek, stále ste TU. Ak je TO miesto pre vás domovom, tak platí všade doma – všade najlepšie, a to je dobrý domov.

Do akej miery a v čom podľa vás ovplyvňujú ľudí pri vytváraní vlastného domova, ale aj pri vnímaní pojmu domov vzory – médiá, reklama, bezprostredné okolie, rodina?

Všetko sa spleta do vzájomných súvislostí a marketing nikdy nespí!

Akú rolu v tomto procese hrá podľa vás v súčasnosti dizajn, dizajnérska architektúra, architekt? A akú by podľa vás mali hrať, povedzme, v ideálnom prípade?

Hm. Spoznal som to, keď sme rekonštruovali byt. Ak sa niekto venuje špeciálne tejto oblasti (bývaniu), tak vám môže veľmi pomôcť... Nám veľmi pomohol náš kamarát, architekt Braňo Škopek, vďaka ktorému sme sa pustili do razantnejších úprav a sme mu za to teraz veľmi vďační.

Máte osobnú skúsenosť s budovaním vlastného ideálneho domova? Môžete ju konkretizovať?

Svoj domov máme vbudovaný do paneláku v Karlovej Vsi. Sme na úrovni ulice, a tak často žartujeme, že máme rodinný dom, len nám na ňom postavili panelák.

Máme veľmi hybridne zariadený byt, ktorý je kombináciou imaginácie možností, danosti a krásneho výhľadu do skalky (big up! Pre Gabiku). Nábytok v ňom je starý a poznášaný od rôznych príbuzných a kamarátov (ale vyberaný), plus ako bonus chaos, ktorý vzniká miešaním práce, života a bývania. Som s tým spokojný, nemusím sa oň zbytočne báť a ani starať, a keby som chcel, môžem aj nožíky do skrine hádzať. Do ideálneho nám už chýba iba pes a mačka s papagájom, zajace už odišli.

Ako bude podľa vás vyzerieť ľudský domov v budúcnosti?

... od Hi-tech inteligentných systémov a zariadení cez alternatívne elektro odpadové kyber-punk slumy spodiny po virtuálne prebývanie v kyberpriestore, bez vynárania sa do reality... žeby niečo, čo bude existovať v čase a priestore? Uvidíme...

ZAVRI OČI A BUDEŠ DOMA

text *Lubica Hustá*

foto *designblok*



Pražský Designblok vyniká medzi inými festivalmi dizajnu najmä schopnosťou jeho organizátorov nájsť originálny priestor na jeho inštaláciu. V minulých rokoch sa konal napríklad v starej zakotvanej a zabudnutej vyhladkovej lodi či v priemyselnej hale v odstavenej fabrike. Tentoraz sa usídlil v ešte nedokončenom novom súbore obytných domov v Prahe – Karlíne v blízkosti Vltavy. Návštevník sa preto mohol bezprostredne konfrontovať s novodobou podobou exkluzívneho bývania – táto konfrontácia bola o to pôsobivejšia, že ju zažíval v spoločnosti množstva stavbárov a robotníkov, ktorí počas výstavy nerušené pokračovali v práci. Poznanie, že byty, ktoré sa tvária ako exkluzívne (a určite nestoja málo), neprinesú svojím novým obyvateľom okrem väčších okenných otvorov žiaden výnimočný – vzdušný priestor – naopak úzke chodby, často malé izby, zvláštne radenie priestorov – vyvolávalo skôr nepríjemné (s ohľadom na budúcich majiteľov), ako povznášajúce pocity. Ani umelý potôčik, ani štrkom vysypané zelené plochy v átriu medzi domami tomu nepomohli. Naopak inšpiratívna bola atmosféra ľudského mraveniska, v ktorom na seba narážajú dizajnéri (obsadili dom až do štvrtého poschodia – každý mal k dispozícii jednu miestnosť v niektorom z bytov), robotníci a množstvo návštevníkov.

Naša téma sa nečakanou zhodou okolností preťala s témou Designbloku. Aj tam sa hľadal „Domov mŕj“. A v rámci toho hlavní organizátori Jana Zielinski, Jiří Macek a ako kreatívny riaditeľ Maxim Velčovský pripravili inštaláciu, ktorú nazvali ako inak Ideálny domov. Nemohli a ani nechceli sme ju obísť. Jej snívá atmosféra bola magnetizujúca.

Slová vítajú hosťa „Vstupujete do priestoru, ktorý nie je ideálnym bytom ani futuristickou víziou domova. Oveľa viac vypovedá o pátraní po obsahu slova domov, po emóciách, ktoré v sebe ukrýva. Sedíte pri jazere, možno práve začalo pršať, lúč slnka, ktorý sa predral cez mraky, oprel sa vám do tváre, zatvárate oči... Zaspáť v otvorenej krajine je zážitok, na ktorý sa nezabúda... Koľko takýchto zaspávaní zažijete vo vlastnej spálni? Možno je naša vízia príliš neurčitá, len škica, ale takú sme ju chceli mať. Aby sme sa mohli na domov pozrieť z odstupu a prestali ho vnímať len ako sústavu vecí, na ktorých sa sedí, leží, do ktorých sa odkladá. Hľadali sme vo veciach pocit bezpečia, harmónie, lásky, intimity, fantáziu... Hľadali sme byt, ktorý je priestorom na príbeh.





Všetko podstatné si do života nesieme v sebe, v našich snoch, túžbach, citoch. Z vecí vytvárame krajinu, v ktorej by sme mali sny naplňať, rozvíjať, poznávať... Aspoň máme taký pocit.“

Text pri vstupe lákal. Prešli ste hranicu a ocitli ste sa v tmavom (čierne steny) a zatemnenom veľkom voľnom priestore rozdelenom len dvoma, skôr pocitovými priečkami, ktoré definovali jednotlivé časti bytu – pocitu – sna. Spálňa, kryštálický budoár, jedáleň, obývacia izba. Minimum vecí. Recyklovaný dizajn v kombinácii s dizajnerskymi solitérmi. Štýlový luster z plastových polievacích krhiel vrhal tajomné svetlo, staré zabudnuté socialistické plastové tácky s kryštálovým vzorom usporiadané tak, že pripomínali sklo-



betón, vytvárali samostatnú obytnú bunku v štýle budoáru pre krištáľovo čistý odpočinok, romantický biely priesvitný záves zahaľoval intimitu spálne, ktorú tvoril iba veľký „techno“ strieborný matrac, na bielo natretá pseudobaroková skriňa s farebnými bodkami navodzovala veselú spomienku na predkov, nie discoguľa – ale discoluster (klasický luster s ramenami oblepili malými zrkadielkami) vysielal do priestoru svoje záchvevy svetla, ktorými mätko prikrýval stôl, jeleňa aj redizajnované kukučkové hodiny či porcelánového slona v rustikálnej, a predsa progresívnej jedálni.

Všetko také dôverne známe, a predsa iné. Vytrhnuté zo skutočnosti. Ako pozadie zvuková kulisa zo starých českých detských filmov – Ať žijí duchové, Přátele zeleného údolí a iné. Psychoanalytik by sa asi potešil.

Sen o ideálnom domove kdesi v útrobách mysle bol intenzívny. Napriek tomu, že doň od dverí fúkala realita bežného dňa.

IDENTITY Z PETRŽALKY

*text Barbara Gindlová**foto Juraj Chlpík*

„BYT JE PRIESTOROM NAŠEJ PAMÄTI A SÚČASNE INTÍMNYM PROSTREDIEM OSOBNÉJ HISTÓRIE. SVETLO, ATMOSFÉRA, VŮŇA MIEŠ-
TA, CHUŤ SPOMIENOK V NÁS ZOSTÁVajú A URČUjú NÁŠ ŽIVOTNÝ POCIT.“ (MIROSLAV MARCELLI – Z TEXTU K VÝSTAVE)

Petržalka je veľkokapacitné sídlisko v Bratislave, ktoré je opradené mnohými mýtmi. Hovorí sa o ňom ako o anonymnom priestore či betónovej džungli. Ale nie vždy je to, čo vidíme na povrchu, to skutočné. Sídlisko Petržalka je urbánnym komplexom s počtom 130-tisíc obyvateľov, ktorý svojím rozsahom dosiahol úroveň mesta. Ešte dlho však potrvá, kým sa Petržalka stane organickou súčasťou Bratislavy. Nie je to už však ani veľká betónová nocľaháreň, kde sa funkcie, ktoré má mať mestské prostredie, iba improvizujú, predstierajú, postupne dopĺňajú. Sídlisko sa v priebehu rokov zmenilo na svojrázny organizmus, v ktorom už vyše štvrtstoročia žijú ľudia, ktorí si osvojili identitu Petržalčanov.

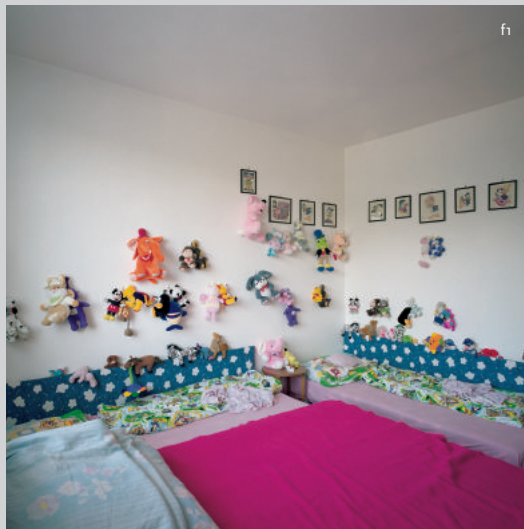
Aktuálne v Petržalke žije už tretia ľudská generácia. Starí zomierajú, mladí sa rodia, vzniká nová história, ktorá nie je viditeľná zvonka, ale hlavne zvnútra. Jedinečným príkladom znútornenia pohľadu na Petržalku bola výstava veľkorozmerných fotografií Juraja Chlpíka s názvom IDENTITY PETRŽALKY na Novom moste v Bratislave v auguste 2006.

Chlpíkov pohľad neinterpretoval Petržalku ako panelákové monštrum či nešťastný výsledok riešenia bytovej politiky v Bratislave. Naopak, výstava ponúkla intímny pohľad do interiérov sídliskových blokov. Ukázala ľudské bytosti s ich každodenným úsilím „zabývať sa“, poskytla dôkaz o schopnosti ľudskej populácie nájsť si miesto na zapustenie vlastných koreňov kdekoľvek, hoci aj v betónovej záhrade panelákov na druhej strane Dunaja.

Koncept projektu vznikol v máji 2005. Proces prípravy a „zberu“ fotografického materiálu si vyžadoval dlhší čas. Prvé fotografie vznikli začiatkom roku 2005 s cieľom „hovoriť“ o Bratislave prostredníctvom silného, neštylizovaného, neupravovaného vizuálneho záznamu, ktorý ponúka farebná neupravená fotografia veľkorozmerného štvorcového formátu. Finálnym výsledkom projektu bola výstava inštalovaná v priestore pre chodcov na Novom moste v Bratislave v inštaláčnej verzii 36 dvojíc veľkorozmerných fotografií, ktoré zachytávajú nekonečné podoby diverzity. V rovnocennom vzťahu, ktorý bol daný veľkosťou formátu (1,20m x 1,20m), sa vo vzájomnej interakcii konfrontovali a dopĺňali dve fotografie: portrét obyvateľa bytu a fotografia, ktorá zachytáva jeho životný priestor.



f1



f1

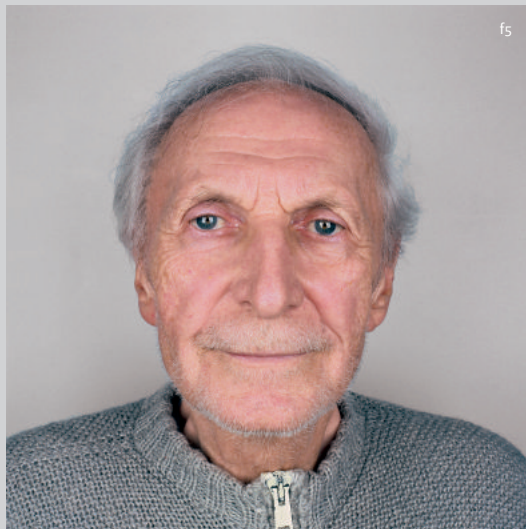


f2



f2







f1 *4 – 26 rokov

f2 12 rokov

f3 5 rokov

f4 *21 rokov

f5 23 rokov

f6 12 rokov

f7 20 rokov



Princíp inštalácie, využitie verejného priestoru („open air“) v pešej zóne Nového mosta, ktorý je otvorený 24 hodín denne, spája pravý a ľavý breh Dunaja, centrum historickej časti Bratislavy s jej sídliskovým náprotivkom, rešpektoval hlavný koncept výstavy. Dvojica fotografií vytvorila veľkoplošný inštalačný prvok, v ktorom sa okrem fotografií objavil aj stručný popis k fotografii identifikujúci čas, ktorý konkrétny „človek z portréту“ prežil v petržalskom byte. Aj vďaka tejto malej poznámke sa zhmotnilo tridsaťšesť životných príbehov so spoločným názvom IDENTITY PETRŽALKY. Tie sa na dva týždne stali výrečným fragmentom petržalskej každodennosti, dôkazom schopností autora priblížiť sa a vstúpiť do intímnej zóny, ako aj monumentálnym humánnym posolstvom adaptability druhu homo sapiens sapiens.

PRIESTOR SEBAVYJADRENIA

text Soňa Lutherová

foto archív Alison Clarke

ALISON CLARKE (BA, MA, PHD.) UČÍ HISTÓRIU A TEÓRIU DIZAJNU NA UNIVERZITE APLIKOVANÝCH UMNÍ VO VIENNI (UNIVERSITÄT FÜR ANGEWANDTE KUNST, WIEN). ŠTUDOVALA HISTÓRIU DIZAJNU A ZÍSKALA DOKTORÁT ZO SOCIÁLNEJ ANTHROPOLOGIE NA UNIVERSITY COLLEGE V LONDÝNE. MEDZI JEJ DOBROSNÉ ZÁJUMY PATRÍ MATERIÁLNA KULTÚRA A KONZUM, PRODUKTOVÝ A BYTOVÝ DIZAJN. JE KOREKTORKOU ČASOPISU HOME CULTURES, THE JOURNAL OF ARCHITECTURE, DESIGN AND DOMESTIC SPACE A AUTORKOU KNIHY TUPPERWARE: THE PROMISE OF PLASTIC IN 1950 S AMERICA. SPOLUPRACUJE NA PROGRAME O BYTOVOM DIZAJNE HOME TELEVIZNEJ STANICE BBC.

S ALISON CLARKOVOU SME SA ROZPRÁVALI O FENOMÉNE DOMOVA A JEHO ASPEKTOCH V SÚČASNOSTI.

V čom je špecifický dnešný prístup ľudí k zariadeniu domova? Aké kritériá v ňom dominujú?

Zväčšuje sa problém ľudí s uskladnením vecí v domácnosti – prístup konzumentov k tovaru je stále ľahší, potom však nevedia, kam veci uložiť. V súčasnosti nastáva aj posun od minimalizmu a obrat od prísnych modernistických tvarov smerom k pohodliu. Moderný dizajn navyše už nie je výsadou elity – Ikea vytvorila verziu modernizmu, ktorý je dostupný širokej verejnosti.

Mladí ľudia v súčasnosti často žijú v prenajatých priestoroch. Má to vplyv na vytváranie pocitu domova a formovanie „domáceho“ priestoru?

Iste, rovnako ako fakt, že nábytok už nie je do takej miery „posúvaný“ alebo sa nededí v takej miere ako v minulosti – zmysel pojmu domova sa z miesta istoty rozšíril aj na prechodný priestor.

Možno pri fenoméne domova hovoriť o módnych trendoch?

Áno, neustále sa zväčšuje miera spätosti zariadenia interiéru a módy. Dodávkový reťazec úžitkových predmetov do domácnosti sa stáva podobný „rýchlokvasenej móde“, takže sa môže stať, že v rámci jedného roka sa štýl zariadenia zmení aj 12-krát. Spektrum informácií a médií zaoberajúcich sa dizajnom tiež zvyšuje dopyt po rýchlej zmene štýlu a vytvára na ľudí tlak, aby považovali svoj domov skôr za priestor na expresiu a sebavyjadrenie, než za stabilitu.

Aký trend v bytovom dizajne vás v poslednom období zaujal?

V posledných rokoch bola moderná transparentnosť (sklené steny v kúpeľni, kuchyni a pod.) a samozrejme multifunkčné flexibilné riešenie priestoru. Osobne však začínam pociťovať nostalgiu za časmi pred otvoreným a transparentným priestorom, keď mal byť svoje zákutia so špecifickou funkciou. Nie ako súčasné roztrúsenie vecí po celom priestore!

Existuje v súčasnosti „ideálny domov“? Ak áno, akými pojmami by ste ho charakterizovali?

Myslím, že v posledných rokoch 20. a začiatkom 21. storočia narastal komerčný aj sociálny tlak na konštruovanie „ideálnych“ domovov. Sociológovia tento trend najprv komentovali ako smutný príznak samotárskej spoločnosti, neskôr ako formu kultúrneho „splnomocnenia“. Podľa môjho názoru však ideálny domov v zmysle dizajnerských alebo estetických pojmov v skutočnosti neexistuje. Existuje iba v sociálnom zmysle – ako miesto útechy, pohodlia a starostlivosti! Žiadne kvalitne navrhnuté zariadenie bytu nemôže vytvoriť ideálny domov, hoci základné podmienky „dobrého bývania“ a dômyselný dizajn vytvárajú jeho predpoklad.

Aké je podľa vás smerovanie vo formovaní domáceho priestoru z pohľadu teoretika dizajnu a z pohľadu antropológa?

Ako antropológička považujem za kľúčovú ľudskú schopnosť vytvoriť kontinuitu a zachytiť zmysel prostredníctvom predmetov v ich domovoch v čase, keď sa „stariny“ a „predmety s históriou“ vnímajú ako problém. Mnohí ľudia, s ktorými pracujem, cítia nutnosť zbavovať sa starých vecí, ktoré dostali od rodiny či priateľov. Integráciu týchto predmetov do moderných interiérov považujú za anachronizmus.

Tendencia využívať domov ako prostriedok na vyzoprávanie života jeho majiteľa je v rozpore s tlakom konzumovať aktuálne štýly.

Dizajnersky povedané – možno pozorovať posun (ktorý sa začal pred niekoľkými rokmi v súvislosti s ekologickým problémom trvalej udržateľnosti) od vytvárania objektívne krásnych foriem k tvorbe predmetov s pridanou sociálnou alebo emocionálnou hodnotou.



DOMOV JE INTERPRETÁCIA DOMU

text Fedor Blažák

foto The Austrian Ludwig Wittgenstein Society (ALWS), archív autora

Teoretik architektúry Rayner Banham tvrdil: domov nie je dom. Táto téza je inšpiráciou úvodnej úvahy, ktorá je na mieste aj vzhľadom na hlavnú tému tohto článku. Tou sú dvaja najvýznamnejší filozofi 20. storočia. Martin Heidegger, Ludwig Wittgenstein a ich domy.

O dome by sa dalo uvažovať napríklad takto: domy nerastú samy od seba ako huby po daždi. Vzniku domu vždy predchádza istý myšlienkový rozvrh, práca rozumu. Skúsme preto, vo všeobecnosti, prirovnať vznik domu, povedzme, ku vzniku umeleckého textu. Výsledkom tvorivého uvažovania v architektúre je reálny objekt, v literatúre (prípadne vo filozofii) ním je niečo ideálne – istá myšlienková štruktúra, resp. konštrukcia (Alenkin príbeh v krajine zázrakov; Kantova teória poznania atď.). A rovnako ako v prípade textu, ktorý na vlastné jestvovanie potrebuje vždy nejakého príjemateľa, nositeľa, dodatočné znovuoživenie (pri interpretácii, čítaní, memorovaní atď.), aj v prípade domu ide o isté dodatočné dodanie zmyslu. Hoci je vo chvíli ukončenia hotový a na to, aby bol domom, už nič viac nepotrebuje, dom bez obyvateľov (užívateľov) nedáva zmysel. Chátra. To dodatočné – obyvatelia a návštevníci – premieňajú dom na domov. Vznik textu podnecuje interpretáciu a tá vedie k jeho porozumeniu, vznik domu vyzýva k jeho zabývaniu – vyložiť si dom po svojom znamená premeniť ho na domov. Domom však rozumieme akosi bezprostredne. Jednoducho už tým, že v nich byvame. Na rozdiel od textov má dom konkrétny účel, zodpovedá určitej spoločnej zdienanej potrebe (domova). Má slúžiť na pohodlie, o ktorom máme svoje predstavy. Text naopak predznamenáva budúce úsilie s neznámym smerovaním, jeho účel je nejasný a interpretácia zväčša súkromnou záležitosťou. Tu by mohla zaznieť námietka: čo iné predstavuje doménu súkromia viac než práve domov? Nie sú tu tieto rozlíšenia na čele s rozlíšením medzi reálnym (objektom) a ideálnym (textom) len nejaké filozofické triky? Keď napríklad hovoríme o „ideálnom domove“, tak predpokladáme, že taký aj reálne existuje. Odpovieme: je síce pravdou, že texty si interpretujeme autonómne (v súkromí), s cieľom komunikovať ich zmysel verejne. Správne porozumenie textu si vyžaduje verejnú konfrontáciu, potvrdenie zmyslu. Súkromie domova je v protiklade voči tomu uzavreté, nepatrí sa preberať domáce problémy na verejnosti. A čo sa týka použitia slova „ideálny“ v spojení s domovom, tak my sme ho v našom odlíšení od „reálneho“ použili v inom zmysle. Jazyk šetrí slová a tie preto so sebou musia nosiť viacero významov. S tým sa nedá nič robiť. Tak či onak ukazuje sa, že naše prirovnanie domu k umeleckému textu začína krívať. Môže nám však pomôcť pri nasledujúcom predstavení dvoch hlavných aktérov.

Martin Heidegger a Ludwig Wittgenstein uviedli do filozofie celkom odlišné štýly myslenia. V dejinách filozofie 20. storočia azda ani neexistuje väčší protiklad než práve medzi Heideggerovým filozofickým existencializmom a Wittgensteinovým obratom k jazyku. Za výzvu modernej doby prvý považoval opätovné nastolenie základnej otázky o zmysle bytia, ktorá vychádza z ťaživého existenciálneho pocitu spojeného s vedomím vlastnej konečnosti, pričom túto tradičnú filozofickú otázku Heidegger navrhuje riešiť z dôvodu lepšieho porozumenia tradície a následne toho, kam nás táto (myšlienková) tradícia priviedla. Dovoľujeme



a1



a2



a3

si odhadnúť, že na vyššie vedenú úvahu by Heidegger reagoval produktívne. Zaujalo by ho rozlíšenie medzi reálnym a ideálnym, zdôvodnenie paralely medzi domom a textom by sa asi vydal hľadať do histórie (možno až do času, v ktorom steny domov slúžili ako prirodzené podložky na písanie úradných či iných odkazov). Wittgenstein, naopak, považoval takéto otázky (Čo je bytie?, Čo je čas? a pod.) za nezmyselné. O filozofickej tradícii nemal vysokú mienku, filozofiu vnímal ako terapiu, ktorej cieľom je vymaniť filozofa spod mučivého područia podobne nezmyselných otázok. Na našu úvahu by asi reagoval takto: Čo máš na mysli, keď hovoríš „myšlienkový rozvrh“? Vysvetli, čo je podľa teba „práca rozumu“? Si si istý, že to vieš? Prečo prirovnávaš dom k textu, keď navonok nijako nesúvisia? Nenechal si sa len zviať svojou schopnosťou formulovať gramaticky správne vety? Filozofia má, podľa neho, „ukázať muche cestu von z fľaše“. Na to, aby sme rozumeli napríklad tomu, čo je (bytie), predsa nepotrebujeme žiadnu teoretickú (re)konštrukciu. Naše porozumenie najlepšie preveríme činom, v priebehu konkrétnej aktivity. V praxi. Netrúfame si odhadovať, o aký typ praxe by malo ísť v prípade otázky o zmysle bytia, ale to, ako rozumieme otázke bývania, sa nepochybne prejaví pri stavbe domu.

„Filozofická práca je – podobne ako práca v architektúre – vlastne prácou na samom sebe. Na vlastnom chápaní. Na tom, ako človek vidí veci. (A čo od nich vyžaduje.)“, poznamenal si Wittgenstein, keď v rokoch 1926–1928 staval pre svoju sestru Margarétu vilu, dnes známu ako „Wittgensteinov dom“. Dom na Kundmannngasse vo Viedni projektoval s architektom Paulom Engelmanom – žiakom a spolupracovníkom Adolfa Loosa. Prvé návrhy vypracoval Engelman, Wittgenstein sa k plánovaniu pripojil až po tom, ako sa vrátil zo svojho učiteľského pôsobenia na ľudových školách v dolnom Rakúsku. A hoci boli základné plány v tom čase už hotové, Wittgenstein do nich razantne vstúpil. Až natoľko, že Engelman priznal autorstvo konečného výsledku jemu a nie sebe. V každom prípade, pod projektom z 13. novembra 1926 sú podpísaní obaja. Wittgenstein projektoval predovšetkým okná, dvere, kľučky a výhrevné telesá, zodpovedal za dispozíciu vnútorných priestorov a celkovú úpravu interiéru. Na stavbu dozeral s príznačnou dávkou fanatizmu.



„Ak sa istý zámočník opýtal, či mu naozaj záleží na tom, aby nikde nebolo ani o jeden milimeter menej alebo viac, nenechal ho ani dohovoriť a zreval: Áno!“ Kubické formy, pravé uhly, rovné steny, symetrické usporiadanie – prísne racionálna, mlčanlivá architektúra, ktorej dominuje priestranná terasa na prvom poschodí orientovaná na juhovýchod. Funkcionalistická stavba zbavená akejkolvek výzdoby dodnes podnecuje úvahy o možnej extrapolácii myšlienok z Wittgensteinovho Traktátu.² Strohý štýl, snaha o presnosť výrazu, prehľadná štruktúra a vo vzťahu k prevládajúcej tradícii revolučný charakter – uved'me za všetky aspoň tieto spoločné črty Wittgensteinovho filozofického a architektonického diela.³ Pod'me dnu. Tu sa Wittgenstein prejavil ako funkcionalistický purista. Kľučky, radiátory, kovové okenné rámy nenechal ani natrieť. Priestor osvetľovali len samotné žiarovky bez tienidiel. Žiadne záclony ani koberce. Nič, čo by narušovalo neutralitu a anonymitu priestoru. Ako dlažbu použil čierne a biely brúsený kameň, steny boli čisto biele. Bývalý študent strojného inžinierstva v Cambridgei využil príležitosť uplatniť svoj technický talent. Namiesto záclon použil 150 kg kovové plátna, pre ktoré vymyslel vstavaný mechanizmus tak, aby ich v prípade potreby nebolo vidieť. V dome bol zabudovaný centrálny vysávací mechanizmus, ktorý vysával prach z podlahy cez otvory nenápadne umiestnené v rohoch miestností. Na čosi podobné vysávaču v dome sa Wittgenstein pozeral aj na filozofiu v systéme vied. Na rozdiel od vedcov filozof na nič nové neprichádza, nestavia dom ani nekladie jeho základy, „iba upratuje miestnosť.“

„V každom veľkom umení sa ukrýva divoké zviera s vycerenými zubami. Môj dom pre Margarétu je produktom vybraného vkusu, dobrých spôsobov, je výrazom porozumenia (pre istú kultúru etc.). Ale prapôvodný život, divoký život, ktorý by sa rád vyzúril, tu chýba. Dalo by sa tiež povedať, že mu chýba zdravie.“ Takto neskôr zhodnotil Wittgenstein svoj stavebný počín a treba dodať, že dom sa nikdy nestal skutočným domom. V ďalšej z Wittgensteinových sestier – Hermíne – vzbudzoval dom bázeň a tichý odpor, túto „do domu vtelenú logiku“ vnímala skôr ako „príbytok pre bohov“ než pre obyčajných smrteľníkov. A hoci Margaréta v ňom bývala rada, v roku 1938 musela Viedeň opustiť a späť sa nasťahovala až po vojne.⁴ Po jej smrti v roku 1958 ostal dom prázdny a takmer prišiel za obeť akýmisi developerským chůtkam. V roku 1975 prevzala dom bulharská ambasáda a zriadila v ňom kultúrne centrum. Dnes sa v ňom takmer nič nedeje, návštevu si musíte dohovoriť vopred. Je zmenený a Wittgenstein by iste protestoval. Záclony, koberce, drevené obklady a pozmenené dispozície svojou uvravenosťou zabrali miesto chladnej mlčanlivosti autora Traktátu.

Dom-chata Martina Heideggera vysoko v lesoch Todtnaubergu v bavorskom Čiernom lese síce, v protiklade k Wittgensteinovmu domu, nestimuluje úvahy teoretikov, určite radi by ho však navštívili fanúšikovia Heideggerovho filozofického existencializmu. Ocitli by sa tak priamo na mieste, kde vznikali mnohé z Heideggerových diel. Je to nevelký drevený dom s malými oknami. Remeselné dôkladne zvládnutý. Osamotený, bez elektriny a kanalizácie poskytoval Heideggerovi pokoj na filozofickú prácu. Nechal si ho postaviť v rokoch 1923–1924 ako útočisko pred mestským ruchom v Maarburgu. Heidegger pochádzal z vidieka, asi bol privyknutý na manuálnu prácu, ktorej čaro tu opätovne našiel. Trávil veľa času spôsobom, ktorý tým málo návštevníkom z radov obľúbených študentov vyrážal dych. Chodil oblečený v kroji, hovoril miestnym dialektom, kosil trávu, rúbalo drevo, vždy niečo opravoval. Správal sa ako gazda, ktorý po večeroch hŕta v svetle petrolejky. „Pri používaní nástrojov v praktickom ohľade môžeme povedať: kladivo je príliš ťažké, resp. príliš ľahké. A veta: Kladivo je ťažké, môže byť výrazom obstarávajúceho zvažovania a môže znamenať: nie je ľahké, to znamená, že vyžaduje pri používaní silu, resp. sťažuje manipuláciu. Môže však tiež znamenať: súcno, ktoré pred nami leží a ktoré už v praktickom ohľade poznáme ako kladivo, má váhu, to znamená



vlastnosť tiaže: vykonáva tlak na podložku: pri jej odstránení padá.“⁵ S kladivom Heidegger celkom iste veľa pracoval, často ho vo svojich filozofických prácach používa ako príklad. Svojou filozofiou sa tiež snažil akoby trafiť klinec po hlavičke. Možno práve tu zistil, že „pre vznik teoretického postoja je rozhodujúce zmiznutie praxe.“⁶ Žeby varovanie pred automatizmom a mechanickosťou pracovných návykov? V každom prípade, na zaujatie teoretického postoja a tvorivú filozofickú prácu stačila tomuto veľkorysému mysliteľovi malá kutica s výhľadom na priľahlú studničku. V nej Heidegger veľa a rád pracoval. Rodine Heideggerovcov sa tento dom stal obľúbeným prechodným domovom a ako taký vytrvale slúži dodnes - užíva ho jeho mladší syn Herman. Je ťažšie určiť to, čo je správne, ako to, čo je praktické.

Poznámky:

¹Ray Monk: Wittgenstein, Údel génia, Hynek, Praha, s. 244.

²L. Wittgenstein, Tractatus logico-philosophicus, Kalligram, Bratislava, 2004.

³Analýzu Wittgensteinovej architektúry ponúka: Bernhard Leitner: The architecture of Ludwig Wittgenstein, New York, 1976. Široko koncipovanú štúdiu na túto tému spracoval kolektív autorov z Univerzity v Karlsruhe: G. Gebauer, A. Grünenwald, R. Ohme, L. Rentschier,

Th. Sperling: Wien, Kundmannngasse 19. Bauplanerische,

morphologische und philosophische Aspekte des Wittgenstein-Hauses, Mnichov, 1982.

⁴Medzitým slúžil ako nemocnica Červeného kríža, neskôr dokonca ako stajňa pre kone ruskej armády..

⁵Martin Heidegger: Bytie a čas, Praha, 1996, s. 394.

⁶Martin Heidegger: Bytie a čas, Praha, 1996, s. 390.

^{g1} Ludwig Wittgenstein (1889 – 1951) ako dieťa.

^{g2} okenné kovanie, Palais Stonborough, 1926 – 1928.

^{g3} Palais Stonborough alias Wittgensteinov dom.

^{g4} Martin Heidegger (1889 – 1976).

^{g5} chata Martina Heideggera.

POSTALGICKÁ SPOMIENKA NA AKÚSI DOMÁCNOSŤ

text Silvia Lutherová

foto Dominika Horáková

„V slovenských múzeách sa dejiny bytovej kultúry končia 2. svetovou vojnou,“ hovorí Pavel Habáň, autor výstavy *Vitajte a nevyzúvajte sa, prosím* s podtitulom *Naše bývanie v 50. rokoch*. V expozíciách prístupných verejnosti sa však dejiny končia ešte o niečo skôr – v secesnom štýle, a existenciu dizajnu ani len nezaznamenávajú, mohli by sme ďalej doplniť. Aktuálna výstava typickej mestskej domácnosti z 50. rokov na Slovensku, ktorú usporiadalo Múzeum mesta Bratislavy (MMB), je preto ojedinelým pokusom o retrospektívne zobrazenie obytného interiéru 2. polovice 20. storočia u nás. Polstoročie, ktoré uplynulo od tohto obdobia, poskytuje azda už dostatočný časový odstup nielen na nostalgickú spomienku, ale najmä na kritické zhodnotenie.

Výskumno-výstavné projekty s tematikou životného štýlu a kultúry bývania (nielen 20. storočia) prezentujúce jednotlivé koncepcie zariaďovania interiéru a dominantné, výnimočné dizajnérske kusy i drobnejšie úžitkové a dekoračné predmety, predstavujú samozrejmu súčasť aktivít kultúrnych inštitúcií na západe. V posledných rokoch sa už však i v susedných postkomunistických krajinách objavujú tendencie zmapovať vývoj interiérového dizajnu v celej bohatosti jeho prejavov, a to nielen v podobe monotematických výstav, ale často v rámci otvorenejšie koncipovaných interdisciplinárnych projektov.

Pre tvorcov výstavy v MMB (autora Pavla Habáňa a kurátorky Eleny Kurincovej) bolo prvoradým cieľom priblížiť súčasným divákovi náladu a príznačný charakter bežnej domácnosti 50. rokov u nás. Ich koncepcia sa však zámerne vyhla hodnoteniu súdobej atmosféry poznamenatej zložitými politickými súvislosťami, azda preto, že mohli byť hlavným dôvodom doterajšieho dlhotrvajúceho rezervovaného postoja i voči hmotnej kultúre tej doby. Ako sa vyjadril P. Habáň, išlo vlastne o experiment s cieľom preveriť reakcie a záujem verejnosti, a to ako starších generácií, zaťažených spomienkami, tak i mladších, pre ktorých sú povojnové dejiny slovenského (a vlastne československého) obytného interiéru neznámejšie než akékoľvek iné. Pritom ide o kľúčové obdobie dejín interiérovej architektúry, úžitkového umenia i dizajnérskej tvorby. V komplikovaných podmien-



h1

h2

kach politického tlaku, takmer bez možnosti nadviazať na vojnu zmarené sľubné modernistické začiatky a v neželanej uzavretosti voči západným tendenciám sa začal vývoj k zosúladeniu formotvorných a účelových snáh, k reflexii aktuálnych potrieb a požiadaviek spoločnosti, k súčinnosti návrhárov a výrobcov, k potvrdeniu pozície dizajnéra, k rozvoju technológií a uplatneniu nových materiálov a, v neposlednom rade, k vytváraniu svojbytného výrazu, rešpektujúceho domácu umeleckú tradíciu.

Pritom začlenenie témy tohto druhu do výstavného programu múzea (a to nielen konkrétne Múzea mesta Bratislavy, ale štátnej inštitúcie ako takej) prišlo takmer v poslednej chvíli. V súčasnosti, keď sa i kvalitné bytové zariadenie – najrôznejšie predmety od nábytku, cez textilie až po drobné doplnky z 50., ale aj zo 60. či 70. rokov, nenávratne ničia a vyhadzujú ako nezaujímavé a nehodnotné alebo sa o ne, paradoxne, viac zaujímajú zahraniční zberatelia, je sústredenie komplexnej zbierky chvályhodným činom. Aké je však obydlie 50. rokov v podaní autorov tejto výstavy? Dozvie sa návštevník, aký významný prerod prekonal obytný interiérový predmet v ňom od začiatku po koniec dekády?

Oko i predstavivosť diváka poteší vhodne zvolený, na Slovensku však zriedka uplatňovaný spôsob inštalovania exponátov v kójach, do podrobností simulujúcich autentické miestnosti bytu. Štruktúru expozície teda určuje základné funkčné delenie bytu priemerne majetnej rodiny z 50. rokov, ktoré pozostáva z predizby, kuchyne, obývacej miestnosti, spálne, detskej izby, kúpeľne a toalety. Zariadenie tvoria nábytkové súbory zo zbierok múzea, doplnené sú výnimočnými solitérnymi kusmi zo súkromných vlastníctiev. Podľa vyjadrenia P. Habáňa „byť má reflektovať začiatok a koniec dekády, pre ktorú je príznačný povojnový rozvoj vo všetkých oblastiach, prechádzajúci postupne aj do rozkvetu bývania“. Počiatočnú fázu povojnového obdobia, keď ešte v interiérovom zariadení pretrvával „štýl prvej republiky“, má symbolizovať masívna, podsaditá garnitúra,



h3

pokrytá dekoratívnymi dýhami (v obývacej izbe a v spálni). Opozitum k nej predstavuje odľahčené, účelne zjednodušené zariadenie detskej izby, ktoré sa nesie v duchu medzinárodnej výstavy Expo'58 v Bruseli.

Na začiatku 50. rokov neboli podmienky na kultiváciu a rozvoj obytného prostredia zvlášť priaznivé, vzhľad predmetov každodennej potreby (obuv, móda, nábytok, lampy, riad, telefóny, úžitkové sklo, gramofóny atď.) nestál v centre záujmu výrobcov. Tí sa viac než na skvalitnenie orientovali na kvantitu produkcie. Ako píše Eduard Toran, jeden z prvých kritikov hmotnej kultúry tohto obdobia, existovala úzka skupina ľudí, ktorá si uvedomovala nevyhnutnosť venovať sa otázkam vývoja výtvarnej kultúry a umenia a zároveň sa snažila preklenúť obdobie stagnácie a prispôbiť aktivitu novým hospodársko-spoločenským požiadavkám.¹ Dizajnérska profesia u nás ešte len hľadala svoj zmysel i postavenie a v sériovej produkcii sa presadzovala len ťažko.

Prvé funkčné dizajnérske prototypy využiteľné v sériovej výrobe sa verejnosti prezentovali na výstavách a súťažiach, k viditeľnej premene pritom dochádza po polovici 50. rokov, keď sa začína komplexne riešiť tzv. typizovaná izba so vzájomne zosúladenými prvkami. Na III. celoslovenskej výstave v roku 1958 sa predstavuje nový typ bytového interiéru s celým radom unikátnych prototypov, cielene vytvorených pre konkrétny podnik alebo výrobnú technológiu. Začína sa nová fáza priemyselného výtvarníctva – v podnikoch sa zakladajú vývojové oddelenia s vlastnými dizajnérmi, dizajnérske prototypy sa dostávajú do sériovej výroby a stávajú sa bežne dostupnými širokej verejnosti.

Bruselské Expo z roku 1958, na ktorom získala československá expozícia Zlatú hviezdu svetovej výstavy, vyslalo do celého sveta správu o nebyvalej pluralite a potenciáli dizajnu – všestranné uplatnenie plastov vynievajúce v tvarosloví biomorfnej moderny na jednej strane a „humanizovaný funkcionalizmus“ uprednostňujúci prírodné materiály, formovú triezvosť a praktickú funkčnosť na strane druhej, to všetko stimulované komercializáciou a industrializáciou. Zásadnú úlohu zohralo aj množstvo technických noviniek, ktoré prinieslo celosvetový boom domácich elektrospotrebičov.² Pre československý dizajn konca 50. rokov je typický



h4

Poznámky

¹ TORAN, Eduard: K umeniu okolo nás. Bratislava, 1965.

² O tom pozri: KOLEŠÁR, Zdeno: Kapitoly z dejín dizajnu. 2. diel. Bratislava: Slovenské centrum dizajnu, 2000, s. 7-19.

h1 spálňa

h2 kúpeľňa

h3 detská izba

h4 obývačka

laminátový, umakartový a kovový nábytok, odľahčené, variabilné formy, geometrické obrazce na textíliách i tapetách a, čo je dôležité, prispôbovanie navrhovania sériovej produkcií. Tieto zásadné zmeny vo forme i funkcii, v materiáloch i spôsobe využitia jednotlivých predmetov v byte podmienili celkovú premenu nielen vzhľadu obytného priestoru, ale najmä života v ňom.

Na výstave v Múzeu mesta Bratislavy je toto nesmierne plodné obdobie zastúpené len pohovkou z kovovej konštrukcie s ľahkým čalúnením, laminátovou stoličkou, nylónovými závesmi s typickým geometrickým vzorom a lustrom v detskej izbe, okrem toho niekoľkými dizajnérskymi kusmi vo vitrínach. Dôraz teda ostáva na predošlých miestnostiach expozície, so zariadením už aj na oné roky nemoderným, nepraktickým, evokujúcim obdobie stagnácie a konzervativizmu. Samozrejme, domácnosť „typickej rodiny 50. rokov“ nemôže byť stvárnená ako vzorový model ukážkových noviniek dizajnérskej produkcie. Zároveň je však poľutovaniahodné, že keď už múzeum pristúpilo na realizáciu takejto výstavy, nestanovilo koncepcii vyššie ciele, než len nazhromaždiť predmety rôznorodej kvality. Vývojový posun v obytnom interiéri, ktorý sa aj u nás udial v priebehu 50. rokov, je z výstavy zrejмый len minimálne. Nezasvätený návštevník nadobudne skôr dojem bezútešných „zašlých časov“, so životnými perspektívami vzdialenými kdesi v nedohľadne. Tým, že výstava zreteľnejšie neukazuje postupný, neľahký proces aktualizovania, modernizácie obytného interiéru u nás, a nepredstavuje ani jednotlivé osobnosti, ktoré za presadzovaním progresívnych tendencií stáli, ostáva len v polohe nostalgickej spomienky na akúsi domácnosť z 50. rokov.

Výstava trvá do 4. februára 2007

PATRIK ILLO: „DIZAJN ODZAKADUJE ČAS“



text Jana Oravcová

foto archív Patrika Illa

Získal dve Uznania v súťaži Národná cena za dizajn (nápojová súprava Roztancovaná, 2001, a nápojová súprava LR 3389, 2003). V tomto roku reprezentovala jeho súprava Sunny Days RONU, a. s., Lednické Rovne na medzinárodnom veľtrhu vo Frankfurte, za ktorú dostal ocenenie Design Plus. Zhovárame sa mladým sklárskym dizajnérom Patrikom Illom, ktorý vidí šancu nového uplatnenia nielen na Slovensku, ale aj v susedných Čechách a Poľsku.

Ste absolventom sklárskeho oddelenia VŠVU v Bratislave. Už počas školy ste sa venovali sklárskemu dizajnu a venujete sa mu až dodnes. Pripútali ste sa natoľko k nemu, že vás napokon nezlákala brúsená plastika, ktorá je pre mnohých atraktívnejšia? Vyplyva to asi z môjho prepojenia na Lednické Rovne, kde som študoval na Strednej sklárskej škole. Fúkanému sklu, ktoré má zo sklárskych technológií k dizajnu asi najbližšie, sa venujem od strednej školy. Počas štúdia na Vysokej škole výtvarných umení mi práve táto technológia najviac vyhovovala, bola mi najbližšia a najprístupnejšia. Ateliérové práce som realizoval priamo v sklárni v hute, a to s vynikajúcimi sklármi: za návrhy, ktoré som pre RONU vytvoril, mi poskytovali vzorovacie hodi-ny, a tak som mohol v praxi preniknúť do technologických princípov. **Spomínate RONU, skláreň v Lednických Rovniach, ktorá má na Slovensku bohatú dizajnérsku tradíciu, pôsobilo v nej niekoľko známych sklárskych dizajnérov. Kto vás najviac inšpiroval, koho si najviac ceníte? Keď som hľadal svoj vlastný prístup k dizajnu, jeden z aspektov, ktorý som musel a zároveň chcel rešpektovať, bol aj**

historický aspekt. Pre mňa a moju tvorbu bola vždy rovnako dôležitá súčasnosť (znalosť aktuálnych trendov) i minulosť (história odboru). Myslím si, že pre prácu interného dizajnéra je podstatné poznať práce dizajnérov, ktorí vo firme pôsobili pred ním. RONA má veľmi bohatú históriu dizajnu, pracovali tam také osobnosti dizajnu, ako bol Karol Hološko, Jaroslav Taraba, Jozef Kolumbus, Laco Pagáč a ďalší... **■** Mňa asi najviac ovplyvnil práve Laco Pagáč, ktorý ma viedol na strednej škole a ktorý ma pripravoval aj na vysokú školu. Od neho som dostal hlavný podnet nielen smerom k dizajnu, ale aj k voľnej tvorbe, ktorej sa, rovnako ako on, súčasne venujem. **Ako je teda vo vašej tvorbe prepojená súčasnosť s minulosťou?** Veľkú dôležitosť u mňa zohráva technológia. V tom zmysle, že ju musím dokonale ovládať, aby som sa ňou nemusel veľmi zaoberať, aby som sa o to viac mohol venovať funkčným a estetickým vlastnostiam predmetu. Dokonalé zvládnutie technológie je pre mňa základnou podmienkou tvorby. Fabrika v Lednických Rovniach je technologicky zameraná na tzv. hladkú kalíškovinu, uchováva si tradíciu čistého funkcionalistického kalíška.



in

Vo svojich návrhoch sa snažím pokračovať v tejto tradícii, ale zároveň dať dizajnu súčasnú nadstavbu. Som presvedčený, že aktuálnosť je jednou z podstatných kvalít dizajnu, pretože dizajn podľa mňa odzrkadľuje čas. Ideálne je, keď dizajnér dokáže svoje vízie správne načasovať. Rovnako je pre mňa dôležité, aby si produkty, ktoré navrhujem, našli cestu k ľuďom. Pre mňa by nemalo význam, aby sa vec, ktorú navrhnem pre konkrétnu firmu, nevyrábala a nepredávala. Mojou ambíciou je navrhovať reálny dizajn, s vysokými funkčnými aj estetickými kvalitami, dizajn, ktorý rešpektuje minulosť a ktorý je zároveň súčasný a správne načasovaný. **Pre RONU ste pracovali takmer desať rokov, dokonca aj počas školy. Ktorý návrh, ak sa to dá takto povedať, bol najúspešnejší?** Navrhol som pre nich okolo dvesto súprav, kalíškových alebo dekoratívnych, a približne sto dekórov. Chcel by som povedať, že v mnohých slovenských firmách, ktoré sú stále v procese transformácie a prispôbujú sa európskemu štandardu, veľmi pomaly vzniká marketingový pohľad na tvorbu produktu. Takže som mal v tom čase o to väčší priestor riešiť aj vlastné

dizajnérsko-estetické problémy. Bolo to také malé laboratórium. Výrobky sa viac-menej predávali do zahraničia, pretože v tom období sa fabrika orientovala na zahraničný trh. **Ak to nie je tajomstvo, ako sa v súčasnosti profiluje sklárne v Lednických Rovniach?** Firma, ktorá má skutočne špičkovú technológiu výroby, resp. technológiu na svetovej úrovni, si začína uvedomovať, že dôležitá je značka. Oživilí značku, ktorá má takmer storočnú tradíciu, ale ktorú, žiaľ, už nikto nepoznal. Tým pádom je RONA neznáma. V budúcnosti vidím snahu o jej presadenie na trhu. Pravdepodobne to bude na začiatku najbližší trh – Slovensko, Čechy a okolie. Značka je známa medzi odbornou verejnosťou. Ako výrobca pracuje pre špičkové firmy, ale konečný zákazník, ktorý si kupuje sklo, značku veľmi nepozná. **Napriek tomu, že ste s firmou RONA takmer zžitý, pochádzate z tohto regiónu, z fabriky ste prednedávnom odišli. Aké sú v súčasnosti vaše aktivity?** Keď som odchádzal, moja predstava bola, že budem dizajnér na voľnej nohe, ktorý si postupne vybuduje vlastný ateliér poskytujúci dizajnérsky servis rôznym firmám. ■ Externe naďa-



lej spolupracujem s RONOU. Rozbehla sa aj moja spolupráca s firmou Porcela plus, pod ktorú patrí niekoľko sklárňí a porcelánok. Navrhol som pre nich pod značkou Bohemia niekoľko súprav váz, dekórov, pripravujeme súpravu kalíškov pre strojovú výrobu. Ťažisko mojej práce v súčasnosti spočíva v spolupráci so špičkovou poľskou sklárňou Krosno, pre ktorú som nedávno začal pracovať a kde mám na starosti koordináciu dizajnérov v príprave novej kolekcie. Ozvali sa mi viaceré firmy z Čiech, Nemecka... **Vaša tvorba balansuje medzi dizajnom a voľným umením. Keď tvoríte pre oblasť dizajnu, pravdepodobne pristupujete pri jeho tvorbe odlišne ako pri sklenených objektoch. Nemýlim sa, ak poviem, že do voľnej tvorby vkladáte viac emócií, vtipu?** Nikdy som sa neusiloval spájať tieto dve, podľa mňa odlišné oblasti, hoci sa to občas stane. Každá oblasť si vyžaduje svoje, má svoje vlastné zákonitosti. Nemyslím si však, že by dizajn nepotreboval emócie alebo vtip, práve naopak. Pre mňa je však v dizajne zásadná funkcia, tá dáva predmetu zmysel. V umení riešim úplne odlišné problémy, spojené s problémom videnia, pamäti atď. **Zaujímal by ma**

váš názor na dizajn a jeho prezentáciu. Prikláňate sa viac k voľnému alebo, ak chcete, autorskému dizajnu alebo priemyselne vyrábanému? Treba si predovšetkým zadefinovať, čo chceme ukázať. Ak chceme prezentovať dizajn pod hlavičkou „slovenský dizajn“, nemôžeme ukazovať len prototypy. Takto môže vzniknúť klamlivý dojem, čo sa na Slovensku deje. Dizajn by mal odzrkadľovať aj ekonomiku konkrétnej krajiny. Všetky tie slávne dizajnérske kúsky, ktoré poznáme z dizajnérskeho časopisov, katalógov a kníh, zarobili milióny. Málokterá vec vznikla tak, že si ju dizajnér takpovediac vystrúhal na kolene. Dizajnér ju navrhol na mieru technológie určitej firmy, ktorá ju potom vyrobila. V 80. rokoch, v ére postmoderného dizajnu, vznikali objekty na hranici dizajnu a umenia, boli to však skôr intelektuálne hnutia s dosahom predovšetkým na dizajnérske školstvo, nie však až s takým veľkým vplyvom na priemysel. Aj keď veľa z dizajnérskeho skupín produkovalo aj malosérie. Našli si firmu, ktorá im to vyrobila. **Ako to je teda podľa vás vo svete?** Poviem príklad. Na minuloročnom Designbloku v Prahe som videl výstavu rakúskeho dizajnu. Boli

tam projekty, ktoré vznikli ako koncept, ale zároveň tam boli veci, ktoré mali rovnakú úroveň, rovnaký vtip, rovnaký nápad. Technologická realizácia však hovorila o tom, že to nebolo vyrobené na kolene, že to vyrobila firma so špičkovou technológiou. A v tom je podstata: špičkový dizajn sa dá vyrábať aj priemyselne. Podľa mňa sa dizajn týka aj produkovania. U nás stále pretrváva názor, že všetko, čo je vyrobené „na kolene“ a má nejaký „fór“ (ktorý už človek veľakrát niekde videl), je ten správny dizajn, ktorý treba prezentovať. Problém však nie je len v dizajnéroch. Firmy vlastne nezaujímajú dizajn. Sme národ „kutilov“, každý si myslí, že všetko vie. Stále u nás prevláda „katalógová“ tvorba: podľa katalógu si každý sám „navrhne“ to, čo potrebuje. Myslím si, že oveľa viac si dizajnérov ako kreatívnych ľudí cenia v susedných Čechách. **Vy ste prekročili slovenské hranice smerom do Čiech a Poľska. Má sklárská výroba tradíciu aj v Poľsku?** Poľsko je v oblasti sklárskej výroby veľmocou. Je tam približne štyridsať sklární, ktoré vyrábajú predovšetkým pre zahraničný trh. V oblasti ručnej výroby patria medzi svetovú špičku.



i3

i1 Karafy „Netopiere“, 2002

i2 Poháre Leech Cup (Pijavička), 2004

i3 Kolekcia Koktail, 2005

TABU TRIENÁLE PLAGÁTU TRNAVA

text Mária Rišková

Trienále plagátu Trnava (TPT) je naozaj najrozsiahlejšou prehliadkou v oblasti grafického dizajnu u nás a organizátori ho právom porovnávajú s ostatnými pravidelnými súťažnými prehliadkami plagátovej tvorby vo svete. Mám však pocit, že vždy po otvorení trienále zavládne atmosféra, akoby sa už výstava skončila. Navyše počúvam z rôznych strán kritické, až ironické poznámky týkajúce sa slávnostného otvorenia, nekritického výberu vystavených plagátov, nedostatočnej propagácie a podobne. A takisto sťažnosti samotných organizátorov na vyčerpanosť a únavu spôsobenú nadštandardným úsilím dotiahnuť všetky súčasti trienále do akceptovateľnej podoby (nielen prípravu výstavy, ale aj sprievodných akcií, otvorenia, pobytu poroty a množstva potrebných aktivít, ktoré si návštevníci nemusia uvedomovať).

Väčšina týchto kritik sa však vyslovuje iba v kuloároch (alebo skôr v kuchynkách dizajnérskeho štúdia) a po skončení trienále často nie je čas na dôkladnú reflexiu, ktorá je pri takomto náročnom podujatí nevyhnutná.

Trienále je projekt, na ktorého úrovni mi záleží a ktorý má podľa mňa veľký potenciál. Preto keď ma redakcia Designumu oslovila napísať text o momentálne prebiehajúcim ročníku trienále, rozhodla som sa využiť platformu odborného časopisu na pokus o definíciu niektorých problémov, ktoré NAŠE trienále trápia. Moje poznámky sa budú týkať trienále všeobecne, nielen ročníka 2006. Dúfam, že organizátori tohtoročného trienále nebudú pokladať tento text za negativistickú provokáciu – provokovať síce chce, ale diskusiu odbornej verejnosti a vyjadrenie otvoreného názoru. Predovšetkým mi však ide o to, aby sa stretli tí, ktorí majú záujem v budúcnosti (veľmi blízkej) prispieť k vytvoreniu takého trienále, na ktorého adresu budeme počuť minimum ironických komentárov.

Najskôr zdôrazním ešte raz svoj osobný pozitívny postoj k tomuto projektu a objasním vlastné skúsenosti s trienále. V roku 1999 som sa zamestnala v trnavskej galérii s úlohou pomáhať s prípravami TPT 2000. Viem, že plánom vedenia galérie bolo nájsť kunsthistorika, ktorý by sa špecializoval na plagát/grafický dizajn práve z pozície odborného pracovníka galérie, ktorá je hlavným organizátorom trienále. To sa, bohužiaľ, nestalo. Moje profesionálne záujmy sa síce dotýkajú grafického dizajnu a vizuálnej komunikácie, ale len čiastočne, v súvislosti s inými aktivitami (na začiatku roku 2001 som

z galérie odišla). V ročníku 2000 som teda prvýkrát zažila trienále zo strany organizátora, vytvorila som koncepciu sprievodných aktivít, organizovala vorkšop plagátu, redakčne som sa starala o katalóg a robila rôzne asistentské a manažérske práce. Neskôr som sa k trienále dostala cez ponuku byť jeho kurátorkou v roku 2003, tu už bol rozsah zodpovednosti väčší, zostala mi aj redakcia katalógu a kvôli nedostatku špecializovaných pracovníkov aj koordinácia sprievodných akcií (resp. ich zosumarizovanie). Vtedy som naplno zažila spomínaný pocit vyčerpaného organizátora, ktorý sa snaží vytvoriť plnohodnotný výsledok, ale bránia mu v tom rôzne prekážky. V tomto roku som sa podieľala iba na redakcii a tvorbe katalógu. Odmietla som byť kurátorkou trienále a členkou organizačného výboru, nie však kvôli tomu, žeby trienále nebolo projektom vhodným pre moju profesionálnu kariéru. Dúfala som, že organizátori začnú intenzívne hľadať nových ľudí, z ktorých by sa mohli stať významní „ťaháči“ celej akcie. (Z neznámeho dôvodu môj návrh oslovil napríklad Miru Keratovú, ktorá vedie projekt Billboart Gallery Europe, zapadol do úzadia.) Myslím, že som sa tiež vyhýbala prevziať na seba zodpovednosť za trienále a izolovať sa na dlhšie obdobie od svojich iných povinností.

Tento výpočet môjho pôsobenia pri trienále tu uvádzam, aby bolo jasné, že nasledujúce tézy sú vypreparované viacročnými skúsenosťami s prípravou trienále na rôznych úrovniach a že väčšinu z načrtnutých problémov som si prežila na vlastnej koži. Takisto sa pri týchto kritických bodoch trienále opieram o spomína-

né „kuloárne“ poznámky, lebo si myslím, že ich treba vyniesť von a povedať si ich otvorene, aby sa k nim mohli vyjadriť aj organizátori TPT, ako aj graficko-dizajnérska obec alebo širšia verejnosť.

Spolupráca medzi organizátormi a systém prípravy trienále. „Naozaj existuje kontinuita?“

Organizátorov trienále tvoria inštanície, ktoré vytvárajú logickú štruktúru, v ktorej má každý svoju úlohu. Galéria Jána Koniarka v Trnave ako hlavný organizátor zodpovedá za základné funkcie: riadiť celý priebeh prípravy, poskytovať priestor, uchovávať plagáty a vôbec byť nositeľom a hýbateľom akcie. Ostatní sú spoluorganizátormi. Slovenské centrum dizajnu je odborným činiteľom špecializovaným na túto oblasť vizuálnej kultúry. Vysoká škola výtvarných umení má medzi organizátormi pevné miesto ako najvyššia vzdelávacia inštitúcia v oblasti umenia a dizajnu (dôležitá charakteristika trienále je výrazná účasť v študentskej kategórii). Mesto Trnava prirodzene podporuje túto pre mesto významnú reprezentatívnu aktivitu. A združenie POSTER, Klub priateľov TPT, by mohlo byť úspešným mostom medzi inštitúciami, samotnou prehliadkou, graficko-dizajnérskou obcou a verejnosťou.

A už tu máme prvé „mohlo by“ – združenie POSTER by mohlo byť dôležitým činiteľom, momentálne je však viac formálnou štruktúrou, nemá dostatočnú členskú základňu, členov, ktorí by sa aktívne zaujímalí o osud trienále a spolupracovali pri jeho príprave. VŠVU sa síce zúčastňuje, tradične býva udelená cena rektora, podarilo sa dvakrát

zorganizovať na škole workšop pre študentov, ale tento ročník nebola škola pri získavaní prostriedkov dosť flexibilná. Okrem workšopu by sa dali vytvoriť rôzne ďalšie prepojenia, na škole sú mladí pedagógovia, ktorí by mohli využívať túto príležitosť oveľa viac a dokonca udržiavať kontinuitu, ktorá sa počas troch rokov medziobdobia dosť vytráca (napríklad bola snaha usporiadať workšop pre študentov každoročne). SCD je okrem iného dôležitým sprostredkovateľom záštity ICOGRADA, ale napríklad minulý ročník bol poznačený nešťastnou internou situáciou v inštitúcii a zdá sa mi, že stále pri samotnom trienále nie sú využité jeho odborné potenciály (na druhej strane SCD výrazne prispelo k organizácii veľkej sprievodnej akcie Slovenská typografia 20. storočia II). O tom, či je dostatočná podpora zo strany mesta Trnava, nemám adekvátne informácie.

Myslím, že je potrebná dôslednejšia koordinácia organizátorov a rozdelenie úloh tak, aby každý vyťažil a poskytol maximum zo svojho profesionálneho zamerania.

S nevyjasnenými zodpovednosťami súvisí práca organizačného výboru. Napriek dlhému zoznamu členov, aktívne sa do práce na príprave trienále vždy zapája iba zopár z nich. Pritom by to mal byť tím odborníkov, nie „duchov“, ktorí sa na stretnutiach objavujú raz alebo ani raz!

Kontinuita organizácie príprav a vôbec zadefinovanie misie trienále je ďalším problémom. Trojročný interval medzi ročníkmi je cítiť pri znovuobjavovaní niektorých úloh a funkcií (fundraising, PR, organizácia sprievodných akcií, teoretická reflexia...). Takisto treba

rátať s rýchlo sa vyvíjajúcou situáciou vo vizuálnej komunikácii, ktorú by malo trienále odzrkadľovať nielen vo vystavených plagátoch, ale aj spôsobmi práce a seba prezentácie.

Nedostatok komunikatívnosti a skostnatenosť celej akcie. „Teatrálne otvorenie na úkor spontánnosti“.

Od roku 2000 prinášajú sprievodné aktivity pozitívne rozšírenie dosahu celého projektu na laickú verejnosť a intenzívnejší kontakt odbornej verejnosti. Napriek tomu miestami vzniká dojem nekomunikatívnosti, uzatvárania sa do istého okruhu, držania sa zabehnutého štýlu, ktorý sa ďalej nevyvíja. Synonymom tohto sa stalo otvorenie, ktoré prebieha v slávnostnom duchu a snaží sa vyzeráť prehnane dôstojne, čím naopak vyvoláva často až komický dojem. (Viem, že galéria uvažovala o presunutí tradičného miesta vernisáže v divadle do svojich priestorov. Takéto rozhodnutie by som v záujme celej akcie uvítala.)

So slabou komunikatívnosťou súvisí aj nedostatočné PR, ktoré by malo byť pri takomto type projektu špeciálnou oblasťou, ktorému sa organizátori venujú.

Interaktívnejšie a netradičné sprievodné projekty by tiež veľmi pomohli dostať trienále ďalej.

Špecifickosť média plagátu. „Úzke zameranie projektu – neaktuálnosť média“.

V roku 2000 bola ešte akási obhajoba plagátu nutná, zdalo sa, že digitálne technológie sú príliš silný element, ktorý nabúrava základy kultúry tlačovín do kritickej miery. Našťastie, tá panika ustúpila

veľmi rýchlo. Lenže teraz ide o to, či samotné médium plagátu stačí z odborného hľadiska a z hľadiska záujmu diváka. Z rôznych strán počujeme odporúčania rozšíriť trienále na celú škálu výstupov vizuálnej komunikácie (tak, ako je to na príklad na Bienále Brno). Osobne nemám s akciou zameranou na jedno médium problém. Dali by sa vymyslieť napríklad rôzne kategórie, ktoré pomôžu divákovi zorientovať sa v rôznych typoch plagátovej tvorby, alebo rôzne typy inštalácie, alebo rôzne typy sprievodných akcií. Grafický dizajn dnes láka aj mladú generáciu, plagátovú tvorbu nevynímajúc. Ťažšou úlohou je však nájsť ten správny prístup, ako plagát prezentovať a aké plagáty na výstavu vyberať. Samozrejme, aj rozšírenie trienále smerom k ďalším médiám stojí za zváženie a diskusiu...

Postoj graficko-dizajnerskej komunity a generačná priepasť. „Mladí nepomáhajú a starí nechcú, aby im pomáhali“.

Toto je veľmi citlivá téma. Okrem spomínaných kompetenčných otázok týkajúcich sa organizátorov ide aj o jednotlivcov a rôzne skupiny, výrazný konflikt je podľa mňa vidieť pri generáciách. Je tu naozaj reálny nezáujem grafických dizajnérov o pomoc s organizáciou trienále? (Väčšiny z nich, samozrejme sa to netýka zakladateľov trienále, ktorí stále pracujú na jeho organizácii, a mladšej generácie, ktorá sa zapája do niektorých aktivít.) Alebo skôr ide o prirodzené nezasahovanie z ich strany do vnútorných záležitostí organizátorov? Na druhej strane, ak nepožiadate o pomoc, tak sa jej ani nemusíte dočkať. Je oprávnená kritika neaktuálnosti trienále zo strany mladých

dizajnérov, ak sa do organizácie nezapoja a neprinesú impulzy zo svojej strany? Chcela by som počuť názory viacerých strán, lebo pri niektorých konfliktach ide často o nedorozumenie spôsobené tým, že nepočúvate druhú stranu dôkladne.

Nevyužitý potenciál.

Ešte mi napadajú dve dôležité veci, ktoré môžeme nazvať nevyužitými potenciálmi.

Cena Andyho Warhola a unikátna kolekcia v zbierkach galérie. Grand Prix bola premenovaná pred minulým ročníkom a myslím, že je málo využitý jej význam, čo sa týka propagácie smerom do zahraničia. Nedostatočne sa využívajú aj rozsiahle zbierky svetového plagátu v trnavskej galérii – naozaj sa tu dá nájsť hociktoré svetové meno dizajnéra, ktorý sa venuje plagátom, a čo je dôležité, je to aj cenný materiál pre medziodborový výskum...

Vlastne, keď si spätne čítam tieto vymenované problémy, s ktorými sa stretáva Trienále plagátu Trnava, vyplýva mi z toho, že ide o širšie problémy našej graficko-dizajnerskej scény, ktoré presahujú rozsah tohto jedného projektu.

Nakoniec by som chcela vyjadriť svoje uznanie všetkým, ktorí sa na doterajších ročníkoch zúčastnili aktívne – sú nimi zakladatelia trienále, vedenie galérie, aktívni členovia organizačného výboru a zástupcovia spoluorganizátorov, organizátori sprievodných aktivít, podpora z mesta, účastníci akcií – počas samotných pár dní otvorenia boli vždy momenty, keď sa zda-
lo, že grafickým dizajnom u nás žije a snaží sa mu porozumieť množstvo ľudí.

(Informácie o prebiehajúcom trienále, výstave, ocenených nájdete na stránke www.gjk.sk/tpt2006 a v minulom čísle Designum.)

AK SA VÁS OPÝTAJÚ NA BICYKEL, NEBOJTE SA PREDAŤ ROLLS ROYCE

text Alain Le Quer nec

preklad Andrea Kopernická

foto archív autora

Francúzsky grafický dizajner, profesor umenia a člen AGI Alain Le Quer nec (1944) prijal tento rok pozvanie ako člen poroty Trnavského trienále plagátu (TPT) 2006. Študoval teóriu umenia na akadémii v Paríži a k tvorbe plagátu sa dostal cestou samolezectva ako auto-didakt. Očarený poľským plagátom istý čas strávil v ateliéri prof. Henryka Tomaszewského na Akademii výtvarných umení vo Varšave. Sám špecifikoval aktuálnu aktivitu ako produkciu, ktorá sa týka spoločenskej a kultúrnej tvorby bez kontaktu s reklamou. Okrem plagátov sa venuje dizajnu publikácií či denníkovým ilustráciám.

Svoje grafické dielo predstavil v rámci výstavy Master's eye v bratislavskom Dome umenia a na pôde VŠVU zaujímavo prednášal o životnom prístupe k tvorbe. Čitateľom predstavujeme úvodný text, ktorý bol pôvodne prednesený v Londýne v roku 1999 na seminári ICOGRADA a ktorý bol zároveň úvodom aj k prednáške prednesenej na VŠVU.

Prichádzam odnikiaľ, z malého mesta na okraji Bretónska z oblasti Finistère (z latinského finis terrae, čo znamená koniec krajiny). V skutočnosti to je štyristo míľ od Paríža a sedemsto míľ od najbližšej hranice.

Usadil som sa tu v roku 1972 s cieľom rozvinúť to, čomu som uveril, že má byť môj grafický dizajn, presnejšie, môj vlastný plagátový dizajn.

Urobiť takýto krok vo Francúzsku nepôsobí seriózne, najmä ak viete, aká (know how) je to centralizovaná krajina. Z môjho pohľadu bolo toto rozhodnutie veľmi logické, sledujúce moje teórie o plagátovom dizajne.

1) Plagátový dizajn nie je iba ilustráciou konceptu, o ktorom rozhodne niekto iný, koho musíte nasledovať. Chcel som sledovať prácu od začiatku do konca.

2) Plagátový dizajn je slobodný. Predmet plagátu nemôže byť zlý, zlá môže byť iba vaša odpoveď. Nikto vás nemôže nútiť robiť zlé odpovede, ale nikto nemôže nútiť klienta, aby vaše návrhy akceptoval.

3) Plagátový dizajn je umenie. Cieľom nie je to, aby bol klient spokojný s vaším návrhom, cieľom je, aby uspokojil vás, a to je oveľa ťažšie. Ak sa vás opýtajú na bicykel, nebojte sa predáť Rolls Royce.

4) Takže ak cítite, že vytvárate umenie, nestarajte sa o cenu práce, najdôležitejšie je, aby existovala. Nestarajte sa o veľkosť klienta, dôležité je, že vám rozumie.

Mysliac takto, sledoval som istý druh utópie založenej na fyzickej láske k „street posteru“ (plagát na verejných priestranstvách, uliciach a pod.). Priťahovala ma sila farbenia mesta vlastným odkazom. Toto médium som adaptoval na svoju exhibicionistickú povahu – nútiť ľudí, aby videli moju prácu a čítali jej odkaz.

Mám rád jeho lacný papier, ktorý tak ľahko môžete roztrhať, zničiť. Mám rád jeho obmedzenú životnosť.

Zvykol som prirovnávať plagát k motýľovi. V lete, keď ležíte v tráve a lieta okolo vás, máte chuť si ho lepšie prezrieť, ale keď sa priblížite, odletí. Nabudúce si vezmete sieťku, chytíte ho a prišpendlíte v obývačke, a máte čas na obdiv... ale motýľ je mŕtvý.

Plagát v múzeu je mŕtvym motýľom.

Takže počas tridsiatich rokov som intenzívne bojoval, aby sa moja utópia stala realitou v mojej krajine-nekrajine s absolútne slepou vierou a detský romantickým duchom.

- j1 divadelný plagát
- j2 divadelný plagát
- j3 divadelný plagát, 2003
- j4 divadelný plagát, 2003
- j5 divadelný plagát, 1999

Po tridsiatich rokoch som začal, niekto by mohol povedať, mať úspech, ale tento relatívny úspech nie je nič iné ako otrávený darček. A s vekom sa môj úsudok o vlastnej práci stáva kritickejšim. Mám zvláštny pocit, že celá akcia bola neúspechom už od začiatku.

1) Vybrať si plagát ako médium na vyjadrenie bolo chybou. Plagát je miznúce médium minulého storočia a v skutočnosti sa oň dnes takmer nikto nezaujíma.

2) Grafický dizajn nemôže byť slobodný, je spojený s príkazom, a intelekt vašej práce závisí iba od intelektu vášho klienta, ktorý vám ho dovolí alebo nie.

3) Grafický dizajn je prúd, v ktorom musíte byť in, v správnom čase na správnom mieste. Modifikovať ho môžete iba vtedy, ak ste vnútri diania.

Želanie tvoriť grafický dizajn z ničoho bolo utópiou. Chcel som, aby bola moja práca revolučná, a zistil som, že je kontinuítou tradície, z ktorej som chcel uniknúť.

Či už máte moju prácu radi, alebo nie, chcem, aby ste sa na ňu pozerali ako na nedokonalý príklad, nehodný nasledovania. A myslím to vážne.

Moja situácia je beznádejná a jedinou cestou je naďalej bojovať v mene utópie týmto nesprávnym spôsobom až do mojej blízkej smrti.



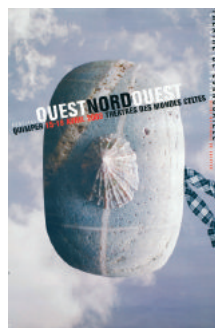
j1



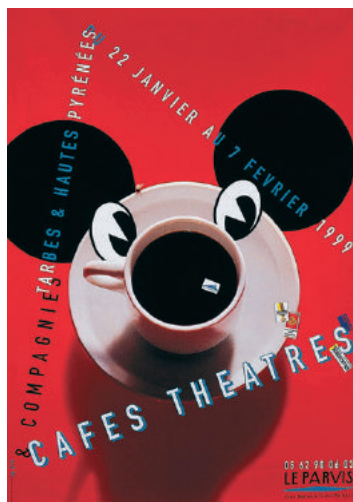
j2



j3



j4



j5

DIVERZITA JE NAŠOU IDENTITOU



text Jana Oravcová

foto archív Veejay Archary

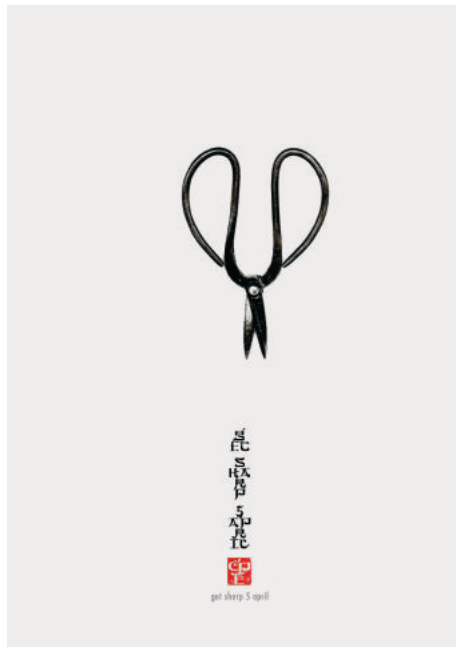
Veejay Archary, vice-prezident ICOGRADA, je autorom niekoľkých významných dizajnských diel v demokratickej histórii Juhoafrickej republiky. Vytvoril firemný štýl národnej leteckej spoločnosti South African Airways, je autorom volebného systému novej vlády, hlasovacích lístkov na prvé demokratické voľby a dizajnu vzdelávacej kampane pre voličov. Je zakladajúcim partnerom prvej černošskej reklamnej a dizajnerskej firmy Herdbuoy's McCann-Erikson, v roku 2005 založil firmu Black, poradenstvo pre branding a dizajn. Ako člen poroty sa zúčastňuje na mnohých významných lokálnych a medzinárodných súťažiach dizajnu a reklamy, prednáša na konferenciách a univerzitách. Na Slovensko prišiel na pozvanie organizátorov Trienále plagátu Trnava a predsedal jeho porote.

Pochádzate z Juhoafrickej republiky, z kultúrne rozdielneho prostredia, ktoré sa zásadne líši od západnej – euro-americkej umeleckej produkcie. Od 90. rokov 20. storočia sa čoraz viac pozornosti venuje postkoloniálnemu svetu. Ako intenzívne vnímate tento fakt? Identita! Dlhú dobu sme bojovali za vlastnú identitu. Stratili sme ju v minulosti poznačenej apartheidom a v časoch, keď ju vláda zatlačala na okraj. Až po vybojovaní demokracie sme začali hľadať, kto vlastne sme, pretože sme si zvykli veriť, že sme menej, než sme. Takže v prvej dekáde našej demokracie sme sa snažili nájsť, čo sme vždy vedeli, a síce, že naša diverzita je našou identitou! Ako by ste definovali vizuálnu kultúru Juhoafrickej republiky v porovnaní so západnou kultúrou v kontexte grafického dizajnu? Sme rôznorodá krajina s rôznymi kultúrami a iba prednedávnom sme objavili jeden druhého. Takže to, čo robíme, reflektuje práve túto diverzitu a integráciu kultúr. Aký vplyv má globálna reklama na lokálne prostredie? Môžeme žiť v inej časti sveta, ale máme rovnaký pohľad na módu, stravovanie, štýl hudby, chuť a pod. Všetci sme súčasťou jednej globálnej dediny, takže to, čo je dôležité v jednej časti sveta, je dôležité aj v inej. Rozdiely sú v ekonomike, nie v porozumení. Patrite medzi dizajnérov, poradcov juhoafrickej vlády, prezidenta pre grafické záležitosti.

Ste autorom významných grafických návrhov, štátnych zákaziek. Je to iste pre vás česť, ale aj obrovský záväzok. Nemáte občas pocit, že ste limitovaný týmito veľkými štátnymi zákazkami, alebo máte dostatok voľnosti? Dizajnéri si musia uvedomiť, že nie sme umelci, ale komerční umelci! Sme platení za to, že tvoríme! Takže v službách klienta zvažujeme aj jeho uhol pohľadu, pretože v podstate sa za to platí. Máme však skúsenosti a trénované oko, preto vidíme veci strategicky a inak. Touto skúsenosťou musíme našich klientov vzdelávať bez ohľadu na to, kto sú. Sme profesionáli v tom, v čom nie sú klienti. Preto sa naše názory musia niekde stretnúť. Akými tvorivými zásadami sa riadite vo svojej práci? Kreativita je aktivita, ktorá rieši problémy. To znamená, že nazeráme na problém z inej perspektívy. Berieme do úvahy kontext, stratégiu, kultúru a najlepšiu vizuálnu techniku pri interpretácii každého jedného problému. Ste viceprezidentom ICOGRADA. Čo všetko môžete v tejto pozícii vykonať pre Africký kontinent? Pokúšam sa pomôcť pri vytváraní a zjednocovaní dizajnerských organizácií na africkom kontinente. Afrika potrebuje svetovú identitu a mojou prácou je pomôcť zaviesť také štruktúry, aby sa to dosiahlo.



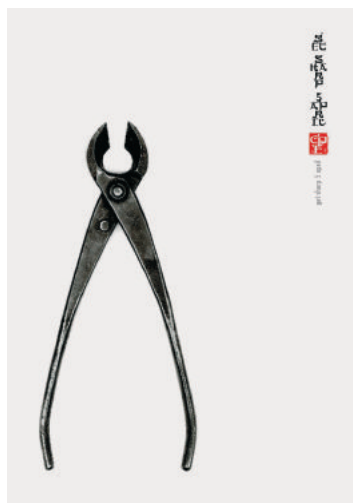
k1



k2



k3



k4

k1 – k4 grafický dizajn pre Microsoft

DOM NA ROHU

text Ľubica Hustá

foto Dominika Horáková

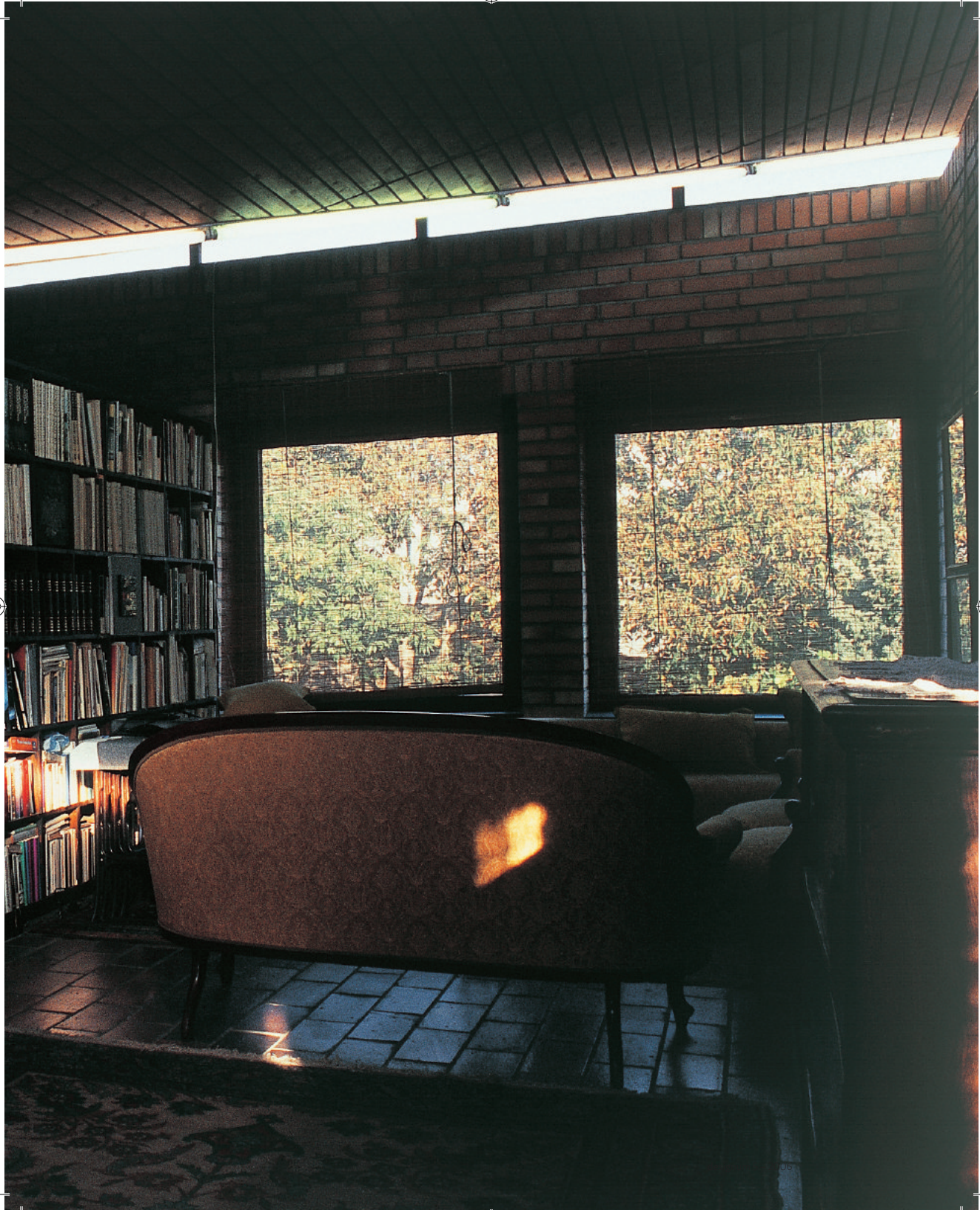
Vlastný obytný dom architekta Ivana Matušíka (1930) stojí na neveľkom trojuholníkovom pozemku na rohu ulice. Na prvý pohľad nenápadný dom – kocka. Na druhý pohľad objavíte detaily prezrádzajúce výnimočnú stavbu. Postavený na svahu, ale vo vyrovnanom teréne, obkolesený okrasnou zeleňou, nízkymi drevinami, kríkmi a niekoľkými stromami. Drevená bránička z ulice so štvorcovým rastrom je zeleným porastom takmer úplne maskovaná. Od nej k domu vedie zopár betónových schodov.

Dom má tri podlažia, ale nad úrovňou terénu sú len dve. Je to kocka s rozmermi 10,8 x 10,8 m s nízkou rovnou strechou, po obvode originálne zaoblenou. Podľa architekta chráni dom ako otvorený dáždnik. Prísnu kocku naruša iba jemná polkruhovú „apsidu“ vybiehajúca zo zadnej fasády, v ktorej sú schované na oboch poschodiach komory. V súvislosti s vlastným Matušíkovým domom sa často oprávnenne hovorí o palládiovskom princípe štvorca aj o vplyvoch Corbusiera a severskej architektúry¹. Štvorec je teda základným priestorovým princípom. Ten základný architekt rozdelil na ďalších deväť rovnakých a z tých ešte vyabstrahoval modul so stranou 1,2 m, s ktorým potom prehľadne a presne riešil logiku skladby priestorov. Centrum domu tvorí „pevné jadro“. Pevné, znamená oddelené pevnými priečkami od ostatných priestorov a samozrejme s pevným štvorcovým pôdorysom. V jadre umiestnil na všetkých podlažiach hygienu. Z hľadiska dispozície je najvýraznejším obytný priestor na prvom podlaží. Architekt sa rozhodol pre otvorený priestor plynulo prebiehajúci okolo jadra. Delil ho len dvoma drevenými knižnicami, oddelujúcimi intimitu spálne, a kuchynskou linkou usporiadanou do tvaru písmena U. S prízemím ho prepája jednoduché drevené schodište s podestou. Prízemie je viac členené pevnými priečkami na samostatné izby. V suteréne je aktuálne umiestnený ateliér architekta s pozdĺžnym stropným svetlíkom zaručujúcim dostatok denného svetla, ale aj prechod do garáže a technické zázemie. Vstup do domu tvorí veľký obdĺžnikový výrez a v ňom na štvorce delený drevený rám dverí. Celý vstup

ešte chráni výrazný dynamický betónový preklad, ktorý kontrastuje s fasádou. V jeho hornej časti architekt vysadil nízke kroviny, ktorým sa tam zjavne darí a ktoré elegantne humanizujú stavbu. Okrem nich sa na humanizácii najviac podieľajú zvolené materiály. Dom v exteriéri, ale aj interiéri priznáva štruktúru lícovej tehly, ktorá mu dodáva pocit tepla. Architekt tu spomína na svoju inšpiratívnu cestu do severských krajín. Teplo domova vás ovanie najmä v interiéri, kde je lícová tehla kombinovaná s neglazovanou keramikou dlažbou v príbuznej farebnosti, ktorá zjednocuje všetky podlahy v dome. Ďalším materiálom je drevo. Použil ho na drevené obklady stropov, ale aj na spomínané schodište a na obklady stien v kúpeľniach. Tá na prvom podlaží má skoro meditatívny charakter, ktorý jej dodáva stropný – ako inak – štvorcový svetlík situovaný nad vaňou zasadenou do keramického obkladu a umiestnenou do stredu priestoru. Interiér domu je s exteriérom prepojený viacerými typmi okien, ktoré architekt povýšil na výrazný výtvarný prvok. V hornom podlaží napríklad veľké celostenové okno kombinuje s úzkym pásovým, ktoré umiestnil v netradičnej výške. Vďaka tomu oživil exteriérovú fasádu a zároveň vytvoril v interiéri zaujímavý svetelný prvok. Okrem toho tu umiestnil viac dvojíc štvorcových okien a tri stropné svetlíky. Najvýraznejším je však úzky pásový svetlík prebiehajúci pod strechou okolo celého domu, ktorý si uvedomíte až po chvíli. Uzatvára/otvára do exteriéru steny a likviduje tmavé kúty. Vytvára neobyčajnú povznášajúcu svetelnú atmosféru. Na prízemí do škály okien pridala aj kruh. Nič však netrčí a nenaruša. Celok je jednotný.









Interiér je do značnej miery dielom architekta. Matušík patrí k zručným ľudom. Precízne modely svojich stavieb si robí sám, aj preto sa rozhodol navrhnuť a zhotoviť si niektoré nábytkové kusy vlastnoručne. Sú to napríklad spomínané stenové police, skrinkové zostavy v kúpeľni – vstavané police so sklom. Jednou z najpôsobilivejších interiérových realizácií je minimalistický kozub. Tvorí ho len hlboká štvorcová nika v stene, do polovice zakrytá hladkým medeným kovovým plátom, na ktorom len prelomením naznačil štvorec. Aj v ňom cítite tvorcu, ktorý sa vie dotknúť dokonalosti redukciou tvarov a kombináciou materiálov. Aby zdynamizoval interiér na poschodí, umiestnil do štyroch stropných zalomení, vyplývajúcich z prepojenia dispozičného štvorca s pevným štvorcovým jadrom, tenké trubice s neónovým osvetlením.

Čo sa týka vnútorného zariadenia, Matušík nie je purista ani konzervátor a nebráni sa zmenám. Jeho dom sa mení a vyvíja podľa potrieb a túžob jeho rodiny. Historický nábytok, ktorý postupne získali s manželkou po starých rodičoch, tonetky z roku 1912, ktoré zachránil z ulice, kombinuje s dizajnérskymi solitérmi, ako je svietidlo Arne Jacobsena či stojanová lampa variujúca známe svietidlo Arco od A. Castiglioneho pre Flos. Všetko dopĺňajú izbové kvety a umenie. Striedmo, ale nie chladne. Sám na otázku, ako sa mu v dome žije, vraví: „Život má viac etáp. Najprv sme boli mladí a tomu bol prispôbený chod domácnosti, teraz sme zrelí a naša domácnosť sa zmenila. Dom sa mení podľa toho, v akom štádiu života sa nachádzame. Žije sa nám tu dobre.“ O dome dnes hovorí už ako o starožit-

nosti. Z jeho pohľadu možno tak vyzerá. Odvtedy vytvoril mnoho iných rodinných domov. Stačí, ak povieme, že za svoj posledný projekt obytného domu Pátrium v Ivánke pri Dunaji získal v októbri hlavnú cenu prestížneho ocenenia Ce-za-ar 2006 v kategórii rodinný dom. Čo je v silnej konkurencii mladých architektov úspech. Na nás jeho dom určite ako starožitnosť nepôsobil. Naopak, akoby vďaka architektonickému konceptu zvíťazil nad časom a nestarol.

¹Napríklad H. H. Moravčíková pripomína štvorcové vily Andrea Palladia či Le Corbusierove usmerňujúce čiary, teda geometrické osnovy, s ktorými pracuje aj Matušík, či corbusierovskú strechu – strecha Matušikovho domu odvádza dažďovú vodu do vnútra stavby – tak, ako to proklamoval aj Corbusier (pozri: H. H. Moravčíková: Vlastný dom architekta Ivana Matušíka. In: ARCH, 1999, č. 6 – 7, s. 19 – 21.)

Použitá literatúra:

Ivan Matušík: Život s architektúrou, 2003.

Matuš Dulla, H. H. Moravčíková: Architektúra Slovenska v 20. storočí. Arch 1999, číslo 6 – 7.

Ďakujeme pánovi architektovi Ivanovi Matušíkovi za ochotu a spoluprácu pri príprave článku.

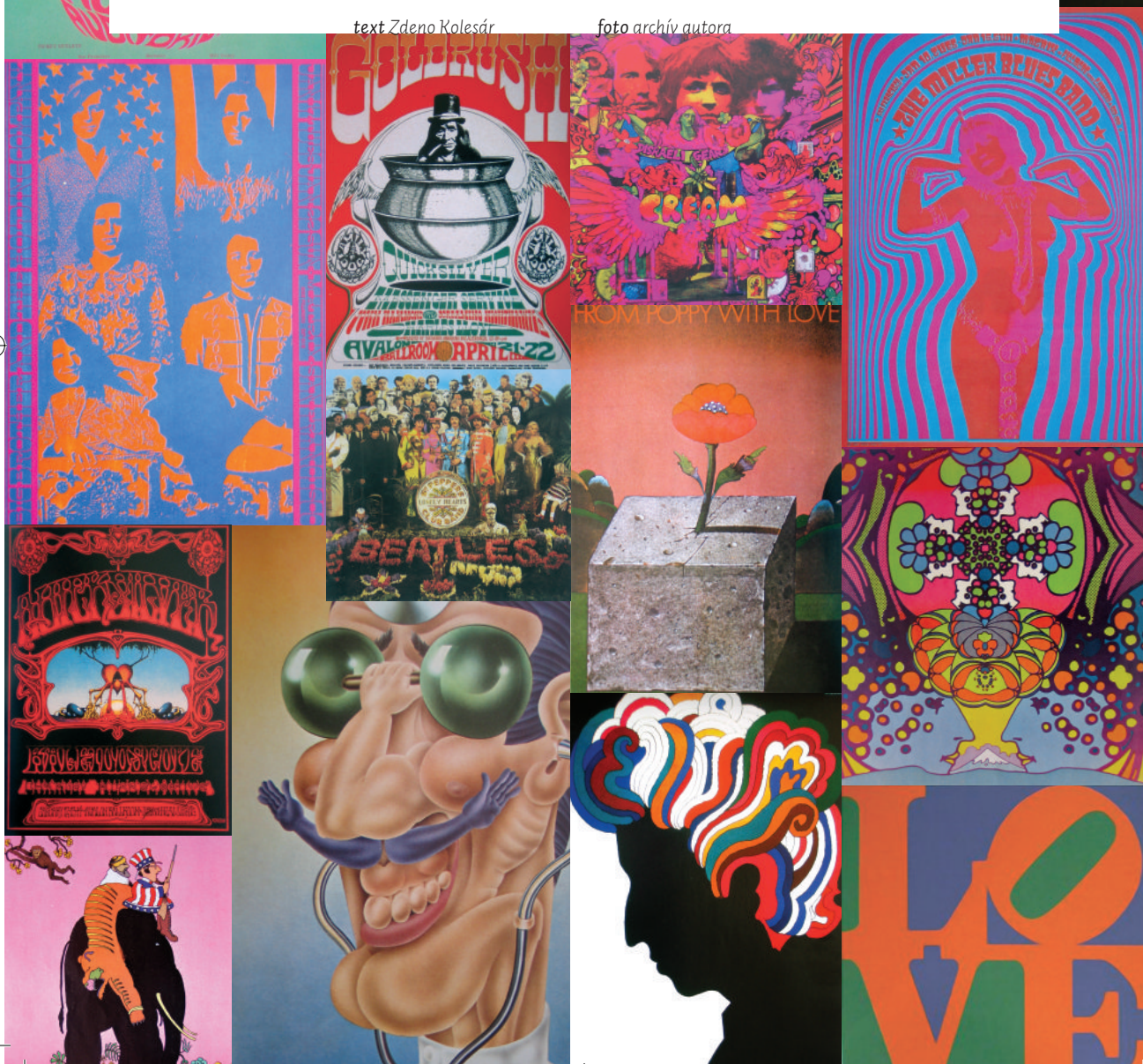
Dom bol postavený v rokoch 1981 – 1994. Projekt je z roku 1978.

V minulom diele Sentimentalu sme zabudli uviesť, že použité dobové fotografie interiérov Ještědu boli z knihy Fenomén Ještěd. Zostavil Jiří Jiroutek, 2005.

ALTERNATIVY POVOJNOVEJ MODERNY 2

text Zdeno Kolesár

foto archiv autora





I1 Herb Lubalin: Písmo Avant Garde Gothic, 1971.



I2 Andy Warhol: Campbellova Polievka, 1962.

Spojené štáty americké sa v období po druhej svetovej vojne stali dôležitým centrom modernizmu, paralelne sa tu však rozvíjali alternatívne polohy grafického dizajnu. Vysoké renomé moderny spočívalo v umožňovaní marginalizovať ich ako zastarané a poklesnuté. Spolu s tým, ako sa modernizmus v chápaní menej invenčných tvorcov menil na sústavu byrokraticky uplatňovaných pravidiel, sa však ukazovala ich opätovná aktuálnosť. Najmä po tom, čo sa i v táboře oponentov modernizmu objavili osobnosti schopné ponúknuť vývoj grafického dizajnu výrazné impulzy.

K narušeniu hegemonie modernizmu v Spojených štátoch v 50. rokoch minulého storočia významným spôsobom prispela technická novinka – fotosadzba. Jej základný princíp (exponovanie negatívov písmen na fotocitlivý papier) síce bol známy už od sklonku 19. storočia, no až obdobie po druhej svetovej vojne prinieslo stroje, ktoré pri relatívne nízkych nákladoch umožnili realizovať nové typografické riešenia. Potenciál fotosadzby plne zhodnotil newyorský grafický dizajnér Herb Lubalin, ktorý sa priradil k najvplyvnejším osobnostiam typografie. Nebol prvý, kto sa v dejinách grafického dizajnu usiloval vytvoriť písmové znaky, ktoré by svojou

výtvarnou formou vypovedali o obsahu zaznamenaného posolstva. Flexibilita fotosadzby, umožňujúca pomocou špeciálnych objektívov modifikovať existujúce písmové znaky, vytvárať nové a ľubovoľne ich usporadúvať do sadzby, však Lubalinovi umožnila preniesť „laboratorné“ experimenty do oblasti bežného života. Namiesto sterilne pôsobiacich blokov z rovnakých písmen kovovej sadzby tu zrazu bola možnosť s minimálnymi nákladmi zväčšovať či zmenšovať písmená, vytvárať ligatúry, „kresliť“ riadkami.

Lubalin bol po výtvarnej stránke eklektik. Zavrhol bezpätkové písmo a chlad funkcionalistickej typografie. Oprášil „úpadkové“ písmo 19. storočia, vytvoril rad vlastných. Najmä font Avant Garde Gothic s množstvom ligatúr zhodnocuje možnosti tvorby písma v ére fotosadzby. Azda najcharakteristickejšie pre Lubalinovu tvorbu sú logotypy, ktorých vytvoril stovky. Písmo sa v nich stáva obrazom. Vzniká nová myšlienková a formálna jednota ozvláštnená kultivovaným dekorativizmom vychádzajúcim z tradícií klasickej kaligrafie. Princípy expresívnej typografie prenášal Lubalin i do ďalších sfér svojej bohato štruktúrovanej tvorby.



l3 Robert Indiana: Love, 1965.



l4 Milton Glaser: Hudobný plagát, 1967.

Osobitnú zmienku si zaslúži ITC (International Typeface Corporation), ktorú Lubalin založil s Aaronom Burnsom v roku 1970. Táto firma zastrešila desiatky novo navrhnutých či redizajnovaných písiem pre techniku fotosadby. Stala sa predobrazom súčasných agentúr zameraných na distribúciu písomových fontov. Písma ITC propagoval časopis U&lc (Upper and lower case), ktorý Lubalin riadil od založenia v roku 1973. I po jeho smrti (1981) ostal prominentným typografickým periodikom a jeho význam poklesol až s nástupom počítačovej typografie.

V 60. rokoch minulého storočia sa ako dominantný prúd vo výtvarnom umení presadil pop-art. Žiadne iné povojnové umelecké hnutie nestieralo do takej miery hranice medzi voľnými a úžitkovými výtvarnými disciplínami. Pop-art odvodil svoju poetiku od jazyka masovej komunikácie, hoci miera kritického odstupe a irónie bola neraz značná. Výdobytky voľného umenia sa spätne premietali do dizajnu, dialóg generoval novú energiu. V oboch sférach sa pohybovali mnohí obojživelníci. Najslávnejší americký pop-artista Andy Warhol začínal ako komerčný ilustrátor a aj v rokoch najväčšej slávy tvoril plagáty či obaly platní. Podobne James

Rosenquist, niekdajší dizajnér billboardov. Grafickému dizajnu sa paralelne s voľnou tvorbou venovali aj Robert Rauschenberg a Robert Indiana. Indianov nápis LOVE s písmenami usporiadanými do štvorca sa stal pre „zlaté šesťdesiate“ priam erbovým a umelec ho použil v soche, plagáte i na knižnej obálke. Reprezentant britskej vetvy pop-artu Peter Blake bol zasa autorom obalu albumu Sergeant Pepper's Lonely Hearts Club Band od Beatles, považovaného za najlepšiu platňu všetkých čias.

V opozícii k výrazovému chladu moderny vzniklo v roku 1954 v New Yorku Push Pin Studio, ktorého členovia mali blízko k hravej mentalite op-artu, čerpajúcej aj z najnižších poschodí konzumnej kultúry. Zakladatelia ateliéru Milton Glaser a Seymour Chwast sa priradili ku kľúčovým postavám grafického dizajnu druhej polovice 20. storočia.¹ Namiesto záväzných tvorivých noriem uplatňovali individuálnu kreativitu, blízku voľnej tvorbe. Podobne ako Lubalin i Glaser a Chwast boli eklektikmi spájajúcimi veľmi rôznorodé inšpiračné zdroje. Anticipovali tým postmodernizmus, ktorý sa plne rozvinul v nasledujúcich dekádach. Glaserove nečlenené farebné plochy obklopené tušovými líniami evokujú súvislosti s komiksom, no integrovali i prvky secesnej lineárnej



I5 Seymour Chwast: Ilustrácia Beatles Songbook (Bungalow Bill), 1968.



I6 Francesco Saroglia: Značka pre vlnu, 1966.

štylizácie a orientálneho ornamentalizmu. Dobre to dokumentuje najslávnejšie dizajnérovo dielo – plagát Boba Dylana prikladaný k dlhohrajúcej platni vydanej v šiestich miliónoch exemplárov. Reprezentuje dekoratívny pól Glaserovej tvorby, kým iné, intelektuálnejšie zamerané práce nesú stopy vplyvu surrealizmu a ďalších avantgardných prúdov prvej polovice 20. storočia. Rovnako široké bolo rozpätie inšpirácií Seymoura Chwasta: od komiksu, detského a insitného umenia po stredoveké drevorezy. Pre súdržný výraz Chwastových i Glaserových prác mala zásadný význam dokonalá syntéza obrazu s písmom, často autorsky vytvoreným na príslušnú úlohu. Push Pin Studio svojou hravosťou a humorom vytvorilo optimistickú, populárnu a medzinárodne vplyvnú alternatívu introvertnej vážnosti moderny.

V súvislosti s presahmi voľných a úžitkových disciplín spomeňme i op-art, ktorý sa v 60. rokoch presadil zásluhou Victora Vasarelyho, Bridget Rileyovej a ďalších výtvarníkov. Statický kinetizmus op-artu, pracujúci s čierno-bielymi a farebnými kontrastmi vyvolávajúcimi ilúziu mihotavého pohybu, ovplyvnil tvorbu značiek, obalovín, layout kníh a časopisov i svet módy. V období zenitu op-artu v roku 1968 sa konala olympiáda

v Mexiku a jej vizuálna identita vytvorená pod vedením amerického grafického dizajnéra Lancea Wymana sa niesla celkom v duchu op-artových dramatických čierno-bielych kontrastov.

Prvky pop-artu, op-artu, ale i secesie sa po polovici 60. rokov spojili v prúde tzv. psychedelického umenia, z dnešného pohľadu najpríznačnejšieho výtvarného prejavu tejto dekády. 60. roky boli v USA obdobím materiálnej prosperity a konzumu so zdanlivo bezhraničnými možnosťami, no i obdobím nástupu mladej generácie, ktorá odmietala hmotný blahobyt ako jediný cieľ. Úsilie vytvoriť alternatívny životný štýl sa stalo podhubím pre inovácie výtvarnej tvorby, v ktorej celkom zmizla hranica medzi voľným a úžitkovým umením. Charakteristickým prejavom psychedelického umenia boli produkty grafického dizajnu – plagáty, tie však v izbách mladých prevzali i úlohu tradičných závesných obrazov. Podobne obaly gramofónových platní, ktoré sa neraz stali plochou na autentické výtvarné výpovede.

Secesia nebola náhodnou inšpiráciou mladých rebelov, zavrhujujúcich hodnotový svet starších generácií. I za secesným únikom do sveta snov stála dezilúzia zo zbožšťovania materiálnych hodnôt, antitechnická orientácia



17 Lance Wyman: Logotyp olympiády v Mexiku, 1966.



18 Wes Wilson: Koncertný plagát, 1967.

a romantické hľadanie hlbšieho duchovna v banalite každodennej existencie. Pripomeňme napríklad Muchovu lásku k okultizmu. Z hľadania „inakosti“ vyplynuli na prelome 19. a 20. storočia konkrétne výtvarné formy, ktoré sa vyznačovali bizarnosťou, distorziami, bujným ornamentalizmom a priamymi inšpiráciami orientálnymi kultúrami. Stotožnila sa s nimi i generácia 60. rokov 20. storočia, pričom ich ďalej radikalizovala.

Ani drogy, ktoré pomáhali objavovať „nové svety“, neboli v kontexte výtvarnej tvorby novinkou. V 60. rokoch sa stali priam nevyhnutnou súčasťou života komunity vylučujúcich sa z rámca konvenčných civilizačných foriem. V USA nebolo do polovice 60. rokov užívanie drog kriminalizované a guru mladej generácie Timothy Leary robil na Harvardovej univerzite oficiálne experimenty – najskôr s halucinogénnymi hubami a potom so syntetickým LSD, ktoré sa stalo základným zdrojom psychedelických inšpirácií.

Prvé psychedelické plagáty sa zrodili v roku 1966 na západnom pobreží USA v San Franciscu. Centrom stretávania mladých tu bola križovatka ulíc Haight a Ashbury (prekrstená na Hashbury) a bodom, okolo ktorého sa všetko krútilo, hudba. Psychedelické výtvarné prejavy

mali paralelu v hudbe Grateful Dead, Jefferson Airplane, Janis Joplin a ďalších. Za „vynálezcu“ psychedelického plagátu možno považovať Wesa Wilsona, ktorému ako priamy inšpiračný zdroj poslúžila výstava nemeckej a rakúskej secesie a expresionizmu na Kalifornskej univerzite. Wilson priamo prevzal písmo viedenského exponenta secesie Alfreda Rollera² a usporiadal ho do kriviek, nesporne tiež inšpirovaných secesiou. Čierne-biele a komplementárne farebné kontrasty evokujú zasa súvislosti s op-artom. Vytvárali zároveň analógiu stroboskopických efektov pri hudobných produkciách, ale aj vizuálnych vnemov po požití halucinogénov. Drogy vraj inšpirovali Wilsona i k zvláštnej „kyslej“ farebnosti. Z veľmi rôznorodých zdrojov vytvoril Wes Wilson prekvapujúco súdržný výraz, v ktorom sa písmo prelína s obrazom tak, že ho ako stavebná jednotka utvára. Štylizácia posúva písmo na hranicu čitateľnosti, texty sa majú skôr „cítiť“, než čítať. Grafický dizajn pre empatické vnímanie sa tu dostal do najradikálnejšej polohy. Tvorcovia psychedelických plagátov ich vraj tvorili tak, aby ich ľudia nad 30 rokov neboli schopní prečítať.

Wilsonove plagáty propagovali najmä akcie v koncertno-tanečných sálach Fillmore Auditorium a Avalon



Ig Victor Moscoso: Koncertný plagát, 1967.

Poznámky

¹ Spočiatku v Push Pin Studiu pôsobili aj Reynold Ruffins a Edward Sorel, neskôr sa osamostatnili.

² Pozri 11. časť seriálu.

³ Vynikajúcu možnosť oboznámiť sa s vizuálnou kultúrou 60. rokov spätou s rockovou hudbou poskytla výstava Papež kouřil trávu, ktorú zorganizoval v Galerii hl. m. Prahy v roku 2005 Zdeněk Primus. Jej materiál zhrnula rovnomená publikácia vydavateľstva KANT Praha.

⁴ Pod názvom Beatles v písniach a obrazoch vyšla v roku 1969 i v československom vydavateľstve Pantón.

Ballroom. Pracovali pre ne i ďalší. Významné inovácie priniesla najmä tvorba Victora Moscosa. V okruhu výtvarných samoukov išlo o jediného školeného výtvarníka, študoval aj na univerzite Yale u niekdajšieho pedagóga Bauhausu Josefa Albersa. Vibrujúca farebnosť jeho plagátov je ešte pôsobivejšia než Wilsonova, navyše Moscoso vytvoril rad plagátov, na ktorých sa pri blikotaní a rôznom osvetlení mení obraz.³

Zmienku si zaslúžia i Rick Griffin a Stanley Mouse, ktorí popri štylizovanom secesnom písme v plagátoch používali i staršie akcidenčné písma 19. storočia, pripomínajúce éru divokého Západu. Griffin je autorom dodnes používaného loga kultového hudobného časopisu Rolling Stone. Venoval sa i komiksu, do ktorého vniesol nebyvalú agresivitu výrazu.

Zlatý vek psychedélie spadá do konca 60. rokov, keď sa z nej stala celosvetová móda. Psychedelická štylizácia, ktorá už mala ďaleko k pôvodným obsahovým východiskám, sa premietla do „psychedelických“ písmových fontov a komerčných grafických produktov všetkého druhu.

S relatívne presne definovaným psychedelickým prúdom koexistovali ďalšie príbuzné polohy grafického

dizajnu, vyznačujúce sa zároveň autentickými výtvarnými hodnotami. Zväčša boli späté s populárnou hudbou, takže neprekvapí, že akousi bibliou alternatívnej vizuálnej poetiky záveru 60. rokov sa stala kniha ilustrácií k textom skupiny Beatles – Beatles Songbook.⁴ Z tých, ktorým sme sa už venovali, zahrnula napríklad diela Milтона Glasera, Seymoura Chwasta, Victora Moscosa a Ricka Griffina. Spomedzi ďalších treba spomenúť Petra Maxa pôsobiaceho v New Yorku. Jeho tvorba, vo svojej dobe nesmierne populárna, niesla i stopy vplyvu surrealizmu. Ten ostatne cítiť z celej publikácie redigovanej britským vydavateľom a ilustrátorom Alanom Aldridgeom. Beatlesovská kniha vytvorila akúsi symbolickú bodku za erupciou kreativity 60. rokov, ktorá tvorila opozíciu chladnej a racionálnej modernej a neskôr sa stala východiskom jej globálnej kritiky.

MLIEČNA CESTA



m1 Alena Timkovičová

„Myslím, že pravý domov je tam, kde je mama. Predstavujem si miesto, kde som vyrastala. Rodičia tam pripravili zbierku vecí, ktoré vytvárajú tú jedinečnú atmosféru.“

text Ľubica Hustá

foto designblok

Jednou z najsledovanejších výstav na pražskom Designbloku je tá, ktorá sa volá Mliečna cesta. Nie je venovaná kozmickému dizajnu, ale mladým vychádzajúcim európskym dizajnérskym hviezdám. Tradične sa na nej predstavujú štyria mladí dizajnéri. Zo Slovenska sa medzi nimi ocitla Alena Timkovičová so svojou poetickou záclonovou inštaláciou obývačky (Designum 3/2005), okrem nej Rakúšan Rainer Mutsch s premenlivým

interiérom pozostávajúcím z kryštalicích – dynamických – neokubistických objektov, Dánka Ditte Hammerstroem, renomovaná a úspešná dizajnérka ovenčená mnohými cenami s kolekciou Loungeescape lavíc – odpočívadiel v jednom, kde kombinovala zaujímavé proporcie, textilné čalúnenie a plastový drôt, a nakoniec Češka Halka Maršáľková, ktorá sa orientuje na textil a dezény s chilloutovou textilnou predstavou o ideálnom bývaní.

designum 5 – 2006



m2 Ditte Hammerstroem

„Mám rada byt, v k tom teraz žijem, hlavne preto, že sú v ňom všetky moje veci, rada si hoviem na svojej sofe v obývacej izbe.“ www.hammerstroem.dk



m3 Halka Maršáľková

„Pre mňa sú domovom jednoducho tri slová, ktoré ma ako prvé pri slove domov napadli... Teplo, útulne, bezpečie. Domov je tam, kde sa cítim bezpečne.“ www.manu.cz



m4 Rainer Mutsch

„Domov pre mňa znamená: zábavu, možnosť pozvať ľudí, intimitu, party, hudbu, cvičenie, kino, relaxáciu, varenie, prácu v odpočinkovom prostredí, podriemavanie v kresle, kontrolu emailov... Takže v princípe som domáci typ.“ www.rainermutsch.net

PÍSMENKÁ, KTORÉ POMÁHAJÚ

text L.H.

foto archív autora



Medzi edičné počiny z oblasti publikácií a periodík grafického dizajnu vo svete, ktoré stoja za pozornosť, určite patrí časopis Building Letters. V októbri vyšlo jeho tretie číslo. Je to časopis, ktorý nemá charakter klasického periodika. Vychádza len občasne. Napriek tomu vzbudzuje pozornosť a chválu. Príčina je zrejmá. Z hľadiska formy a obsahu je kvalitný a má ušľachtilý cieľ – konkrétnu finančnú pomoc ľuďom z tých oblastí na svete, ktoré to najviac potrebujú. V rámci projektu sa oslovujú typografi a grafickí dizajnéri k aktívnemu prístupu k verejným veciam a prostredníctvom ich práce sa potom získavajú prostriedky na dobrú vec. Časopis funguje na nasledujúcom princípe – kúpou jedného z tisíc ručne číslovaných výtlačkov získate CD s 25 fontami od renomovaných typografov. Výťažok z predaja má vopred určený cieľ pomoci. Projekt Building

Letters rozbehol v roku 2003 Jim Richardson. Výťažok z predaja 36-stránkového časopisu o africkom dizajne a typografii išiel vtedy na podporu dvoch afrických sirotincov pre deti s AIDS. Úspech projektu podporilo práve CD s voľnými fontami autorov, medzi ktorými ste našli Maxa Kismanu alebo Davida Carsona. Druhé číslo bolo zamerané na Indiu a vybrané peniaze išli na pomoc deťom z tejto krajiny a do sirotinca v Ugande. Na druhom CD s fontami sa podieľali Donald Beekman, Bruno Maag, Rian Hughes a ďalší. Tretie číslo iniciovala Rathna Ramanathanová z Univerzity v Readingu, ktorá bola na Srí Lanke v čase jej postihnutia vlnou cunami. ■ Obsah tretieho čísla je teda zameraný na Srí Lanku a Thajsko. Tvorila ho zaujímavé príspevky Toma de Gaya, Nicka Shinna, Maxa Kismanu, Fiony Rossovej a Donalda Beekmana. CD s fontami obsahuje písma



Pietra van Rosmalena, Seonila Yuna, Josého Scaglioneho, Davida Březinu, Josého Louisa Coyotla Mixocatla, Stefana Hattenbacha, Brama Pitoyova, Tomáša Brousilu, Richarda Keglera, Veroniky Burianovej, Jürgena Weltina a Ludmily Lorenzovej. Všetky sú vo formáte OpenType a až na jednu výnimku obsahujú znaky pre všetky európske jazyky píšuce latinkou (kompletný Unicode blok Latin Extended A), teda nielen vráta ne slovenčiny, ale aj maltského jazyka, waleštiny či esperanta. Niektoré písmo obsahujú špeciálne funkcie – alternatívne a ozdobné znaky, varianty číslíc, ligatúry alebo malé kapitálky. Napriek tomu, že televízne kamery z oblastí postihnutými cunami dávno zmizli, pomoc je stále potrebná. Preto bude celý zisk z predaja časopisu po odčítaní skutočných nákladov venovaný renomovanej charitatívnej organizácii Direct Relief

International (www.directrelief.org), ktorá peniaze použije na pomoc cunami postihnutým ľuďom. Po skončení predaja/zbierky organizácia zverejní konkrétne údaje o použití výťažku. ♦ Ako povšimnutiahodnú môžeme spomenúť skutočnosť, že posledné číslo sa robilo v Prahe. Krátko po zverejnení medzinárodnej výzvy na ňu zareagoval Filip Blažek z pražského grafického štúdia Designing. Jimovi Richardsonovi ponúkol, že časopis zadarmo graficky upraví a vysádza. Jeho ponuka bola akceptovaná. ♦ Časopis má formát A5, má 64 farebných strán, je v angličtine a vyšiel v limitovanej edícii ručne číslovaných tisíc kusov. Aktuálne je v predaji na webovej stránke projektu.

www.buildingletters.org

NOVÉ LOGO VŠVU

text Ľubica Hústá

foto archív autorov

- ▷ VYSOKÁ ŠKOLA
- ▷ VÝTVARNÝCH UMENÍ
- ▷ ACADEMY OF FINE ARTS
- ▷ AND DESIGN



- ▷ GALÉRIA
- ▷ MEDIUM
- ▷ MEDIUM
- ▷ GALLERY

Okrem STU sa v nedávnej dobe rozhodla redizajnovvať svoje logo a vizuálny štýl aj Vysoká škola výtvarných umení. Toto rozhodnutie prišlo v pravý čas, ak nie o päť minút dvanásť, pretože VŠVU je škola, ktorej vizuálna komunikácia smerom k verejnosti je, alebo dúfajme mala by byť, ostro sledovaná. V internej súťaži nakoniec zvíťazili Ján Šicko a Palo Bálik. Zadanie znelo vytvoriť nový dizajn manuál školy, ktorý bude obsahovať logo VŠVU, logo galérie Medium a vydavateľstva AFAD Press, ktoré pod školu patria. Víťazi svoj koncept vybudovali nasledovne. Vychádzali zo skratky VŠVU a zároveň skratky AFAD, čo je skratka školy z anglického názvu (Academy of Fine Arts and Design). V prvom rade si zvolili font, s ktorým pracovali. Ním bolo strohé, ale v detailoch svojrázne grotesk písmo od Františka Štorma. Z tvarovej príbuznosti písmen V a A domínujúcich v oboch skratkách následne vyabstrahovali a osamostatnili znak – šípku V. Ten/tú potom rotovali, multiplikovali a variovali a vytvorili z nej základný modul nového otvoreného vizuálneho štýlu, s ktorým môžu ďalej pracovať.

NOVÉ LOGO STU

text Blamáš

foto archív autorov



Po slovenských mestách už aj slovenské univerzity začali obnovovať svoj „logový park“. Najnovšie tak urobila Slovenská technická univerzita, ktorá na jar tohoto roku vypísala verejnú súťaž na svoje nové logo. Po neúspešnom verejnom kole, v ktorom komisia nevybrala ani jeden súťažný návrh bolo vypísané neverejné kolo, do ktorého STU vyzvala 16 dizajnérov. Následne ako víťazné logo vybrala návrh spoločnej autorskej dvojice Juraja Blaška a Matúša Lelovského, študentov Katedry vizuálnej komunikácie VŠVU. Svoj návrh komentovali nasledovne:

„Logo sme integrovali do poľa bodov, ktoré vytvorilo komplexnú štruktúru veľkej univerzity. Vážnosť školy ako inštitúcie, nás priviedla k riešeniu, ktoré viac ako vizuálnu údernosť využíva jednoduchý, ale pri tom komplexný systém mriežky. Veríme, že toto riešenie nepodlieha krátkodobým trendom. Pole bodov vytvára štruktúru, systém, ktoré sú potom kľúčovými pojmami v každom vednom odbore univerzity. Vďaka tomu logo môže mať viac alternatív. Skratka STU môže byť v poli bodov umiestňovaná kdekoľvek, tvoriac tak logo, ktoré nemá iba jednu definitívnu podobu. Štruktúra loga ponúka aj jednoduchý systém označenia jednotlivých fakúlt. Niektoré body nahradzujú ich skrátené názvy. Každá fakulta má svoju vlastnú farebnú identifikáciu, ktorá s malými úpravami rešpektuje doterajšie farebné označenie lemov dekanských talárov.“

WEETIP



Supersite, aj tak sa označuje stránka core77 orientovaná na priemyselný dizajn. V jej obsahu, ktorý sa pravidelne updatuje nájdete veľa užitočných informácií. Určite vám môže slúžiť napríklad ako zdroj pri poznávaní nových materiálov či technológií. Navyše je to stránka, na ktorej môžete diskutovať, uverejňovať svoje blogy či nájsť súťaž, ktorá vám možno zmení život. Tvorcovia stránky majú zmysel pre humor. Aspoň to naznačuje výber nových produktov, ktoré na nej môžete aktuálne objavovať. Je hlboká a v jej útrobach možno narazíte aj na svoju budúcu prácu, prípadne jej môžete zveriť svoje portfólio aby si vás práca našla sama.

www.core77.com

Vitajte a nevyzúvajte sa, prosím
Naše bývanie v 50. rokoch
Múzeum mesta Bratislavy,
Bratislava
19. 9. – 4. 2. 2007

Trienále plagátu Trnava 2006
6. ročník medzinárodnej
súťažnej prehliadky plagátu
Galéria J. Koniarka, Syna-
goga – Centrum súčasné-
ho umenia, Západosloven-
ské múzeum, Trnava
13. 9. – 13. 12. 2006

Jozef Dóca - Plagáty
Prvá galéria plagátu na ulici
výklady ČSOB banky, a.s.,
Hlavná 14, Trnava
12. 9. – 10. 2. 2006

Open House
Výstava prezentuje budúcu
formu bývania a urbanizmu
Kohlenwasche, Essen
26. 8. – 2. 12. 2006

Trienále textilu
Galéria P. M. Bohúňa,
Liptovský Mikuláš
28. 9. – 3. 12. 2006
Škola dizajnu
Výstava prác študentov
súkromnej SUŠ, Bratislava
Galéria Sumec, Ivánska
cesta 21, Bratislava
14. 9. – 31. 11. 2006

Subjective x Objective
Retrospektíva Jiřího Plecla
Umeleckopriemyslové
muzeum, Praha
5. 10. - 17. 11. 2006

Študentský design
Design centrum ČR, Praha
3. 10. – 26. 11. 2006

BeneLon II. Find the dap
Projekt skupiny architektov
Agents – V. Hladíková, B.
Štroch, Š. Toman
Centre for Central Europe-
an Architecture, Praha
13. 10 – 26. 11. 2006

**Zappel, Philipp! Svet
detského nábytku...**
Výstava prezentuje dejiny
dizajnu detského nábytku 19.
a 20. storočia
Hoffmobiliendepot, Viedeň
4. 10. – 7. 1. 2007

Alan Fletcher
Výstava významnej osobnosti
britského grafického dizajnu
Design Museum, Londýn
11. 11. – 18. 2. 2007

Compasso d'oro
50 rokov talianskeho dizajnu
Design Museum, Gent
7. 10. – 26. 11. 2006

**Švajčiarska federálna
cena za dizajn 2006**
Design Museum, Zürich
28. 10. – 1. 2. 2007

Jean Prouvé
Vitru design Museum, Weil
am Rheim
23. 9. – 28. 1. 2007



HOME IS AN INTERPRETATION OF A HOUSE.

author Fedor Blaščák

Architecture theorist Rayner Banham said: A house is not home. This statement is an inspiration for an initial reflection that fits also to the main topic of this article. The theme of this article is the philosophers of the 20th century - Martin Heidegger, Ludwig Wittgenstein and their houses.

For example, one may think over a house as follows: houses cannot grow by themselves, they cannot spring up like mushrooms. Abstract concept, work of mind is what precedes the construction of a house. We may try to compare, at general level, how a house and artistic text are created. An actual object is the result of creative thinking in architecture. In literature (or in philosophy), an outcome of the process is something ideal, a certain abstract structure or construction (a story of Alice in the Wonderland; Kant's theory of knowledge etc.). Similarly to the text that needs a recipient, carrier, additional revival (by interpretation, reading, memorising etc.) to prove its existence, the house, too, requires a certain additional acknowledgement of its meaning. When the construction is completed, the house is ready to be the house, however, house without residents (users) has no sense whatsoever. The house falls into decay. The additional elements – residents and visitors – change a house into home. The text creation provokes interpretations that lead to understanding. The creation of a house invites for living in it and the house changed into home is the interpretation of that house. However, houses are what we understand naturally, simply by living inside them. Unlike text, house is built for a specific purpose and reflects a certain commonly shared demand (for home). House is expected to provide comfortable living about which we have different opinions. Text, unlike house, implies future

effort in unknown direction, with uncertain purpose and usually private interpretations. Here, one may raise an objection: What else is more private than home? Are all the distinctions and the distinction between an actual (object) and ideal (text) just a simple philosophical bluff? Speaking, for example, about a "perfect home", we assume that such home exists. Our answer is: It is true that we interpret texts independently (in private), however, we intend to communicate the meaning of text in public. To understand the text correctly, public confrontation and sharing of its meaning is required. Privacy of home is, on the contrary, closed, domestic problems are not shared with public. As for the word "ideal" used in connection with home, we used another meaning of the word, when distinguishing it from the meaning of "actual". Language saves words and they, therefore, carry several meanings. This is the fact. All in all, our comparison of house and artistic text seems to lack credible theory. However, the comparison may help to introduce two main figures of the article. Martin Heidegger and Ludwig Wittgenstein introduced very special styles of thinking into philosophy. There is hardly a wider gap in concept in the 20th century philosophy than the gap between Heidegger's existentialism and Wittgenstein's turn to language. Heidegger claimed that re-opening the issue of the meaning of existence, a gloomy existential understanding of being mortal, is a great challenge for modern time. We presume that Heidegger would give a productive answer to the central reflection of the article. He would be interested in the distinction between actual and ideal. Heidegger would go for the substantiation of parallel between house and text to history (perhaps as far as to a period when walls serve as pads for writing official or other messages). Wittgenstein, on the

contrary, claimed that such questions (What is existence?, What is time? etc.) are nonsense. He did not think much about the philosophical tradition and considered philosophy to be a kind of therapy the purpose of which is to relieve a philosopher of tormenting questions. Wittgenstein would perhaps respond to our reflection as follows: What do you mean by talking about „abstract concept"? Explain what do you mean by the „work of mind"? Are you sure you know what do they mean? Why do you compare house and text when they apparently have nothing in common? You are misled by your ability to compose grammatically correct sentences, aren't you? He claims that philosophy is the way to „show a fly its way out from a bottle". We do not need any theoretic (re)construction to understand what is, for example, existence. We may examine our understanding by taking an action. By doing things. We do not dare to suggest an activity that would examine the meaning of existence. But, we do know that understanding of housing can be put to the test in the actual construction of house. „Work in philosophy means, similarly to work in architecture, self-improvement. Working on own understanding and perception of things. (And defining what a person requires from the things.)", recorded Wittgenstein, when he was building a house for his sister Margaret, later known as the "Wittgenstein's house" between 1926 and 1928. He worked on the design and construction of the house at Kundmannngasse, Vienna with the architect, Paul Engelmann, a student and co-worker of famous Adolf Loos. Engelmann prepared first designs. Wittgenstein joined Engelmann when he resigned from a position of a primary school teacher in the Lower Austria. Although general concept had been completed by his return, Wittgenstein joined the creative work very vigorously. Taking



into account the portion of work Wittgenstein did, Engelmann acknowledged that Wittgenstein is the true author of the house. Anyway, both of them signed the final design dated 13 November 1926. Wittgenstein focused on the design of windows, doors, doorknobs and radiators and was in charge of floor plan and interior design. He poured himself into the design in painstaking detail. „If a locksmith asked if he insists on the accuracy to the last millimetre, he did not let him finish a sentence and yelled at him: Yes!"¹ Cubic forms, right angles, straight walls, symmetrical arrangement – the house is austere and silent architecture with dominating south-east oriented terrace at the first floor. As a work of functionalist architecture the house evokes some reflections on possible transformation of Wittgenstein's ideas from the Tractatus². Austere in style, accurate in expression, well-arranged structure and revolutionary, these are few aspects similar for Wittgenstein

¹ Ray Monk, Wittgenstein Údel génia, Hynek, Praha (str. 244) as

² L. Wittgenstein, Tractatus logico-philosophicus, Kalligram, Bratislava, 2004 a philosopher and architect. Come in. Wittgenstein produced the work of a functionalist purist. He did not allow to paint doorknobs, radiators, metal window frames. Also, he did not allow using shades covering bulbs. No curtains, no carpets. Nothing that could distract neutrality and anonymity of the space.

READY-WASTE – HOW TO FIND MEANING IN USELESS

author Andrea Kopernická

Designers Monika Balagová and Jozef Fugger graduated at the Slovak Technical University in Bratislava two years ago. Since then, they pursue an independent career and run their own design studio. TriHand is a brand that holds a name that speaks



for itself. It is not difficult to find a material that no one needs anymore. Artists go to trash dumps for dozen years to search for materials that were thrown away and recover them to assign a new meaning to them. People in TriHand studio search for materials to give them new functions and a chance to live a new life. ¶ **It may sound corny but how did you compose the name? It is not the second hand, but TriHand – meaning third hand?** Third hand works with materials from the second hand. TriHand is the philosophy of low-energy products – something like ready-made or ready waste products. We identify alternatives for existing methods of recycling. What we need to do is to combine industrial waste with another material and what we receive is a new value. Unconventional procedures add a special expression to design.

Products you make, bookshelves, magazines or lightings, can be formally categorised somewhere between sculpture and design. You play with material, light and shadow, time and motion. Is it your strategy or a coincidence? We work in chaos and do things by improvisation in time and space. We yearn for creative actions, visual art, architecture and love links joining them. It is not a long time ago when we were inventing the old world at the Design department at Vazovova Street in Bratislava. Waste at the backyard with old furniture, etc. was one of our working spaces. We did workshops at every place we felt inspiring and were discovering simple methods how to assign new forms and functions. **Waste material is the central material in your work. Do you use recycled plastic, too?** Our plan is to start cooperation with the producers of waste and offer them our design for recycling they do. For example, mutant is an object from perforated PVC foil produced in a company producing thermo-

curtains; PET premouldings are spoiled products from the mineral water producer. We use a similar process to produce transparent bags, belts and lightings. **Do you think that plastic is the most suitable material for accessories and footwear?** Certainly, it is not the best material. However, it is more fun and health-friendly. **Are your products commercially successful?** TriHand exhibitions is our way of presenting and promoting our brand and products, ideas and materials. We exhibit functional prototypes, simple technologies, low-cost production and materials. They can be easily transformed into interior objects, furniture, lightings, fashion accessories. So far, they are available in limited collections upon email requests. We plan to launch a collection of products for design shops.

We would very much like to open recycling art gallery In Visible that would house regular exhibitions and workshops. The gallery would be built from waste, reminding our inspiration in recycling. **You had a presentation at Designblok in Prague this year. Please describe the collection and the response you received.** We presented our new and older things. We were curious how people would act when they would see waste transformed into products and recycled products acting in our world. We exhibited our objects in a new environment that produced new dimensions and connections and revealed new uses for our products. The installation provoked the creation of a new product – a sofa from recycled foam.

CLOSE YOUR EYES AND YOU ARE AT HOME

author Ľubica Hušáková
photo designblok

Designblok is a special event among design festivals. It is a unique event because the organisers always find an interesting venue. For example, the event

was organised in an old observation ship or an old industrial hall. This year, the organisers put the event into unfinished residential block in the Prague district of Karlín, near the Vltava River. Visitors were allowed to inspect the contemporary version of luxury housing. Besides, they were meeting builders and workers at the busy building site. The apartments advertised as luxurious housing (they certainly cost a fortune) were not as special as presented – narrow corridors, small rooms or odd space arrangement produced rather unpleasant feelings. An artificial streamlet and green areas did not help to restore nice feelings. But people working in the house – designers (each designer had one room at disposal to install their products), workers and visitors did produce warm and inspiring atmosphere. ¶ It was an unexpected but nice coincidence that the topic of our magazine coincided with the topic of Designblok. The organisers conducted, similarly to our efforts, a research into what is “My home”. Main organisers Jan Zielinski, Jiří Macek and creative director Maxim Velčovský prepared an installation they called the Perfect home. We simply had to go to see it. The dreamy atmosphere the installation produced was very charming.

¶ Words welcoming a guest: “You are entering a space that is not a perfect apartment or a futurist version of home. It is the space telling a story of searching for the meaning of the word home and for emotions hidden at home. You are sitting by a lake enjoying the sun at your face. To fall asleep in an open space is experience you cannot forget. How many times you feel the same feelings in your own bedroom? It is perhaps too hazy vision, but it is exactly the vision we wanted to produce. We wanted you to look at your home from a distance and stop thinking in terms of a set of things. We wanted to identify feelings of safety, harmony, love, intimacy



and fantasy in our homes. We wanted to find an apartment that would be perfect space for a story.

¶ We carry all necessary things inside us, in our dreams, desires and emotions. We combine things into an environment in which we should make our dreams come true. This is the way we feel.” ¶ The text invited us to enter. When we came we saw a dark (black walls) large room divided by two partition walls defining individual parts of the apartment – or of a feeling, a dream. A bedroom, dining room and living room. Not much furniture. Combination of recycled and original designs. A chandelier from plastic watering pots and old plastic mats arranged into glass concrete blocks produced the atmosphere of a perfect living room for relaxation. A bedroom with a silver bed, white pseudo-Baroque wardrobe reminding of our grandparents and a glittering chandelier, all hidden behind a white transparent curtain. All exhibited objects looked familiar, yet very strange. They reminded us of old Czech movies for children. A psychoanalyst would have cried of joy. ¶ A dream about perfect home stayed deep inside us despite the fact that real life gazed from the entrance door.

ALISON CLARKE author Soňa Lutherová

Alison Clarke (BA, MA, PhD) is a teacher of history and theory of design at the University of Applied Arts in Vienna (Universität für angewandte Kunst, Wien). She studied design and did a doctor's degree in social anthropology at the University College, London. Among Alison's professional interests are material culture and consumerism, product and apartment design. She is a co-editor of the magazine Home Cultures: the Journal of Architecture, Design and Domestic Space and the author of the book Tupperware: the Promise of Plastic in 1950s America. Alison collaborates

on the home design show Home produced by BBC. ¶ We spoke with Alison Clarke about the phenomenon of home and its contemporary aspects. ¶ **What is special about the approach of modern people toward furnishing their home? Which criteria dominate?** People have more problems with storing things in their households than before. Consumers behave unreasonably. Then, they do not know where to store things they purchased. Besides, the minimalist trend is being abandoned in favour of comfort. Additionally, modern design is no longer a privilege of high society – Ikea developed a version of modern style available to general public.

Is it appropriate to speak about fashion trends for homes? Certainly. A link between fashion and interior has been established and gets stronger. The massive supply of items for households reminds of “fast-food fashion”. Thus, furnishing style may change as much as 12 times a year. Diverse information and media dedicated to design increase demand for fast change in style and urge people to think about their home as space for self-expression and self-realisation rather than stability. **Young people of our time usually live in rented places.**

Can the trend affect how people will define their homes and households? Certainly. Also the fact that furniture is not as often as before inherited from parents to children may affect people. Definition of home broadened from a safe place to a temporary place. **Which trend in interior design have you found interesting recently?** Transparent space (glass walls in bathrooms, etc.) and multipurpose and flexible arrangement of space were very trendy in recent years. I really miss the time when an apartment had several rooms with specific functions. Now, we have all our possessions scattered around a single space! **Does “ideal home” exist today? If yes, then**

how would you describe it?

Commercial and social pressure to construct “ideal” homes grew at the turn of 20th and 21st century. Sociologists described the trend as a sad characteristic of solitary society, later as a form of cultural “power”. I believe that, in terms of design or aesthetics, ideal home does not exist. Home exists only in terms of society – place where you find consolation, comfort and care! Perfect furniture is not enough to produce ideal home. However, standard housing conditions and sophisticated design may contribute to creating the ideal home. **Could you as a design theorist and anthropologist comment on trends in defining homes?** As an anthropologist, I think that our ability to build continuity between items in time is crucial. Many people I work with tend to get rid of things they have from their family or friends. They think it is old-fashioned to keep the items in modern interiors. ¶ To use home as a way of telling a story of life of its owner is in conflict with general pressure to consume current styles. ¶ In terms of design, the shift (that has started several years ago when a problem of permanent sustainability occurred) from creating beautiful forms to items with social or emotional added value is observed.

PREDPLATNÉ DESIGNUM NA ROK 2006

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

MOŽNOSTI PLATBY

POŠTOVOU POUKÁŽKOU – BANKOVÉ SPOJENIE: 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

KOMPLIC

Martin Šútovec

text Martin Šútovec

foto archív autora

Komplic (cca 2000) vznikol pre potreby webu grafického štúdia Komplot. Je koncipovaný ako pixelové písmo, čo sa mi v dobe dial-up ako prevažujúceho spôsobu pripojenia na internet zdalo výhodné. Aj keď to už v tej dobe samozrejme nebolo nevyhnutné. Bolo treba šetriť každý kilobajt. Písmo naväzuje svojim minimalistickým tvaroslovím na typografickú striedmosť, ktorú vtedajší Komplot vyznával. Hádám je tomu tak aj do dnes. Web v tejto podobe nebol nikdy spozajznený, písmo aplikované a zo mňa sa nestal grafický dizajnér ani typograf

www.shooty.sk

designum 5 – 2006



designum

MAGAZÍN DIZAJNU / DESIGN MAGAZINE

ROČNÍK / VOLUME – XII

VYCHÁDZA 6-KRÁT ROČNE / A BIMONTHLY

ČÍSLO / NUMBER – 5 – 2006

VYDÁVA / EDITED BY:

SLOVENSKÉ CENTRUM DIZAJNU – BRATISLAVA

SLOVAK DESIGN CENTRE

VEDÚCA REDAKTORKA / EDITOR:

ĽUBICA HUŠTÁ – HUŠTA@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 – KODAŇ

JIRÍ PELCL – PRAHA

KAROL PICHLER – PARÍŽ

ALAN ZÁRUBA – PRAHA

SYLVIA JOKELOVÁ

MAREK ŠKRIPEŇ

ZDENO KOLESÁR

designum 5
2006**VIZUÁLNA KONCEPCIA, LAYOUT,****GRAFICKÝ DIZAJN / VISUAL****CONCEPT, LAYOUT, GRAPHIC****DESIGN:**

PALO BÁLIK

MARCEL BENČÍK

EMIL DRLIČIAK

JÁN ŠICKO

SADZBA / TYPESETTING:

JURAJ BLAŠKO

OBÁLKA / COVER:

MARCEL BENČÍK,

FOTO: PAULÍNA PRIEČKOVÁ

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: HUŠTA@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,

HUŠTA@SDC.SK

INZERCIA INFO – WWW.SDC.SK, HUŠTA@SDC.SK**INFO O PREDPLATNOM ZO ZAHRANIČIA NA WEB****STRÁNKE / INFO ABOUT ABROAD ANNUAL SUBSC-****RIPTION** – PRICE FOR ABROAD – 5 € SINGLE ISSUE,

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

VOĽNÝ PREDAJ – V STÁNKOCH MEDIAPRESS A ME-DIAPRINT KAPA, **KNÍHKUPECTVÁ A GALÉRIE**, BRATI-

SLAVA – ARTFORUM, PROSPERO, REDUTA, GALÉRIA

MÉDIUM (VŠVU), X GALERY, DIZAJN ŠTÚDIO ÚĽUV,

MIMO BRATISLAVY – ARTFORUM (BĀNSKÁ BYSTRICA,

ŽILINA, KOŠICE), GALÉRIA J. KONIARKA V TRNAVE,

CHRISTIANIA (POPRADE, PREŠOV), KNÍHKUPECTVO

POD VÁŠKOM V NITRE, STM KOŠICE | **ČR** – KNÍHKU-

PECTVO FRAKTÁLY PRAHA

ČO NÁJDETE V DESIGNUM 6/2006 TÉMOM POSLEDNÉHO TOHTOROČNÉHO ČÍSLA BUDE

DIZAJN A EMÓCIE. POKÚSIME SA VÁM UKÁZAŤ AKO TIETO DVA, ZDANLIVO ROZDIELNE VECI, SPOLU SÚVISIA. OKREM TOHO PREDSTAVÍME ODEVNÚ DIZAJNÉRKU MICHAELU LUPTÁKOVÚ, VÝSTAVY FÍNSKA STOLIČKA AJ KRUIHY NA VODE. V OBSAHU NÁJDETE AJ ROZHOVOR S HOLANDSKÝM ARCHITEKTOM A DIZAJNÉROM REM D. KOOLHAASOM, KTORÝ PRIŠIEL SO ŠTYLLOM HIP-HOPISMUS. NAVYŠE PRE VŠETKÝCH VÁS, KTORÝ DESIGNUM PRAVIDELNE ČÍTATE, CHYSTÁME VIANOČNÝ DARČEK. NECHAJTE SA PREKVAPIŤ.